

**T.C.**  
**İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**MEDYA VE İLETİŞİM ÇALIŞMALARI ANABİLİM DALI**

**ULUSLARARASI STRATEJİK İLETİŞİM**  
**YÖNETİMİ OLARAK**  
**KAMU DİPLOMASİSİNİN ÜLKE İMAJINA ETKİLERİ**  
**[Türkiye'nin Kırgızistan'daki Kamu Diplomasisi ve Algısı Üzerinden]**

**DOKTORA TEZİ**

**Uğur ÜNAL**  
**1450D97111**

**Danışman**  
**Prof. Dr. Celalettin AKTAŞ**

**İstanbul, Şubat 2016**

T.C.  
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

ONAY SAYFASI

Doktora Programı öğrencisi Uğur ÜNAL'ın "Uluslararası Stratejik İletişim Yönetimi Olarak Kamu Diplomasisi Faaliyetlerinin Ülke İmajına Etkisi" konulu tez çalışması jürimiz tarafından Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora tezi olarak (oybirliği  / oyçokluğu  ) ile başarılı bulunmuştur.

Adı – Soyadı

İmza

Tez Danışmanı

: Prof. Dr. Celal Şenol Akar



Jüri Üyesi

: Prof. Dr. F. Mine Yavaşcı



Jüri Üyesi

: Prof. Dr. F. Ece Karadoğan



Jüri Üyesi

: Doç. Dr. Zeliha Hepkin



Jüri Üyesi

: Doç. Dr. F. Ayşe ÇAGÇAK



Hazırlamış olduğum tez özgün bir çalışma olup YÖK ve İTİCÜ Lisansüstü Yönetmeliklerine uygun olarak hazırlanmıştır. Ayrıca, bu çalışmayı yaparken bilimsel etik kurallarına tamamıyla uyduğumu; yararlandığım tüm kaynakları gösterdiğimi ve hiçbir kaynaktan yaptığım ayrıntılı alıntı olmadığını beyan ederim. Bu tezin ihtiva ettiği tüm hususlar şahsi görüşüm olup İstanbul Ticaret Üniversitesinin resmi görüşünü yansıtmamaktadır.

# İÇİNDEKİLER

	<b>Sayfa No.</b>
<b>Önsöz</b> .....	ii
<b>Özet (Abstract)</b> .....	iii
<b>Tablo Listesi</b> .....	v
<b>Grafik Listesi</b> .....	ix
<b>Kısaltmalar Listesi</b> .....	xii
<b>Giriş</b> .....	1

## BÖLÜM 1

### STRATEJİK İLETİŞİM YÖNETİMİNDE TEMEL KAVRAMLAR, YAKLAŞIMLAR VE MODELLER

<b>1. STRATEJİK İLETİŞİM YÖNETİM VE SÜRECİNİN KAVRAMSAL AÇILIMI</b> .....	25
1.1. Stratejik Yönetim Anlayışı.....	26
1.1.1. Stratejik Öngörü Yaratma Paradigması.....	32
1.1.1.1. Strateji ile Örgüt Kültürü İlişkisi .....	34
1.2. Stratejik İletişim Yönetimi Anlayışı Olarak Halkla İlişkiler .....	39
1.2.1. Halkla İlişkiler ve Yönetim Felsefesi .....	39
1.2.2. Halkla İlişkilerde Yeni Olanaklar.....	44
1.2.3. Halkla İlişkiler ve İletişim Modelleri.....	52
1.2.3.1. Halkla İlişkiler Yönetiminde "Mükemmellik Projesi" .....	55

1.2.3.1.1. Mükemmellik Yaklaşımının Ardalanı.....	55
1.2.3.1.2. Mükemmellik Yaklaşımında Bağlantılı Unsurlar.....	55
1.2.3.1.2.1. Mükemmelliğin Temel İlkeleri.....	57
1.3. Halkla İlişkiler Yönetiminin Stratejik Süreci.....	59
1.3.1. Stratejik Halkla İlişkiler Uygulamasının Aşamaları .....	63
<b>2. STRATEJİK HALKLA İLİŞKİLER MODELLERİ .....</b>	<b>68</b>
2.1. Monolojik Yaklaşım .....	69
2.1.1. Rıza'nın İmalatında Yeni Yaklaşımlar .....	69
2.1.1.1. Propagandanın Kavramsal Açılımı .....	71
2.1.1.1.1. Propagandada Uygulanan Yöntemler .....	82
2.1.1.1.2. Bir Manipülasyon Tekniği: 'Spin Doctor' .....	83
2.1.1.2. Propaganda ve Kitle Psikolojisi .....	85
2.1.1.2.1. Kitle Davranışı Kuramları.....	92
2.2. Diyalojik Yaklaşım.....	99
2.2.1. Kurumsal İtibar Yönetimi.....	99
2.2.1.1. Bir İletişim Stratejisi Olarak Sosyal Sorumluluk.....	104
2.2.1.2. Sosyal Sorumluluğun Dinamikleri.....	105
<b>3. HALKLA İLİŞKİLERİN GENİŞLEYEN ULUSLARARASI İŞLEVLERİ.....</b>	<b>107</b>
3.1. Uluslararası Kamuoyu Oluşturmada Halkla İlişkiler Paradigması .....	107
3.1.1. Uluslararası Kamuoyu Oluşumu .....	107
3.1.1.1. Dış İlişkilerde Etkin Güç Uluslararası Halka İlişkiler ve Stratejileri.....	111
3.1.2. Uluslararası Halkla İlişkiler Yönetimi.....	115
3.1.2.1. Etkili Süreç Yönetiminde İlişki Yönelimli Yaklaşımlar.....	117
3.1.2.1.1. Sriramash'a Göre Kişisel Etki Modeli.....	117
3.1.2.1.2. Lyra'ya göre Kültürel Yorumsamacı Model .....	118

## BÖLÜM 2

### YENİ DÜNYA DÜZENİNDE ULUSLARARASI YAPILANMADA KAMU DİPLOMASİSİ VE İLETİŞİM PARAMETRELERİ

<b>1. ULUS-DEVLETLERİN KURULUŞU İLE BİRLİKTE GELİŞEN YENİ DÜNYA DÜZENİ</b> .....	120
1.1. Uluslararası Yapının Dönüşümleri .....	120
1.1.1. Uluslararası İlişkiler Kuramları ve Diplomasi .....	123
1.1.2. Uluslararası İlişkilerin Kavramsal ve Kuramsal Perspektifinde Barış Paradigmaları .....	128
1.1.2.1. Pozitivist Uluslararası Kuramlar ve Barış İdeası .....	129
<b>2. İKİNCİ DÜNYA SAVAŞI SONRASI KURULAN BİRLEŞMİŞ MİLLETLER DÖNEMİ YENİ KÜRESEL YAPILANMALARI</b> .....	133
2.1. Soğuk Savaş Döneminde Uluslararası Yapı ve Diplomasi .....	133
2.1. 1. Soğuk Savaş Dönemi Temel Parametreleri .....	134
2.2. Soğuk Savaş Sonrası Yeni Dünya Düzeni .....	136
2.2.1. SSCB Sonrası Dünya Düzeninde Yeni Yaklaşımlar .....	136
2.2.2. Tek Kutuplu ya da Çok Kutuplu Dünya Algısı ve Tartışmaları .....	138
2.3. Küresel Siyaset Kuramı .....	140
2.3.1. Postyapısalcı Düşünce .....	142
2.3.2. İnşacı ve politik bir yaklaşım olarak yönetim modeli ve stratejileri .....	143
2.3.2.1. Küresel Yönetişim .....	147
2.4. Dış Politikada Diplomasinin Rolü, Önemi ve Metotları .....	149
<b>3. NEO-LİBERAL KÜRESEL POLİTİKALARLA GELİŞEN KAMU DİPLOMASİSİ VE İLETİŞİM PARAMETRELERİ</b> .....	154
3.1. Neo-liberal Çoğulcu Küresel Yapılanmada Yeni Aktör Olarak Kamu Diplomasisi .....	154
3.1.1. Kamu Diplomasisinde Kavramlar ve Tanımlar .....	154

3.1.1.1. İnce Güç Kaynağı Niteliğinde Kamu Diplomasisi .....	162
3.1.1.2. Kamu Diplomasisinin Araçsal Yapılanması.....	166
3.1.2. 21. Yüzyıl Kamu Diplomasisinin Geleneksel Kamu Diplomasisi Karşılaştırması .....	176
3.1.2.1. Değişen Diplomasi Anlayışı Olarak Dünyada Kamu Diplomasisinde Yeni Yaklaşımlar .....	182
3.1.2.2. Dünyada Kamu Diplomasisinin Gelişim Araçları .....	183
3.1.2.2.1. Dünyada Kamu Diplomasisinin Kurumsallaşması.....	185
3.2. Kamu Diplomasisinin İletişim Parametreleri .....	187
3.2.1. Kamu Diplomasisi ve İletişim Bağlantısının Kuramsal Perspektifi .....	190
3.2.1.1. Kamu Diplomasisinin İlişkisel ve İletişimsel Modelleri .....	194
3.2.2. Kamu Diplomasisi Açısından İletişim Yönetimi.....	200
3.2.2.1. Bilgilendirme ve Tanıtım.....	201
3.2.2.2. Siyasal İletişim.....	204
3.2.2.3. Lobicilik.....	210
3.2.2.4. Propaganda.....	212
3.2.2.5. Diyalog ve Müzakere .....	214
3.2.2.6. Kültürel İlişki/Diplomasi .....	218
3.2.2.7. Ulus Markalama (İmaj ve İtibar) .....	223
3.2.2.8. Sosyal Sorumluluk.....	226
3.3. Türkiye'nin İmajı Açısından Kamu Diplomasisinin Gelişim Paradigması.....	230
3.3.1. Türk Kamu Diplomasisini Çerçevlendiren Temel Unsurlar .....	233
3.3.2. Türkiye'de Kamu Diplomasisi Faaliyet Kapsamı .....	241
3.3.3. Aktörler Açısından Türk Kamu Diplomasisi.....	243
3.3.4. Türk Kamu Diplomasisinin Sınırları .....	259

**BÖLÜM 3**  
**KALKINMA YARDIMLARI ÇERÇEVESİNDE**  
**TÜRKİYE’NİN ULUSLARARASI STRATEJİK ETKİNLİK**  
**İNCELEMESİ**  
**[Kırgızistan’da Türkiye Kamu Diplomasisi İncelemesi]**

<b>1. DEĞİŞİMİN BAŞLANGICI: KALKINMA İÇİN KÜRESEL ORTAKLIK ANLAYIŞI</b> .....	264
1.1. Uluslararası Algı İnşasında Kalkınma İşbirliği Parametresi .....	267
1.2. Uluslararası Politik Enstrüman Olarak Kalkınma Yardımları.....	270
1.2.1. Kalkınma Yardımı Bileşenleri .....	272
1.2.2. Kalkınma Yardımları Kategorileri.....	273
1.3. Uluslararası İşbirliğinde Kalkınma Faaliyetlerinde Bulunan Kuruluşlar .....	277
1.3.1. ABD Uluslararası Kalkınma Ajansı (USAID).....	279
1.3.2. Alman Uluslararası İşbirliği Ajansı (GIZ).....	280
1.3.3. Japonya Uluslararası İşbirliği Ajansı (JICA).....	281
1.3.4. Kanada Uluslararası Yardım Ajansı (CIDA).....	282
<b>2. ULUSLARARASI ÇERÇEVEDE KALKINMA YARDIMLARININ 1992-2002/2003-2013 DÖNEMLERİ ARASI DAĞILIM PLANLAMASI</b> .....	282
2.1. Kalkınma Yardımları Komitesi (DAC) Üyesi ve Üyesi Olmayan Ülkelerin Toplam Resmi Yardımları.....	283
2.2. Kalkınma Yardımları Komitesi (DAC) Üyesi ve Üyesi Olmayan Ülkelerin Bölgelere Yapmış Oldukları Resmi Yardımları .....	286
2.3. Kalkınma Yardımları Komitesi (DAC) Üyesi ve Üyesi Olmayan Ülkelerin Yıllara Göre Yapmış Oldukları Resmi Yardımları .....	290
2.4. Kalkınma Yardımları Komitesi (DAC) Üyesi Ülkelerin Orta Asya’ya Yönelik Resmi Yardımları .....	298
2.5. Türkiye’nin Orta Asya’ya Yönelik 1992- 2002 ve 2003-2013 Dönemleri Arası Resmi Yardımları .....	306

2.6. Kalkınma Yardımları Komitesi (DAC) Üyesi Ülkelerin Kırgızistan'a Yönelik Resmi Yardımları .....	307
--	-----

### **3. TÜRKİYE'NİN ORTA ASYA GENELİ KIRGIZİSTAN ÖZELİ JEOPOLİTİK**

<b>STRATEJİK PLANI .....</b>	<b>309</b>
------------------------------	------------

3.1. Bağımsızlık Sonrası Kırgızistan'ın Gelişim Parametreleri .....	314
---	-----

3.1.1. Kırgızistan'ın Sosyo-demografik Özellikleri.....	314
---	-----

3.1.2. Kırgızistan'ın Ekonomi-politik Yapısı .....	316
--	-----

3.1.2.1. Kırgızistan'ın Yakın Siyasal Devinimi.....	316
---	-----

3.1.2.2. Kırgızistan'ın Bağımsızlık Sonrası Sosyo-ekonomik Gelişimi.....	319
--	-----

3.1.2.3. Bağımsızlık ve Demokratik Yapılanma Döneminde Kırgızistan Basını .....	321
---	-----

3.1.2.4. Kırgızistan'da Uluslararası Sivil Toplum Kuruluşları.....	324
--	-----

3.2. Kırgızistan'da Türkiye Adına Kamu Diplomasisi Yürüten Kurum ve Kuruluşların Etkinlik Alanları .....	325
--	-----

3.2.1. Türkiye ile Kırgızistan Arasında Askeri ve Güvenlik Alanında İşbirliği.....	326
--	-----

3.2.2. Türkiye ile Kırgızistan Arasında Dini Hizmetler Alanında İşbirliği .....	328
---	-----

3.2.3. Türkiye ile Kırgızistan Arasında Ekonomik ve Ticari Alanlarda İşbirliği .....	333
--	-----

3.2.4. Türkiye ve Kırgızistan Arasında Eğitim Alanında İşbirliği.....	342
---	-----

3.2.4.1. Kırgızistan'da Çokkültürlü Yapı Ekseninde Eğitim Politikaları ve Planlaması.....	346
---	-----

3.2.4.2. Orta Asya'da İşbirliği Programları Çerçevesinde Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Açılımı .....	360
---	-----

### **4. ORTA ASYA'DA KALKINMA PROGRAMLARI ÇERÇEVESİNDE TÜRK İŞBİRLİĞİ VE KOORDİNASYON AJANSI BAŞKANLIĞI (TİKA)'NİN KIRGIZİSTAN AÇILIMI .....**

4.1. TİKA'nın Kırgızistan'a Yönelik Kalkınma Desteklerinin Kategorileri .....	363
---	-----

4.1.1. TİKA'nın Kırgızistan'da 2005-2010 Yılları Arası Faaliyet Analizi .....	363
---	-----

4.1.2. TİKA'nın Kırgızistan'da 2011-2012 Yılları Arası Faaliyet Analizi .....	369
---	-----

4.2. TİKA'nın Kırgızistan'da 2013-2014 Yılları Arası Faaliyet Analizi.....	378
--	-----



4.2.1. TİKA'nın Kırgızistan'da 2013 Yılı Faaliyet Analizi.....	378
4.2.2. TİKA'nın Kırgızistan'da 2014 Yılı Faaliyet Analizi.....	383
4.3. TİKA'nın Kırgızistan'a Yönelik Kalkınma Desteklerinin Sonuçları .....	388

## **BÖLÜM 4**

### **KIRGIZİSTAN'DA TÜRKİYE ALGISI ARAŞTIRMASI ÜZERİNDEN ÜLKE İMAJİ ANALİZİ**

<b>1. ALGININ KAVRAMSAL AÇILIMI</b> .....	392
1.1. Çeşitleri Açısından Algılama .....	393
<b>2. ALGI KURAMLARI</b> .....	394
2.1. Gestalt Kuramı ve İlkeleri.....	394
2.1.1. İz Kuramı .....	396
2.1.2. İçgörüsül Öğrenme.....	396
2.1.3. Üretici Düşünme .....	396
2.1.4. Pragnanz Üst Yasası .....	396
2.1.5. Algısal Örgütlenme İlkeleri .....	397
2.2. Kurgusal Yaklaşım .....	397
2.3. Öğrenme Yaklaşımı .....	398
<b>3. İLETİŞİMDE ALGI YÖNETİMİ</b> .....	399
3.1. Algı Yönetiminin Aşamaları.....	400
<b>4. TOPLUMSAL ALGI VE EĞİLİM ARAŞTIRMALARI</b> .....	401
4.1. Türkiye'nin Orta Asya'daki Sosyo-politik Konumu .....	401
4.2. Saha Çalışması Olarak Kırgızistan'da Türkiye Algısı Araştırması .....	402
4.2.1. Araştırmanın Bulguları ve Değerlendirmesi.....	405
4.2.1.1. Araştırmaya Katılanlarla İlgili Genel Bilgiler .....	405
4.2.1.2. Kırgızistan'da Türkiye Algısına İlişkin Değişkenlerin Tanımlayıcı İstatistik Bilgileri .....	407

4.2.1.3. Kişilik Özelliklerine İlişkin Değişkenler ile Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri Arasındaki İlişkilere Ait Bulgular .....	417
4.2.1.4. Türkiye'nin Siyasal, Ekonomik ve Yaşamsal/Gelişmişlik Değerlerine İlişkin Sorular ile Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri Arasındaki İlişkilere Ait Bulgular .....	429
4.2.1.5. Türk Menşeli Ürünlere İlişkin Sorular İle Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri Arasındaki İlişkilere Ait Bulgular .....	433
4.2.1.6. Turizm (Destinasyon) İmajına İlişkin Sorular ile Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri Arasındaki İlişkilere Ait Bulgular ....	439
4.2.1.7. Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi'ne İlişkin Sorular ile Katılımcıların Sosyo- Demografik Özellikleri Arasındaki İlişkilere Ait Bulgular .....	452
4.3. Kırgızistan Medyasında Türkiye Haberlerine Yönelik Basın Analizi.....	469
4.3.1. Türkiye ve Kırgızistan İlişkileri Bağlamında Çıkan Haberlerin Genel Değerlendirmesi .....	501
<b>SONUÇ VE ÖNERİLER.....</b>	<b>507</b>
<b>EKLER .....</b>	<b>529</b>
<b>KAYNAKÇA .....</b>	<b>546</b>

## ÖNSÖZ

Uluslararası stratejik iletişim yönetimi olarak kamu diplomasinin incelendiği tez çalışmasında, bu yeni diplomasi anlayışının ülke imajına katkıları da irdelenmiştir. Bu amaçla, uluslararası kamuoylarında olumlu imaj inşasını sağlayan ülke markalaması kavramından hareket edilmiştir. Bu aslında yeni bir kavram değildir, ancak bugün ele alındığı unsurları itibariyle yeni bir çerçeve sunmaktadır. Türkiye imajı da bu unsurlar çerçevesinde analiz edilmiştir. Bu analiz için tezin kapsamı da entelektüel çevrelerin Orta Asya'nın 'demokratik adası' olarak tanımladığı Kırgızistan ile sınırlandırılmıştır. Ayrıca, Türkiye'nin bağımsızlığından bu yana diğer Orta Asya ülkelerine göre Kırgızistan ile çok daha yoğun ekonomik ve sosyal işbirlikleri içerisinde bulunuyor olması da bu sınırlamada etkili olmuştur.

Aslında tezin en önemli özelliği kamu diplomasisindeki etkililik ile kalkınma yardımları arasında kurduğu korelasyondan kaynaklanmaktadır. Türkiye Orta Asya ülkeleri içerisinde en fazla Kırgızistan'a kalkınma yardımında bulunmaktadır. OECD bünyesinde 1960 yılında oluşturulan *Kalkınma Yardımları Komitesi* (Development Assistance Committee – DAC) iyi yönetim, çevresel sürdürülebilirlik, sosyal kalkınma, insan haklarına bağlılık, küresel bir işbirliği anlayışını geliştirmek amacıyla sistemin analizi, yönlendirilmesi ve yönetimi alanlarında gelişme sağlamak amacıyla görevlendirilmiş bulunmaktadır. Bugün itibariyle DAC'ın toplam 29 üyesi vardır. Türkiye de Kalkınma Yardımları Komitesinde gözlemci statüsünde yer almaktadır. Bu statüsüne karşın, 1992-2013 yılları arasında DAC üyesi ülkeler kadar Kırgızistan'a destekte bulunabilmiştir. İşte tezde bu altyapı üzerinden ülke imajı sondajına gidilmiş, elde edilen sonuçlar bu bağlamda irdelenmiştir. Bu korelatif çalışmayı ortaya koyarken yöntem olarak hem niceliksel hem de niteliksel paradigmadan yararlanılmıştır.

Akademik sürecin bu en zorlu aşamasını tamamlayabilmemde, öncelikle gerek teorik perspektifi irdelerken gerekse de araştırma bulgularını tartışırken çalışmaya büyük desteğini aktaran çok değerli Danışman Hocam Prof. Dr. Celalettin AKTAŞ'a, daha sonra özellikle kamu diplomasinin kavramsal açılımında teze sağladığı değerli katkıları için Tez İzleme Komitesi çok değerli Hocalarımdan Prof. Dr. Emine YAVAŞGEL'e, ve özellikle çalışmanın sistematüğünü kurgularken gösterdiği büyük destek için yine Tez İzleme Komitesi çok değerli Hocalarımdan Doç. Dr. Zeliha HEPKON'a, taşıdığı vizyon ile çalışmamda açtığı ufuk için İstanbul Ticaret Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanı çok değerli Hocam Prof. Dr. Mete ÇAMDERELİ'ye, ve ayrıca tezimin empirik analizinde gösterdiği büyük yol göstericiliği için Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nden çok değerli Hocam Doç. Dr. Tuncer ÖZDİL'e, ayrıca nitel araştırma verileri için sağladıkları çok önemli katkılar adına Türkiye Cumhuriyeti Bışkek Büyükelçiliği Basın Müşaviri değerli Murat SÖZER'e, ve yine Büyükelçiliğin Eğitim, Ticaret, Din Hizmetleri Müşavirliği ile Askeri Ateşeliğine, ayrıca yine aynı şekilde gösterdikleri destek adına T. C. Başbakanlık Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı (TİKA) Bışkek Koordinatörlüğüne, KT Manas Üniversitesi'nde bugüne kadar akademik gelişimime katkıda bulunmuş tüm değerli Hocalarıma ve kıymetli çalışma arkadaşlarıma, ve de tüm çabalarımda o çok değerli manevi desteklerini hep yanımda hissettiğim değerli aileme ayrı ayrı teşekkür eder, en derin saygılarımı sunarım.

## ÖZET

Türkiye'nin Orta Asya'da yürüttüğü kamu diplomasisini incelemeyi ve elde edilecek bulgular aracılığıyla Türkiye'nin bu bölgeye yönelik kamu diplomasisinin modelini ortaya çıkarmayı hedefleyen tez çalışması, tüm bu incelemeleri beraberinde kamu diplomasisi faaliyetlerinin Türkiye'nin imajına ne ölçüde etkide bulunduğuna ilişkin bir sondajı da amaç edinmiş bulunmaktadır. Belirlenen bu amaç ve hedeflere ulaşabilmek için öncelikle çalışma kapsamında bir sınırlamaya gidilmiş ve örneklem olarak Orta Asya'da Türkiye ile oldukça yoğun kültürel ve ekonomik ilişkileri bulunduğu için Kırgızistan seçilmiştir.

Tezde amaca yönelik olarak hem niteliksel hem de niceliksel araştırma yöntemlerinden yararlanılmıştır. Türkiye'nin Kırgızistan'da yürüttüğü kamu diplomasisi niteliksel yöntemlerle (gözlem, görüşme, basına analizi vb.) tespit edilmiştir. Türkiye algısını saptamaya yönelik niceliksel araştırmada ise ülke markası sorgulamalarında dünyada en kabul gören araştırmacısı Simon Anholt'un '*ülke marka değeri*'ni saptamaya hizmet eden değişkenleri üzerinden anket formu oluşturulmuştur. Anketin İlk kısımda katılımcıların '*sosyo-demografik özellikleri*', ikinci kısımda da '*Türk imajı*' (ülke insanı dokusu, temel karakteristik özellikleri vb.) ve '*Genel Türkiye imajı*' (ülkenin demografisi, değerleri, tarihi bağları, Türkiye'nin yönetim biçimi, demokrasi ve insan hakları anlayışı, dış ilişkileri, medya gücü, ticaret ve iş dünyası, yatırım gücü, istihdam gücü, kalkınma yardımları, teknolojik gelişmişliği, ürün ve destinasyon imajı vb.) sorgulanmıştır. Ve algı araştırmasıyla karşılaştırmak üzere Kırgızistan medyasında Türkiye'nin nasıl haberleştirildiğini saptamaya yönelik içerik/basın analiziyle de veri elde edilmiştir.

Tüm bu sondajların ardından Türkiye'nin Kırgızistan'da yürütmekte olduğu stratejik iletişiminin yoğun ve etkili olduğu görülmüştür. Özellikle de, diğer Orta Asya ülkelerine oranla Kırgızistan'da farklı kurum ve kuruluşlarca yürütülmekte olan kamu diplomasisine yönelik etkinlik skalasının oldukça geniş olduğu anlaşılmıştır. Böylelikle, "*Etkili stratejik iletişim yönetimi olarak kamu diplomasisi faaliyetleri dış ülkelerde algıyı olumlu etkilemektedir*" hipotezi doğrulanmıştır. Dolayısıyla, Türkiye'nin Kırgızistan'da yürütmüş olduğu uluslararası stratejik halkla ilişkiler çerçevesinde imajının olumlu olduğu tespit edilmiştir. Ancak, yatırım gücüne karşın imaj değerinin aynı ölçülerde saptanmamış olmasından dolayı Kırgızistan'da Türkiye ile ilgili farkındalığın artırılması gerekliliği sonucuna varılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Uluslararası Stratejik İletişim, Kamu Diplomasisi, Algı Yönetimi, Ülke İmajı, Türkiye, Orta Asya, Kırgızistan

## **ABSTRACT**

This PhD dissertation aims to research a public diplomacy of Turkey Republic in Central Asia and afterwards to reveal the public diplomacy model in this region. In the light of findings of dissertation it is intended to display to what extent the impact of public diplomacy activities on Turkey Republic image. In order to achieve these goals and objectives, principally the limitations of the scope of work were determined, and among other Central Asian countries the Kyrgyz Republic was selected as a research sample because of quite intense cultural and economic relations between two countries.

In the dissertation both qualitative and quantitative research methods were benefited. The public diplomacy of Turkey in Kyrgyzstan was identified by qualitative methods like observation, interviews, media analysis and so on. In quantitative research aiming to determine the perceptions on Turkey as a scale was selected *Simon Anholt's* questionnaire form. It is one of the most recognized scales in the world used to determine the country brand value. The scale consists of three parts. The first part is addressed to participant's socio-demographic characteristics. The second part is related with an image of Turks (main characteristics and personality of Turk people). The third part is addressed on the general image of Turkey (demography of the country, values, historical background, form of administration, democracy and human rights approach, international relations, media, trade and business investment, employment issues, development aids, technological development, product and destination image, etc.). Besides comparative media content analysis was done to determine how Turkey is proceeding in Kyrgyzstan media.

After all these above-mentioned it is possible to conclude that strategic communication of Turkey in Kyrgyzstan is intense and effective. In particular, in comparison to other Central Asian countries in Kyrgyzstan the scale of public diplomacy activities carried out by different institutions and organizations proved to be quite large. Thus, the hypothesis on "Public diplomacy activities as an effective strategic communication way positively affects the country perception in foreign countries" was accepted. Thus, it was found that within the framework of international strategic public relations in Kyrgyzstan, Turkey has a positive image. However despite investment intense and volume done to Kyrgyzstan, country image awareness of Turkey in Kyrgyzstan is not proportional. It is concluded to stress on increasing of this awareness.

**Keywords:** International Strategic Communication, Public Diplomacy, Perception Management, Country Image, Turkey, Central Asia, Kyrgyzstan

## TABLO LİSTESİ

<b>Tablo 1.</b> Halkla İlişkiler Stratejik Yönetimi.....	61
<b>Tablo 2.</b> Eski ve Yeni Kamu Diplomasisinin Farklı Özellikleri.....	178
<b>Tablo 3.</b> Geleneksel ve 21. Yüzyıl Kamu Diplomasisinin Karşılaştırması.....	180
<b>Tablo 4.</b> DAC Üyesi ve Üyesi Olmayan Donörlerin 1992-2002 Yılları Arası Yaptığı Toplam Resmi Yardımlar (Milyon US Dolar) .....	284
<b>Tablo 5.</b> DAC Üyesi ve Üyesi Olmayan Donörlerin 2003-2013 Yılları Arası Yaptığı Toplam Resmi Yardımlar(Milyon US Dolar) .....	285
<b>Tablo 6.</b> DAC Üyesi Donörlerin 1992-2002 Yılları Arası Bölgelere Yapmış Oldukları Resmi Kalkınma Yardımlarının Dağılımı (Milyon US Dolar) .....	286
<b>Tablo 7.</b> DAC Üyesi Donörlerin 2003-2013 Yılları Arası Bölgelere Yapmış Oldukları Resmi Kalkınma Yardımlarının Dağılımı (Milyon US Dolar) .....	287
<b>Tablo 8.</b> DAC Üyesi Olmayan Donörlerin 1992-2002 Yılları Arası Bölgelere Yapmış Oldukları Resmi Kalkınma Yardımlarının Dağılımı (Milyon US Dolar).....	288
<b>Tablo 9.</b> DAC Üyesi Olmayan Donörlerin 2003-2013 Yılları Arası Bölgelere Yapmış Oldukları Resmi Kalkınma Yardımlarının Dağılımı (Milyon US Dolar).....	289
<b>Tablo 10.</b> DAC Üyesi Donörlerin 1992-2002 Yılları Arası Yıllara Göre Yapmış Oldukları Resmi Kalkınma Yardımlarının Dağılımı (Milyon US Dolar).....	290
<b>Tablo 11.</b> DAC Üyesi Donörlerin 2003-2013 Yılları Arası Yapmış Oldukları Yıllara Göre Kalkınma Yardımlarının Dağılımı (Milyon US Dolar) .....	293
<b>Tablo 12.</b> DAC Üyesi Olmayan Donörlerin 1992-2002 Yılları Arası Yapmış Oldukları Yıllara Göre Kalkınma Yardımlarının Dağılımı(Milyon US Dolar).....	295
<b>Tablo 13.</b> DAC Üyesi Olmayan Donörlerin 2003-2013 Yılları Arası Yapmış Oldukları Yıllara Göre Kalkınma Yardımlarının Dağılımı (Milyon US Dolar).....	296
<b>Tablo 14.</b> Amerika Birleşik Devletleri'nin Orta Asya'ya Yönelik Resmi Yardımları.....	298
<b>Tablo 15.</b> Almanya'nın Orta Asya'ya Yönelik Resmi Yardımları.....	299
<b>Tablo 16.</b> Fransa'nın Orta Asya'ya Yönelik Resmi Yardımları.....	300
<b>Tablo 17.</b> Kanada'nın Orta Asya'ya Yönelik Resmi Yardımları .....	301
<b>Tablo 18.</b> İngiltere'nin Orta Asya'ya Yönelik Resmi Yardımları.....	302
<b>Tablo 19.</b> İsveç'in Orta Asya'ya Yönelik Resmi Yardımları.....	303
<b>Tablo 20.</b> Norveç'in Orta Asya'ya Yönelik Resmi Yardımları.....	304
<b>Tablo 21.</b> Japonya'nın Orta Asya'ya Yönelik Resmi Yardımları .....	305
<b>Tablo 22.</b> Türkiye'nin Orta Asya'ya Yönelik Resmi Yardımları.....	306
<b>Tablo 23.</b> Türkiye'nin 1992-2013 Genel Yardımları ve Kırgızistan'ın Bu Yardımlardaki Yeri.....	307
<b>Tablo 24.</b> DAC Üyesi Ülkelerin Kırgızistan'a Yönelik Resmi Yardımları.....	307
<b>Tablo 25.</b> Temel Karakteristikleri Açısından Eski ve Yeni Ekonomi Dinamikleri.....	308
<b>Tablo 26.</b> 2013 Bütçe Dökümü .....	313

<b>Tablo 27.</b> Türkiye-Kırgızistan Arasındaki Ticaret Değerleri .....	337
<b>Tablo 28.</b> Kırgızistan'ın Yıllara Göre Dış Ticaret Değerleri.....	339
<b>Tablo 29.</b> Kırgızistan'ın Ülkelere Göre İthalat Değerleri.....	340
<b>Tablo 30.</b> Kırgızistan'ın Ülkelere Göre İhracat Değerleri.....	340
<b>Tablo 31.</b> Kırgızistan'a Yıllara Göre Doğrudan Yapılan Yabancı Yatırımlar .....	341
<b>Tablo 32.</b> Sovyet Dönemi ve Sonrası (1950-2002) Okul ve Öğrenci Sayısı .....	350
<b>Tablo 33.</b> 2006-2012 Yılları Arasında Kırgızistan Genelinde Ortaöğretimde Okul Sayılarının Durumu (Bölgelere Göre) .....	351
<b>Tablo 34.</b> 2006-2012 Yılları Arasında Kırgızistan Genelinde Ortaöğretimde Eğitim Gören Öğrenci Sayısı (Bölgelere Göre) .....	352
<b>Tablo 35.</b> 2006-2012 Yıllarında Ortaöğretimde Okul Sayısı (Eğitim Diline Göre).....	353
<b>Tablo 36.</b> 2006-2012 Yıllarında Ortaöğretimde Eğitim Gören Öğrenci Sayısı (Eğitim Diline Göre) .....	353
<b>Tablo 37.</b> 2006-2012 Yıllarında Ortaöğretimde İki ve Daha Fazla Dilde Eğitim Veren Okulların Dağılımı .....	354
<b>Tablo 38.</b> 2006-2012 Yıllarında İki ve Daha Fazla Dilde Eğitim Veren Okullardaki Öğrencilerin Dağılımı .....	355
<b>Tablo 39.</b> 2006-2012 Yıllarında Bir Dilde Eğitim Veren Devlet Okullarının Eğitim Dillerine Göre Dağılımı .....	356
<b>Tablo 40.</b> 2006-2012 Yıllarında Ortaöğretimde Bir Dilde Eğitim Veren Devlet Okullarındaki Öğrenci Dağılımı .....	356
<b>Tablo 41.</b> 2006-2012 Yıllarında Ortaöğretimde İki ve Daha Fazla Dilde Eğitim Veren Devlet Okullarının Dağılımı .....	357
<b>Tablo 42.</b> 2006-2012 Yıllarında Ortaöğretimde İki ve Daha Fazla Dilde Eğitim Veren Devlet Okullarındaki Öğrenci Dağılımı.....	358
<b>Tablo 43.</b> Bir Dilde Eğitim Veren Özel Okulların Dağılımı .....	358
<b>Tablo 44.</b> Bir Dilde Eğitim Veren Özel Okullardaki Öğrenci Dağılımı.....	359
<b>Tablo 45.</b> İki ve Daha Fazla Dilde Eğitim Veren Özel Okulların Dağılımı .....	359
<b>Tablo 46.</b> İki ve Daha Fazla Dilde Eğitim Veren Özel Okullardaki Öğrenci Dağılımı.....	360
<b>Tablo 47.</b> TİKA'nın Kırgızistan'da Uzman Eğitimi Çalışmaları .....	363
<b>Tablo 48.</b> TİKA'nın Kırgızistan'da Eğitim/Öğretime Katkı Çalışmaları.....	365
<b>Tablo 49.</b> TİKA'nın Kırgızistan'da Kültürel Gelişime Katkı Çalışmaları .....	366
<b>Tablo 50.</b> TİKA'nın Kırgızistan'da Malzeme ve Ekipman (Sosyal Altyapı) Desteği.....	367
<b>Tablo 51.</b> 2005-2010 Yılları Arası TİKA Kırgızistan Açılımı .....	369
<b>Tablo 52.</b> TİKA'nın Kırgızistan'da Uzman Eğitimi Çalışmaları .....	370
<b>Tablo 53.</b> TİKA'nın Kırgızistan'da Eğitim/Öğretime Katkı Çalışmaları.....	370
<b>Tablo 54.</b> TİKA'nın Kırgızistan'da Kültürel Gelişime Katkı Çalışmaları .....	372
<b>Tablo 55.</b> TİKA'nın Kırgızistan'da Malzeme ve Ekipman (Sosyal Altyapı) Desteği.....	373
<b>Tablo 56.</b> 2011 Yılı TİKA Kırgızistan Açılımı .....	374

<b>Tablo 57.</b> TİKA'nın Kırgızistan'da Uzman Eğitim Çalışmaları .....	374
<b>Tablo 58.</b> TİKA'nın Kırgızistan'da Eğitim /Öğretime Katkı Çalışmaları.....	375
<b>Tablo 59.</b> TİKA'nın Kırgızistan'da Kültürel Gelişime Katkı Çalışmaları .....	375
<b>Tablo 60.</b> TİKA'nın Kırgızistan'da Malzeme ve Ekipman (Sosyal Altyapı) Desteği.....	376
<b>Tablo 61.</b> 2012 Yılı TİKA Kırgızistan Açılımı .....	377
<b>Tablo 62.</b> 2013 Yılı TİKA'nın Kırgızistan'da Uzman Eğitimi Çalışmaları .....	378
<b>Tablo 63.</b> TİKA'nın Kırgızistan'da Eğitim/Öğretime Katkı Çalışmaları.....	379
<b>Tablo 64.</b> TİKA'nın Kırgızistan'da Kültürel Gelişime Katkı Çalışmaları .....	380
<b>Tablo 65.</b> TİKA'nın Kırgızistan'da Malzeme ve Ekipman (Sosyal Altyapı) Desteği.....	381
<b>Tablo 66.</b> 2013 Yılı TİKA Kırgızistan Açılımı .....	382
<b>Tablo 67.</b> TİKA'nın Kırgızistan'da Uzman Eğitimi Çalışmaları .....	383
<b>Tablo 68.</b> TİKA'nın Kırgızistan'da Eğitim/Öğretime Katkı Çalışmaları.....	384
<b>Tablo 69.</b> TİKA'nın Kırgızistan'da Kültürel Gelişime Katkı Çalışmaları .....	385
<b>Tablo 70.</b> TİKA'nın Kırgızistan'da Malzeme ve Ekipman (Sosyal Altyapı) Desteği.....	386
<b>Tablo 71.</b> 2014 Yılı TİKA Kırgızistan Açılımı .....	387
<b>Tablo 72.</b> TİKA'nın Kırgızistan'da 1992-2014 Yılları Arası Harcamaları .....	391
<b>Tablo 73.</b> Güvenilirlik Analizi .....	404
<b>Tablo 74.</b> Araştırmaya Katılanlarla İlgili Tanıtıcı Bilgilere İlişkin Frekans ve Yüzde Dağılımları.....	405
<b>Tablo 75.</b> Türklerin Kişilik Özelliklerine Ait Soruların Tanımlayıcı İstatistikleri ve Kararsız Seçeneği (4 )'e Göre Farklılıkları.....	414
<b>Tablo 76.</b> Türk Arkadaşı Olma Durumuna Göre Türklerin Kişilik Özelliklerine Ait Soruların Varyans Analizi (Anova) .....	418
<b>Tablo 77.</b> Türkiye'ye Gitme Durumuna Göre Türklerin Kişilik Özelliklerine Ait Soruların Varyans Analizi (Anova) .....	419
<b>Tablo 78.</b> Katılımcıların, Aşağıdaki (Siyasal, Ekonomik ve Yaşamsal/Gelişmişlik) Değerleri Türkiye İle Ne Derece Özdeşleştirdiklerine İlişkin Soruların Tanımlayıcı İstatistikleri ve Kararsız Seçeneği (4 )'e Göre Farklılıkları.....	425
<b>Tablo 79.</b> Türkiye'ye Gitme Durumuna Göre Türkiye ile Özdeşleştirilen Özelliklere Ait Soruların Varyans Analizi (Anova) .....	430
<b>Tablo 80.</b> Katılımcıların, Türk Menşeli Ürünler Hakkındaki Düşüncelerine İlişkin Soruların Tanımlayıcı İstatistikleri ve Kararsız Seçeneği (4 )'e Göre Farklılıkları .....	431
<b>Tablo 81.</b> Türkçeyi Bilme Durumuna Göre Türk Menşeli Ürünlerin Özelliklerine Ait Soruların Varyans Analizi (Anova) .....	434
<b>Tablo 82.</b> Türkiye'ye Gitme Durumuna Göre Türk Menşeli Ürünlerin Özelliklerine Ait Soruların Varyans Analizi (Anova) .....	435
<b>Tablo 83.</b> Katılımcıların, Türkiye'nin Turizm (Destinasyon) İmajı Hakkındaki Düşüncelerine İlişkin Soruların Tanımlayıcı İstatistikleri ve Kararsız Seçeneği (4 )'e Göre Farklılıkları .....	437
<b>Tablo 84.</b> Türkçeyi Bilme Durumuna Göre Türkiye'nin Turizm (Destinasyon) İmajına İlişkin Soruların Varyans Analizi (Anova) .....	440



<b>Tablo 85.</b> Türkiye'ye Gitme Durumuna Göre Türkiye'nin Turizm (Destinasyon) İmajına İlişkin Soruların Varyans Analizi (Anova) .....	441
<b>Tablo 86.</b> Katılımcıların Yaşlarına Göre Türkiye'nin siyasi, ekonomik, askeri, kültürel ve eğitim alanlarında Kırgızistan'da ne derece etkili olup olmadığına ilişkin Değerlendirmelerin Farklılaşması(%).....	444
<b>Tablo 87.</b> Katılımcıların Türkçe Bilme Durumlarına Göre Türkiye'nin siyasi, ekonomik, askeri, kültürel ve eğitim alanlarında Kırgızistan'da ne derece etkili olup olmadığına ilişkin Değerlendirmelerin Farklılaşması(%).....	444
<b>Tablo 88.</b> Katılımcıların Türkiye'ye Gitme Durumuna Göre Türkiye'nin siyasi, ekonomik, askeri, kültürel ve eğitim alanlarında Kırgızistan'da ne derece etkili olup olmadığına ilişkin Değerlendirmelerin Farklılaşması(%).....	445
<b>Tablo 89.</b> Katılımcıların Türkçe bilme durumuna göre Türkiye'nin Aşağıdaki alanlarda Kırgızistan'a Yönelik Yapmış Olduğu Faaliyetler ile İlgili Düşüncelerinizi Olumluluk/olumsuzluk Derecesine ilişkin Değerlendirmelerin Farklılaşması(%) .....	446
<b>Tablo 90.</b> Katılımcıların Türkiye'ye Gitme Durumuna Göre Türkiye'nin Siyasi, Ekonomik, Askeri, Kültürel ve Eğitim Alanlarında Kırgızistan'da Ne Derece Etkili Olup Olmadığına İlişkin Değerlendirmelerin Farklılaşması(%).....	447
<b>Tablo 91.</b> Katılımcıların Türkçe Bilme Durumuna Göre Kırgızistan'da, Türkiye Adına Faaliyette Bulunan Türk Kamu Kurumlarının Faaliyetleri Hakkında Bilgi Sahibi Olma Durumlarına ilişkin Değerlendirmelerin Farklılaşması(%) .....	448
<b>Tablo 92.</b> Katılımcıların, Kırgızistan'da Eğitim Faaliyetinde Bulunan Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi İle İlgili Aşağıdaki İfadeler Hakkındaki Değerlendirmelerine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikleri Ve Kararsız Seçeneği ( 4 )'E Göre Farklılıkları.....	451
<b>Tablo 93.</b> Türkçeyi Bilme Durumuna Göre Kırgızistan'da Eğitim Faaliyetinde Bulunan Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi'ne Ait Soruların Varyans Analizi (Anova).....	453
<b>Tablo 94.</b> Katılımcıların Bir Türk Arkadaşı Olma Durumuna Göre Kırgızistan'da Eğitim Faaliyetinde Bulunan Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi'ne Ait Soruların Varyans Analizi (Anova) .....	454
<b>Tablo 95.</b> Katılımcıların Türkçe Bilme Düzeylerine Göre, Kırgızistan'da En Fazla Yatırımları Bulunan Aşağıdaki Türkiye Menşeli İşletmelerin Çalışmalarını Ne Derece Olumlu/Olumsuz Bulduklarına İlişkin Değerlendirmelerin Farklılaşması(%).....	458
<b>Tablo 96.</b> Katılımcıların Türk Arkadaşı Olma Durumuna Göre Kırgızistan'da, Türkiye Adına Faaliyette Bulunan Türk Kamu Kurumlarının Faaliyetleri Hakkında Bilgi Sahibi Olma Durumlarına İlişkin Değerlendirmelerin Farklılaşması(%).....	458
<b>Tablo 97.</b> Sosyo-Ekonomik İçerikli Haberler .....	472
<b>Tablo 98.</b> Sosyo-Kültürel İçerikli Haberler.....	479
<b>Tablo 99.</b> Siyasal İçerikli Haberler .....	482
<b>Tablo 100.</b> Eğitim Alanına İlişkin Haberler.....	486
<b>Tablo 101.</b> Güvenlik Alanına İlişkin Haberler .....	490
<b>Tablo 102.</b> Sağlık İçerikli Haberler.....	493
<b>Tablo 103.</b> Diplomatik Alana İlişkin Haberler.....	496
<b>Tablo 104.</b> Turizm Alanına İlişkin Haberler .....	497

<b>Tablo 105.</b> Din Alanına İlişkin Haberler.....	498
<b>Tablo 106.</b> Kırgızistan Medyasında Türkiye Vatandaşlarına İlişkin Haberler.....	499
<b>Tablo 107.</b> Türkiye-Kırgızistan İlişkileri Bağlamında Çıkan Haberlere İlişkin Sayısal Sonuçlar .....	501

## **GRAFİK LİSTESİ**

<b>Grafik 1.</b> DAC Üyesi ve Üyesi Olmayan Donörlerin 1992-2002 Yılları Arası Yaptığı Toplam Resmi Yardımlar .....	284
<b>Grafik 2.</b> DAC Üyesi ve Üyesi Olmayan Donörlerin 2003-2013 Yılları Arası Yaptığı Toplam Resmi Yardımlar .....	285
<b>Grafik 3.</b> Bölgelere 1992-2002 Yılları arası Yapılan Toplam Yardımın Dağılımı (Milyon \$).....	287
<b>Grafik 4.</b> Bölgelere 2003-2013 Yılları arası Yapılan Toplam Yardımın Dağılımı (Milyon \$).....	288
<b>Grafik 5.</b> Bölgelere 1992-2002 Yılları arası Yapılan Toplam Yardımın Dağılımı (Milyon \$) .....	289
<b>Grafik 6.</b> Bölgelere 2003-2013 Yılları arası Yapılan Toplam Yardımın Dağılımı (Milyon \$) .....	290
<b>Grafik 7.</b> Donör Ülkelerin 1992-2002 Yılları arası Toplam Yardımlarının Dağılımı (Milyon \$).....	292
<b>Grafik 8.</b> Donör Ülkelerin 2003-2013 Yılları arası Toplam Yardımlarının Dağılımı (Milyon \$).....	294
<b>Grafik 9.</b> DAC Üyesi Olmayan Donör Ülkelerin 1992-2002 Yılları arası Toplam Yardımlarının Dağılımı (Milyon\$).....	296
<b>Grafik 10.</b> DAC Üyesi Olmayan Donör Ülkelerin 2003-2013 Yılları arası Toplam Yardımlarının Dağılımı (Milyon \$) .....	297
<b>Grafik 11.</b> Amerika'nın Orta Asya Ülkelerine 1992-2013 Yılları arası Yardımlarının Dağılımı .....	298
<b>Grafik 12.</b> Almanya'nın Orta Asya Ülkelerine 1992-2013 Yılları arası Yardımlarının Dağılımı.....	299
<b>Grafik 13.</b> Fransa'nın Orta Asya Ülkelerine 1992-2013 Yılları arası Yardımlarının Dağılımı.....	300
<b>Grafik 14.</b> Kanada'nın Orta Asya Ülkelerine 1992-2013 Yılları arası Yardımlarının Dağılımı .....	301
<b>Grafik 15.</b> İngiltere'nin Orta Asya Ülkelerine 1992-2013 Yılları arası Yardımlarının Dağılımı.....	302
<b>Grafik 16.</b> İsveç'in Orta Asya Ülkelerine 1992-2013 Yılları arası Yardımlarının Dağılımı.....	303
<b>Grafik 17.</b> Norveç'in Orta Asya Ülkelerine 1992-2013 Yılları arası Yardımlarının Dağılımı .....	304
<b>Grafik 18.</b> Japonya'nın Orta Asya Ülkelerine 1992-2013 Yılları arası Yardımlarının Dağılımı .....	305
<b>Grafik 19.</b> Türkiye'nin Orta Asya Ülkelerine 1992-2013 Yılları arası Yardımlarının Dağılımı.....	306
<b>Grafik 20.</b> Donörlerin 1992-2013 Yılları Arası Kırgızistan'a Yapmış Oldukları Resmi Yardımların Dağılımı .....	308
<b>Grafik 21.</b> Türkiye ve Kırgızistan'ın İkili Ticaretinin Gelişimi (Bin Dolar) .....	336
<b>Grafik 22.</b> Kırgızistan'da 2006-2012 Yılları Arasında Ortaöğretim Kurumlarının Bölgelere Göre Dağılımı.....	351
<b>Grafik 23.</b> Kırgızistan'da 2006-2012 Yılları Arasında Ortaöğretimde Eğitim Gören Öğrencilerin Bölgelere Göre Dağılımı .....	352
<b>Grafik 24.</b> Kategorilere Göre 2005- 2014 Yılları Arası TİKA'nın Kırgızistan Faaliyet Oranları .....	387
<b>Grafik 25.</b> Katılımcıların Türkler Hakkındaki Bilgi Seviyesine İlişkin Ortalama Katılım Düzeyi(%).....	408
<b>Grafik 26.</b> Katılımcıların, Cinsiyete Göre Türkler Hakkındaki Bilgi Seviyesinin Farklılaşması(%) .....	408

<b>Grafik 27.</b> Katılımcıların, Türkçeyi Bilme Düzeyine Göre Türkler Hakkındaki Bilgi seviyesinin Farklılaşması(%) .....	408
<b>Grafik 28.</b> Katılımcıların, Türkiye'ye Gitme Durumuna Göre Türkler Hakkındaki Bilgi seviyesinin Farklılaşması(%) .....	409
<b>Grafik 29.</b> Katılımcıların, Türk Arkadaşı Olma Durumuna Göre Türkler Hakkındaki Bilgi seviyesinin Farklılaşması(%) .....	410
<b>Grafik 30.</b> Katılımcıların Türkler ile ilgili olumluluk/olumsuzluk düzeyine İlişkin Ortalama Katılım Düzeyi(%) .....	411
<b>Grafik 31.</b> Katılımcıların Cinsiyetine Göre Türkler ile İlgili Olumluluk/Olumsuzluk Düzeyinin Farklılaşması(%) .....	411
<b>Grafik 32.</b> Katılımcıların Türkçeyi Bilme Düzeyine Göre Türkler ile İlgili Olumluluk/Olumsuzluk Düzeyinin Farklılaşması(%).....	412
<b>Grafik 33.</b> Katılımcıların Türkiye'ye Gitme Durumuna Göre Türkler ile İlgili Olumluluk/Olumsuzluk Düzeyinin Farklılaşması(%).....	412
<b>Grafik 34.</b> Katılımcıların, Türk Arkadaşı Olma Durumuna Göre Türkler ile İlgili Olumluluk/Olumsuzluk Düzeyinin Farklılaşması(%).....	413
<b>Grafik 35.</b> Katılımcıların Türklerin Hangi Kültüre Daha Yakın Olduğunu Düşünüyorsunuz Sorusuna İlişkin Değerlendirmeleri .....	414
<b>Grafik 36.</b> Katılımcıların, Türkiye Hakkındaki Bilgi Seviyesine İlişkin Ortalama Katılım Düzeyi (%).....	420
<b>Grafik 37.</b> Katılımcıların Cinsiyetine Göre Türkiye Hakkındaki Bilgi Seviyesinin Farklılaşması(%).....	421
<b>Grafik 38.</b> Katılımcıların Türkçeyi Bilme Düzeyine Göre Türkiye Hakkındaki Bilgi Seviyesinin Farklılaşması (%) .....	421
<b>Grafik 39.</b> Katılımcıların Türkiye'ye Gitme Durumuna Göre Türkiye Hakkındaki Bilgi Seviyesinin Farklılaşması(%) .....	422
<b>Grafik 40.</b> Katılımcıların, Türkiye Nüfusunun Çoğunluğunun Sahip Olduğunu Düşündüğünüz İnanç Türünü İşaretleyiniz Sorusuna İlişkin Değerlendirmeleri .....	423
<b>Grafik 41.</b> Katılımcıların, Türkiye'yi Hangi Coğrafi Bölge İçerisine Dahil Edersiniz Sorusuna İlişkin Değerlendirmeleri .....	423
<b>Grafik 42.</b> Katılımcıların, Türkiye İle İlgili Sizi En Çok Etkileyen Durum/Olayları Belirtiniz Sorusuna İlişkin Değerlendirmeleri .....	424
<b>Grafik 43.</b> Katılımcıların, Türkiye ile ilgili yargılarınızda aşağıdaki bilgi kaynakları hangi ölçüde etkili/etkisiz olmuştur sorusuna ilişkin değerlendirmeleri(%)	
<b>Grafik 44.</b> Katılımcıların, Kırgızistan'da, Türkiye'nin Aşağıdaki Alanlarda Ne Derece Etkili/Etkisiz Olduğuna İlişkin Ortalama Katılım Düzeyi(%) .....	442
<b>Grafik 45.</b> Katılımcıların, Türkiye'nin Aşağıdaki alanlarda Kırgızistan'a Yönelik Yapmış Olduğu Faaliyetler ile İlgili Düşüncelerinizi Olumluluk/olumsuzluk Derecesine Göre Belirtiniz sorusuna İlişkin Katılım Düzeyleri(%) .....	443
<b>Grafik 46.</b> Katılımcıların, Kırgızistan'da, Türkiye Adına Faaliyette Bulunan Aşağıdaki Türk Kamu Kurumlarının Faaliyetleri Hakkında Ne Kadar Bilgi Sahibisiniz Sorusuna İlişkin Katılım Düzeyleri(%) .....	445

<b>Grafik 47.</b> Katılımcıların, Kırgızistan’da Türkiye Adına Faaliyette Bulunan Türk İşbirliği Ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı (TIKA)’Nın Çalışmaları Hakkında Bilgi Sahibi İseniz Ne Derece Olumlu/Olumsuz Bulduğunuzu Belirtiniz Sorusuna Katılım Düzeyleri(%) .....	449
<b>Grafik 48.</b> Katılımcıların, Kırgızistan’da Eğitim Faaliyetinde Bulunan Türk Kamu Eğitim Kurumlarının Çalışmaları Hakkında Bilgi Sahibi İseniz Ne Derece Olumlu/Olumsuz Bulduğunuzu Belirtiniz Sorusuna Katılım Düzeyleri(%) .....	450
<b>Grafik 49.</b> Katılımcıların, Kırgızistan’da Eğitim Faaliyetinde Bulunan Kırgız-Türk Özel ve Vakıf Eğitim Kurumlarının Çalışmaları Hakkında Bilgi Sahibi İseniz Ne Derece Olumlu/Olumsuz Bulduğunuzu Belirtiniz Sorusuna Katılım Düzeyleri(%).....	456
<b>Grafik 50.</b> Katılımcıların, Kırgızistan’da En Fazla Yatırımları Bulunan Aşağıdaki Türkiye Menşeli İşletmeler Hakkında Bilgi Sahibi İseniz Çalışmalarını Ne Derece Olumlu/Olumsuz Bulduğunuzu Belirtiniz Sorusuna Katılım Düzeyleri(%).....	457
<b>Grafik 51.</b> Katılımcıların, Aşağıdaki Ülkelere Karşı Sempatini Olumluluk/Olumsuzluk Derecelerine Göre Belirtiniz Sorusuna İlişkin Katılım Düzeyleri(%).....	459
<b>Grafik 52.</b> Katılımcıların Cinsiyetine Göre Türkiye’ye Karşı Sempati Düzeyinin Farklılaşması(%) .....	459
<b>Grafik 53.</b> Katılımcıların Türkçe Bilme Durumuna Göre Türkiye’ye Karşı Sempati Düzeyinin Farklılaşması(%) .....	460
<b>Grafik 54.</b> Katılımcıların Türkiye’ye Gitme Durumuna Göre Türkiye’ye Karşı Sempati Düzeyinin Farklılaşması(%) .....	461
<b>Grafik 55.</b> Türkiye’ye Karşı Sempati Düzeyinin Katılımcıların Yaşlarına Göre Farklılaşması(%) .....	462
<b>Grafik 56.</b> Katılımcıların, Aşağıdaki Ülkelerin Kırgızistan İle İlişkilerinde Ne Kadar Dostça Davrandığı İle İlgili Düşüncelerinizi Olumluluk/Olumsuzluk Derecelerine Göre Belirtiniz Sorusuna İlişkin Katılım Düzeyleri(%).....	462
<b>Grafik 57.</b> Türkiye’nin Kırgızistan İle İlişkilerinde Ne Kadar Dostça Davrandığına Dair Değerlendirme Düzeyinin Katılımcıların Cinsiyetine Göre Farklılaşması(%) .....	463
<b>Grafik 58.</b> Türkiye’nin Kırgızistan İle İlişkilerinde Ne Kadar Dostça Davrandığına Dair Değerlendirme Düzeyinin Katılımcıların Türkçe Bilme Durumlarına Göre Farklılaşması(%) .....	464
<b>Grafik 59.</b> Türkiye’nin Kırgızistan İle İlişkilerinde Ne Kadar Dostça Davrandığına Dair Değerlendirme Düzeyinin Katılımcıların Türkiye’ye Gitme Durumlarına Göre Farklılaşması(%).....	465
<b>Grafik 60.</b> Türkiye’nin Kırgızistan İle İlişkilerinde Ne Kadar Dostça Davrandığına Dair Değerlendirme Düzeyinin Katılımcıların Yaş Durumlarına Göre Farklılaşması(%).....	465
<b>Grafik 61.</b> Katılımcıların, Sizce Kırgızistan ve Türkiye Aşağıdaki Toplumsal Kurumlardan Hangilerinde Benzerlik Göstermektedir İlişkin Sorusuna Değerlendirmeleri .....	466
<b>Grafik 62.</b> İzlediğiniz Türk Televizyon Kanallarını Yazınız .....	466
<b>Grafik 63.</b> Dinlediğiniz Türk Radyo Kanallarını Yazınız.....	467
<b>Grafik 64.</b> Okuduğunuz Türk Gazetelerini Yazınız.....	468
<b>Grafik 65.</b> İzlediğiniz Türk Film/Dizilerini Yazınız.....	468
<b>Grafik 66.</b> Türkiye-Kırgızistan İlişkileri Bağlamında Çıkan Haberlere İlişkin Sayısal Sonuçlar.....	501

## KISALTMALAR LİSTESİ

<b>AA</b>	: Anadolu Ajansı
<b>AP</b>	: Amerikan Basın Ajansı
<b>AB</b>	: Avrupa Birliği
<b>ABD</b>	: Amerika Birleşik Devleti
<b>ABGS</b>	: Avrupa Birliği Genel Sekreterliği
<b>ABİS</b>	: Avrupa Birliği İletişim Stratejisi
<b>ADA</b>	: Avusturya Kalkınma Ajansı
<b>AECI</b>	: İspanya Kalkınma Ajansı
<b>AGİT</b>	: Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Teşkilatı
<b>AR-GE</b>	: Araştırma ve Geliştirme
<b>ASEAN</b>	: Güneydoğu Asya Devletleri Birliği
<b>AUSAID</b>	: Avustralya Kalkınma ve İşbirliği Ajansı
<b>BBC</b>	: Britanya Yayın Şirketi
<b>BDT</b>	: Bağımsız Devletler Topluluğu
<b>BİLGESAM</b>	: Bilge Adamlar Stratejik Araştırmalar Merkezi
<b>BM</b>	: Birleşmiş Milletler
<b>BYEGM</b>	: Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü
<b>CENTO</b>	: Merkezi Antlaşma Teşkilatı
<b>CERP</b>	: Halkla İlişkiler Avrupa Konfederasyonu
<b>CIDA</b>	: Kanada Uluslararası Kalkınma Ajansı
<b>CNN</b>	: Kablolü Haber Şebekesi
<b>ÇHC</b>	: Çin Halk Cumhuriyeti
<b>DPA</b>	: Alman Basın Ajansı
<b>DAAD</b>	: Almanya Akademik Değişim Servisi
<b>DAC</b>	: Kalkınma Yardımları Komitesi
<b>DANIDA</b>	: Danimarka Uluslararası Kalkınma Ajansı
<b>DFID</b>	: Uluslararası Kalkınma Departmanı
<b>DPRG</b>	: Almanya Halkla İlişkiler Birimi

<b>DPT</b>	: Devlet Planlama Teşkilatı
<b>GATT</b>	: Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması
<b>GİZ</b>	: Uluslararası İşbirliği Ajansı
<b>GTZ</b>	: Almanya Teknik İşbirliği Topluluğu
<b>IBRD</b>	: Uluslararası Kalkınma ve Yeniden Yapılandırma Bankası
<b>IMF</b>	: Uluslararası Para Fonu
<b>INGO</b>	: Uluslararası Sivil Toplum Örgütü
<b>IPR</b>	: İngiliz Halkla İlişkiler Enstitüsü
<b>IRPA</b>	: Uluslararası Halkla İlişkiler Derneği
<b>JICA</b>	: Japon Uluslararası Yardımlaşma Ajansı
<b>KDE</b>	: Kamu Diplomasisi Enstitüsü
<b>KDK</b>	: Kamu Diplomasi Koordinatörlüğü
<b>KSS</b>	: Kurumsal Sosyal Sorumluluk
<b>NATO</b>	: Kuzey Atlantik Antlaşması Örgütü
<b>NBA</b>	: Amerikan Milli Basketbol Ligi
<b>NORAD</b>	: Norveç Kalkınma ve İşbirliği Ajansı
<b>ODA</b>	: Resmi Kalkınma Yardımı
<b>OECD</b>	: Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı
<b>OEEC</b>	: Avrupa Ekonomik İşbirliği Örgütü
<b>PEST</b>	: Siyasi, Ekonomik, Sosyo-Kültürel, Teknolojik
<b>PRVA</b>	: Avusturya Halkla İlişkiler Birimi
<b>RCI</b>	: Bölgesel İşbirliği ve Kalkınma Örgütü
<b>RKY</b>	: Resmi Kalkınma Yardımı
<b>SIDA</b>	: İsveç Yardım Ajansı
<b>SPSS</b>	: Sosyal Bilimler için İstatistik Paketi
<b>SPVG</b>	: İsviçre Halkla İlişkiler Birimi
<b>SSCB</b>	: Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği
<b>STK</b>	: Sivil Toplum Örgütü
<b>SWOT</b>	: Üstünlükler, Zayıflıklar, Fırsatlar, Tehditler
<b>TASAM</b>	: Türkiye Stratejik Araştırmalar Merkezi

<b>TASS</b>	: Rus Haber Ajansı
<b>TBMM</b>	: Türkiye Büyük Millet Meclisi
<b>TDK</b>	: Türk Dil Kurumu
<b>TESEV</b>	: Türkiye Ekonomik ve Sosyal Etütler Vakfı
<b>THW</b>	: Federal Teknik Yardım Ajansı
<b>TİKA</b>	: Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı
<b>TÖMER</b>	: Türkiye Türkçesi Öğretim Merkezi
<b>TRT</b>	: Türkiye Radyo Televizyon Kurumu
<b>TÜRKSOY</b>	: Uluslararası Türk Kültürü Teşkilatı
<b>TÜSİAD</b>	: Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği
<b>TYDTA</b>	: Türkiye Cumhuriyeti Başbakanlık Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı
<b>UP</b>	: Britanya Haber Ajansı
<b>UNDP</b>	: Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı
<b>UNEF</b>	: Birleşmiş Milletler Acil Gücü
<b>UNEPTA</b>	: Birleşmiş Milletler Teknik Yardım Programı
<b>UNESCO</b>	: Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü
<b>UNICEF</b>	: Birleşmiş Milletler Çocuklara Yardım Fonu
<b>UNRAA</b>	: Birleşmiş Milletler Yardım ve Rehabilitasyon İdaresi
<b>USAK</b>	: Uluslararası Stratejik Araştırmalar Kurumu
<b>USIA</b>	: Birleşik Devletler Enformasyon Ajansı
<b>VOA</b>	: Amerika'nın Sesi
<b>VOT</b>	: Türkiye'nin Sesi Radyosu
<b>WB</b>	: Dünya Bankası
<b>WFP</b>	: Birleşmiş Milletler Dünya Gıda Programı
<b>WHO</b>	: Dünya Sağlık Örgütü
<b>YTB</b>	: Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı

## Giriş

Bir devletin uluslararası alanda iletişim etkinliği, dünya kamuoyu karşısındaki imajının ve saygınlığının güçlenmesi bakımından oldukça önemli bir rol üstlenmiş bulunmaktadır.

1789 Fransız Devriminde başka uluslara da özgürlük verilmesi parolası ile girişilen uluslararası siyasal propaganda modern anlamda uluslararası iletişimin ilk kilometre taşı olmuştur. Birinci Dünya Savaşında telsizle haber savaşı başlamış, savaştan sonra Lenin'in giriştiği ideoloji propagandası, arkasından Hitler Almanyası'nın propaganda savaşı bu tür eylemleri devletlerin dış politika amaçlarının bir aracı haline getirmiştir. II. Dünya Savaşı'ndan sonra, uluslararası siyasal propaganda da bir biçim değişmesi, bir yöntem farkı görülmeye başlanmıştır. Amaç, eskiden olduğu gibi, yine insanların düşüncesini ve tutumlarını etkilemektir. Fakat bu amaca varmak için her aracın; doğrunun yanında yalanın da kullanılmasının, insanların ve toplumların zayıf yanlarının kötüye kullanılmasının meşruluğu üzerinde oldukça durulmuş, daha nesnel biçimde bir propaganda yolu aranmış, yeni bir kavram çerçevesinde 'ince' bir propaganda yapılmasına yönelinmiştir.(Soysal 1975:43)

İşte bu gereksinme için 'Tanıtma'nın kullanılmaya başlandığını görüyoruz. Tanıtma daha çok, çoğulcu demokrasilerin kullandığı bir yöntemdir. Çoğulculuk en genel anlamda özel kamusal kültür, kamusal felsefe, kamu politikası ve demokrasi kavramlarını kapsamaktadır.(Galston 2002:20) Özgürlüklerin bulunduğu ülkelerde gerçeği kamuoyundan gizlemek kolay olmadığına göre, bunu dünya kamuoyuna başka bir biçimde yansıtmak da kolay değildir, iletişim (haberleşme) araçlarının ve genellikle teknolojinin baş döndürücü bir hızla geliştiği bu günde, verilmek istenen bilginin gerçeği en doğru bir biçimde yansıtması onun etkinliği bakımından en iyi yoldur.(Soysal 1975:45)

Uluslararası siyasal tanıtma etkinliklerini genellikle devlet adına hükümetler yürütmektedir. Ancak bu etkinliklere üniversiteler ile yerli ve yabancı kurum ve kişilerin gönüllü nitelikteki çabaları da oldukça katkıda bulunur. Bu bağlamda kültürel nitelikli tanıtma çabaları da devletin siyasal etkinliğine dahil olmaktadır. Bu tür tanıtım etkinlikleri uzun süreli bir yatırım gibi düşünülmelidir. Periyodik bir şekilde sürdürülürse başarı artar, bu şekilde de tanıtımını yapan ülkenin karşı ülkedeki görünümü olumlu yönde gelişecek, saygınlığı artacaktır.



1950'lerde Türkiye'de de çoğulcu demokrasiye geçilmekle birlikte Dışişleri Bakanlığı'nın basınla ilişkileri artmaya başlamıştır. Artan bu ilişkinin düzenlenmesi zorunluluğu duyulunca, 1955 yılında Bakanlıkta bir '*Basın Bürosu*' kurulmuş ve bu büronun şefi, Dışişleri'nin Sözcülüğünü yapmaya başlamıştır. 1958 yılında *Enformasyon Dairesi Genel Müdürlüğü* haline getirilen bu büronun başlıca görevleri, Bakanlık makamına Türk ve yabancı yazılardan ve olaylardan haber vermek ve uluslararası olaylar hakkında Türkiye'nin görüşünü basın mensuplarına anlatmak, yanlış haberleri yalanlamak, yanlış düzelterek doğru açıklamalar yapmak ve Türkiye'nin dış politikasının ana çizgilerini yabancı basın mensuplarına açıklamaktır. Dışarıda da Elçiliklerin buldukları ülkenin basınına dikkatle izlemek, gerektiğinde basınla iletişime geçmek zorunluluğu vardır. Bu görevi yürütenler de Basın Ateşeleri'dir. Bugün artık uluslararası alanda basın, diplomasinin ayrılmaz bir parçasıdır.(Soysal 1976:81;Gönlübol 1985:28-30)

Bir ulusun temel hedefi ne olursa olsun, o ulusun saygınlığı, bir başka ifadeyle kuvvetli bilinmesi dış politikasının başarılı olabilmesinde bazen en önemli etken görünümündedir. Bu nedenle rasyonel bir dış politika için saygınlık siyaseti vazgeçilmez bir öğedir. Güç mücadelesinin, yalnızca baskı ve askeri kuvvet gibi geleneksel yöntemlerle yapılan bir mücadele olmaktan çıkıp, çok daha geniş bir şekilde insanların düşüncesinde yapılan bir mücadele haline geldiği çağımızda saygınlık, çok önemli bir silah haline gelmiştir. Saygınlık siyaseti en büyük başarısını, kendisini izleyen ulusu her zaman güçlü ve her dilediği an fiili kuvvet kullanabilecek bir ulus olarak göstermekle kazanır. Bu başarı iki etkene bağlıdır: Karşı konulamaz bir güç sahibi olarak tanınmak ve bu gücün bilincinde olup da bilinçli bir şekilde bu gücünü kullanmak istemeyen devlet olarak bilinmek.(Ergin 1989:150) Devletlerarası ilişkilerde temel amaç ister siyasal isterse ekonomik olsun her zaman gücün varlığına ihtiyaç duyar.(Sönmezoğlu 1989:205)

Konumuz gereği asıl dış politikada kamuoyu olgusuna yönelmek gerekirse, siyasal süreç açısından kamuoyu karar verme işlemine katılma ve bu yolla iktidarı denetleme olayıdır. Dış politikada kamuoyu, dış siyasa konularıyla ilgilenen bireylerin ve üyesi olarak içinde buldukları grupların genel kanıdır.(Waltz ve Quester 1982:41) Bir olay ya da düşüncenin bir başkasına ya da başkalarına iletilmesi, bir başka ifadeyle *iletişim süreci* (communication process / kim kime, hangi yoldan, ne amaçla, hangi koşullar içinde, ne diyor ve ne etki yapıyor) kuşkusuz uluslararası alanda da farklı bir

süreç değildir.(Mcquail ve Windahl 1993:15)

Devletlerarası ilişkilerde ayrı dünya anlayışı, ayrı kültür, ayrı dış politikaya sahip devletler iletişim eyleminin, daha dar anlatımla tanıtma eyleminin ilgili kitleye etkili biçimde ve zamanında ulaşip ulaşmadığının, beklenen etkinin ortaya çıkıp çıkmayacağıının hesabının önceden yapabilmeyen zorlukları yaşanmaktadır, hatta elde edilen etkiyi ölçmek bile kolay değildir. Dolayısıyla devletlerin, dış politikalarının yakın ve uzak amaçlarını iyi bilmeleri gerekir.(İnan 1993:14-31) Ancak bu şekilde bir planlamayla uluslararası kamuoyuna yönelik iletişim çalışmaları aracılığıyla etkili bir imaj yaratma şansı söz konusu olabilir.

Hiç şüphe yoktur ki, uluslararası alanda siyasal ve kültürel tanıtmanın başta gelen amacı güdülen dış politikaya destek sağlamaktır. Bu nedenle, genel ve uzun süreli tanıtım siyasetini bir ülkenin dünyadaki genel görünümünü düzeltmek ve saygınlığını arttırmak için girişilen planlı eylemler bütünü olarak ele almak gerekmektedir. Türkiye açısından konuya yaklaştığımızda, kuruluşundan bu yana Türkiye Cumhuriyeti'nin 'barışçı' bir dış politika çerçevesinde bu türden etkinlikleri yürüttüğünü vurgulamak gerekir. Dış politika açısından Türkiye özellikle kendi bölgesinde her zaman siyasal bir denge unsuru sayılabilecek atılımlarda bulunma çabası sarfetmiştir.

Şu bir gerçektir ki, uluslararası etkinlik alanında bir ülkenin tanıtım politikalarının ana çizgilerini Dışişleri Bakanlıkları planlar. Uygulamada ise Dışişleri dahil bir çok kuruluşun katkısı söz konusu olmaktadır. Dışişleri Bakanlıkları dışında yabancı ülkelerde ayrıca kültürel tanıtım yapan kuruluşları olan devletler arasında İngiltere (*British Council*), Fransa (*Centre Culturel Français*), Federal Almanya (*Goethe Institut*) en başta sayılmalıdır.

Batı ülkelerinde izlenen tüm bu gelişmelerin temelinde I. Dünya Savaşı yıllarında Amerika Birleşik Devletleri Başkanı Woodrow Wilson'un ilan ettiği '14 İlke' bulunmaktadır. Bu 14 İlke'nin birincisi, *açık bir biçimde barış anlaşmaları* yapıldıktan sonra, artık uluslararası hiçbir *özel/gizli anlaşmaya* yer olmayacağını ve diplomasinin her zaman *'kamu'nun gözü önünde'* yürütüleceği üzerinedir.(Özcan 1995:41) Dolayısıyla, *Açık Diplomasi* (Open Diplomacy)'yi sağlayan bu ilkeler, özellikle II. Dünya Savaşı sonrasında kendisini iyiden iyiye hissettirmeye başlayan *Uluslararası İletişime/Kamu Diplomasisi'*ne de zemin hazırlamış görünmektedir.

### ***Araştırma Problemi;***

1. Türkiye'nin genelde Orta Asya siyasi coğrafyasında özelinde de Kırgızistan'da yürüttüğü stratejik iletişim yönetimi olarak kamu diplomasisi ne oranda bölgenin sosyo-kültürel ve ekonomi-politik yapısına uygun planlanmakta ve yürütülmektedir?
2. İlgili bölgede/ülkede uluslararası halkla ilişkiler bağlamında Türkiye ne oranda etkili faaliyetler yürütmektedir?
3. Kırgızistan'da Türkiye algısı nasıl oluşmuştur, ne şekilde inşa edilmiştir?

### ***Tez'in Amacı;***

Araştırma dış ilişkilerde Türkiye'nin sosyal, kültürel ve ekonomik kalkınma modellemesini yaygınlaştırarak uluslararası konjonktürde Türkiye'nin *etkililiği*'ni artırma hedeflerinde temel amacın ne oranda gerçekleştiğini incelemeye yönelik planlanmıştır. Türkiye'nin daha barışçıl dünya düzeninin inşasında ve korunmasında uluslararası aktör olarak *etkililiği*'nin ölçülmesi amaçlanmıştır.

1980'ler sonrası küresel politikalarla ulaşılması hedeflenen yeni dünya düzeni arayışlarında salt bölgesel değil küresel karar verici olma potansiyelini uluslararası ilişkiler aracılığıyla sürekli artırma hedeflerinde Türkiye'nin bu amaçla yürütmekte olduğu çalışmalara odaklanılmıştır.

Bu bağlamda Türkiye'nin Orta Asya ülkelerinde –Kırgızistan özelinden- yürüttüğü sosyal, kültürel ve ekonomik destek çalışmaları üzerinden Türkiye'nin hedeflediği kalkınma programları belirlenmeye çalışılmıştır.

Hedef, kalkınma programların ne oranda özellikle ilgili ülke olarak Kırgızistan'ın sosyo-kültürel ve siyasi iklimlerine uygun şekilde planlanıp planlanmadığını araştırmak, bu perspektif üzerinden Türkiye'nin küresel planda etkililiğini doğrudan ya da dolaylı yollarla güçlendirme politikalarına öneriler geliştirmektir.

Özellikle farklı kültür yorumları titizlikle irdelenerek tartışmaya açılmıştır, bir yandan toplum tasarımlarına, bir yandan da ideolojilerin belirleyiciliğine dikkat çekilmiştir. Kültürün milliyetçilik, din, seçkincilik, doğalcılık, ulus-devlet, kapitalizm, modernizm, postmodernizm, küreselleşme vb. olgulardaki yeri nedir sorgulamalarından hareketle *uygarlık, özdeşlik ve iktisadi ilişkiler* olumlu kavramlar gibi algılanıyor iken nasıl oluyor da en büyük kültür çatışmalarına yol açabilmektedirler tartışmasına gidilmiştir. Daha açıkçası bütün kültürlerin kendisiyle çelişmesi ve buna dayalı geliştirilmesi

gereken kültür politikaları bu araştırmanın önemini ortaya koymuş ve bu politikalar aracılığıyla da çelişkilerden arınmış *gerçeklik*'lerin saptanması hedeflenmiştir.

Kültür bir yandan yaşanırken, her zaman kısmen bilinmeyen, kısmen de fark edilmemiş olarak kalandır. Bir topluluk oluşturmak her zaman bir keşif yapmaktır. Çünkü bilinç yaratıdan önce gelemaz ve bilinmeyen deneyimin bir formülü yoktur. (...) Bu nedenle her bağ, her değer üzerinde bütün dikkatimizle düşünmemiz gerekir.(Willimas 1958:334)

Kültürel bir inşaa olarak toplumlar arasındaki farklılık ve benzerlikleri tanımlama çabasına girilmiştir. Bu ise iletişim eylemini kalkış ve varış noktaları arasından dünyada bir oluş tarzına götürmeye katkıda bulunmaktadır.

Bilindiği üzere, bugün artık küreselleşme sürecinin aktörlerinden biri olabilmek demokrasi kültürüne sahip olmayı gerekli koşul saymaktadır. Küresel sürecin beraberinde getirdiği yeni demokrasi anlayışı da devletlerarası işbirliğini ve temel özgürlüklere saygıyı esas almaktadır. Hatta küreselleşme sürecinde ekonomik ve siyasal ilişkileri demokrasi ve insan haklarından bağımsız ele almak mümkün olamamaktadır. Dolayısıyla, ekonomik ve siyasal istikrarın ve gelişimin en önemli dayanağını oluşturan *demokrasi*, küreselleşmenin de en güvenilir altyapısını hazırlamaktadır. Büyük bir ivmeyle tüm kurum ve kurallarıyla demokrasisini güçlendirmekte olan Türkiye, küresel politikalarda bu istikrarlı demokratik yükselişle etkililiğini daha da artırmaktadır.

Bu ivmenin genel anlamda daha da yükselebilmesi için gereksinim duyulan bilimsel verilere daha sistemli ulaşmak adına bu araştırma, kamu diplomasisine yönelik model oluşturma gayesiyle, ülkenin yatırımlarından ve tarihsel bağlarından ötürü Orta Asya - Kırgızistan- özelinde sistematize edilmiş bulunmaktadır.

### ***Tezin Önemi/ Beklenen Yararlar;***

Tez bu alanda sistematik bir çalışma olarak büyük önem taşımaktadır. Türkiye'nin Orta Asya genelinde Kırgızistan özelinde yürütmekte olduğu uluslararası stratejik iletişim analizi üzerinden bilimsel veriler ışığında 'Türkiye'nin Orta Asya kamu diplomasisi modellemesi' tespit edilerek, bu perspektifte de ülkenin dış imajını inşaa eden unsurlar ortaya çıkarılmıştır.

Dolayısıyla araştırmaların sonucunda elde edilmesi hedeflenen bu modelleme tezin önemini ve yararlarını oldukça açık bir şekilde ortaya koymaya yetmektedir.

### ***Kapsam ve Sınırlılıklar;***

Tez konusu Orta Asya genelini kapsar niteliktedir. Ancak niceliksel ve niteliksel yöntemlerin birlikte kullanılacağı bu kapsamda araştırmayı yürütmek yüksek bir bütçe gerektirmektedir. O nedenle araştırmada sınırlamaya gidilmiş, her ne kadar ilgili literatür ve yapılacak görüşmeler neticesinde Orta Asya kapsamında bir veri tabanına ulaşılma durumu olabileceksede, niceliksel araştırma sadece Kırgızistan ile sınırlı tutulmuştur.

Bu nedenle, gerek niceliksel gerekse de niteliksel veriler Kırgızistan üzerinden tespit edilmiştir. Verilerin raporlaştırma kısmında aynı zamanda yukarıda belirtilen ilgili literatür ve görüşme verileri de kapsamlı bir şekilde değerlendirmeye tabi tutulmuştur.

### ***Araştırma Hipotezleri;***

Araştırma Türkiye'nin Orta Asya/Kırgızistan nezdinde uluslararası stratejik iletişimi / kamu diplomasisi, algısı ve oluşan imajı üzerinden yürütüleceği için aşağıdaki geçici çözümler üretilmiş bulunmaktadır:

- H1.** Türkiye Orta Asya'da stratejik iletişimi/kamu diplomasisi faaliyetlerini önemsemektedir.
- H2.** Türkiye Kırgızistan'da etkili bir kamu diplomasisi yürütmektedir.
- H3.** Türkiye'nin Kırgızistan'da yürütmüş olduğu stratejik iletişim yönetimi olarak kamu diplomasisi faaliyetleri bu ülkedeki Türkiye algısını olumlu yönde etkilemektedir.
- H4.** Türkiye'nin yürüttüğü uluslararası stratejik halkla ilişkiler çerçevesinde Türkiye'nin Kırgızistan'daki imajı olumludur.
- H5.** Etkili stratejik iletişim yönetimi olarak kamu diplomasisi faaliyetleri dış ülkelerde algıyı olumlu etkilemektedir.

### ***Tezin Araştırma Yöntemi;***

Dünyada bugün gelinen noktada insanca yaşayabilmeyi mümkün kılacak refah düzeyine erişebilmenin yolu uluslararası işbirliğinden geçmektedir. Bu nedenle, uluslararası sorunlara yapıcı çözümler arayışında etkin rol üstlenen Türkiye'nin stratejik halkla ilişkiler adına Kırgızistan'da yürütmekte olduğu faaliyetler sosyal, kültürel, politik ve ekonomik kalkınma skalasında kategorize edilerek *istatistiki betimsel analize* tabi tutulmuştur.

Daha sonra Kırgızistan'da *Türkiye Algısı* Araştırması yapılarak, niceliksel yöntemle gerçekleştirilecek araştırmada veriler soruşturma (anket) yoluyla toplanarak ve ardından niceliksel analiz tekniklerine tabi tutularak Türkiye'ye ilişkin Kırgızistan'da mevcut algı ve imaj sondajına gidilmiştir.

Ardından da, Kırgızistan medyasında Türkiye ile ilgili yapılan haberler üzerinden bir *içerik/basın analizi* gerçekleştirilerek, böylelikle Kırgızistan medyasında Türkiye'nin nasıl kapsandığı, ilgili kamuoyunun nasıl bilgilendirildiği ya da yönlendirildiği üzerinden bir veri tabanına ulaşılmaya çalışılmıştır.

Bu perspektiften hareket ederek Türkiye'nin yürütmekte bulunduğu kamu diplomasisi faaliyetleri ile algı araştırması ve içerik/basın analizinden elde edilen bulgular arasındaki *'korelasyon/ilişki analizi'* araştırmanın son aşamasını oluşturarak, bu aşamada elde edilen bulgular aracılığıyla da Türkiye'nin Kırgızistan'daki imajı ve yönetiminin temel ilkeleri saptanmıştır. Bu şekilde tezin araştırmasında hem niteliksel hem de niceliksel tekniklerden yararlanıldığı için karma bir yöntem izlenmiştir.

### ***Evren ve Örneklemi;***

Evren, araştırmacının inceleme alanını oluşturan, örneğini seçtiği ve edindiği, sonuçları genelleştireceği gruptur.(Altunışık 2005:123) Aynı zamanda evren, verilerin kaynağını oluşturur ve evrenin büyüklüğü ya da küçüklüğü araştırma konusuna, araştırmacının amacına ve genellemenin neleri kapsayacağına bağlıdır.(Aziz 2008:31)

Bu bağlamda yapılan bu araştırmada da yukarıda söz konusu olan kriterler göz önünde bulundurularak araştırmanın inceleme alanı, çalışmanın amacı dolayısıyla Kırgızistan'da Türkiye'nin kurumları aracılığı ile yapmış olduğu etkinliklerini/faaliyet alanlarını dikkate alarak Kırgızistan'ın başkenti Bişkek'te Eğitim Alanında (Üniversiteler), Sağlık Alanında, Medya Alanında, Tarım ve Hayvancılık Alanında, Güvenlik (asker/polis) Alanında, Dini Hizmetler Alanında ve İş Dünyasında çalışanlar olarak belirlenmiştir.

Örneklem ise, bir araştırma için seçildikleri evreni temsil edebilecek şekilde grup içerisinden belli sayıda elemanlardan oluşan alt gruplardır.(Altunışık vd. 2005:123) Eğer evren çok genişse ve araştırmacının bu evrenin tümüne ulaşması imkansız ise ondan örnek olarak araştırmasını gerçekleştirir.(Aziz 2008:23)

Örnekleme yapmak, her araştırma türü için büyük bir sorundur. İlgilenilen her neyse onun her örneğini inceleyemeyiz, incelemek de istememeliyiz. Her bilimsel kurum birkaç örneği inceleyerek araştırmanın sonuçlarının bizim deyimimizle “genellenebilir”

olduğu, belirli bir türden olan her şeyi kapsayacak bir açıklama bulmaya çalışır.(akt.Neuman, 2009:319)

Evrenin tamamı üzerinde bir araştırma yapmak yerine genellenebilir türden bir örneklem almak gerekir. Bu bağlamda genellenebilir bir örneklem için, araştırmanın evrenine yani söz konusu yukarıda belirtilen Kırgızistan'ın Başkenti Bişkek'te yer alan yedi (7) sektörel alanda çalışan herkese ulaşmanın gerek maliyet gerek zaman/kontrol açısından zorlukları nedeniyle uygulama öncesi söz konusu alanlarda faaliyet halindeki kurumlar ile görüşülmüş, gerekli yerlerden izin alınmış ve her bir sektör çalışanı kendi sektörlerinin potansiyel temsilcileri olarak da düşünüldüğünden anketin rastgele tesadüfi olarak dağıtılmasına karar verilmiştir.

Anket çalışmasının ne kadar örnekleme yapılması gerekliliğine gelince de, örnek kütlenin belirlenmesinin araştırmacının yargısına bağlı olduğu söylenebilir. Ancak, belli istatistik tekniklerin uygulanabilmesi için en az 30 deneğin olması gerektiği konusunda yaygın görüşler vardır.(Altunışık vd. 2005:126-7)

Buna karşın, Erdoğan'a göre çoklu regresyon ve ortak varyans analizi gibi ilişkiye dayalı analizler yapılacaksa, örneklem sayısının önemli ölçüde geniş olması gerekliliği söz konusudur. Bu nedenle bu tür araştırmalarda ortalama 200 ile 600 arasında örneklem büyüklüğüne ulaşılması gerekliliği ifade edilmektedir.(Erdoğan 2007:170)

Örneklem sayısını belirlemede yukarıdaki bilgiler göz önünde bulundurularak, araştırmanın inceleme alanı içerisinde yer alan yedi (7) sektörel alanda 100'er adet toplam 700 anket dağıtımı gerçekleştirilmiş, ancak geriye dönen anket sayısı 640 olmuştur. Bu geriye dönen 640 adet anket içerisinde 29 adet anket, tutarsızlıklar saptanması nedeniyle iptal edilmiştir. Sonuçta, geriye kalan 611 adet anket formu analize tabi tutulmuştur.

#### ***Ölçeğin Geliştirilerek Soru Formunun Oluşturulması;***

Araştırmada anket formunda yer alan sorular toplam 34 başlık altında yer almaktadır. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, katılımcıların *sosyo-demografik özelliklerine* ilişkin sorular, ikinci bölümde ise, '*Genel Türkiye Algısı*'na ilişkin sorular yer almaktadır.

Araştırmanın amacı temelinde 'Genel Türkiye Algısı'nı, bir başka ifadeyle Kırgızistan'da Türkiye adına doğrudan ve dolaylı faaliyette bulunan kurumlardan hareketle Kırgızistan'da Türkiye imajını ortaya koyabilmek için, ülke markalaşması

konusunda otorite kabul edilen Simon ANHOLT'<sup>1</sup>un ülke imajını belirleyen altı (6) unsuru<sup>2</sup>, anket formundaki söz konusu ölçeklerin geliştirilip hazırlanmasında temel faktörleri/değişkenleri oluşturmuştur.

Aynı zamanda anket formu için ölçeklerin geliştirilmesinde, periyodik olarak alanda yoğun çalışmalarda bulunan dünyanın belirli bölge/ülkelerinde Türkiye Algısını ölçmeye çalışan, Türkiye Ekonomik ve Sosyal Etüdler Vakfı (TESEV)<sup>3</sup> ve Bilge Adamlar Stratejik Araştırma Merkezi (BİLGESAM)'ın çalışmaları da göz önünde bulundurulmuştur.

Anket formunun birinci bölümünde yer alan katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine ilişkin toplam on (10) kategorik soru bulunmaktadır. Söz konusu sorular, katılımcıların cinsiyeti, yaşı, medeni durumu, eğitim seviyesi, gelir düzeyi, yurt dışına (Türkiye'ye) gitme durumu ve dil (Türkçe) seviyesi gibi sorulardan oluşmaktadır.

Anket formunun ikinci bölümünde *Genel Türkiye Algısı* üzerine sorular yer almaktadır. Türkiye algısını, Türkiye'nin Kırgızistan'daki imajını saptamak için, ilk olarak *Türkler hakkında genel bilgi düzeyi ve Türkler ile özdeşleştirilen kişilik özelliklerine ilişkin değişkenler* yer almaktadır. Daha sonra da, *Türkiye hakkında genel bilgi seviyesi ve katılımcılardan Türkiye ile özdeşleştirilmesi istenilen ülkenin yaşam ve yönetim özelliklerine, Türk menşeli ürünlerin özelliklerine, yani spesifik ürün imajına ve Türkiye'nin turizm (destinasyon) imajına, yani bilişsel ve duygusal destinasyon imaj faktörlerine ilişkin* değişkenler yer almaktadır.

---

<sup>1</sup> Simon ANHOLT bağımsız çalışan politika danışmanıdır. Son on iki (12) yıl boyunca ulusal kimlik ve itibar, ülke imajı, kamu diplomasisi, ticaret, turizm, kültürel ve eğitimsel ilişkiler gibi alanlarda kırk (40)'tan fazla ülkede hükümetlere danışmanlık yapmıştır. Aynı zamanda söz konusu alanla ilgili birçok eseri mevcuttur. Dünyayı "nation brand" kavramı ile tanıştırmıştır. Daha detaylı bilgi için bkz., <http://www.simonanholt.com/Explained/explained-about-simon-anholt.aspx/14.10.2014>

<sup>2</sup> Simon ANHOLT ülke imajını belirleyen kategorileri altı başlıkta ele almıştır. Söz konusu bu altı temel unsura bakıldığında; 1. Ülke İnsanın Kişilik Özellikleri, 2. Ülke Yönetim Şekli, 3. Ülke Menşeli Ürünler, 4. Ülke Turizmi, 5. Ülkenin Tarihi ve Kültürel Değerleri, 6. Ülkeye Yatırım ve Göç Durumu şeklindedir. Daha ayrıntılı bilgilenim bkz., <https://goturkey.com/tr/pages/read/about/14.10.2014>

<sup>3</sup> Türkiye Ekonomik ve Sosyal Etüdler Vakfı – TESEV 1994'den bu yana toplumsal sorunlara bilimsel bulgu temelli politika önerileri sunan bir çözüm merkezidir. TESEV'in yeni araştırma alanları; Demokratikleşme, İyi Yönetişim, Sosyal Eşitsizlikler ve Kapsayıcılık Sürdürülebilir Kentler, Dış İlişkiler olarak belirlenmiştir. TESEV Dış İlişkiler alanında, Küresel ve bölgesel süreçlerin takibi, analizi ile paylaşımının yanı sıra bu süreçlerin gündemdeki boyutları üzerine dış ilişkiler için bilimsel bulgulara dayalı politika önerileri geliştirir. Detaylı bilgi için bkz., <http://tesev.org.tr/tr/#anasayfa/10.06.2015>



Aynı zamanda anket formunun ikinci bölümünde, Kırgızistan'da *Türkiye adına doğrudan ya da dolaylı olarak faaliyette bulunan kurumlar*<sup>4</sup> hakkında katılımcıların bilgi durumları ve Türkiye adına faaliyette bulunan kurumların yapmış oldukları çalışmaları hakkında genel değerlendirmelerine, bir anlamda Türkiye'nin Kırgızistan'daki kurumları aracılığı ile görünümü, bir başka deyişle de katılımcıların gözünde Türkiye'nin Kırgızistan'daki varlığına ilişkin değişkenler yer almaktadır.

Anket formunun ikinci bölümünde son olarak *Türkiye Algısına* ilişkin, izlenen Türk televizyonları, dinlenen Türk radyoları, okunan Türk gazeteleri ve izlenen Türk dizi/film gibi açık uçlu sorular sorulmuştur. Ankette hazırlanan bu soruların araştırmada hedeflenen amaçlara ulaşmada geçerli olduğu düşünülmektedir.

Ölçeklerin geliştirilerek soru formunun hazırlanması aşamasından sonra alanyazına hakim ve uzman kişiler tarafından anket formu Kırgızca ve Rusça dillerine çevrilmiştir. Daha sonra otuz (30) kişilik bir grupla pilot çalışma yapılmış ve gerçekleştirilen bu ön çalışma sonrası gerekli değişiklikler yapılarak anket formunun son hali hazırlanmış ve uygulamaya geçilmiştir.

### ***Veriler ve Toplanması;***

1. İlk aşamada Türkiye'nin Kırgızistan'da yürüttüğü kamu diplomasisine ilişkin faaliyet skalaları oluşturulmuştur. Bu anlamda Türkiye Kırgızistan'da kamu diplomasisini hangi kurum ve kuruluşlarıyla ve de ağırlıklı olarak hangi etkinlik türleriyle yürütmektedir, bu konular üzerinde sorgulamalar yapılmıştır. Yürütülecek sorgulamalar arşiv tarama ve birebir görüşmeler şeklinde yapılmıştır.
2. İkinci aşamada tez algı araştırması üzerinden yürütülmüştür. Kırgızistan'da Türkiye algısı anket yoluyla sorgulanmıştır.
3. Üçüncü aşamada Kırgızistan medyasında son yıllarda, özellikle 2014 yılında Türkiye hakkında yapılan haberler toplanıp ay ve yıllara göre tasnifi yapıldıktan sonra, haberler Türkiye-Kırgızistan ilişkileri, Türkiye Cumhuriyeti vatandaşları, Türkiye'nin iç siyaseti ve muhtelif haberler hakkında klasifiye edilerek, ve

---

<sup>4</sup> Türkiye adına Kırgızistan'da faaliyette bulunan kurumları, kamu ve özel kurumlar oluşturmaktadır. Soru formunda yer alan kamu kurumlarını, TİKA tarafından her yıl yayınlanan kalkınma yardımları raporunda Kırgızistan ile doğrudan ve dolaylı olarak faaliyeti bulunan kurumlar oluşturmaktadır. Özel kurumlar ise Kırgızistan'da en çok yatırımları olan kurumlardır. Söz konusu soru formunda yer alan kurumlar, bu durumlar göz önünde bulundurularak belirlenmiştir.

ardından da olumluluk/olumsuzluk algısı üzerinden haberlerin içerik analizleri yapılmıştır.

***Verilerin Analizi (Verilerin çözümü ve yorumlanması);***

1. İlk aşamada Kırgızistan'da Türkiye adına kamu diplomasisi yürüten kurum ve kuruluşların çalışmaları klasifiye edilerek tür, yoğunluk ve etkililik tespitine gidilmiştir.
2. İkinci aşamada yürütülecek algı araştırması istatistiksel SPSS programında veri analizine tabii tutularak, bu şekilde elde edilen veriler kodlanarak bulguya dönüştürülmüştür.
3. Üçüncü aşamada Kırgızistan medyasında Türkiye hakkında yapılan haberler kodlanarak klasifiye edildikten sonra içerik analizine tabi tutulup, Kırgızistan medyasının Türkiye'yi nasıl haberleştirdiği konusunda bulgulara erişilmeye çalışılmıştır.

***Veri Analizinde Kullanılan İstatistiksel Teknikler;***

Toplanan bilgilerin başkalarının da anlaşılabilmesi ve aynı yollarla elde edilmiş başka verilerle karşılaştırılabilme zorunluluğu, verilerin belli kurallara göre, tek tek dağılımlar halinde özetlenerek sunulma zorunluluğunu gerektirmektedir. Bu amaçla çeşitli istatistik teknikleri geliştirilmiştir.(Karasar 2006:206)

Söz konusu bu araştırmada uygun istatistik teknikleri belirlemede, araştırmanın amacı başta olmak üzere, verilerin özellikleri ve örneklem sayısının büyüklüğü gibi durumlar dikkate alınmıştır. Bu bağlamda anketin uygulaması sonucu elde edilen verilerin çözümünde, soru formunun birinci bölümünü oluşturan katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine ait veriler oransal frekans tablolarıyla gösterilerek gerekli değerlendirmelerde bulunulmuştur.

Soru formunun ikinci bölümünde 'Genel Türkiye Algısı'na ilişkin, 7'li Likert ölçekle (Tamamen Katılmıyorum 1'den, Tamamen Katılıyorum 7'ye kadar) ve 11'li (0-10 aralığındaki ifadelerle ortalama katılım düzeylerini göstermektedir)<sup>5</sup> ölçekle

---

<sup>5</sup> Soru formunun ikinci bölümünde Genel Türkiye Algısına ilişkin, 11'li ölçekle oluşturulan sorular 0-10 aralığındaki ifadeler olup katılımcıların ortalama katılım düzeylerini göstermektedir. Söz konusu bu 11'li ölçek ile oluşturulan sorular "oldukça bilgisiz/oldukça etkisiz/oldukça olumsuz 0'dan, oldukça bilgili/oldukça etkili/ oldukça olumlu 10'a" şeklindedir. Bu ölçeklere katılımcıların yapmış oldukları değerlendirmelerin mutlak ortalamalarını oranlara çevrilerek okuması yapılmıştır. Örneğin söz konusu

oluşturulan sorular yer almaktadır. Söz konusu bölümde, Türkler hakkında genel bilgi düzeyini oluşturan özelliklerin oransal frekans dağılım değerlerinin, yine ikinci bölümde yer alan Türkler ile özdeşleştirilen kişilik özelliklerine ilişkin soruların katılımcılar tarafından ne şekilde değerlendirmelerde bulunulduğunu ortaya koyan oransal frekans dağılımlarının, aritmetik ortalamalarının, standart sapmaları ve soruların önem seviyelerinin tablo şeklinde sunumu yapılarak gerekli açıklamalar yapılmıştır.

İkinci bölümde yer alan Türkiye hakkında genel bilgi düzeyini oluşturan özelliklerin de yüzde-frekans dağılımlarının, aynı zamanda Türkiye ile özdeşleştirilen (siyasal, ekonomik ve yaşamsal gelişmişlik) değerlere yapılan değerlendirmelerin oransal frekans dağılımlarının, aritmetik ortalamalarının, standart sapmaları ve soruların önem seviyelerinin tablo şeklinde sunumu yapılarak gerekli yorumlamalar yapılmıştır.

Genel Türkiye Algısı içerisinde yer alan Türkiye'nin turizm (destinasyon) imajına ilişkin ve Türk menşeli ürünlere ilişkin 7'li Likert ölçekle (Tamamen Katılmıyorum 1'den, Tamamen Katılıyorum 7'ye kadar) oluşturulan sorulara da yapılan değerlendirmelerin oransal frekans dağılımlarının, aritmetik ortalamalarının, standart sapmalarının ve soruların önem seviyelerinin tablo şeklinde sunumu yapılarak gerekli yorumlamalar yapılmıştır.

Aynı zamanda, soru formunun ikinci bölümünde yer alan, Türkiye'nin Kırgızistan'da hangi alanlarda etkili olup olmadığına ilişkin soruda, Türkiye adına Kırgızistan'da doğrudan ya da dolaylı olarak faaliyette bulunan ilgili kurumlara ilişkin sorularda ve Kırgızistan ile gerek sosyo-ekonomik gerek ise sosyo-kültürel alanda işbirliği içinde olan ülkeler ile ilgili sorularda 11'li (oldukça bilgisiz/oldukça etkisiz/oldukça olumsuz 0'dan, oldukça bilgili/oldukça etkili/ oldukça olumlu 10'a) ölçekleme ile veri arayışı yapılmıştır. Söz konusu sorulara ilişkin ifadelerle yapılan değerlendirmelerin ortalama katılım düzeyleri alınıp değerlendirmeleri sağlanmıştır.

Ayrıca, soru formunun birinci bölümünde yer alan katılımcıların sosyo-demografik özellikleri, yani bağımsız değişkenler ile soru formunun ikinci bölümünde

---

11'li ölçeklerden birine katılımcıların ortalama katılım düzeyi 6.5 olsun. Söz konusu ölçek "0" da dahil 11'li olduğuna göre,  $(6.5/11)*100=59$  sonucu elde edilir. Hesaplanan bu sonucun çalışmadaki okunması ise katılımcıların söz konusu ölçeğe katılım düzeyleri % 59 şeklinde olmuştur.

yer alan Türkiye algısına ilişkin değişkenler arasında 0.05 anlamlılık düzeyinde bir farklılık olup olmadığının analizinde ise, parametrik testlerden olan, “t” testi ile “tek yönlü varyans (anova)” analizi kullanılmıştır.

Soru formunun ikinci bölümünde son olarak, Türkiye algısına İlişkin, izlenen Türk televizyonları, dinlenen Türk radyoları, okunan Türk gazeteleri ve izlenen Türk dizi/film gibi açık uçlu sorular sorulmuştur. Söz konusu açık uçlu sorulara katılımcılar tarafından verilen yanıtlar kategoriye ayrılarak değerlendirmeleri yapılmıştır.

Bu analizlerin dışında araştırmada kullanılan ölçeğin güvenilirlik durumunu belirlemede *Cronbach Alpha* katsayısı hesaplanmıştır.

### ***Tezin Araştırma Modeli / Kavramsal Çerçeve;***

#### **Uluslararası Stratejik İletişim Yönetimi Üzerine**

Bugünün dünyasında bilgi, kültür ve iletişim toplumlararası ilişkilerde anahtar sözcükler haline gelmiştir. Artık ulusal çıkarların savunulması bildiri, diplomatik insiyatif ve diplomatik muhtıra gibi klasik diplomasi yöntemlerinin çok ilerisine geçmiştir. Dolayısıyla, devletlerin artık sadece diğer hükümetleri ya da uluslararası örgütleri değil, yabancı kamuoylarını/halklarını da hedefleyen iletişim politikaları geliştirmek zorunda oldukları bir döneme girilmiştir.

Uluslararası sistem iletişim ve bilgi devinimleriyle yeniden yapılanmaktadır. Bu anlamda da, gündemi etkileme becerisinin önem kazanmasıyla kamu diplomasisi artık uluslararası stratejik iletişim yönetiminin vazgeçilmez unsurlarından biri olmuştur. Bu nedenle günümüzde hemen hemen her gelişmiş ve gelişme seyrinde ilerleme hedefleri olan devlet, yabancı kamuoylarının gözünde kendilerine yönelik ‘*olumlu imaj yaratmak*’ amacıyla aktif kamu diplomasisi yürütmeye dönük hareket etmeye oldukça büyük önem vermektedir. Ulusal hedefler göz önünde bulundurulduğunda bu alan Türkiye'nin de oldukça önemseydiği bir alan görünümü sunmaktadır.

#### **Küresel İletişimde Yeni Diplomatik İletişim Arayışları**

Devletler arasındaki ilişkiler ve bu ilişkileri titizlikle idare etme bilgisi ve sanatıdır diplomasi. En genel anlamda, “*Bağımsız devletlerin, yani uluslararası sistemin temel birimlerinin birbirleri ile olan ilişkileri ve kullanılan metotların tümü*” (Akgönenç 2009:14) olarak tanımlanabilir. Diplomasi, karşı taraftakileri, kendi fikir ve tekliflerine razı etme ya da ortak bir çözüm bulma amacı taşımaktadır. İkinci Dünya Savaşı'ndan önce diplomasi salt uluslararası sistemin egemen aktörleri olan devletleri

hedeflemiştir. İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra uluslararası örgütlerin ve sivil toplum kuruluşlarının uluslararası ilişkilerin yeni aktörleri olarak ortaya çıkışı ve gelişen iletişim teknolojileri geleneksel diplomasi olgusunun de değişmesine yol açmış gözükmektedir. Bilginin üretimi, toplanması, tasnifi ve dağıtımının büyük bir genişliğe, kolaylığa ve hıza sahip olunması ile elde edilen olanak ve fırsatlar diplomasi alanında da kullanılmaya başlanmıştır.

İletişim teknolojilerindeki bu yenilik, artık sadece devletlerin değil, devletlerin halklarının da diplomatik faaliyetlere konu olmasını gündeme getirmiştir. (www.kamudiplomasisi.org/02.02.2014)

Değişen bu diplomatik ortam 'ince güç' kavramını da beraberinde ortaya çıkarmıştır. Joseph Nye'in, 1990'da yayınlanan *Bound to Lead* kitabı ile literatüre kazandırdığı, 2004'te yayınlanan *Soft Power* kitabı ile daha da genişletmiş olduğu 'ince güç', "bir ülkenin dünya siyasetinde isteği sonuçlara, onun değerlerine hayran olan, onu örnek alan, refah seviyesine ve fırsatlarına özenen ülkelerin kendisini izlemesiyle ulaşmasıdır."(Nye 2005:14) Yalnızca askeri güç tehdidini ya da ekonomik yaptırımları kullanarak diğerlerini değişime zorlamak değil, dünya siyasetinde gündemi oluşturmak ve onları kendine çekmek de önemlidir. İnce güç, yani diğerlerinin senin istediğin sonuçları istemelerini sağlamak, insanları zorlamak yerine kendi yanına çekmektir.(Nye 2005:15) Dolayısıyla, *ince güç*, başkalarını cezbetme, onların kalbini ve zihnini kazanma yeteneğidir. Kamu diplomasisi de uluslararası politikanın sert güçten ince güce doğru pragmatik bir kayış içerisinde olduğu günümüzde, ince gücün en önemli unsurlarından birisidir, bir anlamda ince gücün tanıtımı ve yaygınlaştırılmasıdır.(Akçadağ, www.kamudiplomasisi.org/02.02.2014)

Geleneksel diplomasi ile kamu diplomasisi arasındaki en büyük farklardan biri, kamu diplomasisinin çok daha fazla grubu ve çok daha çeşitli çıkarları kapsamasıdır. Bir ülkenin ince gücü, o ülkedeki pek çok aktör ve kurumun aktivitesi ile oluşmaktadır: Sanatçılar, sanatsal aktiviteler, müzik kanalları; sivil toplum grupları; politikacılar, siyasi partiler, politologlar; yazarlar, yayıncılar; gazeteciler, medya grupları; iş adamları, şirketler; akademisyenler, üniversiteler; dini liderler, dini gruplar vs.(Akt.Akçadağ, www.kamudiplomasisi.org/02.02.2014)

Öyle ki, ince güç, bir ülkenin kültürünün, siyasi değerlerinin ve dış politikalarının etkinliğinden kaynaklanmaktadır. Bir ülkenin kültürü, evrensel değerler içerdiğinde ve politikaları başkalarının da paylaştığı değerlere ve çıkarlara hizmet

ettiğinde, yarattığı sorumluluk ve çekicilik ilişkileri sebebiyle istediği sonuçları elde etme olasılığını artırır. Bu anlamda da, sinema endüstrisi, müziği, markaları ve değerleri ile Amerika'nın evrenselleşmiş bir kültürden yararlandığını söylemek hiç yanlış olmayacaktır. Dış politikalar da ince gücü etkilemektedir. Avrupa Birliği, komşuluk politikası ve dış politikadaki ılımlı ve askeri güçten kaçınan tavrı ile ince gücünü arttırmaktadır. Bir hükümetin savunduğu siyasal değerler de başkalarının tercihlerini etkilemektedir. Hukukun üstünlüğü, demokrasi ve insan haklarına verilen önemin uluslararası platformlarda savunulması ve hükümet icraatları ile sergilenmesi, ince gücü arttıran unsurlardan biridir. Sözelimi, 2003 yılındaki Irak Savaşı'ndan sonra yapılan anketlere göre, dünya kamuoyunda ABD'nin çekiciliği hızla azalmıştır.(Nye 2005:22)

Soğuk Savaş yıllarından itibaren ince güce ilişkin koşullarda önemli değişikliklerin gerçekleşmekte olduğundan söz etmek gerekir. Bu nedenle ince güce dayanan kamu diplomasisinin devletlerin gündeminde ne şekilde yer aldığını belirleyen tarihsel gelişime bakmakta yarar vardır.

#### **Uluslararası Stratejik İletişimde Kamu Diplomasisi Tanımlaması**

En yalın anlatımla *kamu diplomasisi*, bir hükümetin başka bir ulusun halkını ve aydınlarını, bu ulusun politikalarını kendi avantajına döndürmek amacıyla etkilemeye çalışmasıdır.

Hans Tuch'ın tanımıyla "*kamu diplomasisi, kendi ulusunun düşüncelerini ve ideallerini, kendi kurumlarını ve kültürünü aynı zamanda ulusal hedeflerini ve güncel politikalarını yabancı halklara anlatma amacı taşıyan bir hükümetin iletişim sürecidir.*"(Tuch 1990;Akt. Akçadağ, www.kamudiplomasisi.org/02.02.2014) Ayrıca, kamu diplomasisini bir iletişim süreci olarak tek yönlü de algılamamak gerekir. Bu sürecin çift yönlü yapılandırılmasının önemini Gifford Malone şu ifadelerle açıklamıştır:

*"Eğer kendi toplumumuzu ve politikalarımızı anlatmak istiyorsak öncelikle iletişime geçmek istediğimiz halkın kültürünü, tarihini, psikolojisini ve özellikle de dilini öğrenmeliyiz."*(Malone 1988;Akt. Akçadağ, www.kamudiplomasisi.org/02.02.2014)

Kamu diplomasisinde bilginin kaynağı bellidir ve doğruluğu kesindir. Bu özelliği ile de psikolojik savaş uygulamaları içeren propagandanan ayrılmaktadır. Bilindiği üzere propaganda da bilginin kaynağı her zaman belli olmayabilir, doğruluğu kanıtlanamayan söylentilere dayalı üretilebilir. Kamu diplomasisi ise "*bir hükümetin açıkça yabancı kamuoyu oluşturma, ulusal hedeflere, çıkarılara ve amaçlara*

*ulaşmak için yapılandırılmış doğru bilgiyi yayma girişimidir.*”(Riggins 1998;Akt. Akçadağ, [www.kamudiplomasisi.org/02.02.2014](http://www.kamudiplomasisi.org/02.02.2014))

İlk kez 1965 yılında Tufts Üniversitesi'nde *Fletcher School of Law and Diplomacy*'nin Dekanı Edmund Gullion tarafından kamu diplomasisi kavram olarak kullanılmıştır. Ve Edmund Gullion kamu diplomasisini geniş bir şekilde şöyle tanımlamıştır:

“Halkların tutumunun, dış politikanın oluşumu ve yürütülmesine yaptığı etki ile ilişkilidir. Kamu diplomasisi, uluslararası ilişkilerin geleneksel diplomasi dışındaki alanlarını kapsamaktadır: Hükümetler tarafından yabancı ülkelerde kamuoyu sağlanması, özel kuruluşlarının diğer ülkelerle etkileşimde bulunması, dış ilişkilerin aktarımı ve bunun politika üzerindeki etkisi, diplomatlar ve yabancı meslektaşları arasında iletişim sağlanması ve kültürlerarası iletişim süreci gibi.”(Akt. Akçadağ, [www.kamudiplomasisi.org/02.02.2014](http://www.kamudiplomasisi.org/02.02.2014))

Kamu diplomasisi kavramının daha iyi anlaşılabilmesi için öncelikle değişen diplomasi anlayışından söz etmek gerekmektedir. Kamu diplomasisine ilişkin ilk çalışmalar on yedinci yüzyıla kadar dayandırılabilir. On yedinci ve on sekizinci yüzyıllarda Fransa kültürü tüm Avrupa tarafından tanınmış, Fransızca diplomasi dili haline gelmiştir. Fransız Devrimi ile getirilen değerler Fransa'nın olumlu imajına katkıda bulunmuştur. Aynı şekilde İtalya, Almanya ve diğer bazı ülkeler de denizaşırı ülkelere kültürlerini tanıtmak için bir takım kuruluşlar oluşturmuşlardır.(Nye 2005:101)

Birinci Dünya Savaşı'nın patlak vermesiyle, ince güç oluşturma çabalarına hız verilmiş ve devletlerin birçoğu propaganda amaçlı ofisler kurmuştur. Diplomatik amaçlar için bilgi ve kültürü kullanma konusunda diğer ülkelere göre daha geç hareket ettiği görülen Amerika'da Başkan Wilson 1917'de Kamu Bilgilendirme Komitesi'ni (*Public Information Committee*) kurmuştur. 1920'lerde radyonun bulunması ise, devletlere yabancı dilde yayın yaparak davalarını yabancı kamuoyuna duyurma fırsatı sağlamıştır.

Radyolar İkinci Dünya Savaşı boyunca da önemli rol oynamışlardır. Bu dönemde, Hollywood yapımları da etkili propaganda araçları haline getirilmeye çalışılmıştır.(Akt. Akçadağ, [www.kamudiplomasisi.org/02.02.2014](http://www.kamudiplomasisi.org/02.02.2014))

İkinci Dünya Savaşı sonrası girilen Soğuk Savaş döneminde de fikir savaşları çerçevesinde yürütülen uluslararası politikada kamu diplomasinin öneminin daha iyi anlaşılmasına başlandığı, dolayısıyla rolünün daha da arttığı görülmektedir.

*“Düşünceler dayanıklıdır, silahlarla veya bombalarla yok edilemezler. Uluslararası sınırları ve okyanusları aşarlar. Onlarla ancak daha iyi düşünceler üreterek başa çıkılabilir.”*(Akçadağ, [www.kamudiplomasisi.org/02.02.2014](http://www.kamudiplomasisi.org/02.02.2014))

Bilindiği üzere, faşizm ile komünizm, liberal demokrasi ile Marksizm düşünceleri arasındaki mücadele soğuk savaş dönemine damgasını vurmuştur. Hiç şüphe yok ki, Amerika’da kamu diplomasisi, özellikle komünizm fikrine karşı mücadele etme gereksiniminden doğmuştur. Soğuk Savaş boyunca süren ideolojik bölünme, kamu diplomasisinin Amerikan dış politikasının merkezine yerleşmesine yol açmıştır.

Sıcak bir savaş çıkma durumunda, nükleer silahların kullanılması ihtimalinde tüm dünyayı felakete sürükleyebilecek durumlara meydan vermemek adına Soğuk Savaş Döneminde *“kalpleri ve akılları kazanmanın”* önemi daha fazla ortaya çıkmıştır. Tüm bu nedenlerden ötürü, bu dönem zarfında Amerikan sineması, Amerikan müziği ve Amerikan markaları ile iletilen Amerikan kültürü tüm dünyayı, hatta *‘demir perde’*yi bile aşarak Doğu Bloğu ülkelerini de sarsmaya başlamıştır. Joseph Nye’a göre de *“televizyon ve sinema Berlin Duvarı’nı, 1989 yılından çok daha önce delip geçmişti. Duvarı yıkmadan önce ihlal eden Batının popüler kültürüne ait imgeler uzun yıllar boyunca iletilmeseydi, çekiçler ve buldozerler hiçbir işe yaramazdı.”*(Nye 2005:54) Bu dönemde ABD’de bu konuyla ilgili oldukça ciddi adımlar atılmış, 1953 yılında Başkan Eisenhower tarafından Amerika’nın yurt dışındaki imajını geliştirmek amacıyla kurulan USIA (*United States Information Agency*-Birleşik Devletler Enformasyon Ajansı) Soğuk Savaş’ın bitimine kadar Amerikan kamu diplomasisinin merkez kuruluşu haline gelmiştir.(Akçadağ, [www.kamudiplomasisi.org/02.02.2014](http://www.kamudiplomasisi.org/02.02.2014))

Bilgi çağına geçilmesiyle birlikte gelişen iletişim teknolojisi aktif bir kamu diplomasisi yürütmeyi daha zorunlu hale getirmiştir. Gelişen enformasyon ağı sayesinde her türlü bilgi herkes için ulaşılır hale geldiği için devletler politikalarını daha iyi tanıtmaya olanaklarına da ulaşmış olmuşlar, bu olanakları en iyi kullanan devletler de bu küreselleşme sürecini kendi adlarına en kazanımlı hale getirebilmişlerdir. Fransız sosyolog Dominique Wolton’a göre küreselleşme üç etapta gerçekleşmiştir. *“Birincisi, İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra Birleşmiş Milletlerin kuruluşu ile uluslararası düzenin temellerinin atılması; İkincisi, sınırların açılması ve serbest piyasa ile gerçekleştirilen uluslararası ekonomik alan; Üçüncüsü ise şu anda içinde olduğumuz enformasyon ve kültür çağıdır.”*(Wolton2003;Akt.Akçadağ, [www.kamudiplomasisi.org/02.02.2014](http://www.kamudiplomasisi.org/02.02.2014))

Bugün kültürel değerlerle harmanlanmış yeni bir dünya düzeni gelişmeye başlamıştır. Küresel düzlemde insanların birbirleriyle olan iletişimi geliştikçe kültürlerarası alışveriş de artmaktadır. Bu düzen, farklı kültürlerin birbirlerini daha iyi tanımasına da yol açmış gözükmektedir. Dünyaya kendi ülkesini anlatma amacı taşıyan



kamu diplomasisi için kültürel öğeler artık en değerli kaynaklardır. Bir ulusun yaşayan kültürel imajını yansıtan kamu diplomasisi, yabancı düşmanlığının ve radikal söylemlerin arttığı dünyamızda ayrı bir önem kazanmaktadır.

Kamu diplomasisi söz konusu olduğunda hükümetleri adına müdahalede bulunacak devlet temsilcileri yerine akla daha çok iki kültür arasında bir diyalog arayışındaki iki toplum gelmelidir. Bu anlamda da kamu diplomasisini, bir ülkenin yabancı ülkelerdeki imajını iyileştirmek amacıyla kültürel alışverişin gerçekleştirilmesini, dolayısıyla kültürel ve ulusal değerlerin yayılmasını sağlayacak programlar bütünü olarak görmek gerekir.

Bu nedenle, kamu diplomasisinin en önemli uygulama aracı Dışişleri Bakanlıkları ve Büyükelçilikler tarafından kültürel alışverişi ve akademik değişimleri yaygınlaştırma amaçlı uygulanan programlardır. Bazı ülkeler, dillerinin ve kültürlerinin yayılması için faaliyet gösteren ulusal ajans ağlarına sahiptirler. Hükümetleri tarafından finanse edilen Fransız Enstitüsü ve Kültür Merkezleri ya da *British Council* bu ajanslara örnektir. Bu resmi kurumlar dışında sivil toplum tarafından kurulmuş, aynı amaca hizmet eden enstitüler de bulunmaktadır. 130 ülkede şubesi bulunan *Alliance Française* ile 120 ülkede faaliyet gösteren *Goethe Enstitüsü* bu hizmet anlayışına en iyi örneği oluşturmaktadırlar.(Sirois 2007; Akt. Akçadağ, [www.kamudiplomasisi.org/](http://www.kamudiplomasisi.org/) 02.02.2014)

Uluslararası yayın yapan radyolar da kamu diplomasisinin bir diğer aracı konumundadırlar. Bu tür radyolar bir ülkenin değerlerinin ve kültürünün tanıtımı için büyük önem taşımaktadır. Sözelimi, yirmiye yakın dilde yayın yapan *Radio France Internationale* yaklaşık 45 milyon dinleyiciye ulaşmaktadır. İngiliz kültürü ise, kırk üç dilde yayın yapan *BBC World* aracılığıyla 150 milyon insana ulaşmaktadır.(Sirois2007;Akt.Akçadağ,[www.kamudiplomasisi.org/](http://www.kamudiplomasisi.org/)02.02.2014) Türkiye'nin Sesi Radyosu (VOT) da, kısa dalga, uydu ve internet üzerinden 32 dilde dış yayın yapmaktadır.

Kamu diplomasisinin kültürün dışında başka bir dayanağı daha vardır, o da şüphesiz ekonomidir. Uluslararası ilişkilerde ekonomik gücün önemini yadsımak mümkün değildir. Tüm dünyada tanınan markalara, yabancı ülkelerde istihdam olanağı sağlayan büyük şirketlere sahip olmak, etkin bir kamu diplomasisi yürütülmesini de kolaylaştırmaktadır. Hiç şüphe yok ki, bir ülkenin refah seviyesine ve fırsatlarına özenen diğer ülkeler, o devleti izlemek isteyeceklerdir.

Özellikle ekonomik becerilerin sadece para kazanmaya değil, aynı zamanda üne ve çekiciliğe de katkıda bulunduğu göz önünde bulundurulduğunda, potansiyel olarak ince güç sağlayan birçok kaynağa sahip ülkelerin başında Amerika gelmektedir. Gerçekten de, ulusal sınırları aşan tüketim malları ve servislerin kamu diplomasisine büyük etkisi bulunmaktadır. Dünyaca ünlü büyük markalar, doğdukları ülkelerle ilişkilendirilmekte ve ülkelerinin yurtdışındaki imajlarına katkıda bulunmaktadırlar. Örneğin, Coca Cola ABD'den, Nokia Finlandiya'dan, Sony Japonya'dan, Nestlé İsviçre'den ayrı düşünülememektedir. Ayrıca, bugün artık yabancı ülkelere yönelik ekonomik yardım ve kalkınma fonu gibi çekici ve olumlu imaj yaratacak programlar da zaten güçlü bir ekonomiyi zorunlu hale getirmektedir.(Nye 2005:40)

Ekonomileri küçük ve orta ölçekli olan devletler için ise kamu diplomasisinin ayrı bir önemi bulunmaktadır. Büyük güçlere nazaran bu ülkeler uluslararası ortamlarda gerektiği kadar tanınmamakta ve hatta bilgi eksikliği yüzünden söz konusu ülkelerin dünya kamuoyunda üzerlerinden atamadıkları stereotip düşünceler söz konusu olabilmektedir. Bu nedenle, kamu diplomasisi bu ülkelerin dünya toplumları tarafından tanınmaları yanında, çoğu zaman göz ardı edilen sınır komşuları tarafından da daha iyi anlaşılmasını ve böylelikle daha olumlu, daha gerekli yoğunlukta ilişkilerin kurulmasını da sağlayabilme olanağına sahiptir.

Oysa ki, büyük ekonomik potansiyele sahip ülkeler her hareketleriyle dünya medyasında yer almakta ve böylelikle de sürekli dünya gündeminde kalmayı başarmaktadırlar. Bilindiği üzere, küçük ölçekli ekonomik güce sahip ülkeler ancak bir kriz ya da skandal durumunda dünya gündeminin dikkatini çekebilmektedirler. Dolayısıyla, bugünün gelişmeleri doğrultusunda, söz konusu bu ülkeler kendilerini dünyaya daha iyi ifade etmek, tanıtmak ve belli bir konum sahibi olmak için kamu diplomasisine daha fazla önem vermek durumundadırlar. Mark Leonard'ın belirttiği gibi *“Birleşik Devletler, Birleşik Krallık ve Çin'in kamu diplomasisi bir takım imajları değiştirmeye veya bir konuda yeni bir marka haline gelmeye odaklıdır, ama (örneğin) Norveç'in kamu Diplomasisinin Temel Sorunu tanınmamaktır.”*(Leonard 2002;Akt.Akçadağ,[www.kamu.diplomasisi.org/02.02.2014](http://www.kamu.diplomasisi.org/02.02.2014))

Küresel ve bölgesel bir güç olarak bağımsız politikalar üretebilen bir ülke haline dönüştüğünün göstergelerini dünya kamuoyuna sunma çabalarında bulunmakta olan Türkiye için de kamu diplomasisi çalışmalarının henüz oldukça yeni olduğu söylenebilir. Ne yazık ki, Türkiye adına da en önemli sorun dünya kamuoyu tarafından

yeterince tanınmamak değil, yanlış tanınmak ve kendini dünyaya iyi ifade edememektir. Öyle ki, “Eğer bir ülke kendi algısını ve itibarını yönetmezse, itibarı kendi doğal ritmiyle ilerlemekte, başkaları tarafından yönetilir hale gelmektedir.”(Sanberk, Sabah Gazetesi:08.01.2008) Türkiye’de ise uzun yıllar ülkeler arasında, devlet ve hükümet başkanları nezdinde yürütülen ilişkilerin diplomasi bağlamında yeterli olduğu düşünülmüştür. Ancak artık değişen diplomasi anlayışı ve ince gücün uluslararası ilişkilerde öne çıkması, dolayısıyla doğrudan ülke kamuoylarına yönelik faaliyetlerin zorunlu hale dönüşmesi Türkiye’nin de bu anlamda yeni adımlar atmasına yol açmıştır.

Özellikle uluslararası ilişkiler açısından, bir devletin sınırları dışında yaşayan ortak dil, din, tarih, soy ve kültür gibi ortak değerlere sahip vatandaşlarının bulunması kamu diplomasisini yürütmeyi daha da kolaylaştırdığı gözlemlenmiştir. Türkiye de bu bağlamda sahip olduğu tarihsel bağlarını daha etkili kılma yollarını geliştirmeye çalışmaktadır.

İletişimin küreselleştiği dünyamızda artık her ülkenin kamu diplomasisinden en verimli şekilde yararlanmaya çalışması kaçınılmaz doğal bir durum olarak kabul edilmektedir. Hiç şüphe yoktur ki, bugün kamu diplomasisi, bir ülkenin çıkarlarını savunma, meşruiyet sağlama ve dış kamuoyu oluşturma anlamında en etkili araçlarından biri konumuna gelmiştir. Dolayısıyla, uluslararası toplumu etkilemenin ve yönlendirmenin en istikrarlı yolu kamu diplomasisinden geçmektedir. Ve de özellikle *algıların yönetilmesi*’nde uluslararası alanda öne çıkan kavram olarak kamu diplomasisi ilk önce ülkede uygulanan demokrasinin geçerliliğine, insan haklarının sağlamlığına ve ifade özgürlüğünün yaygınlığına dayanmaktadır.

Algı yönetimi açısından kamu diplomasisi uluslararası ilişkiler ile halkla ilişkilerin kesişme noktasında bulunan ve giderek önemi artan bir çalışma alanı konumunda bulunmaktadır. Temel amacı, karşılıklı anlayış yoluyla ülkelerin imajını ve saygınlığını geliştirmek olduğu ifade edilmektedir. Bu yaklaşım kamu diplomasisinde iki yönlü iletişime dayalı bir bakış açısını doğurur. İki yönlü iletişim de halkla ilişkilerin simetrik modellerini referans alır ve karşılıklı anlayışı geliştirmeye yönelik çabaları içerir. Bu tür kamu diplomasisi faaliyetlerinde karşılıklı yarar söz konusu olmaktadır.

Kamu diplomasisi kavramına yönelik iki temel yaklaşım geliştirilmiştir. Bunlardan birincisi, kamu diplomasisine *katı yaklaşım*, ikincisi ise *esnek yaklaşım*’dır. Katı yaklaşım, kamu diplomasisinin amacını ikna ve propaganda kullanarak dış kamuların davranışlarını etkilemek olarak ortaya koyar. Katı yaklaşım çerçevesinde,

siyasal bilgilendirme uygulamaları genel olarak radyo, televizyon, gazete, dergi gibi araçlarla, kısa dönemli siyasal sonuçları almaya yönelik ikna araçları kullanarak yabancı dinleyicilerin tutumlarını değiştirmeye yönelik bilgilendirme çalışmalarını içermektedir. Esnek yaklaşım ise, bilgi ve kültürel programların, uzun dönemli ulusal amaçlara yoğunlaşarak dış politika amaçlarının önünü açacağını ifade etmektedir. Kamu diplomasisinin amacını karşılıklı anlayış sağlamaktır. Kültürel iletişim, akademik ve sanatsal değişimler, filmler, sergiler ve dil eğitimi gibi sosyo-kültürel etkinlikleri içermektedir. Bu etkinlikler uzun dönemli sonuç beklentilidir. Hayat tarzlarını, siyasal ve ekonomik sistemleri, sanatsal yetkinlikleri kullanarak, karşılıklı anlayışa yönelik bir iklim yaratmaya dönük çalışmaları içerir. Kamu diplomasisi çerçevesinde siyasal bilgilendirme çalışmaları genellikle dışişleri bakanlıklarınca yerine getirilirken, kültürel iletişim faaliyetlerini çok farklı yapılar gerçekleştirmektedir.(Signitzer ve Coombs 1992; Akt.Yağmurlu 2007:17)

Esnek yaklaşım kapsamında kültürel iletişim, iki boyutlu olarak ele alınmaktadır. Birinci boyut olan, kültürel diplomasi, Mitchell'a göre, müzakereler sonucu oluşan resmi antlaşmaları ve bu anlaşmalar sonucu ortaya çıkan kültürel ilişkilerin yönetilmesini içermektedir. Bu genellikle, devletlerin kontrolünde ajans ve enstitülerin aracılığıyla gerçekleşmektedir. Kültürel diplomasideki amaç, diplomatik etkinlikleri bir bütün olarak şekillendirerek istenen şekilde bir imaj sunmaktır. İkinci boyut kültürel ilişkilerde ise amaç, tek taraflı bir avantaj sağlamak değildir. Karşılıklı yarar temeline dayanan, toplumlararası anlayış ve ortaklık sağlamaya yönelik çalışmaları kapsamaktadır. Samimi ilişkilere dayanmakta ve çok daha gerçekçi bir nitelik taşımaktadır.(L'Etang 2002:55-59)

Uluslararası stratejik iletişim yönetimi olarak kamu diplomasisinin başarılı olabilmesi ancak iki yaklaşımın bir denge içinde bulunmasıyla gerçekleşmektedir. Çünkü kamu diplomasisi programları temelde iki amaç için yapılmaktadır. Bu amaçlardan ilki devlet politikalarını açıklamak, ikincisi ise o ulusal toplumu tanıtmak şeklindedir. İlk amaç daha çok siyasal bilgilendirme çabalarını içermektedirken, ikinci amaç kültürel çabaları kapsamaktadır. Dolayısıyla, kamu diplomasisi pek çok boyutta ve içerikte gerçekleşebilir. Yaygın olarak dış kamulara yönelik olmakla beraber iç kamuları da kapsayabilir. Tek yönlü olarak bilgi vermek ve ikna etmeyi içerebileceği gibi iki yönlü olarak diyalog geliştirmeye yönelik de gerçekleştirilebilir. Tek bir ülkeye yönelik olabileceği gibi, birden çok ülkeye yönelik olarak da düzenlenebilir. Ancak

unutulmaması gereken, tüm bu çabaların ülkelerin ulusal çıkarlarına hizmet etmeyi amaçladığı ve sonuçta görüşlerine daha çok destek sağlayarak, uluslararası arenada etkilerini artırmaya yönelik olduğudur.(Yağmurlu 2007:18)

Hem tarihsel uygulamalar hem de kuramsal çerçeve açısından kamu diplomasisi stratejik bir halkla ilişkiler çalışmasıdır. Örgüt ve kamular arasındaki iletişimin yönetimi olarak tanımlanabilecek halkla ilişkiler uygulamaları, kendisi de büyük ölçekli bir örgüt olan devletin iletişim yönetimi için de kullanılır. Kamu diplomasisi olarak adlandırılan bu alan, yukarıda açıklandığı şekliyle devletlerin öncelikle dış kamulara yönelik iletişim faaliyetlerini içermektedir. İletişim olmadan bir kamu diplomasi faaliyetinin gerçekleşmesi mümkün değildir. Genellikle de kamu diplomasisi ile kültürel iletişim arasındaki ortaklıkların altı çizilmektedirler. Aslında da, kamu diplomasisinin iki yönünü oluşturan siyasal bilgilendirme ve kültürel iletişim uygulamalarının ikisinde de halkla ilişkilerin yakın teması bulunmaktadır. Bugüne kadar bu alanda yapılan çalışmalar, Alman araştırmacı Peisert'in (1978) kültürel iletişim modeli ile Grunig ve Hunt'ın halkla ilişkiler modelleri arasındaki benzerliği vurgulamaktadır.(Signitzer ve Coombs 1992;Akt.Yağmurlu 2007:19) Peisert dünyadaki kültürel iletişim yöntemlerini dört model altında sınıflandırmıştır.

Bunlardan ilki, kendi kültürünün dışarıya tek yönlü iletilmesi olarak ifade edilen **kültürel iletişim** faaliyetlerini kapsamaktadır. Burada, tek yönlü davranış değişikliği yaratmaya yönelik, tek taraflı bir bilgi akışı söz konusudur. Yurt dışında açılan dil okulları bu modelin en tipik uygulamalarıdır. İkinci model, **özsunum modeli** olarak adlandırılmaktadır. Kendi ülkesiyle ilgili bilinçli bir resim çizmeyi içermektedir. Bu çabalar, ülkelerin dış politika faaliyetleriyle paralellik gösterir. Üçüncü olarak, **bilgi modeli**, kendi ülkesi için anlayış ve sempati yaratmayı amaçlayan çabaları içermektedir. Hedef ülke ile ilgili sosyal ve kültürel gelişmelerin yakın takibi ve bilimsel planlamayı içeren çabalar gerektirmektedir. Kültür ataşelikleri bu amaca örnek teşkil etmektedir. Sonuncusu, **değişim ve ortaklık modeli**, ülkelerin eşit haklara sahip olduğu ve ulusların, uluslararası okurlar için ortak çaba gösterdiği durumlar için geçerlidir. Bilimsel, sosyal ve kültürel etkinlikler için ortaklaşa çabaları içermektedir. Sonul amaç karşılıklı anlayış olarak ortaya çıkmaktadır.(Yağmurlu 2007:19)

Grunig ve Hunt'ın halkla ilişkiler modellerinde de mevcut halkla ilişkiler uygulamaları incelenmiş ve dört grupta sınıflandırılmıştır. Bunlar, *basın ajansı/duyurma*, *kamu bilgilendirme*, *iki-yönlü asimetrik* ve *iki-yönlü simetrik*

*modeller*'dir. Kısaca söz edersek, *basın ajansı/tanıtım modelinde* halkla ilişkiler uygulamalarının amacı, örgütün iyi tanıtımını yapmaktır. Bunun için kitle iletişim araçları tek-yönlü iletişim için kullanılmaktadır. Üretilen bilgilerin eksiksiz ya da doğru olması önemsenen bir olgu değildir. Örgütün amacı çevreyi yönlendirmek ve kontrol etmektir. *Kamu bilgilendirme modelinde*, uygulayıcılar gazeteci gibi davranırlar. Yine tek-yönlü bir iletişim söz konusudur, geribildirim, araştırma gibi etkinlikler bulunmamaktadır. Ancak sunulan bilgilerde doğruluk ön planda tutulmaktadır. Bu iki model de uygulamalarında araştırma ve stratejik planlamaya yer vermemektedir. Üçüncü model, *iki-yönlü asimetrik model* olarak adlandırılmıştır. Uygulayıcılar, tutum ve davranışlara yönelik bilimsel yöntemler kullanmakta, araştırma ve değerlendirme yapmaktadırlar. Amaç, kamuları etkilemek ve ikna etmek olduğu için asimetrik bir ilişki söz konusudur. Son olarak, *iki-yönlü simetrik model* uygulamalarından söz edilmektedir. Burada ise amaç, dengeli, karşılıklı yarar ve anlayış ilişkisine dayalı bir iletişim etkinliği ortaya koymaktır. Böylelikle de hem örgütte hem de kamularda halkla ilişkiler faaliyeti sonunda değişim yaşanması beklenmektedir.(Grunig ve Hunt 1984:21-25)

Signitzer ve Coombs, kültürel iletişim ve halkla ilişkiler uygulamalarının benzer boyutları olduğunu ifade etmişlerdir. İletişimin yönü (tek-yönlü/iki-yönlü) ve iletişimin amacı (simetrik/ asimetrik) yönünden karşılaştırma yapmışlardır. Basın ajansı/tanıtım modeli, kendi kültürünün dışarıya tek yönlü olarak iletilmesi modeline benzemektedir. İki model de tek yönlü iletişim faaliyetlerini içermekte, propaganda ve saldırgan bir üslup taşımakta ve eşitsiz ilişkilere dayanmaktadır. Kamu bilgilendirme modeli ile de öz-sunum arasında benzerlik kurulmaktadır. İkisi de, az da olsa ikna içeren tek yönlü iletişim faaliyetleri içermektedir. İki-yönlü asimetrik model ile de bilgi modeli arasında benzerlik kurulmaktadır. İkisinin de amacı sempati ve kabul sağlamaktır. Dikkatli, bilimsel planlama söz konusudur. İki model de asimetriktir, kendi davranışında değişim amaçlanmamaktadır. Son olarak da, iki-yönlü simetrik model ile değişim ve ortaklık modeli benzetilmektedir. Diyalog ve dengeli etki söz konusudur. İki tarafın da davranışlarında değişim oluşabilmektedir.(Signitzer ve Coombs 1992;Akt.Yağmurlu 2007:21)

Kamu diplomasisi uygulamalarının bir diğer temel amacı olan siyasal bilgilendirme çalışmalarıyla halkla ilişkiler uygulamaları arasında da çok yakın bir ilişki vurgulanmaktadır. Siyasal bilgilendirme çabaları halkla ilişkilerin iki modeliyle, kamu bilgilendirme ve iki-yönlü asimetrik model ile ilişkilendirilmektedir.(Yağmurlu 2007:21)

Genel olarak, hem halkla ilişkiler hem de kamu diplomasisi, '*algılama yönetimi*', '*itibar (saygınlık) yönetimi*' ya da '*imaj yönetimi*' gibi kavramlarla ifade edilen yönetsel çabaları içermektedir. Halkla ilişkiler zihinlerde, kişi, örgüt ya da ürün/hizmet hakkında olumlu imaj yaratma çabası içeren etkinliklerdir. Uluslararası yapı içinde ülkelerin imajlarının olumlu olması, uluslararası etkinliklerini artırmada önemli rol oynamaktadır. Bu ön kabul, kamu diplomasisinin uluslararası bir halkla ilişkiler faaliyet alanı olduğu sonucunu doğurmaktadır. Algılama/ imaj/itibar yönetimi diye adlandırılan bütün bu çabalar sonuçta, ilgili değerlerin algılarını kontrol etmeyi amaçlamaktadır. İlgili literatüre göre kamu diplomasisi tanımlarının pek çoğu, kamu diplomasisinin dış kamuyu etkileme çabalarının bir ürünü olduğuna işaret eder. Bu bakımdan düşünüldüğünde de kamu diplomasisi çabalarının ülkeler için dışarıda '*olumlu imaj yaratma*' çabaları olduğu ifade edilebilir.

# BÖLÜM 1

## STRATEJİK İLETİŞİM YÖNETİMİNDE

### TEMEL KAVRAMLAR, YAKLAŞIMLAR VE MODELLER

#### 1. STRATEJİK İLETİŞİM YÖNETİM VE SÜRECİNİN KAVRAMSAL AÇILIMI

Strateji kavramının, Yunanca ‘general’ anlamına gelen ‘*strategia*’ sözcüğünden türetilmiş olduğu ifade edilmektedir.(Grant 2001:14). Sevk etme, yöneltme, gönderme, götürme ve gütme anlamlarına gelen strateji kavramının bazı referanslarda ise, Latince yol, çizgi ya da nehir yatağı anlamındaki ‘*stratum*’dan geldiği üzerinde durulmaktadır.(Dinçer 2004:16)

‘Strateji’ kavram ve olgu olarak yüzyıllar boyunca askeri alanda kullanılmıştır. Askeri bağlamda, düşmanın olanaklarını ve olanaksızlıklarını belirleyerek, bu doğrultuda genel bir plan yapmak, kendi güçlerini yerleştirerek gerektiğinde harekete geçirmek demektir. Yönetim alanında ise XX. Yüzyılın ikinci yarısında, 1950’lerden sonra kavramın kullanılmaya başlandığı görülmüştür. Strateji, burada da benzer yaklaşımla kullanılmıştır. Örgüt çevre ilişkilerini düzenleyerek rekabet üstünlüğü sağlayabilmeyi amaçlayan ve bu amaca ulaşabilmek için de kaynakları harekete geçiren bir teknik anlamı taşımaktadır.(Fidan 1998:206)

Genel strateji kavramı bugün salt savunma siyaseti çerçevesinden çıkmış, her ülkenin (ya da kurumun) genel siyasetinden ayırt edilemeyecek konuma ulaşmıştır. Ve ayrıca toplumun refahı, talebi ve eğilimleri çerçevesinde kavramın bugünkü alanı psikolojik, sosyal, iktisadi, ideolojik, askeri ve idari konuları da kapsayacak şekilde genişlemiştir.(Güçlü 2003:66)

Strateji tanım olarak, “örgütlerin amaç ve hedeflerinin tespiti, çevresi ile arasındaki ilişkilerin analiz edilerek bu amaçların gerçekleştirilmesi için gerekli faaliyetlerin yeniden düzenlenmesi ve ihtiyaç duyulan kaynakların uzun dönemde etkili olarak dağıtılmasıdır.”(Dinçer 1994:22)

Ayrıca, "organizasyonun hedeflerini gerçekleştirmek için ilerlemeyi tercih ettiği yön" olarak da tanımlanmaktadır.(Oliver 2001:2) Taktikler hedefe ulaşmak için ‘neler’ yapılması gerektiğini ortaya koyarken, strateji hedefe ‘nasıl’ ulaşılacağını belirlemektedir.(Gregory 2000:119)



Bu çerçevede, strateji kavramının kapsamı ve işlevleri de şu şekilde sıralanmaktadır:(Moss-Warnaby 1998:132)

- Strateji ile organizasyonun amaçları belirlenir, öncelikler sıraya konulur.
- Strateji, organizasyonun rekabetçi alanını tanımlar. Bu nedenle strateji organizasyonun içinde bulunması gereken iş alanını belirler.
- Strateji, organizasyonu dış tehditlere ve fırsatlara karşı sürekli uyanık tutar.
- Strateji, rekabet avantajı sağlar.
- Strateji, organizasyonun kurumsal, ticari ve fonksiyonel hiyerarşik yapıları ile sıkı bir ilişki kurar.
- Strateji, organizasyonun eylemlerinden direkt ya da dolaylı olarak zarar ya da fayda gören paydaşlara yönelik olarak motivasyon görevi görür.

Bir örgütün stratejisinin tanımı yönetim fonksiyonlarından sadece bir tanesi olarak görülmekle birlikte, stratejik yönetim kararları aslında yönetim fonksiyonlarının tümünün önünde yer almaktadır. Stratejik yönetim ve stratejik yönetim süreci, örgütün ne yapması gerektiği ve nereye gitmesi gerektiği üzerinde kararlara ulaşmasını sağlamaktadır.(Howe 1993:27)

### **1.1. Stratejik Yönetim Anlayışı**

Stratejik Yönetim, “özel sektör, kamu sektörü ve kar amacı gütmeyen gönüllü sektörlerde faaliyet gösteren tüm organizasyonlarda geleceğe yönelik amaç ve hedeflerin belirlenmesine ve bu hedeflere ulaşılabilmesi için yapılması gerekli işlemlerin tespit edilmesine imkan sağlayan bir yönetim tekniğidir.”(Aktan 1998:340) Geleceğin bir planının yapılmasından öte bir şeydir. Örgütlerin çevresi sürekli değiştiğine göre planlar da sürekli değişir, bir defa yapılarak değişmez kalıplar haline getirilemez. (Hatiboğlu 1986:44)

Başka açıdan ise stratejik yönetim; stratejilerin planlanması için gerekli araştırma, inceleme, değerlendirme ve seçim çabaları; planlanan bu stratejilerin uygulanabilmesi için işletme içi her türlü tedbirin alınarak yürürlüğe konulması; daha sonra da yapılan çalışmaların kontrol edilerek değerlendirilmesiyle ilgili faaliyetleri kapsamanın yanı sıra, rekabet ortamında işletmeyi yenik düşürmemek için bir takım analitik kavramlar, felsefe ve yaklaşımlar, örgütlenme modeli ve araçlar, yeni düşünce ve teknikler geliştirme süreci olarak da görülebilir.(Dinçer 1994:23) Örgüt ile çevresi arasında bir uyum kurulması stratejik yönetimin en temel amaçlarından biridir. Burada çevre ile kastedilen ekonomik, sosyal, politik olay ve kurumlardır.(Hatiboğlu 1995:49)

Stratejik yönetim, örgütün genel amaçlarına ulaşması için kaynakların araştırılmasıdır, bir örgütün geleceğinin planlaması değildir. İyi bir stratejik yönetimde gerekli olan işi bilme ile önseziye sahip değildir. Öyle ki, stratejik yönetim önsezi ve analizin bir araya getirilmesini gerektirir.(Hatiboğlu 1995:52)

Temel kavramları açısından stratejik yönetime yaklaşmak gerekirse, sıklıkla karşılaşılan *vizyon, misyon, politika, amaç* gibi kavramları stratejinin temel unsurları olarak çerçeveselendirmek olası olacaktır. Bu kavramlar içerisinde stratejik yönetim açısından en çok öne çıkan kavramlar '*vizyon*' ve '*misyon*' kavramlarıdır. Günümüzde örgütlerin kaçınılmaz olarak vizyon ve misyon ifadeleri oluşturduğu ve stratejik yönetim konularına gereken önemi daha fazla vermeye başladıkları açıkça gözlemlenmektedir.(Dursun 2013:48)

Vizyon, bir örgütün paylaştığı geleceğe dönük bir resmi ifade etmektedir.(Dincer 2004). Açmak gerekirse; işletmelerin gelecekte olmasını arzuladıkları durumun ifadesini anlatmaktadır.(Ülgen vd. 2004) Örgütün gelecekte olmasını arzuladığı durumlarla ilgili oluşturacağı görüşlerin belirlenmesi *vizyon*'un tanımını vermektedir. (Dursun 2013:48)

Vizyondan farklı olarak *misyon* ise, "*işletmenin ne yapmak ve hangi amaçla yapmak üzere kurulduğunu, kendisini nasıl görmek istediğini, işletmenin varlık nedenini ifade eder.*"(Koçel 2007:97) Misyon aynı zamanda örgüt içerisinde çalışanların paylaştığı bir duygunun yansıması olarak da okunabilmektedir.(Dursun 2013:48)

Stratejik yönetim modeli; 'strateji belirlenmesi', 'strateji uygulanması', 'strateji değerlendirilmesi' olmak üzere üç aşamada gerçekleşir. Stratejilerin belirlenmesinde yöneticilerin görüşleri, bir anlamda subjektif değerlendirmeleri büyük ölçüde etkilidir. Taktiklerde ise subjektiflik daha az söz konusudur. Strateji içindeki seçenekler taktiklere göre çok daha geniştir. Stratejik yönetim sürecinin aşamaları altı basamakta sıralanmaktadır: Çevrenin analizi; Amaçların belirlenmesi; Stratejik seçeneklerin analizi; Stratejik seçenekler arasında seçim yapılması; Stratejilerin uygulanması ve Kontrol ve değerlendirme.(Hatiboğlu 1995:53) Taktik sorunlar birbirlerini tekrarlarken stratejik sorunların sıraya konulup tasnifinin yapılması olası olmaz. Zaman ufku daha kısa olduğu için taktiklerde riskler stratejilere göre daha kolay değerlendirilebilmektedir.

Stratejiler uzun süre uygulanır. Bunların zaman ufku geniştir. Halbuki taktikler daha kısa zaman süreleri için söz konusudur. Stratejiler genellikle kapsamlı, genel ifadelerdir. Halbuki taktikler büyük ölçüde ayrıntılardan oluşur. Stratejilere genellikle kurumların bakış açısından

bakılır. Halbuki taktiklere pazarlama, finans gibi kurumların çeşitli işlevleri açısından bakılır.(Hatiboğlu 1995:56)

Ancak stratejileri, farklı açılardan çeşitli biçimlere ayırmak olası görülmektedir: (Hatiboğlu 1995:57)

a/ Kapsamına göre stratejileri çeşitli gruplara ayırabiliriz. Bazı stratejiler temel stratejilerdir. Bunların kapsamı çok geniştir. Bazılarına ise program stratejiler denir. Bunlar temeldeki stratejileri uygulamak amacı ile belirlenen dolaylı (yan) stratejilerdir.

b/ Stratejiler organizasyonların kademelerine göre tasnif edilebilir. Bazı stratejiler organizasyonun üst düzeylerinde, diğerleri ise alt düzeylerinde belirlenebilir.

c/ Stratejilerin maddesel olan ya da olmayan kaynaklarla ilgili olmasına göre bir tasnif yapılabilir. Birçok strateji işletmenin sahip bulunduğu maddi kaynaklarla ilgilidir. Diğer bazıları, yöneticiler, araştırmacılar ve öteki çalışanlar ile ilgilidir. Örneğin, bu çeşit stratejiler yöneticilerin yönetim biçimi (yöntemi), düşünme biçimi, işletmenin sosyal sorumlulukları ile ilgili olabilir.

d/ Stratejiler amaçlara ve/veya fonksiyonlara göre belirlenebilir. Örneğin, bir çok örgütte büyüme bir strateji olarak belirlenebilir.

e/ Yöneticilerin personel stratejileri vardır. Bu stratejiler örgütlerin yüksek düzeyleri için özellikle önemlidir. Bu stratejiler yöneticilerin değer yargılarını, işleri benimsemesini ve emrinde çalışan kişileri nasıl yöneteceğini etkiler.

Stratejik yönetim bir süreci içerir. Ancak, bu süreç statik değildir, örgütün yönetim sürecidir. Yönetimin, amaca varılıncaya kadar geçecek süre içinde kullanacağı stratejiyi ve bu stratejiye uygun politikaları belirlemesi önemlidir. Bu nedenle, önce stratejinin saptanması, daha sonra belirlenen stratejiye uygun politikaların belirlenmesi gerekir.

Her örgüt, büyüme için yeterli olanaklara sahip olmayabilmektedir, bu tür durumlarda stratejik yönetimde '*Alternatif Geliştirme*' daima önem taşır. Stratejik yönetimde kullanılacak alternatifler mevcut stratejinin korunması, dönüş stratejisi, uzmanlaştırma stratejisi, bütünleşme stratejisi, etkinliklerin farklılaştırılması stratejisi olarak sıralanmaktadır.

Mevcudun korunması isteği genellikle yeniliğe karşı direnmenin sonucu ortaya çıkar. Yenilikçilik risk taşır, dolayısıyla mevcudun korunması isteği değişimin yaratacağı belirsizliğe karşı önlem alma gereksiniminin yansımasıdır. Dönüş stratejileriyle ise, etkinliklerle mevcut çevre koşulları karşısında örgütün etki gücünü

artırmak hedeflenir. Dönüş stratejilerine mevcut strateji yetersiz olduğunda başvurulur. Örgütün hizmetlerinin çeşitli etkinliklere dağıtılması söz konusu olduğunda da uzmanlaşma stratejisi gündeme gelmektedir. Bütünleşme stratejisine de, üretilen ana hizmetin meydana getirilebilmesi için bazı yan hizmetlerin de aynı şekilde uygulanması gerektiğinde başvurulmaktadır. Tali hizmetlerin nasıl planlanması gerektiği çözümlenmektedir. Örgüt içinde etkinliğini kaybetmiş çalışma alanlarının değiştirilmesi ve daha güncel etkinlik alanlarının açılmasında farklılaştırma stratejisi rol oynar.

Söz konusu bu stratejilerin hangisinin uygulanması gerektiği konusunda karar almak stratejik yönetimin etkinliğini ortaya koyar. Koşulların gerektirdiği en uygun stratejiyi belirlemek yönetimin stratejik etkinliğinin göstergesi olacaktır.

Günümüzde, ancak stratejik vizyona sahip liderler, kendi yönettikleri sistemi de sürekli bir öğrenim süreci içerisinde geleceğe doğru hızla ve başarı ile taşıyabilirler. Organizasyondaki az sayıda stratejik lider, organizasyon felsefesindeki gerçekçi ve sürekli gelişim ile birlikte, yeniden ve uzun vadeli düşüncü ve vizyon sahibi olmanın gerekliliğinin önemini öncelikli olarak görebilir.(Marşap 1997:226-36)

Çağdaş yönetimlerde stratejik liderlik vizyonuna sahip yöneticiler, sürekli yenilik, yaratıcı buluşkanlık, mükemmel girişimcilik ve araştırmacılık yönlerini bilimsel olduğu kadar sanatsal düşünce ve anlayış ortamında canlandırarak gelişimlerine farklı, yeni, akıcı ve çekici bir anlayış ve bakış açısı kazandırmaya çalışmaktadırlar. Geleceğin yenilikçi dünyasında yeni ve daha iyi olanı elde etmek, daha verimli ve kaliteli olanı yakalamak, potansiyel kaynakların özellikle insana yönelik olanlarını çok daha üst kullanım düzeylerinde harekete geçirmek için; daha bir çeşitlilik, hız, değişim yeteneği, kaynaşma becerisi ve yeni biçimlere yönelik tasarımların başarılmasında yeni uyarım, etkinlik ve sentezlere gidilirken sanatsal uyarıcı ve yaratıcı güçlerin kullanımını başarıyla sağlamalıdır. Etkili bir yeni stratejik liderlik anlayışı ve vizyonu, değişimin başarılması, global işbirliği, sosyal ve organizasyonel sorumluluk anlayışı ve hızlı değişime uyum yeteneğinin birleştirilmesi ile olanaklı olabilir.(Salmann vd. 1995)

Bilişim çağı, yeni ve çağdaş, hızlı ve değişken yönetim anlayışını en üst düzeyde kullanmayı gerektirmektedir. Geleceğin stratejik liderliği zamanı etkin olarak kullanabilmeyi; yüksek kalite anlayışını titizlikle işleyebilmeyi; düşünce, akıl ve uygulamayı yönetsel zeminde işbirliğine giderek sinerjistik etkiyi sağlayabilmeyi; sürekli gelişimci bir felsefeyi hızlı, bilimsel ve sistematik olarak kullanabilmeyi esas almaktadır.

İletişimci ve müzakereci önderlik, yaratıcı sorun çözme yeteneğinin üst düzeyde kazanılması, mükemmel bir üstün kalite ve verimlilik anlayışı, bilimsel ve sanatsal işbirliği yollarının işlerlik kazanarak kullanılması yönünde çaba ve çalışmalar öncelikli olarak ele alınmalı ve yönlendirilmelidir.

Oysa ki, günümüzde insan gereksinimlerini tatmin noktasında yetersiz kalmasına neden olan değişmelerin yaşandığı gözlemlenmektedir. Bu nedenle, içtenlik, doğallık, katılım ve yüksek bir gönüllülük anlayışını güçlendirecek sanatsal bakış açısının yeni yönetsel uygulamalarda uyumlu bir biçimde işlerlik kazandırılması büyük önem taşımaktadır.(Tichy vd. 1984:4-26)

Çağdaş yönetimlerde tasarım ve mükemmelliğe ulaşmada kültür büyük rol oynar. Bir vizyon yaratmanın en esas koşuludur kültür. Alınan kararları ya da vaatleri harekete geçirmek, değişimi kurumsallaştırmak da güçlü bir kültürel bakış açısı gerektirir. Bu bakış açısı aynı zamanda açık görüşlülük ve özgünlüğü saplayacak açık sistem anlayışını geliştirecektir.

Geçmişin ve geleceğin yeryüzünün ve gökyüzünün gizemini ve şiirsel işleyişini yakalamak, bunların atmosferini yeniden kurmak ve olağanüstü titreşmesinin ritmini oluşturmak için, yalnız sanatçı yöneticiler (yönetim sanatını bilen akademisyenler), bireyler ve toplumlararası sevgi, saygı, hoşgörü, katılım, gönüllü yardımlaşma ikliminde, anlayış ve işbirliği ile zenginleşen bir uyumlulukta, yepyeni güzellikler dolu bir dünyanın yaratılması için, etkin ve önemli bir role sahip olabileceklerdir. Çağdaş yönetsel yaklaşım; “yalın ve üst düzeyli stratejik vizyonunu” akıl, bilim ve sanat anlayışlı yakalayabilecek misyon sahibi çağdaş yöneticilere kapılarını açacaktır. Çağdaş yönetim anlayışı, varlık ve yokluk arasındaki karmaşıklığın hüküm sürdüğü parlak bir zamanı kullanan, saf bir öze tutunmuştur, her yeni bilimsel bakış açısı ve gelişme çok daha kesin olarak kullanılmaya açıktır. Böylelikle, kullanılmaya başlanan yenilik, süreklilik, bilimsellik ve istenirlik ilkelerinin, gerçek bir yönetsel kor ve çekirdek oluşturarak, bütün yeni yönetsel anlayış, yaklaşım ve süreçlerinin temelinde yer alması artan bir oranda hız ve güven sağlayabilecektir.(Wells 1993:76)

Bu bağlamda, ‘Çağdaş Yönetim Sistemi’nin tasarlanmasına sözü getirmek gerekecektir. Çağdaş yönetim sisteminin tasarlanması, başta zaman kavramı olmak üzere, yönetimin temel ilişkilerinin birçok biçimde kavranılmasını, her tür anlamsal simgeleme düşüncesinden bağımsız bir yönetim kalıbına dökülebilir çeşitli fikir ve yönlendirim düzeylerini bilimsel bir zemin olarak oluşturabilmektir. Yeni yaklaşımda, çağdaş yönetim sisteminin, daha büyük bir esnekliğe yöneldiği ve bilimsel olduğu kadar sanatsal bir anlatımcılığın hizmetine girdiği artık sözkonusu edilmektedir.(Certo vd. 1991)

Ekip ruhuyla hareket eden hızlı ve dinamik bir iletişim, canlı bir çağdaş yönetim organizasyon sisteminin hızla gelişerek olağanüstü ahenkli bir orkestrasyonun çevreye yayılmasını, böylelikle debütünleşmiş/kenetlenmiş/kaynaşmış bir yönetsel yapının oluşmasını sağlayabilecektir. Çok yönlülük, yenilik, yüksek bir hız ve tempo devinimler kazanarak beklenen isteklerin yerine getirilmesinde etkili olacaktır. Gereğinde pek çok işi bir iş halinde birleştirebilmek, çok boyutlu ve zengin iş versiyonları belirlemek, süreç ekiplerini işletebilmek, bilgi teknolojisinin katolizörlüğünü ve tümevarım yöntemiyle düşünmeyi öğrenmek, *iletişim* ve *işbirliğini* üst düzeyde gerçekleştirmek önem taşımaktadır.(Marşap 1996)

Hızlı değişimi yönetmek, sürekli yüksek bir kalite ve verimliliği sağlayarak, yeni yönetim yöntemlerini daha sağlıklı bir biçimde uygulayabilmeyi gerektirir. Bunu da uzun vadeli, makro açılı ve büyük düşünebilen liderler başarabilir. Yeni ve çağdaş yönetim anlayışı, organizasyonlarda stratejik liderlik vizyonunun sağlanmasını ve sürekli bir biçimde geliştirilmesini öngörmektedir. Burada önemli olan organizasyon kültürü geliştirebilmektir. Stratejik liderlerin bu değişimi sağlayabilmeleri, değişimi yönetebilmelerini ve küresel ortamlarda başarılı olabilmeleri beklenmektedir.

Stratejik lider, tüm değişim ve gelişim çalışmalarını onaylayan ve motive eden üst düzey yöneticidir. Stratejik lider, vizyonunu bir süreci tamir etmek yerine, değiştirerek kullanabilen, iş süreçleri üzerinde yoğunlaşabilen, çalışanların ve çevrenin değer ve tutumlarına önem veren, cesaret ve girişimciliği büyük sonuçlar için kullanabilen, hedefleri uzak geleceğe yönelik olarak ve büyük tutarak, mücadelecî yapıyla önemli başarılar getirebilen, kendini, çevreyi, çağdaş yönetim ilkelerini ve geleceği çok iyi adımlarla yönetebilen bilimsel, akılcı ve gerçekçi liderlerdir.(Marşap 1997)

*İletişim, motive etme, insiyatif kullanma, insani ilişkiler, analitik düşünebilme, bütünü görebilme, kararlılık, işbirliği, güncel olma, yaratıcılık, sorun çözme* gibi nitelikler stratejik liderliğin yeterlilikleridir. Sorunların üzerine giderek, sürekli iyileştirmeye çalışarak ve engelleri aşarak seçenekler geliştirmek gerekir. Olaylara geniş bir açıdan bakabilmek amacıyla sürekli bilgi toplamaya çaba göstermek önem taşır. Vizyon gerçekleştirecek stratejileri belirler, kararlarını sıkı sıkı gözden geçirir ve hesaplı risk almaya açıktır. Bunu yaygın iletişim kurarak, kişilere yetki ve güç vererek, bilgiyi yaygınlaştırarak, eleştiriye açık kalarak, inanırlık ve güvenilirliğini en üst düzeyde tutarak yapmaya çalışmalıdır. Bütün bunları takım üyelerinin kararlara

katılmalarını sağlayarak, sürekli mantıklı kalarak ve söylediklerini ilk önce kendisi yaparak başarmaya çalışması da büyük önem taşır.

Yalnızca yöneticilik yapmak, iyi bir lider olmak için yeterli değildir. Ekibi başarıya götürmek için, hem iyi lider hem iyi yönetici olmak gerekir. Ekibin başarısı ise birbirini tamamlayan çeşitli nitelik, beceri ve uzmanlıkların sinerjik etkisinin maksimuma ulaştırılabilmesine bağlıdır. Takımında kişiler arasında açık iletişimi sağlayabilen, o kişilere kendi hedefleriyle çalışma hedeflerinin aynı düzeyde tutmanın bir strateji olduğunu benimseten, kendisini ve çalışanlarını daha becerikli, bilgili, uyumlu ve yeniliklere açık tutan ve tutum ve davranışlarında içtenliği elden bırakmayan liderler bu maksimum sinerji noktasını yakalayabilirler.(Sidi 1997:312-3)

Herhangi bir örgütün koordineli bir yapıda etkinliklerini sürdürebilmesi için iyi bir biçimde yönetilmesi gerekmektedir. Bu bağlamdaki yönetici '*Lider*' yöneticidir. Yönetici lider başında bulunduğu örgütsel yapıyı yöneten, aydınlatan, ileriye götüren, izleyicilerinin istek ve gereksinimlerini zamanında sezen öncü bir kişidir.(Zaleznik 1994:31)

### **1.1.1.Stratejik Öngörü Yaratma Paradigması**

Stratejik öngörü, "*geçmişten gelip bugün hala daha süren ve geleceği etkilemesi olası eğilimleri gözönüne alarak ileriye yönelik stratejik planlama yapılmasını sağlar.*" (Mütercimler 1997:639) Beklenmedik bir gelişmenin oluşmasıyla uygulanabilecek bir modele hızla geçişi sağlayan planlamaların yapılması stratejik öngörüyle sağlanabilir. Öyle ki, bir devletin ya da bir örgütün üst düzey kararları stratejik öngörüler çerçevesinde alınmazsa eğer, çoğunlukla birbirinin etkisini yok eden kararlar dizisine dönüşürler.

Esasında stratejik öngörünün temeli, yarını bugünden öngörüp geçmişte yaşanan olumsuz etkilerin yinelenmesini önlemeye dayanmaktadır. Stratejik öngörü modelleri ile Türkiye de hızla gelişen dünya koşulları içinde geleceğe dönük olarak yaşamaya başlayan bir kültür oluşturabilecektir.

Stratejik öngörü ile tarih içinde birbirinden etkilenen, ancak konusal olarak birbirinden kopuk olan ekonomik, sosyal, kültürel, siyasal ve askeri olayların ortak bileşimi sonucunda geleceği şekillendirilmesi olası olabilecektir. Bu, bir anlamda geleceğin resmini yapmaktır. Bu noktada dikkat edilmesi gereken konu, geniş bir bakış açısı ile olayların çok yönlü olarak değerlendirilmesinin yapılmasıdır.

Gelecek yalnızca geçmişin bir uzantısı değildir, bir toplumda gelecek hakkında öngörülerde bulunmak, toplumun yapısını, toplumun değişikliğini önceden tahmin

ederek bekleme ve kabullenme gücüne bağlıdır. Bu bağlamda bilgi çağı olarak 21. Yüzyılda günlük, popülist kararlarla hareket edilemez, tam tersine 20 ya da 50 yıl gibi uzun erimli planlamaların yapılarak belirlenmiş hedeflerin elde edilmesine yönelmek en rasyonel tutumlardandır. 21. Yüzyıl için en vazgeçilemez, zorunlu olandır stratejik öngörü yaratmak.

‘Stratejik öngörü’ çalışması hem devlet karar alıcıları hem de uluslararası büyük örgütler için en hassasiyet isteyen konuların başındadır. Özellikle de Doğu Bloku’ndaki siyasal ve ekonomik çöküşten sonra, tek kutuplu dünya düzenine hakim olmuş uluslararası dengesizlik ve düzensizlik söz konusu iken, geleceğin planlamasına duyulan gereksinim eskiye oranla bugün çok daha fazla hissedilir olmuştur.

Sınırsız düşünce boyutu içinde çok yönlü değerlendirmeler yaparak alternatif olgular ortaya koymak stratejik öngörünün temelini oluşturur. Ancak ileriye dönük tahminler için sabit kalıplar dışına çıkabilmeyi başarmak gerekir. Bu nedenle, bilginin miktarı, kalitesi ve kullanılabilirliği 21. Yüzyılın dünyasının üstünlüğünü oluşturacaktır.

Stratejik öngörüsüz devlet yönetiminde birbirinin etkisini yokedecek birtakım kararlara gidilir, o günkü durumun getirdiği ivedi, kısa ömürlü birtakım önlemler alınır. Dolayısıyla da stratejik öngörü modelleriyle hareket eden diğer dünya güçlerinin etkisi altında kalma riski daha yüksek olur.

Yüzeyden bakınca birbiriyle ilgisi olmadığı izlenimi veren olaylar arasında gerçekten gizli bağlar vardır. Bu bağların ortaya koyulması ile gelecekte alacağı şeklin eğilimi belirlenmiş olacaktır. Stratejik düşünceler öteki güçlerin etkisinden korunmak için gizlenmelidir. Gizli tutulması gereken elde bulunan olanakların ne zaman, nerede, nasıl kullanılacağına açıklanmasıdır. Sonuç olarak, Türkiye 21. Yüzyıla girerken olası trend ve olayları yakalayarak geleceğe yönelik bir toplum yaratmak için stratejik öngörü çalışma grupları oluşturarak alternatif öngörülerde bulunmalıdır. Politik askeri durum değerlendirmesi de bu öngörülerin çekirdeğini oluşturmalıdır.(Mütercimler 1997:640-43)

Her zaman için içinde bulunulan çevreye göre yönetsel işlevlerin yürütülüşü ve elde edilen sonuçlar farklılıklar göstermiştir. Bu farklılığın kaynakları, sosyo-kültürel yapıya bağlı olarak benimsenen tutum ve davranışlar, kişilik özellikleri, dış çevre etkinlikleri ve gelişmişlik düzeyi gibi göstergelerdir. Söz konusu unsurların dikkate alındığı çeşitli modellerin ortaya atılması, kültürlerarası/karşılaştırmalı yönetim alanının doğmasına yol açmıştır. Böylelikle de farklı kültürlerdeki yönetim sistemleri ve



bunların dayandığı odak noktaları üzerinde araştırmalara daha fazla yoğunlaşılmıştır.(Basım 1997:237-42)

Kültürlerarası/karşılaştırmalı yönetim alanındaki başlıca yaklaşımlar sosyo-ekonomik yaklaşımlar, çevresel yaklaşımlar ve davranışsal yaklaşımlar olarak ele alınmaktadır. Bu yaklaşımlar, tarihsel süreç içerisinde şu şekilde gelişim göstermiştir:(Berberoğlu 1991:11-33)

1959'da yönetim olgusu ve yöneticilerin bir ülkenin sanayileşme ve ekonomik gelişme sürecindeki en önemli rolü oynadığını savunan bir sosyo-ekonomik yaklaşıma ortaya konulmuştur. 1960'lardan itibaren, ulaşım ve iletişim sistemlerinin gelişmesini, bölgesel pazar ve toplulukların kurulması ve çok uluslu şirketlerin yoğunlaşmalarını çevresel koşullarda yönetim sürecinin ilişkilerini inceleyen ilk model ortaya atılmıştır. Bu yaklaşım, hukuki düzenlemeler, siyasal, kültürel ve sosyo-ekonomik koşullar gibi çevre unsurlarının yönetsel uygulamalar üzerindeki etkisini makro düzeyde ele almaktadır. Söz konusu çevresel (ekolojik) yaklaşımın temel hareket noktası, yönetsel uygulamaların ve onların etkinliğini dış çevre değişkenlerinin (eğitimsel, yasal-siyasal, ekonomik, kültürel sınırlayıcıların) bir işlevi olduğu, buna bağlı olarak işletmelerin dış çevre koşullarındaki farklılık ile açıklanabileceği şeklindedir. Bu yaklaşımın ortaya koyduğu çevre değişkenlerinden kültürle ilgili olanı, daha sonraki yıllarda yapılan araştırmaların odak noktası olmuştur. Bu yaklaşımın temel özelliği, inceleme konuları için daha önceki yaklaşımlarda makro düzey benimsenmişken, bu yaklaşımda örgüt ve birey düzeyine indirgenmiş olduğudur. Bu şekilde, yönetsel uygulamalar ve elde edilecek etkinlik ilişkilendirildiği takdirde, kültürün yönetim uygulamaları ve yöneticiler üzerindeki etkisi kolayca anlaşılabilir.

#### **1.1.1.1. Strateji ile Örgüt Kültürü İlişkisi**

Kültür kısaca, "bireyin tutum ve davranışlarını yönlendiren normlar, davranış kalıpları, inançlar, tutum ve alışkanlıklar sistemi" şeklinde açıklanmaktadır.(Kutunis, 2006:1) Kültüre ilişkin geliştirilen tanımlamalar içerisinde Geert Hofstede'nin yaklaşımı ilgi çekicidir. Hofstede, kültürü, bir grup insanı diğerlerinden ayıran zihinsel programlama olarak tanımlamaktadır. Bu tanımdan hareketle, bireysel düzeyde zihinsel programlara ilişkin kaynakların, kişinin yetiştiği ve yaşam deneyimlerini elde ettiği sosyal çevrelerde yattığı söylenebilir. Programlama ailede başlamakta, okulda, arkadaş gruplarında, çalışma ortamında ve içinde yaşanan toplumda devam etmektedir. Kültür öğrenme sonunda oluşmakta, bir başka deyişle, kişinin genlerinden değil, sosyal ortamından kaynaklanmaktadır. Kültürün insan doğası ve kişilik ile olan sınırlarının

hangi noktalardan geçtiği, sosyal bilimciler arasında tartışma konusu olmasına rağmen kültürün insan doğası ve kişilik özelliklerinden ayırtilmesi gerektiği konusunda bir fikir birliği vardır.(Hofstede 1980)

Öyle ki, insan doğası, bütün insanların, ortak olarak sahip olduğu, genler aracılığıyla geçen özelliklerini ve bu yönü ile evrensel düzeyi belirtmektedir. Bilgisayara benzetilirse bu düzey, kişinin fiziksel veya temel psikolojik işlevlerini belirleyen işletim sistemidir. İnsanın korkuyu, kızgınlığı, sevgiyi, neşeyi, üzüntüyü hissetme yeteneği, başkalarıyla bütünleşme, kendini geliştirme, çevreyi gözleme ve çevre ile ilişkide bulunma gibi özellikle zihinsel programlamanın bu düzeyi içinde yer almaktadır. Diğer taraftan bir şahsın kişiliği ise, hiçbir canlı ile paylaşmadığı kişisel programlar setidir. Bunlar, kısmen kişinin genleri aracılığı ile kalımsal olarak geçen ve kısmen öğrenilen karakteristik özelliklere dayanmakta, bir diğer deyişle, kişisel deneyimler yanında ortak programlama, yani insan doğası ile kişilik arasında yer alan ve bir anlamda bir ara katman olan kültürün etkisiyle biçimlenmektedir.(Berry 1992:320)

Kültürün dışa yansıyan, dışarıdan gözlenebilen öğeleri olarak semboller, kişilerin günlük yaşamda kullandıkları ve katıldıkları törenleri, ritüelleri, öyküleri, mitleri ve kahramanları içermektedir. Bunlara ek olarak, görev çevresine ilişkin durumları, nesnelere ve kişileri ifade etmede kullanılan jargonun da kültür öğeleri kapsamında olduğunu söylemek olasıdır. Dışa yansıyan bir diğer öge olan davranışlar ise, kişilerin görülebilir ve/veya işitilebilir davranış kalıplarını kapsamaktadır. Dolayısıyla, davranışlar yalnızca sözlü, yalnızca eylemsel ya da hem sözlü hem eylemsel olabilir. Semboller ve davranışların gerisinde bulunan öğeler, inançlar ve değerler olmaktadır. İnançlar ve değerler, gözlenemeyen ancak kişilerin bilişsel olarak farkında oldukları birbirlerine çok yakın kavramlardır. Her iki kavram da kişilerin belirli durum, kişi ve nesnelere karşısındaki düşünsel eğilimlerini yansıtmaktadır. Aralarındaki tek fark, değerlerin belirli bir konuda kişinin düşünsel tercihini yansıtması karşısında, inançlar için böyle bir zorunluluğun olmamasıdır. Bazı kuramcılar, değer kavramını belirli durumları diğerlerine tercih etme eğilimi olarak tanımlarken; bazıları, belirli bir aracın veya sonucun, onun karşıtı olan araç ya da sonuca kişisel ya da toplumsal olarak tercih edilmesine ilişkin kalıcı inanç olduğunu ifade etmişler ve bazıları da, değerlerin, normatif inançlar olduğunu belirtmişlerdir. Bu noktada değerlerin, inançların özel bir hali olduğu ve davranışlar üzerinde şekillendirme, kalıplama biçiminde ortaya çıkan bir

potansiyel etki olduğu söylenebilir. Kültür olgusunun çekirdeğinde ise, varsayımlar bulunmaktadır. Bunlar, kişinin değerlerini, inançlarını ve davranışlarını yönlendiren, insan ilişkilerinin doğasına ve çevre ilişkisine ilişkin varsayımlardır. Bu varsayımlar, çevreyi algılama sonucu bilişsel bir süreç içinde ortaya çıkarlar.(Berry 1992:321)

Bu noktada, örgüt kültürü ile strateji arasındaki oldukça yakın ve güçlü ilişkiyi ve açıklamaya çalışırken Hofstede'in araştırma sonuçlarından yararlanılacaktır. Hofstede örgüt kültürü alanında temel bir araştırma olan çalışmasında dört ayrı kültürel boyuttan söz eder: Güç Mesafesi; Belirsizlikten Kaçınma; Bireysellik - Ortaklaşa Davranışçılık(Toplulukçuluk); Etil Kültür - Dişil Kültür.(Dursun 2013:52)

#### *Güç Mesafesi*

*Geniş güç mesafesine* sahip toplumlarda, örgüt içerisinde gücün dağılımı dengesizlikler, eşitsizlikler oluşturabilmektedir. Bu tür kültürlerde, statü, pozisyon, unvan gibi unsurlara önem verilir ve saygı duyulur. *Dar güç mesafesine* sahip olan kültürlerde ise, tersine örgütlerde önemli kararlar verileceği sırada çalışanların katılımı beklenir, fikirleri alınır, gücün dağılımında eşitsizlikler daha az görülmektedir.(Dursun 2013:52) “*Bazı toplumlarda ve kültürlerde gücü az olan insanlar, gücün eşit olmayan bir biçimde dağılımını kabullenmişlerdir. Başka bir deyişle toplumdaki bireylerin arasındaki güç mesafesi fazladır.*”(Sargut 2001:82). Türkiye Hofstede'nin araştırma sonuçlarına göre geniş güç mesafeli toplumlar içerisinde sayılmıştır.

#### *Belirsizlikten Kaçınma*

Belirsizlikten kaçınma, “*bir toplumun belirsiz durumları tehdit edici olarak kabul etmesi şeklinde tanımlanmaktadır.*”(Sofyaloğlu vd. 2001:91) Belirsizlikten kaçınmanın yüksek olduğu toplumlarda örgüt kurallarına göre hareket edilir. Bireylerin “yaşamı kendileri için daha güvenli bir duruma getirme amacıyla iş güvencesini, yazılı ve biçimsel kuralları artırmaya” çalıştıkları gözlemlenir.(Sargut 2001:180) Belirsizlikten kaçınmanın az olduğu toplumlarda ise, yenilikler, değişiklikler ve farklılıklara şüphe ile bakılmamaktadır.(Dursun 2013:52)

#### *Bireysellik-Ortaklaşa davranışçılık (Toplulukçuluk)*

Bireysellik - Ortaklaşa davranışçılık, toplum-birey ilişkisini açıklayan önemli bir kültür boyutudur. Bireyselliğin önemsendiği topluluklarda bireyler arasındaki sosyal ağ örüntüsü zayıftır ve her bireyin kendi ilgi alanı ve çıkarları doğrultusunda davranması doğal karşılanmaktadır. Bireyciliğin baskın olduğu kültürlerde, kişisel çıkar, toplum çıkarlarından ön plandadır ve kendini gerçekleştirme önem kazanmaktadır. Bireyselliğin

karşıtı olan ortaklaşa davranışçı (kollektivist) kültürlerde ise, toplum çıkarları ön planda olup, uzlaşma ve işbirliği önemlidir. Ortaklaşa davranışçı kültürlerde yönetim, gruplara yönelik ve ilişkiler görevden daha önemli konumdadır. Bireyselliğin ağır bastığı toplumlarda ise, yönetim bireylere yöneliktir ve görevler ilişkilerden daha önemli olarak algılanmaktadır. Bireyci toplumlar çocuklarına ‘ben’ bilincini aşılarken, ortaklaşa davranışçılar ‘biz’ bilincini yerleştirmeye çalışırlar. Bu boyutta Türkiye, ortaklaşa davranışçı toplumlar arasında yer almaktadır.(Sargut 1994:325)

#### *Eril Kültür - Dişil Kültür*

Bir toplumda geçerli ve baskın değerlerin ne oranda erkeğe ne oranda kadına özgü olduğunu ifade etmektedir. Eril kültür, başarı, rekabet, meydan okuma, kazanma, güçlü olma gibi erkeğe özgü olduğu savunulan değerlerin; yaşama kalitesi, işbirliği, hizmet, güçsüzlere yardım, bireylerarası sıcak ilişkiler ve affedicilik gibi kadına özgü olduğu düşünülen değerlere ne derece baskın olduğunu araştıran bir boyuttur. Buradan hareketle, eril kültürün baskın olduğu toplumlarda maddi başarı ve gelişmelere önem verildiğini, güçlülere hayranlık duyulduğunu, büyük ve hızlı değişimlerin iyi olarak algılandığını, yöneticilerin kararlılığa ve girişimciliğe önem verdiğini; buna karşın, dişil kültür özelliklerinin ağır bastığı toplumlarda ise, başkalarını korumanın ve ilişkilerin önemli olduğunu, küçük ve yavaş değişimlerin yeğlendiğini, zayıflara sempati gösterildiğini ve yöneticilerin sağduyu ve uzlaşmaya önem verdikleri söylenebilir.(Hofstede 1980) Türkiye, Hofstede araştırması bulgularına göre, dişil kültür özelliklerinin baskın olduğu ülkeler grubunda yer almaktadır.(Dursun 2013:54)

Kültürlerarası ayrılaşmaya Stuart Hall’un çalışmaları da açıklama getirmektedir. Stuart Hall, kültürleri, kişilerarası mesafe, arkadaşlık ilişkileri, bağlam değişkenleri ve iletişim boyutları ile incelemiştir. Kültürlerarası çalışmalar alanında Triandis’in katkılarına da göz ardı etmemek gerekir. Triandis, kültürlerarası farklılıklara, özellikle bireysellik - ortaklaşa davranışçılık penceresinden bakmıştır.(Turner vd. 1995)

Görülüyor ki, kültürel koşullanma sürecindeki farklılıklar; farklı varsayımlara, değerlere, sembol ve davranışlara sahip bireyleri ve bu bireylerin oluşturduğu farklı davranan, farklı işleyen toplumları ortaya çıkarmaktadır. Dolayısıyla da, kültürel ayrılaşma, örgütsel yapı, liderlik, iletişim, takım çalışması, çatışma ve uzlaşma gibi temel yönetim ve örgütlenme süreçlerini etkilemektedir.(Sargut 1994:52-54)

Ancak yine de, yönetim ve örgütlenmeye ilişkin evrensel kuram yoktur anlayışının da tam da doğru olamayacağını vurgulamak gereklidir. Ayrıca, çağdaşlaşma

uğraşısına giren toplumların diğer kültürlerde tasarlanmış kuramları, örgütsel yapıları ve yönetim süreçlerini aktarmak zorunda oldukları, başka türlü davranışlarında başarılı olmalarının güç olacağı da bir gerçektir. Yapılması gereken, alıp kabullenmede biraz daha kuşkucu olmaktır. Bunun yolu ise, ulusalı yerel kavramaktan, bir başka deyişle *emik araştırmalar* yapmaktan geçmektedir. Ancak bu yol ile *yönetim ve örgütlenmenin toplumsal teknolojisi*'ni kurmak söz konusu olabilir.(Özen 1996)

Bu bağlamda stratejik yönetim, "örgütün o andaki misyonu ve ortam koşulları üzerinde etraflıca düşünmeyi, sonra da üzerindeki karar ve sonuçlar için kılavuz oluşturacak şekilde bu unsurları bir araya getirmeyi gerektiren bir süreçtir."(Grunig-Repper 2005:133) İç etkinliklerle ve dış etmenlerle başa çıkma stratejileri arasında denge sağlar.(Grunig-Repper 2005:33) Söz konusu denge kuruculuğu için stratejik yönetimde sırasıyla şu adımların atılması önem taşımaktadır:(Grunig-Repper 2005:134)

- Şirketin misyonunun ne olduğuna karar verilmeli: Şirketin amacı, felsefesi ve hedefleri genel olarak ortaya konulmalı,
- Şirketin iç durumunu ve yeterliğini yansıtan bir şirket profili ortaya çıkartılmalı,
- Hem rekabet koşulları hem de şirketin dış ortamı sağlıklı bir şekilde değerlendirilmeli,
- Şirket profilinin dış ortamla eşleştirilmesi sırasında kendini gösteren seçeneklerle ilgili etkileşimli fırsat analizi yapılmalı,
- Fırsat analizinden çıkan sonuçlar, şirketin misyonu paralelinde değerlendirilmeli, fırsatlardan uygun olanlar belirlenmeli,
- Fırsatları hayata geçirmek için gerekli olan uzun dönemli hedefler ve genel stratejiler saptanmalı,
- Uzun dönemli hedefler ve genel strateji ile uyumlu yıllık hedefler ve kısa dönemli stratejiler belirlenmeli,
- Görevleri, insanları, yapıları, teknolojileri ve ödül sistemlerini uygun biçimde bir araya getiren bütçelendirilmiş kaynaklar kullanılarak, stratejik tercih kararları hayata geçirilmeli.

Stratejik yönetim anlayışı literatürde organizasyonel itibar/etkinlik ile ilişkilendirilmektedir. Organizasyonel etkinliğin ise mükemmeliyet/yetkinlik kavramı ile birlikte kullanıldığı görülmektedir.

Organizasyonel yapılarıdaki mükemmeliyetçi anlayışın farklı şekillerde tanımlandığı görülmektedir. Kimi kuruluşlarda mükemmeliyetçilik; mal varlığının büyüklüğü, öz sermayenin büyüklüğü, pazar değeri, yatırımın geri dönüş ortalaması, hisse senedinin değer ortalaması ve satışların geri dönüşü gibi altı finansal kriterle açıklanmaktadır. Öte yandan yönetim dışında finansal performansı etkileyen bazı bağımsız değişkenler de bulunmaktadır. Yönetim yetkinliği bazen de finansal performanstan çok organizasyonel davranış ve çıktılar bağlamında açıklanmakta, organizasyonel mükemmeliyet ise yenilikçilik kavramı ile tanımlanmaktadır.(Uludağ 2008:80)

Şöyle ki, kuruluşun yetkinliği hangi kriterle değerlendirilirse değerlendirilsin, tüm süreçlerin iletişim ile ilgili olduğu açıktır. Stratejik iletişim, organizasyonel yapılarıdaki mükemmeliyetçi anlayışın gerçekleşmesinde başat rol üstlenmiş bulunmaktadır. Mükemmeliyetçi yönetim anlayışına sahip kuruluşların en önemli ortak özelliği, iletişimlerini stratejik olarak yönetebilme yeteneğini sergileyebilmeleridir. Stratejik iletişim kavramı, esasında 'planlanmış iletişim' anlamına gelmektedir. Öyle ki, değişkenlerin hesaba katıldığı, kararların gerekçelere dayandırıldığı planlamayı gerektirmektedir. Araştırma ve değerlendirme de stratejik yönetim ve iletişimin temelini sağlamaktadır.(Uludağ 2008:81)

Çalışmalarında stratejik yönetim ilkelerinden ve uygulamalarından yararlanan halkla ilişkiler disiplini stratejik iletişim yönetiminde başat rol oynamaktadır. Bu nedenden ötürü, bu aşamada stratejik yönetimin etkin bir şekilde gerçekleştirilmesi için halkla ilişkilere düşmekte olan sorumluluklardan söz etmek gerekecektir.

## **1.2. Stratejik İletişim Yönetimi Anlayışı Olarak Halkla İlişkiler**

### **1.2.1. Halkla İlişkiler ve Yönetim Felsefesi**

Halkla ilişkilerin, insanların toplum halinde yaşamaya başlamalarından bu yana var olduğu kabul edilmektedir. Eski Yunan'da ve Roma'daki 'Forum'lar bir halkla ilişkiler aracı olarak görülebilir. Antik Dönemde, filozofların halk önünde bir konuyu tartışmaları, halkı etkilemeleri anlamında yaygın olarak kullanılmışlardır.

Okuryazarlık öncesi zamanlarda halkla ilişkiler, yüzyüze ilişkiler biçiminde gerçekleştirilmiştir. Bu nedenle, Kent Devletlerinin Sokrates, Platon, Aristoteles, Çiçeron gibi ünlü filozoflarının söylev ve demeçleri halkla ilişkilerin arkaik örnekleri olarak sayılmaktadır. Daha sonra, İmparatorluklar Döneminde, Büyük İskender'in fethettiği ülkelerin halklarıyla yakınlaşma çabaları, kendisinden sonra gelen imparatorların da benzer yöntemler izlemeleri halkla ilişkiler formlarının biçim ve içerik olarak gelişmesine yol açmıştır. Ayrıca, Mısır'da, Mezopotamya'da, İran'da zamanın yöneticilerini tanıtmak, yönetimin temel ilkelerini duyurmak amacıyla yazılmış tabletler vb. halkla ilişkilerin en eski uygulamaları olarak görülebilir. Dolayısıyla, başlangıçta yüz yüze ilişkiler şeklinde başlatılan bu çalışmalar, matbaanın bulunması ile kitle iletişimi biçimine dönüşmeye başlamıştır.

Halkla ilişkiler etkinlikleri gazete, radyo, televizyon gibi kitle iletişim araçlarının gelişmesi ve yaygınlaşması ile geniş olanaklar elde etmiş, başta A.B.D olmak üzere

bütün dünyada hızlı bir gelişme trendi yakalama fırsatına sahip olmuştur. 20. Yüzyılın başlarında serbest piyasa ekonomisinin güçlenmeye başlaması ile, özellikle A.B.D’de büyük gelişim gösteren girişimciliğin halkla ilişkilerin gelişiminde rolü fazladır. Ivy Lee ile başlayan çalışmalara hızlı bir şekilde daha bilimsel yöntemlerin katkı sağlaması gelişimin büyümesine yol açmıştır.

II. Dünya Savaşı sonrası Türkiye’de de disiplinin öncelikle kamu yönetiminde yer almaya başladığı gözlemlenmektedir. 1960’lardan sonra daha yaygın bir şekilde, basın bürosu, basın müşavirliği, yayın temsil şubesi, tanıtma şubesi, basın yayın ve halkla ilişkiler vb. kamu birimlerinde halkla ilişkiler etkinliklerinden yararlanılmaya başlanmıştır.

Özellikle belirtmek gerekirse, Devlet Planlama Teşkilatı’nın Koordinasyon Dairesine bağlı *Yayın-Temsil Şubesi* bugünkü anlamda planlı halkla ilişkiler çalışmaları yapan birimlerden olmuştur. Ayrıca, yine aynı yıllardan itibaren kamu kurumu olarak halkla ilişkiler çalışmalarında bulunan Nüfus Planlaması Genel Müdürlüğü’nün bir alt birimi Tanıtma ve Halk Eğitimi Müdürlüğü’nü de bu alanda Türkiye’de öncü birimlerden saymak gerekir. Bugün ise, gelişen Türkiye ekonomisinin itici gücü sayesinde kamu ve özel yapılanmalarda çağdaş halkla ilişkiler tekniklerinden yoğun bir şekilde yararlanılmaktadır.

Hiç şüphesiz, 20. Yüzyıl halkla ilişkilerin modern başlangıcı olarak kabul edeceğimiz bir tarihsel süreçtir, ancak bugüne kadar disiplinin hem kuramsal hem uygulama boyutuyla temelini oluşturacak kapsamlı bir betimlemesinin hala daha ortaya konulabildiğinden söz etmek kolay değildir. Sözelimi halkla ilişkilerin öncüsü Lvy Lee, halkla ilişkileri nasıl adlandıracağı konusunda kesin bir yargı ortaya koymamış olmakla birlikte, uygulamalarında halkın ve kuruluşun karşılıklı ilişkilerinin uygun bir sistemini sağlamak için doğruluk, anlayış, uzlaşma prensibinden hareket etmiştir.

1920’lerde ve 1930’larda halkla ilişkiler uzmanının yaptığı işlevler ağırlıklı olarak *tanıtım* ve *propaganda* olarak kabul görmüştür. 1940’lı yıllara gelindiğinde ise halkla ilişkiler mesleği üzerinde yapılan tanımlamalar çoğalmıştır: ‘*Sosyal davranışa bir rehber*’, ‘*Sosyal ve politik yönetim*’, ‘*İyi niyet geliştiricisi*’, ‘*Kamuoyu oluşturan*’, ‘*Harekete geçiren*’, ‘*İkna edici*’, ‘*Aydınlatıcı*’ vb. 1970’lerin ortalarında Harlow, halkla ilişkilerin gelişimi çerçevesinde disiplinde hakim olan konunun “*iyi niyeti elde bulundurmak ve oluşturmak için iletişimi kullanma*” olduğunu tespit etmiş ve geniş

çaplı incelemeleri sonucunda disiplinin kapsamlı bir tanımlamasını ortaya koymuştur:(Hutton 1999:200)

Halkla ilişkiler, bir kuruluşla hedef kitlesi arasındaki karşılıklı iletişimi, anlayışı, kabulü ve işbirliğini oluşturmaya ve sürdürmeye yardımcı olan, sorun ve problemlerin yönetimini içeren, kamuoyuna cevap veren, kamuoyunun bilgilendirilmesi için yönetime yardımcı olan, kamu yararına hizmet etmek için yönetimin sorumluluğunu tanımlayan ve vurgulayan, eğilimleri önceden tahmin etmeye yardımcı olmak için bir erken uyarı sistemi gibi hizmette bulunan, değişikliklerden etkin bir biçimde faydalanmak için yönetime yardımcı olan ve başlıca araçları olarak ahlaki iletişim tekniklerini ve araştırmayı kullanan ayrıcalıklı bir yönetim fonksiyonudur.

‘Yönetim’, ‘kuruluş’ ve ‘halk’ kavramlarının halkla ilişkiler tanımlarında yer alan en genel unsurlar olduğu görülmektedir. Public Relations News’te yer alan bir tanımlamaya göre de, *“halkla ilişkiler, hedef kitlenin tutumlarını değerlendiren, kamu yararı ile bir kuruluşun işlemlerini ve politikalarını belirleyen ve hedef kitlenin anlayışı ve onayını kazanmak için bir eylem programı yürüten bir yönetim fonksiyonudur”*.(Hutton 1999:201) Disipline Third New International Dictionary’de ise *“karşılıklı anlayışı ve iyi niyetli geliştiren bir bilim ve (ya) sanattır”* şeklinde bir tanımlama getirilmiştir.(Cutlip vd 1994:2)

Harwood L. Childs ise çağdaş düşüncenin bir parçası olarak halkla ilişkilerin temel fonksiyonunun *“sosyal bir önemi olan kişisel ve kurumsal davranışımızın durumlarını kamu yararına uydurmak ve uzlaştırmak”* olduğunu söylemiştir.(Cutlip vd 1994:3) İngiliz Halkla İlişkiler Enstitüsü (IPR)’e göre de halkla ilişkiler uygulaması; planlanmış ve desteklenmiş çabaları sürdürmek ve halkla kuruluş arasında karşılıklı anlayış ve iyi niyeti sağlamak amacıyla yapılan faaliyetlerdir.(Jefkins 1992:7)

Dünya Halkla İlişkiler Dernekleri Asamblesi 1980’lerin başında şöyle bir betimlemeye gitmiştir: *“Halkla ilişkiler uygulanması, kamuya ve organizasyona hizmet edecek şekilde planlanmış olan programları yerine getirme, kuruluş liderlerine danışmanlık yapma ve yapılan faaliyetlerin sonuçlarını önceden tahmin etmeye yönelik eğilimleri analiz eden sosyal bir bilim ve sanattır.”*(Jefkins 1992:8) Bu tanımlamanın ortaya koyduğu en önemli unsurlardan biri halkla ilişkilerin sosyal bir bilim dalı olduğudur. Diğer vurgulanan önemli unsurları da halkla ilişkiler uygulamalarının araştırmaya dayandığı ve kamuya karşı sorumlu hareket ediliyor olmasıdır.

Tüm bu çalışmalardan hareketle, International Public Relations Assonciation (IRPA), Confédération Européen des Relations Rubliques (CERP), Deutsche Rublic



Relation Gesellschaft (DPRG), (Public Relations Verband Austria (PRVA) ve Schweizwrische Rublic Relations Gessellschaft (SPVG)'nın ortaya koydukları tanımlamalarda özellikle vurgulanan unsurlar şöyledir:(Ronnenberger 1992:32)

- Genel anlayış, güven ve genel sempati yaratmak, oluşturmak ya da bunu geliştirmek;
- Belli bir organizasyon için anlayış, güven ve sempati geliştirirken, çevrelerinde aynı anlamda bir sistem oluşturmak, kurmak, yapısal olarak değiştirmek, kurumsallaştırmak, sağlamlaştırmak;
- Aynı anlamda güven ve sempatiyi sürekli olarak muhafaza etmek, sürdürmek, iyileştirmek, güçlendirmek, çoğaltmak;
- Başka organizasyonlar, sistemler, gruplarla ilişkiler oluşturmak, yaratmak, sürdürmek, sürekli hale getirmek;
- Organizasyonun, sistemin kendi ilgilerini dışarıya doğru, kamuda geçerli kılmak, temsil etmek, ortaya koymak;
- Organizasyonun, sistem grup içerisinde kendi ilgilerini açıkça ifade etmek, bunu devamlı olarak sürdürmek;
- Kamuoyunu organizasyonun kendi ilgisi yönünde etkilemek;
- Diğer ilgililerle, üretim ve işbirliği amaçlı anlaşma sağlamayı, karşılıklı ilişki kurmayı, birlikte hareket etmeyi hedeflemek;
- Anlaşma ve karşılıklı ilişki ile kendi organizasyonun varlığını ve gelişimini desteklemek.

John Marston *The Nature of Public Relations* (1963) adlı yapıtında ilk kez halkla ilişkilerin süreç niteliğinden söz etmiştir.(Ronnenberger 1992:8-10) Bir başka açıdan halkla ilişkiler, bir kuruluşla hedef kitleleri arasında karşılıklı fayda ilişkileri kuran ve bu ilişkileri devam ettiren bir *yönetim fonksiyonu*'dur.(Cutlip vd 1994:3) Steven R. Thomsen'a göre ise halkla ilişkilerin öne çıkan fonksiyonu, kuruluş ve bireyler arasında *iletişim yönetimi* ve *ilişki oluşturmak* olmuştur.(Cooley 1999:41)

Gelinen süreçte halkla ilişkilere ilişkin yapılan değişik tanımlarda ortaya konulan temel noktaları şu şekilde sıralamak olası olacaktır:(Wilcox vd. 1986:6)

- *Baştan sona planlanmış:* Halkla ilişkiler faaliyeti isteyerek yapılan bir faaliyettir. Etkilemek, anlayış kazanmak, bilgi sağlamak ve faaliyetten etkilenenlerden gelen tepkileri almak için dizayn edilir.
- *Planlı:* Halkla ilişkiler faaliyeti organize bir faaliyettir. Çeşitli problemlerin çözümleri bulunur, belirli zamanda yapılan faaliyetle ilgili olan lojistik unsurlar da düşünülür. Araştırma ve analizi içeren düzenli bir çalışmadır.
- *Performans:* Etkili halkla ilişkiler, bir birey ya da kuruluşun performansına ve gerçek politikalarına dayandırılmaktadır. Eğer bir kuruluş iyi bir işveren değilse ya da toplumu

ilgisine, çıkarına duyarlı değilse halkla ilişkilerin oluşturabileceği iyi niyet ve desteğin miktarı artırılmaz.

- *Kamu yararı:* Bir halkla ilişkiler faaliyetinin yapılmasının nedeni kamu yararına hizmet etmektir ve kuruluş için fayda sağlamak da kolay bir şey değildir. İdeal olarak halkla ilişkiler faaliyeti, kuruluşla hedef kitlesi arasında karşılıklı yarar sağlamaktadır. Kuruluşun kendi çıkarlarıyla hedef kitlenin çıkar ve ilgilerinin bir sıralamasının yapılması gerekir.
- *İki yönlü iletişim:* Tanımlarda, halkla ilişkiler enformasyon materyallerinin yayılması ve hedef kitleden gelen tepkileri toplamak da aynı derecede önem taşımaktadır. Dinleme yeteneği iletişim uzmanının gerekli bir unsurudur.
- *Yönetim fonksiyonu:* Halkla ilişkiler, üst yönetimin karar vermesinde bir unsur olduğundan çok etkilidir. Halkla ilişkiler bir karar alındıktan sonra sadece bilgi vermeyi değil, aynı zamanda danışmanlık yapmayı ve problemleri çözümlenmeyi de kapsamaktadır.

Karşılaşılan en temel sorun uygulamalarda öne çıkan kavramların akademik betimlemede aynı derecede yer bulamıyor olmasıdır. Sözgelimi, ikna kavramı, halkla ilişkiler uygulamasında çok fazla kullanılan bir unsur iken tanımlamalarda çok fazla karşılaşılan bir ilke değildir. Aynı şekilde yine, kamuoyunu ustalıkla idare etme konusuna da halkla ilişkiler tanımlamalarında yönelinmediği farkedilmektedir.(Hutton 1999:201)

Örgütün diğer kuruluşlarla ilişkilerinin olumlu biçimde düzenlenmesi ve bu olumlu ortamın yaratılması sonucunda da örgütsel verimliliğin ve etkinliğin artırılmasının sağlanması halkla ilişkiler çalışmalarında başarının esasını oluşturmaktadır. Bu bağlamda, halkla ilişkilerin amaçlarını şu şekilde özetlemek olasıdır:(Tortop 2009:10)

- Halkla ilişkiler, halkı aydınlatmak ve onlara çalışmalarını benimsetmek,
- Halkın yönetimle olan ilişkilerinde işlerini kolaylaştırmak,
- Kararların doğruluk derecesini artırmak için halktan bilgi almak,
- Kanun ve kurallara uyulmasını sağlamak için bunlar hakkında halka aydınlatıcı bilgi vermek (trafik kuralları, yasaklar, vb.)
- Halkla işbirliği sağlayarak hizmetlerin daha çabuk ve kolay görülmesini sağlamak (okul, hastane, yol yapımı, okul aile birliği toplantıları vb.)
- Halkla İlişkilerin amacı, özel ve kamu yararlarına yanıt vermeye çalışmak ve herkesin kişiliğine hürmet ederek toplumsal sorumluluk duygusu yaratmaktır.

Ancak benimsenen amaçlarda kişi, grup ve örgütler açısından farklılık görülmektedir. Halkla ilişkiler öncelikle, örgütün ilişki içinde bulunduğu kişi ve

grupların bilgi eksikliklerini giderme, eğitim düzeyini yükseltme ve örgüte ve çevreye duygularını geliştirme amaçlarını gerçekleştirmektedir.(Ataol 1987:91-6)

Genel anlamda halkla ilişkiler felsefesinde, kamu ve özel örgüt farklılığı göze çarpmaktadır. Kamuda uygulanan halkla ilişkilerin amaçları, devletin politikasını tanıtmak, vatandaşla ilişkileri iyileştirmek, ayrıca dünya barışına katkıda bulunmak vb. olarak belirginleşmiş iken, özel örgütler açısından müşteri ilişkilerini geliştirmek, örgütü koruma ve finansal güçlenme amaçlarını gözetmek ve özel girişimciliği aşılacak olarak tanımlanmaktadır.

### **1.2.2. Halkla İlişkilerde Yeni Olanaklar**

Halkla ilişkilerin günümüzdeki önemi giderek artmaktadır. Disiplin kendini *stratejik bir değer* olarak kabul ettirmeye başlamıştır. Küreselleşme ile birlikte itibar, saygınlık, marka ve rekabet avantajı gibi soyut değerler, bir kurumun değerinin neredeyse tamamına yakınına yakınına oluşturmaya başladığı için, stratejik halkla ilişkiler çalışmaları aracılığıyla marka oluşturmanın önemi düşünüldüğünden çok daha fazla artmıştır.(Ural 2006:22)

Stratejik halkla ilişkiler kavramının içerdiği kapsama göre halkla ilişkilerin stratejik kullanımının şu dört önemli alana odaklandığı anlaşılmaktadır:(Ural 2006:23)

#### **➤ Sosyal Paydaş İlişkileri Entegrasyonu**

Entegrasyonun birinci seviyesi, önemli paydaşlarla ilişki kurabilmek ve kurumsal itibarı geliştirmek için halkla ilişkiler uzmanlarının bilgi birikimine ve yeteneklerine ihtiyaç duyulmasıyla ortaya çıkmaktadır. Halkla ilişkiler, görevi gereği toplumun değişik kesimleri ile ilişki kurmakta, bu ilişkileri yönetebilme becerisini göstermektedir. Sosyal paydaşlarla yürütülen ilişkilerin geliştirilmesi, sağlıklı bir şekilde yürütülmesi, kurumun itibarının artmasını sağlamaktadır. Halkla ilişkiler faaliyetlerinin stratejik kullanımının sürekliliğinin sağlanması da sağlanan itibarın devamlı olmasında önemli rol oynamaktadır.

#### **➤ Yönetim Fonksiyonunun Entegrasyonu**

Bu aşamada halkla ilişkiler, pazarlama, finans, muhasebe, insan kaynakları ve genel yönetim gibi diğer yönetim fonksiyonları ile entegre olmaktadır. Halkla ilişkiler yöneticileri, kurumlarına iletişim tabanlı birçok farklı yöntem ve taktik sunarak onların hem yönetim yeteneklerini artırmakta hem de manevra alanlarını genişletmektedir. Halkla ilişkiler yönetiminin sunduğu stratejik değeri yüksek bilgi ve teknikler sayesinde

kurumun yönetimi iç ve dış çevre ile ilişkilerini geliştirme ve sürdürme imkanı bulabilmektedir.

➤ **Kurum Yapısı Entegrasyonu**

Bu entegrasyon kurumun dizaynında ve yapısında meydana gelen değişiklikler sonucu ortaya çıkmaktadır. Güncel konuları yönetmesi ve ileriye dönük isabetli öngörülerde bulunması, halkla ilişkiler yönetimine liderlik rolü yüklemektedir. Kurum yapısı ile uyumlu çalışan halkla ilişkiler, uyguladığı stratejik yönetim ile kurumsal kimliğin oluşumunda, şekillenmesinde ve yaşatılmasında etkili olmaktadır.

➤ **Sosyal Entegrasyon**

Halkla ilişkiler, kurumun toplumla kurduğu ilişkide de kilit bir rol üstlenmektedir. Kurumun hedef kitlesinin, kurum hakkında olumlu bir izlenim edinmesi ve pozitif bir imaja sahip olması için stratejik iletişim faaliyetlerini aralıksız sürdürme görevini üstlenen halkla ilişkiler, aynı zamanda kurumun sosyal sorumluluklarını yerine getirmek için hazırladığı projelerinde de aktif rol almaktadır.

Artık, klasik halkla ilişkiler yaklaşımının çok ötesinde, çok boyutlu, stratejik derinliği olan bir yönetim işlevi söz konusudur. Dolayısıyla, stratejik yönetim fonksiyonu olarak halkla ilişkilerin sorunların belirlenmesinden, çözüm önerilerinin hazırlanmasına, planlama aşamasından değerlendirmeye kadar, yönetim sürecinin en önemli aktörü olarak kabul görmeye başladığı söylenebilir. Öyle ki, bugün artık, hedeflere yönelik planlama sürecine dayanan, organizasyonel amaçlara bağlı bir anlayışla hareket eden stratejik halkla ilişkiler yönetimi, iletişim uygulayıcıları tarafından sağlanan bir dizi iletişim taktiğinden farklı olarak, *'Halkla İlişkiler Yönetimi'* olarak görülmelidir.(Grunig-Grunig 2000:308) Bu nedenle denilebilir ki, stratejik halkla ilişkiler; amaç odaklı, araştırmaya dayalı, uygulanabilir taktiklerin bulunduğu ölçülebilir bir sürecin adıdır.(Uludağ 2008:82)

Aslında, iletişim yönetimi olarak 21. Yüzyılın en önemli disiplinlerinden biri olan halkla ilişkilerin farklı şekillerde tanımlanmasının altında yatan temel neden, disiplinin uygulama alanının oldukça geniş olmasıdır.(Peltekoğlu 2007:2) Halkla ilişkilerin *itibar yönetimi, etkinlik yönetimi, kriz yönetimi, sorun yönetimi, imaj yönetimi, lobcilik, sponsorluk ve sosyal sorumluluk* uygulamaları gibi çok değişik alanlarda faaliyet göstermesi de ortak bir tanım üzerinde anlaşmaya varılmasını zorlaştırmaktadır.(Kalender 2008:3) Özellikle, iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin halkla ilişkiler uygulamalarına yansısıyla faaliyet alanları gittikçe genişlemiş, bu gelişmeler de stratejik

yaklaşımların ön plana çıkmasına, uygulamalarda da yeni kavramların belirmeye başlamasına yol açmıştır.

Ancak, çok yönlü ve dinamik yapısıyla teknolojik gelişmelere kendisini kolaylıkla uyarlayabilen disiplin, bu yapısı dolayısıyla yapılan tanımların kısa sürede eskimesine de yol açmaktadır.(Ertekin 1983:13) Bunun dışında, disiplinin ilgili olduğu faktörlerin sürekli yeniliklere açık olması da, halkla ilişkiler tanımlarının farklılaşmasında etken olmaktadır.(Akt.Özkan 2009:14) Genel olarak da, disiplinin yönetim fonksiyonu aşağıdaki gibi ön plana çıkarılmaktadır:"Halkla ilişkiler, örgütsel amaçların başarılmasına, felsefenin tanımlanmasına ve örgütsel değişimin kolaylaştırılmasına yardım eden bir yönetim fonksiyonudur. Halkla ilişkiler uygulayıcıları olumlu ilişki geliştirmek, örgütsel amaçlar ile sosyal beklentiler arasında uyum sağlamak için ilgili tüm kamularla iletişim kurar. Halkla ilişkiler uygulayıcıları ayrıca, örgütün tüm birimleri ile kamular arasındaki etkileşimi artıracak programları geliştirir, uygular ve değerlendirir."(Akt.Özkan 2009:14) Bir başka tanımlamada da benzer şekilde gelişen iletişim teknolojileriyle dönüşümü hızlanan halkla ilişkilerin yönetim fonksiyonuna güçlü vurgu yapılmaktadır.

Halkla ilişkileri bir yönetim fonksiyonu olarak görme; ilgili kamuları, müşterileri, plan ve programları eşgüdüm halinde yönetmeyi, ilgili kamular arasında istenilen ilişkileri inşa etmek için örgütü idare etmeyi, halkla ilişkileri bir iletişim tekniğinden ve medya ilişkileri gibi özel programlardan daha geniş bir perspektifte kabul etmeyi ifade etmektedir. Bir yönetim fonksiyonu olarak halkla ilişkiler, örgütün felsefesini oluşturmasına, amaçlarını başarılmasına, değişen çevreye uyum sağlamasına ve rekabet yarışında başarılı olmasına yardımcı olmaktadır. Ayrıca halkla ilişkilerin yönetim fonksiyonu olarak tanımlanması, örgüt içerisindeki halkla ilişkiler biriminin önemini de artırmaktadır.(Kalender 2008:22)

Bu açıdan yaklaşıldığında halkla ilişkiler; "bir işletme ile hedef kitle arasında karşılıklı iletişimi ve anlayışı oluşturmaya ve sürdürmeye yardımcı olan ayrıcalıklı bir yönetim görevidir."(Peltekoğlu 2007:2) Halkla ilişkilerde mükemmellik çalışmalarıyla tanınan Gruning de, halkla ilişkilerin kamunun çıkarlarına hizmet etmek, örgütlerle kamuları arasındaki karşılıklı anlayışı derinleştirmek ve toplumsal sorunlarla ilgili tartışmaların bilginin ışığında gerçekleşmesine katkıda bulunmak amacını güttüğünü belirtmektedir.(Gruning 2005:20) Bu perspektifte de halkla ilişkileri açıklayan temel unsurlar aşağıdaki gibi sıralanmaktadır:(Akt.Özkan 2009:14)

- Halkla ilişkiler uzmanlık gerektiren bir yönetim görevidir ve başarılı sonuçlar için mutlaka işinin ehli uzmanlar tarafından yönetilmelidir.

- Hedef kitlenin davranışlarını yakından inceler, analiz eder, sonuçlarını yönetim ile paylaşır.
- Kuruluşun ihtiyaç duyduğu araştırmaları yapar/yaptırır, araştırma sonuçlarının rehberliğinde hazırlayacağı politika ve program önerilerini yönetime sunar.
- Kitle iletişim araçları ile sağlıklı ilişkiler kurar, kurum imajını ve itibarını yönetir.
- Halkla ilişkiler birimi, sürekli olarak yönetimin bir parçası olarak faaliyet gösterir.

Bir başka yaklaşımda ise, "halkla ilişkiler uygulaması, bir organizasyonun ve halklarının aralarında karşılıklı iyi niyet ve anlayışın planlı ve kararlı bir çabayla oluşturulması ve sürdürülmesidir. Halkla ilişkiler *itibar* ile ilgilidir; yapılanların, söylenenlerin ve başkalarının hakkınızda söylediklerinin bir sonucudur."(Davis 2006:23) İtibar yönetimi olgusuna ağırlık veren bir yaklaşımda da halkla ilişkiler, "bir kurumun marka ve itibarının oluşturulması ve korunmasına yönelik tüm iletişim faaliyetlerinin yönetimi ve paydaşlarla kurulan yeni ilişkilerin sürekliliğinin sağlanmasıdır."(Caywood 1997:11) Son yıllarda adından sıkça söz ettiren itibar yönetimi S. Kadıbeşegil'e göre; şirket vizyonunun içselleştirilerek kurum kültürü ve değerlerinin tanımlanmasını, etik değerler ile birlikte hesap verilebilirliğin sağlanmasını, şeffaflık yönetimini, kurumsal sosyal sorumluluk anlayışını, çalışan memnuniyetini, Ar-Ge ve inovasyon odaklı olmayı ifade etmektedir.(Kadıbeşegil 2006:176)

Türkiye'de halkla ilişkiler disiplininin önemi isimlerinden M. Kazancı da "yönetim-halk ilişkisini iyileştirmeye yönelik, temelinde iletişimin yattığı bir etkileşim çalışması" olarak halkla ilişkilerin temel fonksiyonlarından birinin eylem ve işlemleri yönetilenle etkileşim içinde bulunarak gerçekleştirmek olduğunu altını çizmektedir. (Kadıbeşegil 1995:65) Aynı şekilde A. Asna da, halkla ilişkileri araştırmaya dayanan, sosyal sorumluluk içeren '*planlı bir iletişim çabası*' olarak aşağıdaki gibi tanımlamaktadır: "Halkla ilişkiler, özel ya da tüzel kişilerin belirtilmiş kitlelerle dürüst ve sağlam bağlar kurup geliştirerek onları olumlu inanç ve eylemlere yöneltmesi, tepkileri değerlendirerek tutumuna yön vermesi, böylece karşılıklı yarar sağlayan ilişkiler sürdürme yolundaki planlı çabaları kapsayan bir yöneticilik sanatıdır."(Kadıbeşegil 1998:10) Bu bağlamda da, halkla ilişkileri tanımlayan ortak eylem ve kavramları belirlemede ortaya çıkan unsurları aşağıdaki gibi sıralamak olası olacaktır:(Ural 2006:3)

➤ **Önceden tasarlamak**

Halkla ilişkiler, isteyerek yapılan bir faaliyettir. Etkilemek, ilgi ve dikkat çekmek, bilgi sağlamak ve faaliyetten etkilenenlerden geri bildirim almak için önceden tasarlanır.

➤ **Planlamak**

Halkla ilişkiler organize bir faaliyettir. Araştırma ve analiz gerektiren sistematik bir çalışmadır. Belirli bir zamanda yapılan faaliyetle ilgili olarak önceden planlanarak problemlere çözümler bulunur.

➤ **Performans**

Etkili halkla ilişkiler, gerçek politikalara ve performansa dayanmaktadır. Eğer organizasyon toplumun beklentilerine cevap vermiyorsa, hiçbir halkla ilişkiler çabası toplumda organizasyona karşı iyi niyet ve destek oluşturamaz. Halkla ilişkilerde gerçeklik ve güven unsuru büyük önem taşımaktadır.

➤ **Kamu yararı**

Bir halkla ilişkiler faaliyeti, sadece organizasyonun çıkarını düşünemez. Kamu yararı da gözetilmelidir. Kamu yararının göz ardı edildiği durumlarda toplumun tepki göstereceği de bilinmelidir.

➤ **İki yönlü iletişim**

Halkla ilişkiler, enformasyona dayalı materyallerin tek yönlü yayılımından daha fazla şey ifade etmektedir. Halkla ilişkiler karşılıklı, iki yönlü iletişime dayanmakta ve verilen mesaj sonrasında geribildirim almak büyük önem taşımaktadır.

➤ **Yönetim fonksiyonu**

Halkla ilişkiler, üst yönetimin karar alma sürecinin bir parçası olduğunda çok etkilidir. Halkla ilişkiler, bir karar alındıktan sonra sadece bilginin yayılmasını değil, aynı zamanda danışmanlık yapmayı ve üst düzeylerde problem çözmeyi içermektedir. Halkla ilişkiler stratejik bir değer taşımaktadır.

Tüm bu unsurlardan hareketle, 21. Yüzyılda küreselleşen ekonomilerde sosyal, kültürel ve politik etkileşimlerle faaliyet alanını genişleten halkla ilişkileri şu ortak özellikleri ile dikkate almakta yarar görülmektedir:(Kalender 2008:26)

- Halkla ilişkiler, iletişim sürecinin iki yönlü doğasının vurgulandığı bir iletişim fonksiyonudur.
- Halkla ilişkiler, kurumlar ve kamular arasında karşılıklı anlayış ve iyi niyetin kurulması ve sürdürülmesiyle ilgilenmektedir.
- Halkla ilişkiler, bir kurum ve onun hedef kitlesi için potansiyel sonuçları olabilecek, çevredeki eğilim ve sorunları analiz eden ve yorumlayan bir bilgi toplama fonksiyonu olarak görev yapmaktadır.
- Halkla ilişkiler, kurumların kabul edilebilir amaçlarını kesin ve net olarak ortaya koymalarına ve bu amaçların gerçekleştirilmesine yardımcı olmaktadır. Ayrıca halkla ilişkiler, kurumlara ticari zorunluluklar ile sosyal sorumluluklar arasında sağlıklı bir denge kurmaları konusunda da önemli katkılarda bulunmaktadır.

Bugün halkla ilişkiler uygulamalarında 'güven', 'sorumluluk sahibi' ve 'yenilikçi' niteliklerin kendini daha fazla hissettirmeye başladığı söylenebilir. Bu yeni yaklaşımların literatürü gittikçe güçlendirdiği de farkedilmektedir. Sözelimi, Michael

Levine'in '*Gerilla Halkla İlişkiler*' kavramı ile Jay Conrad Levinson'un '*Gerilla Tanıtım ve Gerilla Yaratıcılık*' kavramları halkla ilişkiler alanına hızın ve yaratıcı perspektifin sunumu olarak görülebilir. Yeni etkileşimler sonucu ortaya çıkan söz konusu yeni yaklaşımları da şöyle sıralamak olası olacaktır:(Peltekoğlu 2007:10)

➤ **İtibar yönetimi (Reputation Management):** Charles Fombrun'e göre; uzun süredir sözü edilen soyut kavramlar günümüzün yükselen değerleri haline gelmektedir. Son yıllarda kurumsal stratejiler üzerinde çalışanlar kurumlara rekabet avantajı sağlayan en önemli kavramlardan itibarın ekonomik geri dönüşünün farkına vardılar. Yine Charles Fombrun ve Cees B.M. Van Riel'in (Fombrun vd. 2003:5) ifade ettiği '*itibarın mknatis işlevi*'ne göre itibarlı kurumlar, hedef kitlelerin olumlu algı ve bunun yansımalarıyla nitelikli işgücünü, yatırımcıların ve medyanın desteğini mknatis gibi çekerek kurumun nihai olarak ekonomik değerini de arttıracaktır.

➤ **Kurum kimliği:** Kurumun kim olduğu ve ne yaptığını anlatan görsel öğeler ile somutlaşan, kurumun kendisini nasıl gördüğü ve dış dünyanın onu nasıl tanımlamasını istediğine yönelik yansımalarıyla günümüz rekabet dünyasında fark edilmeyi ve hatırlanmayı sağlayan bileşenlerdir

➤ **Pazarlama halkla ilişkileri:** Bilinçlenen tüketici, yoğun rekabet, marka saygınlığı ve doğru yerde, doğru zamanda, doğru kişiye pazarlama gibi nedenler halkla ilişkilerin pazarlama amaçlı stratejilere katkısını belirginleştirmiştir. Pazarlamaya halkla ilişkiler desteği şunları sağlar:

- Sahiplik duygusu yaratır.
- Ürünü tüketiciye yakınlaştırır.
- Ürünü konumlandırır.
- Ürünle ilgili bilgi verir.
- Kamuoyu yönlendiricileri harekete geçirir.
- Katma değerli tüketici hizmeti sağlar.
- Ürün yararları yanı sıra kişisel yararları açığa çıkarır.
- Hedef kitleye güvenilir mesajlar ulaştırır.
- Tüketicilerle diyalog yaratır.

➤ **Müşteri odaklı kampanyalar:** Kurumların nihai müşterilerine ait kayıtların yanı sıra veri tabanlı pazarlama teknikleriyle ürüne veya hizmete ihtiyaç ve alma isteği duyan, satın alma gücüne sahip potansiyel müşteriler belirlenebilmesi oldukça kolaylaşmıştır. Doğru segmentasyon çalışmaları ile bilinçli ve bilgiye açık hedef kitlenin ile ihtiyaçları belirlendikten sonra başlatılan iletişim süreci, satış ve/veya



tanıtım gerçekleştikten sonra da devam etmekte, böylece hem müşterilerle ilişkilerde değer temelli bir süreklilik hem de onların ürün ya da hizmetten tatmini sağlanmaktadır.

➤ **Yeni iletişim kanallarının artması:** Kurumların iş ve iletişim hedeflerine katkı sağlayabilmeleri, öncelikle değişimi algılayarak kurumsal kapasitelerini geliştirmelerine, yeni rekabet güçlerini kavramaya çalışmalarına, çevresel ihtiyaçlara duyarlı olmalarına ve bilgi ve iletişim teknolojileri kullanımına gösterdikleri istekliliğe bağlıdır. İnternet ve cep telefonundan erişim sağlanabilen radyo, güneş enerjisi, çip, telefon, dijital televizyon ve tematik kanallar, cep bilgisayarları, gelişmiş video sistemleri, uydu iletişimli mobil telefon, dizüstü bilgisayar, internet ve gelişmiş web siteleri, CD-Rom/ DVD, fiber optik kablolar, GPRS, VoIP, bluetoot vb. yeni araç ve kanallar kurum yapısında köklü değişikliklere neden olmakta ve işletmelere yeni pazarlara girmede, ürünlerini ve hizmetlerini sunmada, süreçlerinin verimliliğini artırmada, müşteri kazanımında ve müşteri sadakatinin sağlanmasında yeni yollar sunmaktadır.

Öyle ki, 21. Yüzyılın bilgi sistemleri ve teknolojilerinde yaşanan '*dijital devrim*'le örgüt stratejilerinde yeni şekillenmelere yol açtığı tartışılmazdır. Carole M. Howard'ın belirttiğine göre, radyonun 40 yılda ulaştığı kişiye, televizyon 13 yıl, internet ise sadece dört yılda ulaşmıştır. Web iletişimi, internet etkileşimini hızla artırmaktadır.(Howard 2004) Bu nedenle de artık;

“Halkla ilişkiler biriminin örgüt adına üstlendiği yükümlülükleri arasında örgüt için olumlu bir imaj oluşturma, medyayla iyi ilişkiler kurma, kendi programlarının bütçesini tasarlama gibi işlevleri de sıralanabilmektedir. Halkla ilişkiler uzmanlarının medyayla olumlu yönde ilişkiler kurmaları, örgütün halkla ilişkiler fonksiyonunda ve iletişim rolünde oldukça önemli bir yer tutmaktadır. Medyaya ilk ulaşan olmak, mesajın içeriğini ve yer alacağı yoğunluğu kontrol etmek 'olumlu imajın' sürdürülmesinde gereklidir. Bu çabalar şimdi; web siteleri oluşturmayı, home page'ler tasarlamayı, örgüt içi iletişimi sağlamaya dönük olarak intranet'ten yararlanmayı, başta medya kuruluşları olmak üzere, örgütün yoğun iletişim içinde bulunduğu kamularla extranet aracılığıyla iletişime geçmeyi, örgütün mal ve hizmetlerini tüketen kesimlerin görüşlerinden ve önerilerinden yararlanılabilecek chat odaları ve bloglar oluşturmayı, kamulardan feedback (geri-besleme) almak için kullanıcı grupları biçimlendirmeyi, örgütün kamularıyla daha hızlı iletişim kurması için e-mail ve e-bülten kullanmayı da içermektedir.”(Cozier vd. 2001:615)

Dolayısıyla halkla ilişkiler fonksiyonu mükemmel olduğunda pazarlama, insan kaynakları gibi diğer departmanlarla rekabet etmek yerine işbirliği yapmaktadırlar. Bu

bağlamda kurum içi halkla ilişkiler programlarının bir halkla ilişkiler (ya da benzer işlevde) departmanı tarafından koordine edilmesi kurum içi halkla ilişkilerde mükemmelliğin şartlarından biridir. Çalışanlar ile iletişim söz konusu olduğunda, gerekli durumlarda, kurumların insan kaynakları departmanları ile ortak çalışılabilir.(Grunig 2006:160) Buna göre mükemmel kurum içi halkla ilişkiler programlarında da bütünleşik bir anlayışı yansıtacak şekilde koordine ve kontrol yapılmalıdır. Dolayısıyla, kurumlarda bütünleşik bir anlayışla tüm halkla ilişkiler programlarının koordine edilebilmesi, halkla ilişkiler uygulayıcısının aynı zamanda yönetici rolünde olmasını gerektirmektedir.(Wakefield 1999:193)

Yönetim odaklı halkla ilişkilerde hem reaktif hem de proaktif görevler bulunur. Alan ile ilgili araştırmalarda kaynak ile hedef kitle arasında kurulacak doğru ilişkinin nasıl olduğu konusu üzerinde ağırlıklı olarak durulmaktadır. Hedef kitlelere halkla ilişkilerde daha anlamlı bir rol verilmesi üzerinde bir uzlaşma sağlanmıştır. Bu uzlaşma, halkla ilişkiler yazınında '*simetrik iletişim*' kavramına karşılık gelmektedir.(Murphy 1991:115) Bir kurum ve onun hedef kitleleri arasında karşılıklı olarak faydalı ilişkileri geliştiren bir yönetsel fonksiyon olarak belirtildiği tanımlamalarda da sözü geçen 'karşılıklı olarak faydalı ilişkiler' de kavramsal olarak simetrik iletişime denk gelmektedir.

Simetrik iletişim modelini James Grunig geliştirmiştir. Grunig (2006) bu modelin çift yönlü iletişim düşüncesinin üzerine kurulduğunu, diyakronik iletişim modelini de içerdiğine işaret etmektedir. Diyakronik iletişimin amacı hem kuruma hem de hedef kitlelere yarar sağlayan bir duruma müzakere aracılığıyla ulaşmaktır. Simetrik düşünceyi en fazla etkileyen kavram ise '*kooryantasyon*' kavramıdır. Kooryantasyon, iki kişinin ya da daha üst düzeyde iki sistemin (kurumlar ve hedef kitleler gibi) nasıl birbirlerine ve çevrelerindeki diğer hedeflere birlikte uyum sağladıklarını açıklamaktadır. Simetrik modelin temeli sayılan kooryantasyonel model, bireylerin, kurumların ve hedef kitlelerin iletişimi diğerlerinin nasıl düşündüklerini ve davrandıklarını kontrol etmekten çok, kendi düşünce ve davranışlarını başkalarınınkine göre ayarlamak için kullanmaları gerektiğini vurgulamaktadır.(Grunig 2006:156)

Çift yönlü simetrik iletişim modeli, uygun bir kurum kültürünün olması durumunda etkin olarak uygulanabilir.(Grunig, 2005) Kurum kültürü de, 'bir örgüt tarafından çevreyle uyum ve içsel bütünleşme sorunlarının çözümü sürecinde icat edilmiş, keşfedilmiş veya öğrenilmiş, işlevselliği nedeniyle dikkate alınan ve bu yüzden

de grup üyelerine öğretilmesi istenen doğru algılama, düşünme, duygu, ilişkiler, değerler ve temel varsayım kalıplarıdır.’(Akt. Doğan 2007:104) Ancak, kurum kültürünün çalışanlara iletilmesi ve bu kültürle bütünleştirilmesinde kurumsal iletişimin önemi, halkla ilişkiler yönetimine bazı sorumluluklar getirmektedir. Kurumsal iletişim, hem kurumun hem de çalışanların ihtiyaçlarını karşılayacak bir ortam oluşturulması için vardır, bu noktada halkla ilişkiler de çalışanları en önemli hedef kitlesi olarak kabul ederek kurum içi halkla ilişkiler çalışmalarına verilen önemi artırmıştır.(Akıncı 1996:119) Grunig’e (2005) göre de, mükemmel halkla ilişkiler en çok güçlü ve katılımcı kültüre sahip örgütlerde gözlemlenebilmektedir: “Mükemmel örgütlerin çalışanları ortak bir misyonu paylaşırlar. İnsan kaynaklarına, organik yapıya, yeniliklere ve simetrik iletişime değer veren güçlü bir kültür onları tümleştirir.”(Grunig 2005:255)

Grunig’e (2005) göre simetrik iletişim, ikna, manipülasyon ve emir vermeye yürütülemez, bilakis diyalog, müzakere ve dinleme gerektirir. Simetrik ilişkilerin, bir diğer ifadeyle çalışan merkezli üslup, anlaşmazlıklara karşı tolerans, yenilikçilik ile açıklık ve güvenin, asimetrik, astlar ve üstler arasında gidip gelen mesajlardan oluşan iletişime göre daha fazla iş memnuniyeti sağladığı görülmektedir.(Grunig 2005:558-67)

### **1.2.3. Halkla İlişkiler ve İletişim Modelleri**

Basın ajansı, kamuyu bilgilendirme, çift yönlü asimetrik ve çift yönlü simetrik olmak üzere dört tipik halkla ilişkiler modelini tanımlayarak literatüre kazandıran Grunig ve Hunt (1984) olmuştur. Bugün bu modeller üzerinde yoğun araştırmalar yürütülmektedir.

Halkla ilişkiler uygulayıcılarının davranış biçimiyle ilgili ilk çalışmasını 1975 yılında tamamlayarak *Journalism Monographs* dergisinde yayımlayan J. Gruning, halkla ilişkiler uygulayıcılarından hareketle örgütlerdeki halkla ilişkiler departmanlarının iletişim işlevini hangi farklı yollarla yerine getirildiğini tespit etmeye çalışmış ve ortaya çıkan farklılıkların da nedenlerini tartışmıştır. Özellikle, bu noktada, Grunig ve arkadaşlarının çalışmalarında kullandıkları ‘model’ sözcüğünün, bir halkla ilişkiler departmanı ya da uygulayıcısının dikkate aldığı değerler kümesine ve bir davranış kalıbına göndermede bulunduğunu da belirtmek gerekir.

J. Grunig (1976), tek ve çift yönlü iletişim modellerini, iletişimin amacı ve yönünü de içine alacak şekilde genişleterek kullanmıştır. Grunig iki halkla ilişkiler

yaklaşımını, Thayer'in (1968) senkronik ve diyakronik iletişim kavramlarından yola çıkarak tanımlamıştır. Örgütün davranışını kamunun davranışıyla 'senkronize' ederek örgütün istediği davranışı müdahale görmeden sürdürebilmesini sağlamayı ifade eden senkronik iletişimin yanında, diyakronik iletişiminin hem örgüte hem de kamuya yarar sağlayan bir duruma müzakere aracılığıyla ulaşmayı planladığı anlaşılmaktadır.

Ancak, Grunig 1976'daki basın bülteni yazmak, program planlaması ya da değerlendirmesi için araştırma yürütmek ve yönetime öneride bulunmak gibi 16 halkla ilişkiler etkinliğinin ne ölçüde uyguladığını ölçümlendiği çalışmasında, faktör analizi yardımıyla söz konusu 16 etkinliği, halkla ilişkilerin senkronik ve diyakronik modellerinin yaklaşık temsilleri olan iki boyuta indirgemiş ve daha sonra da bunların yerine *asimetrik* ve *simetrik* terimlerini yerleştirmiştir.

Halkla ilişkilerde ilk iki model olarak basın ajansı ve kamuoyu modeli genellikle medya aracılığıyla bir örgütten kamulara doğru bilginin aktarılması olarak tek yönlü halkla ilişkiler yaklaşımlarını temsil eder. Ancak, 1950'lerden sonra halkla ilişkiler çalışmaları ile davranış bilimleri ve diğer sosyal bilimler arasında bağ kurulmaya başlanmıştır. Sigmund Freund'un yeğeni Edward L. Bernays bu anlamda öncü çalışmalar ortaya koymuş, çalışmalarını psikoloji disiplini üzerine oturtmuştur. Bernays propaganda, ikna ve rızanın inşası ile ilgili kuramsal çalışmalarda bulunmuş, özellikle de Nazi propagandacılarının İkinci Dünya Savaşı'ndaki başarısına dayanarak, insanları manipüle etmenin mümkün olduğu üzerinde durmuştur. Ancak Bernays manipülasyonun salt negatif amaçlarla değil, pozitif amaçlarla da yapılabileceğini vurgulamak istemiştir. Başarılı manipülasyonun sırrının da, öncelikle insanların motivasyonlarını anlamakta yattığını ve daha sonra da örgütün yaratmak istediği tutum ve davranışları üretmekte en etkili olacak mesajları belirlemek için araştırmadan yararlanmakta bulunduğunu göstermeye çalışmıştır. Böylelikle de, sosyal bilim kuram ve yöntemleri aracılığıyla halkla ilişkiler çalışmalarına daha bilimsel bir bakış kazandırılmaya başlanmıştır.

J. Grunig ve Hunt'ın geliştirmiş oldukları simetrik modelde ise halkla ilişkilerin asli hedefi ikna etmek değil anlamaktır. Lee, Bernays ve John Hill gibi uygulayıcıların yazılarında dördüncü halkla ilişkiler modeli olan çift yönlü simetrik modelin varsayımlarından birçoğuna rastlamıştır. 'Gerçeği söylemek', 'müşteriyi ve kamuyu birbirlerine karşı yorumlamak' ve 'çalışanların ve komşuların görüşlerinin

yönetim tarafından ve yönetimin görüşlerinin çalışanlar ve komşular tarafından anlaşılması' da bu varsayımlar arasındadır. Çift yönlü simetrik model araştırmadan oldukça fazla yararlanır. Ancak çift yönlü asimetric modelin tersine, araştırmayı, kamuları motive ya da ikna etmekte en etkili olacak mesajları belirlemek için değil, anlamayı ve iletişimi kolaylaştırmak için kullanır.(Grunig vd. 1984)

J. Grunig ve Hunt (1984) ortaya koydukları söz konusu bu dört modeli halkla ilişkiler tarihindeki evreler olarak tanımlamışlarsa da, her birinin bugün de kullanılmakta olduğunu belirtmişlerdir. Bu nedenledir ki, J. Grunig (1984) ortaya koydukları modellere ilişkin bir araştırma programı başlatmış, örgütlerin model tercihini hangi koşulların belirlediğini ortaya çıkarmaya çalışmıştır.

J. Grunig araştırmada bu dört modelin altında yatan iki temel değişken belirlemiştir: *Yön ve amaç*. Yön, bir modelin tek ya da çift yönlü olma derecesini ifade eder. Tek yönlü iletişim bilgiyi yaymaya yarayan monologdur; çift yönlü iletişim ise bilgi değiş tokuşunda kullanılan diyalogdur. Amaç, bir modelin asimetric mi yoksa simetrik mi olduğunu ifade eder. Örgütü değiştirmekten çok kamuyu değiştirmeye çalışan asimetric iletişim dengesizdir. Örgütle kamu arasındaki ilişkiyi değişime uğratan simetrik iletişim ise dengelidir.

Bu nedenle, basın ajansı modeli tek yönlü asimetric bir model olarak, kamuoyu modeli de tek yönlü simetrik bir model olarak tanımlanmış, çift yönlü asimetric/çift yönlü simetrik modelleri de isimlerinin ifade ettiği gibi kavramlaştırılmıştır.(Grunig vd. 1989) Ancak, daha sonra J. Grunig (1989) bu ikiye ikilik tipoloji konusunda fikrini değiştirmiştir. O'na göre kamuoyu modeli de simetrik değil, asimetric bir modeldir. Kamuoyu modelinin uygulayıcıları örgütle ilgili bilgileri gerçek olsa de seçerek yaydıkları için tam anlamıyla bir diyalog yürütmemektedirler.

Bu nedenden ötürü, basın ajansı modelini ve çift yönlü asimetric modeli asimetric halkla ilişkilerin 'zanaat' ve 'bilimsel' versiyonları olarak, kamuoyu modelini de 'asimetric halkla ilişkilerin fiili hali' olarak adlandırmıştır. Ve bu dört model arasında yalnızca çift yönlü simetrik modelin, halkla ilişkilerin kamuları örgütler yararına manipüle etmek anlamından kotardığına işaret etmiştir.(Grunig 1989:30)

Ancak, bir süre sonra, J. Grunig ve Hunt'ın (1984) dört modele göre ortaya koyduğu halkla ilişkilerin bu tarihsel perspektifine Olasky (1987) itiraz etmiş, disiplinin basın ajansı ile başlamadığını ileri sürmüştür. Olasky'ye göre örgütler, daha halkla

ilişkiler uygulamazken, kendi deyimiyle ‘özel ilişkiler’e dayalı uygulamalar gerçekleştirmişlerdir.

### **1.2.3.1. Halkla İlişkiler Yönetiminde "Mükemmellik Projesi"**

#### **1.2.3.1.1. Mükemmellik Yaklaşımının Ardalanı**

Grunig ve Hunt’ın (1984) ortaya koyduğu dört halkla ilişkiler modelinin ardından halkla ilişkiler disiplininin literatürüne geçmiş en kuramsal yaklaşımlardan biri James Grunig ve ekibi tarafından yapılan uzun araştırmaların sonucunda ortaya atılan ‘*Halkla İlişkiler ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik Yaklaşımı*’dır.

1985 yılında International Association of Business Communicators (IABC)’ın Araştırma Fonu, iletişim ve halkla ilişkiler yönetimi konusunda önem taşıyan iki soruya yanıt aramıştır;

- Mükemmel bir iletişim departmanının özellikleri nelerdir?
- Mükemmel iletişim yönetimi ve halkla ilişkiler bir kurumu nasıl daha etkin kılar ve bu katkı ekonomik olarak neye karşılık gelir?

J. Grunig ve araştırma ekibi bu sorulara yanıt aramış, ‘*mükemmel halkla ilişkiler*’ adı altında geliştirdiği yaklaşım ile mükemmel halkla ilişkilerin kurumlardaki iletişim işlevini simetrik, idealist, eleştirel ve yönetsel olarak tanımlamıştır.(Grunig 2005:21) 10 yıllık süreçte tamamlanan araştırmanın denem alanında ABD, Kanada ve İngiltere yer almış, sonuçları ise 15 farklı ülkede sunulmuştur.

#### **1.2.3.1.2. Mükemmellik Yaklaşımında Bağlantılı Unsurlar**

Stratejik yönetim biçimi olarak halkla ilişkilerin ‘Mükemmellik Yaklaşımı’ aracılığıyla kuramsal çerçevesi çizilmiştir. Bu halkla ilişkiler fonksiyonlarının nasıl yapılması gerektiğini belirleyen makro planlamada genel bir kuramdır. Bu çerçeveden özellikle halkla ilişkilerin;

- Örgüte, ilgili kamulara ve de topluma nasıl değer katacağı açıklanır.
- Halkla ilişkilerin rolü diğer yönetim fonksiyonlarından, özellikle de pazarlamadan ayrılır.
- Halkla ilişkiler yöneticilerinin stratejik yönetimdeki rollerini nasıl gerçekleştirebileceklerine ilişkin teknikleri belirlenir.
- Halkla ilişkiler programlarını planlama ve değerlendirmede ilişkilerin önemli rolü açıklar.
- İletişimin farklı modelleri tanımlanır ve kamularla ilişkilerin geliştirilmesinde en etkili stratejilerin hangi modeller olduğu açıklanır.

- Halkla ilişkilerin stratejik rolü etiği eklenir.
- Kuramın küresel planda nasıl uygulanacağı açıklanır.

Genel kuramın bu bileşenlerinin hepsi diğerleri ile mantıksal olarak ilişkili durumdadır. Tüm bu mantıksal ilişkisellikle hem araştırma hem uygulamada başvurulabilecek güçlü büyük bir yapısal kuram üretirler.

Halkla ilişkilerde mükemmelliğin uygulanabilmesi önemli yapısal ve yönetsel özellikleri gerektirmektedir. Bir kurumun nasıl bir halkla ilişkiler modeli uygulayacağı, dolayısıyla farklı hedef kitlelere yönelik programlarında amacının ne olacağı (propaganda, ikna ya da karşılıklı anlayış) kurum kültürü ile doğrudan ilgilidir. Kurum kültürünü etkileyen en güçlü faktör ise örgütün içinde bulunduğu toplumun kültürüdür.(Sriramesh vd. 2005). Otoriter toplum kültürünün hakim olduğu ülkelerde mükemmel halkla ilişkiler programlarının uygulanması da görece güçtür; hatta bunun olanaksızlığından da söz edilebilmektedir.(Akt.Wakefield 1999:187)

Mükemmel halkla ilişkilerin başta gelen özelliği *stratejik yönetim*'dir. Ayrıca, mükemmel halkla ilişkiler uygulayan örgütlerin çalışanları bir misyon duygusunu paylaşırlar; güçlü, katılımcı bir örgüt kültürü onları bir araya getirir.(Grunig 2005:22-7)

Mükemmel halkla ilişkiler yaklaşımına göre hareket etme kabiliyeti kazanan örgütlerin önemli özelliklerinden bir diğeri de müşterilerine, çalışanlarına ve diğer stratejik unsurlara yönelik yakın ilişkilerin gerçekleştiriliyor olmasıdır. Öyle ki, hem iç hem de dış hedef kitlelerle ilgili olarak tümünde simetrik iletişimin söz konusu olmasıdır. Çift yönlü simetrik iletişim "araştırmaya dayandırılmış ve örgütle stratejik hedef kitleler arasındaki çatışmaları yönetmek ve aralarındaki anlayışı iyileştirmek için iletişimden yararlanan halkla ilişkiler modellerini tanımlar. Mükemmel halkla ilişkiler departmanları hem kurumlarının hem de stratejik hedef kitlelerinin savunuculuğunu yaparlar."(Grunig 2005:29)

Genel olarak, halkla ilişkiler modelleri programların amacını ve düşünce yapısını tanımaktadır. Bu modelleri uygulamaya koyacak uygulamacıların 'roller'i ise kişinin gündelik davranış kalıplarını betimler. Halkla ilişkilerde 'yönetici' ve 'teknisyen' olmak üzere iki temel rol tarzı bulunmaktadır. Grunig'e göre, teknisyenler bütün halkla ilişkiler departmanlarında bulunabilirken, yöneticiler ise mükemmel halkla ilişkiler departmanlarının zorunlu bir bileşeni konumundadırlar. (Guning 2005:29)

Öyle ki, "bir kurumun paydaşlarıyla iletişim kurmaya yönelik tüm programlar gibi mükemmel çalışanlarla iletişim programları da stratejik yönetim, bütünleşik bir

iletişim işlevi, halkla ilişkilerin sahip olduğu yönetim rolü ve çift yönlü simetrik halkla ilişkiler modeli üzerine kurulu olmalıdır.”(Grunig 2005:62)

#### **1.2.3.1.2.1. Mükemmelliğin Temel İlkeleri**

29 ülkeden halkla ilişkiler uzmanlarının katılmış olduğu Delphi Panelinin sonuçlarına göre uygulanabileceğine karar verilen mükemmellik ilkeleri şu şekilde özetlenebilir:(Grunig vd. 1998:337-9)

- **Halkla ilişkiler, kurumun stratejik yönetiminin bir parçasıdır.**  
Halkla ilişkileri stratejik olarak uygulayan bir kurum, o kurum için en büyük tehdit ve fırsatları sağlayan hem dış, hem de iç stratejik hedef kitleler ile iletişim kurmak için programlar geliştirir.
- **Halkla ilişkiler, baskın koalisyonunun bir parçası olarak yetki sahibidir ya da üst yönetime direkt rapor verir.**  
Etkin kurumlarda, en kıdemli halkla ilişkiler çalışanı, o kurumda en büyük güç sahibi üst düzey yöneticiler grubuna ya dahildir, ya da onlara ulaşma imkanı bulunmaktadır.
- **Halkla ilişkiler fonksiyonları bütünleşiktir.**  
Mükemmel departmanlar, tüm halkla ilişkiler fonksiyonlarını tek bir departmanda birleştirir ya da departmanları koordine etme mekanizması vardır.
- **Halkla ilişkiler, diğer fonksiyonlardan bağımsız olarak bir yönetsel fonksiyondur.**  
Birçok kurum, halkla ilişkiler fonksiyonunu pazarlama, hukuk veya finans gibi diğer departmanlar için bir destek aracı olarak indirgemektedir. Halkla ilişkiler fonksiyonu, diğer fonksiyonlardan daha aşağıda görüldüğünde, iletişim kaynaklarını, bütünleşik bir halkla ilişkiler fonksiyonunun yapabildiği gibi, bir stratejik hedef kitleden diğerine iletmez.
- **Halkla ilişkiler başkanının rolü teknisyenden çok yönetici rolüdür.**  
İletişim teknisyenleri genellikle günlük iletişim aktivitelerini yürütür. Ancak mükemmel halkla ilişkiler birimleri, halkla ilişkiler programlarını kavramsallaştıran ve yürüten, en az bir kıdemli iletişim yöneticisine sahip olmalıdır. Halkla ilişkiler birimi bir halkla ilişkiler profesyoneli tarafından yönetilmezse, iletişim ve ilişki kurma konusunda sınırlı bilgiye sahip baskın koalisyon üyeleri yönetim işini üstlenecektir.
- **İki yönlü simetrik halkla ilişkiler modeli uygulanır.**  
İki yönlü simetrik halkla ilişkiler araştırmaya dayanır ve iletişimi, stratejik hedef kitlelerde anlayışı geliştirmek ve çatışmaları yönetmek için kullanır. Mükemmel halkla ilişkiler departmanları diğer üç halkla ilişkiler modelinden çok (basın ajansı, kamuyu bilgilendirme ve çift yönlü asimetrik model) dördüncü model üzerine yapılandırılır.
- **İç iletişimde simetrik bir sistem desteklenir.**  
Mükemmel kurumlarda, merkezileşmemiş (decentralized) yönetim yapıları çalışanlara özerklik ve karar almaya katılma izni verir. Ayrıca bu kurumların iç iletişimde katılımcı ve simetrik



sistemleri vardır. Çalışanlarla simetrik iletişim, örgütsel misyon çalışanların hedeflerini içerdiği için iş tatminini artırır.

- **Halkla ilişkiler yöneticileri, yönetici rolünde olmak ve simetrik halkla ilişkileri uygulamak için gerekli profesyonel becerilere ve eğitime sahiptir.**

Mükemmel halkla ilişkiler programları profesyonellerce-yalnızca halkla ilişkiler bilgisi ile eğitim görmüş değil aynı zamanda profesyonel kurumlarda aktif olan ve profesyonel yazını okuyan- yürütülür.

- **Tüm rollerde farklılık (çeşitlilik) temsil edilir.**

Mükemmel halkla ilişkiler, tüm rollerde kadın ve erkeklere olduğu kadar farklı ırksal, etnik ve kültürel geçmişlere sahip uzmanlara da yer verir.

- **Etik ve sosyal sorumluluk iş pratiğinin ayrılmaz bir parçasıdır.**

Mükemmel halkla ilişkiler departmanları etik uygulamalara ve sosyal sorumluluğa duyarlıdır.

Karmaşık çevreler aktivist kitleler üretir ve bunlar örgütleri mükemmelliğe doğru iter.

Görüldüğü üzere, mükemmelliğin bu on temel ilkesi, stratejik yönetim anlayışının varlığı, kurumda iletişim fonksiyonunun bütünleşik olması, halkla ilişkilerin teknisyenden çok yönetici rolünde bulunması ve çift yönlü simetrik iletişiminin kullanılabilirliği gibi temel kavramlar üzerine yapılandırılmıştır. Bu ilkeler, kurumların halkla ilişkilerde ve iletişim yönetiminde mükemmellik skorlarını kolaylıkla ortaya çıkartabilecektir.

Bugün ise halkla ilişkiler pratiğinin değişkenlik niteliği daha belirginleşmiştir denilebilir. Halkla ilişkiler alanına dair kavramsal anlayışı geliştirecek diğer disiplinlerle bağlantılı yeni kuramlar halkla ilişkiler literatürüne kazandırılmaktadır. Murphy tarafından halkla ilişkilere uyarlanan '*Karmaşıklık Kuramı*' bunun bir örneğidir. Karmaşıklık, doğa bilimlerinin kaos teorisinden geliştirilen postmodern bir yaklaşımdır.(Murphy 1996:95-113)

Karmaşıklık kuramının öne çıkan nitelikleri; uyarlanabilirlik, doğrusal olmama, birlikte evrim, aralıklı denge ve kendini örgütlemedir. Bu kuramın halkla ilişkilere uyarlanmasının önde geleni nedeni halkla ilişkiler olayının kendisinin değişim ve belirsizlik ile ilişki içinde olmasıdır. J. Grunig (2001) de karmaşık etkileşimleri dikkate alarak çoklu paydaşlara yönelik daha derin araştırma yapma gereğini vurgular. Karmaşıklık kuramı bu tür araştırmalar için gerekli olacak kavramsal çerçeveyi sunacaktır. Aslında, karmaşıklık kavramı ağırlıklı olarak değişim üzerine vurgu yapar. Karmaşıklık kuramının avantajlarından bir de örgütler ve onların kamuları arasında çoklu değişkenlerin eşzamanlı etkileşimlerini araştırmasıdır.(Murphy 1996) Dolayısıyla, karmaşıklık kuramı tek bir etkileşim ya da

en azından bir örgüt ve tek bir kamu arasındaki etkileşimler üzerine odaklanmasıyla iki-yönlü simetrik modelden daha ince, daha detaylı ayrıntıları incelemeyi şart koşar.

Ancak yine de denilebilir ki, disiplin açısından sahip olduğu değişik formülasyonları içinde iki-yönlü simetrik iletişim zamanının getirdiği değişimlere karşın etki gücünü korumakta ve bugünkü kuramsal tartışmalara temel oluşturmaya devam ediyor görünmektedir.

### **1.3. Halkla İlişkiler Yönetiminin Stratejik Süreci**

Stratejik yönetim, mükemmel halkla ilişkilerin temel niteliklerinden sayılır. Bu yaklaşımda simetrik iletişim de aynı şekilde temel bir nitelemedir. Örgüt kültürü katılımcı, bütünleştirici, liberal ve etkileşimli ise simetrik bir halkla ilişkiler modeli seçilmesi olasılığı yükselir.

Halkla ilişkilerin stratejik yönetimi, mikro ya da program düzeyinde halkla ilişkilerin mükemmelliğinde kilit rolü oynamaktadır. Halkla ilişkilerin örgütsel etkinliğe katılabilmesi için stratejik olarak yönetilmesinin gerekliliği ifade edilmektedir.(Grunig vd. 2005:132)

James Grunig, asimetrik dünya görüşünün halkla ilişkiler uygulayıcılarını etik olmayan, sosyal sorumlulukla bağdaşmayan ve etkisiz eylemlere doğru yönelttiğini ileri sürmektedir. O'na göre bu görüşe sahip uygulayıcılar kurumun en iyisini bildiğini ve onlarla işbirliği yapmanın hedef kitlelerin yararına olduğu varsayımıyla hareket etmektedirler. Oysa ki, asimetrik halkla ilişkilerin iki tarafa da yarar sağladığı düşüncesi sadece bir yanılsamadır ve uygulayıcılar iyi niyetli olsalar bile asimetrik bir model yardımıyla halkla ilişkileri etik ve sosyal sorumluluğa uygun bir şekilde uygulamak olanaklı değildir.(Grunig 2005:53)

Stratejik halkla ilişkiler, “sorunları, kamuları ve gündemleri ortaya koyduktan sonra iletişim programları için hedefler belirler, bu hedefleri kullanarak iletişim programlarını planlar ve bu programların etkilerini, yani onlar için koyulan hedeflere ulaşp ulaşmadıklarını ve bu yolla örgütsel etkinliğe katkıda bulunup bulunmadıklarını değerlendirir.”(Grunig 2005:24)

Strateji sözcüğü bir yaklaşım, tasarı, plan ya da sistem anlamında gelmektedir. Bu nedendendir ki, stratejik olarak yönetilen halkla ilişkiler de kurumun en önemli paydaşları ile ilişkiler kurmak için tasarlanmaktadır. Bir kurum için kritik, hayati, elzem, önemli ya da vazgeçilmez olan paydaşlar, o kurumun ‘stratejik hedef kitleleri’ olarak adlandırılır. Örneğin bir kurumun çalışanları, performansları ile doğrudan o kurumun var olma sebebini

etkileme gücüne sahip oldukları için, her zaman stratejik hedef kitlelerdir. Stratejik yönetim uygulayan yöneticiler örgütün misyonu -ne olduğu, ne olmak ya da yapmak istediği- ile gerçekte içinde bulunulan ortamın olmasını istediği ya da buna izin verdiği durum arasında bir denge kurmaktadır. İdeal olarak halkla ilişkiler, planlama departmanına ve üst düzey yöneticilere ortamdaki paydaşlarla ilgili girdiler sunarak stratejik yönetimin ayrılmaz bir parçası olmalıdır. (Grunig vd. 2005:133-8)

Halkla ilişkilerin stratejik yönetimi için, Tablo 1’deki gibi 7 basamaklı bir model önerilmektedir.

**Tablo 1.** Halkla İlişkiler Stratejik Yönetimi

<b>PR</b>	<b>Stratejik Yönetim</b>
<b>Paydaş evresi</b>	Bir örgütün ya da bir paydaşın davranışı diğerinin üzerinde sonuçlar yaratıyorsa, o örgütün paydaşlarla bir ilişkisi vardır. Halkla ilişkiler, ortamı ve örgütün davranışını taramaya yönelik araştırmalarla bu sonuçların neler olduğunu ortaya koymalıdır. Bu paydaşlarla sürdürülen kesintisiz iletişim, ilişkide ortaya çıkabilecek çatışmaları yöneten, uzun dönemli ve istikrarlı bir ilişkinin kurulmasını sağlar.
<b>Hedef kitle evresi</b>	Paydaşlar ortaya çıkan sonuçlardan birini ya da daha çoğunu bir sorun olarak görüp bu konuda bir şeyler yapmak üzere örgütlendiğinde hedef kitleler ortaya çıkar. Halkla ilişkiler bu grupları belirlemek ve bölümlemek için araştırmalar yapmalıdır. Bu evrede fokus grup tartışmaları çok işe yarar. Kamuları örgütün karar sürecine dahil etmeye yönelik iletişim, çatışmaların iletişim kampanyalarına ihtiyaç duyulmadan yönetilmesine yardımcı olur.
<b>Gündem evresi</b>	Hedef kitleler örgütlenir ve algıladıkları sorunlardan ‘gündemler’ yaratır. Halkla ilişkiler bu gündemleri önceden sezinleyebilmeli ve örgütün bunlara vereceği tepkiyi yönetmelidir. Bu süreç ‘gündem yönetimi’ diye bilinir. Gündemlerin yaratılması ve büyütülmesinde medyanın çok büyük rolü vardır. En önemlisi gündemlerin medyada yer alması, eylemciler dışında kamular yaratabilir- özellikle ‘sıcak gündem’ kamularını. Bu evrede hedef kitle bölümlenme araştırmaları yapılmalıdır. İletişim programları, hem kitle iletişimini kullanarak hem de eylemcilerle kişilerarası iletişim kurarak gündemdeki sorunu müzakere yoluyla çözmeye çalışmalıdır. Halkla ilişkiler, yukarıdaki evrelerin her birindeki paydaş ve hedef kitleler için iletişim programları planlamalıdır. Bunu yaparken 4’ten 7’ye kadar olan adımları izlemelidir.
<b>İletişim programı</b>	Hazırladığı iletişim programları için, iletişim, doğruluk, anlayış, anlaşma ve tamamlayıcı davranışlar gibi resmi hedefler belirlemelidir.
<b>İletişim programı</b>	Hedeflerine ulaşmak için resmi programlar ve kampanyalar planlamalıdır.
<b>İletişim programı</b>	Özellikle teknisyenler, bu program ve kampanyaları uygulamaya geçirmelidir.
<b>İletişim programı</b>	Bu programların hedeflerine ulaşmakta ve onları ortaya çıkarmış sorun ve gündemlerle ilgili çatışmaları azaltmakta ne kadar etkili olduğunu değerlendirmelidir.

**Kaynak:** Grunig ve Repper 2005:138

'*Paydaş evresi*' Tablo 1'de belirtilen halkla ilişkilerin stratejik yönetiminin ilk evresidir. Bir örgütün faaliyetlerinden doğrudan ve/veya dolaylı olarak etkilenen tüm kesimleri "paydaş" olarak değerlendirmek olasıdır. Bir başka ifadeyle, paydaşlar, işletmelerden çıkarları olan bireyler ve kurumlardır. Dolayısıyla, ilk adımda örgütle bir bağı bulunan ya da örgütten kazanacak ya da kaybedecek insanların listesinin çıkarılması gerekir ki bu insanlar şirketin sahipleri, müşterileri, tüketici hakları savunucuları, rakipler, çalışanlar, özel çıkar grupları, çevreciler, tedarikçiler, hükümet ve yerel topluluk örgütleri olarak ifade edilebilir.(Grunig vd. 2005:140)

'*Hedef kitle evresi*' ise stratejik halkla ilişkiler yönetiminin ikincil evresini oluşturmaktadır. Paydaş ve hedef kitle sözcükleri ağırlıklı olarak birbirlerinin yerine kullanılmakta olsa da, bu modelde 'hedef kitle' başlığı ile sözü edilmek istenen aslında stratejik hedef kitlelerdir. Şöyle ki örgütü etkileyen ya da ondan etkilenen insan gruplarının oluşturduğu paydaşların tümü o örgüt için aynı derecede etkileme gücüne ya da öneme sahip değildir. Dolayısıyla, halkla ilişkiler uygulayıcıları, paydaşlar ile iletişim programları geliştirme sırasında, stratejik hedef kitleler ile daha iyi iletişim kurabilmek amacıyla, örgütün paydaşlarını oluşturan insan ya da grupları içeren kategorileri bölümlere ayırmaktadırlar. İşte bu noktada Grunig'in 'Durumsal Kuramı'dan yararlanılabilir:(Baskin vd. 1997:139-152)

Durumsal kurama göre paydaşlar bir gündem konusunda aktif, pasif ya da nötr, yani tepkisiz durumda olabilirler. Aktif hedef kitleler hali hazırdaki söz konusu ile ilgili bilgi alma ihtiyacıdadır, dolayısıyla onlarla iletişim kurmak pasif hedef kitlelere göre daha kolay, ancak ikna edilmeleri daha zordur; çünkü farklı kaynaklardan bilgi arayarak kendilerini ikna etme yoluna giderler. Buna göre bir örgüt için aktif kitle bölümlerinin belirlenmesi için bilimsel araştırma yöntemlerinden faydalanılması şarttır.

Kurum içi halkla ilişkiler programları örgüt çalışanları için hazırlanan programlardır. Hiç şüphesiz, çalışanlar hemen her zaman örgütlerin stratejik hedef kitlelerinden biri sayılmalı ve kendileriyle iletişime yönelik formel programlar hayata geçirilmelidir.(Grunig 2005:558)

Stratejik halkla ilişkiler yönetiminin üçüncü evresi '*gündem evresi*'dir. Gündem yönetimi (issues management) kavramı iki unsura dayandırılarak açıklanabilir:(Cutlip vd. 1994:16)

1. Bir örgüt üzerinde potansiyel etkisi olabilecek gündemlerin (sorunlar, konular) erkenden belirlenmesi;
2. Bu gündemlerin sonuçlarından yaralanmak ya da onların olumsuz taraflarını en aza indirmek için hazırlanan stratejik yanıt.

Gündem yönetimi, paydaşlarının beklentileri ile örgütün eylemleri arasındaki farkları kapatmak için kullanılan dinamik ve proaktif bir süreçtir. Stratejik yönetim evrelerinin ilk ikisinde halkla ilişkiler eğer etkin olarak uygulandıysa kamular arasındaki sorunların büyük bir kısmı daha gündemlere dönüşmeden çözülmüş olacaktır. Gündem yönetimi programları kurumsal ya da örgütsel bir planlama departmanı ile işbirliği içinde halkla ilişkiler departmanınca yönetilmelidir; böylesi bir işbirliği kurulduğunda halkla ilişkiler stratejik yönetimi örgütün toplam stratejik yönetiminin de bir parçası olabilmektedir.(Grunig vd. 2005:161-5)

İlk üç adımın ardından, halkla ilişkiler stratejik yönetimi için evrelerin her birindeki paydaş ve hedef kitlelere yönelik iletişim programları planlanmaktadır. Tabloda 4'ten 7'ye kadar olan adımlarda yer alan iletişim programları da çalışanlara, müşterilere ya da farklı hedef kitlelere yönelik programlardır.

### **1.3.1. Stratejik Halkla İlişkiler Uygulamasının Aşamaları**

Stratejik halkla ilişkiler çalışmalarında mutlaka izlenmesi gereken dört önemli süreç aşağıdaki gibidir:

- Araştırma
- Planlama
- Uygulama
- Değerlendirme

Birbirleriyle doğrudan ilişkili bu süreçlerin herbirinin birbirini eksiksiz takip etmesi gerekir. Süreçlerden birindeki bir eksiklik diğer aşamaları da olumsuz etkileyebilecektir.

#### **➤ Araştırma**

Araştırma safhası stratejik halkla ilişkiler uygulamalarının temelini oluşturur. Bu süreçte kurumun faaliyetlerini etkileyen, etkileme olasılığı olan kişilerin, kurum ve grupların fikir ve düşünceleri tespit edilmektedir. Kuruluşun iç ve dış kamusunu oluşturan hedef grupların tutum ve beklentilerini anlama, karşılaşılabilecek sorunları önceden görebilme, gerçekçi amaçlara odaklanmak suretiyle bütçe, zaman ve çabaların etkin kullanımı gibi yararlar sunan araştırma sayesinde, ne kadar çok bilgi edinilirse stratejik halkla ilişkiler planlaması o denli güçlü olmaktadır.(Odabaşı-Oyman 2006:136) Araştırma süreci altı aşamada gerçekleşmektedir:(Aziz 1990:31)

- Araştırma konusunun belirlenmesi,
- Araştırma ile ilgili bilgilerin toplanması,

- Varsayım kurulması, araştırma yaklaşım ve modelinin seçilmesi,
- Araştırma planının yapılması,
- Verilerin toplanarak varsayımların sınanması,
- Verilerin çözümlenmesi, bulguların yorumlanarak sonuca gidilmesi.

Araştırma konusuna karar verildiği zaman varsayımlar tasarı olarak ortaya çıkar. Ön araştırmadan sonra da varsayımlar artık taslak olmaktan çıkar, kesinlik kazanır. Varsayımlar kurulduktan sonra ilk taslak plan hazırlanır. Bu taslak planda amaç, varsayımlar, değişkenler ve ön araştırma bilgileri yer alır. Daha sonra araştırmanın en zor aşaması olan verilerin toplanması kısmına geçilir. Pek çok kaynaktan sağlıklı veriler toplanır, varsayımlar sınanır. Araştırma sürecinin son aşamasında ise araştırmanın konusu ile ilgili tüm veriler yeniden gözden geçirilir, taslak plan kesin plan haline getirilir, araştırmanın sonuçları ortaya çıkartılır.(Geçikli 2008:88)

Stratejik halkla ilişkiler uygulamalarının salt başlangıç aşamasında değil, araştırma diğer aşamalar için de önem taşır. Stratejik halkla ilişkiler planlarını desteklemek için halkla ilişkiler yöneticilerinin aşağıdaki 5 temel soruyu araştırmaları gerekmektedir.(Uludağ 2008:90)

1. *Kurumun en güçlü yönleri, zayıf yanları, karşılaşıcağı fırsatlar ve tehditler nelerdir?*
2. *Kurum için en önemli paydaşlar kimlerdir?*
3. *Paydaş grupların her birinin beklentisine karşılık verilebiliyor mu?*
4. *Davranış ve iletişim amaçları nelerdir?*
5. *Hedef kitle içindeki bireylerin kişisel medya tüketim alışkanlıkları nedir?*

Özellikle, organizasyon yapısına yönelik bir durum analizinin (SWOT) yapılması, yola çıkarken mevcut hangi verilerin olduğunu görmeye ve yolda nelerle karşılaşılacağına öngörülmesine hizmet edecektir. Fırsat ve tehditler kurumun dış çevresi, güçlü ve zayıf yönler ise kurumun kendi iç yapısı ile ilgilidir. Kurumun dış çevresi ile ilgili fırsat ve tehditler araştırılırken kullanılan PEST (Political, Economic, Social, Technological) analizi, organizasyonu etkileyen başlıca çevresel faktörlerin neler olduğu sorularına kesin yanıtlar aramalıdır.

Stratejik halkla ilişkiler yönetiminde de aşağıdaki yedi ayrı araştırma türünden yararlanılmalıdır:(Yayınoğlu 2005:29)

- **Motivasyonel Araştırma** / Genellikle niteliksel yöntemle yapılan, belli bazı tutumların neden var olduğu ya da davranışın niçin öyle olduğunu keşfetmek üzere tasarlanan araştırmadır.
- **Pazar Araştırması** / Kurumun var olan ve potansiyel pazarlarına yönelik

olarak yapılan araştırma türüdür.

- **İçerik ve Medya Araştırmaları** / İletişim sürecindeki içeriği, iletişimin etkilerinin belirlenmesi amacıyla ağırlıklı olarak niceliksel türde inceleyen araştırmalardır. Dilbilim ve kültürel antropolojiye yaklaşan niteliksel analizler de yaygınlaşmaktadır. Örgüt tarafından üretilen denetimli iletişim araçlarının yanı sıra ticari iletişim araçlarında da mesajların içeriğinin incelenmesi söz konusudur. Ayrıca medya sisteminin nasıl çalıştığı, dağıtım kanalları, reklam ve yayın politikası gibi konuların araştırılması da halkla ilişkiler çalışmalarının etkinliğinin artırılmasına katkıda bulunacaktır.

- **İletişim Denetimi** / İletişim sürecinin kendisini tam olarak incelemek için yürütülen araştırmalardır. Örgütten hedef kitleye yönelen iletişim sürecini anlamayı, tanımlamayı ve hedef kitleyi de yakından tanımayı sağlayacak araştırmalara odaklanır. Bu tür araştırmalarla iletişim boşlukları tespit edilir, elde edilen verilerle, başarılı bir çalışma için gerekli kaynaklar ve iletişim becerileri ortaya konur.

- **Kamuoyu Araştırması** / İnsanların belirli bir konudaki görüşlerini araştıran iletişim ve pazarlama amaçlı ya da toplumsal nitelikli araştırmalardır.

- **Tutum Araştırması** / İnsanların tutumlarını anlamayı hedefleyen pazarlama amaçlı ya da toplumsal nitelikli araştırmalardır.

- **Panel Araştırması** / Panel adı verilen aynı profile sahip belli bir grup insanın, zaman içindeki davranış ve tutum değişikliklerini, eğilimlerini anlamak için belirli aralıklarla tekrarlanarak yapılan araştırma türüdür. İz sürme ya da süreklilik araştırması olarak da bilinen bu araştırma türü, en çok televizyon izleyicileri üzerinde kullanılmakta ve izleme alışkanlıkları ölçülerek elde edilen verilere göre programlar yapılandırılmaktadır.

#### ➤ **Planlama**

Stratejik halkla ilişkiler sürecinde planlama, bir konu ya da sorunla ilgili olarak, bu sorunların nasıl çözüleceği ve fırsatların nasıl değerlendirileceğine dair uygulama kısımlarını kapsar. Planlama, stratejik düşüncenin yazılı hale getirilmesidir. Plan, stratejiye bağlı kalarak operasyonel detayları içermektedir. Eylem sürecinde doğrudan rolü nedeniyle etkin bir planlama, tüm değişkenlerin hesap edildiği, detaylı, amaç odaklı, kaynakların verimli kullanılmasını sağlayan, araştırmalara ve değerlendirmelere bağlı bir yapıya sahip olmalıdır. Planlar, orta ya da uzun vadeli olarak yapılabilir. Planların vadesini, stratejinin bakış açısı belirler.(Uludağ 2008:99)



Stratejik halkla ilişkiler yönetiminde çok önemli bir yere sahip olan planlama, şu üstünlükleri getirmektedir:(Uludağ 2008:100)

- Hedeflere odaklanmayı sağlar; gereksiz zaman kayıplarını ortadan kaldırır, öncelikler üzerinde yoğunlaşmaya olanak tanıyarak uygulamanın etkinliğini artırır.
- Verimliliği geliştirir; doğru şeyler üzerinde çalışıldığında tanımlanmış amaçların gerçekleşmesi daha kolay olur. Önemli olmayan şeylere enerji harcanmadığı için zaman ve bütçe tasarrufu yapılır.
- Uzun dönemli bakış açısı sağlar; planlamayla bir anlamda gelecek için öngörülerde bulunulur. Sağlıklı öngörüler kuruma stratejik değeri yüksek kazanımlar sağlar.
- Yaşanabilecek olumsuzlukları azaltır; dikkatli bir planlama, makro düzeyde farklı senaryoların hesaba katılması ve içlerinden en uygununun seçilmesiyle oluşur. Bu tüm olasılıkların titizlikle planlanması anlamına gelmektedir. Mikro düzeyde ise planlama günlük çalışmanın kalitesini artırır.
- Anlaşmazlıklarda uzlaştırıcı rol oynar; halkla ilişkiler uygulamalarında fayda ve öncelikler konusunda çeşitli fikir ayrılıkları yaşanabilir. Planlama, bu fikir ayrılıklarını daha oluşmadan ortadan kaldırır, sonuca yönelik fikir birliği içinde verimli bir çalışma ortamı sağlar.

Planlanmayan, ölçülmeyen, denetlenmeyen hiçbir iletişim çalışmasının başarılı olması olası değildir. Bu nedenle, planlama, stratejik halkla ilişkiler yönetiminin yol haritası niteliğindedir. Doğru planlanmış halkla ilişkiler uygulamalarının başarı şansı çok daha yükselir, itibarı artırır.

#### ➤ **Uygulama**

Stratejik halkla ilişkiler çalışmasının üçüncü aşaması olan uygulama, detaylı araştırmalarla gerçekleştirilen programın hayata geçirilmesidir. Bu aşamada daha önceden planlanan her unsur, yerinde ve zamanında işleme sokulmalıdır. Uygulama aşamasında mutlaka daha önceden hazırlanan stratejik plana bağlı kalınmalıdır.

Uygulamanın ilk aşamasında alınacak geribildirimler mutlaka detaylı bir şekilde değerlendirilmelidir. Gerektiğinde alternatif planlar devreye alınmalıdır. Ayrıca uygulamaya başlamadan önce hedef kitleyi temsil edecek niteliklere sahip küçük bir grup üzerinde pilot bir çalışma yapmak da son derece yararlı olur. Bu şekilde yanlış bir strateji ve planlamanın maliyetinden kurtulma olanağı bulunur.(Uludağ 2008:107)

#### ➤ **Değerlendirme**

İletişim faaliyetleri, ölçülebildiği oranda başarılı kabul edilmektedir. Bu nedenle, stratejik halkla ilişkiler sürecinin en önemli aşamalarından biri

değerlendirmedir. Değerlendirme aktivitelerle ilgili bilgileri, programların sonuçlarını görmeye ve bazı özel kişilerin kullanımına yönelik kimi ürün ya da hizmetlerle ilgili kararsızlıkları azaltmaya yardımcı olmaktadır.(Uludağ 2008:110) Halkla ilişkilerin stratejik süreci değerlendirilirken şu aşamalarının takip edilmesi yararlı olacaktır:(Peltekoğlu 1998:132)

*Değerlendirme verilerinin amacı ve kullanım biçimi hakkında görüş birliğine varılmalıdır:* Değerlendirme sonucu elde edilen verilerden yararlanma biçimi hakkında fikir birliğine varılmadıkça, çok sayıda gereksiz bilgi üretme olasılığı ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle sorunları ortaya çıkartacak sorular belirlendikten sonra araştırma bulgularının nasıl kullanılacağı ayrıntılı bir şekilde açıklanmalıdır.

*Değerlendirme ve araştırmanın, programın temel aşamaları olduğu konusunda kurumsal onay alınmalıdır:* Değerlendirme araştırması, yeterli kaynaklarla sürecin bütününe yayılarak, problemin tanımı, planlama, programlama, uygulama ve değerlendirme adımlarının merkezi olacak biçimde kurulmalıdır.

*Programın hedefleri gözlemlenebilir ve ölçülebilir olmalıdır:* Bir halkla ilişkiler programının amacı, hedef kitlesi ve beklenen etkileri açık bir şekilde ortaya konulmalı, yoruma ve farklı anlaşılmalara meydan verilmemelidir.

*En uygun değerlendirme ölçütleri belirlenmelidir:* Kampanyanın amacı, değerlendirme ölçütlerini belirleyici özelliğe sahiptir. Örneğin, kampanyanın amacı, hedef kitlenin yerel düzeyde verilen bir desteğin farkına varması olduğu zaman, yerel yayınlarda yer alma oranı değerlendirme aşamasında önemli bir ölçüt olacaktır.

*Üst yönetim değerlendirme sonuçları hakkında bilgilendirilmelidir:* Yöneticilere değerlendirme verileri hakkında düzenli bilgi akışı sağlanarak, değerlendirme sonuçlarının kurumsal hedeflere ulaşmak için ne kadar gerekli olduğu ortaya konulmalıdır.

'Makro Model' halkla ilişkiler çalışmalarının değerlendirilmesiyle ilgili en detaylı yaklaşımlardan birisidir. Uluslararası Halkla İlişkiler Derneği'nin geliştirdiği Makro Model, toplumsal ilişkilerin değerlendirilmesine yönelik planlama ve çalışmalara geniş açılı bir yaklaşım getirmektedir. 'Girdiler, çıktılar ve sonuçlar' olmak üzere halkla ilişkiler çalışmalarını üç aşamada değerlendiren modele göre, halkla ilişkiler programı birtakım girdilerle oluşturulmakta, sonra çıktılar üretilmekte, bunların üzerinden de son olarak sonuçlara ulaşılmaktadır.

Halkla ilişkiler uygulayıcısı girdilere yönelik olarak değerlendirmeyi, fokus grup araştırmaları, örnek olay incelemeleri gibi yöntemleri kullanarak yapmaktadır. Çıktılara yönelik olarak yapılan değerlendirmelerde ise içerik analizi, fuar, tanıtım ve organizasyonların ölçülenmesi ve kamuoyu yoklamalarından yararlanılmaktadır. Makro değerlendirme modelinde hem açık hem de kapalı sistem değerlendirme yöntemi uygulanmaktadır. Kapalı sistem değerlendirme anlayışı, halkla ilişkiler kampanyasındaki aktiviteler, mesajlar ve bunların belirli kitleler üzerindeki etkilerine odaklanmaktadır. Bu yaklaşımda, mesaj ve mecraların ön testleri sonradan yapılan post testlerle karşılaştırılmakta, böylece amaçlanan etkilere ulaşıp ulaşılmadığına bakılmaktadır. Açık sistem değerlendirmesi ise halkla ilişkiler programının kontrolü dışında oluşan ve sonuçları etkileyen dış faktörleri detaylı bir şekilde ele almakta; halkla ilişkiler, geniş anlamda, organizasyonel etkinlik bağlamında görülmektedir. Makro değerlendirme modelinde, etkili değerlendirme için her iki sistemin de birlikte kullanılması önerilmektedir.(Uludağ 2008:113-7)

Sonuçlar geleceğe yönelik bir yol haritasının çizilmesinde veri olarak kullanılacağı için stratejik halkla ilişkiler sürecindeki değerlendirme aşaması kritik bir konuma, kilit bir role sahiptir.

## **2. STRATEJİK HALKLA İLİŞKİLER MODELLERİ**

Grunig'in halkla ilişkilerin stratejik yönetimi için geliştirmiş olduğu model yedi aşamadan meydana gelmektedir. Model halkla ilişkilerin stratejik yönetimdeki iki taraflı rolünü biraraya getirmektedir. İlk üç aşaması, kamuların ve sorunların gelişim evresini içermektedir. Bu üç evre, halkla ilişkiler uygulayıcılarının kontrolü dışında gelişmektedir. Halkla ilişkiler yönetiminin her soruna ve konuya özgü olarak yapacağı etkinlikler, kullanacağı yöntem ve teknikler ise diğer dört aşamada ifade edilmektedir.Grunig 'Stratejik Halkla İlişkiler Modeli'ni yedi adımda şu şekilde tanımlamıştır:(Grunig 2005:138-9)

➤ Paydaş Evresi / Bir örgütün ya da bir paydaşın davranışı, diğerinin üzerinde sonuçlara neden oluyorsa, o örgütün paydaşlarla bir ilişkisi vardır. Halkla ilişkiler yönetimi, ortamı ve örgütün davranışını taramaya yönelik araştırmalarla bu sonuçların neler olduğunu ortaya koymalıdır. Bu paydaşlarla sürdürülen kesintisiz iletişim, ilişkide ortaya çıkabilecek çatışmaları yöneten, uzun dönemli ve istikrarlı bir ilişkinin kurulmasını sağlayacaktır.

➤ Kamu Evresi / Paydaşlar ortaya çıkan sonuçlardan birini ya da daha çoğunu sorun olarak görüp bu konuda bir şeyler yapmak üzere örgütlendiğinde kamular ortaya çıkar. Halkla ilişkiler yönetimi, bu kamuları belirlemek ve bölümlemek için araştırmalar yapmalıdır. Bu evrede fokus grup tartışmaları çok işe yarayacaktır. Kamuları örgütün

karar sürecine dahil etmeye yönelik iletişim, çatışmaların iletişim kampanyalarına gerek duyulmadan yönetilmesine yardımcı olacaktır.

➤ Gündem Evresi / Kamular örgütlenir ve algıladıkları sorunlardan çeşitli gündemler oluştururlar. Halkla ilişkiler yönetimi, bu gündemleri önceden sezinleyebilmeli ve örgütün bunlara vereceği tepkiyi yönetebilmelidir. Gündem yönetiminde medyanın önemli bir yeri vardır. Çünkü medya, gündemin oluşturulmasında ve oluşturulan gündemin yaygınlaştırılmasında, büyütülmesinde çok etkindir. Gündemlerin medyada yer alması, ayrıca yeni kamular oluşturabilir, sorun alanlarını genişletebilir. Halkla ilişkiler yönetimi, gündemi yönetirken kitle iletişim araçlarının yanı sıra kişilerarası iletişimin sağladığı avantajlardan da yararlanmalı, müzakere yoluyla sorunu çözmeye çalışmalıdır.

➤ Halkla ilişkiler yönetimi, hazırladığı iletişim planları için doğru ve sağlıklı hedefler belirlemelidir.

➤ Halkla ilişkiler yönetimi, belirlediği bu hedeflere ulaşmak için gerekli yöntemleri saptamalıdır.

➤ Halkla ilişkiler yönetiminin belirlediği plan çerçevesinde uygulayıcılar, hedeflerin gerçekleştirilmesi için çalışmalıdır.

➤ Halkla ilişkiler yönetimi, hazırlanan planların uygulanmasında, hedeflere ulaşılmasında, sorunların azaltılmasında ve gündemlerin yönetilmesinde ne kadar etkili ve başarılı olduğunu değerlendirmelidir.

Bu modelde stratejik halkla ilişkiler yönetiminin ağırlıklı olarak araştırmaya dayandığı, öncelikle sorunların doğru tespit edilmesine, bilgiye, uygulamaya ve değerlendirmeye dayalı olarak çözülmesine önem verildiği görülmektedir. Çatışmaya yol açmadan sorunların çözülmesi için stratejik yönetimin sağladığı vizyondan yararlanılması üzerinde durulmaktadır. Bunun için de kişilerarası iletişimin etkin yanlarının ön plana çıkarılması, ayrıca kitle iletişim araçlarının da yetkin şekilde kullanılması gerektiği vurgulanmaktadır.

## **2.1. Monolojik Yaklaşım**

### **2.1.1. Rıza'nın İmalatında Yeni Yaklaşımlar**

Sosyal, ekonomik, siyasi ve hatta askeri gücün kurumları tarafından kamu manipülasyonu amacıyla kullanılabilir nitelik taşıyan halkla ilişkiler teknikleri, bu nitelikleri dolayısıyla rıza üretiminde işlevsel olabilmektedirler. Bu tür durumlarda, özellikle hükümet sözcüleri, özel ve kamu kuruluşlarının basın ya da iletişim danışmanları ya da çokuluslu halkla ilişkiler şirketleri, Walter Lippman'ın deyimiyle '*Rıza Mühendisliği*' (Engineering consent) için çalışabilmektedirler. Daha

1922 yılında *Public Opinion* adlı yapıtında Lippman'ın ifade ettiği gibi "*insanlar demokraside yaşarlar, demokraside yaşayan insanlar dünyayı anlamaya muktedir değildir. Onlar, kafalarının içindeki görüntülerle, resimlerle yaşarlar, oluşturulmuş sahte çevrelere tepki verirler.*"(Akt.Çınarlı 2004:171) Bu nedenle, 'rıza üretimi' ile yönetilenlerin bu sahte çevrelerde manipüle edilmelerinden söz etmek olasıdır.

Çınarlı'ya göre, bugün rıza mühendisliği'nin boyutu artık savaşın haksız nedenlerini imal eden 'savaş mühendisliği'ne varan son derece sofistike, bir o kadar da tehlikeli bir gelişim içindedir. Bu çerçevede en iyi halkla ilişkiler uygulamasının görünmez olanın, yani kimin tarafından yapıldığı bilinmeyen halkla ilişkiler çalışması olduğunu da görmek gerekir.(Çınarlı 2004:171)

Kitle medyasının radikal eleştirisinde başyapıt niteliğinde kabul edilen *Rızanın İmalatı: Kitle Medyasının Ekonomi Politikası* adlı yapıtlarında Herman ve Chomsky'ye göre, medya çağımızda devlet iktidarının ve seçkinlerin gereksinimlerini karşılayan bir propaganda modeli olarak işlev görmektedir. Öyle ki, gerçekliğin çarpıtılmış bir algısının sunulması, belli gerçekler gizlenirken bazılarının öne çıkartılması, seçkinlerin gündeminin toplumun gündemi haline getirilmesi ve seçkinlerin politika hedefleri doğrultusunda toplumun siyasi kampanyalarla yönlendirilmesi bu gereksinimler arasında sayılmaktadır.

I. Dünya Savaşı sırasında Amerikan kamuoyunu savaşa ikna etmek için Woodrow Wilson'ın kurduğu Creel Komisyonu (1917), Edward Bernays'in United Fruit Co. (ABD) adına anti-kapitalist Guatemala hükümetinin devrilmesi amacını taşıyan kampanyaları, kitlelerin bilincini yönetmeye dayalı halkla ilişkiler uygulamalarıdır ve pasifist halkların nasıl savaş çıkırtkanı haline getirildiği, halkın rızasının nasıl yönetildiğinin açık göstergeleridirler.(Chomsky 1993:30-43)

Hiç kuşkusuz ki savaş öncesi kamuoyu oluşturmada kullanılan halkla ilişkiler teknikleri aynı yoğunlukta savaş sırasında da uygulanmaktadır. Irak Savaşı sırasında 600 "embedded" ya da "askeri yatılı muhabirin" ittifak askerleriyle savaşı izlemesi de bir halkla ilişkiler stratejisidir. Ayrıca medyada kullanılan görüntülerin açılırları, formatlanması, çerçevelenmesi, kullanılan kelimelerin seçilmesi ("Irak'ın işgali yerine Irak halkının özgürleştirilmesi", "işgal güçleri yerine koalisyon güçleri", "Basra'nın ele geçirilmesi yerine güvenliğinin sağlanması" vb.) gibi gitgide daha sofistike bir hal alan iletişim stratejileri, 'savaş mühendisliği'nin unsurlarıdır. 'Bilinç yönetimi' en masum şekilde malları, hizmetleri üretenlerin, en acımasız biçimde de savaşı "satan" güçlerin hizmetindedir. Dilbilim, sosyal psikoloji, iletişim kuramları, iletişim teknolojileri, retorik bu güce sahip olanların elinde şekillenmektedir.(Çınarlı 2004:172)

Ancak, Grunig'in yalnızca tek yönlü iletişime olanak veren halkla ilişkiler modellerinde halkla ilişkilerin sosyal sorumluluk ve kamu yararı gibi kavramları dışladığı durumlardan söz edilebilir. Oysa Grunig özellikle, halkla ilişkilerin simetrik olarak uygulandığında iletişim sistemlerinin değerli bir bileşeni olduğunu ifade eder ve eğer iki yönlü simetrik model, sosyal sorumluluk prensiplerine bağlı olarak uygulanırsa küresel iletişim sisteminin önemli bir ögesi durumuna geleceğini de vurgular.(Grunig vd. 1984:149)

Buna rağmen, kimi sosyo-ekonomik, politik ya da askeri kurumlar halkla ilişkileri tek yönlü iletişime dayalı olarak kullanabilmekte, sosyal sorumluluk ve kamu yararını öngörmeden, dolayısıyla etik olmayan bir anlayışla bilinçleri yönetmek amacıyla yararlanabilmektedir.

Bugün '*stratejik iletişim yönetimi*' kimliği taşıyan halkla ilişkiler 21. yüzyılda son derece önemli güç unsurlarındadır. Demokrasinin ciddi bir yanılması olarak, 'rıza mühendisliği'nden 'savaş mühendisliği'ne kayabilen bu tür uygulamalar, halkla ilişkiler disiplinine yönelik büyük yanılgılar doğurabilmektedir. İleride üzerinde durulacak *spin doctor* (döngü uzmanı) adı verilen uygulamacılar, tek yönlü halkla ilişkiler modellerinin manipülasyona son derece uygun, propagandaya benzer özelliğini daha fazla ortaya çıkarmaktadırlar. Ancak, diyaloga, şeffaflığa ve *consensus* oluşturmaya dayalı anti-Makyavelist özelliğiyle öne çıkan halkla ilişkilerin iki yönlü iletişim modeli, küresel iletişim sisteminin çoğunluğu tek yönlü, etik dışı uygulamalarına karşı durabilecek özellikler taşımaktadır.(Çınarlı 2004:173)

#### **2.1.1.1. Propagandanın Kavramsal Açılımı**

Propaganda kavramının açılımına bakıldığında Latince '*propagare*' kökünden geldiği ve anlam olarak da bu sözcüğün '*dikilecek fidan*' olarak karşılık bulduğu görülmektedir. 'Propagare'nin daha çok mecazi anlamda gelecek kuşaklar, soy anlamında kullandığı da bilinmektedir. Bu kökten türeyen 'propagator' ise genişletici, yayıcı anlamlarında kullanılmaktayken; 'propagatio' yayma, dağıtma, çoğaltma, anlamları taşımaktadır.(Kabağaç 1995:483)

Bugün propaganda, "*Bir öğreti düşünce ya da inancı başkalarına tanıtmaya, benimsetmeye ve yayma amacıyla söz, yazı gibi yollarla gerçekleştirilen çalışma*" olarak tanımlanmaktadır.(TDK Sözlük 1998:549) Tanımdan da anlaşılacağı gibi propagandanın özünde belli bir etkileme söz konusudur. Özellikle, toplulukları etkileme aracı olarak

görülen propaganda; onların duygu düşünce davranış ve hareketlerini etki altında tutabilmeyi amaçlamaktadır ve bu yönde yayınlanan bilgi, belge, doktrinler propagandanın temel araçları olarak karşımıza çıkmaktadır.(Tarhan 2004:36)

Propagandanın siyaset, iletişim, sosyoloji gibi ilişkide bulunduğu farklı disiplinlerin çeşitliliği tanımsal farklılıklar yaratmaktadır. Bu nedenle, literatürde kavramla ilgili pek çok tanım bulunmaktadır. Çok sayıda insanın düşünce ve davranışlarını etkilemek amacını taşıyan önceden planlanmış bir mesajlar bütünü olarak kabul gören propaganda, bu amaçla tarafsız bilgi sağlama yerine, en temelde kendi kitlesini etkileyecek bilgiyi sunar. Öyle ki, mesaj doğru olsa da yönlü olabilir, dolayısıyla da olayın tümünü dengeli bir şekilde aktarmayabilir.

Propaganda belirli bir erek güdüler, bilinçli bir biçimde kişilerin tutum, davranış ve inançlarını değiştirmeye yönelik davranışlar olarak tanımlanabileceği gibi; iletişim açısından bakıldığında dinsel, düşünsel, toplumsal ve siyasal alanlarda düşünce aktarımında kullanılan ikna edici iletişim türü olarak da tanımlanabilir. Bir diğer yandan propaganda siyasal partilerin halkın beğenisini kazanma ve böylece oy oranını artırma ya da yalnızca seçimi kazanma ereğiyle yaptıkları tanıtım, reklam, etkileme ve yönlendirme etkinlikleridir.(Güz 2002:286)

İletişim Bilimi açısından bir etkileşim süreci şeklinde tanımlanan propaganda, bireylerin çevrelerinden aldıkları mesajlar ve bu mesajların yönlendirilmesini ifade etmektedir. Dolayısıyla, toplumsal etkileşimin bir sonucu olarak meydana gelmektedir. Ayrıca kavram, örgütlü inandırma etkinliği; çeşitli inandırıcıya da ikna edici araçlarla fikirlerin ve değerlerin yayılması olarak gösterilebilir.(Mutlu 2004:239) Kitle iletişim araçlarının propaganda sürecindeki önemine özellikle vurguda bulunan bu tanımlamada, daha çok iletişim ve propaganda kavramlarının birbirlerini etkileme durumu ifade edilmiştir.

Genel olarak, sosyal bilimlerden bakıldığında ise propaganda herhangi bir düşünceyi halka yaymak ve aşlamak için çeşitli araçlardan yararlanılarak yapılan telkin olarak tanımlanmaktadır.(Hançerlioğlu 1986:324) Bir başka tanımlamada ise propaganda, bir fikrin her çeşit vasıttan istifade etmek suretiyle hedef kitleye telkin edilmesidir.(Özsoy 1998:6)

Tek taraflı olarak belli bir siyasi düşüncenin kabul ettirilmesi amacıyla belli verilere dayandırılarak hedef kitleye yönlendirilmesi olarak yapılan tanımlamada da propagandanın daha çok siyasal alanlarda etkinliğinin ortaya çıkarıldığı anlaşılmaktadır.(Aziz 2003:14) Bir fikrin – ki bu siyasi bir fikir, ideolojik bir görüş, bir

inanç ya da ekonomik tandanslı bir olay olabileceği gibi kültürel, turistik ve sportif bir şey de olabilir- her çeşit araçtan yararlanılarak hedef kitlelere telkin edilmesi olarak geniş kabul gören propaganda örgütlü olarak inandırma etkinliğidir. Belirgin bir amaca hizmet eden planlı bir mesaj sunumudur. Genellikle politikada karşılaşılan propaganda hükümetler ve siyasal partilerin sıklıkla kullandıkları bir iletişim yöntemidir.

Bu bağlamda yaklaşıldığında propaganda belirli bir grubun ya da bireyin kendi görüşlerini diğer grup ya da kişilere kabul ettirme çabasıdır. Daha geniş bir yaklaşımla propaganda kavramı; belli çıkarları olan propagandacının, başkalarının düşünce ve kanaatlerini etkilemek amacıyla planlı bir şekilde ve önceden tasarlayarak *ikna amaçlı* faaliyetlerini kapsamaktadır.(Bektaş 2002:20) Kavramının kitlelere ulaşma hedefi taşıması kitle iletişim araçlarıyla olan ilişkisini güçlendirmektedir. Yapısı gereği geniş kitlelere çok hızlı bir şekilde ulaşabilen kitle iletişim araçları da günümüzde en etkin propaganda araçları haline gelmişlerdir.(Chomsky 2002:18)

Dolayısıyla, ikna yöntemleri ve kullanılan araçların nitelikleri büyük önem kazanmaktadır. Propagandatıf etkinliklerde özellikle kitle iletişim araçlarının etkin bir biçimde kullanımı söz konusu olmaktadır. Bu nedenle, süreçte kullanılan özellikle bir takım semboller, söz, hareket, jest, müzik ve diğer bir takım araçlar propagandanın sonuçta ulaşmayı hedeflediği etkisini artırmaktadır.(Bıçakçı 2003:110)

Siyaset Bilimi açısından propaganda kendine çok daha geniş kullanım alanı bulmaktadır. Propaganda yaparken kullanılan yöntemlerle siyasal iletişimde seçim zamanlarında kullanılan seçim kampanyalarının yöntem ve tekniği arasında bazı farkların olmasına karşılık kimi benzerliklerden söz edilebilir.(Aziz 2003:15)

Günümüz siyasetinde propaganda yoluyla kitleleri etkilemek ve iktidara ulaşmak temel amaç olarak durmaktadır. Bu bağlamda siyasal propaganda siyasi bir kurum tarafından, hedeflenen kitlenin kendine karşı olan tutumunu etkilemek ve değiştirmek için uygulanan bir teknik içermektedir. Temel hedef, iktidarı ele geçirmek ve ele geçirilen iktidarı mümkün olduğunca kendinde tutmaktır. Bu noktada siyasal sistemlere göre farklı propaganda teknikleri geliştirilmektedir.(Bektaş 2002:221)

### ➤ **Propagandanın Tarihsel Arka Planı**

Tarihsel süreç içerisinde birçok farklı propaganda tekniği kullanılmıştır. Teknolojik gelişmelere koşut teknikler çeşitlilik gösterse de temel amaçta değişiklik olmamış, hep aynı kalmıştır. Lerner'a göre, propaganda, şartları değiştiremez, yalnızca



bu şartlar altındaki inançları değiştirebilir; insanları inançlarını değiştirmeye zorlayamaz; ancak yalnızca onları böyle yapmaya ikna edebilir.(Lerner 2000:270)

Belirli bir fikir çerçevesinde insan davranışlarını güdüleme ve yönlendirme propagandanın temel işlevidir ve bu işlevi insanlık tarihi kadar eskidir. En kapsayıcı anlamıyla propaganda bir ikna etme sürecidir. Propagandatıf bir eylemin tutumlar üzerinde kontrol kurarak, istenen eylemlere yol açmasını bilinçli bir hedef olarak saptaması gerekir. Ve ayrıca bunun bir kampanyanın içeriğinde gerçekleştirilmesi gerekmektedir.(Kuruoğlu 2006:7)

Söz konusu bu eylemsellik kitle iletişim araçları aracılığıyla gerçekleştirildiği için propaganda iletişim biliminin bir alt dalıdır. Ama aynı zamanda, tarihsel bir kavram olduğu için tarih, toplumsal bir kavram olduğu için sosyoloji, siyasal boyutu olduğu için siyaset bilimi, hedef kitleleri olduğu için sosyal psikoloji ve bireyi etkilediği için de psikolojinin alt disiplini sayılabilir.(Bektaş 2002:59)

Tarihte ilk defa sözcük olarak propagandanın kullanımına ve bazı propaganda belgelerine Vatikan arşivlerinde rastlanmıştır. Protestanlık mezhebinin papalığın nüfuzunu kırmaya başlaması üzerine, etki alanlarının daralmaya başladığını gören Papa 15. Greguar, 1622 yılında “*Congregation de Propagandistes*” adı verilen Kardinaler Meclisini toplantıya çağırmış ve Protestanlığa karşı bu Meclise propaganda görevi vermiştir.(Başdoğan 1960:5)

Ayrıca, XVI. yüzyılın başlarında Katolik inancının korunması ve geliştirilmesi adı altında, Müslüman dünyanın tek güçlü temsilcisi Osmanlı İmparatorluğu’nda Hıristiyan azınlıklarını, hedef kitle olarak planlayan hizmetler ‘Propaganda’ adı altında örgütlendirilmiştir.(Ökte 1997:117)

Kavramın 19. yüzyıla kadar daha çok hitabet sanatı ile ilgili bir etkinlik alanı olarak tanındığı görülmektedir. XX. yüzyılın başında ise, haber alma faaliyetlerinin dışında bağımsız bir niteliğe kavuşturulmuş, kamuoyunu yönlendirme ve etkilemeye yönelik bilimsel metotlarla yürütülen ve insanın ruh yapısını etkilemeye çalışan bir bilim haline getirilmiştir.

II. Dünya Savaşı’nda propaganda hizmet ve faaliyetleri savaşan her ülke için savaşın hedeflerinin ele geçirilmesinde en etkin psikolojik etkileme ve destekleme aracı olarak değerlendirilmiştir. Propaganda kavramının kazandığı yeni boyutlar ve nitelikler ile birlikte yeni kavramlar üretilmiştir. ‘Psikolojik Savunma’, ‘Soğuk Savaş’, ‘Siyasi Savaş’, ‘Beyaz Savaş’ gibi kavramlar, devletlerarası güç ve rekabet mücadelesinde kullanılan araçlar olarak tanımlanmaya başlanmıştır. Dost ve tarafsız ülke kamuoyları üzerinde uygulanacak bu gibi faaliyetlerle dış

politikann destekleneceği kabul edilmiştir. XX. yüzyılın ikinci yarısından sonra tüm ülkelerde ‘Psikolojik Harekat’ kamu hizmeti şeklinde örgütlenmiş, resmi olarak belgelere geçmiş ve hukuk düzenlerinde yerini almıştır. Rakiplerin güçsüz kılınması için dost, müttefik, tarafsız devletlerin kamuoylarını yönlendirme ve etkileme aracı haline getirilmiştir.(Ökte 1997:119)

### ➤ **Propaganda ile ilgili Temel Kavramlar**

#### • **Telkin**

Türk Dil Kurumu Sözlüğü’nde bilinç dışı bir sürecin aracılığı ile kişinin ruhu ya da fizyolojik anlamıyla ilgili bir düşüncenin gerçekleştirilmesi şeklinde tanımlanmaktadır. Bu anlamda telkin, kişinin iradesini kısmen ya da tamamen devre dışı bırakmakta; böylece kişi işlediği fiilleri, dışarıdan zihnine sokulan istek fikirler doğrultusunda yerine getirmektedir. Hedef alınan kişilere, doğru ya da yanlış bir fikir ya da inancının aşılması çabası olarak kabul edilebilecek telkin, tekliften daha ileride, telkini yapanın değerlendirme ve yargılarını taşıyan bir teknik olarak işlevini yerine getirmektedir. Düzenli ve sürekli olduğu takdirde daha etkili olan telkin özellikle dini konularda kendini göstermektedir.(Kağıtçıbaşı 1976:45)

#### • **Yönlendirme (Manipülasyon)**

Manipülasyon medyanın kamuoyu oluşturma aracı olarak kullanılmasıdır. Televizyon kanallarındaki reklamlardan, eğlence programları ve pembe dizilerden tutun da haber programlarına kadar bütün bir alanı kapsayan bir süreçtir. Hakim güçler medyayı kullanarak istekleri doğrultusunda, halk açısından iyi ya da kötü olmasına bakılmaksızın, yeni bir dünya oluşturma çabası içine girmişlerdir. Bu güçler olayların hem önem derecelerini belirlemekte, hem de bir sistem içerisinde neyi, nerede ve nasıl vereceklerine karar vermektedirler.(Kağıtçıbaşı 1976:46)

#### • **Reklam, Eğitim, Haber**

Medya aracılığıyla insanların neye, nasıl ve niçin tepki gösterip göstermeyeceklerine, neyin kendileri için yararlı ya da zararlı olduğuna karar verilmekte ve bu yönde de zihinler yönlendirilmektedir.(Kağıtçıbaşı 1976:48) Dördüncü kuvvet olarak nitelendirilen medya, gerçekten de günümüzde kitlelerin manipülasyonunda oldukça büyük bir güce sahiptir.

Bilgi ve haber aktarımında önceleri gazetelerden, 1920’lerden sonra radyolardan, II. Dünya Savaşı sonrasında televizyonlardan ve günümüzde de internetten geniş ölçüde yararlanılmaktadır. Özellikle “savaş zamanı sözcükler birer silah” (Kuruoğlu 2006:22) olarak kabul edildiği için, medyanın etki gücü bu bağlamda daha da

önem kazanmıştır. Hatta II. Dünya Savaşı sırasında önemli bir aktör olarak ortaya çıkan ve tüm dünyaya seslenen dış servislerini de kuran BBC neredeyse 'hakikat' ile özdeşleştirilmiştir.(Ahıska 2005:155)

### ➤ **Propaganda Türleri**

Propagandanın etkinlikte bulunduğu alanlara göre değişiklik gösteren propaganda türlerinden söz edilebilir. Öncelikle de siyasi bakımından bir sınıflandırmaya gidilebilir. Ancak, genel anlamda bir sınıflandırma yapmak da olasıdır.

#### • **Beyaz (Açık) Propaganda**

Haberlerin kaynaklarının ispat edilebildiği sağlam delil ve gerçeklere dayalı olarak söylenen söz ve yazılardır. Gerçek olmuş olayın süslemeden ve yalın bir şekilde ifade edildiği bu propaganda türünde propaganda yapıcısının kimliği açıktır. Özellikle yorumsuz fotoğraflar ve kısa haber başlıkları bu propaganda yöntemine girmektedir.(Volkoff 1985:4)

Beyaz propaganda haber yapılırken doğru en küçük bir detay kaçırılmaz. Beyaz propaganda uygulayıcılarının kimlikleri açık olduğundan güvenilir kişiler olması önemlidir. Bu nedenle bu propaganda da üst düzey yöneticiler ve akademisyenler kullanılır.(Bektaş 2002:35) Beyaz propaganda gelişmiş ülkelerde sıklıkla karşılaşılan bir yöntemdir. Doğru haber kaynağı hiçbir fırsat kaçırılmadan hemen halka iletilir. Bu şekilde halkın hükümete olan güveni de sağlanmış olur. Demokratik ülkelerde halkın Beyaz propaganda ile yönlendirilmesinin en önemli nedeni, hükümete olan güvenin azalması sonucu halkın iktidarı değiştirme yetkisine sahip olmasıdır.(Özsoy1998:21)

#### ➤ **Siyah (Gizli) Propaganda**

Haberin kaynağının belli olmadığı genellikle yalan bir haberin doğru ve kanıtlanabilir şekilde sunulmasıdır. Habere "güvenilir bir kaynaktan edinilen bilgiye göre" veya "adını açıklamayan bir yetkili" şeklinde haberin kaynağı belirtilerek başlanır. Genellikle haberin kaynağının gizlilik ilkesi hakkı gereğince ve kaynak açıklanırsa kaynağın bu haberden dolayı kişisel zarar göreceği gibi insani duyguları ön plana çıkarılır.(Bektaş 2002:36)

Siyah propaganda "hedef kitleleri dehşete düşürmek, doğru haberlere olan inancı kırmak, ülkeleri, halkları, kişileri karalamak, kötölemek, iktidarları yıpratmak, hedef devlet ve halkın birlik duygusunu zayıflatmak, devlete, hükümete olan güveni zedelemek amacıyla kullanılır. Siyah propaganda gizem, bilinmeyeni bilmek, gizliliğin

verdiği heyecan ve madalyonun diğer yüzünü görmek gibi duygularla ilerler bazen ‘fısıltı gazetesi (dedikodu)’ ile hızla yayılır. Demokratik ülkeler genellikle bu yöntemi savaş zamanlarında kendi halklarını düşman propagandasına karşı korumak amacıyla yaparlar. Siyah propaganda yeni bir tarih, anlayış ve blok oluşturmak için de kullanılır.”(Tarhan 2005:41)

#### ➤ ***Gri (Bulanık) Propaganda***

Sağlam delillere dayanmayan genellikle doğrular üzerine eklenen süslemelerle haberin saptırılması şeklinde yapılan bu propaganda biçiminde propaganda yapıcısının kimliği haberin durumuna göre açık veya gizli olabilir. Büyük oranda halk tarafından doğru olarak kabul edilen bir olayın yalan, dedikodu ve rivayetlerle halkı yönlendirmek için kullanılır.(Bektaş 2002:37) Gri propaganda, gelişmekte olan demokratik ülkelerde uygulanan bir yöntemdir. Siyasi, ekonomik veya hükümet zaafalarını saklamak, halkın bilgisine sunmamak için gündem değiştirmek adına yapılır.(Özsoy 1998:21) Gri propaganda, beyaz propaganda ile siyah propaganda arasında bir yerde yer alır.

#### ➤ ***İç ve Dış Propaganda***

Etkinlik sahası bakımından propaganda *iç ve dış* olarak ikiye ayrılır. Dış propaganda, genellikle devletin etkin olduğu bir propaganda türüdür. İktidara gelen parti hangi ideolojik siyasi görüşte olursa olsun devlet politikasındaki temel noktalar sabit kalır, değiştirilmez. Bu noktada dış propaganda faaliyetleri devletin politik duruşuna göre ve belirli bir stratejiye göre şekillenir. (Özsoy 1998:16) Bu tür propagandada belli bir amaç vardır ve bu amaç ulusal çıkarlar doğrultusunda şekillenmiştir. Hedef genellikle ilişki içerisinde bulunan diğer ülkelerdir.(Bektaş 2000:160)

İç propaganda daha çok ülke içindeki iktidar mücadelesi alanında uygulanmaktadır. Demokratik ülkelerde iktidara sahip olmak adına siyasi partiler tarafından partiler seçim dönemlerinde yoğun olarak kullanılır.

#### ➤ ***Genel, Sınırlı ve Ferdi Propaganda***

Kapsam bakımından propaganda *genel propaganda, sınırlı propaganda ve ferdi propaganda* olmak üzere üçe ayrılır. Genel propaganda, geniş halk kitlelerine etki etmek amacıyla yapılan propaganda türüdür. Sınırlı propaganda ise bir ülkedeki belli bir bölgeyi hedef alan propaganda türüdür. Sınırlı bir bölgedeki hoşnutsuzluğu gidermek amacıyla yapılmaktadır. Ferdi propaganda ise daha önceden belirlenen kişilere yapılır. Genellikle dış alanda yapılan bir propaganda türüdür. Genellikle diplomatlar tarafından

ülke çıkarları doğrultusunda yapılan bir faaliyettir.(Özsoy 2000:19) Söz konusu bu üç propaganda türünde de ülke çıkarlarını gözetmek ön plandadır.

➤ ***Siyasi, Ekonomik, Kültürel, Askeri Propaganda***

Konusu bakımından propaganda türleri ise siyasi propaganda, ekonomik propaganda, kültürel propaganda ve askeri propaganda olarak sınıflandırılır. Siyasi propaganda devletlerin örgütlenmeye başlamasıyla birlikte kendisini gösteren bir faaliyettir. İlk devletin kuruluşundan bu yana siyasi propaganda faaliyetleri devlet yapılanması içerisinde kendisini göstermiştir. Genellikle belli bir devlet anlayışı söz konusudur ve propaganda faaliyeti bu görüşü yaymak doğrultusunda çalışmaktadır. (Daver 1993:280)

Siyasi propaganda türleri ikinci dünya savaşı öncesi ve sırasında yaşanan Hitler türü propaganda ve Rusya'da yaşanan 1917 devrimi öncesi ve devamında uygulanan Lenin türü propaganda olarak temel iki noktada toparlanabilir. Özellikle İkinci Dünya Savaşı sırasında yaşanan Hitler türü propaganda Alman halkı üzerinde son derece etkili olmuş ve sonuçları tüm dünyayı etkilemiştir.(Domenach 2003:40)

Goebbels ve Hitlerin propaganda çalışmaları propagandayı kendine özgü yasaları olan bir sanat haline getirmiştir. Savaş sırasında Nazi Almanya'sında özellikle radyo etkin bir propaganda aracı olarak kullanılmıştır. Savaş ile ilgili kararların ve Nazi Ordusu lehine olan gelişmelerin duyurulması halkın moralini yüksek tuttuğundan Hitler tarafından yoğun olarak kullanılmıştır. Ayrıca Hitler radyo aracılığıyla halka sıkça seslenmiştir.(Bektaş 2003:44)

Genellikle uluslararası ilişkilerde bir ülkenin genel menfaati göz önüne alınarak yapılan ve o ülkenin ekonomik politikasını yansıtan propaganda türüdür. En sıklıkla kullanılan propaganda türü ise kültürel olanıdır. Bir ülkenin kendi ilke ve inançlarını diğer dünya kamuoyları üzerinde yayma çabasına dayanır.(Tomlinson 1999:146) Küreselleşme süreciyle birlikte devletlerin stratejilerinde oldukça önemli bir yer edinmiş durumdadır.

Askeri propaganda da konusu bakımından propaganda türleri içerisinde yer almaktadır. Bu propaganda türünde hem iç hem de dış sahaya yönelik stratejiler mevcuttur. Savaş dönemlerinde kullanıldığı gibi barış dönemlerinde de mevcut durumun korunması yolunda kullanılmaktadır.(Tarhan 2004:36) Askeri propaganda en temel anlamıyla devletlerin silahlı kuvvetleri desteklemek ve caydırıcı gücünü dış tehditlere karşı kullanmak bağlamında yaptığı propagandadır.(Özsoy 1998:20)

➤ ***Kişisel ve Kitlesel Propaganda***

Propaganda iki türlü yapılabilir, yüz yüze iletişime geçilerek tek tek bireyler hedef alınabilir. Diğer tür propaganda da ise hedef olarak geniş bir halk yığını alınır ve kitlelere hitap edilir, bunun için kitle iletişim araçları da sıklıkla kullanılır.(Tolan 1982:465)

➤ ***Politik ve Sosyolojik Propaganda***

Propaganda, belirli bir yönetim, siyasi parti veya bir kurum tarafından, hedef kitlenin düşüncelerini kendi istediği yönde şekillendirmek amacıyla yapılan propaganda türü politiktir. Hedefler açık ve seçik bir biçimde ortaya konmuş olmakla birlikte, belirli bir alana sınırlanmıştır. Sosyolojik propagandada ise daha kapsamlı ve belirsiz bir çalışma yürütülür. Bu tür propagandada toplumsal çerçeve kullanılarak, belirli bir yaşam felsefesi ve bu yolla ilgili düşünce tarzı hedef kitleye benimsetilmeye çalışılır.(Tolan 1982:468)

➤ ***Karışıklık ve Bütünleşme Propagandası***

Daha çok yıkıcı ve karşıtlık niteliği taşıyan propaganda karışıklık propagandasıdır. Genellikle kitleleri başkaldırmaya kışkırtan bir faaliyettir, ancak bu propaganda sadece yönetimi devirmek amaçlı görmek doğru olmaz. Genellikle ufak tefek provokasyonlar yaratarak halkın gözünde kahramanlığa oynamak da bu tür propagandalardan beklenen amaçlar arasına girebilir. Bütünleşme propagandası ise toplumun belli bir refah ve kültür seviyesine ulaşmasıyla kullanılabilir. Bu tür propagandanın başarı sansı toplumun refah seviyesiyle doğru orantılı görülmektedir.(Tolan 1982:472)

➤ ***Dikey ve Yatay Propaganda***

Geniş bir örgütün başında yer alan, yönettiği kitleden daha üstün olduğu varsayılan siyasal propaganda dikey propagandadır. Genellikle kitle iletişim araç ve teknikleri kullanılır. Etkisi kısa sürede ve kolay kaybolur. Yatay propagandada ise grup içerisindeki bütün bireylerin eşit seviyede ve aynı düzeyde ele alınması temel amaçtır. Bu tür propaganda türünde lider yoktur. Temel hedef grubu oluşturan bütün bireylerin üzerinde eğitici bir etki bırakmasıdır. Bu özelliği ile daha çok öğretici ve eğitsel bir nitelik taşımaktadır.(Tolan 1982:474)

➤ ***Akılcı ve Duygusal Propaganda***

Akılcı propaganda hedef kitleye daha akılcı, mantıklı ve kesin veriler sunularak etki artırılmaya çalışılır. Uzun dönemde etkinlik ancak akılcı propaganda yoluyla

sağlanır. Bu nedenle, günümüzde yapılan propagandaların birçoğu akılcı propaganda tekniğiyle yapılır. Duygusal propagandada ise daha çok coşkulu duygular ön plandadır ve özellikle dünya savaşları döneminde sıkça kullanılan bir propaganda türü olmuştur. Propaganda türlerinin sınıflandırmasında bir diğer önemli etken de Geldiği kaynağın türüne göre propaganda stratejik, taktik ve işgalci olmak üzere üç çeşitte incelenebilir.

➤ ***Stratejik, Taktik ve İşgal Propagandası***

Geldiği kaynağın türüne göre propaganda stratejik, taktik ve işgalci olmak üzere üç çeşitte incelenebilir. Genellikle uzun vadede etkisini gösteren ve kıtalararası kullanılan propaganda stratejiktir. Halk kitlelerinin inanmak istediği konular üzerinde yoğunlaşmak bu propagandanın temel tekniğidir. Hedeflediği amaçlar, dost güçlerin moralini yüksek tutmak, tarafsız milletlerin desteğini elde etmek, düşman milletlerin moralini bozmak ve manen onları yıkmak, ırk, din, sosyal ve politik çatışmaları körüklemek şeklinde sıralanabilir. Stratejik propagandada kullanılan tekniklerin başında iç ve dış basın gelir.(Özsoy 1998:26)

Taktik propaganda ise stratejik propagandanın küçük bir tekrarıyla birlikte temelde onun tamamlayıcısı olarak uygulanır. Sonuçları stratejik propagandaya oranla daha kısa vadede alınır. Bu tür propagandanın hedefleri arasında hedef toplumun moralini bozmak, liderlere güveni azaltmak, gerektiğinde karşı tarafın kendilerine sığınmalarını sağlamak gösterilebilir. Savaş bandoları, müzikler bu propagandanın kullandığı temel araçlar arasında yer almaktadır.(Özsoy 1998:32)

İşgal propagandası ise idari propaganda ya da destekleyici propaganda olarak da tanımlanabilir. Yeniden organizasyon ve ele geçirilen yerlerde kabullenmeyi sağlamak amacıyla kullanılır. İşgal edilen bölgelerdeki karşı propagandayı etkisiz hale getirmek ve mevcut güçlere karşı oluşabilecek kin ve nefreti engellemek amacıyla kullanılır.(Özsoy 1998:34)

➤ ***Karşı Propaganda***

Bu propaganda da düşman tarafından yapılan propagandanın yalan ve yönlendirici olduğu kanıtlanmaya çalışılır. Bu tür propagandanın hedefleri arasında askerler, siviller ve düşman işgali altındaki dost gruplar, emir komuta zinciri içerisinde bulunan gruplar gösterilebilir. Diğer taraftan, özellikle siyasette, her propagandanın bir karşı-propagandası bulunur. Kendi görüşlerini yaymak isteyenler, bir yandan da karşıdakilerin görüşlerini çürütmeye çalışırlar.(Bektaş 2002:209) J.M. Domenach'a göre de

karşı propagandanın kendine özgü ve ikinci derecede kuralları bulunmaktadır. Bunlar;(Domenach 2003:80-2)

➤ **Karşıtın İzleklerini Bulmak**

Düşman propagandasının kurucu öğeleri tek tek ayrılır. Karşıtın izleklerinin birbirinden ayrılıp önem sırasına göre sınıflandırılması çürütülmesini kolaylaştırır. Kendilerini etkili kılan söz ve simgelerden sıyrıldıkları zaman, genellikle yoksul, hatta kimi zaman da çelişkin olan mantıksal özlerine indirgenmiş olurlar. Böylelikle teker teker çürütülebilir, hatta birbirlerine karşı çıkarılabilirler.

➤ **Zayıf Noktalara Saldırmak**

Her türlü stratejinin temel kuralı budur. Bir karşıtlar koalisyonu karşısında, saldırı en zayıf, en çekingen olana yöneltilir, propaganda da ilkin onun üzerinde yoğunlaştırılacaktır. Karşıtın zayıf noktasını bulup kullanmak her türlü karşı propagandanın temel kuralıdır. Savaş propagandası bu yöntemi düzenli olarak kullanmıştır.

➤ **Güçlü Durumda Olan Düşman Propagandasına Hiçbir Zaman Karşıdan Saldırmamak**

Bir görüşü yıkmak için onunla savaşmak, dikine saldırmak yerine bu görüşü kendisinden yola çıkmak, bir ortak alan bulmak gerekir. Çağdaş propagandaların karşılaştığı başarısızlıkların yüzde doksanı bu kurala uymamaktan ileri gelmektedir. Bu kurala uyulmadığı takdirde propagandaya fazla inanmış kişilerin kanıları daha da sağlamlaşır, bu da açık kapıları zorlamaya yarar. İşe karşıta hak tanımakla başladıktan sonra, onu yavaş yavaş kendi sonuçlarına karşıt sonuçlara götüren bu yöntem, genel toplantılardaki itirazcılar ve kapı kapı dolaşma uzmanlarınca çok kullanılır.

➤ **Karşıt Saldırmak, Küçük Düşürmek**

Bu kuralda kişisel kanıt, akılsak kanıttan çok daha büyük bir etki sağlar. İşi 'kişiliğe dökme' eski bir silahtır. Özel yaşam, politik tutumdaki değişiklikler, kuşkulu ilişkiler de bunun alışılmış gereçleridir. Bir savın savunucusunu küçük düşürmekle bu savı tartışmak çabasından kurtulunur. Etki çok daha büyük olur ve bu saldırıya maruz bırakılan kişi ya da parti gözden düşmekle kalmaz, düşüncelerini, açıklamaları, davranışlarını doğrulamaları da gerekir.

➤ **Karşıtın Propagandasını Olaylarla Çelişkin Duruma Düşürmek**

Bir tek noktada bile olsa, karşıt kanıtlamayı yalanlayan bir fotoğraf ya da bir tanık ortaya çıkarılabiliyorsa, bu kanıtlama tümüyle değerden düşer. Tartışma götürmez bir kanıt sağlamak çoğu zaman güçtür ama ne olursa olsun, olaylar yoluyla, elden geldiğince kesin ve kuru bir dille hazırlanmış yalanlamalardan daha güçlü karşı propaganda silahı yoktur.

➤ **Karşıtı Gülünç Düşürmek**

Hem maddi, hem de ruhsal nedenler bakımından, üstünlüğü karşıta kaptırmamak ve kendi yararına bir birlik izlenimi yaratmak açısından karşıtın en değerli yanından



vurulmasına çalışılır. Simgelerinin birincisine, yani taşıdığı ada saldırılır. Adlandırma olgusu eski çağlardan beri süregelen büyüsel değerini sürdürmekte olduğu için son derece önem taşımaktadır.

#### **2.1.1.1.1. Propagandada Uygulanan Yöntemler**

En genel olarak taraftar toplama tekniği olarak tanımlanabilecek olan propagandanın başarıya ulaşabilmesi için hedef alınan kitleye zaman ve mekana göre uygulaması gereken yöntemler bulunmaktadır.

##### **➤ Saldırgan Propaganda**

Emperyalist amaçlara hizmet eden saldırgan propaganda tarihi ve ekonomi-politik olayları kendi açısından değerlendirir. Ve çoğunlukla karşı tarafın haklarını hiçe sayarak taraftar kazanmak, hak elde etmek, olayları kendi lehine olacak şekilde yönlendirmek amacıyla yapılır. Propagandanın en aktif şekli olan bu propaganda, hedef kitle üzerinde girişeceği faaliyetlerde yanıltıcı bir yol takip eder. Karşı tarafı psikolojik olarak negatif etkileyici, aydınlar, yöneticiler ve taraftarlar arasında ihtilafa sebebiyet vererek bu ihtilafları körükleyici çalışmalara ağırlık verir.(Domenach 2003:102)

##### **➤ Savunucu propaganda**

Saldırgan propagandaya karşı geliştirilmiş bir propaganda yöntemidir. Duygu, düşünce, kanaat ve menfaatleri değiştirmek için yanıltıcı etkiler yaratmayı amaçlayan saldırgan propagandaya karşı geliştirilmiştir. Bunun için savunmacı propaganda, saldırgan propagandanın ana temalarını tek tek tespit edip sınıflandırdıktan sonra en zayıf noktalardan saldırıya geçmelidir. Bu nedenle işe rakibe hak tanımakla başlayıp, onu yavaş yavaş kendi sonuçlarına zıt sonuçlara götürüp rakibi küçük ve zor duruma düşürmek ve kendi propagandası ile çelişkin bir duruma düşürmek savunmacı propagandanın uyması gereken kurallardandır. Bununla beraber hem maddi, hem de psikolojik nedenler bakımından, üstünlüğü rakibe kaptırmamak ve kendi yararına bir birlik izlenimi yaratma eğiliminde olmak çoğu zaman büyük faydalar sağlamaktadır.(Domenach 2003:105)

##### **➤ Anlaşmacı propaganda**

Karşılıklı samimiyete ve ortak menfaatlere dayanan anlaşmalı propagandanın saldırı ve savunma ile ilgisi yoktur. Tarafların her birinin de karlı çıkacağı kültürel ve ekonomi-politik alanlarda anlaşmacı propagandaya başvurulabilir. Seçim dönemlerinde partilerin ya da savaş zamanlarında devletlerin oluşturdukları ortaklık, bu tür propaganda örneklerindedir. Barışın ön planda tutulduğu bu propaganda da temel amaç

halkı haksızdan korumaktan çok iki haklı ya da ortak çıkarları olan iki taraf arasında bir uygulama alanı bulmaktadır.(Domenach 2003:110)

### ➤ **Baskın Propaganda**

Genel anlamda saldırgan propagandaya benzemektedir. Ancak saldırgan propaganda gibi sürekli olarak tatbik edilmeyen bir propaganda türüdür. Esas itibariyle rakip tarafın zayıf anlarından faydalanılarak yapılır. Planlı ve olasılıklar dikkate alınarak hesaplanırsa, uygulayıcısına büyük fayda sağlayabilir.(Domenach 2003:114)

#### **2.1.1.1.2. Bir Manipülasyon Tekniği: ‘Spin Doctor’**

Spin terimi '*Significant Progress in the News-SPIN*' (Haberde Belirgin Seyir) sözcüklerinin baş harflerinden oluşan kısaltma şeklinde tanımlanmıştır. Terimin fiil olarak tanımı; eğirmek, bükmek, ağ örmek, çevirmek, döndürmek, fırladık gibi dönmek, tornalamak, fırlatmak ve dikine düşmek anlamlarına; isim olarak ise fırıl fırıl dönme, gezme ve diklemesine düşüş anlamlarına gelmektedir. Literatürde, spin teriminin radyodan televizyondan, hatta yazıdan da eski olduğu belirtilmiştir. Yunanlılar ve Romalılar gerçeğin tek başına yeterli olmadığını anlamış, gerçeği paketleyip sunarak topluma vermeye başlamış böylece retorik sanatı (güzel söz söyleme, hitabet sanatı, söz sanatlarını inceleyen bilgi dalı) ortaya çıkmıştır.(Tuğlacı 1998:373)

Daha iyi sonuçlar elde etmek için mesajlar istenilen şekle çevrilir, hatta kimi zaman baştan aşağıya farklı bir şey söylemek söz konusudur. ‘Spin’ (eğirme, örme) "*kamu iletişiminin kamu manipülasyonuna dönüştürülmesidir.*"(Erdoğan 2002:355) Bu noktada kamusal iletişimin (*public communication*) tek yönlü iletişime olanak verdiği, propagandaya en uygun halkla ilişkiler uygulaması olduğu ve özellikle de basın ve hükümet sözcüleri ya da basın danışmanlarınca kullanıldığı görülmektedir.

Bütünün öteki parçası olan 'doctor' terimi, görece olarak olumlu bir durumu düzelebilir/değişebilir/uyarlanabilir bir durumdan, üzerinde değiştirme/bozma yaparak tehlikeli bir duruma ve hatta sahtesini hazırlayıp yalan bildiride bulunma durumuna kadar götürebilen uygulayıcıya denmektedir. Literatürde doctor teriminin yamacı, parçacı ve tahrifatçı kelimeleri ile benzer anlamlarına da rastlanılmış olup spin doctor özellikle spin'i planlayarak, kasıtlı icra edenler için kullanılmıştır. Bir olguya ya da ifadeye en iyi bükümü ya da eğimi veren spin doctor; dürüstçe iletişime girmektense bilgiyi eğri büğrü etmeyi, biçimini bozmayı /çarpıtmayı/ saptırmayı/ değiştirmeyi tercih etmekte, bu nedenle de hedef kitlesi olan dinleyici/izleyici/seyirciyi

aldatmaktadır. Bir başka deyişle, spin doctor, temsil ettiği kişi ya da kurum hakkında hedef kitleye erişebilecek olumsuz eleştirileri önlemeye çalışan, ancak önleyememişse de bu olumsuzlukları lehine çevirmeye çalışır. Sözelimi; spin doctor, haberin bir adım önünden koşarak, adı bahis oyunlarına karıştığı için gazetelerin manşetine taşınabilecek bir spor takımının skandal haberini, rutin bir spor haberine dönüştürmeyi sağlayabilir. Günümüzde tanınmış spin doctor'lar 'gölge başkan', 'akıl hocası' olarak da bilinmektedir.(Görgün 2006:307) Tüm bu unsurlar dikkate alınarak "medyanın çalışma mekanizmasını, gazetecilik mesleğini ve medya mensuplarını –özellikle politikayı ve politika muhabirlerini- iyi tanıyan, retorik sanatını iyi kullanan, ancak temsil ettiği kişi ya da kurumun çıkarları için gerçeğin hazmedilir bölümünü söyleyip diğer bölümünü ise karartmaktan kaçınmayan kişiye *spin doctor* (sözde doktor)" denir.(Görgün 2006:315)

Spin doctor terimi ilk olarak 1984'de William Safire'in *Political Dictionary* adlı yapıtında yer almıştır. Safire, Başkan Reagan'ın yeniden başkan seçilmesi için yapılan seçim kampanyasını anlatan New York Times'ın editör köşesindeki satırlarında bu terime yer vermiştir.(Çınarlı 2004:168) Terim, İngiltere'de de 1980'lerin ortalarında kullanılmaya başlanmıştır. İngiltere'de başarılı spin doctor'lar daha çok medyada uzun dönem çalışmış politika muhabirlerinden, siyasi danışmanlık yapmakta olanların arasından çıkmaktadır. Tony Blair'in, Kasım 1987'de Times'da yayınlanan bir demecindeki "gerçeğin iletişimi neredeyse imkansızdır. Kitle iletişim kalemi, düşmanın elinde tuttuğu bir silaha benzer" ifadesi de ülke politikasında spin doctor uygulamasının geçerliliğine bir kanıt olarak gösterilebilir.(Görgün 2006:308)

Aslında daha 1928 yılında, çağdaş anlamda halkla ilişkilerin kurucusu Edward Bernays, *Propaganda* adlı yapıtında aşağıdaki değinileriyle bu konuyla ilgili oldukça açıklayıcı bir perspektif sunmuştur:(Akt. Çınarlı 2004:168)

"Kitlelerin organize olmuş alışkanlıklarının, fikirlerinin bilinçli ve akıllıca manipölasyonu demokratik toplumun önemli bir ögesidir. Toplumun bu görünmeyen mekanizmasını manipüle edenler ülkemizin gerçek yönetsel gücü olan görünmez bir hükümeti oluştururlar. Bizler yönetiliriz, zihinlerimiz şekillendirilir, zevklerimiz biçimlendirilir, fikirler kendilerinden hiç haberdar olmadığımız adamlar tarafından yoğun olarak empoze edilir. Bu durum demokratik toplumumuzun nasıl organize olduğunun mantıksal sonucunu ortaya koyar. Çok sayıda insanoğlu eğer pürüzsüz işleyen bir toplumda bir arada yaşamak istiyorsa bu şekilde işbirliği yapmalıdır. Yaşamlarımızdaki hemen hemen her eylemde, ister sosyal tavrımızda ya da etik düşünce biçimimizde, ister politik isterse iş sahasında olsun kitlelerin zihinsel sürecini ve sosyal kalıplarını anlayan görece olarak az sayıda insan tarafından yönetiliriz. Kamu zihnini kontrol eden hatları çekenler işte bu kişilerdir."

Spin doctor terimi, 1980'lerin ortalarında literatüre yeni bir terim olarak eklendikten sonra 10 yıl içinde hızla kendi dünyasını kurmuştur. Terimden; bireysel spin, karşı spin, spin savaşları, spin şehri, -aynı anda birden fazla spin doctor'ın uygulama yapması nedeniyle meydana gelen kaza anlamına gelen- spin kilitlenmesi gibi terimler türetilmiştir. Türetilen terimler arasında özellikle spin efendileri ve spin sultanlarının ise politikacıların eleştirilerine hedef olduğu dikkat çekmektedir. Günümüzde ise uğraşısı insan ile olan herkes - medya mensupları, politikacılar, halkla ilişkiler uzmanları- ilişki içinde olduğu hedef kitle ile güvene ve iknaya dayanan dürüst, uzun soluklu, karşılıklı anlayışa dayanan ilişkiler kurmak, onlara doğru mesajlar vermek gerektiğini bilmektedir. Ancak bir yandan da iletişimde gerçek/detay/ifade ya da öykünün anlamı, içeriği ya da gidiş yönü üzerinde kontrolü elde tutarak, onu belli bir açıdan gördürme çabası bulunmaktadır. İletişimde bu çabaya spin adı verilmektedir. Spin ile kaynak ve alıcı arasındaki mesaja farklı bir görüntü ya da bakış açısı verilmeye çalışılır. Bunu için iletişim döngüsünde mesaj, kendi doğal yolundan çıkarılıp yan yola saptırılır ve böylece mesajın içeriğine belli bir görüş noktası ya da ideoloji katılmış olur. Sözelimi; temsil edilen kişi ya da kurum için olumlu bir şeyi daha da olumlu göstermeye çalışır ya da ters düşenleri de daha olumsuz gösterebilmek için gerçek değiştirilirse burada spin yapılmış olunur. Günümüzde, özellikle seçim kampanyaları ve sonrasında politikacı, imajını güçlendirmek için bu işin profesyoneline ihtiyaç duymakta; kendisinin güçlü yanlarının rakibinin ise güçsüz yanlarının görünmesini istemektedir.(Görgün 2006:309-10)

### **2.1.1.2. Propaganda ve Kitle Psikolojisi**

#### **• Sosyal Duygunun Gelişiminde Bireysel Psikoloji**

İnsan dış dünyadan gelen uyarılardan edilgin bir biçimde etkilenen ya da dürtülerinin tutsağı olan bir varlık değildir. İnsan, kendi algılarını, eylemlerini, düşüncelerini oluşturma ve biçimlendirme konusunda doğuştan yeteneklidir. Yarattığı kavramlar, kendisini ve dünyasını anlamlı bir biçimde temsil ederler. (<http://www.msxlabs.org> 20.02.2012)

Ancak, toplumsal ilginin eksikliği ya da yokluğu, normal dışı davranışların temelin belirleyicisidir. İtilen, sevmeye bir çocuk sevecenlik geliştiremez, amaçlarını diğer insanların çıkarlarına karşıt bir şekilde belirler. Bu nedenle, tedavide sevgi

duygusunun doğal gelişimini engelleyen faktörler ortadan kaldırılmaya çalışılır. (<http://www.msxlabs.org> 20.02.2012)

Bireysel Psikoloji, Alfred Adler tarafından geliştirilen, psikanalizden ayrı olarak daha çok toplumsallık ve bütünlüğe önem veren psikolojik kuramdır. Yaşamın önünde saklı yatıp gelişme, çaba harcama, iş görme eğilimiyle kendini açığa vuran gizemsel yaratıcı gücü kavrama arzusu, ayrıca belli bir alandaki yenilgiyi bir başka alanda sağlayacak başarıyla dengeleme isteğinden doğup çıkmıştır. Adler, başlarda Sigmund Freud'un izleyicilerindenken, daha sonra fikir ayrılığına düşerek kendini bireysel psikolojiyi geliştirmeye adanmıştır. Bununla beraber aşağılık kompleksi, üstünlük kompleksi gibi karmaşalar öne sürmüştür. Birçok bakımdan Freud'un kuramına karşı geliştirdiği kavramlar vardır. 'Ego' karşısında 'benlik' gibi. (<http://www.msxlabs.org> 20.02.2012)

Adler, insanın kimi gizilgüçlere sahip olduğu ve bunların yaşam boyu giderek etkinlik kazandığı görüşündedir. Bu gizilgüçleri sistematik bir biçimde incelemiş olan Adler, bunları iki ana gruba toplamıştır:

1. Yaratıcılık, toplumsal ilgi, yüreklilik ve sağduyu gibi genel birimler;
2. Algılama, öğrenme, bellek, dikkat, düşünme, duygu ve eylem gibi sınırlı birimler.

Adler yazılarında özellikle birinci gruptaki kavramları incelemiştir. İnsan, bebek ve çocuk da dahil, dış dünyadan gelen uyarılardan edilgin bir biçimde etkilenen ya da kendi içinde oluşan dürtülerin tutsağı olan bir varlık değildir. Adler'e göre insan, kendi algılarını, eylemlerini, düşüncelerini ve görüşlerini oluşturma ve biçimlendirme konusunda doğuştan yeteneklidir ve yarattığı kavramlar, kendisini ve dünyasını anlamlı bir biçimde temsil ederler. Adler, insanın bu yeteneğini yaratıcı güç olarak adlandırmıştır. Adler'in toplumsal ilgi adını verdiği davranışlar dizisi, normal bir insanın uyum yapabilmesi için kesinlikle zorunlu bir öğedir. Bu tür davranışların geliştirilmediği durumlarda kişilik bozukluğu söz konusudur. (<http://www.msxlabs.org> 20.02.2012)

Adler'in psikodinamik yaklaşıma katkıları büyük olmuştur. Freud ile yaklaşık 10 yıllık bir işbirliğinden sonra başkanı olduğu Viyana Psikanaliz Derneği'nden 1911 yılında ayrılmıştır. 1912'de de Bireysel Psikoloji Derneğini kurmuştur. (Adler 2002:9-15) Bireysel Psikoloji tüm insan davranışlarının amaçlı, hedefe yönelik olduğunu ileri sürmektedir. Adler yaklaşımını benimseyenler geçmişin önemini azımsamadan gelecekle ilgilenirler. Bireyin yaşamındaki temalara bakarak yaşamı içindeki sürekliliğin, hedefli oluşun olup olmadığına bakarlar. Adler insan doğasına sosyal-psikolojik yönden bakarak, Freud'un biyolojik-deterministik görüşünden ayrılmıştır. Kişiliğin şekillenmesinde sosyal ve kültürel faktörlerin önemli olduğunu belirtmiştir.

Adler de Freud gibi yaşamın ilk 6 yılının kişilik gelişiminde önemli olduğuna inanır. Ancak, Adler bireylerin geçmişi ne şekilde algıladığını ve ilk karşılaştıkları olaylara nasıl yorum verdikleri üzerinde durmuştur.

Adler bütüncül, sosyal, hedefe yönelik ve insancıl yaklaşımın öncüsü olmuştur. Dikkat edilmesi gereken nokta; bireyin yaşamının nasıl olduğuna ilişkin inancı, kendini algı tarzı, gerçek yaşamının nasıl olduğundan daha önemlidir(!) Adler bireyi belirli bir ailede yaşayan sosyal ve kültürel alanı içinde bölünmez bir bütün olarak görmüştür. Bireyin düşünceleri, duyguları, inançları, tavırları, karakteri ve eylemleri onun bütünlüğünü ifade eder. Adler kişilerin yalnızca bütünleşmiş ve tamamlanmış varlıklar olarak anlaşılabilir olduklarını ileri sürerek, kişiliğin bütünlüğünün üzerinde durmuştur. Geçmişten çok istek ve beklentilerimiz davranışlarımızı şekillendirir diyerek davranışların amaçlı olduğunu belirtmiştir. Adler'e göre sadece geçmiş ve çocukluk yaşantılarımız bizi şekillendirmemekte aynı zamanda birey olarak kendi kendimizi yeniden yaratmaktayız. Aile içi deneyimler ve kardeşlerle olan ilişkiler yaşam tarzının gelişmesine katkıda bulunmakta ve algılarımızı, düşüncelerimizi, hislerimizi, davranışlarımızı belirlemektedirler. Yaşamın ilk altı yılında yaşananlar sahip olduğumuz biricik stilini oluştursa da, bundan sonraki yaşamımızdaki olaylar kişilik gelişiminde çok önemlidir.(Adler 2002:19-27)

Tüm bireyler için normal kabul ettiği aşağılık duygusu üzerinde odaklanmıştır. Aşağılık duygusunun anormallik olarak görmemekte aksine yaratıcılığın kökeni olduğuna inanmaktadır. İnsan davranışı sadece kalıtsal ve çevresel olarak belirlenmemekte, insan olarak olayları yorumlama, etkileme ve yaratma kapasitemiz bulunmaktadır. 'Neyle' doğmuş olmamız değil yeteneklerimizle 'Ne yaptığımız' önemlidir. Davranışların içsel belirleyicilerine odaklanmış, psikolojide subjektif görüşün rolünü vurgulayan ilk kişidir. Bireyi sosyal sistemin bir parçası olarak görerek, bireyin içsel psikodinamiklerinden çok kişiler arası ilişkilerindeki becerisine önem vermektedir.(Adler 2002:59-67) Bireyler yeterlilik, üstünlük ve mükemmellik için çaba göstererek mutsuzluk gibi istenmeyen duygularıyla başa çıkarlar. Yeterlilik için gösterilen çaba bireyin yaşam biçimi ve tarzı, kişiliği oluşturmaktadır. Bu nedenle, aşağılık duygusuna karşı üstünlük sağlama çabasının doğuştan geldiğini belirtmiştir. Üstünlük çabası algılanan düşük konumdan algılanan yüksek bir konuma geçmek olarak ifade edilmiştir.

Yaşanan olayların kişilik üzerinde olumsuz etkileri yoktur. O olayları ‘yorumlama’ biçimi kişiliği şekillendirir. Hatalı yorumlamalar, davranışlarımızı etkileyen hatalı unsurların yerleşmesine yol açabilir. Bu hatalı yorumlamaları anladığımızda bunları değiştirecek temel değişiklikleri gerçekleştirebiliriz. Çocukluk yaşantılarımızı yeniden değerlendirerek bilinçli bir şekilde yeni bir yaşam tarzı oluşturabiliriz. Bireylerin toplumun bir parçası olduklarının ve sosyal dünyayla mücadele ederken sergiledikleri davranışları ifade etmektedir. Sosyal ilgi daha iyi bir gelecek sağlamak için çaba göstermeyi içermektedir.(Adler 2002:33-45)

Sosyal ilgi öğretilir, öğrenilir ve kullanılır. Adler empatiyle, sosyal ilgiyi birbirine denk görmektedir. İnsanlar olan paylaşımımızdaki başarı derecemiz ve diğerlerinin iyilik hali ile ilgilenme düzeyimiz ruh sağlığımızın bir ölçütüdür. Sosyal ilgi geliştikçe aşağılık duygusu ve yabancılaşma da azalmaktadır. Sosyalleşmemiş bireyler cesareti kırılmış ve yaşamın üretken, verimli olmayan yönünde bulunan kişilerdir. Adler üç evrensel yaşam görevinde başarılı olmanın gerektiğinden söz eder: Birincisi, arkadaşlık kurma (sosyal görev); ikincisi, yakın ilişki oluşturabilme (aşk ve evlilik); üçüncüsü, topluma katkıda bulunabilme (mesleki görev). Mosak ve Driekurs(1967) bu listeye iki yeni gelişim görevi daha eklemişlerdir; Kendi kendimizle iyi geçinebilmek (kendini kabul) ve yaşamımıza spirtual bir boyut ekleyebilmektir (değerler, yaşamın anlamı, yaşam amaçlarımız). Bu görevlerin yaş, cinsiyet, zaman, millete bakılmaksızın gerçekleştirilmesini ifade eder. Bunlardan birinin eksik olması psikolojik rahatsızlığa işaret edebilir.(Adler 2002)

Adler'e göre, toplumsal duygunun eksikliği ya da yokluğu normal dışı davranışların temel belirleyicisidir. Çevresi tarafından sömürülen ve itilen çocuk diğer insanlara karşı sevecenlik geliştirmedeği gibi, amaçlarını da diğer insanların çıkarlarına karşıt bir biçimde tasarlar. Örneğin, bir insan toplum sorunlarına çözüm getirebilme isteğiyle politikaya atılabilir, bir diğeryse aynı atılımı insanlar üzerinde ezici bir üstünlük kurmayı amaçlayarak gerçekleştirir. Adler'e göre böylesi bir bencillik, Freud'un savunduğu gibi, biyolojik bir gerçek olmayıp, toplumsal bir gelişim kusurudur. Sevgi duygusunun doğal gelişiminin engellenebilmesi için çocuğun oldukça aşırı bir baskı altında kalmış olması gerekir. Psikolojik tedavide engeller kaldırılabildeği oranda, insanda doğal olarak var olan bu eğilim kendiliğinden ortaya çıkar. Adler, her insanda sevgi duygusunun var olduğunu, ancak oranının bir kişiden diğerine farklı olabileceğini savunur. Bir insanın toplumsal ilgisi yalnızca kendi aile üyeleri ve yakın dostlarıyla sınırlanabildeği gibi, tüm insanlığı, hatta hayvanları, bitkileri ve bazı cansız nesnelere de kapsayabilir. İnsan doğuştan eksik bir varlık olduğu için ancak elverişli koşullarda ve

özellikle diğer insanların yardımıyla yaşamını sürdürebilir. Bir çocuk ana-babasız, bir yetişkin toplum olmadan varlığını sürdüremez. Kişisel ve toplumsal, amaçlarına "diğer insanlarla birlikte" ulaşabileceği yolu bulabilmek, insanın doğal eksikliğine karşı geliştirebileceği en sağlıklı ödünlemedir.(<http://www.msxlabs.org> 20.02.2012)

Adler'e göre, yaşam biçiminin yönelim dayanakları dört grupta toplanabilir:(Adler 2002)

- Benlik kavramı - kişinin kim olduğu konusundaki inançları,
- Benlik ideali - ne olması gerektiği konusundaki inançları,
- Kendi dışındaki dünyanın ne olduğu ve bu dünyanın ondan ne beklediği konusundaki görüşleri,
- Vicdani inançları - kişinin geliştirdiği "doğru-yanlış" yönergesi.

Olağan yaşam koşullarına gereğince hazırlanmamış bir insan, dış dünyadan gelen bir engellenmenin yarattığı şokun etkisiyle, esasen aşırı biçimde kendine dönük olan yaşam biçimini daha da katılaştırır. Gerilim ve toplumun beklentilerinin yükü altında, benmerkezciliğe eğilim de giderek artar. Bu durum uyumsuzluğun artmasına, uyumsuzluğun artması ise ben merkeziciliğin yoğunlaşmasına neden olur ve böylece kaçınılması mümkün olmayan bir kısır döngü oluşur. Adler, kişiliği incelerken, yaşam öyküsünün ana çizgilerini, bireyin baş etmek zorunda kalmış olduğu çevresel koşulları ve bunlara karşı geliştirmiş olduğu tutumları vurgular. Bu tutumlar, kişinin seçtiği meslek, geçirdiği hastalıklar, bilinçli davranışları, heyecansal durumları, ailesi, dostları, çalışma arkadaşları ve karşı cinsle olan ilişkileri, yemek ve uyuma alışkanlıkları gibi dıştan gözlemlenebilen davranış örüntülerinde açıkça görülebilir. Deneyimli bir gözlemci, insanların davranışlarındaki tekrarlamaları fark edebilir ve her bireyin kendine özgü niteliklerini kestirebilir. Dolayısıyla, bireysel psikoloji kişiliği incelerken, gerekli verileri, bireyin olağan ve bir oranda da olağan dışı durumlarda gösterdiği tepkilerden toplar.(Ansbacher vd. 1956:56)

#### • **Kitle Psikolojisi**

Dünyayı yönetenler, dinlerin ve imparatorlukların kurucuları, bütün inanışların peygamberleri, tanınmış devlet adamları ve bunların yanında daha alçak gönüllü insan topluluklarının liderleri, kitlelerin ruhları hakkında çok zaman gayet kesin bir bilgiye sahip psikologlardır. Psikolog olduklarını bilmeyen bu kişiler, kitlelerin ruhunu iyi tanıdıklarından, onlara kolaylıkla hükmetmişlerdir.(Le Bon 1895/1999:7)

İçinde bulunduğumuz çağın tam anlamıyla *kitleler çağı* olduğu rahatlıkla söylenebilir. Kitleyi meydana getiren bireyler kimler olursa olsunlar, kalabalık haline



gelmiş olmaları onlara kolektif ruh aşlamaya yeterli olmaktadır. Dışarıdan gelen bütün etkilere açık olan kitleler tamamen bilinçaltı tarafından yönetilirler.

Kitlelere aktarılan düşünceler her ne olursa olsun hayaller halinde yerleştirilmek kaydıyla nüfus kazanabilirler. Bu hayaller, düşünceler arasında mantığın ilgisi yoktur. Kitleler yalnız hayalleriyle düşünebildiklerinden yine yalnız hayalleri aracılığıyla etki altı nda da bulundurulabilirler.(Le Bon 1999:9)

Kitlelerin inanç ve kanaatleri, bireylerinkine hiç benzemez. Onlar körü körüne itaat, korkunç hoşgörüsüzlük, dini duygulara bağlı şiddetli propaganda gereksinimi taşır. Bu inanç ve düşünceleri etkileyen etkenlerin başında kelimeler, formüller, akıl, tecrübe ve hayaller gelmektedir. Kitlelerin her zaman bir liderleri, önderleri bulunmuştur. (Le Bon 1999:14)

Kitle kelimesi rastgele bir bireyler topluluğunu ifade eder. Bu toplulukta bilinçli kişilik ortadan silinir. Bütün bu birleşmiş fertlerin düşünce ve duyguları tek bir tarafa yönelir. Şüphesiz geçici fakat pek açık özellikler gösteren bir kolektif bilinç oluşur. Kitle bir tek varlık haline gelir. Kolektif bilinç içerisinde, bireylerin akli yetenekleri ve kişilikleri silinir, bilinçaltı özellikleri üstün duruma gelir. Kitleler, zekayı değil, orta şeyleri bir araya toplarlar. Sigmund Freud'a göre kitleler halinde bulunan bireyin başlıca özellikleri bilinçli kişiliğin kaybolması, bilinçaltı ile hareket eden kişiliğin hakimiyeti, düşüncelerin, duyguların sirayet yoluyla aynı yola yönelişi, telkin edilen düşüncelerin uygulamasının hemen başlama isteğidir.

Freud kitlelere özgü karakterleri daha ayrıntılı olarak kolay kıskırtılmak, kırgınlık, muhakeme yeteneksizlikleri, hüküm verme, eleştiri yeteneklerinin olmaması, duygularda mübalağa gibi betimlemekte ve hatta bu özelliklerin birçoğunu çocuk ve ilkelde de görmenin olası olduğunu ifade etmektedir. Sırasıyla ele almak gerekirse;(Freud 1993:29-30)

- Kitlelerin kıskırtılma yeteneği hareketliliği ve kırgınlığı: Fizyolojik tabirle yalnız bulunan birey, tepkilerine hakim olma yeteneğine sahip olduğu halde, kitle bu yetenekten mahrumdur.
- Kitlelerin telkine kapılma yeteneği ve çabuk inanırlığı: Ne kadar yansız olduğu sanılırsa sanılsın kitleler çoğu zaman telkine hazır bir dikkat ve bekleme durumu içerisinde bulunurlar. İlk yapılan telkin derhal sirayet yoluyla bütün zihinlere kendisini kabul ettirir ve hemen yönünü belirler. Telkin olunan kimselerde sabit fikir fiil haline gelmeye hazırdır. Kolektif gözlemler gözlemlerin en fazla yanlış olanıdır ve çoğu defa sirayet yoluyla başkalarına telkinde bulunan bir birey sadece vehim ve hayalinden başka bir şey değildir.
- Kitle duygularının abartılığı ve basitliği: Telkin ve yayılma yoluyla duygular büyük bir hızla

yayıldığından, katılma sonucunda o duygunun gücü büyük oranda artmış olur. Kitle duygularının abartılması ve sadeliği, onları şüpheden ve kararsızlıktan uzak bulundurur. Kitlelerdeki abartıcılığın hiçbir şekilde zekaya değil duygulara ait olduğunu eklemeye gerek yok.

- Kitlelerin taassubu, baskıcılığı ve muhafazakarcılığı: Kitleler basit ve bireylik duyguları kavrar. Onlara aşılana görüşler ve inançlar genel olarak ya kabul veya red olunur ve kesin gerçekler veya kesin hatalar olarak kabul edilir. Akıl ve yargılama yoluyla değil de telkin yoluyla meydana gelen inançlarda durum hep aynıdır. Dini inançların ne kadar hoş görüşsüz olduğunu ve insanlar üzerinde ne kadar baskıcı etki uyguladıklarını herkes bilir. Kitleler zayıflamayan muhafazakârlık içgüdülerine sahiptirler ve geleneklere puta taparcasına saygı duyarlar. Hayatlarının gerçek şartlarını değiştirecek her yenilikten, bilinçsiz olarak nefret ederler.
- Kitlelerin Ahlaklılığı: Ahlaklılığa bazı toplumun değerlerine saygı ve bencil eğilimlere devamlı bir baskı anlamını verirsek; kitlelerin ahlaklılığa yetenekli olmayacak derecede eğilimlere fazla bağlı ve kararsız oldukları açıkça görünür. Fakat bu ahlaklılığa fedakarlık, bağlılık, çıkarını düşünmemek, nefsinin feda etmek, hak severlik gibi bazı özelliklerin geçici olarak ortaya çıkması anlamını verirsek aksine, kitleler bazı defa pek -yüksek bir ahlaklılığa yeteneklidirler, diyebiliriz.

Toplumlar her zaman karakterleriyle yönetilmişlerdir. Bu nedenle, kitlelerin ruhuna derin bir şekilde etki edebilmenin yollarını kurumlarda aramamak gerekir. Kitlelerde yargılama gücünün bulunmadığı, düşünceleri bütünüyle ya kabul ya da red ettikleri, münakaşaya ve itiraza dayanma güçlerinin olmadığı, onların üzerine etki eden telkinlerin bütün kavrama alanlarını kapladığı, derhal fiil haline geçmeye eğilimli oldukları ve kendilerine uygun şekilde telkin olunan bir ideal uğruna canlarını fedaya hazır oldukları belirtilmektedir. Kitlelerin kanaatleri, körü körüne itaat, korkunç hoş görmezlik, dini duygulara bağlı şiddetli propaganda ihtiyacını taşır. Bu bakımdan denebilir ki onların bütün inançları bir dini şekle sahiptir. Onların alkışladıkları bir kahraman onlar için gerçekten bir ilah gibidir.(Freud 1993:82)

Ayrıca önder ya da liderler çoğu zaman düşünce adamı değil aksiyon adamıdır. Yarı aydın olarak da görmek gerekir. Kitlelerin ruhuna bazı düşünce ve inançları, sözcümleri toplumsal kuramları yavaş yavaş sindirmek söz konusu olduğu zaman önderler tarafından iddia, tekrar, sirayet gibi değişik usuller kullanılır.(Freud 1993:82)

### 2.1.1.2.1. Kitle Davranışı Kuramları

#### ➤ Grup Zihni Yaklaşımı

Fransız psikolog Gustave Le Bon'un 20. Yüzyıl başlarında kalabalık hakkındaki çalışmaları akademik çevrelerde büyük etki yaratmıştır. 1895 yılında yayımladığı *The Crowd* (Kitleler Psikolojisi) adlı yapıtında ortaya koyduğu görüşleri yalnızca akademik çevreleri etkilemekle kalmamış, Hitler ve Mussolini gibi liderlerin kitlelerin yönlendirilmesi konusundaki görüşlerini de önemli derecede etkilediği düşünülmektedir.

Le Bon'un kalabalık hakkındaki klasik görüşleri, onun tıp ve antropoloji ile hipnoz ve evrim kuramlarından aldığı unsurların etkileşmesiyle ortaya çıkmıştır.(Reicher 1987) Le Bon'a göre, kitleyi yaratan bireyler ne türden olursa olsun, yaşayışları, işleri, karakterleri, zekaları birbirine ne kadar benzerse benzesin ya da birbirinden ne kadar ayrılırsa ayrılısın, kitleleşme sonucu, yalnızca ve yalnızca bu nedenden ötürü, kolektif bir ruh kazanır; dolayısıyla, her biri, tek başınayken hissedeceği, düşüneceği ve davranacağından başka türlü hissedez, düşünür ve davranır. Kitle içindeki bireylerin davranışları, kolektif irksal bilinçdışı tarafından yönetilir hale gelir. Bu bilinçdışı, aklın olmadığı ve atalara ait duyguların belirleyici olduğu evrimin ilkel bir aşamasını temsil ettiğinden, davranışta 'uygarlaşma' ile ilgili özellikler bulunmaz.(Le Bon 1895/1999:32)

Bilinçdışının egemenliğinde davranması dolayısıyla, kitle, entelektüel olarak bireyden aşağıdadır. Dolayısıyla anonimlik, bulaşma ve telkine yatkınlık kalabalığın ortaya çıkan yeni özelliklerini açıklamaya hizmet eden üç ayrı mekanizmadır.

Daha sonraları modern sosyal psikolojide bireylik yitimi olarak adlandırılan anonimlik olgusunu Le Bon şöyle açıklar: "Kitle içinde bulunan birey, yalnızca çokluğun, sayı fazlalığının verdiği bir duygu ile tek başına olduğu vakit frenleyebileceği içgüdülerine, kendisini terk etmek suretiyle yenilmez bir güç kazanır. Kitleler isimsiz (anonim) ve dolayısıyla sorumsuz oldukları için, bireyleri daima, her yerde kontrol edici rol oynayan sorumluluk duygularından tamamen uzaklaştırır ve onları içgüdülerine daha kolay teslim eder."(Le Bon 1999:24)

Sosyal bulaşma ise kitle davranışının ortaya çıkmasında rol oynayan ikinci mekanizmadır. Le Bon, gözlenmesi kolay ancak açıklanması zor olarak nitelediği bulaşma olgusunu, hipnotik bir olay olarak görür. Le Bon'a göre, bir toplulukta her duygu, her davranış, yayılmacı özelliğe sahiptir. Hem o derece yayılmacıdır ki, birey, kişisel çıkarını topluluğun çıkarına kolayca feda eder. Ancak, "bu fedakarlık hali aslında

insanın doğasına ters olmakla beraber ancak bir kitleye dahil bulundukça meydana gelen bir fenomendir.”(Le Bon 1999:24)

Kalabalık davranışını anlayabilmek için gerekli olan son mekanizma telkine yatkınlıktır. Kitle psikolojisi "kitle içindeki bireylerde, yalnız haldeki bireylerin karakterlerine nispetle pek zıt karakterler ortaya çıkarır”.(Le Bon 1999:25) Kitle içindeki birey, bilincini yitirdiğinden, hipnozda benzer durumda herhangi bir telkine açık hale gelmiştir. O anda yapılacak bir telkinin etkisiyle, birey büyük bir coşkunlukla bazı eylemlere yönelebilir. Yukarıda değinilen bulaşma olgusu da bireylerin telkine hazır oluşunun çok doğal bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Telkin edilmeye açıklık, irksal bilinçdışıdan geldiği için grubun bütün üyeleri için aynıdır.

Ancak, Le Bon'un kitle davranışları hakkındaki görüşlerini yaşadığı çağda tanık olduğu toplumsal hareketlerden ve bunlara ilişkin önyargılı tutumlarından etkilenerek oluşturduğunu ileri süren pekçok görüş vardır. Le Bon kitle psikolojisi çalışmasının hiçbir yerinde otoriteden, yani bir dış gruptan söz etmemektedir. Bu yüzden, Le Bon'un kitle olaylarında otoritenin rolünü sistematik biçimde göz ardı ettiği düşünülmektedir.

Bu şekilde, sosyal davranışın, içinde olduğu sosyal bağlamdan soyutlanarak anlaşılmasının mümkün olmadığı gerçeği bir kez daha kitle davranışı sorunsalında kendini göstermektedir. Eğer, “dış grup göz ardı edilirse, şiddetin gruplar arası bir çatışma sürecinden çıktığı görülmez, onun yerine şiddet, kitlenin kendisine atfedilir. Böylece, tarihsel ve kültürel olanın doğuştan gelen özelliklerin manifestolarına indirgenmesiyle, bütün zamanlarda ve her yerde kitlelerin 'yıkıcı, şiddet dolu ve patolojik' olduğu sonucuna ulaşılır. Le Bon kitlelerdeki zihinsel olarak aşağı olma durumunu sadece protesto kitlelerinin bir özelliği olarak görmez, bu durumu bütün kitlelere geneller. Bütün kolektif yaşam bir düzeyde patolojiktir. Böylece, rasyonel ya da planlı davranmaya yol açan yalıtılmış bir bireysellik ile bunun tam zıttı davranış biçimlerine yol açan sosyal bireysellik arasında bir ayrım yapılmış olur. Bunun kaçınılmaz kuramsal sonucu, kitle davranışını belirli bir bağlama verilen zekice bir adaptasyon olarak görmek yerine, önceden belirlenmiş psişik bir yapının yansıması olarak görmektir.”(Reicher 1987:68)

Le Bon'un kitle konusundaki görüşlerini, kendi görüşlerine ilk ve en etkili şekilde ekleyen kuramcı Sigmund Freud olmuştur. *Grup Psikolojisi ve Ego'nun Analizi* (1922) adlı kitabında Freud, Le Bon'un kitledeki bireyin hipnotik durumuna dikkati çekerek, ‘hipnoz sürecini gruba uyarladığınızda, hipnotizmacının yerine kim

gececek?’ sorusunu sormuş ve bu soruya verdiği yanıt üzerine, yani grup lideri üzerine temellenen bir kitle kuramı geliştirmiştir. Freud'a göre, “kitlenin özgün doğasının altında yatan neden, kitlenin bütün üyelerinin, lideri kendi ben ideali yerine koymasındır. Kitlenin üyeleri yalnızca lidere libidinal bir bağla bağlanmakla kalmaz, aynı zamanda, bütün (kitle) üyelerinin aynı ben idealini paylaşmalarından dolayı birbirlerine de bağlanırlar: Birincil kitle, tek ve aynı objeyi ben idealinin yerine geçiren, dolayısıyla kendi ben'lerinde birbirleriyle özdeşleşen bir birey topluluğudur.”(Freud 1993:407)

Freud’a göre “...yani bireylerde bilinçli kişiliğin yitimi, duygu ve düşüncelerin aynı yöne yönelişi, duygusallığın ve bilinçsiz ruhsallığın ön plana çıkışı, istek ve niyetleri geciktirmeksizin yerine getirme eğilimi; bütün bunlar, özellikle ilk insan topluluğuna mal edilmek istenen ilkel ruh yaşamına dönüşü (regresyon) yansıtır durumlarıdır.”(Freud 1993:417) Dolayısıyla Freud, kitleyi ilk insan topluluğunun yeniden 'dirilişi' olarak görmektedir. Bu 'diriliş' kitlenin lideri için de geçerlidir: "Kitlenin önderi hala ilk insan topluluğundaki korkulan ilk-babadır, kitle hala sınırsız bir güç tarafından egemenlik altında tutulma eğilimindedir, otoriteye alabildiğine düşkünlüğü vardır. İlk-baba, ben ideali işlevini görüp ben'i egemenliği altında tutan kitle idealidir.”(Freud 1993:423)

Freud için, söz konusu olan, bir liderle özdeşleşen insanların oluşturduğu gruptur. Ve Freud’a göre, gruptaki bütün psikolojik süreçler, liderle olan özdeşleşmeye bağlıdır. Bu nedenle, Freud’un yaklaşımı genel indirgemeci, bir başka ifadeyle aşırı biyolojici bulunmuştur. Ortak özdeşleşme fikrini ve bunun ben’in sosyal olarak yapılandırılmasıyla ilgili çıkarımlarını ortaya koyamamıştır.(Reicher 1987)

Sosyal psikolojide kitle davranışına ilişkin olarak, artık klasik sayılan bu ilk yaklaşımlar, özellikle de Le Bon'un yaklaşımı, 1960’lı yıllarda kitle hareketlerinin artışına koşut bir artış gösteren kitle çalışmalarında temel referans olarak ele alınmıştır.

Kitle davranışında 'grup zihni' geleneğini izleyen modern kuramsal yaklaşımlardan biri, Le Bon'un kavramlaştırmasının bir uzantısı olarak ortaya konulmuş bulaşma kuramlarıdır (contagion theories). Bu yaklaşımda, kitlenin homojenlik düzeyleri, gittikçe yükselen etkileşim ya da kişiler arası etki süreçlerine dayanarak açıklanır. Kitlede tutumların, duyguların ve davranışların nasıl hızlı bir biçimde iletişime girdiği ve sorgulanmadan kabul edildiği açıklanmaya çalışılmaktadırlar. Bu perspektiften, kitle içindeki kişi bir kez uyarılmışsa, bu kişi uyarılmayı diğerine ve o da dairesel bir reaksiyonla diğerlerine taşıyarak, kitlenin uyarılma düzeyini arttıracaktır.

Genel olarak bulaşma kuramlarında, bulaşma kontrol edilemeyen bir süreçtir. Bu, düşünce ve duyguların kitlede yayılmasının sınırlarını belirleme sorununu yaratmaktadır. Le Bon'da, bu sınırların temelde ırksal faktörler sonucu çizildiği ileri sürülse de, birey içi sınırlamaların kitle davranışı gibi karmaşık bir süreçten nasıl sorumlu olacağı tartışmalıdır. Modern bulaşma kuramlarının da bu olgu için bir açıklaması yoktur. Bazılarının, bu sınırların kitle davranışının içeriği tarafından çizildiğini ileri sürme girişimleri vardır, ancak organize olmayan bir süreç olarak görülen kitle davranışında içeriğin nasıl sınırlayıcı olacağı belirsizdir. Ayrıca, bu tür kuramlar, kitlede bir davranış biçiminden diğerine nasıl geçildiğini, ve bu davranış biçimlerinin nasıl organize edildiklerini açıklayamamaktadır.(Hogg vd. 1988:43)

### ➤ **Bireyselci Yaklaşım**

Le Bon ve Freud'un içerisinde yer aldığı kuramsal yaklaşım, sosyal psikoloji disiplininin ortaya çıkışından bu yana, bizzat sosyal psikolojinin tanımlanma sorununda temel bir kuramsal çizgiyi temsil etmektedir. Bu kuramsal yaklaşımda, grup, niteliksel olarak bireyden farklı görülmüştür.

Ancak, modern sosyal psikolojinin öncüsü olarak kabul gören Gordon W. Allport, davranışçı yaklaşımına uygun bir tarzda, grup gerçekliğini inkar ederek '*grup zihni*' kavramını reddetmiştir. Ona göre, tek psikolojik gerçeklik bireydir.

Grup ise bireysel gerçekliklerin toplamından başka bir şey değildir. Bu görüşe göre, bireyle grup arasında niteliksel değil niceliksel bir fark vardır. 'Uyaran-tepki' psikolojisini sosyal psikolojiye uygulayan Allport, bireyin grupta iken yalnız başına olduğu durumdan farklı davranmasının özel bir durum olmadığını, bunun fiziksel çevre yerine bu defa sosyal çevreye tepki vermektan ibaret olduğunu ileri sürmüştür. (Reicher 1996:22)

Bu anlayışı mekanik bir biçimde kitle davranışlarına uyarlayan girişimler, sosyal psikolojide birleşme kuramları (convergency theories) olarak bilinmektedir. Bu görüşe göre, kitleler genellikle "ortak değer ve çıkarları paylaşan kişilerden oluşur. Kitle davranışı, belirli tarzlarda davranmaya yatkın olan birbirine benzer insanların bir araya gelmesinden kaynaklanır. Birbirine benzer bireylerin homojen bir kitle davranışı göstermesi çeşitli psikolojik süreçler yoluyla açıklanmaya çalışılır. Bu süreçlerden biri de sosyal hızlandırma"dır."(Reicher 1996:30)

En basit anlamda başkalarının yalnızca varlıklarının bile uyarılmayı sağlayabiliyor olması üzerinden kavramsallaştırmaya gidilir. Bu şekilde bireylerin performanslarının etkilenmesi söz konusu olmaktadır düşüncesinden hareketle ‘sosyal hızlandırma’dan söz edilmiştir. Ve bireysel ve kolektif davranış arasındaki farklılığı açıklamakta kullanılabilirdiği düşünölmüştür.

Sosyal hızlandırma görüşü, deneysel sosyal psikolojinin tarihi kadar eskidir. “Deneklerin açıkça rekabet olmadığı durumda bile, salt başkalarının varlığı yüzünden performanslarının etkilendiği gösterilen ünlü Triplett deneyine kadar geriye gider. Ancak, bu kavram çerçevesinde daha sonra yapılan deneysel çalışmalarda tutarlı bulgulara ulaşılammış, diğerlerinin varlığının, deneklerin performanslarının her zaman artmasına değil, bazen azalmasına da yol açtığı görölmüştür.”(Reicher 1996:32)

Modern sosyal psikolojide kitleyi ilk kez kaotik ve patolojik bir yapı olarak görmekten uzaklaşan Turner ve Killian, ortaya koydukları 'beliren norm kuramı' (emergent theory) ile bundan önce sözü edilen kitle kuramlarından niteliksel bir kopuşu temsil ederler.(Bilgin 2000:78)

Burada normal bir sosyal süreç olarak kolektif davranışın kurallarla ve normlarla sınırlandırıldığını ileri sürmektedir. Sosyal psikolojide Sherif ve Asch gibi referans grubu kuramcılarını izleyen bu kuramcılara göre, “kitlenin formel bir organizasyonu olmadığı için, kitle davranışı için gereken norm bir dereceye kadar duruma özgöl olmalıdır, bu yüzden de söz konusu durumda ortaya çıkan (beliren) norm olmalıdır.”(Reicher 1996:43) Turner ve Killian'a göre, kitlenin bir örnek davranması hem üyeleri hem de dışarıdan bakan gözlemci için bir yanılsamadır. “Kitledeki belirli bireyler diğerlerinden farklı tarzda davranır ve bu yüzden de daha çok dikkat çekerler. Bu eylemler norm gibi görünür, ve sonuç olarak, normatif olmayan niyetlere karşı bir baskı oluşur ve uygun olmayan duygular bastırılır. Kitlenin diğer üyelerinin görece faaliyetsizliği, kitlede öne çıkan faaliyetlere rıza gösterildiğini ve destek verildiğini ima eder.”(Reicher 1996:43)

Turner ve Killian'a göre, norm oluşumu süreci, kuralları, durumun tanımını ve niyetlenen eylemler için meşrulaştırmayı yaratan kitle üyeleri arasındaki iletişimi içerir. Bir normun belirmesi, kitlenin duygu ve davranışlarının da sınırlarını belirler. Bu, daha geniş kültürde benimsenen sınırlar anlamına gelmese de, kitlede duygu ve davranışların, sonu gelmez bir biçimde giderek artan bir bulaşma olmadığı anlamına gelir. Kitledeki kontrolün gerçek araçları, bireyin kitle içindeki kimliğini sürdürmesidir. Buradan, kitlenin kontrolünün, kitle, birbirini tanıyan bireylerden oluştuğu zaman daha

yüksek olacağı sonucu çıkmaktadır. Dolayısıyla, beliren norm kuramı, grup normunun kişilerarası etkileşimden çıktığını ve sonuç olarak sosyal olanın nihai olarak bireysellikten kaynaklandığını iddia etmiştir. (Reicher 1996:56)

### ➤ Sosyal Kimlik Yaklaşımı

Sosyal kimlik, Henri Tajfel tarafından *"bireyin, ilgili grubun üyeliğine duygusal bir önem ve değer atfının eşlik ettiği, belirli sosyal gruplara ait olma bilgisi"*(Tajfel 1978:63) olarak tanımlanmıştır. Bu, grup üyeliğinin sosyal psikolojik açıdan tanımlanmasıdır.

Tajfel'in sosyal kimlik kuramı, grup ve gruplar arası davranışları, bireysel ve kişilerarası psikolojik süreçlerle açıklamaya çalışır. Bu anlamda gruplar arası ilişkiler kuramıdır. Eleştirel kuram geleneğinden gelen bir Avrupalı kuramcı olarak Henri Tajfel ve John Turner, Kuzey Amerika sosyal psikolojisine tepki olarak, daha "sosyal" bir sosyal psikoloji yapma gereğinden hareket etmişlerdir. Ve insan bilişinin sosyal olarak nasıl yapılandırıldığını anlamaya çalışmışlardır.

Sosyal kimlik terim olarak da bu yaklaşımı ifade etmektedir. "Sosyal kimlik, bireyin bilişsel donanımının bir parçası olarak ama bir ve aynı zamanda sosyal ve bireyden bağımsız bir tarzda tanımlanmaktadır. Örneğin birinin kendini "sosyalist" olarak tanımlaması, bir birey olarak kendisi hakkında çok temel bir şeyi ifade eder; ama "sosyalizm" in anlamı herhangi bir kişiye indirgenemez olan sosyal bir üründür. Böylece kavram, ne sosyal zihni bireyden, ne de bireyselliği toplumdan koparır. Başka bir deyişle, bugüne kadar sosyal psikoloji grubun içindeki bireye, sosyal kimlik kuramı ise bireyin zihnindeki gruba odaklanmıştır."(Tajfel 1978:64)

Sosyal kimlik yaklaşımı içinde Reicher, sosyal kimlik kuramı ve benlik kategorizasyonu kuramını sistematik bir biçimde kitle davranışına uygulamıştır. Reicher'a göre, Turner'ın tarif ettiği referent bilgisel etki (referent informational influence) süreci, bir kimliğin ideolojik içeriğinin nasıl kolektif davranışa dönüştüğü sorununa çözüm getirmektedir. Referent bilgisel etki sürecinde, ilk olarak birey kendini belirgin bir sosyal kategorinin üyesi olarak tanımlar. Bu, bilişsel düzeyde gruplar arası farklılaştırmanın işlediği bir süreçtir. Kategorizasyonu belirginleştiren faktörler, benlikle iç grubun üyeleri arasındaki benzerlikleri ve benlikle dış grup üyeleri arasındaki farklılıkları artırmaktadır. Daha sonra birey, söz konusu kategorinin stereotipik normlarını öğrenir ya da oluşturur."(Turner1987:43)



İç grup kategorisinin belirgin hale geldiği ve bireyin kendisini uygun olan özellikler açısından iç grup üyeleriyle yer değiştirebilir olarak algıladığı koşullarda, birey, sosyal kimliğinin özelliklerini söz konusu bağlamda uygun davranış tarzını tanımlamak için kullanacaktır. Bu süreç, “bireyin benlik-algısını, iç grup üyeliğine uygun olarak tanımlayan stereotipik boyutlarda kişiliksizleştirilmesi (depersonalization) demektir. Kişiliksizleştirme, bireyin kimliğini kaybetmesi, grupta erimesi ya da ilkel, bilinçaltı kişilik biçimlerine gerilemesi değil, sosyal kimliğin, kişisel kimliğe oranla başat hale gelmesidir. Böylece, grup üyesinin davranışının ne olacağı, kendisi de bizzat sosyal ve ideolojik bir ürün olan sosyal kategorinin tanımı tarafından dikte edilecektir.”(Turner vd.1987:67)

Bu durumda, herhangi bir birey, kendini bir grubun üyesi olarak algıladığı ölçüde, o bireyin davranışları grup üyeliğinin prototipik normatif özelliklerini tanımlamak için uygun bilgi sağlama işlevi görecektir. Öyle ki, bireyler, kitlede tamamıyla yeni olan bir kimlik yaratmamakta, var olan bir kimlik kategorisinin duruma özgü boyutlarını ortaya çıkarmaktadırlar. Bu aynı zamanda, norm yaratma sürecinin sınırları da olduğunu gösterir. Sınırlar, söz konusu kimlik kategorisinin tarihsel ve ideolojik sürekliliği tarafından belirlenmektedir.(Turner vd. 1987:69-73)

Sosyal kimlik kuramı iki temel varsayıma dayandırılmıştır. İlki, kitle üyeleri ortak bir sosyal kimlik temelinde eylemde bulunurlar. Belitilen kategorizasyon (iç grup-dış grup ayrımı, "biz" ve "onlar") ve etki süreçlerinin hepsinin sosyal özdeşleşmeye bağlı olduğu veri alınır, “kitle eyleminin ideolojik tutarlılığından bu süreçlerin sorumlu tutulabilmesi, bütün katılımcıların aynı kimliği paylaşmalarını ve o anda bu sosyal kimliğin başat olmasını gerektirir. Bu varsayım, klasik kitle kuramlarındaki kimlik kaybını (anonimliği) tamamen tersine çevirir. İkinci varsayım, kitle davranışının içeriğinin, söz konusu sosyal kimliğin doğası tarafından sınırlandırılmasıdır. Kitledeki sosyal etki sadece sosyal kategoriye tanımlayan özelliklerle uyumlu olan iletişim için söz konusu olacaktır. Bu varsayım da, klasik kuramlarda kitlenin yıkıcı olduğu ve yıkıcılığının sınırları olmadığı teziyle temelden çelişkilidir. Bu analizde önerilen, kitlenin yıkıcı veya başka türlü davranmasının sadece söz konusu sosyal kimliğin içeriğine bağlı olduğudur.”(Turner vd. 1987:74)

## 2.2. Diyalojik Yaklaşım

### 2.2.1. Kurumsal İtibar Yönetimi

Bir kurumun ya da kuruluşun genel bir değerler dizisine dayanan güvenilirliği, sorumluluğu ve yeterliliği hakkında oluşmuş kolektif bir yargı olarak itibar yönetimi en yaygın tanımlamaya göre, "örgütsel bir değer olarak itibarın önemini kabul eden ve bir kuruluşun önemli hissedar grupları nezdinde stratejik olarak uygun bir itibarı kazanabilmesi için itibara ait göstergelerin tamamıyla anlaşıldığı, değerlendirildiği ve incelendiği bir ortamda yönetim kararlarının alınmasını sağlamaya çalışan bir danışmanlık disiplini; stratejik tasarımın başarmada kuruluşu desteklemek için hedef kitleleri sıralayan, yönetimin amaçlarına karşı bu grupların direncini azaltmaya çalışan, bir değer olarak itibarı yükseltmeyi hedefleyen bir yönetim işlevidir."(Pira 2004:139)

Kurumun itibarı öylesine önemlidir ki, kuruma iyi bir isim ve imaj oluşturmak, oluşan bu markanın sürdürülebilirliğini sağlamak, finansal ve stratejik hedeflere ulaşabilmek için sosyal paydaşlardan olumlu geribildirimler almayı başarmak, ancak kurum itibarının iyi ve doğru yönetilmesiyle olanaklı olabilmektedir.(Ural 2006:172) Bir anlamda kurumsal itibar, sosyal paydaşların kurumun geçmiş siciline dayanan kolektif fiilleridir.

Kurumsal itibar yönetimini, kurum kimliği ve kurum imajı kavramlarıyla birbirleriyle oldukça yakın bir ilişki içindedirler. Ancak yine de, işlevsellikleri açısından farklılık taşıdıkları için bu üç kavramı birbirleriyle karıştırmamak gerekir. "Kurum imajı daha düşünceye dayalı bir kavram, kurum kimliği ise daha fiziksel bir kavramdır. Kurum imajı, kamuoyunun örgüt hakkında ne düşündüğünü tanımlarken, kurum kimliği kamuoyunun örgütü nasıl tanıdığı ve gördüğünün ifadesidir. Oysa itibar, imaj ve kimlikten farklı olarak hem iç hem de dış hedef kitlelerin ürünüdür; örgütün bütün hedef kitlelerinin algılamalarına dayanmaktadır."(Ural 2006:173)

Kurumun kendini kamuoyuna tanıtmak için kullandığı kurum adı, logosu, reklam sloganı gibi semboller ve anlatımlarla kurumsal kimlik oluşturulmaktadır. Bir kişinin kurum hakkında sahip olduğu inanç ve hislerden oluşan genel bir değerlendirme ise kurumsal imajı vermektedir. Kurumsal itibar ise, "bir kişinin kurum hakkındaki imajını çağrıştıran gerçeklik, dürüstlük, sorumluluk ve bütünlük gibi değerleri kapsamaktadır. Bu nedenle kurumsal itibar yönetimi; içerisinde hem kurumsal kimlik hem de kurumsal imaj unsurlarını barındıran ve hedef kitlede olumlu etki ve algı oluşturmayı amaçlayan bir iletişim sürecidir."(Geçikli 2008:139)

Ancak, yönetilemeyen kurumsal itibarın kısa sürede kurum aleyhine olumsuz sonuçlar doğurma olasılığı yüksektir. İtibarın iyi yönetilmesini gerektiren önemli gerekçeler aşağıdaki gibi sıralanmış durumdadır:(Kadıbeşegil 2006:176)

- Şirket vizyonun içselleştirilmesi, kurum kültürü ve değerlerinin tanımlanması,
- Etik değerler ile birlikte hesap verilebilirlik uygulamaları,
- Uluslararası muhasebe standartlarının benimsenmesi ve şeffaflık yönetimi,
- Kurumsal sosyal sorumluluk anlayışı ve yönetimi,
- Çalışan memnuniyeti ve çalışanların kariyer gelişim planları politikası,
- Müşteri memnuniyeti politikaları ve müşteri odaklılık,
- AR-GE ve inovasyon yetkinliği,
- Üçlü raporlama (Finansal, sosyal ve ekolojik çevre uygulamaları).

Kurumsal itibar yukarıda gerekçelerden de anlaşılacağı üzere bir kurum için hayati derecede stratejik değer taşımaktadır. “Markalar vaat eder, itibar ise kazanılır. Ürünleri ve hizmetleri temsil eden markalar çeşitli vaatlerde bulunurlar. Bu vaatlerin tüketicilerin beklentileri ile buluştuğu süreçte marka değeri oluşturulur. Bu değer, rekabeti yönlendirir ve şirketin değerini artırır. İtibar ise kazanılır; itibar başkalarının bizi takdir etmesi ile elde edilir. Kurumun kendi kendini övmesi ve iyi olduğunu iddia etmesi, itibarlı olduğu anlamına gelmez. Toplumun takdiri ile elde edilen itibarın sağladığı değer gerçek karşılığı ise sanıldan çok daha fazladır.”(Kadıbeşegil 2006:58)

Soyut değer olan itibar uzun vadede somut sonuçlar ve değerler üretir. Sadık çalışanlara sahip olabilmek, kriz dönemlerini en az hasarla atlatabilmek iyi itibarın kuruma sağlayacağı en önemli faydalardandır. İtibar değeri, “bir kurumla ya da onun markalarıyla ilgili kamuoyu algılamalarının doğrudan bir fonksiyonudur. İtibar önemlidir çünkü hangi ürünün satın alınacağı, hangi firma için çalışılacağı ve hangi hisse senedinin alınacağı konusunda kamuoyunu bilgilendirmekte, yönlendirmektedir.”(Ural 2006:178)

İtibar kazanımı uzun süreli bir uğraştır, ancak tutarlı davranışların devamlılığı ile sağlanabilir. Bu uzun kazanım çok kısa bir sürede de yitirilebilir. Bu nedenle, her zaman tutarlı ve ilkeli davranışlar sergileyebilen kurum ya da kuruluşlar daha kolay itibar kazanırlar. Gerek özel gerekse tüzel kişiliklerin en önemli varlığı olan itibar sayesinde toplumu yönlendirme, daha geniş kaynakları harekete geçirme ve kazanım fırsatları yakalanır.

Tüm bu fırsatları yakalamak için birçok boyutta tutarlı davranış göstermek koşulsuz şarttır. İtibar, “para ile satın alınabilecek bir ürün ya da hizmet değildir. Mutlaka kurumun halkla ilişkiler yönetimi aracılığı ile çok uzun yıllar emek vererek ve çalışarak itibarı elde etmesi gerekir. İtibar elde edilmesinde saygınlık, toplumun hassasiyetlerine duyarlılık, sosyal sorumluluk, ürün/hizmet kalitesinin sağlanması ve sürdürülmesi çok önemlidir.”(Geçikli 2008:138)

### ➤ **Kurumsal İtibarın Oluşturulması**

En üst düzey yöneticilerin liderlik vasfı göstermeleri ve kuruma liderlik etmelerinin itibarın oluşmasına önemli katkılar sağlayacağı açıktır. Bu bağlamda, kültürel donanım, kurumsal değerler itibarının hammaddesi olarak tanımlanmaktadır. İşte bu kültürel donanımın içselleştirilmesinde liderin önderlik etmesi büyük önem taşımaktadır. Bu anlamda, kurumsal itibarın oluşturulmasında asli görevleri bulunan yöneticilerin/liderlerin sorumlulukları şöyle sıralanabilir:(Kadıbeşegil 2006:177)

- Kurumun iş yapma biçimini yazılı hale getirebilir,
- Kurumun kırmızı çizgilerini belirler; hatalar, yanlışlar karşısında çalışanların ne yapması, nasıl davranması gerektiğini ortaya koyar,
- İç iletişim süreçlerini yarı resmi bir formata taşıyabilir,
- Kurum kültürü ve değerlerinin ne kadar içselleştirildiğini belirli aralıklarla ölçümleyebilir,
- Müşteri memnuniyetine ilişkin süreçlere bizzat dahil olabilir,
- Çalışanların, yöneticilerin kurumu sivil toplum örgütlerinde temsil etmelerine önderlik edebilir.

Önemli bir nokta da, itibarlarına dikkat eden şirketler, risk yönetimine de önem vermek zorundadır. Özellikle, itibarı zedeleyebilecek durumları önceden görüp önlem almayı, riskler gerçekleştiğinde ise hızlı hareket edebilmeyi sağlayacak risk yönetimine gereken hassasiyet gösterilmelidir. Tüm bu çerçevelerden bakıldığında, kurumların itibarlarını oluştururken şu noktaları göz önünde bulundurmalarının önem taşıdığı anlaşılmaktadır:(Argüden 2003:11)

- Bir kurumun itibarını oluşturan en önemli unsur, müşteri tatmininin yüksek olmasıdır. Bu nedenle itibar kazanmak için en öncelikli adım ürün ve hizmet kalitesinin sürekli geliştirilmesi için çaba göstermek olmalıdır.
- Kurumun hem iç hem de dış hedef kitlesine karşı verdiği sözlerden dönmemesi, sektörde bilgi ve danışma kaynağı olarak algılanması da itibarı artırmaya yardımcı olmaktadır.

- Hata yapıldığında bunu kabullenip çözüm üretmek, toplumun güvenini kazanmak için gerekli bir yaklaşımdır.
- Çalışanlara ve paydaşlara kurumun misyonu doğrultusunda heyecan kazandırabilmenin de itibarı artırıcı bir etkisi vardır.
- Kurumun üst yönetiminin iç ve dış çevreyle bizzat etkileşimde bulunması ve kişisel kimliğin kurumsal kimlik ile tutarlılık göstermesi de itibar kazanmada faydası sağlamaktadır. Nitekim, kurumların değerlerini şekillendiren kurucu girişimciler genellikle kurumda kendi değerlerini yansıttıkları için bu tutarlılığı daha kolay yakalarlar.
- İletişimde kullanılan mesajların rakamlarla tutarlı olmasının ötesinde mantıksal bir çerçeveye, modele oturması da güven unsurunu artırıcı, dolayısıyla itibarı yükseltici bir etki yapmaktadır.

İtibar oluşturulurken kurumların stratejik bir vizyona da sahip olmaları gerekir. Kurumun kültürü, finansal yapısı, ürün/hizmet kalitesi, hedef kitlesinin yapısı, insan kaynağının niteliği vb. unsurlar dikkate alınarak bir yol haritası izlenmelidir. Bunun için ayrıca, kurumun altyapısı ve yönetim anlayışı ile uyumlu bir itibar hedefinin belirlenmesine de dikkat etmek gerekir.(Özkan 2009)

‘Bütünsellik, tutarlılık, kalıcılık, sürdürülebilirlik’ ilkeleri itibar yönetiminin temelinde bulunmaktadır. İtibar yönetimini etkin olarak gerçekleştirebilmek için kurumun öncelikle kendi konumlandırmasına yönelik paydaşlarını ve onların beklentilerini net olarak belirlemesi gereklidir. Paydaşların her birinin, kurum hakkında farklı kaynaklardan elde ettiği duyumları, deneyimleri, görüşleri ve bunlar doğrultusunda geliştirdikleri beklentileri bulunabilir. Bu nedenle, öncelikle kurum için kilit paydaşların kimler olduğu, kurum hakkındaki mevcut algılamaları irdelenmeli, daha sonra beklentileri netleştirilmelidir. Kurum kendisinden beklenenleri ve kendisi tarafından arzu edileni ortak bir paydada buluşturarak, tüm süreci tutarlı ve bütünsel bir şekilde yönetmelidir.(Kuyucu 2003:15)

Kamu yönetiminde de itibar ile oluşturulan değer, hizmet kalitesinin artmasını da beraberinde oluşturmaktadır. Bu hizmet kalitesinin artışı aynı zamanda, kamu yöneticilerinin, siyasetçilerin yeniden iş başına gelmeleri için de iyi bir referans teşkil etmektedir.(Kadıbeşegil 2006:213)

Kurumların stratejik değerinde önem taşıyan insan kaynaklarının da sürekli iyileştirilmesi itibar yönetiminde özellikle en dikkat isteyen konuların başında yer almaktadır. Öyle ki, “çalışanların mutlu olması, kurumlarıyla gurur duymaları,

güvenmeleri, kurumun iş sonuçlarına olumlu yansıtacağı gibi, başka yetenekli kişilerin de kuruma gelmelerine yol açacaktır. Her çalışan itibarlı bir kurumda çalışmak isteyecektir. Çalışanlara kurumun itibarının korunmasının aynı zamanda kendi çıkarlarına olacağı anlatılabilirse, kurumsal itibarın sürdürülebilmesinde çok önemli bir destek sağlanmış olacaktır.”(Kadıbeşegil 2006:214)

Kurumun itibar yönetimi ile ilgili süreçleri, kurumsal iletişim birimi tarafından doğrudan üst yönetime raporlanacak şekilde yönetilmelidir. Böylece itibar yönetiminin nasıl ve ne şekilde yapılacağı, organizasyonun diğer faaliyetleri (pazarlama, finans, satın alma, üretim, insan kaynakları vb.) gibi tanımlanmış olacaktır. Kurumsal itibar, sürdürülebilir kalkınma ile ilgili temel öğelerden yararlanmaktadır. Sürdürülebilir kalkınma; ürün ve hizmetlerin kalitesi, global pazarlara entegrasyon, kaynakların kullanımı, müşteri memnuniyeti, araştırma-geliştirme, ileri teknoloji ve kurumsal performans gibi başlıkları kapsamaktadır. Bu başlıkların toplumun farklı kesimlerine aktarılması ve geri dönüşlerin alınıp kurumsal itibarla ilişkilendirilmesi için kurum içi iletişim, müşteri ilişkileri yönetimi, kriz iletişimi yönetimi, lobicilik, kurumsal sponsorluklar, yatırımcı ilişkileri yönetimi, yerel toplum ilişkileri yönetimi ve liderlik yönetimi gibi uzmanlık alanlarından yararlanılmaktadır.(Kadıbeşegil 2006:253)

İtibar yönetiminde sürdürülebilirlik için kurumların her yıl yayınladıkları “finansal faaliyet raporlarının yanı sıra, ekolojik çevre ve kurumsal sosyal sorumluluk alanlarındaki performanslarına dair raporların da yayınlamalarını öngören üçlü raporlama sistemi, itibara doğrudan yansımaktadır. Üçlü raporlama sistemini kullanarak, finans faaliyet raporunun yanı sıra diğer iki raporu da yayınlayan kurumlar, hedef kitleleri nezdinde itibar yönetimi konusunda mesafe almış, itibarını yönetmeye başlamış şeklinde algılanmaktadır.”(Kadıbeşegil 2006:254)

Aslında iletişimin etkin yönetilmesi etkin kurumsal itibar yönetimini de beraberinde getirir. Bu nedenden ötürü, marka iletişimi, reklam ve tanıtım faaliyetleri, müşteri ilişkileri, insan kaynakları, stratejik iletişim süreci vb. iletişim süreçlerini yönetmeden kurum itibarını yönetebilmek söz konusu olamaz. Dolayısıyla, itibar yönetimi halkla ilişkiler yönetiminin çift yönlü simetrik modelinden yararlanmalıdır; karşılıklı anlayış ve etkileşimden hareket eden simetrik iletişime dayalı uzun vadeli bir paradigmaya dayandırılmalıdır.

### **2.2.1.1. Bir İletişim Stratejisi Olarak Sosyal Sorumluluk**

1960’lardan itibaren sosyal sorumluluk kavramı, üzerinde yoğun olarak durulan konulardan biri olmuştur. En genel anlamıyla kavram, bir kararın verilmeden önce

kamu üzerinde yaratacağı etkinin en geniş biçimde düşünülmesi olarak kabul edilmektedir. Bir başka ifadeyle de sosyal sorumluluk, karar verme sürecinde kişisel-kurumsal karar ve etkinliklerin tüm sosyal sistem üzerinde yaratacağı etkileri değerlendirme zorunluluğu olarak görülmektedir. Dolayısıyla sosyal sorumluluk, kişinin bakış açısını tüm toplumsal düzen yönetmekte ve herkesin toplumun bireyi olarak doğacak olumsuz sonuçlardan etkileneneği görüşüne dayanmaktadır.(Bernays 1988:18)

Sosyal sorumluluk anlayışının en önemli temsilcilerinden Oliver Sheldon, 1923 yılında kaleme aldığı *The Philosophy of Management* adlı kitabında “yönetimin ilk sorumluluğu topluma hizmettir. Yönetimin gelişmesi bilimsel metodların kullanımına bağlıdır ve yönetimin temel sorumluluğu sosyal ve toplumsaldır” tezini ortaya atmıştır. (May 1976:2)

Sosyal sorumluluk projeleri aracılığı ile kamuoyunda kurum ya da kuruluş ile ilgili çok olumlu bir algının gelişmesi sağlanabilir. Bu da örgüt imajının olumlu şekilde pekişmesine katkıda bulunabilir.

Günümüzde “kurumların teknik ve ekonomik boyutlarının yanı sıra artık sosyal boyutları da gündeme gelmektedir. Toplumun beklentilerinin değişmesinin kurum ya da kuruluşun yeni kimliğini kazanmasında önemli payı vardır. Toplumsal beklentileri kurum adına karşılama işlevini üstlenen halkla ilişkiler yönetimi, bu görevi yerine getirmekte, kurumların sorumlu davranmalarını sağlamaktadır.” (Peltekoğlu 2001:179)

Ayrıca bugün küreselleşme süreci rekabet ortamını değiştirmiştir. Bu nedenle, kurumların ya da örgütlerin sadece iç çevrelerine değil artık dış çevrelerinde de olumlu algı yaratmaları zorunluluğu oluşmuştur. Bu da faaliyetlerde sosyal sorumluluk uygulamalarını ön plana çıkarmaya başlamıştır.

Gerçekten de, kurum ve kuruluşları en değerli kılan, en farklı kılan topluma kattıkları, kazandırdıkları değerler olduğuna hiç şüphe yoktur. Kurum ve kuruluşlar açısından “başarı; içinde buldukları topluma karşı ödev, görev ve sorumlulukları yerine getirmek, çalışanların, toplumun ve kurumların çıkarlarını korumak ve bunlar arasında sağlıklı bir denge kurabilmek ile mümkün olabilmektedir.”(Özüpek 2008:252) Kamuoyunda olumlu algılanma olanağına böylelikle rahatlıkla ulaşılabilecektir.

Kurum kazanırken aynı zamanda da hedef kitlesinin kazanmasını sağlamak sosyal sorumluluk anlayışını geliştirmekten geçmektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk anlayışının “sürdürülebilir ve hesap verebilir olması önemlidir. Sürdürülebilirlik; kurumun faaliyetlerinin gelecek nesillere aktarılacak ekonomik, sosyal ve çevresel

seçeneklerin kısıtlanmasını önleme prensibidir. Hesap verebilirlik ise; kuruluşların soruşturmaya ve araştırmaya açık olmaları, toplumun çıkarlarını gözettikleri konusunda düzenli bir şekilde kamuoyuna açıklamalarda bulunmaları, başka bir deyişle hesap vermeleridir.”(Ural 2006:36)

### **2.2.1.2. Sosyal Sorumluluğun Dinamikleri**

Ekonomik, sosyal ve çevresel olmak üzere kurumsal sosyal sorumluluk anlayışının üç boyutu bulunmaktadır. “Ekonomik boyut; finansal ve mali kapasiteye işaret etmekte, bir şirketi yönetmek ve denetlemek anlamına gelen kurumsal yönetim konusunu kapsamaktadır. Ekonomik boyuta odaklanması şirketin uzun dönemli karlılığını ve şirketin hesap verebilirliğini güçlendirmeyi hedeflemektedir. Sosyal boyut; kurumun iş yaptığı topluma karşı sorumluluğunu içermekte, bu sorumluluğa sürdürülebilirlik ilkesi rehberlik etmektedir. İç ve dış sosyal paydaşlar ile sivil toplum örgütlerinin beklentileri sosyal boyutta dikkate alınmaktadır. Çevresel boyut ise; kurumun doğal sistemler üzerindeki etkisine odaklanmakta, faaliyetlerin çevreye zarar vermeyecek şekilde yapılandırılmasını sağlamaktadır.”(Ural 2006:42)

Kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) projelerinin başarılı olabilmesi için göz önüne alınması gereken önemli konular aşağıdaki gibi belirtilmektedir:(Geçikli 2008:166)

- Kurumsal sosyal sorumluluk projelerinde gerçekçi hedefler belirlendiği zaman fayda ve başarı elde edilebilir. Kampanyanın bütçesi, kaynakları, işbirliği olanakları, sözleşmeleri ve zamanlamaları doğru belirlenmiş olmalıdır.
- Kurum, sosyal sorumluluk alanındaki bir yatırımı tarif ederken, söz konusu projenin kapsamı alanına alacağı bölge halkının ve genel toplumun duyarlılıklarına da dikkat edilmelidir.
- Yatırım yapılacak konunun ve alanının uzmanı sivil toplum kuruluşlarıyla işbirliğine gidilmesi, kurumsal sosyal sorumluluk yönetimi sürecine olumlu yansımaktır.
- Kurumsal sosyal sorumluluk yönetimi, başta işletme üst düzey yöneticileri olmak üzere tüm çalışanlar tarafından benimsenmeli ve gönüllülük esasına göre uygulanmalıdır.

Bu projelerin uygulanmasında belirli bir plan dahilinde hareket edilmesi gerekir. Aşamalı olarak adımların hayata geçirilmesi oldukça önemlidir. Sonuçların olumlu olması için sosyal sorumluluk projelerinin uygulanmasında şu planlama dahilinde hareket edilmesinde büyük yarar vardır:(Geçikli 2008:166-7)

- *Alan Tanımlama:* Kurumlar ürünün özelliği, tüketicilerin algılaması, kurumun karakteri gibi özellikleri dikkate alarak alan belirlemeli, daha sonra bu alana uyum sağlayabilecek, birlikte hareket edebileceği bir sivil toplum örgütünü proje ortağı olarak seçmelidir.



- *Doğru Çıkış Noktasını Belirleme:* Alan saptayan kurum, bu doğrultuda bir çıkış noktası da belirlemelidir. Çıkış noktasının, alandaki en çok eksikliği hissedilen ya da ihtiyaç duyulan konuyu gündeme getirmesi başarı şansını artıracaktır.
- *Kreatif Brifing Hazırlanması:* Sosyal sorumluluk projesinden gerekli başarıyı elde edebilmek için, hem kurumu gözden geçirme hem de potansiyel proje ortağına sunulacak şartlar açısından ayrıntılara dikkat çekecek, veri sağlayacak bir kreatif brifing hazırlanması yararlı olacaktır. Brifingde kampanyanın hedefleri, hedef kitle, medya planlaması ve zaman planlamasının yer alması gerekir.
- *Doğru Proje Ortağını Seçme:* Sosyal sorumluluk projelerinin başarılı olmalarının koşullarından biri proje ortağının doğru seçilmesidir. Ortak seçimi ile ilgili araştırma yapma ve bilgi edinilmesinde yarar vardır. Seçilecek ortakların güvenilir ve itibarlı kurumlar olması, başarılı sonuçlar elde edilmesine katkıda bulunacaktır.
- *Risk Analizi Yapma:* Sosyal sorumluluk projesi boyunca karşılaşılabilecek her türlü olumlu ve olumsuz durumlar analizedilmeli, riskler değerlendirilmeli ve proje ortağı seçimi dahil, bu değerlendirme sonuçlarına göre hareket edilmelidir.
- *Sözleşme Hazırlama:* Sosyal sorumluluk projesinde birlikte çalışılacak ortak belirlendikten sonra mutlaka her iki tarafın taahhütlerini ve yükümlülüklerini içeren bir sözleşme imzalanmalıdır. Sözleşmede mutlaka bütçenin detayları ile projenin zaman planı açıkça belirtilmelidir.
- *Kamuoyuna Açıklama:* Sosyal sorumluluk projesi, birlikte çalışılacak ortak bulduktan sonra kurumun en düzey yetkilisi tarafından kamuoyuna açıklanmalı, projenin amaçları ve hedefleri hakkında detaylı bilgi aktarımı yapılmalıdır.
- *Özenli Davranma:* Sosyal sorumluluk projesi başladıktan itibaren hem projenin sahibi kurum, hem de proje ortağı sivil toplum örgütü karşılıklı olarak projenin zarar görmemesi, hedeflerine ulaşabilmesi için büyük bir özen içinde hareket etmeli, projenin amaçlarına zarar verebilecek tutum ve davranışlardan kesinlikle kaçınılmalıdır.
- *Projeyi Tamamlama:* Projenin sözleşmede belirlenen ve kamuoyuna açıklanan süre içinde tamamlanması için gerekli çaba harcanır. Eğer arzu edilirse proje ortaklarının karşılıklı anlaşması kaydıyla projenin süresi uzatılabilir.
- *Sonuçları Açıklama:* Sosyal sorumluluk projelerinin en önemli özellikleri ölçülebilir olmalarıdır. Proje sonuçları ölçülüp değerlendirildikten sonra kamuoyu ile paylaşılmalıdır. Proje sonuçları, hiçbir bilgiyi gizlemeden, olduğu gibi kamuoyuna açıklanmalıdır. Böyle yapılırsa, kurumun güven ve itibarının artmasına yardımcı olunacaktır.

Stratejik bir yaklaşımla uzun vadede gerçekleştiriliyor olmaları; kişisel değil kurumsal ortaklıklarla desteklenmesi; ölçülebilir sonuçlarla hareket etmesi; tanıtıma yer vermesi; kurumun itibarını artırması; marka değerini yükseltmesi ve müşteri memnuniyetini sağlama vb. açılarından kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin halkla ilişkiler yönetimi için önemi gittikçe büyümektedir.(Geçikli 2008:168) Sonuç olarak,

kurumsal sosyal sorumluluk anlayışını bir yönetim biçimi olarak algılayan ve uygulayan kurumlar şu kazanımları elde etmektedir:(Argirden 2002:13)

- Marka değerleri ve dolayısıyla pazar değerleri artmaktadır.
- Daha nitelikli insan kaynağını cezp etme, motive etme ve elinde tutma imkanı kavuşmaktadır.
- Kurumsal öğrenme ve özgün düşünme potansiyeli artmaktadır.
- Kurumun hisse değerleri artmakta, borçlanma maliyetleri ise düşmektedir.
- Yeni pazarlara açılma ve müşteri sadakati sağlamada rekabet avantajı elde etmektedir.
- Kurumsal verimlilik ve kalite artışı sağlanmaktadır.
- Risk yönetimi daha etkin bir hale gelmektedir.
- Toplumun ve karar alıcıların kurumun fikirlerine daha fazla önem vermeleri sağlanmaktadır.

Kurumsal itibarı ölçme ve değerlendirmede kullanılan '*itibar katsayısı*'nın altı boyutundan birini sosyal sorumluluk oluşturduğu için bu projelerin kurumsal itibara da olumlu yansımaları tartışmasızdır. Dolayısıyla, kurumun itibarının yükseltilmesi için sosyal sorumluluk anlayışının geliştirilmesine uğraşmak, topluma yararlı projelerin hayat geçirilmesi anlamına da gelecektir.

### **3. HALKLA İLİŞKİLERİN GENİŞLEYEN ULUSLARARASI İŞLEVLERİ**

#### **3.1. Uluslararası Kamuoyu Oluşturmada Halkla İlişkiler Paradigması**

##### **3.1.1. Uluslararası Kamuoyu Oluşumu**

XIX. yüzyıl başlarından itibaren Batı ülkelerindeki ekonomik ve sosyal gelişmeler halkın haber alma ilgisini artırmış; böylece geniş haber alma şebekelerinin kurulması gereği doğmuştur. İşte bu gereksinimi 'Haber Ajansları' karşılamıştır. İlk haber ajansı Fransa'da Charles Louis Havas tarafından 1835'te kurulmuştur. L. Havas'ın çalışma arkadaşlarından Bernhart Wolf 1849'da Almanya'da, Havas'ın diğer bir iş arkadaşı olan Julius Reuter'de 1851 yılında İngiltere'de birer ajans kurmuşlardır. Bu arada, 1848 yılında Amerika'da Associated Press, 1853'de de İtalya'da Stefani Ajansları kurulmuştur.

XIX. yüzyılın ikinci yarısından Birinci Dünya Savaşına kadar Avrupa'daki Havas, Reuter ve Wolf Ajansları dünyayı haber alma ve dağıtma bakımından ellerinde tutuyorlardı. Bu haber ajanslarının hiçbirinin üzerinde bir devlet otoritesi yoktu. Haberlerini serbestçe alıp serbestçe veriyorlardı. Birinci Dünya Savaşı başında 15 kadar olan haber ajanslarının sayısı, iki dünya savaşı arasında hızla artmıştır. Artık devletlerin

çoğu kendi ulusal ajanslarını kurarak haberler üzerinde az çok bir kontrol oluşturmaya ve bazıları da böylelikle propaganda yapmaya yönelmişlerdi.

Ulusal ajansların pek çoğu Havas, Reuter, A.P. veya U.P. gibi büyük ajanslarla anlaşmalar yapıyor, onların haberlerini ya yıllık bir bedel karşılığında veya kendi ülkesine ait haberlerle takas ederek kullanıyorlardı. Salt Sovyet Rusya haberleri kendi tekelinde tutmuştur. Yeni rejim ve ideolojinin gereği olarak Sovyet Rusya'da yalnızca TASS ajansının verdiği haberler kullanılmıştır. Bu büyük ajansların arasından değinmeye değer olanlar Federal Almanya'da "Deutsche Presse Agentur" (D.P.A.), Japonya'da savaş sonunda kapatılan Domoj ajansı yerine kurulan "Kyudo" ve "Jizi" Ajanslarıdır.

Osmanlı İmparatorluğu'nda ise gerçek anlamda ulusal bir ajans kurulamamış. 1911'de Salih Gürcü Beyin kurduğu *Osmanlı Telgraf Ajansı* yabancı büyük ajansların sadece bir aracı olmuş, bu durum bir ara adına "ulusal" sıfatı katılmasına rağmen imparatorluğun sonuna kadar böyle sürmüştür. Savaş yıllarında Havas ve Reuter Ajanslarının kurdukları *Türkiye Havas-Reuter Ajansı* ancak işgal kuvvetlerinin organı olarak kalmış, ilk ulusal ajansımız *Anadolu Ajansı* 6 Nisan 1920'de M.K. Atatürk tarafından kurulmuştur. Ajansın resmi niteliği 1925 yılında değiştirilmiş, anonim şirket haline getirilmiştir. Ancak, ajans devlet bütçesinden önemli derecede yardım almıştır.(Soysal 1975: 43)

Uluslararası olaylar hakkında ülke ve dünya kamuoyunun zamanında aydınlatılması Batıda çoktan beri kural haline gelmiştir. Dışişleri Bakanları ve gerekirse Başbakanların açıklamalarından başka, ajans ve basın muhabirleri aracılığıyla, bazı olaylarla ilgili resmi açıklamalar yapmak zorunluluğu da kendini hissettirmeye başlamıştır. Bu açıklamalar çeşitli biçimlerde yapılır: Resmi bildirimler, kısa açıklamalar (tavzihler) ve yalanlamalar (tekzipler) yayınlanabilir. Ayrıca, basının soru sorma gereksinimini karşılamak için basın toplantıları düzenlenir. Bu toplantılar Dışişleri Bakanları ya da hükümet Başkanları tarafından yapıldığı gibi, hükümet ya da Dışişleri Sözcüleri tarafından da sık sık ya da her gün yapılabilmektedir. Devlet adamlarının ya da sözcülerinin açıkça ve resmen söylemek istemediği noktaları gayri resmi biçimde açıklamaları olasılığı da vardır. Hatta çoğu zaman devletin kendisi böylece haber verilip dünya kamuoyunun aydınlatılmasında yarar görür. İşte bu gereksinmeyi karşılamak üzere aynen yazılmamak, kaynak ve kimin söylediği belirtilmemek üzere İngilizce deyimini ile 'off the record' açıklamalar yapılmaktadır da.

Bütün sosyal süreçlerin kaynağında bireyler arasında anlam iletimi süreci dediğimiz haberleşmeyi buluruz. Uzağı yakın eden, kısa zamanda dünya olaylarını bireylerin yakınına getirebilen ve özellikle bu olayları sunuş ve yorumlayış biçimleriyle bireylerin kanılarına yön verebilme olanağına sahip bulunan kitle iletişim araçları seçmeli ilgi ile etkisinin sınırlı kalmasına rağmen, yine dolaylı yollarla göz ardı edilemeyecek bir etki gücüne sahiptir. Fakat kitle iletişim araçları benzer iletiler göndermeye başladığında iletiyi alanlar arasında farklı etki ve davranışlara yol açması ancak 'aracı unsurlar' denilen unsurların oynadığı role bağlıdır. Söz konusu unsurlar şunlardır: (Waltz vd 1982:41)

1. İletiyi alanın ön eğilimleri ve bu eğilimlere uygun seçme, algılama ve katılma mekanizmaları,
2. Grup bağlılıkları,
3. Kişisel haberleşme ve kanaat önderlerinin rolü.

Kısaca, kitle iletişim araçları bireyler üzerinde doğrudan doğruya etki göstermeyip, aradaki unsurların eşliğinde ve onların yardımıyla etkinlik göstermektedir. Bu nedenle, değişiklikten çok status quo'yu koruma yönünde bir işlerliğe sahiptir. Buna karşın, yeni durumlar ve yeni olaylar hakkında kanı oluşturma söz konusu olduğunda kitle iletişim araçlarının gerçek etkisinden söz etmek olası görünüyor. Bunun nedeni açıktır; yeni olaylar, yeni sorunlar karşısında haberleşme aracı tarafından gönderilecek iletilerin yolunu kesecek tavırlar, bağlantılar ve bunların doğurduğu seçmeli algılama mekanizması yoktur; konu dinleyici ve okuyucu için yenidir.(Waltz vd 1982:41)

Siyasal süreç açısından kamuoyu karar verme işlemine katılma ve bu yolla iktidarı denetleme olayıdır. Dış siyasette kamuoyu, dış siyaset konularıyla ilgilenen bireylerin ve üyesi olarak içinde buldukları grupların genel kanıdır.(Waltz vd 1982:41)

Hep söylenir, iç siyaset ile ilgilenen birey ve grupların çokluğu ve çeşitliliği ve dolayısıyla bu insanların kendi çıkarları doğrultusunda seslendirdikleri kanıların çeşitliliğine rağmen, dış siyaset ile ilgilenen bireylerin ve grupların ve de bunlarda oluşan kanılar aynı derece çeşitlilik göstermezler. Bundan dolayı, son yıllarda dış siyaset konusunda kamuoyunun genel durumunu saptamak amacıyla yapılan çalışmalar konunun ilgi-bilgi boyutu üzerinde durmaktadır.

İlgi-bilgi boyutu ölçü alınarak yapılan incelemelerde dış siyaset konusunda kanıların genellikle piramit biçimini alan üç tabakada ayrı ayrı odaklaştığı gözlenmiştir. (Sezer 1972:28) Piramidin tabanını *pasif halk* denilen genel halk yığını oluşturur. Bu

kitle, dış siyasa olaylarının farkında değildir, bu konuda bilgisizdir. Orta tabakada *aktif halk* kitlesi bulunmaktadır. Bu kitle "bir toplum içinde dış politika konularına karşı ilgi duyan, bu konularda bilgi sahibi olan ve toplumsal ve eğitimsel yapıda yüksek yerleri işgal eden halk grubu"ndan oluşur.(Sezer 1972:29) Piramidin tepe noktasında ise *kamuoyu yaratıcıları* bulunmaktadır. Kamuoyu yaratıcıları toplum içinde küçük bir grubu oluşturmakla birlikte, kamuoyunun hem kapsamı hem de oluşturulması açısından çok önemli bir rol oynamaktadırlar.

James N. Rosenau (Public Opinion and Foreign Policy, New York: Random House, 1961) tarafından geliştirilen "kamuoyu yaratıcıları" kavramı "seçkinler" kavramının genişletilmiş biçimidir. Kamuoyu yaratıcıları toplum içerisinde dört farklı katmanda toplanırlar:(Bilge 1966:297)

- **Siyasiler-** Resmi görevlere atanmış ya da seçilmiş, karar alma yetkisi olanlar,
- **Yöneticiler-** Yönetim organındaki mesleki personel,
- **Çıkar Grupları-** Ulusal ya da yerel, toplumdaki çeşitli istek ve çıkarları yansıtan amaçları gerçekleştirmek üzere örgütlenmiş ve karar vericiye dönük özel grupların ve derneklerin temsilcileri,
- **Haberleşme Araçları Sahipleri-** Özellikle radyo, basın ve televizyon gibi kitle iletişim araçları sahipleri ve bunların işleyişine katılan görevliler.(Bilge 1966:298)

Kısaca özetlersek, "dış politika kanaatleri toplumda siyasal ilgi, bilgi ve eylem derecesi yüksek olan tabakalarda yoğunlaşır."(Sezer 1972:77) Bu tabakada resmi görevli organ ve yetkililer bulunduğu gibi resmi bir sıfatla olmasa da, özel ilgisinden ya da çıkarlarından dolayı dış siyasa ile ilgilenen kişi ve gruplar - üniversite öğretim görevlileri, kimi sosyal dernekler, vb.- da vardır.

Yapılan incelemeler sonucunda ileri Batı toplumlarında dahi dış siyasa konusunda kamuoyunun iç siyasa ile daha az ilgili davranması araştırmacıları ister istemez şu genel sonuca götürmektedir: Dış siyasanın Roma İmparatorluğundan beri gelenekselleşmiş olan "**arcana imperii**", yani iktidarın tekelinde kalma niteliğinin zamanımızda da toplumların çoğunda devam etme olasılığı yüksek görünüyor.(Gönlübol 1969:105)

Oysa, ülke içerisinde bireylerin ve bağlı buldukları örgütlü/örgütsüz grupların dış siyasa ile ilgilenmeleri, kanaat sahibi olmaları ve bu kanaatleri

doğrultusunda karar vericilere seçenekler götürebilmeleri dış siyasa ile iç yaşantı arasında bağın kurulmasıyla ancak kendini belli etmektedir. Bu konuda siyasal iktidara düşen görev, status quo'nun korunmasıyla kendini sınırlamayıp, toplumdaki değişim ve gelişmelere uygun değişiklikler getirmek olmalıdır. Hükümetlerin bu görevi yerine getirebilmeleri de, "o zamana kadar kamuoyunu tekellerinde tutmuş sınırlı grupların kanaatlerinin dışına çıkıp, yeni beliren kanaatleri duyabilmeleri ve bu kanaatlere yol açan ihtiyaç ve istekleri saptayabilmelerine bağlıdır."(Sezer 1972:80) Bunun içinde dış siyasa konusuna ülke çapında ilgi duyulması, gereksinimlere göre kanıların oluşması ve bunların karar vericilere ulaşmasını sağlayacak hukuki, siyasal, ekonomik ve teknik olanakların sağlanması gereklidir.

### **3.1.1.1. Dış İlişkilerde Etkin Güç Uluslararası Halka İlişkiler ve Stratejileri**

Bir olay ya da düşüncenin bir başkasına ya da başkalarına iletilmesi, yani iletişim süreci\* (communication process) kuşkusuz uluslararası alanda da farklı bir süreç değildir. "Kim kime, hangi yoldan, ne amaçla, hangi koşullar içinde, ne diyor ve ne etki yapıyor."(Sezer 1972:81) Uluslararası alanda da iletişim eylemi bu soruları yanıtlayarak geçerlik buluyor. Fakat, belirtilmeden geçilemeyecek bir nokta vardır ki bu da, ayrı dünya anlayışı, ayrı kültür, ayrı dış siyasaya sahip ulus-devletler söz konusu olunca, iletişim eyleminin -daha dar anlamında tanıtma eylemi- ilgili kitleye, onun hoşlanacağı biçimde ve zamanında ulaşıp ulaşmadığının, beklenen etkinin ortaya çıkıp çıkmayacağını hesabının önceden yapılabilmesinin zorluğudur. Hatta elde edilen etkiyi ölçmek de kolay değildir.

Her şeyden önce bir devletin, halkla ilişkiler çalışmaları ile hangi dış siyasa amacına yararlı olmak istediğini iyi belirlemesi, bu bağlamda da dış siyasasının yakın ve uzak amaçlarını iyi hesaplaması gerekmektedir. Aslında dış siyasa masa başı toplantılarıyla, en ince noktalarıyla önceden belirlenebilecek bir konu değildir. Çünkü, hem uluslararası yapıda hem de iç siyasadaki siyasi gelişmelerin etkisi altında bazı değişiklikler gösterecektir. Bununla birlikte, ulusal dış siyasasının amaç ve ilkelerine uygun bir halkla ilişkiler siyasetinin ana çizgileri belirlenebilir, işte bir kez bu çizgiler belirlenince, devletin görünümü ve saygınlığı için bir genel tanıtma eylemi, öte yandan dış siyasasının akışı içerisinde yardımcı tanıtma eylemi sürdürülebilecektir ki, bunların uygulaması Dışişleri Bakanlığı, Basın-Yayın, Radyo-Televizyon gibi kamu kuruluşları ya da diğer bazı kurumlar ve kişiler aracılığıyla yapılır.

Halkla ilişkilerin etkin ve dolayısıyla başarılı olmasında rol oynayan kimi unsurlar vardır. Bunlar şu şekilde sıralanabilir: (Sezer 1972:85)

1. İnanırcılık (Credibility)- Uygulanacak halkla ilişkiler çalışması, yöneltile kitle için inandırıcı olmalıdır ve bu uygulama ile kanıtlanmalıdır. Bunu sağlamak amacıyla gerçekçi olmak, dürüst kalmak, bilimsel bir hazırlık yapmak gerekmektedir, inandırıcılığı, aynı tarafa başka bir odaktan yapılan propaganda eylemleri etkisiz kılmaya çalışabilir.örneğin, Türkiye Cumhuriyeti 1974 Kıbrıs Barış Harekatında böyle bir durumla karşı karşıya kalmıştır. Bu hareketin Kıbrıs'ı Yunanistan'a bağlama amacı güden Yunan darbesini önlemek, Türklerin halklarını güvence altına almak için Garanti Andlaşmasının böyle bir durumda Türkiye'ye tanıdığı müdahale hakkına dayanılarak yapıldığı, yoksa toprak kazanmak için yapılmadığına ilişkin açıklamalar inandırıcı niteliğe sahip olmasına karşın. Yunan propagandaları yüzünden dünya kamuoyunda bu konuda bir kararsızlık yaşanmıştır yine de.

2. İkna Edilecek Kitlenin Durumu- Yapılacak bir tanıtımın ağırlık merkezini iyi saptamak gereklidir. Bu, uzun süreli saygınlık oluşturulmasında, tüm dünya olabilir, belirli bir konuda belirli ülkeler olabilir ya da tek bir ülke ve tek bir çevre olabilir. Acaba, ağırlık merkezi olarak alınan kitlenin, tanıtımından sonra tutumunda ne gibi değişiklikler olacak, bu konuya karşı ne derece duyarlılık göstermiştir? Tüm bunlar bugün birer araştırma konusudur.

3. Halkla ilişkiler etkinliklerinin nerede, hangi yoldan, yani kimin aracılığıyla yapılması da etkililik bakımından önemlidir. Eğer Türk Başbakanının, Dışişleri Bakanının ya da Dışişleri Sözcüsünün Türkiye'nin uluslararası siyasal bir sorunu üzerinde yaptığı bir açıklamanın hızla dünyaya yayılması isteniyorsa, en iyi yollardan biri Associated Press, United Press International, France Presse, Reuter's başta olmak üzere yabancı haber ajanslarının Türkiye'deki temsilcilerinin bu açıklamayı teleksle dünyaya yaymaları olacaktır. Bu konuda özellikle üzerinde durulması gereken bir nokta vardır ki dış siyasa söz konusu olunca, inandırıcılığı açısından söyleme zihniyetinden çok söyletme zihniyetiyle ses duyurup kamuoyu oluşturmanın daha kolay olmasıdır. Örneğin, bir BBC televizyon ekibinin Türkiye'de yaptığı bir röportajın milyonlarca insanı etkileme olasılığının yüksekliğini tahmin etmek zor değildir. Bu nedenle, "kendimizin söyleyip kendimizin dinlediği" dönemi kapayıp, yayılmasını istediğimiz düşünceyi (görüntülü-görüntüsüz) yabancı iletişim araçlarına geçirecek yeteneği göstermek gerekmektedir.

4. Herkesin bildiği bir başka şey çağımızda iletişim alanında hız ve zaman ögesinin önemi. Bu konuda artık çabuk hareket etmek zorunludur. Haberin eskime süresinde kısalma söz konusudur bugünkü uluslararası haberleşme ağında. Kuşkusuz hızlı davranabilmek için iyi bir haber alma şebekesine ihtiyaç vardır.

5. İletişim tekniği ele alınması gereken bir başka önemli konu. Burada hem iletilmek istenen haber, düşünce, görüntü, ses, vb.nin çekiciliği, sevimliliği, açıklılığı, yeterli ve kısa oluşu gibi iletinin biçimi, hem de seçilen iletişim araçlarının (kitap, broşür, gazete, radyo, televizyon vb.) türü ve çeşiti önemlidir. Türkiye ile ilgili bir konuda bir devlet adamının yabancı televizyonlardaki görüntüsü ile birlikte verilen açıklamasının etkisi ile radyo spikerinin iletildiği sözlerin etkisi arasında fark olacaktır.

Ayrıca, halkla ilişkilerin, yöneldiği kitlenin niteliğine göre farklı biçimlerde sunulması gerekebilir. Fakat bu farklılık etiksel açıdan haberde doğru kayıı yaratmamalıdır, başka bir deyişle iki yüzlü davranılmamalıdır. Örneğın, 1939'da Berlin radyosunun yalnızca Arapça ve Türkçe yaptığı yayınında şu haber tekrar tekrar geçilir: "HITLER, dünyaya Muhammed'in doğduğı gün geldi,..."(Sezer 1972:87) Bu haberde, Hitler Almanyası'nın yaptığı Yahudi soykırımı ile Arapların İslamı yaşatmak ve yayabilmek amacıyla ilk zamanlardaki Yahudilerle olan mücadeleleri arasında yakınlık kurulup, yapılan soykırımı haklı gösterilmeye çalışılması hedeflenmiştir. Hiç kuşkusuz bu bir propagandadan başka bir şey değildir.

Dış siyasa amaçlarına erişilmesine destek çıkacak iyi bir halkla ilişkiler eyleminin gerçekleştirilebilmesi için öncelikle dış siyasanın asal öğelerinin iyi bilinmesi gerekmektedir. Bu öğeler şöyle sıralanabilir:(Mcquail vd. 1995:15)

1. Bir dereceye kadar sürekli öğeler (coğrafya, doğal kaynaklar, enerji vb.)
2. Daha az sürekli öğeler (sanayinin düzeyi, askeri hazırlıklar gibi)
3. İnsan ile ilgili öğeler (nüfus, liderlerin, karar vericilerin ve diplomasinin nitelikleri, ideolojinin rolü ve enformasyonun etkinliğı)

Enformasyon ister siyasi ister ekinsel nitelikli olsun, belli bir ölçüde dış siyasa öğeleri içinde yer alması onun etkililiğinin ölçü değeri olamaz. Çünkü etkinliğinin oranı, inandırıcılığına, uygulandığı zamanın koşullarına ve uygulama başarısına bağlıdır. Bazen, özellikle, kısa sürede başarılı olabilir.

Normal olarak, dış siyasa kararları, her şeyden önce, sorunların ulusal çıkarlar açısından değerlendirilmesinden sonra alınır. Karar verici, ulusal çıkarları gözden geçirir, alınacak karar karşıdaki devletlerin olası tutumu nedeniyle, kardan çok zarar getirecek nitelikte ise, bundan vazgeçebilir. Bu arada, kendi devletinin gücünü, dostlarının ve düşmanlarının durumlarını iyice inceler ve en son dünya kamuoyunun durumunu düşünür. Dünya kamuoyu en son düşünülendir. Verilen kararın olumlu karşılanması için tanıtma önlemlerinin alınması ile yetinilir. Aslında, dünya kamuoyunun duyarlılığı, tüm gelişmelere rağmen, bugün gene de fazla değildir. Sözelimi, Birleşmiş Milletler'in sorunlara yaklaşımı her zaman tutarlı olmadığı gibi etkisi de sınırlı kalmaktadır. Bu nedenle, hükümetler bugün için dış siyasa kararlarında dünya kamuoyunun tepkisine ancak bir ölçü içinde önem vermektedirler ki henüz bir devletin, dış politikasını, devletlerüstü kamuoyunun kendiliğinden bir hareketi sonunda, değiştirmiş olduğu olayına rastlanmamaktadır.(Yüksel 1994)



Bununla birlikte, "Türkiye gibi bir yandan Avrupa entegrasyon hareketine katılmak isteyen, öte yandan doğusundaki ülkelerle geleneksel bağlarını korumak durumunda olan, ayrıca jeopolitik durumu gereği sık sık uluslararası sorunlarla karşılaşan ve nihayet aleyhinde, haksız da olsa, bir çok tarihsel önyargılar bulunan bir devletin dünya kamuoyuna ve çeşitli devletlerin tepkilerine daha çok dikkatli ve duyarlı olması gerekir.(Ertem 1942:50) Bu da halkla ilişkileri, Türkiye için, diğerlerine oranla, daha önemli bir sorun haline getirmektedir.

Türkiye Dışişleri Bakanlığı'nda, dış siyasete destek sağlayıcı nitelikte halkla ilişkiler gereksinmesi ilk kez 1950'lerde kendini hissettirmeye başlamıştır. Daha önceleri, devletten devlete iletişim yalnız diplomasi kanalından, yani resmen olur, gerektiğinde kamuoyunu aydınlatıcı açıklamalar basına yapılırdı. Dış siyasete bir "TABU" idi.

1946'dan itibaren çok partili, çoğulcu demokrasiye geçiş görünümünde değişikliğe yol açmıştır. Basın dış ilişkiler hakkında daha çok bilgi edinmek istemeye başlamıştır. Öte yandan, "dünyadaki iletişim (haberleşme) patlaması da 1950'lerde olmuştur, iletişim araçları hızla gelişmiş ve yayılmış, haberler dünyayı sarmış, bir dünya kamuoyundan, onun duyarlılığı ve etkisinden söz edilmeğe başlanmıştır. Artık hiç bir ulusun köşesinde sessizce kalmasına olanak yoktu; aksine her ulus sesini duyurmak, dünya ile ilişkilerini artırmak istiyordu." (ASÖTS 1993:3)

İşte bu koşullar içerisinde Dışişleri Bakanlığı'nda ilk kez 1955 yılında bir Basın Sözcülüğü ve 1957'de de Kültür ilişkileri Dairesi kurulmuş, siyasal ve ekinsel tanıtma görevini üstlenmişlerdir.(Soysal 1972:137) Bu son derece önemli bir atılım olmuştur. Çünkü, Türkiye, hem son derece önemli olan stratejik yeri, hem Batı ve Doğu ekinleri arasındaki özel durumu, hem de ekonomik gelişmesi için gerekli uluslararası işbirliği zorunluluğu nedeniyle, etkin bir halkla ilişkiler siyasetine büyük gereksinmesi olan bir devlettir.

### **3.1.2. Uluslararası Halkla İlişkiler Yönetimi**

Uluslararası halkla ilişkiler "bir şirketin, kurumun ya da hükümetin diğer uluslar içindeki karşılıklı yarara dayalı ilişkiler kurmaları için geliştirdikleri planlı ve örgütlü çabaları" ifade eder.(Akt. Yıldırım 2006:57) Pek çok halkla ilişkiler tanımında yer alan karşılıklı yararın uluslararası halkla ilişkiler alanında vurgulandığı görülmektedir. Görüldüğü üzere, geliştirilen bu tanımda genel halkla ilişkiler tanımlarından farklılaşan tek yön, halkla ilişkiler faaliyetlerinde bulunan kişi ya da kurumun hedef kitlelerinin

yani kamusunun diğ er uluslar içindeki kişi, kurum ya da topluluklardan oluşmasıdır. Gruning ise daha genel bir yaklaşımla uluslararası halkla ilişkileri: ‘halka ilişkiler uzmanlarının pek çok ülkede çalışmasına olanak tanıyacak ya da işbirliği içinde çalışmasını sağlayacak geniş bir perspektif’ olarak tanımlar. Uluslararası halkla ilişkiler bu şekilde tanımlandığında çok uluslu şirketler kadar ulus devletler de uluslararası halkla ilişkilerin içerisine girmektedir.(Signitzer ve Coombs 1992:137) Kunczik de (2003:400) ulus devletler için halkla ilişkilerin “ülkenin yurtdışındaki imajını geliştirmek için çoğunlukla devlet tarafından amaçlanan çıkar amaçlı bilginin, planlı ve sürekli bir biçimde yayılması” anlamına geldiğini ifade eder.

Hükümete ait politikalar etrafında bütünlüğü ve rızayı inşa etmeye yardımcı olabilecek sembollerin üreticileri ve dağıtıcıları olarak güce sahip olan halkla ilişkiler çalışanları elbette birer propagandisttirler. Uluslararası gerilim ve çatışma zamanlarında hükümetin halkla ilişkileri, kamuoyunu yönetmenin ve potansiyel olarak halkın desteğini kazanamayacak kararların alınmasında rızayı sağlamanın yollarını araştıran, devletin daha geniş bir propaganda çabasının parçası haline gelir.(McNair’den akt.Yıldırım 2006:58)

Bu noktada, uluslararası platformdaki halkla ilişkiler çabaları için en ideal model olarak önerilen simetrik modele yöneltilen eleştiriler üzerinde durmak yararlı olacaktır. J. Gruning ve L. Gruning (1983) örgütlerdeki halkla ilişkiler uygulamalarına ilişkin kapsamlı çalışmalarında simetrik halkla ilişkilerin uygulandığı çok fazla örnek bulamadıklarından simetrik modelin öncelikli biçimde normatif bir teori olduğunu kabul etmişlerdir. Gruning halkla ilişkilerde birincil rolü, ‘müzakere, işbirliği ve arabuluculuk’ olarak önermektedir.(L’Etang 2002:73) Gruning daha ileri giderek ‘iki yönlü simetrik model, halkla ilişkilerde görüşme ve uzlaşmaya dayanmaktadır’ iddiasını ortaya atmakta ve bunu açıkça yaklaşımının çok önemli bir unsuru olarak tanımlamaktadır. Simetri, mükemmel ve daha etkili, barışçıl bir birarada varoluşla sonuçlanan örgütsel amaç olarak sunulmuştur.(Yıldırım 2006:60)

Gruning’e göre (2001:14-6) simetrik model her zaman başarılı olamaz, örgüt ve kamuları arasındaki işbirliğinde bazı kurumsal engeller, tarihi ve ideolojik engeller, güçlerdeki orantısızlık, toplumsal dinamikler, risk algısındaki farklılıklar, teknik karmaşıklık, siyasi ve kurumsal kültürler gibi sınırlılıklar söz konusudur. Gruning’e L’Etang(2002) tarafından yönlendirilen eleştiriler ağırlıklı olarak halkla ilişkiler sürecindeki katılımcıların eşit olmamasına ilişkindir. Aynı gerekçelerle dünya

üzerindeki uluslar arası ilişkiler ve siyasal iletişim faaliyetleri çerçevesinde ABD ve Avrupa merkezli bir belirleyiciliğin olması ve güç dengelerinin bu Batılı ülkelerin lehine seyretmesi uluslar arası halkla ilişkiler alanında da simetrik modelin ütopyik bir tasarımın ötesine geçemeyeceğinin kanıtı olarak gösterilebilir.(Yıldırım 2006:62)

L'Etang'a göre, Signitzer ve Coombs'un çalışmasının temel argümanlarından biri, 'uluslar arası halkla ilişkileri' konu edilen metinlerin esas odaklarının uluslar arası kamularla iletişimde bulunan çokuluslu örgütlerde çıkan problemlere yönelik olarak tamamen pratiğe dayanmasıdır.(L'Etang 2002:54) Bu konuya ilişkin geliştirilen bir başka yaklaşım da iletişim ve teknolojiye yaşanan devrimin ulus devletlerin de tıpkı eylemci (aktivist) gruplar gibi görülebilmesine olanak tanınmasıdır. Teknolojinin ulusal sınırlara rağmen iletişimi kolaylaştırması ve daha geniş bir kamuoyu yaratmasıyla birlikte, diplomsal ve halkla ilişkiler alanları da genişlemiştir. Signitzer ve Coombs, 'kamu diplomasisi' kavramı ya da eylemci grupların 'diğer ulus devletlere resmi belgeler göndererek ulus devletlerin imajları hakkında fikir uyandırdıkları' geleneksel diplomasi önerisinden çok, hükümetin dış politikadaki kararlarını biçimlendirmek amacıyla kamuoyunu etkilemeleri üzerine yoğunlaşmaktadır. Özellikle, 'katı' bir yaklaşım gösteren haber medyası aracılığıyla ve siyasal enformasyon yayma yoluyla 'iknayı ve propagandayı kullanarak' kamu diplomasisinin yabancı alımlayıcılar üzerinde etki yaratma çabasıyla nasıl kullanılabileceğini göstermektedirler. Buna alternatif olarak ise, kültürel, eğitsel ve sanatsal değiş tokuşun kullanımı yoluyla 'yaşam tarzı, siyasal ve ekonomik sistemsel ve sanatsal başarılar hakkındaki mesajları' iletebileceğini öngören geleneksel anlamda kültürel diplomasi olarak adlandırılan 'esnek' yaklaşım gösterilmektedir.(Yıldırım 2006:62)

Geleneksel diplomasi ve kültürel diplomasi arasındaki ilişkinin ele alınması konusunda eksiklikler mevcuttur, örneğin bu gibi örgütlerin alenen dile getirilen beyanlarından oldukça farklı ve 'katı' olabilen 'gerçek' amaçlarının belirlenmesinde merkezi hükümet ve kültürel kurumlar arasındaki fon düzenlemeleri kritik bir öneme sahip olabilmektedir.(L'Etang 2002:57)

İletişimle ilgili olarak söz edilen kavramların tümü, iletişim bağlamındaki alt yapı (siyasal sistem, ekonomik gelişim düzeyi, aktivizm düzeyi) yasal sistem ve medya sistemi gibi faktörlerle ilgilidir. Sermayenin giderek uluslararasılaşan yapısı, ulus devletler arasındaki hegemonik ilişki yapısı, giderek artan sayıda insanın yer değiştirmesi, göç olgusunun değişen karakteri, karmaşıklaşan iletişim teknolojileri gibi

zorluklar, halkla ilişkiler uzmanlarını -kültürel olarak farklı kamularla iletişim kurmaya zorlamaktadır.(Yıldırım 2006:63)

### **3.1.2.1. Etkili Süreç Yönetiminde İlişki Yönelimli Yaklaşımlar**

#### **3.1.2.1.1. Sriramash'a Göre Kişisel Etki Modeli**

Uluslararası halkla ilişkiler bir bakıma kültürlerarası halkla ilişkiler anlamına gelmektedir. Bu nedenle, uluslararası halkla ilişkilerde kültür, aktivizm (toplumun eylemselli düzeyi) ve medya gibi çevresel unsurlara bağlı olarak çalışmanın önemi vurgulanmaktadır.

Sriramesh, Kim ve Takasaki (1999), J.E.Gruning ve arkadaşlarının yaptığı araştırmadaki 'üst araştırma' yapısını kullanarak üç Asya ülkesindeki Hindistan, Japonya ve Güney Kore'deki halkla ilişkileri incelemişlerdir.

Halkla ilişkilerde 'üst araştırma' yapısının nasıl geliştirileceğine dair formel bir eğitimi süreci olmamasına rağmen, her iletişim araştırmacısının bu 'üst araştırma' yapılarına başvurmak zorunda olduğu belirtilir. İki tür 'üst araştırma' yapısı tanımlanmaktadır. Rogers'a göre(1985) ilk tür üst araştırmada, orijinal ve ilk elden verileri toplamak ve analiz etmekten ziyade daha genel sonuçlar çıkarmaya yönelik olarak nicel verileri karşılaştırmalı olarak yeniden analiz etmeye dayalı çalışma biçimidir. Rogers'ın kastettiği ikinci tür üst araştırma yapısında, araştırmacıların nitel yöntemlerle topladığı ilk elden bulguların toplamı yer almaktadır.(Yıldırım 2006:64)

Sriramesh vd. 1999'da gerçekleştirdiği çalışmalarında Hindistan, Güney Kore ve Japonya'da daha önce bağımsız olarak yürüttükleri nitel ve nicel araştırma verilerini karşılaştırmaktadırlar. Öncelikli olarak kültür kavramını tanımlamakta ve üç ülkedeki halkla ilişkiler üzerinde kültürün etkilerini saptmaya çalışmaktadırlar. Daha sonra ise J.E. Gruning'in halkla ilişkiler modellerini kullanarak bu ülkelerdeki halkla ilişkiler uygulamalarının yakın olduğu eğilimini ortaya çıkarmaktadırlar. Araştırma sonuçlarına göre, her üç ülkede de basın ajansı/duyurma modeli en sık olarak kullanılan modeldir. Güney Kore'deki halkla ilişkiler uzmanları iki yönlü halkla ilişkiler modellerini uygulamak istemekte ancak yine de basın ajansı/duyurma modeli ile kamusal enformasyon modellerini uygulamaktadırlar. Ayrıca bu üç ülkede bu iki modele ek olarak halkla ilişkiler faaliyetlerinin çoğunun yürütülmesinde 'kişisel etki modeli' kullanılmaktadır. Halkla ilişkiler uzmanları çalıştıkları örgütlerin yararına olacak çözümler geliştirebilmek adına, hükümetteki karar verici pozisyonlarda olanlar, medya

ilişkilerini yürütenler ve vergi memurlarıyla belli bir düzlemde iletişimde bulunmak durumundadırlar. Bu üç kültürde de halkla ilişkiler uzmanları önemli kamularla iletişim kurarak yeme içme kültürünü, hediye vermeye ilişkin kültürel kodları aracı kılmaktadırlar.(Yıldırım 2006:64)

Sriramesh tarafından geliştirilen ‘kişisel etki modeli’ J. Gruning ve Hunt’ın da daha önce geliştirdikleri basın duyurusu, kamusal enformasyon, iki yönlü simetrik model ve iki yönlü asimetrik modelden oluşan dört halkla ilişkiler modelini genişletmiştir. Halkla ilişkilerin bu beşinci modeli halkla ilişkiler uzmanlarını, ‘hükümet düzenlemelerini sınırlandırmak, hükümetin onayını kazanmak ve kuruluşun başında pozitif bir şekilde yer almasını sağlamak için dışsal kamularla iyi ilişkiler kurmaya çalışan kişi’ olarak tanımlar. Böylelikle halkla ilişkiler uzmanları ‘kişisel etki ilişkilerinde’ bulunmuş olurlar. Hatta Siramesh, gelişmekte olan ülkelerin pek çoğunda, örgütlerin kitlelerin, kamuların tutumlarını gözardı ederek, gazetecilerin ve hükümet yetkililerinin tutumlarına odaklandıklarını belirtir. Kişisel etki modeli, pek çok ülkede “en yaygın iletişim tekniğidir.”(Taylor’dan akt.Yıldırım 2006:64)

Halkla ilişkilerin bu uluslararası modeli uzmanları, hükümet düzenlemelerini sınırlandırmak için dışsal kamularla iyi ilişkiler geliştiren, hükümetin onayını sağlayan, basında pozitif bir şekilde yer almayı sağlayan kişiler olarak tanımlanmaktadır. Gelişen dünyada pek çok ülkede, örgütler kamunun tutum ve eylemleri yoluyla sınırlandırmalara maruz kalmaktadırlar. Bu ülkelerde halkla ilişkiler uzmanları anahtar kamular olarak gazetecilere ve bürokratlara odaklanmaktadır.

### **3.1.2.1.2. Lyra’ya göre Kültürel Yorumsamacı Model**

Kültürel yorumsamacı model Yunanistan örneği üzerinden geliştirilmiştir. Lyra, *Public Relations in Greece: Model, Roles and Gender* (1991) konulu yüksek lisans tezinde çokuluslu kuruluşların faaliyet gösterdikleri ülkelerdeki iletişim çabalarına kültürel duyarlılık katabilmek için yerel uzmanlardan yararlandıklarını ortaya koymuştur.(Sriramesh vd’den akt.Yıldırım 2006:65)

Kültürel yorumsamacı model başka bir ülkede faaliyet gösteren ve ev sahibi ülkenin dilini, kültürünü, geleneklerini ve politik sistemini öğrenmek için yeni insanlara ihtiyaç duyan örgütler tarafından kullanılmaktadır. Bu iki yeni model halkla ilişkilere yönelik ‘ilişki yönelimli’ yaklaşımları yanıtır. Gruning’in geliştirdiği dört model ve bu

iki yeni model pek çok ülkedeki dinamik halkla ilişkiler uygulamasını açıklamaya yardımcı olmaktadır.

Yıldırım'a (2006) göre, bir ülkedeki kültürel yapı ve toplumsal sınıflar, kişisel ilişkilerin doğası, medya yapısı ve güvenilirliği, ülkenin ekonomik gelişmişlik düzeyi, ulus inşasının aşamaları, bireylerin bağlılık ve uyum düzeyi, kolonyalizm tarafından yaratılan elit tabakaların varlığı gibi faktörler halkla ilişkilerin ortaya çıkışını ve ulaştığı düzeyi doğrudan etkilemektedir.

Halkla ilişkiler faaliyetlerinin uygulanma amaçlarına bakıldığında da, ABD'de ve Avrupa ülkelerinde halkla ilişkiler faaliyetleri özel sektördeki örgütlerin çevrelerindeki stratejik kamularla kurduğu iletişim üzerine yoğunlaşırken, gelişmekte olan ülkelerde hükümetin ulus inşası programlarından ve ülke çapındaki iletişim kampanyalarından bağımsız düşünemediği görülmektedir. Kısacası, ilkinde bir ilişki inşası süreci hedeflenirken, ikincisinde kısa dönemli davranış değişikliği yaratmayı amaçlayan tek yönlü programlar tasarlanmaktadır.(Yıldırım 2005:180)

Açıktır ki, uluslararası halkla ilişkiler uygulamaları pek çok ülkeye büyük kuruluşlar tarafından getirilmiştir. Bu örgütler halkla ilişkileri büyük ölçüde *'rıza mühendisliği'* nin bir aracı olarak kullanmışlardır. Ve de reklama ve pazarlamaya da yardımcı bir unsur olarak yaklaşmışlardır. Tüm bu gelişmelere koşut olarak uluslararası halkla ilişkilerin yenilenmesine dönük bir gereksinimin varlığı tartışılmazdır. Uluslararası ilişki ve iletişim yönetimi uzmanlarının yabancı ülkelerin kültür ve değer sistemleri, siyasal ve hukuki yapıları, ekonomik sistemlerinin felsefesi ve uygulama boyutları üzerinde daha bilinçli hareket etmeleri büyük önem taşımaktadır.

## BÖLÜM 2

# YENİ DÜNYA DÜZENİNDE ULUSLARARASI YAPILANMADA KAMU DİPLOMASİSİ VE İLETİŞİM PARAMETRELERİ

## 1. ULUS-DEVLETLERİN KURULUŞU İLE BİRLİKTE GELİŞEN YENİ DÜNYA DÜZENİ

### 1.1. Uluslararası Yapının Dönüşümleri

20. Yüzyılla birlikte uluslararası düzlemde karşılıklı ilişki yönetimi üzerine bilimsel nitelikli çalışmalar yoğunluk kazanmaya başlamıştır. İlgili araştırmaların odağında *devlet*, *siyaset* ve *iktidar* olguları önemli bir yer tutmaktadır. Klasik Siyaset Bilim anlayışı ‘devlet’i siyasal bilimin ana konusu olarak tanımlamıştı. Oysa ki, siyasetin yalnızca devletle ilişkili bir olgu olmadığı, toplum hayatının geniş evrenini etkilemesi nedeniyle devleti aşan bir kavram olma özelliği taşıdığı gündeme getirilmiş ve II. Dünya Savaşı sonrası UNESCO önderliğinde 1950 yılından itibaren düzenli olarak yapılan toplantılarda siyasal bilimcilerin büyük bir çoğunluğu Siyaset Biliminin ana dinamik kavramının *devlet* değil, *iktidar* olduğu noktasında birleşmişlerdir.(Kapani 2005:24-9)

Van Dyke siyaseti, kamuyu ilgilendiren sorunlarda kendi tercihlerini kabul ettirmek, uygulamak, başkalarının tercihlerini engellemek üzere çeşitli aktörelere yürüttükleri mücadele olarak tanımlarken, David Easton ise maddi ve manevi değerlerin otoriteye dayanılarak dağıtılma süreci olarak ifade etmektedir.(Turan 1983:67) Siyaset, kavramsal olarak üzerinde tam bir görüş birliğine varılamamış olmakla birlikte bazen bir çatışma alanı ve mekanizması olarak görülürken bazen ise toplumsal ahengi sağlayan işbirliği ve uzlaşma mekanizması olarak belirtilmiştir.(Arı 1999:3)

Bu bağlamda, siyasetin uygulama alanının ulusal sınırların dışına çıkarak devletlerarası bir nitelik kazanması, ulus kavramının ortaya çıkışının hemen sonrasına rastlamaktadır. Modern anlamda devlet, sınırları belirlenmiş bir ülke toprağı üzerinde bulunan bir hükümetle yönetilen ve hukuksal bakımdan egemen olan siyasal örgütlenme olarak tanımlanmaktadır.(Arı 1999:8)

Devlet kavramının olmazsa olmaz gereklerinden biri olarak kullanılan egemenlik kavramı ise devlet kavramının ayrılmaz bir parçası, devletin ülke toprakları üzerinde yönetme yetkisini kullanması gücü olarak ifade edilmektedir. Klasik doktrine

göre devleti ona benzeyen kuruluşlardan, topluluklardan ayıran en önemli nitelik egemenliktir.(Daver 1969:182)

Zaman zaman uluslararası terimi egemen devletlerarası terimi ile anlamdaş kullanılmıştır.(Yavaşgel 2009:4) ‘Uluslararası’ kavramı, öncelikle hukukun bir dalı olarak uluslararası alandaki ilişkileri düzenleyen kuralları içeren uluslararası hukuku ifade etmek için tercih edilmiştir. Ancak 19. Yüzyılın ortalarından itibaren küreselleşme sürecinin de etkisiyle, hükümetler veya çeşitli gruplar arasında artarak devam eden haberleşme, ticaret, maliye, tarım, sağlık, spor, bilim, felsefe, eğitim, silahsızlanma ve barış gibi konularda söz konusu ilişkilerle ‘uluslararası’ kavramının anlamı genişlemiştir. Ekonomik serbestlik, siyasi şeffaflık, kültürel ilişkilerin artması olarak görülen küreselleşmenin cereyan ettiği alanı tanımlamak için kullanılan uluslararası kavramı sadece ulusları değil aynı zamanda devletler, hükümetler ve halklar arasındaki ilişkileri de kapsar hale gelmiştir.(Arı 1999:10)

Uluslararası ilişkiler kavramı uluslararası politika ve dış politika kavramlarının her ikisini de içeren daha geniş kapsamlı bir terim olarak ifade edilmiştir.(Arı 1999:10) “(...) Bir dış yardım konusu uluslararası ilişkiler açısından ele alındığında, yardımın amacı, türleri ve sonuçları bir bütün olarak incelenmeye çalışılır. Oysa aynı konu uluslararası siyaset çerçevesi içinde ele alındığında, dış yardım yalnızca siyasal amaçlı olduğu ve/veya siyasal amaç doğurduğu ölçüde incelemeye alınacaktır.(...)”(Yavaşgel 2009:4)

Uluslararası politika kavramının yerine de kullanılan uluslararası ilişkiler kavramı, devletler, hükümetler ve halklar arasındaki siyasal, ekonomik, ticari, mali askeri, kültürel, toplumsal vb. tüm ilişkileri içine almasından dolayı daha geniş bir kapsama sahiptir ve bu haliyle uluslararası politikadan daha kapsamlıdır.(Arı 1999:12) Bu nedenle devletlerin, uluslararası kuruluşların, diğer uluslararası aktörlerin ve halkların birbirleriyle temasları ve karşılıklı etkileşimlerini incelemektedir.(Kürkçüoğlu 2012:3)

Daver, ‘milletlerarası ilişkiler’ başlığı altında kullandığı uluslararası ilişkiler kavramının çok geniş bir alanı kapsadığını, dünya tarihi, siyasal coğrafya, mahalli ve bölgesel, ekonomik, psikolojik, sosyolojik çalışmaların bu alan içinde yer aldığını belirtmiştir. Benzer şekilde milletlerarası ilişkiler alanının hukuk, diplomasi tarihi, askerlik bilimi, milletlerarası politika, milletlerarası kuruluşlar, milletlerarası ticaret, sömürge yönetimleri ve dış ilişkilerin yönetilmesin (diplomasi)’den oluştuğu vurgulanmıştır.(Daver 1969:75)



Uluslararası politika, uluslararası siyasal etkileşim sürecine ulusal birimlere oranla daha geniş bir açıdan bakar ve uluslararası yapının tümünü kapsar. Devletlerin dış politikalarının basit bir toplamından ibaret olmayıp bu sürece etki eden devlet dışındaki diğer uluslararası organizasyonlar ve onların etkilerini de göz önünde bulundurur.(Kürkçüoğlu 2012:3) Dış politika, uluslararası siyasal sorunlarla bir devletin ya da genel olarak devletlerin amaçları, hedefleri ve davranışları açısından ilgilenirken, bir devletin uluslararası sisteme ya da diğer devletlere tutumunu inceler.(Arı 1999:12) Dış politikadan söz edildiğinde esas olan unsur sınırların içi ve ötesi olgusudur.

Bu ülke içi çevre, siyasetin yapıldığı arka plan koşullarını oluştururken uluslararası ve dış çevre ise dış politikanın fiilen uygulandığı alanları kapsamaktadır. İç çevreyi oluşturan ögeler kaynak zemini, ülkenin coğrafi konumu, ekonomik ve kalkınmışlık düzeyi, demografik yapısı, ideolojik ve temel değerleri olarak sıralanırken bu unsurlar dış politika yapım sürecini de biçimlendirerek ülke içi kamuyu ve bu aktörleri dış politikanın bir parçası haline getirir.(Evans vd.2007:161) Sonuçta, uluslararası sistemde yer alan tüm devletlerin en temel amacı varlığını korumalarıdır. Bu temel amacı gerçekleştirebilmenin temel koşulu da sosyal, siyasi, askeri ve ekonomik tamamlayıcıların gerçekleştirilmesi şeklinde belirtilmiştir.(Yavasgel 2009:10-11)

Dış siyasetin hareket noktası ulusal çıkarlardır; hedef ise barışın korunması, yabancı devletlerle iyi ilişki ve işbirliğinin geliştirilmesidir.(Yavasgel 2009:6) Diğer amaçlar da halkın genel ve özel gereksinimlerini karşılamak, prestijlerini artırmak olarak gösterilmektedir.(Gönlübol 2000:89) Daver ise milletlerarası politikada devletlerin birbiriyle iktidar, prestij, üstünlük, imtiyaz için savaştıklarını ve çatıştıklarını ifade etmiştir.(Sönmezoglu 1989:126)

Morgenthau, uluslararası politikada devletlerin ulusal çıkarlarını güç ile tanımlamıştır. Devletin ulusal çıkarının en önemli ögesi gücünün artırılması olarak belirtilirken, devletlerin en temel çıkarı fiziksel, siyasal ve kültürel bütünlüklerini diğer devletlere karşı korumaları olarak belirtilmiştir.(Daver 1969:75) Dış politikada, "rasyoneldavranış, amaçlarla araçlar arasında bir iletişimin kurulmasını gerektirmekte ve çoğu kez eldeki araçların, seçilecek amaçları tayin ettiği" vurgulanmaktadır.(Daver 1969:55)

Uluslararası ilişkiler alanında dış politika amaçlarını (varlığını sürdürme, güvenlik, refah, güç, prestij vb.) gerçekleştirmeye çalışan devletler daha önce bunu dış işleri ve hükümet yetkilileri, çoklu uluslararası örgütlenmeler yoluyla gerçekleştirmeye

çalışırken günümüzde bu aktörler önemli ölçüde değişmiş, ülkeler sadece devletler ve diplomatik misyonlar aracılığıyla değil uluslararası resmi ve gayri resmi örgütlenmeler, kar amaçlı ve gönüllü organizasyonlar, baskı grupları, iç ve dış kamular, vatandaşlar ile ilişki ve iletişim kurarak elde etme yoluna gitmektedirler.(Yavaşgel 2009:6)

### **1.1.1. Uluslararası İlişkiler Kuramları ve Diplomasi**

Uluslararası politikaya yönelik bilimsel çalışmalar 20. yüzyılla birlikte başlamıştır. 18. ve 19. Yüzyıl Avrupa'sında askeri, stratejik, düşünsel, diplomatik ve uluslararası hukuk konularında çalışmalar yapılmakla birlikte devletlerin dış politikalarıyla ilgili derinlemesine çalışmalar mevcut değildir.(Gönlübol 2000:5) İlk defa 18.yy'ın sonlarında Jeremy Bentham tarafından kullanılan 'uluslararası' kavramı, uzun süre egemen devletler arasındaki ilişkileri düzenleyen kuralları da içeren uluslararası hukuku ifade etmek için kullanılmıştır.(Arı 1999:xxi)

Vestefalya Barış Antlaşmasının imzalandığı 1648 yılı ile I. Dünya Savaşı'nın başlangıcı olan 1914 yılı arasındaki üç yüz yıla yakın süre, diplomasi, güç dengesi ve uluslararası hukukun önemli bir gelişim gösterdiği döneme işaret etmektedir. Bu dönemle birlikte hemen hemen tüm politik düşüncelerin odağına yeni kurulmaya başlayan '*egemen ulusal devlet*' yerleşmiştir. Uluslararası ilişkilerin uluslararası hukuk, siyasi teori ve diplomasiden farklı bir alan olarak gerçek anlamıyla kuruluşu ise 1919 yılında Wales Üniversitesi'nde ilk kürsünün kurulmasıyla gerçekleşmiştir. Bu kürsüyü Amerikan Başkanı W.Wilson'ın adını taşıyan Wilson Chair of International Politics, 1923'te London School Economics ve 1930'da Oxford Üniversitesinde kurulan kürsüler izlemiştir. (Arı 1999:10)

II. Dünya Savaşı öncesi ve sonrası uluslararası antlaşmalar, uluslararası örgütlenmeler, güvenlik, diplomasi, propaganda ve yayılma gibi konularda araştırmalar artış göstermiştir.(Gönlübol 2000:4) Bu dönemde uluslararası ilişkilere yönelik çalışmaları artıran olaylar özellikle ABD'nin küresel bir güç olarak ortaya çıkışıyla birlikte izlediği uluslararası çıkar faaliyetleri, uluslararası örgütlerde yer alma arayışları, ulusal savunma politikası geliştirmesi, dış yardımlarda bulunması olarak sıralanmıştır.(Arı 1999:xxiii)

Bu süreçte geliştirilen yaklaşımlar idealizm, realizm, davranışçılık, neorealizm, neoliberalizm, dünya sistemleri teorisi, küresel yönetim, çoğulculuk, uluslararası toplum teorisi, feminist teori, eleştirel kuram ve post-modernizm olarak sıralanabilir. Ancak uluslararası politikaya damgasını vuran iki temel yaklaşım realizm ve idealizm

olmuştur. Bugün ise çoğulculuk yaklaşımının politik ve toplumsal sisteminin açıklanmasında bir üçüncü yaklaşım olarak etkisini gösterdiği vurgulanmaktadır.(Arı 1999:xxiv)

Özellikle, iki dünya savaşı sonrasında Batıda ve özellikle ABD’de uluslararası politikanın ele alınmasında idealizmden gerçekçiliğe yani güç ögesine bir dönüş yaşanmıştır. Bu görüşün temel varsayımı uluslararası ilişkilerde en önemli ögenin güç ve çıkar olduğu olmuştur.(Davutoğlu 2001:15)

Gerçekçi kurama göre uluslararası politikanın temel özelliği hiçbir devletin bir diğerine güvenmemesi, sadece kendi öz varlığını koruma ve geliştirme amacına yönelik bir politika izlemesi olarak belirtilmiştir.(Sönmezoğlu 2005:12) Klasik realizm politika bağlamında güç kavramını caydırıcılık yeteneği olarak yorumlarken, Morgenthau gücün diğer maddi unsurlarını (coğrafya, doğal kaynaklar ve endüstriyel kapasite gibi) güçle ilişkilendiren asıl unsurun askeri hazırlık derecesi olduğunu vurgulayarak bu caydırıcılık yeteneğini güç ile bağlantılandırmıştır.(Özdemir 2012:127)

Uluslararası ilişkileri siyasal güce dayanarak açıklayan en kapsamlı kuram Hans J. Morgenthau’ya aittir. Uluslararası politikayı bir güç ve iktidar mücadelesi olarak gören düşünür, varılmak istenen son amacın niteliğinden bağımsız olarak politikada ilk amacın her zaman güç olduğunu öne sürmüştür. Morgenthau’ya göre devlet uluslararası alanda esas itibarıyla üç tür politika izlemektedir. Bunlar; statüko politikası, yayılma-emperyalizm politikası ve prestij politikası olarak sıralanmaktadır. Bunlardan sonuncusu, yani prestij politikası, devletin sahip bulunduğu gücü göstermek için yaptığı girişimler ve gösterilerdir; ilk ikisi ise bu gücü sürdürmek ve artırmakla ilişkili politiklardır.(Özdemir 2012:127)

Ancak gücün yalnızca şiddete ya da zorlamaya dayalı bir kavram olmadığını vurgulayan Morgenthau askeri güçle siyasal güç arasında bir ayrım yaparak siyasal gücü, insanın diğer insanların düşünce ve davranışları üzerindeki kontrolü olarak tanımlamış ve bunun psikolojik bir ilişki türü olduğunu belirtmiştir. Gücü yansıtan psikolojik ilişkide taraflardan birinin diğerinin isteklerini yerine getirmesini sağlayan unsurları ise fayda beklentisi, dezavantaj korkusu ve kişi ya da kuruma duyulan saygı veya sevgi olarak sıralamıştır.(Gönlübol 2000:5)

Amerikan hegemonyasının temel kuramı olarak belirtilen realizm, II. Dünya Savaşı’ndan bugüne modernizm düşüncesi temelinde 1980’lerden itibaren siyasi olarak demokrasi, ekonomik olarak gelişme (kalkınma), 1990’lardan bu yana ise kültürel olarak iletişim (diyalog) projesi adı verilen üç alt konsept ve pratikte uygulama alanı bulmuştur.(Yılmaz 2012:204)

Uluslararası ilişkilerde uluslararası sistemi örgütlenmeler yolu ile açıklayan, devletlerin birbirleri ile olan sorunlarını uluslararası hukuk kuralları çerçevesinde çözebileceklerini düşünen ve bu yolla da sürekli bir barış ortamının yaratılmasının sağlanabileceğine inanan idealist kuram uluslararası ilişkilerde ağırlığı hissedilen bir diğer düşünce olmuştur.(Arı 1969:3) Gerçekçi kuramın tersine idealist kuram, insan doğasının iyi olduğunu, olumsuz davranışlara sebep olan faktörlerin savaş dahil insanlardan değil kötü toplumsal düzenlerin varlığından kaynaklandığını, uluslararası sistemin en kötü yönünü oluşturan savaşların kaçınılmaz olmayıp bunları ortaya çıkaran faktörlerin kurumsal örgütlenmeler ile denetim altına alınabileceğini savunmaktadır. Uluslararası ilişkilerin hukuk ve değer boyutunu ön plana çıkaran idealist kuram ulus devletleri hukuki muhatapları olarak görmüştür.(Davutoğlu 2001:16) Bu görüşlerle birlikte idealist kuramın eleştirildiği temel nokta olması gereken ideal durumla çok fazla ilgilendiğinden mevcut ilişkileri ve yapıları anlatmakta güçsüz kalması olmuştur.(Sönmezoglu 2005:12)

Bu iki kuramın dışında uluslararası politikada farklı yaklaşımlara da rastlanmıştır. Güç kavramından ya da normatif öğelerden çok neden sonuç ilişkilerine önem veren, siyasal insanı psikolojik güdülerini ve sosyolojik bakımdan koşullanmış biçimiyle görmeye ve anlamaya çalışan, siyasal aktörlerin davranışlarını etkilediği kabul edilen görünümünden, bilgi yapısından, bilme ve kavrama özelliklerinden oluşan imaj değişiklikleri öne çıkaran görüşler olmuştur. Diğer taraftan klasik anlayışın formalistik yapısına karşılık ulusal özellikler, devlet, gerçekçilik, egemenlik ve diğer kavramlara, soyutlamalara daha çok önem verilmiştir. Bu yeni yaklaşımı benimseyenlere göre devlet, dış politikada bir karar verme süreci, egemenlik ise görece bir güç ve kudret olarak kabul edilmiştir.(Gönlübol 2000:5)

Öte yandan, psikoloji alanındaki çalışmalar 20. Yüzyılın başlarında uluslararası politika alanında davranışçı kuramı ortaya çıkarmıştır. Davranışçı akımın alana en önemli katkılarından biri karar alma teorisinin uygulamalarda dikkate alınmaya başlanmasını sağlamış olmasıdır.

Uluslararası ilişkilerde bir diğer yaklaşım olan, devletlerin davranışlarını şekillendiren temel unsur kanılar/fikirler (ideas) ve çıkarlardır düşüncesini savunan konstrüktivist yaklaşımda ise, çıkarı maddi güçle özdeşleştiren realizm gibi hareket edilmeyip, aksine çıkarlar, fikir ve kanılarla ilişkilendirilmektedir.

Uluslararası politikayı sadece devletlerin dış politikalarını ve aralarındaki ilişkileri incelemek olarak gören devlet merkezli görüşe karşı ortaya çıkan çoğulculuk görüşüne göre ise, uluslararası politika incelemelerinde, devletler arasındaki siyasal sınırların öneminin giderek azalması, iç ve dış politika arasındaki ayrımın oldukça

güçleşmesi, uluslararası siyasetin ekonomik olaylardan daha fazla etkilenmesi gibi varsayımların ön plana çıktığı vurgulanmaktadır.(Sönmezoğlu 2005:12)

Soğuk Savaşın sona ermesiyle birlikte ABD ve Batı dünyasının desteklediği liberal değerler öne çıkmış uluslararası politikayı etkileyen bu yeni süreçte yeni-liberalizm, klasik liberal düşünceler ile bir sentez oluşturmuştur. Barış, refah, ilerleme, kalkınma bu yeni bakış açısının öne çıkardığı değerler olmuştur. Düşünsel alanda da bu paradigma destek bulmuş, Francis Fukuyama çok tartışılan “tarihin sonu tezi”ni öne sürmüştür. Bu teze göre liberal demokrasiler siyasal evrimin son aşaması olarak görülmekte, tarihteki siyasal yenilenmenin sonunun geldiği belirtilmektedir. Aynı dönemde Samuel Huntington ise Fukuyama’nın aksine, iki kutuplu sistemin sona ermesi ve liberal değerler sisteminin galip gelmesiyle mücadelelerin sona ereceği kanısında değildir. Mücadelenin bir başka biçimiyle devam edeceği, ideolojilerin yerini uygarlıklar arası mücadelenin alacağı öne sürülmüştür. Düşünüre göre bu mücadele başta İslam olmak üzere doğu uygarlıkları ile batı uygarlığı arasında geçecektir.(Sönmezoğlu 2005:12)

Bu şekilde artık mücadelenin sert güce dayanan ideolojilerle değil, kültürlerarasında yaşanacağı varsayılmaktadır. Tarihe 9/11 terör olayları olarak geçen ve birçok yeninin miladı olarak belirtilen dönemde temelde ABD savunma politikasının uluslararası ilişkiler ve terörizme karşı küresel savunma bilinci yaratmayı amaçladığı gözlemlenmiş, ‘*war on terörizm*’ bu yeni mücadele biçiminin adı olmuştur.(İnan 2012:63)

Soğuk Savaşın ortadan kalkması ve doğu bloğunun dağılmasından sonra dünyayı entegre bir bütün haline getirme yönünde yeni düşünsel eğilimler ortaya çıkmıştır. Dünyayı ekonomik, politik, teknolojik ve kültürel olarak birbirine entegre eden bir süreci ifade eden globalleşme, bütün sorunların global boyutta ele alınarak tartışılmasını ve ortak çözümler üretilmesini zorunlu kılmıştır. Küreselleşme olarak da nitelendirilen yeni düzende yükselen değerler arasında yer alan *demokrasi, hukukun üstünlüğü, insan haklarına saygı, azınlık haklarının korunması, çevre duyarlılıkları, küresel sorunlara karşı ortak mücadele, terörizm ve suça karşı ortak işbirliği* gibi ortak beşeri değerler uluslararası politikanın en çok kullanılan ve devreye sokulan konuları olmuştur.(Ertürk 2010:28) Dış politika bağlamında meydana gelen irade oluşumu artık sadece devlet temsilcilerinin değil çok farklı siyasal ve kültürel katmanların tercihlerini de yansıtmaktadır.(Bauman 2000:129)

Günümüzde siyasal rejimler ne olursa olsun, kamuoyları karşısında daha dikkatli olmak, gerçeklere daha fazla yaklaşmak, daha sık ve inandırıcı açıklamalar yapmak zorundadırlar. Bugün artık, ekonomik kalkınma, teknolojik gelişme, endüstriyel kalkınma ve askeri güç devletlerin uluslararası sistemde statülerini belirleyen başlıca etmenler arasında yer almaktadır.(Yavaşgel 2009:1-6)

Dolayısıyla, modernleşme sonrası yani postmodern dönemin belli başlı özellikleri iç ve dış politika arasındaki farkın ortadan kalkması, devletler arasındaki sınırların önemini yitirmesi, şeffaflığa dayanan güvenlik anlayışı, devletlerin içişlerine karışma, karşılıklı bağımlılık ve karşılıklı saldırılara açık olması olarak sıralanmaktadır. Uluslararası politikada gerçekçi yaklaşıma göre ana aktör yalnız devlet iken, çoğulcu görüşe göre ise devletin yanı sıra devlet dışı aktörler de vardır ve bu aktörler devletin otoritesini önemli ölçüde sarsmaktadır. Ulus devletlerin geleneksel görevleri büyük ölçüde ulus üstü ve ulus altı kurumlara devredilmekte, devletlerin her şeyi tek elden yönetmeleri söz konusu olmamaktadır.(Tuncer 2009:132)

Bu süreçte en önemli aktörden biri olarak ortaya çıkan ulusal ve uluslararası sivil toplum örgütleri (STK), ulusal ve (INGO) uluslararası; kar amaçlı olmayan; ekonomi, çevre, sanat, teknoloji, eğitim, gençlik, kadın hakları ve insani yardım vb. alanlarda faaliyet gösteren örgütler olarak tanımlanmaktadır. Devlet üstü örgütler olarak da nitelendirilebilecek bu aktörler devlet alanını kısıtlarken, bir amaca yönelik olarak kurulabileceği gibi birden fazla amacı da kapsayarak küresel-bölgesel, yeni üyeliklere açık-yeni üyeliklere kapalı, ekonomik nitelikli olan-ekonomik nitelikli olmayan gibi birçok farklı ayrımlara tabi olabilmektedir.(Sönmezoğlu 2005:57) Bu durum siyasal yapıda da, politikada da yeni bir 'ötesi' çağı olarak nitelendirilmekte, günümüzdeki çağın adı ise '*egemen devlet ötesi çağ*' olarak belirtilmektedir.(Yavaşgel 2009:10)

Uluslararası ilişkilerde faaliyet gösteren, devlet ve hükümetlerin kararları ve faaliyetleri üzerinde baskı gücü oluşturmaya çalışan sivil toplum örgütleri ve değişik gruplar ekonomik, siyasi, dini ve etnik gruplar olabileceği gibi başka nitelikte ve amaçlar etrafında oluşabilmektedir. Bu örgütlenmeler doğrudan devletlere ve iş çevrelerine politikalarını değiştirmeleri için baskı ve lobi çalışmaları gerçekleştirirken, dolaylı olarak hükümetlerin ve şirketlerin karar ve uygulamalarına dair kamu görüşlerini değiştirebilmektedirler. Bazı yazarlara göre uluslararası ilişkilerde temel aktör bireylerdir.(Sönmezoğlu 2005:36)

21. Yüzyılın uluslararası sistemi bir tarafta bölünmeler diğer tarafta artan küreselleşme ile görünüşte bir karşıtlıklar sistemi şeklinde oluşurken, devletler arasındaki ilişkiler ise 18. ve 19. Yüzyılın Avrupa sistemine benzer şekilde soğuk savaşın katı kalıplarından çok başta ABD, Avrupa, Çin, Japonya, Rusya, Hindistan gibi altı büyük güç ve diğer küçük ve orta büyüklükte devletlerin oluşturacağı '*yeni düzen*' şeklinde biçimlenmektedir.(Spybey 1996:6) Yeni dünya düzeninin yapısını, "(...) bir

*tarafından soğuk savaşın son bulmasıyla barış, demokrasi, özgürlük, insan hakları rüzgarları eserken; öte taraftan da etnik çatışmaların artış gösterdiği, sınırların tartışıldığı, endişe veren bir dünya. Berlin Duvarı'nın yıkıldığı, Demir Perde'nin ortadan kalktığı, Almanya'nın birleştiği, Yugoslavya'nın parçalandığı, Balkanlar'ın ve Ortadoğu'nun kaynadığı, İsrail ile Araplar'ın diyalog kuramadığı çelişkiler dünyası (...)*” şeklinde özetlemek olasıdır.(Yavaşgel 2009:10)

Kısacası, devletlerarası ilişkileri şekillendiren dış politika, yüzyıllar boyu kapalı kapılar ardında gerçekleştirilen siyasal alanın sihirli kutusu olarak kabul edilirken, bugün dünyadaki gelişmelere koşut olarak dış politika görünümünün hem biçimi hem de içeriği değişmiştir. Teknolojik yenilikler ve demokratikleşme dış politikayı yalnız seçkinlerin girebildiği yasak bölge olmaktan çıkarırken, dış politika denince ilk akla gelen diplomasi, demokratik toplumlarda kapılarını dünyaya aralamış ve daha şeffaf bir hal almıştır.(Yavaşgel 2009:6)

### **1.1.2. Uluslararası İlişkilerin Kavramsal ve Kuramsal Perspektifinde Barış Paradigmaları**

San Fransisco’da 1945 yılında imzalanan BM Şartında örgütün en önemli amacı, ‘uluslararası barış ve güvenliği sağlamak’ olarak belirtilmiştir. Ancak, BM Şartı yazılırken düşünülen kolektif güvenlik sistemi hayata geçirilememiştir. Bunun en önemli “nedeni örgütün emrinde olması planlanan silahlı kuvvetlerin oluşturulamamış olmasıdır. BM Güvenlik Konseyi’nde bulunan daimi üyelerin askerî temsilcilerinden oluşan askeri Komite 1946-47 yıllarında böyle bir silahlı kuvvetin kurulması için görüşmeye başlamış; ancak gerek gücün kapsamı, gerekse niteliği üzerinde baş gösteren fikir ayrılıkları yüzünden bu proje gerçekleşmemiştir.”(Güngör 2008:7)

1986 yılında, “silahların indirimi anlaşmalarının sonuçlandırılması, Berlin Duvarı’nın yıkılması, Almanya’nın birleşmesi, Doğu Avrupa’daki rejim değişiklikleri, Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği’nde komünizmin çökmesi ve Bağımsız Devletler Topluluğunun ortaya çıkması gibi Gorbaçov dönemi ile başlayan değişiklikler BM’yi tamamıyla farklı bir duruma taşımıştır.”(Roberts vd. 1993:428)

1990’ların sonuna gelindiğinde ise barış gücü küresel siyasette üçüncü nesil barış gücü operasyonlarıyla gündeme gelmiştir. Geniş kapsamlı şekilde sivil unsurlar da müdahalelere dahil edilip ‘barış destek operasyonları’ adı verilen çalışmalar yürütülmeye başlanmıştır. Bu amaçla da yeniden yapılanma çerçevesinde BM, insani

yardım kuruluşları, uluslararası örgütler ve uluslararası sivil toplum örgütleri ve kalkınma ajanslarıyla da-ha koordineli çalışmaktadır. Özellikle ‘insani ihtiyaçların karşılanması misyonu’ daha fazla ön plana çıkarılmıştır.(Yavaşgel 2014:48)

Barış gücü operasyonlarının gerçekten barışçı bir misyona hizmet edebilmesi için çatışma yatıştırıcı bir vizyon yerine, çatışma çözümü vizyonu benimsenmelidir. Çatışma çözümü yaklaşımı, çatışmanın altında yatan sosyal, psikolojik, iktisadi ve insani ihtiyaçlardan kaynaklanan nedenleri tamamen ortadan kaldırarak taraflar arasında belli ölçüde güvene dayanan barışçı iliş-kilerin kurulmasını hedefler. Çatışma yönetimi ise şiddet eğiliminin mevcut kurumlardan, tarih-sel ilişkilerden ve güç dağılımındaki yerleşik adaletsizliklerden kaynaklandığını öngörür. Bu sorunları çözmeyi beklemenin gerçekçi olmadığını, dolayısıyla farklılıkları şiddet dışındaki alternatif yöntemlerle yönetmenin gerekliliğini savunur. Barış gücü eğer çatışma yönetimi yaklaşımına hizmet ederse, sistemdeki tıkanıklıkları geçici olarak açmayı sağlar ve şiddeti yatıştırmaya yarar; ama uluslararası adaletsizliklere yapısal çözümler getiremez.(Köse 2006:1)

Barış gücünün temel misyonunu yerine getirebilmesi için çatışmalara müdahale yaklaşımından çok yöneylemini çatışma çözümleri vizyonuna çevirmesi, dolayısıyla uyuşmazlıkların yaşandığı bölgelerin barış sürecine entegre edilemesi ve dolayısıyla barışta istikrarın sağlanması için bunun kaçınılmaz olduğunda uzlaşılması gerekmektedir.

### **1.1.2.1. Pozitivist uluslararası kuramlar ve barış ideası**

#### ***İdealizm geleneği***

İdealizm geleneği Jeremy Bentham, John Locke, Adam Smith, Immanuel Kant ve Thomas Paine gibi düşünürlerin fikirlerinden beslenerek ortaya çıkmıştır. İdealizm’in dünya barışının nasıl gerçekleşebileceğine ilişkin yaklaşımı; bütün halkların hür iradesiyle kendi yönetimlerini tayin edebilme hakkı, uluslararası hukukun üstünlüğü, devletlerarası ticari ilişkiler, uluslararası işbirliğini sürekli kılacak devletlerarası teşkilatlar ve dünya genelinde etkili olabilecek federal bir idare sistemi gibi fikirlere dayanır.(Richmond 2008:1)

İdealist yaklaşım, Woodrow Wilson’ın 1918 yılında ABD Senatosu ve Temsilciler Meclisi’nin ortak oturumunda beyan ettiği 14 İlke doğrultusunda uluslararası ilişkilerde somut uygulamalarını bulmaya başlamıştır.

İnsan doğası özünde barışçıldır ya da barış içinde bir arada yaşama yönünde olgunlaşabilecektir. İdealizm’e göre uluslararası sistemde barışçıl ve adil dünya



düzenine doğru bir ilerleme vardır. İdealist bakış açısı savaşın ebediyen ortadan kaldırılabileceğini, evrensel ve ebedi bir barışın gelecekte gerçekleşebileceğini ileri sürer. Kalıcı barış için devletlerin savaşma yeteneklerinin asgariye indirilmesi ve silahlı kuvvetlerin sadece iç güvenliği sağlayabilecek ölçekte tutulması gereklidir. Immanuel Kant, devletlerarası antlaşmaların ileride çatışmalara yol açacak gizli maddeler içermesine ve sürekli orduların varlığına bu nedenle karşı çıkmıştır. (Richmond 2008:1-4)

İdealizm'e göre uluslararası barışın sağlanabilmesi, bütün halkların hür iradesiyle kendi yönetimlerini tayin edebilme hakkına sahip olmasıyla ilişkilidir. Bir milletin başka bir milletin egemenliği altında bulunması sürdürülebilir barışı imkansız kılmaktadır. Woodrow Wilson kendi geleceğini tayin ilkesini dünya barışı için gerekli görmüş, dönemindeki imparatorluklar bünyesinde yer alan halkların bağımsızlığını savunmuştur.(Wilson 1996:135)

İdealizm geleneği küresel barışın tesisi için devletlerarası anlaşmazlıkların giderilmesinde uluslararası hukuk ilkelerinin esas alınması gerektiğini ileri sürer. Devletlerin barış içinde bir arada varlık gösterebilmesi için bazı norm ve kurallara ihtiyaç vardır. Bu norm ve kurallar Hugo Grotius'un doğal hukuk tanımında yer alan nefsi müdafaa ve özel mülkiyet haklarının uluslararası düzeye uyarlanabileceği düşüncesi ile ele alınmaya başlamıştır. Grotius'a göre devletler kendi barışı ve çıkarları gereği uluslararası hukuka bağlı kalmalıdır.(Grotius 1996:402)

İdealist düşünürler dünya barışının küresel ölçekte gerçekleştirilecek devletlerarası işbirliğiyle mümkün olabileceğini kabul ederler. Dünya barışı, devletlerin tekil girişimleri ile değil uluslararası sistemin küresel ölçekte ortak hareket etmesiyle sağlanabilir.(Sönmezoglu 2009:13)

### ***Liberal görüş***

Liberalizme göre dünya barışı; siyasi ve ekonomik liberal normların ulusal ve uluslararası düzeyde yerleşik hale gelmesi, karşılıklı bağımlılığın ve etkileşimin artması, devletlerarası teşkilatların öncülüğünde gerçekleştirilecek uluslararası işbirliği, yönetim ve insan haklarının korunmasıyla gerçekleşir.(Sandıklı/[www.bilgesam.org/11.02.2014](http://www.bilgesam.org/11.02.2014))

Joseph A. Schumpeter de, liberal kurumların ve değerlerin barış üzerindeki olumlu etkisine işaret etmiş, kapitalizm ve demokrasinin barışın tesisinde iki önemli dinamik olduğunu ileri sürmüştür. Bu anlamda, Montesquieu de barışı uluslararası

ticaretin doğal bir sonucu olarak değerlendirmiş, aralarında bağımlılık bulunan devletlerin birbiriyle savaşmayacağını savunmuştur. (Sandıklı 2014:agw)

Devletlerarası teşkilatların öncülüğünde gerçekleştirilecek uluslararası işbirliği liberal barışın tesisinde önemli rol oynamaktadır. Liberalizm, idealizm geleneğinin dünya çapında federal bir sistem kurmak fikrinden ayrılmış, liberal devletlerin iradesiyle kurulacak uluslararası teşkilatlarla barışın sağlanabileceğini ve korunabileceğini ileri sürmüştür. (Sandıklı 2014:agw)

Nitekim devletlerarası ikili ilişkiler ölçeğinde gerçekleştirilen nicel çalışmalar, aynı uluslararası örgüte üye olan ülkeler arasındaki çatışma riskinin daha az olduğunu göstermektedir. Uluslararası örgütler ayrıca üye ülkeler arasında ticari bağları güçlendirmekte, böylece barışın sürdürülmesine dolaylı katkıda bulunmaktadır.(Sandıklı 2014:agw)

### ***Demokratik Barış Teorisi***

Demokratik Barış Teorisi'ne göre demokratik normların yerleşmesiyle kalıcı uluslararası barışın tesisi arasında doğru orantı vardır. Halkın siyasal iktidara etkisi oranında devletin silahlı güce başvurma eğiliminin zayıflayacağı, uluslararası çözümsüzlükler için diplomatik yollara öncelik verileceği ön görülmüştür. Aynı zamanda, demokratik yönetime sahip devletlerin birbiriyle savaşmayacağı, böylece sürdürülebilir dünya barışının sağlanabileceği ileri sürülmüştür.(Knutsen 1992:106)

Demokratik rejimlerde devletlerin salt tek bir liderin ya da yönetici elitlerin kararıyla diğer devletlere savaş açma kabiliyetleri, halkın temkinli tutumu sayesinde engellenecek, dolayısıyla yöneticiler de tercihlerini çoğu zaman barışçıl çözümden yana kullanmayı yeğleyeceklerdir. Demokratik rejimin barışa katkı sağladığı ampirik verilerle de desteklenmektedir.(Yavaşgel 2014:28)

### ***Realizm Geleneği***

Uluslararası barışın korunmasına dönük tasarlanan kolektif güvenlik mekanizmasının 1930'lardan sonraki siyasal hareketlenmeler ve ardından gelen II. Dünya Savaşı karşısında çökmesi sonucunda uluslararası ilişkilerde *realizm* akımının daha etkili olduğu bir sürecin başlamasına yol açmıştır. İdealizm'in dünya barışı ile ilgili yaklaşımlarına ütopya şeklinde yaklaşan realizm, buna rağmen uluslararası seviyede

sürdürülebilir barışın hangi şartlar altında gerçekleşeceğine ilişkin bir tasarı geliştirememiştir.(Sandıklı 2014:agw)

Realist bakış açısı, devletleri uluslararası anarşik ortamda varlığını sürdürme mücadelesi veren rasyonel aktörler olarak tanımlar. Devletler de diğer ülkelerin gelecek hesaplarını en kötü senaryoyu göz önünde bulundurarak değerlendirmekte, mevcut kabiliyetlerini güvenlik kaygılarını giderecek ölçüde geliştirmeye çalışmaktadır. Devletlerin kendi güvenliğini sağlamaya yönelik girişimleri ise diğer devletlerin güvenliğine zarar vermekte, böylece karşılıklı güç mücadelesi süreklilik göstermektedir.(Morgenthau 1967:20)

Uluslararası ilişkilerde barış belirli dönemlerle sınırlıdır, ancak devletlerarası güç dengesinin sağlanabildiği ve sıcak savaşın yaşanmadığı süreçlerde kısa süreli gerçekleşebilir. Hans Morgenthau'ya göre barışın korunmasında devletlerarası güç dengesinin sağlanması önemli bir dinamiktir.(Morgenthau 1967:23)

Realizm'in barış yaklaşımı tüm unsurların ve aktörlerin kendisine tabi olduğu bir otoritenin varlığına dayanır. Bu nedenle ülke içinde siyasi otoriteye bağlı sürdürülen bir barıştan bahsedilebilir. Uluslararası ilişkilerin düzensiz yapısı dahilinde ise benzer bir barış ortamı ancak güçlü bir devletin hegemonyasında ya da savaş sonrası galip devletin nüfuzu altında mümkündür. Bu nitelikteki bir barış süreci de hakim devletin normları, değerleri, sosyo-ekonomik ve siyasi sistemlere yaklaşımını yansıtır ve ilgili devletin hegemonyasının devamına bağlıdır.(Morgenthau 1967:25)

İdealizm, Liberalizm ve Demokratik Barış Teorisi'nin dünya barışının gerçekleşmesi için gerekli gördüğü devletlerarası ticari ilişkiler, karşılıklı bağımlılık, işbirliği ve demokrasinin yaygınlaşması gibi dinamikler realizm'e göre aynı derecede önemli değildir. Realist bakış açısı, bu dinamiklerin uluslararası ortamdaki anarşinin etkilerini ortadan kaldıramayacağını ve savaşı engelleyemeyeceğini ileri sürer. Realist yaklaşım, ekonomik ilişkilerin devletlerarası ilişkiler üzerinde etkisi olmadığını, aksine siyasetin ticari bağları belirlediğini kabul etmektedir.(Richmond 2008:40)

### ***Marksizm geleneği***

Marksist düşünce, diyalektik materyalizm anlayışı çizgisinde küresel barışa doğru ilerleyen bir sürecin varlığını kabul eder. İdealizm'den farklı olarak Marksizm'in betimlediği nihai barış, sınıflararası çatışmanın yol açacağı sosyalist devrimlerle silahlı güç kullanılarak gerçekleştirilecektir. Karl Marx materyalist bakış açısıyla,

sınıflararası çatışmanın yeni bir ekonomik, sosyal ve siyasi düzenin ortaya çıkışında önemli rol oynadığını ileri sürmüştür. (Marx 2009:54)

İnsanlık tarihi, toplumu ve siyasi süreçleri yönlendiren itici güç olarak ekonomik altyapıdan kaynaklanır. Siyasi ve sosyal kurumlardan oluşan üstyapıyı belirleyen ekonomik altyapıdır. Dolayısıyla uluslararası ilişkilerin temel dinamiği ekonomik unsurlardır. Mevcut kapitalist sistemde devletlerarası siyasal ilişkileri belirleyen ve yönlendiren ekonomik alandaki yapısal ilişkilerdir. (Marx 2009:55)

Marksizm'e göre özel mülkiyet, kar edinme ve maddi çıkarlar üzerine kurulu ve sermaye birikimine dönük işleyen kapitalist sistem, doğası gereği adaletsiz ve haksız bir düzendir. Bu çelişkilerinden dolayı kapitalist sistem yerine, sosyal adalet ve ekonomik eşitliğin sağlandığı, özel mülkiyetin olmadığı bir düzende ancak barış kurulabilecektir. (Richmon 2008:60)

Devletlerarasında dengesiz bir gelişmeye neden olduğu için kapitalizmin uluslararası çatışmaların temel sebebi olduğu ileri sürülmektedir. Dünya barışının önündeki temel engel kapitalizmdir. Serbest piyasa kuralları uyarınca gerçekleşen uluslararası ticaret, merkez ile çevre arasında merkezdeki gelişmiş ülkeler lehine asimetric bir bağımlılığa neden olmaktadır. (Galtung 1969:171)

Immanuel Wallerstein'in *Dünya Sistemi Teorisi*'ne göre uluslararası düzeyde barışın önündeki temel engel, kapitalist üretim ilişkilerinin tarihi süreçte yol açtığı mevcut dünya ekonomisinin yapısıdır. Sermaye birikimine dayalı kapitalist dünya ekonomisinde, artı değer çevreden merkeze transfer edildiği bir işbölümü vardır. Bu işbölümü merkezin gelişmişlik düzeyini muhafaza ederken çevre ülkelerdeki yoksulluğun giderilmesini engellemektedir. (Wallerstein 1996:87)

## **2. İKİNCİ DÜNYA SAVAŞI SONRASI KURULAN BİRLEŞMİŞ MİLLETLER DÖNEMİ YENİ KÜRESEL YAPILANMALARI**

### **2.1. Soğuk Savaş Döneminde Uluslararası Yapı ve Diplomasi**

İkinci Dünya Savaşı sonrası Soğuk Savaş dönemini şekillendiren önemli faktörlerden birisi Sovyet Rusya'sının öne çıkmasıyla uluslararası ilişkilere ideoloji unsurunun girmesi olmuştur. Sovyet sisteminin komünizmi bütün dünyada hakim kılmak isteyen bir doktrine dayanması, savaştan sonra da dış politikasını tamamen bu hedefe yöneltmesi üzerine, ABD ve ittifaklarının da dış politikalarını tamamen bu amacı engellemeye yönelik belirlemesine yol açmıştır.

Belirtilmesi gereken diğerk önemli faktör de sömürgelerin bağımsızlık hareketlerine girişmesi bağlamında sömürgeciliğin tasfiyesidir. Sömürgelerin bağımsızlıklarını kazanmalarının bir sonucu olarak da, milletlerarası politikada Üçüncü Blok, Üçüncü Dünya ya da Bağlantısızlar Bloğu denen yeni bir güç odağı ortaya çıkmıştır. Bu nedenle, sömürgeciliğin tasfiyesine paralel olarak, uluslararası politikanın alanının genişlemesi bir diğerk önemli sonuçtur. Bunların arasında belki de en önemli durum, teknolojinin gelişmesine koşut olarak güç mücadelesi alanının ‘yukarıya’ doğru da genişleme göstermesidir. “Birinci Dünya Savaşı’nın aksine ikincisinde ‘zaferi’ hava gücü belirlemiştir. Hava gücüne bağlı füze teknolojisi savaştan sonra büyük bir gelişme göstererek uzayın yeni bir güç mücadelesi alanı haline gelmesi sonucunu doğurmuştur. Gerçekten de bu alandaki üstünlüğü ele geçirme mücadeleleri ve bunun stratejik politikalara yansımaları iki ülkeyi (ABD-SSCB) zaman zaman yeniden savaşın eşiğine getirmiştir. Fakat John Lewis Gaddis’in ‘uzun barış’ olarak nitelendirdiği bu dönemde her iki ülke de yeniden büyük bir yıkımı göze alamamışlardır. Zira teknolojinin savaş aletleri üzerindeki etkisi her geçen gün artmış ve tahrip gücü yüksek silahlar ortaya çıkartmıştır.”(Gaddis 1986:33)

Ancak, Soğuk Savaş Döneminin en belirgin gelişmesinin ekonomik üstünlük sağlama çabaları olduğu öngörülmektedir. “Güç mücadelesi aktörleri siyasi, güvenlik ve barış konularından belki de daha fazla ekonomik kalkınma, refah, daha iyi yaşama gibi konular üzerinde yoğunlaşmışlardır. Ayrıca ekonomik üstünlüğün ülkelere güç mücadelesi politikalarında yeni araçlar sunduğu da gözden kaçırılmaması gereken bir gerçektir ki, yakın tarihte uygulanan Marshall Planı bunun en bariz örneğidir.”(Gaddis 2008:36)

### **2.1. 1. Soğuk Savaş Dönemi Temel Parametreleri**

İkinci Dünya Savaşı sonrasında uluslararası güç dengesinde temelden değişimler yaşanmıştır. Almanya, Japonya ve İtalya mağlup devletlerdir. Fransa ve İngiltere galip devletler arasında yer alsa da, savaşın bu ülkeler üzerinde yapmış olduğu tahribat oldukça büyük olmuştur. Dolayısıyla bu devletlerin, bir anlamda Kıta Avrupası’nın eski konumuna tekrar gelmesi ancak 1970’lerin sonunu bulacaktır.

Dolayısıyla bu durum, dünya sisteminde ABD ve SSCB’nin iki büyük güç olarak ortaya çıkmalarına yol açmıştır. Savaşın sonlanmasıyla birlikte Soğuk Savaş’ın başlamasının ilk işareti Almanya’nın bölünmesi olsa da Balkan coğrafyasında yönetimi

devralan komünist rejimler, Avrupa açısından korkutucu bir hal almıştır. Savaş esnasında ABD ile yapmış olduğu iş birliği ve uluslararası politik arenada meydana gelen boşluklar SSCB'ye belki daha sonra bulamayacağı büyük bir fırsat vermiştir. Komünizmin evrensel tatbikçisi olarak ortaya çıkmış olan Sovyet Rusya bu sebeple savaşın hemen ertesinde üç istikamette faaliyete geçmiştir:(Kantarıcı 2012:54)

Bunlardan birincisi Avrupa, ikincisi Orta Doğu ve üçüncüsü de Uzak Doğu ve Asya'dır. Sovyet Rusya savaşın son yıllarında, Alman işgalinden kurtarmak bahanesi ile askerlerini soktuğu Polonya, Çekoslovakya, Macaristan, Romanya ve Bulgaristan'da komünist rejimlerin kurulması için faaliyetlerine hız verirken, Uzak Doğu'da da Kuomintang'ın milliyetçilerine karşı Mao Tse-tung'un komünistlerine yardımlarını artırmak ve Çin'i kontrolü altına almak için harekete geçmiştir. Bununla birlikte İran ve Türkiye üzerinde çeşitli baskılara ve oyunlara girilerek, Basra Körfezi ve Hint Okyanusu'na öte yandan da Doğu Akdeniz'e inmek için çaba harcamaya başlamıştır. Yugoslavya lideri Tito'nun Yunanistan iç savaşını kışkırtıcı ve destekleyici politikalarının arkasında da Sovyet Rusya yer almıştır. Zira Yugoslavya ile birlikte Bulgaristan ve Arnavutluk'un Yunan iç savaşına destek vermesi dolayısıyla suçlu olduklarını bildiren Birleşmiş Milletler (BM) raporu SSCB tarafından veto edilmiştir. Yunanistan'da başarılı olamasa da Sovyet Rusya askerî işgal altında tuttuğu diğer ülkelerde komünist rejimleri yerleştirmeyi başarmış ve iki kutuplu sistemin ABD karşısındaki bloğunu oluşturmuştur.

Bu bağlamda, 1947 yılından itibaren Amerikan yöneticilerinin sürekli ve ağır bir Sovyet tehdidi altında bulduklarını düşünmeleri Truman Doktrini'nin temeli olarak gösterilmektedir.(Sarıkaya 2002:54-5) Bu dönemde, Marshall Planı adı verilen bir kalkınma projesi çerçevesinde de ABD yakın Sovyet tehdidi altında bulunan ülkelere ekonomik yardımlar yaparak, başta Avrupa ülkelerinin –Türkiye dahil- ekonomilerinin düzeltilmesine büyük önem vermiştir.

ABD, Sovyetler Birliği'nin yayılcı politikalarına karşı '*durdurma*' (*containment*) politikası izlemeye karar verdiği için 1949 yılında *Kuzey Atlantik İttifakı*'nı oluşturmuş, bu şekilde de Sovyetlerin Avrupa'daki yayılması durdurulmuştur. Ancak SSCB, hem 1949'a gelinceye kadar Avrupa'nın önemli bir kısmını kontrol altına alabilmiş, hem de NATO'nun kurulmasından altı yıl gibi kısa bir süre sonra da, 14 Mayıs 1955'te *Varşova Paketi*'ni oluşturmuştur.(Armaoğlu 1989:546)

Soğuk Savaş döneminin önemli gelişmeleri arasında yer alan olaylardan biri de Orta Doğu'da 14 Mayıs 1948 günü Tel Aviv'de toplanan Yahudi Milli Konseyi İsrail devletinin kuruluşunu ilan etmesi olmuştur. Ayrıca, Sovyetlerin Orta Doğu'daki petrol kaynaklarına hakim olarak Batıyı bölgede çökertme amacına karşı, ABD Eisenhower

Doktrini ile bölge devletlerine ekonomik yardımda bulunarak bölgedeki ülkeleri yanına çekme mücadelesi vermiştir.(Armaoğlu 1989:587) J. Gaddis'e göre ise, Soğuk Savaş Döneminde Sovyet Rusya ile ABD arasındaki mücadelenin ağırlık noktası özellikle füze teknolojisi ile nükleer silahların güçlendirilmesi alanındadır.(Gaddis 1986:38)

Kısaca bu dönem, *realist teori*'nin etkisi altında güç dengesinin iki kutup arasında dağıldığı, askeri ve siyasi söylemlerin ve uygulamaların hakim olduğu iki kutuplu dünya sistemi olarak kabul görmektedir.

## **2.2. Soğuk Savaş Sonrası Yeni Dünya Düzeni**

Soğuk Savaş sonrası uluslararası sistemin tek kutuplu bir yapıya dönüştüğü, yeni sürecin isminin de '*Yeni Dünya Düzeni*' olduğu konusunda yaygın bir kanaat oluşmuştur. *Yapısal Gerçekçiler* ise aktörler arasındaki güç dağılımını uluslararası sistemin temel aktörü olarak kabul etmişlerdir.(Burchill 2001:94) Sistemi tanımlarken de tek kutupluluk, iki kutupluluk, çok kutupluluk gibi kavramlar üzerinden hareket etmişlerdir.

1989 yılında John Worrall tarafından çağdaş bilim felsefesine giren *Yapısal Gerçekçiliğe* göre bir devletin büyük güç olarak tanımlanabilmesi için önemli derecede ekonomik, askerî ve siyasi kapasiteye sahip olması ve bu sayede ulusal çıkarlarından da öte küresel boyutta politikalar gütmesi gerekmektedir.(Efegil vd. 2009:4)

### **2.2.1. SSCB Sonrası Dünya Düzeninde Yeni Yaklaşımlar**

Soğuk Savaş dönemi boyunca Amerika Birleşik Devletleri bütün küresel konulara gerek ekonomik gerekse siyasi anlamda müdahalede bulunarak kurtarıcı devlet olarak görülmeye başlamıştı. Dolayısıyla, bu altyapı Soğuk Savaş sonrası tek kutup olarak algılanan yeni dünya düzeninin ortaya çıkmasına yol açmıştır.

ABD, başat askeri ve ekonomik güce sahipti ve küresel temelde egemen devlet olma amacını taşıyordu. Bu aşamadan sonra ise, bu durumun -en azından kısa ve orta vadede- engellenemeyeceği realitesi ile birlikte sorulması gereken bir başka soru ortaya çıkıyordu. ABD başat güç olarak sistemin yapısını, liberal anlayışa uygun olarak çok taraflılık kavramına, sıkı ittifak ortaklığına, iş birliğine dayalı güvenlik anlayışına ve uzmanlaşma üzerine mi inşa edecek yoksa yayılcı anlayışı benimseyerek, tek taraflılığa ve zorlayıcı hükmetme kavramına dayalı bir sistem mi inşa edecekti?(Efegil vd. 2009:5) Bu yanıtlanması gereken önemli bir soru olarak duruyordu.

SSCB'nin parçalanmasından sonra uluslararası sistemde yerini alan Rusya Federasyonu (RF) ise, 1991-2000 yılları Gorbacov'un başlattığı Glasnost (açıklık, şeffaflık) ve Perestroyka (yeniden yapılanma, yeniden inşa) politikaları doğrultusunda gerek liberal-demokratik siyasi yapıya geçiş, gerekse serbest piyasa ekonomisi sistemine entegre olma yolunda hızlı bir reform sürecine girmiştir. Özellikle de Boris Yeltsin'in ilk döneminde (1991-1995) uyguladığı Batı yanlısı politikalar ile bütün dikkat ve motivasyonunu iç politika üzerinde yoğunlaştıran RF, böylece ABD'nin uluslararası liderlik konumuna herhangi bir karşılık verememiştir. Gerçekten de 1991-2000 yılları arasında, Avrasya kara-kıta gücü olan RF, Soğuk Savaş dönemi boyunca çekim alanı altında tuttuğu Avrasya ve diğer jeopolitik bölgelerdeki etkili gücünü kaybetmiştir. RF'nin jeopolitik ve jeostratejik bu edilgenliği bilhassa Doğu Avrupa, Balkanlar ve Orta Asya jeopolitik havzalarında güç boşluğu alanlarının ortaya çıkmasına neden olmuştur.(Arı 2004:521)

SSCB'nin dağılmasının ardından Rusya Federasyonu'nun daha çok iç politikaya odaklanması, 1990-2000 arası dönemde ABD'nin dünya jeopolitiğindeki hareket serbestisini fazlasıyla arttırmış ve tek kalan süper güç olarak ABD'yi küresel bir imparatorluk olma amacına yöneltmiştir.(Kantarci 2012:61)

Zbigniew Brzezinski *Büyük Satranç Tahtası* adlı eserinde, Avrasya bölgesini satranç tahtasına benzetmekte ve oyunun piyonlarını da bu bölgedeki devletler oluşturmaktadır. Ancak satranç tahtasındaki en önemli taş olan 'şah' ise, bölge dışındaki bir devlet, yani ABD olarak nitelendirmektedir. Brzezinski, rakibinin çöküşünü simgeleyen Soğuk Savaş sonrası süreçte emsalsiz bir konuma sahip olan ABD'nin, eski imparatorlukları hatırlatan küresel bir güç olduğunu belirtmiştir.(Brzezinski 2005:26)

ABD, Brzezinski'ye göre küresel gücün belirleyici dört alanında en üstün durumdadır: askerî eşi olmayan bir küresel güç, küresel büyümenin lokomotifi olan bir ekonomik güç, yeniliğin tüm alanlarında önderliğe sahip bir teknolojik güç ve son olarak da dünya gençleri arasında rakipsiz bir cazibeye sahip kültürel güç.(Brzezinski 2005:41) İşte Brzezinski'ye göre Amerika'yı tek kapsamlı küresel güç yapan bu dört alandaki gücün bileşkesidir.

Brzezinski, Amerika'ya potansiyel bir rakip olacak aktörün de Avrasya'dan çıkacağını belirterek, bu nedenle ABD'nin jeostratejisinin oluşturulmasında bölgenin doğru değerlendirilmesinin büyük önem taşıdığına işaret etmiştir. Bu amaçla geliştirilmesi gereken stratejide iki temel adım belirlemiştir: "İlk olarak uluslararası güç dağılımında potansiyel olarak önemli bir kaymaya neden olabilecek güce sahip, jeostratejik olarak dinamik Avrasya devletlerini tespit etmek ve bunların siyasal seçkinlerinin merkezi dış amaçlarıyla, bunlara ulaşma arayışlarının olası sonuçlarını



deşifre etmek, konumları veya varlıkları, daha aktif jeostratejik oyuncular ya da bölgesel koşullar üzerinde hızlandırıcı etkilere sahip olan, jeopolitik olarak önemli Avrasya devletlerini saptamaktır. İkinci olarak da yaşamsal ABD çıkarlarını korumak ve geliştirmek üzere, diğerlerini devre dışı bırakmak, birlikte karar vermek veya kontrol etmek amacıyla da belirli ABD politikaları geliştirerek, daha kapsamlı bir jeostratejiyi kavramsallaştırmaktır.”(Brzezinski 2005:63)

### **2.2.2. Tek Kutuplu ya da Çok Kutuplu Dünya Algısı ve Tartışmaları**

Çok kutupluluğu tek kutuplu yaklaşıma karşı tez olarak savunanların temel yaklaşımları ise, uluslararası sistemin devlet merkezli olacağı, BM'nin daha bağımsız hareket edeceği, bölgesel kutupların ortaya çıkacağı, ittifak ilişkilerinin geçişken olacağı ve eski düşmanlıkların zaman içerisinde kurulacak karşılıklı ilişkiler sayesinde -Rusya ve NATO arasında olduğu gibi- ortadan kalkacağıdır. Özellikle, Çin nükleer askeri yapısı ve kalabalık nüfusu ile Avrupa Birliği ve Japonya güçlü ekonomileri ve artan savunma harcamaları ile Rusya Federasyonu da enerji kaynakları ve silah sanayisiyle geleceğin kutupları olabilecektir. (Kantarıcı 2012:64)

Küreselleşme ile birlikte, uluslararası sistemde ulus devletlerin ve devlet mekanizmalarının, hem iç hem de uluslararası etkilerinin azalmasıyla birlikte her ne kadar uluslararası sistemde ve iç politikada yaşananları belirleyen aktörler, pazar hareketleri, çok uluslu şirketler ve devlet dışı aktörler olsa da, yine de uluslararası sistemin yapısını belirleyen temel aktör, büyük güçlerdir. Buna göre, sistemin yapısını belirleyen devletler, ABD, Japonya, AB (AB içerisinde özellikle Almanya ve Fransa), Çin ile Hindistan ve Rusya Federasyonu'dur.(Kürkçüoğlu 1998:69)

Uluslararası ilişkiler çerçevesinde soğuk savaş sonrası ortaya atılan tezlerden biri de Samuel Huntington'ın '*Medeniyetler Çatışması*'dır. Huntington, temel olarak küresel politikanın yüzlerce yıllık birikimler sonucu oluşmuş kültürler çerçevesinde şekillendiğini ve kültürel olarak dünyada çeşitli blokların oluştuğunu savunmuştur. Hatta ona göre bu kamplaşma Soğuk Savaş dönemi Kapitalizm ve Marksizm ayrışmasından çok daha şiddetli ve tarihi temelleri olan bir çatışmadır.(Huntington 2005)

Soğuk Savaş'ın sona ermesiyle dünyada halklar arasındaki en önemli farklılıklar ideolojik, politik veya ekonomik değil, kültürelidir. Halklar kendilerini ecdatlarıyla, dinle, dille, tarihle, kültürel değerlerle, geleneklerle ve kurumlarla tanımlamaya başlamışlardır. Bunun sonucu olarak da politikayı sadece çıkarlarını geliştirmek için değil, aynı zamanda kimliklerini tanımlamak için de kullanırlar. Ulus devletler dünya olaylarında temel aktörler olarak kalmaktadırlar ve ulus

devletlerin davranışları geçmişte olduğu gibi güç ve servet ama aynı zamanda da kültürel tercihler, ortaklaşa sahip olunan şeyler ve farklılıklar tarafından biçimlendirilmektedir. En önemli devlet bloklaşmaları, artık Soğuk Savaş döneminde olduğu gibi değil, dünyanın yedi veya sekiz temel medeniyetidir. Süper güçlerin rekabeti yerini medeniyetler çatışmasına bırakmıştır. Batı şu an ve gelecekte en güçlü medeniyet olarak kalacaktır, fakat gücü diğerlerine göre azalmaktadır. Batı değerlerini ileri sürüp çıkarlarını korumaya çalışınca, Batılı olmayan ülkeler Batı'yı taklit etmek ve Batı ile birleşme veya yanında yer almaya çalışmak arasında bir seçimle karşılaşılır. Buna karşılık birtakım toplumlar da Batı'ya karşı direnebilmek, denge oluşturabilmek için ekonomik ve askerî güçlerini genişletmeye çalışmaktadırlar. Böylece Soğuk Savaş sonrası dünya politikasının temel eksenini Batı gücü ve kültürü ile Batılı olmayan medeniyetlerin gücü ve iktidarı arasındaki mücadeleler olmaktadır.(Huntington 2005:27)

Huntington'a göre, küresel politika artık çok kutuplu ve çok medeniyetli bir duruma gelmiştir. Bugün uluslararası gündemdeki anahtar sorunlar medeniyetler arasındaki farklılıklardan kaynaklanmaktadır. İktidar ya da güç uzun bir dönemdir egemen olan Batı'dan, kutuplu Batılı olmayan medeniyetlere kaymaktadır.(Huntington 2005:28)

Özetle, 1990'ların başında SSCB'nin dağılması ile dünya güç dengelerinde ciddi değişiklikler olmuştur: İkinci Dünya Savaşı sonrası bölünen Almanya'nın birleşmesi, Sovyet ekseninden çıkan Balkan ve Doğu Avrupa ülkelerinin Batı yörüngesine girişi, dolayısıyla Varşova Paketi'nin dağılışı, NATO'nun yeni işlevi.(Bal 2006:852-3)

11 Eylül 2001 süreci ve yaklaşık bir yıl sonra 20 Eylül 2002'de resmen ilan edilen *Bush Doktrini* gibi oluşumlar, ABD'nin küresel anlamda kontrol yetisine sahip olması noktasında *tek kutupluluk* temelinde isimlendirilen *Yeni Dünya Düzeni* döneminin başlangıcı şeklinde tanımlanmıştır. Aslında, ABD'nin '*yönlendirici liderliğindeki*' bu süreç, uluslararası sistemde bir ara dönemi ya da bir geçiş dönemini ifade etmektedir.(Kantarci 2012:70) Nitekim 11 Eylül sonrasında AB, RF, Çin, Hindistan ve Japonya gibi ülkelerin küresel lider olma potansiyeli, ABD'nin önderliğindeki uluslararası yapının tek kutuplu olmadığını göstermiştir.

Öyle ki, dünya ölçeğinde iktisadi liberalizmin desteklenmesi ve dış ticaretin teşvik edilmesi olgusu birçok açıdan '*ulusal çıkarları*' birbirine bağlayarak '*uluslararası çıkar*' haline getirecek ve böylece sistem ister istemez barışa yönelecektir öngörü, '*karşılıklı bağımlılık*' olgusunu ön plana çıkartan neoliberal kuramcılarının temel argümanı ile de örtüşmektedir.(Arıboğan 2004:52) Dolayısıyla, yeni süreç ortak sorunların ve tehditlerin üstesinden gelebilecek çok uluslu birlikleri zorunlu hale getirmektedir.

Dünyada üretici güçlerin gelişiminin uluslararası şirketler şekline dönüşmesi ve devletler arası ilişkilerin de bölgesel entegrasyon süreci şeklini alması artık kaçınılmaz olmaya başlamıştır. Uluslararası şirketlerin dünyada yatırım, finans ve ticaret akımını bir şekilde düzenleyen ekonomik ilişkiler sistemini oluşturduğu bir döneme girilmiştir. İşte bu sistemin sınırları içerisinde şu anda mevcut olan ve oluşmakta olan güç merkezleri yer almaktadır. Devletler arası düzeyde gerçekleşen entegrasyon süreçleri, modern dünyada merkezlerin artmasına yol açtığı gibi çok kutupluluğa da yardım etmektedir.(Primakov 2010:24)

Ayrıca, bütün bu ilişkiler ağı salt ekonomik temelli değildir. Söz konusu karşılıklı ilişkiler bütün güç merkezlerinin yeni tehlike ve tehditlere, özellikle nükleer silahların yayılmasından uluslararası terörizme ve bölgesel sorunlara karşı birlikte hareket etme gerekliliğini güçlendirmektedir.(Kantarıcı 2012:76)

Her ne kadar tartışma boyutu devam ediyor olsa da, XXI. Yüzyıl itibarıyla, uluslararası sistemin çoğulcu sisteme dönüşümüne dair bir “*farkındalık*” ABD Ulusal İstihbarat Konseyi’nin “*Küresel Eğilimler 2025: Değişen Bir Dünya*” başlıklı raporunda somutlaşmaktadır. Rapora göre, 2025 yılına gelindiğinde, güç eksenini Batı’dan Doğu’ya doğru kayarken, devlet dışı aktörler de uluslararası sistemde önemli bir nüfuza sahip olacak, yükselen devletlerle birlikte sistemin çoğulculuğuna katkıda bulunacaklardır. Yine rapora göre, küresel çok kutuplu sistem olarak adlandırılan bu dönemde, RF, Çin ve Hindistan gibi ülkelerin Orta Doğu’da daha büyük roller alacakları öngörülmüştür.(Kantarıcı 2012:77)

### **2.3. Küresel siyaset kuramı**

#### **Eleştirel uluslararası siyaset kuramı**

Uluslararası sistemin ve sosyal yapıların yol açtığı eşitsizliklerin ve gelir dengesizliklerinin değişmezliği benimsenmiş görülmektedir. Uluslararası yapıdaki hegemonik ilişkiler daha çok yönetici sınıfın menfaatlerini korumaya dönük kurgulanmış durumdadır. Bu nedenle, mevcut siyasi, ekonomik ve sosyal yapıların alternatifinin olmadığı ve değiştirilemez yönündeki inancı, dolayısıyla iradeyi sorgulamak gerekmektedir.

Andrew Linklater’a göre barış, devlet ve toplum sınırlarını aşan, siyasi ve ekonomik sistemlerin üzerinde evrensel bir nitelik taşır. İletişimin tüm insanların özgürleşmesini sağlayacak şekilde kullanıldığı ve evrensel diyalogun hiç kimseyi ve hiçbir topluluğu dışlamayacak şekilde gerçekleştiği bir dünyada ancak barış mümkün olabilir.(Linklater 1996:286) Eleştirel Kuram da, toplumların karşılıklı iletişimini barışın oluşmasında önemli bir unsur olarak görmüştür.

Andrew Linklater'ın geliştirdiği eleştirel uluslararası siyaset kuramı, tarihsel ve toplumsal bir gerçeklik olarak modern uluslararası alanda, etik evrenselci bir perspektiften hareket ederek daha evrenselci, daha az eşitsiz ve farklılığa daha fazla duyarlı bir küresel siyaset kuramı önerir. Ve çoğul sosyo-politik toplulukların bir arada varoluşunun ahlaki, sosyal ve siyasal koşullarının kapsamlı bir çözümlemesini sunar. Ancak modern dünyada *özne* ve *egemenlik* kavramlarına fazlasıyla bağlılığı nedeniyle küresel siyasetteki farklılık, çoğulluk ve çeşitlilik sorunlarına yeterince yaklaşmadığı eleştirilerine maruz kalır.(Linklater 1996)

Eleştirel kurama göre, evrensel ölçekte geçerli olabilecek bir değerler bütünü bulunmaktadır. Bu değerlerin iletişim yoluyla yaygınlaşabilmesi de küresel barış için çok önemlidir. Ancak bu şekilde uzlaşılan değerler ön plana çıkacak, ortak değerlerin belirginlik kazanması ve kabulüyle de farklılıklardan kaynaklanan uyuşmazlıklar daha sorunsuz giderilebilecektir.

Eleştirel kuramı geliştiren Frankfurt Okulu, hem teorinin eleştirel edinimini yapmakta, hem de tüm toplumsal pratiklerin değerlendirilmesinde eleştirel bir perspektif kullanma eğilimi göstermektedir. Aslında bu anlamda, ideoloji eleştirisi içeren bir perspektif geliştirmiş bulunmaktadırlar. Okul bugünkü post-modern düşüncenin bir anlamda köklerini oluşturan perspektifi de yaratmıştır.

Eleştirel Kuram, pozitivism ve pozitivist uluslararası ilişkiler teorilerinin sorgulanmasına yönelik sosyal bir teori geliştirmiştir. Temel çıkış noktası insanın özgürleşmesinin önündeki engelleri keşfetme ve bunları kaldırma gayreti olduğu söylenebilir. Pozitivizmin sosyal bilimlerde değer hükümlerinden bağımsız bilgi edinilebileceği yönündeki ilkesine itiraz eder. Robert W. Cox, teorilerin belirli sosyal ve siyasi şartlar dahilinde belirli çıkarılara dönük tasarlandığını, tamamen nesnel olamayacağını ileri sürmüştür. Normatif öğelerden, ahlaki ve kültürel değerlerden arınmış bilgi olası olamaz.(Cox 1971:207)

*İnsanın özgürleşmesi*'ni temel sorunsal olarak ele alan Eleştirel Kuramcılar, Marksizm'deki sınıf kavramına bağlı özgürleşme hedefini daha geniş bir çerçevede incelemişlerdir. Ve de, dünya barışını da, uluslararası ilişkilerin klasik devlet egemenliği çerçevesi dışına çıkararak, insanın özgürleşmesini merkeze yerleştirerek incelemişlerdir. Kurama göre barış, insanların kültür ve kimliğinin tanındığı, maddi kaygılarının giderildiği bir ortamda ancak olası olabilir. Bu nedenle, devletlerin çıkarı yerine özgürleşmeye olanak tanıyacak *insan hakları* üzerinden hareket etmişlerdir.

Ötekileşme, dışlanma ve eşitsizlik gibi sorunların ortadan kaldırılması ile insanın özgürleşeceğini savunan Kuram, bu özgürleşmenin devrimlerle gerçekleşeceği yaklaşımını kabul etmez. Birey, dışarıdan müdahale ile değil kendi iradesiyle özgürleşebilecektir. Bunun için, devletler, devletlerarası örgütler, uluslararası finans kurumlarının yanı sıra bireyler, sosyal hareketler ve sivil toplum kuruluşları da uluslararası adaletin sağlanması ile gerçekleşecek barışa katkıda bulunabilir.(Richmond 2008:125)

Tarihi süreç durağan olarak değil değişim içinde ele alınır. Bu nedenle de eleştirel Kuramın, uluslararası ilişkilerde anarşi ve güç gibi değişmez kurallar olduğu fikrine karşı çıktığı söylenebilir. Uluslararası sistemin niteliğinin ve sosyal ilişki biçimlerinin, insan doğasından ya da sabit anarşik yapıdan kaynaklandığı ve değiştirilemeyeceği savını da kabul etmediklerini belirtmek gerekir. Eleştirel Kurama göre, insanlar barışın önündeki yapısal engelleri bir bütünlük içinde hareket ederek kaldıracabilirler. Sonuçta, insanın kendi iradesi tarihi süreçte belirleyici olandır.(Cox 1971:208)

### **2.3.1. Postyapısalcı Düşünce**

Eleştirel akımın pozitivism ve pozitivist uluslararası ilişkiler kuramlarına yönelik ikinci önemli gelişimi *Postyapısalcılık* yaklaşımıdır. Dünya barışının kurulması konusunda postyapısalcı yaklaşım, aydınlanma felsefesi kaynaklı akılcı ilerleme, evrensel normlar ve devlet-merkezli yaklaşımlara karşı çıkar.

Postyapısalcı görüş, kalıcı dünya barışının kurulması için yeni bir ontolojik bakış açısı ortaya koymaya çalışır. Bu düşünceye göre mevcut uluslararası ilişkiler kuramları, güçlü aktörlerin hegemonyasına entelektüel düzlemde meşruiyet kazandırma işlevini yürütmektedir. Bu nedenle Liberalizm ve Realizm ontolojik, metodolojik ve epistemolojik açılardan temellerini Batılı kaynaklardan aldıkları için barışa hizmet etmeleri çok zordur.

Barış, mevcut uluslararası sistemdeki hegemonyaya karşı toplumlararası bir dayanışma ve direnç siyasetinin geliştirilmesiyle gerçekleşebilir. Barışın kurulması Eleştirel Kuramda olduğu gibi insanların özgürleşmesi demektir. Postyapısalcı yaklaşım, barışın nasıl gerçekleştirilebileceğine ilişkin bir yol haritası sunmasa da kurulması gereken barışın niteliklerini açıklamaktadır. Ancak, Postyapısalcı düşüncede, aynı evrensel değerlere bağlı tek bir barış anlayışı düşünülmez.

Bu düşünceye yerel değerlerle bütünleşmiş farklı barışların birlikte var olduğu çoklu barış anlayışı dikkate alınmaktadır. Ve hatta bu barış anlayışlarının sabit ilkelere bağlı olmayıp değişen şartlarda farklı biçimlerde sürdürülebilir nitelik taşımalarına ortam yaratılmalıdır düşüncesi savunulur.

Postyapısalcı anlayışta barışın temel özelliği *hegemonya* karşıtlığına dayanmasıdır. Bu nedenle hakim bilgi ve söylemlerin güç ve otorite ile ilişkisi özellikle sorgulanır. Bugünkü hegemonik yapı, ürettiği bilgi ve söylemlerle kendi merkezi doğrultusunda hareket eden dünya sisteminin devam etmesini istemektedir. O nedenle, postyapısalcı düşünce, hegemonik aktörler tarafından gerçek kanaati yaratılarak sunulan bilginin, tek alternatife dönüşmesini ve aynı konuya ilişkin diğer yaklaşımları devre dışı bırakmasını eleştirmektedir. Dolayısıyla, postyapısalcı yaklaşım da barış kavramı farklılıkların kabulüne ve çok merkezli bir yapıya dayandırılmıştır.

Postyapısalcı düşünceye göre, farklı kimliklere ve kültürlere sahip toplumların barış içinde birlikte varlık gösterebilmesi için *çoğulcu bir barış anlayışı* 'nın yerleşmesi *sine qua non* bir ilkedir. Dolayısıyla, evrensel olduğu savıyla tek seçenek şeklinde diğer insanlara ve toplumlara dayatılan dünya barışının sürdürülebilirliği olamayacağı için kalıcı olmasının da düşünülmemeyeceği üzerinde durulur.

Bu anlayışta barış asla nihai bir son durum olarak görülmez. Barışı, farklı fikirlerin ve kimliklerin birlikte var olduğu sürecin dinamik niteliği olarak tanımlamak yanlışlıdır. Tam da bu nedenle, zamanla değişen şartlara göre barışın temel ilkelerinin de yeniden tanımlanmasını gerekli koşul olarak kabul etmişlerdir.

### **2.3.2. İnşacı ve politik bir yaklaşım olarak yönetim modeli ve stratejileri**

Küreselleşen dünyada sanayi toplumundan bilgi toplumuna, fordist üretimden esnek üretime, modernist düşünceden postmodernist düşünceye evrilen bir dönüşüm söz konusu olmaktadır.(Tekeli 1996:49)

Bu çok yönlü dönüşüm süreci, yönetimi meşru ve yapılabilir kılan koşulları aşındırmakta, bu aşındırma süreci ise yönetimi ortadan kaldırmasa da yeni arayışların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Ayrıca bu süreçte devlet giderek artan ve karmaşıklaşan taleplere yanıt vermekte zorlanmaktadır.(Yüksel 2000:149) Bu ortam genel olarak yönetim disiplinini de doğrudan etkilemiştir. 1990'lardan itibaren yaşanan bu hızlı değişim sürecinin sonucu olarak da 'Yönetişim' yaklaşımı güçlenmeye başlanmıştır.(Göymen 2000:6)

Yönetişim kavramsal olarak, bir toplumsal-politik sistemdeki ilgili bütün aktörlerin ortak çabalarıyla elde edilen sonuçların oluşturduğu yapı ya da düzen olarak tanımlanmaktadır.(Bozkurt 1998:274) Toplumdaki ekonomik, siyasal ve toplumsal aktörlerin etkileşiminden doğan bir yönlendirme ve denetleme kalıbı olarak görülmektedir.

Yönetişim terim olarak ilk kez Kuzey Avrupa'da, ardından da bütün dünyada kullanılmaya başlanmıştır. Terimin kökeni 16. Yüzyıla kadar götürülebilmektedir. Özellikle 17. Yüzyılda Fransa'da hükümeti sivil toplumla uzlaştırmaya ya da kombine etmeye çalışan bir yaklaşımdan esinlendiği belirtilmektedir.(Yüksel 2000:147)Terimin İngiliz modeli klasik Westminster modeline meydan okuma şeklinde doğduğu üzerinde yaygın bir kanaat bulunmaktadır. Bugün ise neoliberal kuramcılar, daha inşacı ve politik bir yaklaşım benimseyerek yönetim modeli ve kavramı üzerinde odaklaşmaya başlamışlardır.(Yüksel 2000:153)

Dünya Bankası, Uluslararası Para Fonu gibi uluslararası örgütler de bu tanıma katılarak, gelişmekte olan ülkelerin hem neo-liberal ekonomik politikaları, hem de yönetim modelini benimsemeleri gerektiğini savunmuşlardır.(Yüksel 2000:154)

Bugün yönetim terimi, kamu yönetimini, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarını içine alan kompleks bir sistemi ve bunların kendi aralarındaki ilişkiler ağını ve karşılıklı etkileşimlerini ifade etmek için kullanılmaktadır. Bu süreçte merkezi yönetim ve yerel yönetim kuruluşlarından başka, sivil toplum örgütlerini, özel girişimcileri ve kar amacı gütmeyen kuruluşları kapsayan geniş bir aktörler yelpazesinin varlığı ve bunların yönetim sistemine dahil edilmesi gündeme gelmektedir. (Eryılmaz 2012:28)

Yönetişim modeli bu şekilde devletin yönetim alanında giderek artan başarısızlığına ilişkin sorunlara bir çözüm olarak görülmektedir. bu süreçte planlama, öngörme, eyleme geçme ve rekabetle baş etme yeteneği sınırlı devlet gücünü paylaşma yolları, özellikle de kamu-özel sektör işbirliğini geliştirme önlemleri ile birlikte varsayılmaktadır.(Yüksel 2000:149)

Bu bağlamda görülmektedir ki, yönetim iktidar gücünün sınırlarına ve hükümet dışı örgütlerin rolüne ilişkin yeni bir bakış açısına yönelik gereksinimi ifade etmektedir. Dünya ekonomisinde çok uluslu şirketlerin artan etkisi, üretim metotlarındaki değişim, uluslararası ticaretin giderek genişlemesi, bilgi ve iletişim sistemlerindeki ilerleme, sermaye ve finans pazarlarının yeniden düzenlenmesi gibi faktörlerin, söz konusu kavramın ortaya çıkıp yaygınlaşmasında belirleyici bir etkide bulunduğu belirtilmektedir.(Yüksel 2000:149)

Bu şekilde kolektif eylemde rol alan örgütler, diğer organizasyonlara bağımlıdır. Hedeflerine ulaşabilmek için karşılıklı kaynak alışverişine girerler ve ortak amaçlarını belirlemeye çalışırlar.(Yüksel 2000:150)

Yönetişim olgusu, kapsadığı devlet, özel sektör ve kar amacı gütmeyen üçüncü sektör kuruluşlarının hepsinin aralarında eşitlik ilişkisi bulunduğunu öngörmektedir. Bu sistemde biri diğerine üstün değildir. Bu bağlamda yönetişim kendi kendini yöneten ağları yansıtan bir olgu durumundadır ve aşağıdaki unsurlardan meydana gelmektedir:(Cope vd.2006:447)

- Yönetişim yönetimden daha geniş kapsamlı bir kavram olarak devlet dışı aktörleri de kapsamakta ve devletin sınırlarını özel sektörün, kamu sektörünün ve gönüllü kuruluşların sınırlarına çekmektedir.
- Yönetişim, ortak amaçları paylaşan ve kaynaklarının mübadelesi ihtiyacını duyan aynı grubun üyeleri arasındaki ilişkilerin ve yaşanan etkileşim sürecinin sürdürülmesini öngörmektedir. Bu süreçte ilişkiler, etkileşimler oyunun kurallarına göre güven esasına dayalı olarak sürdürülmektedir.
- Yönetişimin kapsamında egemen bir otorite bulunmamaktadır. Ağlar önemli oranda devletten özerk, kendi kendilerini yöneten ve devlete karşı sorumlulukları olmayan bir konumdadırlar.
- Ağları yöneten yapılar piyasaya ve bürokrasinin hiyerarşik yapılanmasına bir alternatif sunmaktadırlar.

Yönetişim, bir yandan yönlendirme gücüne sahip, hükümet dışı aktörleri de içeren esnek bir yapılanmayı hedeflerken, öte yandan demokratiklik, açıklık, hesap verme, çoğulculuk, kararın ilgililere en yakın yerde verilmesi gibi ilkelere de işaret ederek, oldukça geniş bir kapsamda etkin olmaya çalışmaktadır. Merkezi bir yönetim yerine çok aktörlü yönetişim sisteminin alacağı kabul edilirse, modernist planlama anlayışının yerini de özgürleştirici bir planlama anlayışının aldığı görülecektir.(Özer 2006:69)

### ➤ **Yönetişimin stratejileri**

Geleneksel devlet müdahalesi biçimlerinin tükenişini göstermesi ve mevcut çerçeveye daha iyi uyum sağlayabilen yeni bir yönetim şekline hayat verecek bir siyasal eğilimin ortaya çıkması anlamına gelen yönetişim olgusu, bütün gelişmiş ülkelerde yaygın bir anlayış olarak kabul görmeye başlamıştır. Stratejileri de buna göre şu şekilde belirlenmiş bulunmaktadır:(Yüksel 2000:149)

- Yönetişim, kurumları, kurumların aktörlerini, ancak kurumlardan çıkan ve onların da ötesine giden aktörler olarak göstermektedir. Burada resmi yönetim sistemine bir meydan okuma söz konusudur. Yönetişim ise klasik modelinin sınırlılığını ve yanlışlığını göstermekte ve yeni yönetim yapısını kurum ve örgütlerle birlikte kurmaktadır. Bu süreçte yönetişim aracılığı ile hizmetlerin dağıtımında ve stratejik karar verme sürecinde, özel sektörün ve gönüllü kuruluşların daha fazla rol alması öngörülmekte ve yönetimin



sorumluluğunun dağıtılması istenmektedir. Bu doğrultuda birçok ülkede sözleşme sistemi ve kamu kuruluşlarıyla özel sektörün ortaklığı karar verme ve hizmet görme sürecinde oldukça yaygınlaşmaktadır.

- Yönetişim sosyal ve ekonomik sorunların çözümünde rol oynayan sorumlulukların belirgin olmayan sınırlarını açığa çıkartmaktadır. Yönetişim, yönetim sisteminin artan karmaşıklığını açığa kavuşturmanın yanında dikkati sorumluluğa çekerek, devletin geri adım atmasını ve vatandaşa dönük olarak özel ve gönüllü sektörler üzerine sorumluluğu dağıtmasını öngörmektedir. Yani yönetişim devlet ile sivil toplum arasında uzun dönemli dengedeki değişim ile ilgilenmekte ve stratejilerini buna göre belirlemektedir. Artık refah sistemi ne sağ ne sol politik ideolojilerle ilgilenmektedir. Sorumluluklara vurgu yapan vatandaşlık kavramı mevcut konsensusun bir parçası olarak görülmekte, yönetişimin, etkin ekonomik ve politik performans için gerekli sosyal sermayelerle ve desteklerle ilgilenmesi istenmektedir.
- Yönetişim kurumlar arasındaki ilişkilerde mevcut güç bağımlılıklarını açıklığa kavuşturmaktadır. Güç bağımlılığı; toplu harekete yönelik örgütlerle diğer örgütlere bağlı kabul edilmektedir. Hedeflerine ulaşabilmek için örgütler kaynakların değişimini yapmak ve genel amaçlar üzerinde anlaşmak zorundadırlar. Değişimin çıktısı sadece katılımcı kaynakların belirlenmesi ile olmamakta, aynı zamanda oyunun kuralları ve değişimin içeriği ile ilgilenmektedir. Yönetişim ilişkisinde, belirli bir değişim sürecine hakim bir kuruluş olsa dahi bu örgüt kolaylıkla komuta edilebilecektir.
- Yönetişim, aktörlerin otonom ve kendi kendilerini yönettikleri ağlar sistemi olarak değerlendirilmektedir. Bundan dolayı yönetişim, aktörlerin otonom özerklikleri ile ilgilenmekte, nihai ortaklığı, ulaşmak istenen kendi kendini yöneten yapılanmalar olarak görmektedir. Yönetişim ağları, hükümet politikalarını etkilemeyi değil, yönetim faaliyetlerinde rol almayı amaçlamaktadır.
- Yönetişim, yönetimin, rehberlik ve danışmanlık yapabilmek için yeni araç ve gereç kullanmasını gerektirmektedir. Yönetimin gücüne, otoritesine, komutasına dayanmadan neler yapabileceğini araştırmakta ve yönetimin, danışmanlık ve rehberlikle yeni teknikler kullanabileceğini öngörmektedir.

Bu süreçte yönetişim mekanizmaları gerek bölgesel düzeyde, gerekse ekonomik açıdan, liderliğin önemine vurgu yapmak, liderliği geliştirecek öğrenen çevreyi oluşturmak, yönetimler için yönetici ve icracı lider anlayışını geliştirmek şeklinde vurgulanabilecek yeni stratejik roller önermektedirler.(Ott vd.1998:6-8)

Diğer bir model olan katılımcı yönetim modeli ise, bir önceki modelin öngörülerine katılmakla beraber; geleneksel yönetimin en önemli sorununun tekel değil, hiyerarşi olduğunu, yapısal olarak halka yakın ve samimi yönetimin tercih edilmesi gerektiğini, politika yapımının danışmalar ve görüşmeler aracılığıyla gerçekleşmesini ve kamu sektörünün büyük yatırımlardan çok kar elde edebileceğini öngörmektedir. Literatüre göre üçüncü model olarak belirtilen '*esnek yönetim modelinde*', esneklik, değişen şartlara göre yönetimlerin ve kuruluşların uygun politika değişikliği yapabilme kapasitelerini göstermektedir. Modelde verimlilik oldukça önemli görülürken, vatandaşların

haklarının korunmasına ayrı önem verilmektedir. Son model ise 'yeniden düzenlenmiş yönetim modeli' olarak isimlendirilmektedir. Modelde yeniden düzenleme tüm sektörler için önemli görülmektedir. Çünkü bu sayede çalışanların girişimci enerjileri ortaya çıkarılmakta ve bunu kullanmaları için kendilerine ortam hazırlanmaktadır. Model, geleneksel modelin en önemli sorununun, sınırlayıcı politikalardan ve kurallardan oluşan iç düzenlemeler olduğunu belirtmekte, hiçbir belirli yapısal düzenlemeyi tercih etmemekte, yönetimin kapsamlı bir özgürlük ortamı ile geliştirilebileceğini öngörmekte ve kamu kuruluşlarının temel olarak kararın yaratıcılık ve aktiflikten kaynaklandığını ortaya koymaktadır.

### 2.3.2.1. Küresel Yönetişim

Kavram olarak küreselleşme içinde değerlerin, düşüncelerin ve bilginin ayrıştığı, farklılaştığı, öznelendiği ve de standartlaştığı bir dünyayı çağrıştıran, bütünleşen ama aynı zamanda parçalanan, evrensel yerelliğin birbirine geçtiği ve karıştığı bir dünya imgesi olarak değerlendirilmektedir. Çok boyutlu bir kavram olarak, insanların ilgi alanına ekonomik, siyasal ve kültürel yönleriyle girmektedir.(Özer 2008:23)

Kavram ilk defa Marshall McLuhan'ın *Komünikasyonda Patlamalar* adlı kitabında, bu yeni süreç için 'global köy' teriminin kullanılmasıyla literatüre girmiştir.(Tutar 2000:21) Aslında süreç olarak küreselleşme yeni bir olgu değildir. 16. Yüzyıldan itibaren küresel imparatorlukların yoğunluk kazanması ve kapitalizmin güçlenmesi küreselleşmeye zemin hazırlamıştır. Günümüzde de Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD), Uluslararası Para Fonu (IMF) gibi uluslararası kuruluşların çalışmaları ile etki alanını genişleten kavram, çok uluslu şirketler gibi güçlü ve yeni aktörlerin siyasal sahneye girmesi, bilgisayar teknolojisinin iletişim ve enformasyon alanında hızlı yayılışı ve bir çok ülkede yeniden düzenleme politikalarının benimsenmesi gibi unsurların da etkisiyle yaygınlaşma sürecini hızlandırmıştır.(Özer 2008:24) Bugün gelinen noktada, küresel toplum devlet egemenliğini sınırlayıcı demokratik bir siyasal kurumsal yapıyı ve karar alma süreçlerine etkisi ve katkısı olacak küresel sivil toplumsal örgütlenmeyi içermektedir.(Keyman 2000:24)

Küreselleşme kavramının yükselişi, 1980'lerden bu yana dışa açılma politikalarının uygulanmasıyla ivme kazanan uluslararasılaşma sürecine, dünya çapında mali piyasaların ve sermaye hareketlerinin serbestleştirilmeye başlamasına ve neo-liberal programın bütün dünyaya yayılmasına denk düşmektedir. Küreselleşmenin amacı da, iktisadi kriz atmosferinde en rasyonel görünen kriz yönetimi politikaları olarak uygulamaya konan neo-liberal politikaların dünya çapına yayılması olarak belirtilmektedir. Tüm bu gelişmeler de, her türlü sınır kavramının kalkması ve böylece değişimin hızlanması ile birlikte olmaktadır. Artık bilgi

çağı ile ulusların aralarındaki sınırların etkisi azalmakta ve ekonomik faaliyetler ülkeler ile sınırlı kalmayıp tüm dünyayı kapsayan boyutlara ulaşmaktadır.(Özdek 1999:26)

Bu bağlamda, *küresel yönetim* (global governance), küreselleşme kavramı ile paralel bir biçimde kullanılmaya başlanmıştır. İngilizce sözlüklerde yönetim (governance), hükümet etme eylemi ya da tarzı; hükmetme makamı, işlevi ya da gücü; yönetme yöntemi ya da yönetime ilişkin kurallar bütünü olarak tanımlanmaktadır. Türkçe karşılığında ise yönetim kavramı daha çok, yönetim kavramından farklılaştırılarak, tek merkezli ya da hiyerarşik olmayan, karşılıklı ve ilgili tarafların katılımı ile gerçekleşen (demokratik) bir süreci tanımlamaktadır.

Küresel ölçekte işleyen bir yönetim sistemi, barışın kurulabilmesi için farklı uluslararası yaklaşımların öne çıkarmış olduğu norm ve düzenlemelerin uygulanabilmesi için gerekli bir koşula dönüşmüş durumdadır. Çok taraflı niteliği ve etkinliği açısından süreklilik arz eden bir küresel yönetim modeli, bu yapısı gereği eleştirel kuramın ve postyapısalcı yaklaşımın sürdürülebilir barış için gerekli gördükleri özellikleri de sağlayabilecektir.

Küresel yönetim de bir anlamda bu perspektiften hareket ederek, az gelişmiş ülkelerin söz sahibi olduğu, sivil toplumun yoğun biçimde katılımının sağlandığı ve karar alma süreçlerine katkıda bulunduğu ortamlara olanak tanımayı amaçlamaktadır. Başarılı yönetim ilkelerinin yerleşmesiyle dünya toplumlarının daha iyi temsil edildiği bir platform işlevi görebilecek olan küresel yönetim sistemi, bu yapısıyla kalıcı barışı temin edebilecektir.

Bugün artık, kalıcı barış için küresel ölçekte çok taraflı şekilde işleyen bir yönetim sistemine gereksinim duyulduğu açıktır. SSCB sonrası ‘Soğuk Savaş’ın bitişiyle ivme kazanan çok taraflı yönetim süreçleri, devletlerin, sivil toplum kuruluşlarının ve bilim insanlarının birlikte çözüm arayabildiği bir diyalog zemini yaratmaya çalışmaktadır.

Barışa hizmet edecek bu süreçlerin işlemesi için uluslararası örgütlerin yeniden yapılandırılması gerekmektedir. Bu amaçla, uluslararası örgütlerde gerçekleştirilecek reformları beş temel yönetim ilkesi -*şeffaflık, hesap verebilirlik, hukukun üstünlüğü, katılımçılık, etkililik*- ne bağlamak büyük önem taşımaktadır. Ancak söz konusu bu temel ilkeler doğrultusunda gerçekleştirilecek reformlarla *demokratik küresel yönetim sistemi* kurmak olası olabilecektir.

#### 2.4. Dış Politikada Diplomasinin Rolü, Önemi ve Metotları

Devletler uluslararası alanda ulaşmak istedikleri hedef ve amaçlar için kendilerini bu amaca ulaştıracak en uygun araçları seçerler. Bu araçlar diplomasi, ekonomik teknikler, psikolojik teknikler, iç işlerine karışmak ve silahlı sert güce dayanan teknikler olarak sıralanmaktadır.(Gönlübol 2000:111)

Diplomasi ise, devletlerin dış politika araçları arasında siyasal etki aracı olarak belirtilmektedir.(Sönmezoğlu 2005:289) Diplomasi, “politika değil politikayı uygulayan vasıta”dır, bu iki unsur birbirini tamamlar, biri olmadan diğeri harekete geçmez. Diplomasi dış politikadan bağımsız bir mevcudiyete sahip değildir, her ikisi birlikte tek bir icra politikası oluşturur; politika stratejiyi saptar, diplomasi ise taktikleri belirler ve uygular.”(İskit 2007:2)

Diplomasi sözcüğü, etimolojik olarak Yunanca ‘diploma’ ya da ‘diploun’dan türemişken, diploma ‘ikiye katlanmış’ belge anlamına gelmektedir. Eski Yunan toplumlarında mesaj götürmekle ya da elçilik yapmakla görevlendirilen kimselere kimliklerini belirten diplomalar (belgeler) verilmiştir. Gittikleri yere bu belgeleri ulaştıran kişilerin yaptığı faaliyetler ileriki dönemlerde diplomasi olarak adlandırılacaktır.(Tuncer 2009:5)

Osmanlı Devleti’nde ise diplomasi faaliyetleri haberleşme çerçevesinde resmi olarak gönderilen ya da kabul edilen elçilerle iletilen yazışmalar ile sağlanmıştır. Bu görevi yerine getirenlere eski Türk Devletleri’nde ‘bitikçi’ denilirken, Osmanlı Devleti’nde ise ‘nişancı’ adı verilmiştir.(Sönmezoğlu 2005:19)

Diplomasi kavramı modern anlamda ilk kez 1796 yılında Edmund Burke tarafından kullanılmıştır. Charles de Martens 1827 yılında diplomasinin dışişlerini ve dış ilişkileri düzenleyen bilim kolu, müzakereciliğin bir bilim ve sanat olduğunu yazmıştır. G. de Garden ise 1883 de *Traite Complet de Diplomatie* adlı eserinde diplomasiden devletlerin karşılıklı ilişkilerini ve menfaatlerini konu alan bilim, uluslararası menfaatlerini bağdaştırma sanatı, müzakere yürütme bilim ve sanatı olarak söz etmiştir. Devletlerarası ilişkilerde barışın,güvenliğin,huzurun,karşılıklı saygının korunmasını hedef alan faaliyetler sistemi bir bütün halinde diplomasi terimiyle ifade edilmiştir.(Yinanç 2008:23) Bugün de artık kavram uluslararası politika ya da dış politikanın yürütülmesiyle ilişkilendirilmektedir.

Diplomasi ayrıca, diyalog ve müzakere ile ilişkili olduğundan sadece bir devlet aracı olmamakta aynı zamanda devlet sisteminin bir kurumu özelliğini

taşımaktadır.(Gönlübol 2000:112) Bu bağlamda, Harold Nicolson dar anlamda diplomasiyi hükümetlerin resmi temsilcileri, diplomatları aracılığıyla gerçekleştirdikleri haberleşme ve görüşmeler süreci olarak tanımlarken; geniş anlamda ise bir ülkenin dış politikasında kullanılan çeşitli siyasal etkileme yöntemleri ve teknikleri olarak belirtmiştir.(Daver 1969:74)

Kavram bu özelliğiyle çatışmanın ve savaşın karşılığı olarak müzakere, görüşme, uzlaşma aracı olarak kullanılmaktadır. Bugün artık en güçlü ülkelerin bile amaçlarını salt sert güç kullanımıyla gerçekleştiremeyecekleri, iyi uygulanan diplomatik faaliyetlerin o ülkenin gücüne güç katacağı kabul edilmektedir.(Gonesh vd.2005:3) Dolayısıyla artık, uluslararası politika ve dış politikada karşılıklı ilişkiler kurma, müzakerecilik ve temsil sistemi özellikleri günümüz diplomasisinin en temel özellikleri arasında kabul edilmektedir.

Tarihsel açıdan diplomasi, Kuzey İtalya’da ortaya çıkarken, 12. Yüzyıldan itibaren küçük kent devletleri arasındaki ilişkiler yoluyla gelişmiştir.(Daver 1969:75) Ortak ve tutarlı bir diplomatik sistemi oluşturan kurallar 15. Yüzyıldan 20. Yüzyıla kadar parça parça oluşmuştur.(Gönlübol 2000:114) Bu çağlarda görülen diplomasi anlayışı kısa süreli amaçların gerçekleştirilmesi için başvurulan bir yöntem özelliği taşımıştır. Diplomasi faaliyetini yerine getiren diplomatlar başlangıçta soylular arasından seçilirken daha sonra amaçlarına ulaşmak için hile ve kurnazlık dahil her türlü yola başvuran kişiler olarak görülmüştür.(Evans vd.2007:165) Bu dönemin diplomasi anlayışı yukarıda da bahsedildiği gibi ‘*ad hoc*’ bir nitelik taşımıştır. Bu dönem diplomasisinin temel özelliği tek yanlı ve geçici bir diplomasi yöntemi olması iken, diplomasisinin icrası belirli bir amacı ve görevi yerine getirmek için yurt dışına giden görevlilerin (diplomatların) görevlerini bitirdikten sonra ülkelerine geri dönmeleri şeklinde gerçekleşmiştir.(Yinanç 2008:23)

15. Yüzyılla birlikte uygulama alanı olarak diplomasi, Avrupa’da devlet sisteminin ortaya çıkışında aktörler arasında kalıcı ilişkiler oluşturmaya yönelik örgütlü ve tutarlı bir sistem olarak gelişmiş, savaşlar nedeniyle ilişkiler kesintiye uğrasa bile bir iletişim ve müzakere aracı olarak varlığını sürdürmüştür.

İtalyan kent devletleri 15. ve 16. Yüzyılda egemen olan diplomasi anlayışına ve yöntemine yön verirken, 17. ve 18. Yüzyılda ise diplomasi anlayışının biçimlenmesinde Fransızlar etkili olmuşlardır. Öyle ki 1789 Fransız İhtilaline kadar geçen sürede Avrupa’da görülen diplomasi tarzı Fransız diplomasisine benzemektedir.(Evans

vd.2007:161) Bu dönemin en önemli özelliği ülkeler arasında **'çok yanlı diplomasi anlayışı'**nin ortaya çıkmasıdır.(Tuncer 2009:54) Bundan sonra devletler arasındaki sorunların çözümünde kongreler dönemi başlamıştır.

1815 Viyana Kongresi'nden I. Dünya Savaşına kadar geçen zamanda Avrupa diplomasinin merkezi olmuş ve Avrupa dışındaki birçok bölgenin sorunları Avrupa başkentlerindeki toplantılar ve görüşmelerde ele alınmıştır.(Tuncer 2009:54) Otuz Yıl Savaşları'nın (1618-1648) sonrasında Avrupa'nın bütün Protestan ve Katolik devlet temsilcilerinin katıldığı Westhalia Kongresi, Avrupa'nın genel sorunlarının konuşulduğu bir barış kongresi niteliği taşımıştır.(Sönmezoğlu 2005:290)

Dolayısıyla, ikili diplomasinin gelişmesiyle ortaya çıkan çok taraflı ya da konferans türü diplomasi 1648 Westphalia Kongresi sonrası ortaya çıkmıştır. I. ve II. Dünya Savaşı arası dönemde ise, Birleşmiş Milletler örgütünün global bir nitelik kazanarak oluşturduğu örgütler sisteminin de etkisiyle **'parlementer diplomasi'** ortaya çıkmıştır. Ad hoc (*geçici ve özgül*) bir nitelik taşıyan konferans diplomasisi kapalı bir diplomasi türü iken, parlementer diplomasi açık bir diplomasi niteliği taşımaktadır.(Tuncer 2009:55)

Bu temel diplomasi yaklaşımlarının yanı sıra devlet başkanlarının ve ülkelerin temsilcilerin katıldığı daha dar konseptte diplomasi türleri de bulunmaktadır. Devletlerin uluslararası örgütlerdeki sürekli delegeleri vasıtasıyla yürüttükleri sürekli, gayri resmi ve kişisel ilişkiler yoluyla uluslararası sorunların çözümünde uyguladıkları diplomasi türü **'sessiz diplomasi'** olarak adlandırılmıştır.(Sönmezoğlu 2005:223) Birleşmiş Milletlerin kararlarının çoğunluğunun resmi toplantılar dışında bu tür diplomasi faaliyetleriyle alındığı belirtilmektedir.(Tuncer 2009:111).

Özellikle uzlaşma aşamasına gelinmemiş durumlarda bu altyapıyı oluşturmak ve diğer uluslararası faktörlerin ve aktörlerin sürece zarar vermesini önlemek amacıyla bu diplomasi türüne başvurulduğu görülmektedir. Hatta uluslararası krizlerde barışı koruma ve çatışmaları durdurma amacıyla oluşturulan barış gücü kuvvetlerini de kapsayan bu çabalara **'çatışma önleyici diplomasi'** adı da verilmiştir.(Tuncer 2009:111)

Ayrıca, sözü edilmesi gereken bir başka diplomasi türü de **'mekik diplomasisi'**dir. Özellikle kriz durumlarında ilgili tarafların sürekli temas halinde olmaları sayesinde sorunu çözmeleri ya da durumun kötüye gitmesini engelleme çabaları olarak görülmektedir.(Sönmezoğlu 2005:296) Bunların dışında, devletlerin üst kademelerindeki yöneticiler aracılığıyla yürütülen ve kişisel olma özelliği taşıyan **'doruk**

*diplomasisi'* günümüzde ulusal ve uluslararası politikada lider odaklı bir anlayışın yansıması olarak yerini almış bulunmaktadır. Ancak genellikle diplomatik teamülleri bozduğu gerekçesiyle de eleştirilmektedir.(Sönmezoğlu 2005:295)

Modern anlamda kabul edilecek yeni bir başka diplomasi yöntemi de *'diplomaside ikinci yol'* olarak adlandırılan yöntemdir. Taraflar arasındaki iletişim düzeyini geliştirerek, mevcut çatışmaları yumuşatma amacını taşıyan, hükümet dışı gayri resmi-özel kişi ya da grupları- kapsayan bir yaklaşım olan bu diplomasi türü klasik diplomasi türünün dışında yeni diplomasi ve kamu diplomasi anlayışına yakın bir kavram olarak değerlendirilmektedir.(Tuncer 2009:123) İkinci yol ya da vatandaş diplomasisi olarak da tanımlanabilecek bu diplomasi klasik diplomasiden kamu diplomasisine geçiş sürecinin bir yansıması olarak gösterilmektedir.

Genel olarak 15. Yüzyıldan 20. Yüzyıla kadar kurumsallaşan ve meslekleşen diplomasi, artık geleneksel biçimini geride bırakırken daha açık ve etkileşimli bir biçim kazanmaktadır.

Klasik diplomasi egemen olduğu süreçte uluslararası diplomaside kabul edilen başlıca ilkeler devlet ve hükümdar çıkarları doğrultusunda oluşmuştur. Bu dönemde tüm devletler eşit ve egemen kabul edilirken ekonomik alanda egemen olan ana doktrin merkantalizm olmuştur. Merkantalizmin amacı toplumun ve üyelerinin refahının sağlanması değil, devletin, devletin gücünü simgeleyen hükümdarın gücünü artırmaktır. Devletin çıkarları hükümdarın çıkarlarıyla aynı görülürken dış politikanın oluşturulmasında siyasal aktörler ve diplomatlar egemendir. Klasik dönemde dış politika iç politika karşısında öncelik bulurken, devletlerarası ilişkilerde güç dengesi ilkesi egemen kabul edilmiştir.(Evans vd.2007:167)

Bugün için halklar arasında diplomasi kavramı genellikle dış politika kavramı ya da uluslararası politika kavramıyla yakın anlamlarda kullanılmaktadır. Özellikle, I. Dünya Savaşı dönemi gizli, eski ya da geleneksel diplomasi anlayışından yeni diplomasi anlayışına geçiş dönemi olarak kabul edilmektedir. Başta dünya politikasındaki güçler dengesinde yaşanan değişimler, uluslararası egemenliğin Avrupa'dan Amerika'ya kayması, dönemin Amerikan Başkanı Wilson'un *'açık diplomasi'* kavramını kullanması, iletişim alanındaki gelişmeler, siyasal süreçlerin demokratikleşmesi, savaş kavramının değişen niteliği, yeni uluslararası normların, ideolojilerin ortaya çıkması bu yeni dönemi ortaya çıkaran koşullar olarak sıralanmıştır.(Tuncer 2009:77) Woodrow Wilson'un ifade ettiği açık diplomasi kavramıyla hükümetlerin, halkların bilgi ve onayı

dışında, hiçbir gizli girişimde bulunmamaları ya da yükümlülük üstlenmemeleri kastedilmektedir. Bu şekilde de, uluslararası sistemin artık güç dengesine değil etnik self-determinasyon ilkesine, devletlerin güvenliklerinin askeri anlaşmalara değil ortak güvenlik sistemine ve diplomalarının de uzmanlar tarafından gizlice yürütülmeyip açıkça varılan antlaşma esaslarına dayandırılması gibi ilkelerin önemi aktarılmaya çalışılmıştır. Söz konusu bu yeni dönemin başlıca özellikleri aşağıdaki gibi belirtilmektedir;(Tuncer 2009:67-71)

- Diplomasinin yürütülmesi diplomatlar tarafından değil büyük ölçüde politikacılar, siyasal liderler tarafından gerçekleştirilmektedir.
- Günümüzde kamuoyunun artan önemi üzerine propaganda ve halkla ilişkiler, diplomasisinin ve diplomatların yabancı ülkeler nezdinde yerine getirmek zorunda oldukları olağan faaliyet alanları haline gelmiştir.
- İletişim teknolojisinin gelişmesiyle uluslararası bir medya düzeni oluşmuş, medyanın kamuoyunu biçimlendirmedeki etkisi nedeniyle diplomatlar buldukları ülkenin basınıyla yakın ilişki kurmak durumunda kalmışlardır. Diplomasi ve kamuoyu arasındaki doğrudan bağı oluşturan basın yoluyla diplomatlar hem kamuoyunu bilgilendirmeyi amaçlamakta hem de basın yoluyla gündemin takibini gerçekleştirmektedirler.
- Uluslararası ilişkilerde ekonomik ve sosyal olguların önem kazanmasıyla, dış politika sadece barış ve güvenliğin korunmasıyla ilişkili değil, ulusal ve uluslararası refahın sağlanması, ekonomik ve sosyal amaçların gerçekleştirilmesi, dünya barışının korunması gibi unsurlarla da ilişkili olduğu belirtilmektedir. Günümüz diplomatlarının ve hükümetlerinin temel görevlerinden biri bu yönde çalışmak ve işbirliği yollarını aramaktır.
- Uluslararası ilişkilerde hükümetlerin yanısıra ulusüstü örgütlenmelerin, kurumların, sivil toplum örgütlerinin, bireylerin, vatandaşların yeni aktörler olarak ortaya çıkmaları ve karar süreçlerini etkilemeleri yeni diplomasi sürecinin temel özellikleri arasında yer almaktadır.

Küresel olarak nitelendirilen yeni dünya düzeninde, bilginin işlenme, iletilme ve erişim hızı artarken maliyetler düşmüş, teknolojiyi elde etme olanağı gittikçe artmıştır. Özellikle ulaşım ve iletişim alanındaki gelişmeler, klasik diplomasinin araç ve yöntemlerini değiştirerek yeni diplomasi olarak tanımlanan modern diplomasinin oluşturucuları arasında yer almıştır.(Tuncer 2009:98)

Modern diplomasinin kapsam olarak büyümesi, gündeminin zenginleşmesi, uluslararası ilişkiler sürecine devlet dışı aktörlerinin katılımı, kişisel diplomasinin ortaya çıkışı, iki taraflıdan çok taraflı ilişkilere geçiş, alanda uzmanların artan istihdamı, uluslararası anlaşmaların artışı, medya ve kitle iletişim araçlarının gündeme etkisi



kavramın vurgusunu değiştirirken aksine varoluşsal temelini oluşturan ilişki kurma ve müzakere işlevinde bir değişikliğe yol açmamıştır.(Tiedeman 2005:7)

Bu yeni diplomasi döneminde çok aktörlü ve çok gündemli bir uluslararası evre oluşmuştur. Bu dönemde bir yandan hükümetler, ulus devlet değerlerine bağlılıklarını sürdürürken diğer yandan tüm insanlığın karşı karşıya kaldığı, devletlerin uluslararası dayanışmayla çözebilecekleri başta ekonomik, sosyal ve güvenlik konularında bu yeni diplomasi anlayışıyla çözüm aramaya başlamışlardır.(Evans vd.2007:161)

Uluslararası sistemin aktörleri arasında karşılıklı bağımlılık ilişkilerinin geçerli olduğu döneme geçişle birlikte devletler, ite ve dışta tek egemen unsurlar olarak kabul edilen bir pozisyondan uluslararası alanda politika yapan, üreten ve bunu işbirliklerle gerçekleştirmeye çalışan çoklu aktörlerden biri haline gerilemişlerdir. Böylece politik karar alma ve uygulama süreçlerinin sonuçları hem ülke içi hem de ülke dışında hissedilebilir bir duruma gelirken, dış politikanın ve ilişkilerin çoklu gündemli ve aktörlü yapısı i ve dış kamuların önemini artırmıştır. Yeni süreç diplomasi olgusunun kamu diplomasisi olgusuyla ilişkisini ortaya çıkarmış, kamu diplomasi uygulamalarını ve faaliyetlerini ülkeler için bir zorunluluk haline getirmiştir.(Foust 2006:7)

Söz konusu bu gelişmeler ve değişimler karşısında klasik diplomasi uygulamaları günümüzde de geçerliliğini korumakla birlikte, merkezinde kamuların yer aldığı bu yeni dönemin özellikleri '*kamu diplomasisi*' kavramı altında gelişim göstermeye başlamıştır.

### **3. NEO-LİBERAL KÜRESEL POLİTİKALARLA GELİŞEN KAMU DİPLOMASİSİ VE İLETİŞİM PARAMETRELERİ**

#### **3.1. Neo-liberal oğulcu Küresel Yapılanmada Yeni Aktör Olarak Kamu Diplomasisi**

##### **3.1.1. Kamu Diplomasisinde Kavramlar ve Tanımlar**

Diplomasi devletler arasında yürütülen müzakereleri gerçekleştirme sanatı olarak tanımlanmıştır.(Signitzer vd. 2006:435) Uluslararası ilişkiler ise devletlerin, uluslararası kuruluşların, diğer uluslararası aktörlerin ve halkların birbirleriyle temaslarını, karşılıklı etkileşimleri inceler.(Krkoğlu 2012:3) Ancak günümüzde uluslararası ilişkiler ve diplomasisi alanlarında gerçekleşen değişimlerle birlikte diplomasi kavramının dış politikanın dar sınırlarından çıkararak uluslararası ilişkiler evrenine yayıldığı görülmektedir. Dolayısıyla bu durumun sonucu olarak bugün çoklu etkileşimi ifade eden kamu diplomasisi kavramı ortaya çıkmış bulunmaktadır.

Kamu diplomasisi oldukça yeni bir alan olmasına rağmen insanların akıllarını ve kalplerini kazanmanın önemli bir yolu olarak gösterilmektedir. Özellikle medya ve kamuoyunun artan önemine paralel olarak Soğuk Savaş döneminde ikili güç yapısının ve nükleer silahların dünya halklarını tehdit altına aldığı bir dönemde bu özelliği belirginleşmeye başlamıştır. Bu dönemde başta büyük güçler olmak üzere birçok devlet uluslararası amaçlarına ulaşmak için dış kamuların desteğini kazanma adına kamu diplomasisi kampanyalarına yönelmişlerdir.(Gilboa 2006:55) Propaganda ya da bunun bir parçası olarak görülen kamu diplomasisi gazetecilerin gerçeğe dayanmayan mesajları iletmeleri ile anılmış, çoğu zaman da psikolojik harp kampanyalarının bir parçası olarak düşünülmüştür.(Leonard vd.2002:8)

1990'lar sonrası başta soğuk savaşın bitmesi, Berlin Duvarının yıkılması, ABD'ye düzenlenen 9/11 terör saldırıları gibi sembolik olayların yanı sıra Çin, Hindistan ve Brezilya gibi birçok ülkenin ekonomik ve politik yükselişi, uluslararası ilişkiler sistemindeki güç ilişkilerini önemli ölçüde etkilemektedir. Kimi ülkelerin ise yeni bölgesel ve küresel güç olarak ortaya çıkmasına zemin hazırlamaktadır.(Gonesh vd. 2005:3)

Artık bugün klasik uluslararası ilişkiler sisteminin değiştiği, global bir ekonomik sistemin oluştuğu, yeni uluslararası aktörlerin bu sisteme eklenmesiyle birçok ulusal örgütlerin uluslararası örgütler haline geldiği anlaşılmaktadır. Ayrıca, bireylerin de uluslararası alanda etkinliğinin arttığı belirtilmektedir.(Signitzer vd.2006:437) Bu durumlar da doğal olarak kültürel ve ekonomik ilişkilerin geliştirmesine yol açmaktadır.

Yeni küresel sistemin de temel özelliğini oluşturan bu yeni dünya sisteminde hükümetler, daha geniş perspektifte uluslararası ya da küresel kamuoyu ile kamu diplomasi faaliyetleri yürütmek eğilimini daha fazla hissetmeye başlamışlardır. Öyle ki, “küresel iletişim ağlarının demokratik kurumlar ile market amaçlı ekonomiyi birleştirmesi, ulusal ve uluslararası politikanın birbirine yakınlaşması, dış politikaya katılımın artması, politikanın medyalaşması gibi nedenler uluslararası ilişkilerin sınırlarını ulusal hükümetlerin ötesine taşıırken, modern diplomasi anlayışını ve pratiğini de önemli ölçüde değiştirmiştir.”(Signitzer vd.2006:437)

Soğuk Savaş Dönemi boyunca ABD'nin önderliğinde liberal demokrasi değerlerinin dünyaya yayılma politikası ile birlikte düşünce özgürlüğü, ifade özgürlüğü, basın özgürlüğü gibi kavramlar kamu ve onların görüşünü oluşturan kamuoyu politikalarını da önemli ölçüde geliştirmiştir. Ve beraberinde de kamu diplomasi

faaliyetlerinin bu kamularla iletişim kurulması, izlenen politikalara destek ve meşruiyet sağlanması gibi amaçlarla birlikte anılmasını sağlamıştır. Ve de bu amaçlara ulaşılmasında önemli bir araç olarak kullanılması fikrini ortaya çıkarmıştır.(Tuch 1990:5)

II. Dünya Savaşının ardından oluşan uluslararası ortam ve Soğuk Savaşın getirdiği düzen kamu diplomasisini yeniden biçimlendirmiştir. Bu gelişimle birlikte de SSCB'nin çöküşünün arkasında yatan en güçlü etkenin Amerikan ve Batı Avrupa kamu diplomasisi faaliyetleri olduğu ileri sürülmüştür.(Szondi 2009:29)

Uluslararası ilişkilerdeki gelişmeler ışığında bazı düşünürler 19. Yüzyılı 'parlamentolar çağı', 20. Yüzyılı 'kitleler çağı', 21. Yüzyılı da 'kamuoyları çağı' olarak betimlemiştirler.(Demir 2012:9) Sönmezoğlu'na göre dış politika – kamuoyu ilişkisinin analizine yönelik çalışmalarda temel öngörü, kamuoyunun dış politikaya ilişkin çeşitli tercihler üzerinde etkide bulunabildiği ve bulunabileceği üzerinedir.(2005:488) Demokratik rejimlerde hükümetler, partiler, sendikalar, iş çevreleri, kamuoyuna karşı duyarlıdırlar, tutumlarını da kamuoyunun tepkisine göre belirlerler. Demokratik düzenin en karakteristik özelliği serbest bir kamuoyuna sahip olması; herkesin kamuoyunun oluşumuna hür ve eşit bir şekilde katılabilecekleri üzerine kurgulanmıştır.(Daver 1969:254)

Öyle ki, bugün kamu (public) kavramı çoğu zaman kamuoyu kavramıyla aynı anlama gelecek şekilde kullanılmaktadır. “Antik Yunan ve Roma döneminde özgür vatandaşları, Ortaçağda soyluları, 16. Yüzyıldan itibaren ise hükümdar ve ona hizmet eden devlet dairelerini tanımlamak için kullanılmış, sarayla eşanlı hale gelmiştir. 17. Yüzyıldan itibaren yazılı basının ortaya çıkışıyla, hem burjuva hem de hükümetler bu yeni aracı kendi amaçları doğrultusunda kullanmış, bu ikisi dışında gazetecilerin haber vermeyi hedefledikleri bir kitle (publicum) belirlemiştir. Böylece kavram devleti belirler olmaktan çıkarak bugünkü anlamıyla kullanılır olmuştur.”(Bektaş 2000:42)

Günümüzde kamuoyu dış siyasetin önemli bir aracı olarak gösterilirken, bunun en önemli nedenlerinden birini artan demokratikleşme vurgusu oluşturmuş, bir konunun kamuoyuna mal edilmesinin, o konuda kamuoyunun desteğinin sağlanmasının siyasal aktörlerin politikalarının dışarıda da kabul görme, etkili olma olanağını artıracığı belirtilmiştir.(Yavaşgel 2009:8)

Kamuoyu ile ilgili araştırmalar kamuoyu odaklarını genellikle pasif, aktif ve kamuoyu yaratıcıları olarak üç gruba ayırmıştır. Kamuoyunun oluşum sürecinde “dış politikaya hiç ilgi duymayan gruplardan dış politika sürecine ilişkin kamuoylarının oluşturulması, yansıtılması ve harekete geçirilmesinde etkin olan gruplara doğru gelişen

bir süreç sonucunda kamuoyunun oluştuğu vurgulanmıştır. Bu oluşumun son aşamasını oluşturan kamuoyu yaratıcısı niteliğindeki temel odaklar; hükümet, siyasi partiler, basın ve iletişim odakları ve çıkar grupları olarak sıralanmaktadır.”(Sönmezoğlu 2005:490-4)

Ulusal kamuoyu gibi dünya kamuoyu kavramından da söz etmek gerekmektedir.(Daver 1969:257) Kamu diplomasisinin hedef kitlelerini oluşturan bu kamular, “yabancı halklar, yabancı kitleler, dünyadaki insanlar, diğer ülkelerin insanları, yabancı insanlar, yabancı vatandaşlar, ülke dışındaki genel halk, topluluklar, yabancı nüfuslar, geniş anlamıyla kamu, denizaşırı bireyler ve örgütler, ulus devlete bağlı kamular ve denizaşırı kitleler gibi farklı tanımlamalarla adlandırılmaktadır.”(Fitzpatrick 2007:96) Dolayısıyla bu çerçevede kamu diplomasisinin hedef kitlesi ağırlıklı olarak ülke dışı yabancı resmi ve sivil kesimlerden oluşmaktadır.

Kamu diplomasisi kavramının ilk tanımını yapan Tufts Üniversitesi Fletcher Hukuk ve Diplomasi Okulu Dekanı Edmund Gullion (1965) kamu diplomasisini, “kamuoyu davranışlarının dış politika oluşumuna ve yürütmesine etkisi ve geleneksel diplomasiin ötesinde uluslararası ilişkilerin farklı boyutlarını (diğer ülkelerdeki kamuoyunun etkilenmesi, bilginin ve fikirlerin akışı, ülkelerdeki çıkar gruplarının etkileşimi gibi) kapsaması” şeklinde tanımlamıştır.(Demir 2012:6)

1960’larda kavramın etki alanı genişlemeye başlamıştır. Bütün uygulamalarını kamu diplomasisi faaliyeti olarak niteyecek ABD Bilgilendirme Ajansı’nın, (*USIA - United States Information Agency*) bilgilendirme ve propaganda kavramlarının olumsuz izlenimlerinden kurtulmak için ‘*kamu diplomasisi*’ kavramına duyduğu gereksinim bu yol ayrımını net bir şekilde yaratmıştır.(Cull 2009:21) Kamu diplomasisi terimi, uzun yıllar farklı adlarla kullanılmış, açık diplomasi olarak adlandırılmış, ancak 1972 yılında akademik literatüre ‘*kamu diplomasisi /public diplomacy*’ olarak geçmiştir.(Cull 2009:21) Bu çerçevede kamu diplomasisi kavramı olarak, salt hükümetler değil hükümet dışı kurumlar, örgütler, sivil toplum örgütleri, vatandaşlar vb. aktörleri kapsayan geniş bir etkileşim alanını ifade edecek şekilde algılanmaya başlanmıştır.

Hans N. Tuch kamu diplomasisini, “hükümetlerin yabancı kamular nezdinde yürüttükleri; ülkelerin fikirleri, idealleri, kurumları, kültürleri ve politikaları üzerinde anlayış oluşturmaya çalıştıkları ‘*iletişim süreçleri*’ olarak tanımlamıştır.”(Tuch 1990:3) Szondi ise, kamu diplomasisini yabancı kamularla iletişime geçme ve uluslararası hükümetlerin iletişimi olarak tanımlamıştır.(Szondi 2008:13) Genel olarak da, “milli menfaatlerin tanımlanması, hükümetlerin iletişim politikaları, dış politikanın

yönlendirilmesi, geleneksel diplomasisinin harici, kültürel diplomasisinin kapılarının aralanması, ülkelerin imajlarının şekillendirilmesi, algılama idaresi sanatı, fikirlerin tedavülü, doğru bilginin yayılması, milletlerarası zeminin idare edilmesi, münasebetlerin inşa edilmesi gibi unsurlarla ilişkili olduğu vurgulanmıştır.”(Demir 2012:14)

İlk uygulamalarda kamu diplomasisi, kalpleri ve zihinleri kazanmak için verilen mücadelenin adı olmuştur. Daha çok da bir tür propaganda faaliyeti olarak gazetecilerin tek yönlü, gerçeğe dayanmayan imajlar sunduğu faaliyetlere dayandırılmıştır.(Leonard vd.202:8) Kavrama modern anlamda ilk kez değinen Gullion da kavramın erken dönemde birçok negatif çağrışımının olduğunu kabul etmiştir.(Cull 2009:19) Oluşan yaygın kanaate göre ise, kamu diplomasisinin özellikleri, ilişki ve güven oluşturmaya yönelik faaliyetlerin bileşenleri olan dinleme, savunma, kültürel diplomasi, uluslararası yayıncılık ve psikolojik savaş aktivitelerinin bütününden kaynaklanmaktadır.(Cull 2009:10)

Soğuk Savaş Dönemiyle birlikte işlerlik kazandığı görülen kamu diplomasisi Amerikan kamu diplomasisi özelinde üç dönemsel gelişim çerçevesinde değerlendirmeye alınmaktadır. “İlk dönem 1950’li yıllarla başlayan ve neredeyse kırk yılı kapsayan bir süreçte Amerikan ve Avrupa değerlerinin ve kurallarının, Doğu Avrupa ve demir perde arkasındaki ülkelerin halkları üzerinde ikna amaçlı yayılma çalışmalarını kapsamaktadır. Bu süreçte ABD’nin öncülüğündeki liberal değerlerin Komünist ülkeler ve halkları üzerindeki etkisini artırmaya ve komünizmi zayıflatmaya dönük faaliyetler gerçekleşmiştir. İkinci dönem Berlin Duvarı’nın yıkılmasıyla başlayan daha az kamu diplomasisi çabası ve kaynağının kullanıldığı, dünya çapında Amerikan kamu diplomasisinin çöküşe girmesiyle sonuçlanan dönem olmuştur. Bu dönem daha sonra da değinilecek ABD’nin Irak Savaşı ve Bush dönemi politikalarını kapsayan sert gücü temel alan politikaların izlediği dönem olarak da nitelendirilmektedir. Üçüncü dönem ise ABD’ye yönelik 9/11 terörist saldırıları ile başlayan ve bugünü de kapsayan dönemdir. Bu dönem kamu diplomasisi kavramının salt hükümet alanı olmaktan çıkıp Amerikan halkının da gündemine gelmesini sağlamıştır.”(Cull 2009:22)

Bu dönemsel analiz kamu diplomasisinin gelişim sürecini açıklamaya hizmet etmektedir. Propagandatıf, sert gücün etkin olduğu dönemlerden ince gücün ön plana çıktığı, dolayısıyla kültürlerarası ilişkilerin aktif olduğu bir sürece girildiğine işaret etmektedir.

Geleneksel diplomasi ve kamu diplomasisi arasındaki temel farklardan biri kamu diplomasisi sürecinde yer alan iki tarafta da daha fazla aktörün yer almasıdır. Öyle ki, hükümetlerin çıkarlarının yanında çok daha farklı grupların da çıkarları söz konusu olmaktadır.(Leonard vd.2002:9) Kamu diplomasisi aktörlerinde, geleneksel olarak devlet ve hükümet boyutundan, devlet dışı sivil örgütlere doğru giden bir yön çeşitliliği olduğu anlaşılmaktadır.(Signitzer 2008:209) Szondi, günümüzde kamu diplomasi sürecinde yer alan aktörleri devlet aktörleri ile kültürel örgütler, sivil toplum kuruluşları, diasporalar vb. devlet dışı aktörler şeklinde sıralamıştır.(Szondi 2009:18)

Klasik kamu diplomasisinin tek ve en önemli kaynağı olarak gösterilen hükümet ve hükümet kurumlarının yanı sıra günümüzde, hükümet dışı örgütler ve bireyler, sivil toplum örgütleri, üniversiteler, öğrenciler, baskı grupları, lobiler, özel şirketler, medya vb. kurumlar ve örgütler kamu diplomasisinin aktörü olabilmektedirler.(Ross 2002:76) Bugün için kamu diplomasisi, özel şirketler, işadamları, sivil toplum kuruluşları, üniversiteler, sportif aktiviteler, sosyal ve kültürel kurumlar, medya ve bunlar arasında ilişkileri ve bunların yürütülmesini kapsamaktadır.(İnan 2012:65)

Değişen kamu diplomasisinin uygulamalarında, karar verme sürecinde “bilgi temelli bir yaklaşımın gerekliliği anlaşılmış, yerli ve yabancı kamuların bilgilendirilmesi hayati önem taşıırken bu yolla hedef kamuların düşüncelerinin biçimlendirilmesine ve karar almalarına yardımcı olma hedeflenmiştir. Bu politikaları biçimlendirmek, riskleri hesaplamak ve hedef kamularla iletişim kurmanın yanı sıra bilim, teknoloji, endüstri, kültür vd. bütün ilişkide olunabilecek alanlardan faydalanma anlamına gelmektedir.”(Gonesh vd 2005:3)

Genel olarak kamu diplomasisinin öne çıkan amaçlar ulusal kimliği sağlamak, dış politikadaki kısa ve uzun dönemli sorunların çözümüne katkı yapmak, politikaların gerçekleşmesine uygun ortamlar sağlamak olarak sıralanabilir. Bu bağlamda, “kamu diplomasisi tutarlı, stratejik ve düzenleyici bir tarzda uygulanmalı, tek yönlü geleneksel kitle iletişimi yerine, iki yönlü diyalogu artırmalı, özel sektör ilişkisini genişletirken kamu diplomasisi kaynaklarının etkililiğini iyileştirmeli ve kamu diplomasisine bağlı varlıkları çoğaltmalıdır.”(Peterson 2002:78)

Kamu diplomasisi aracılığıyla “başka ülkelerin hükümetleri, kamuoyları etkilenmek suretiyle yönlendirilmeye çalışılırken, amaç kamuoyunda bir etki tesis etmek suretiyle yönetici elit grup içinde zaten olumlu olan kesimlerin işini kolaylaştırmak, olumsuz tutum geliştirmiş olanların ise bu etkisini ortadan kaldırmak

amaçlanmaktadır.”(Özkan vd. 2012:13) Kamu diplomasisinin, bir ülkenin başlıca şu amaçlarına ulaşmasında katkıda bulunacağı belirtilmiştir:(Leonard vd.2002:10)

- İnsanların birbirleriyle olan yakınlıklarını artırır, zihindeki imajları günceller, yanlış anlaşılmaları düzeltme fırsatı yaratır.
- İnsanların birbirine ilişkin beğenilerini artırır. Olumlu algılar oluşturmaya yardımcı olur.
- İnsanlararası bağlantılar kurulmasını sağlar. Eğitim, değişim programları, bilimsel işbirlikler, turizm maksatlı geziler, uzaktan eğitimler, ürün ve malların tüketimi ve değerlerin anlaşılmasını, insanlararası yakınlığı artırır.
- İnsanları etkiler. Böylece şirket yatırımlarından, turizme, yürütülen politikalar konusunda yabancı kamuların desteğinin alınması ve partner haline getirilmelerine kadar ülkenin dış politika amaçlarına ulaşmasında kolaylıklar sağlar.

İnan da kamu diplomasisinin hedeflerini diğer ülkelerin ihtiyaçlarını, kültürlerini, insanlarını anlamak, bakış açılarını paylaşmak, yanlış algılamaları düzeltmek, ortak paydalar bulmak olarak belirtmiştir.(İnan 2012:65) Tüm bu çerçeveden hareketle Cull, kamu diplomasisinin altı önemli bileşenini saymaktadır. Bunlar; “*dinleme, savunma, kültürel diplomasi, değişim programları, uluslararası yayıncılık ve psikolojik savaştır.*”(Cull 2009:10)

Genel olarak bakıldığında, kamu diplomasisinin uygulama kanalları ve teknikleri arasında uluslararası yayıncılık, bilimsel ve kültürel öğrenci değişim programları, burslar, sanatçıların ve entelektüellerin konferanslara, festivallere ya da sergilere katılması, ticari işbirlikler, ortak derneklerin kurulması, lisan öğrenimi ve kültürel merkezlerin kurulması yer almaktadır.(Demir 2012:6)

Kamu diplomasisine yönelik çalışmalar daha çok değişim programları olarak algılanmaktadır. Kültürel diplomasi alanına dahil edilen bu değişim programları farklı hedef kitlelere stratejik iletişim yöntemleri olarak da uygulanabilmektedir. Gözlemlendiği üzere, kamu diplomasisi faaliyetlerinde en yaygın kullanılan araçlar kitap, dergi vb. yayınlar, film, sinema, televizyon, radyo programları, yayımlar, kültür-sanat (sergi, konser, tiyatro, gösteri, show vb.) faaliyetleri ve ticari fuarlar gibi iletişim aktiviteleridir. Ayrıca şu da var ki, tüm bu sayılanların yanı sıra, ticaret, ihracat ve turizm de hükümetlerin kamu diplomasisi politikalarının içerisinde dahil edilmektedir.

Kamu diplomasisi, kavram olarak ortaya çıkışından bu yana özellikle “dış kamular nezdinde ülkelerin değerleri, gelenekleri, kurumları, dış politikaları ile ilgili anlayış ve sempati yaratmayı amaçlayan faaliyetler olarak ön plana çıkmıştır.”(Tuch 1990:8) Kamu diplomasisi, “içerideki medyayı ve halkı bilgilendirmeyi, etkilemeyi

öncelikli olarak amaç edinmiş iletişim aktivitelerini kapsayan kamusal işlerin (public affairs) aksine diğer ülkelerin vatandaşları, kanaat önderleri, medya ve basın mensuplarıyla etkileşimini kapsamaktadır.”(Nakamura 2010:2)

Tuch’a göre, “yabancı kitlelere yönelik kamu diplomasisi ile iç hedef kitlelere yönelik kamu işleri sadece hedef kitleler bağlamında değil; konsept, niyet, izleyici ya da yöntem olarak da farklıdır.”(Tuch 1990:8) Ancak bu görüşe rağmen, “kamu diplomasisinin iç kamulara yönelik iki yolla ilişkisi olduğu belirtilmektedir. Bunlardan ilki iç kamunun dış politikanın oluşturulma sürecine katkısı diğeri ise dış politika ve diplomasi amaçlarının iç kamuya anlatılmasıdır.”(Szondi 2009:7) Bir konunun kamuoyuna mal edilmesi, kamuoyunun desteğinin sağlanması dışarıda kabul görme, etkili olma imkanını artırır. Dolayısıyla, iç kamulara yönelik yürütülen kamu diplomasisi çalışmaları sadece iç değil, dış kamu diplomasisi faaliyetleriyle ilişkili görülmektedir.(Yavaşgel 2009:8)

21. Yüzyıl kamu diplomasisinin diğer bir özeliğinin ülkeler için hedef kamuların genişlemesi olduğunu ifade eden Szondi, dış politika konularında iç kamuların desteğinin de önemli bir unsur haline geldiğini vurgulayarak, iç ve dış politik konuların birleşmesini ve birbirine geçmesini ifade eden ‘*intermestic*’ kavramına dikkat çekmiştir.(Szondi 2009 304) Günümüzde dış siyaseti iç siyasetten ayrı ele almak olası görülmezken, dış siyasette iç siyasetin yansımalarının olduğu, bunların birbirine bağlı, birbirini etkileyen etkinlik sahaları olduğu vurgulanmıştır.(Yavaşgel 2009:8)

Soğuk Savaş sonrası uluslararası politikaya eklenen “iki temel faktörden birinin iç ve dış politikalar arasındaki ayrımın kalkması ve bir alanda verilen kararların doğrudan diğer alanlarda da hissedilir olduğudur. Diğer faktör ise askeri ve siyasi yöntemlerin uluslararası ilişkilerde geçerliliğini yitirmesi ve daha çok ikincil güç kaynakları denilen kültür, diplomasi, sosyal ilişkiler, ticari yatırımlar, vb. yumuşak güç unsurlarının sert güç denilen askeri güç unsurlarının önüne geçmesi olarak belirtilmiştir.”(Efeğil 2012:161-2)

Bugün kamu diplomasisinin hükümetler için bir zorunluluk haline gelmesinde üç faktörün önem taşıdığı öne sürülmektedir. Öncelikle üzerinde durulan, “hükümetlerin 21. Yüzyılda dış politika sorunları karşısında tek başlarına çözümler üretmez hale gelmeleridir. Bu süreçte hükümetlerin yanı sıra gerek ulusal gerekse uluslararası alanda sivil toplumun etkinliği artmış, sivil toplum örgütleri baskı grupları olarak hükümetler ve diğer kurumlar nezdinde lobi faaliyetleriyle bir baskı unsuru olmuşlardır. İkincisi,



vatandaşlar tarafından hükümetlerden daha fazla hesap verilebilirlik ve şeffaflık taleplerinin artması olmuştur. Üçüncüsü ise dış politikanın ve iç politikanın birbiri içine geçmesi, dış politika kararlarının çoğunlukla iç politika ve iç kamunun onayının da alınmasıyla karara bağlanması olmuştur.”(Gonesh vd. 2005:6)

### **3.1.1.1. İnce Güç Kaynağı Niteliğinde Kamu Diplomasisi**

Güç kavramı uluslararası politikada tartışmasız sıkça başvurulan en açıklayıcı kavramlardandır. Uluslararası ilişkilerde ana yaklaşımlara değinirken gerçekçi akımın dayandığı temel ilkenin uluslararası politikanın bir güç ve çıkar mücadelesi olduğu, güçlü tarafın oyunun galip tarafın oyu olarak kabul edildiği vurgulanmıştır.(Yavaşgel <http://www.kamudiplomasisi.org/15> Ekim 2015)

Holsti’ye göre güç, “bir ülkenin elindeki olanak ve yetenekleri ödül, ceza, ikna ve zorlama gibi çeşitli stratejiler yoluyla kullanarak karşı tarafın davranışlarını kendi çıkarları doğrultusunda etkileme ve yönlendirme kapasitesi”dir.(Özdemir 2012:116)

Güç olgusu askeri olan ve olmayan ögeler olarak da ikiye ayrılmıştır.(Sönmezoğlu 2005:14) Frankel’e göre güç, “maddi ve maddi olmayan unsurlardan meydana gelmektedir. Gücün sadece askeri unsurlarla düşünülmesi yanıltıcı olabilmektedir.”(Arı 1999:45) Genellikle yüzeysel bir şekilde realist yaklaşımla özdeşleştirilen güç kavramına aslında,” İdealizm, Marksizm ve Feminizm gibi diğer yaklaşımlar da analizlerinde merkezi bir yer vermişler, ancak tanımlarında kaba kuvvet yerine fikirlere, kültüre ya da kurumsal bağlamlara yaptıkları vurgu nedeniyle realizmden farklılaşmışlardır.”(Özdemir 2012:114)

Gücün yalnızca şiddete ya da zorlamaya dayalı bir kavram olmadığını vurgulamak amacıyla Morgenthau, “askeri güçle siyasal güç arasında bir ayrım yaparak siyasal gücü, insanın diğer insanların düşünce ve davranışları üzerindeki kontrolü olarak tanımlamış ve onun psikolojik bir ilişki türü olduğunu belirtmiştir. Gücü yansıtan, psikolojik ilişkide taraflardan birinin diğerinin isteklerini yerine getirmesini sağlayan unsurlar fayda beklentisi, dezavantaj (zarar) korkusu, kişi ya da kuruma duyulan saygı ya da sevgi olarak sıralamıştır.”(Özdemir 2012:118)

Hiç şüphesiz kamu diplomasisi güvene gereksinim duyar. Sosyal etki yönteminde, “insanların inançlarının ve davranışlarının değiştirilmesinde zorlayıcı teknik ve yöntemler ya da manipülasyon yerine insan doğasını dikkate alan rıza, bağlılık, yardımlaşma yoluyla inançların ve davranışların değiştirilmesi

amaçlanmaktadır. Bu yöntemler izleyicilerin önyargılarına ve duygularına seslenen propaganda taktikleri olabileceği gibi, demokratik sisteme uygun tartışma, görüşme, müzakere, söylev gibi yöntemler de olabilmektedir. İnsan doğasına dayanan sosyal etki aynı zamanla yumuşak güç anlamına da gelmektedir.”(Pratkanis 2009:118)

Çağdaş anlamda kamu diplomasisi “akıl ve irade için mücadele etmekten, akli ve kalpleri kazanmaya, bireyleri ve grupları anlamaya, etkilemeye dönük yumuşak güce dayanan bir konsepte evrilmiştir.”(Amstrong 2009:64) Nye, “enformasyon çağının sonucu olarak teknolojinin hayatın her alanına girmesi ve toplumsal ilişkileri yeniden tanımlamasıyla, gücün de farklı bir boyuta girdiğini savunmaktadır. Sarmaşık gibi yaşamın her alanına nüfuz eden internet ağları, hızlandırılmış ulaşım, multimedya özellikli cep telefonları, başta klonlama olmak üzere genetik gelişmeler, nanoteknolojinin uygulandığı saldırı cihazları, casus uçaklar vb. bütün bu teknolojik gelişmeler savaşları da özelleştirmiş, bunun da dünya politikasında dramatik bir değişimi temsil ettiği vurgulanmıştır.”(Güzer, <http://www.ekopolitik.org/2> Mayıs 2014)

Kamu diplomasisinin kaçınılmaz olarak güçle ilişkili olduğunu vurgulayan Snow’a göre Joseph S. Nye’nin *‘İnce Güç’* kavramı üzerine yaptığı araştırmalar bu alanın önde gelen çalışmaları arasındadır. Nye, “gücü istenen sonuçlara varabilmek için başkasına ya da başkalarının davranışlarına nüfuz edebilme yetisi olarak tanımlarken, *‘ince gücü’* ise temel olarak *kültür, değerler, ideoloji gibi soyut ve dolaylı etki yaratan unsurlara* dayandırmaktadır.”(Snow 2009:3) İlk kez 1990 yılında yayımlanan ve Amerika’nın düşüşte olduğu hakkındaki yaygın görüşü tartışan Nye, bu kavrama *Bound to Lead* adlı kitabında ve 1991 yılında yazdığı ‘zafer’ duygusuna karşı Amerika’yı uyarma gereksinimi duyduğu *Amerikan Gücünün Paradoksu* adlı yapıtında değinmiştir.(Demir 2011:2)

Nye’a göre, “ince güç çekici bir kimlik taşıyan kültür, siyasi değerler, kurumlar, ahlaki temelli, meşruiyete dayalı politikalar üzerinde yükselen bir cazibe merkezi oluşturmakla mümkün olabilecektir. Bu nedenle realist güç anlayışında zorlama yeteneği ön plana çıkarken, ince gücün kullanılabilmesi için gerekli unsurlar çekicilik ve prestij yaratmaktır.”(Nye 2005:11)

Sert (hard) güç konusunda belli bir mutabakatın olduğunu belirten Nye, askeri güç ve ekonomik gücün diğerlerinin tutumunu değiştirmek için sıklıkla kullanıldığını ifade etmiştir. Nye’e göre sert güç, “kandırma ve tehdide dayanırken bunlara başvurmadan da sonuçlara ulaşmak mümkündür. Bu da gücün ikinci bir yüzüyle

mümkündür. Bir ülke dünya politikasında istediği sonuçlara diğerlerini kendi değerlerine hayran bırakarak, onlara model olarak, refah ve şeffaflık düzeyine ulaşma noktasında onlarda arzu yaratarak da ulaşabilmektedir. Bu anlamda ince güç, istenilen sonuçların diğerleri tarafından da istenilmesini sağlamak ve diğerlerinin tercihlerini belirleyebilme yeteneğidir.”(Nye 2005:6)

Nye bu görüşlerini daha sonra yazdığı *Soft Power: The Means to Success in World Politics (İnce Güç: Dünya Siyasetinde Başarının Yolu)* adlı yapıtında genişletmiş ve ABD'nin kendisinden çok daha zayıf olan Vietnam karşısında uğradığı bozgunu ve 9/11 saldırısını önleyebilme konusundaki başarısızlığını buna örnek göstermiştir. “Amerikan dış politikasının yeniden tanımlanması tartışmalarına özeleştirel bir bakışla yaklaşan yazar, yeni muhafazakar bir yapının ağırlıkta olduğu Cumhuriyetçi Bush yönetiminin ‘ince güç’ kavramının uluslararası istikrarın oluşturulmasında oynadığı rolü anlayamadığı, salt askeri ya da materyal güce dayanma eğiliminin yarattığı aşırı özgüven sonucu oluşan anti-Amerikan duyguların ve Amerikan değerlerine saldırıların önelenebilmesinin yolunun Amerikan yönetiminin ince güç olgusuna eğilmesinden geçtiğini vurgulamıştır.”(Güzer,/http://www.ekopolitik.org/20124)

Bir başka değerlendirmede 21. Yüzyılın başlarına kadar oldukça güvenilir bir imajı olan ABD'nin bu yüzyılın başından itibaren özellikle Irak Savaşı'nın öncesinde ve sonrasında izlediği politikalarla en önemli sermayesi olan ‘iyi ve güçlü imajı’ nı yıprattığı vurgulanmıştır.(Çoşkun 2012:55) Cull’a göre de, “Soğuk Savaş sonunda bir aktörün uluslararası ortamda istediğini alma kabiliyeti, askeri ve ekonomik gücünden ziyade kültürünün çekiciliğine dayanmaktadır. ‘İnce Güç’ olarak ifade edilen bu olgu kamu diplomasisinin de önemli bir özelliğidir.”(Demir 2012:3)

Kamu diplomasisi ince gücün en önemli araçlarından biri olarak kabul edilmektedir. İnce güç yaklaşımına göre “kamu diplomasisi, zorlamaya karşılık cazibe yoluyla Amerikan çıkarlarını geliştirme aracı olarak görülürken ince güç ise ülkenin kültürü, politik idealleri ve değerleri üzerinde beğeni oluşturarak bunların savunulmasını sağlamak olarak ifade edilmiştir.”(Pratkanis 2009:111)

Bugün ince güç, günlük demokratik politikanın esası olarak görülmektedir. İnce güç sadece ikna ve tartışmayla insanları yönlendirmek değil, onları ikna etmeyi de gerektirir. Hem sert güç hem de ince güç diğerlerinin davranışlarını etkileyerek amaçlara ulaşma kabiliyetini ifade etmektedir. Aralarındaki fark birinin emir ve zor gücüne dayanması, diğerinin ise ikna ve işbirliğine dayanması olarak belirtilmiştir.(Nye

2005:7) Öyle ki artık, “bilginin ince güç aracılığıyla verilmesinin sert güçten daha etkili sonuçlar yaratmakta olduğu anlaşılmıştır. Bu nedenle uluslararası politikada etkin güç kullanımının, hem daha düşük maliyetli ve daha kalıcı sonuçlar doğurabilen hem de aynı zamanda meşruiyet ve rıza unsuru içeren ince güç yöntemleriyle sağlanabileceği vurgulanmıştır.”(Özdemir 2012:140)

Dış politika yukarıda sözü edilen şekilde bir imtiyaz alanı olmaktan çıkarak, “herkesin görüş ve düşüncelerinin alınması gereken, iç politik süreçlerde de sonuçlarının ağırlık taşıdığı bir alana dönüşmüştür. Bu değişim nedeniyle ince güç kavramına değinen yazarların başında gelen Nye, ABD’nin ülkenin ince gücünü oluşturan alanlara yatırım yapmak zorunda olduğunu belirtmiş, dünyanın en zengin ülkesinin hem evindeki eğitim olanaklarına hem de yurt dışındaki yardım ve bilgilendirme programlarına yatırım yapması gerekliliğine dikkat çekmiştir. Bu alanın sert güce kıyasla birbiriyle dayanışma içinde birçok mekanizmayı barındırdığı ifade edilmiştir.”(Snow 2009:3)

Uluslararası politikada ince güç kaynakları ülkelerin çoğunlukla değerleri ve kültürlerinin bileşenlerinden oluşmaktadır. Devletlerin ince güç avantajının “kültür ve fikirlerinin egemen küresel normlarla eşleşmesi, bir ulusun küresel haber medyasında konuların nasıl çerçeveleneceğini etkileyebileceği çeşitli iletişim kanallarına sahip olması ve bir devletin inanılabilirliğinin iç ve uluslararası davranış tarzlarıyla güçlendirilmesiyle belirleneceği belirtilmiştir.”(Snow 2009:3)

Dış kamuların gündemini belirleyebilme yeteneği olarak da ifade edilen ince güç, hükümetlerin kontrol ettiği alanın daha ötesine uzanarak kitap, CD, film, televizyon programları, markalar, tüketim ürünleri, ulusal örgütler, organizasyonlar vb. unsurlara dayanmaktadır.(Leonard 2000:4) İnce güç yaklaşımına göre, “Amerikan kamu diplomasisinin kullandığı bazı araçlar broşürler, radyolar, değişim programları, yurtdışındaki okullar, üniversiteler, Amerikan çalışmaları ve programları, bu programlara yönelik burslardır. ABD’nin ince gücünün dayandığı bazı öğelerin başında popüler kültür, pop müziği, Hollywood yapımları, dev global şirketler, iPod’ler, akademik alanda başarı hikayeleriyle dolu gözde üniversiteler, uluslararası siyasetin analitik gözlemlerle kurgulandığı stratejik düşünce kuruluşları gelmektedir. İnce güç kullanımının ön plana çıktığı bu faaliyetlerde amaç uzun dönemli ilişkiler kurmak ve anlayış oluşturmaktır.”(Pratkanis 2009:111)

Güç kavramının askeri ve ekonomik tarafının yanı sıra ince güç unsurlarını da taşıdığını ifade eden Nye, bu ikisinin bileşkesiyle '*akıllı güç*' (smart power) denilen yeni bir güç kategorisine geçilebileceğini belirtmiştir. ABD'nin Soğuk Savaş boyunca bu türü kullandığını belirten Nye, 9/11 olayına gelinen süreçte ise bu gücü tam anlamıyla başarıya ulaştırılmadığına değinmiştir. "Askeri ve ekonomik güç tek başına akılları ve kalpleri kazanamayacağı için kamu diplomasisi akıllı güç için bir gerekliliktir, bu nedenle kamu diplomasisi anlayışının ince güce dayanan güven, özeleştirici ve sivil toplum unsurlarını kapsamaya gerekmektedir."(Nye 2005:108)

Yeni bir konsept olarak akıllı güç, farklı bağlamlarda sert güç ile ince gücün başarılı stratejiler çerçevesinde birleştirilebilme yeteneği olarak ifade edilmektedir. Nye, iki gücün dengeli ve akılcı kullanılmasını '*akıllı güç*'(smart power) olarak tanımlamaktadır.(Nye 2005:32)

### **3.1.1.2. Kamu Diplomasisinin Araçsal Yapılanması**

Kamu diplomasisi toplumları etkilemek amaçlı yürütülmektedir, bu amaçla faaliyet alanında siyasal iletişim araçlarıyla hareket etmektedir. Siyasal iletişim de, siyasi aktörlerin belli ideolojik amaçlarını, belli gruplara, kitlelere, ülkelere ya da bloklara kabul ettirmek amaçlı faaliyet bütünü olarak tanımlanmaktadır. Disiplin ayrıca gerektiğinde bu faaliyetleri eyleme dönüştürmek, uygulamaya koymak üzere çeşitli iletişim tür ve tekniklerini kullanmaktadır.

Bu perspektifte, kamu diplomasisinin uygulanmasında kullanılan araçlar altı başlık altında toplanmaktadır. Bunlar; kültürel, eğitimsel, ekonomik ve sosyal, teknolojik, askeri, dini ve uluslararası örgütlerdir. Bu araçlar kullanılmaksızın kamu diplomasisini uygulamak olanak dışıdır.

#### ***Kamu Diplomasisinde Kültürel Araçlar***

Kültür, toplumların yaşam tarzını ifade eder, yaşam formlarını oluşturur. Dolayısıyla, bir toplum üzerinde bir algı yaratılmak isteniyorsa, öncelikle yapılması gereken o toplumun kültürünü çözümlenmek olmalıdır. Bu amaçla, kamu diplomasisinin uygulamalarında kullanılan kültürel araçlar; yazılı ve görsel basın, filmler ve sinemalar, radyo yayınları, popüler kültür araçları, müzik, yabancı dil eğitimi, kültür sanat ödülleri verilmesi vb. şeklinde ele alınabilir.

Kültürel araçlardan ilki olan “*yazılı basın* ya da *yazılı medya* ülkede çıkan günlük gazeteleri ifade etmektedir. Kültürel gelişme seviyesi ülkeden ülkeye değişiklik göstermekte birlikte yakın bir gelecekte okuma yazma bilmeyen insanın kalmayacağı değerlendirilmektedir.”(Todd 2004:33) Dünyadaki okuma yazma oranlarının yükselmesi, gazete okuma oranının artması ile birlikte gazetelerin önemi de giderek artmaktadır.

Kültürel araçlardan ikincisi olarak *görsel basın* ya da *görsel medya* içinde daha çok televizyon kanalları etkili olmaktadır. Dış ülkelerde sempati yaratacak televizyon kanalı satın almak ya da yeni bir kanal açmak kamu diplomasisinin etkinliğine katkı sağlayan önemli konulardandır. Sözelimi Türkiye’de, uluslararası düzeyde bulunan kanalların - CNN Türk, Sky Türk, Bloomberg TV, Fox TV, vb.- özellikle haber kanalları olarak faaliyet gösterdiği görülmektedir.

ABD’nin yenilgisiyle sona eren Vietnam Savaşı, “medyanın özellikle de televizyonların kamuoyunu etkileme ve oluşturmada ne denli önemli bir güç olduğunu göstermiştir. Özellikle, savaş zamanında hükümetlerce belirlenen politikaların geniş halk yığınlarınınca desteklenmesinde, yani ulusal konsensüs sağlanmasında medyanın oynadığı etkin rolün önemi Vietnam Savaşı’nda daha iyi anlaşılmıştır. Basının desteği alınmadan bir savaş kazanmanın zorluğu, belki de olanaksızlığı daha iyi kavranmıştır.”(Mutlu 2003:241)

Kamu diplomasisinde *film ve sinema sektörüne* özel bir önem atfetmek oldukça büyük önem taşımaktadır. “Görsel ve kurgusal bir dil kullanan sinemanın, yapısı gereği, her türlü mesajı daha etkili olarak aktarması, siyasal mesajların bu yolla daha etkili olarak aktarılacağı kanısını uyandırmış; bu sayede sinema filmi senaryoları bu türde de ürün vermeye başlamıştır.”(Aziz 2011:64)

“Her türde çekilen milli güvenlik filmlerinden ibaret dev yapımların kaynaklarını harekete geçirmeyi dünyada tek başına başarabilen, endüstriyel olduğu kadar aynı zamanda kültürel kimlik de taşıyan tek ve büyük bir kurumun adı olarak Hollywood sineması”(Valantin 2006:8), hiç şüphesiz, sinema filmleri aracılığıyla mesaj aktarımının en başarılı örneğini vermektedir.

*Popüler kültür* unsurlarının da kamu diplomasisine doğrudan olmasa bile dolaylı olarak etkide bulunduğu söylenebilir. Yine bu alanda da küresel sermayenin de gelişmesiyle birlikte tüm dünyada popüler kültür üretiminde ABD’nin en başat rol oynadığı kabul edilmelidir. Popüler kültür adı altında yiyecek ve içecek kapsamında;

McDonalds gibi yiyecek mağazası zincirleri, Coca Cola gibi içecek markaları, Marlboro gibi sigara markaları, Levis gibi giyim markaları örnek olarak sayılabilir.

Yine popüler kültür kapsamında ele alınan *müzik* de kamu diplomasisine dolaylı etki yapan önemli unsurlardandır. “Geçmişte Osmanlı İmparatorluğu hakimiyeti altındaki Balkanlar başta olmak üzere birçok coğrafyada halen Türk müziğinin etkileri görülmektedir. 18. Yüzyıl ile 20. Yüzyıl arasında Avrupa’da klasik müzik ön plana çıkmış iken 20. Yüzyıl ile birlikte genç kitle üzerinde pop müzik kültürü etkili olmaya başlamıştır. 1960’larda ABD Dışişleri Bakanlığı jazz müziğinin dünya üzerinde yaratmış olduğu etkiden faydalanmak için ‘jazz elçileri’ adı altında bir program oluşturmuş, 840 bin dolar ayırdığı bütçe ile bu grubun Doğu Bloğu ülkelerinin de arasında olduğu birçok ülkede konserler vermesi sağlanmıştır.”(Schneider 2007:154)

*Radyo yayınlarının* da televizyondan önce toplumları bilinçlendirme açısından ayrı bir yeri söz konusu idi. Özellikle 2. Dünya Savaşı Döneminde Almanya’da Hitler’in propagandadan sorumlu bakanı Goebbels tarafından Alman toplumunu etkilemek amacıyla etkin olarak kullanılmıştır. İkinci Dünya Savaşı ile birlikte Amerika Birleşik Devletleri ‘*Amerika’nın Sesi*’ radyosunu kurarak savaş süresince yoğun biçimde bu mecraayı kullanmıştır. Bugün de bölgesel ve yerel dillerde yayın yapmakta olan Amerika’nın Sesi (VOA), İngiltere’nin Sesi (BBC), Almanya’nın Sesi, Fransa’nın Sesi (Radio France), Türkiye’nin Sesi gibi kanallar etkinliklerine devam etmektedirler.

Hiç tartışmasız, kültürü oluşturan unsurların başında sayılması gereken dil, toplumların birbirleriyle anlaşmada kullandıkları başlıca iletişim aracı rolündedir. Kamu diplomasisinde de yabancı toplumların dillerini öğrenmek oldukça önem taşımaktadır. Kendi ülke sınırlarımızın ötesinde etki yaratmaya çalışmak, elbette ki *yabancı dil* altyapısından geçmektedir. Ancak, burada süreç *dil eğitimi* ve *dil öğretimi* olmak üzere iki taraflı yürütülmelidir. Dil eğitimi, diğer ülke vatandaşlarının bizimle aynı dili konuşmasını sağlamak için yürütülecek dil etkinliklerini; dil öğretimi ise bizim onları anlamak ve kendimizi anlatabilmek için dillerini öğrenmemizi içermektedir.

*Kültür merkezleri ve büroları* da ülkelerin sosyo-kültürel gündemlerinin aktarılabilirdiği önemli ortamlardandırlar. Öyle ki, “o ülkenin hikayesini özellikle gençlere kitaplar, resimli albümler, internet, müzik, film ve diğer yollarla anlatmayı amaç edinen, o ülkeye ait güncel olayların tartışılıp konuşularak takip edildiği çok fonksiyonlu platformlardır. Kamu diplomasisinin amacının sempati yaratmak olduğu göz

önünde bulundurulduğunda kültür merkezleri ve bürolarının önemli bir yer tuttuğu rahatlıkla anlaşılacaktır.”(Djerejian 2011:29)

Bunların dışında, doğrudan devletler arasında protokol yapılarak uygulamaya giren kültürel faaliyetler ile farklı ülkelerdeki yerel yönetimlerin birbirleri arasındaki *'kardeş şehir uygulamaları'* da yine kamu diplomasisi amaçlı kültürel etkinlik alanları olarak belirtilmelidir. Sözgelimi, Türkiye'nin 2012 yılında Çin ile imzaladığı protokole göre 2012 yılı Türkiye'de Çin Kültür Yılı, 2013 yılı ise Çin'de Türk Kültür Yılı ilan edilerek her iki ülkede de karşılıklı kültürel aktivitelerde bulunulmuştur.

Kamu ya da özel kuruluşların yaptıkları kültürel değerlendirmeler çerçevesinde verilen *ödülleri, nişanlar ve madalyalar* da kamu diplomasisinin önemli kültürel etkinlikleri arasında sayılmaktadır.

#### ***Kamu Diplomasisinde Eğitimsel Araçlar***

Kamu diplomasisinin kültürel araçlarının yanı sıra önemli bir boyutu da eğitimsel faaliyetlerdir. Eğitimsel faaliyetler kapsamında pek çok öğrenci, değişim programlarından yararlanarak diğer ülkelerdeki üniversitelere gitmekte, devletlerin ya da özel kuruluşların verdikleri burslar ile yüksek öğrenimlerini sürdürebilmektedir. Bununla birlikte birçok akademisyen bilimsel yayınlar yapmakta, konferanslar ve seminerler ile görüş alışverişinde bulunmaktadır.

Ülkeler arasında yapılan öğrenci değişim programları eğitimsel araçların en aktif kısmını oluşturmaktadır. Söz konusu değişim programları kapsamında üniversite öğrencilerinin eğitim sürecinin bir kısmını başka bir ülkede geçirmesi, üniversite eğitiminin yanı sıra o ülke insanının yapısını, kendisine özgü kültür özelliklerini, yaşam tarzını deneyimlemesini sağlamaktadır. O süreç içerisinde ortaya çıkan olumlu izlenimler de o ülkeye karşı duyulan sempatiyi artırmaktadır. Erasmus, bu bağlamda yer alan ve en yaygın olan öğrenci değişim programıdır. AB ülkeleri dışında uygulanmakta olan Mevlana ve Farabi gibi öğrenci değişim programlarını da bu bağlamda dile getirmek gerekir.

Akademisyenlere ve özellikle akademik çalışma yapan öğrencilere çeşitli ülkeler ve kuruluşlar tarafından öğrenim bursu verilmektedir. Jean Monnet, Fulbright, Carnegie vb. burslar akademik personele belirli alanlarda yaptıkları çalışmalara yardımcı olmak üzere destek mahiyetinde verilen burslardır. Söz konusu burslar, bursu veren ülkeye



karşı büyük bir sempati yaratacağından ötürü kamu diplomasisi açısından önem taşımaktadır.

Dünyada üniversiteler ve akademik çevreler tarafından yapılan yayımlar da önemli bir algı yaratmaktadır. Şöyle ki, yayımlanan tüm bilimsel kitap, dergi ve makaleler puanlama sistemine dahildir. Her yıl üniversiteler tarafından yapılan yayınlar puan esasına göre değerlendirilerek dünyanın, yapılan yayınlara göre en başarılı üniversiteleri sıralanmaktadır. Önemli bir prestij konusu olan bu uygulama aynı zamanda bir ülkenin bilimsel alanda diğer ülkeler ile karşılaştırılmasını sağlamaktadır. En çok yayın yaparak en iyi üniversite unvanını kazanan okulların yer aldığı ülkeler, ekonomik kalkınmışlık ve refah düzeyi açısından ileri seviye ülkeler olarak kabul edilmekte ve bu ülkelerde eğitim görmek daha büyük bir ilgi yaratmaktadır. Bununla birlikte düzenlenen uluslararası seminer, sempozyum, konferans gibi etkinlikler de bilimsel faaliyetlere katma değer sağlayan diğer açılımlardır.

Joseph S. Nye *İnce Güç* adlı yapıtında “*bilgi etkili ve güvenilirse, bazen tek başına da diğer devletlerin politikalarını değiştirebilir*” demektedir.(Nye 2005:115) 2011 yılında ortaya çıkan ‘*Wikileaks Belgeleri*’ bunun özel bir örneğini teşkil etmektedir.(<http://www.trt.net.tr/2011>)

### ***Kamu Diplomasisinde Ekonomik ve Sosyal Araçlar***

Kamu diplomasisine destek sağlayan sosyal araçlar söz konusu edildiğinde ise spor branşları, doğal afetlerde yapılan maddi ve manevi yardımlar, doğrudan yapılan maddi yardımlar, insani yardım faaliyetleri, sivil toplum kuruluşlarının ve siyasi partilerin faaliyetler akla gelmektedir.

Spor faaliyetleri günümüzde eğlenceli vakit geçirmekten daha büyük bir anlam kazanmıştır. Hiç şüphesiz spor aktiviteleri dünyada giderek artan bir öneme sahip olmaktadır. Hatta, spor branşları ve dalları artık markaya dönüşmektedir. Sözgelimi, Amerikan Milli Basketbol Ligi (NBA) bu duruma birebir uymaktadır. NBA’de oynamak tüm dünya gençliğinin hayali haline gelmiştir denilebilir. Gerçekten de, NBA dünyada evrensel bir değere dönüşmüştür. Maçları hemen hemen tüm dünya ülkelerinde canlı yayınlanmaktadır, dergileri basılmaktadır, bir popüler kültür ürününe dönüşmüş, tartışmasız bu branşta güçlü bir marka olmuştur.

Spor alanında uluslararası nitelikte gerçekleştirilen ‘olimpiyatlar’, ‘dünya futbol şampiyonaları’, ‘Formula-1 araba yarışları’, ‘Fransız bisiklet turu (Tour de France)’ vb. dünya kamuoyu üzerinde çok güçlü etkiler bırakan oldukça kapsamlı organizasyonlardır.

Bunların dışında dünyanın farklı bölgelerinde meydana gelebilen doğal afetler sonucunda yürütülen destekler de ulusal ve uluslararası kamuoyu tarafından olumlu karşılanmaktadır. Deprem, sel, tsunami, toprak kayması, nükleer felaketler gibi çeşitli afetler nedeniyle ülkeler yardım talep edebilmektedir. Bu tür afetlere mazruz kalmış ülkelere öncelikle ilaç, gıda ve barınma amaçlı yardımlarda bulunmaktadır. Böyle doğal krizler yaşayan ülkelerin maddi ve manevi olarak yanında bulunan ülkeler dünya kamuoyunun büyük takdirini kazanmakta, imajı güçlenmektedir.

Uluslararası ortamlarda zaman zaman ortaya çıkan silahlı çatışmada içeren kriz ortamları ile salgın hastalıklar gibi çeşitli durumlarda insani amaçlı yardım faaliyetleri de büyük önem taşımaktadır. Bu tür siyasal krizlerin yol açtığı durumlardan ötürü ülkesini terk etmek durumunda kalan mültecilere yaklaşım da oldukça önemli izlenim yaratmaktadır. Bu bağlamda gerçekleştirilen insani yardım faaliyetleri ulusal ve uluslararası medyada geniş yer bulmaktadır. Bu şekilde bu tür faaliyetler içerisinde yer alan ülkeler lehine de oldukça olumlu izlenimler yaratılmaktadır.

Kamu diplomasisinin uygulamaları arasında sayılabilecek bu tarz icraatlar ortaya farklı şekillerde çıkmaktadır. Siyasi krizler, iç savaşlar, mülteci ve göç sorunları, açlık, yoksulluk, kıtlık, sıtma gibi hastalıklarla mücadele bu tür krizlere örnek oluşturmaktadır.(<http://www.un.org/en/humanitarian/2014>)

Sivil toplum kuruluşları da kamu diplomasisinde rol oynayan sosyal araçlardır. “Postmodern toplumlarda hakim otoriteye genellikle şüphe ile yaklaşılır ve çoğu zaman hükümetlere güvenilmez. Bu da hükümetlerin geri planda kalmasına yol açar. Bazı sivil toplum kuruluşlarına hükümetlerden daha fazla güven duyulur ve kontrol edilmeleri zor olsa bile faydalı bir iletişim aracı olabilirler. Soros Vakfı, Ford Vakfı ve Carnegie Vakfı gibi Amerikan vakıfları ve birçok sivil toplum kuruluşu, Soğuk Savaş’ın bitmesinden sonra, DoğuAvrupa’da demokrasinin sağlanmasında önemli rol oynamışlardır. Bill ve Melinda Gates Vakfı, Afrika’da bulaşıcı hastalıklarla mücadele etmek için birçok devletten daha fazla şey yapmıştır.”(Nye 2005:113)

Çeşitli ülkelerdeki siyasi partiler de kamu diplomasisinin sosyal araçları arasında yer alır. “Bu partilerin kısmen devlet destekli dahi olsalar yurt dışında çeşitli partilerle ya da kesimlerle dış ilişkiler kurmaları olasıdır.”(Nye 2005:113) Alman siyasi partisi Sosyal Demokrat Parti ile Türkiye’deki Cumhuriyet Halk Partisi arasındaki işbirliği bunun tipik bir örneğini oluşturmaktadır.

### ***Kamu Diplomasisinde Teknolojik Araçlar***

Kamu diplomasisi uygulamalarında teknolojiden son derece fazla yararlanılmaktadır. 21. Yüzyılda özellikle internet devrimi ile yeni bir sürece girildiğini belirtmek gerekir. Donanım alanında olduğu kadar yazılım alanında da kendisini gösteren bu gelişmeler esas olarak bilişim teknolojilerinde yaşanmaktadır. İnternet alanında yaşanan bu gelişmelerin yanı sıra cep telefonu teknolojisindeki yenilikler bilişim teknolojilerinin kullanım alanını genişletmiştir. Kamu diplomasisi de esas itibarıyla ülke ağısı yaratarak imaj inşası anlamına geldiği için bilişim teknolojisindeki bu gelişmelerin taşıdığı değer oldukça büyük olmaktadır.

Bilgisayar teknolojilerinde yazılım alanında ortaya çıkan gelişmelere koşut olarak “internet ortamında Youtube, Facebook, Twitter, MSN, Yahoo, Hotmail, Google gibi programlar ilgi odağı haline gelmiştir. İnternet alanındaki söz konusu gelişmeler, başta siyasi partiler olmak üzere tüm siyasi aktörler tarafından keşfedilmiş ve kendi maksatlarına uygun faaliyetlerde kullanılmaya başlanmıştır.”(Aziz 2011:68)

### ***Kamu Diplomasisinde Askeri Araçlar***

BM üye ülkeler arasında barış gücü çerçevesinde askeri personel değişim programları yürütülmektedir. Kamu diplomasisi uygulamalarında askeri personel değişim programları da etkili olmaktadır. Kamu diplomasisinde askeri araçlar doğrudan etkili görülmeseler de aslında ülkelere itibar kazandıran unsurlardan sayılması gerektiği kabul görmektedir.

Dünya barışının tesis edilmesinde rol oynayan Birleşmiş Milletler, NATO, Avrupa Birliği, Afrika Birliği, Arap Birliği, gönüllü ülkelerin koalisyonları gibi organizasyonlar tarafından herhangi bir kriz çıkmaması için çalışmalar yürütülmekte, kalkınma yardımlarında bulunmaktadır. Bu bağlamdaki çalışmalar can güvenliğinin önlenmesi başta olmak üzere, dünya sağlığının korunması, açlıkla/yoksullukla mücadele vb. konulardan oluşmaktadır.

Söz konusu bu faaliyetlerin iki boyutu bulunmaktadır. “İlki yardım edilen ülke/ülkeler bakımından, ikincisi uluslararası kamuoyunda yarattığı etki bakımından önemlidir. Bir bakıma destek sağlayan ülkenin yardım gören ülke nezdinde prestiji artmaktadır. Ancak asıl etki diğer ülkeler üzerinde yaratılmış olmaktadır. Bu sayede dünya kamuoyunun ilgisi çekilerek barışı sağlayan ve tarafların güven duyduğu ülke statüsü kazanılmış olur. Dolayısıyla, uluslararası kriz bölgelerinde görev yapan barış gücü unsurları, yapmış oldukları görevler nedeniyle kamu diplomasisinin askeri unsurları kapsamına girmektedir. Askeri personel değişim programları da ülkelerin ince güç üretimlerine ve dolayısıyla da kamu diplomasisi faaliyetlerine katkıda bulunmaktadır. Bu kapsamda çeşitli ülkelerde kurs, tatbikat, dil eğitimi ve askeri eğitim yürütülmektedir.”(Djerejian 2011:47)

#### ***Kamu Diplomasisinde Dini Araçlar***

Din de aslında uluslararası ortamda yüzyıllardır kullanılan diplomatik bir araçtır. Hristiyan Batı, Müslüman dünyası gibi nitelemeler bu durumun göstergesi olmaktadır. Aslında, “birçok din yeryüzünde kendi inancını yaymak için diğer ülkelere bu amaçla görevli insanlar göndermiştir. Son birkaç yüzyıldır misyoner adı verilen bu insanlar bir yandan kendi inanışlarını yayarken diğer yandan mensubu buldukları ülkelerin çıkarlarını takip etmekte idiler. Devletlerin icra etmiş oldukları dini yayma faaliyetlerinin en temel amacı iktisadi/ekonomik çıkarlarının sağlanması olmuştur. Örtülü olarak icra edilen bu tür faaliyetlere sömürgeciliğin ilk aşaması olarak da bakılabilir.”(Corm 2008:11)

Din, “ulus devlet dönemi öncesi devletlerin kuruluşunda, diğer devletlerle ilişkilerinde temel amaç olma işlevini yitirmiş, fakat toplumsal ve siyasi unsur olarak ortadan kaybolmamıştır. Ulus devletlere dayalı uluslararası düzende sistemin yapısı ve işleyişini etkileyen esas unsurların yanında, şüphesiz onlardan daha az önemli olduğu düşünülen unsurlardan birisi haline gelmiştir. Ulus devlet döneminin özelliği dini aynı zamanda bir araç olarak görmesi ve kullanmasıdır. Birçok olayda devletler dini dış politika aracı olarak kullanarak amaçlarına ulaşmaya çalışmışlardır.”(Çağiran 2007:374)

#### ***Kamu Diplomasisinde Uluslararası Örgütler ve Kuruluşlar***

Dünyada barış ve güvenliğin sağlanması, sonrasında ticaretin genişlemesi, ardından da küreselleşmenin bir olgu haline gelmesi sınır

conseptinde değişiklik yaratmıştır. Teknolojik gelişmelerle küresel köye dönüşen dünyada ABD, RF, AB gibi ülke ve birlikler uluslararası perspektifte başta ticaret olmak üzere pekçok alanda daha aktif olmayı başarmışlardır.

Kamu diplomasisinin devletler arasındaki ilişkilerde resmi kanalların dışında faaliyet gösteren bir uygulama alanı olduğu düşünöldüğünde, özel girişimlerin rolü çok daha iyi ortaya çıkacaktır. Bu bağlamda Birleşmiş Milletler, NATO, Arap Birliği, İşlam Konferansı Örgütü, Afrika Birliği, Güneydoğu Asya Devletleri Birliği/ASEAN, vb. uluslar arası örgütler ile Greenpeace, Dünya Barış Örgütü, Sınır Tanımayan Doktorlar Örgütü, vb. uluslararası sivil toplum kuruluşları şeklinde iki grup ortaya çıkmıştır.

Evrensel amaçlarla kurulan Birleşmiş Milletler ile Doğu Bloğuna karşı Batı Bloğu tarafından kurulan NATO ve ilk başlarda ekonomik amaçlı olarak kurulan Avrupa Birliği uluslararası alanda rol oynayan evrensel örgütlere dönüşmüşlerdir. Bunlar doğal afetlerin yanı sıra siyasal kriz ve çatışma durumlarında ilgili bölgelere müdahale için ortak karar alıp harekete geçebilme yeteneğine sahip örgütlerdir.

Bunların yanı sıra Arap ve Afrika Birlikleri, İşlam Konferansı Örgütü gibi organizasyonlar da kendi üyelerinin ortak kararı ile bu tür durumlarda harekete geçebilmektedirler. Söz konusu bu teşkilatlar bu boyutlardaki çalışmalarıyla dünya kamuoyunun ilgisini çekmekte, bu şekilde de kamu diplomasisinin uygulama aracı niteliğine dönüşmektedirler.

Bu yapılar içerisinde de zamanla özellikle Birleşmiş Milletler Güvenlik Konseyi geçici üyeliği, NATO üyeliği ve AB üyeliği dünya kamuoyu nezdinde oldukça itibar yaratan üyelikler haline gelmişlerdir. Buradaki itibarı da bu üyelikler aracılığıyla devletlerin dünya politikasında söz sahibi olmaları yaratmaktadır denilebilir. Bu bağlamda, Türkiye'nin de 2009-2010 Döneminde BM Güvenlik Konseyi Geçici Üyeliği görevinde bulunduğunu belirtmek gerekir. Aktif bir dış politika izlediği bu dönem görevi, farklı bölgesel sorunlara yönelik geliştirmiş bulunduğu çözümler dolayısıyla Türkiye adına küresel güç olma yolunda önemli bir adım olarak görülebilir.

Söz konusu oldukça önemli sorunlardan biri olan İran'ın nükleer güç olma iddialarına karşı Türkiye, diğer bir Güvenlik Konseyi Geçici Üyesi olan Brezilya ile birlikte sonuç getirici çalışmalarda bulunmuş, soruna yönelik anlamlı çözüm arayışı içerisinde bulunmuştur. Bu soruna karşı çözüm odaklı arabulucu rolünü başarıyla

uygulayarak olumlu adımların atılmasını sağlayan Türkiye uluslararası ortamda da bu rolü sayesinde oldukça anlamlı bir prestij kazanmıştır.

Haberleşme teknolojisi sayesinde iletişim alanındaki gelişmeler sivil toplum kuruluşlarının çalışmalarını daha ön plana çıkarmaya hizmet etmiştir. Özellikle uluslararası sivil toplum örgütleri çalışmalarıyla farklı toplumlar üzerinde etkiler yaratmışlardır. Bunların içerisinde ilk sıralarda sayılması gereken Greenpeace Örgütü, çevre sorunlarına yönelik çalışmalarında herhangi bir ülkenin ya da grubun güdümünde olmadığı izlenimi vermesi nedeniyle ülke kamuoyları tarafından olumlu bir algıya sahip olmuştur. Düzenledikleri nükleer enerji karşıtı gösteriler ve fok balıklarının öldürülmesinin önüne geçilmesi için yürüttükleri gösteriler dünya kamuoyunda yankı uyandıran faaliyetlerinden öne çıkanlardandır.

Günümüz küresel gelişmeleri demokratik rejmin daha çok ülkede içselleştirilmesini sağlamaktadır. Demokratik ülke sayısındaki artış söz konusu örgütlerin sayısal destekçilerini de artırmakta, paralelinde de fiziksel ya da siyasal krizlere olan duyarlılık da yükselektedir.

Sözgelimi, Sınır Tanımayan Gazeteciler/Doktorlar vb. örgütler yapmış oldukları çalışmaları kamuoyuna duyurarak dünyanın ilgisini sorunlu bölgelere çekmeye başarmaktadırlar. İnsani yardım çatısı altında sağlık, beslenme, eğitim vb. sorunlara kalıcı çözümler üretilmesi dünya barışı adına oldukça önemli çalışmalardır. Kamu diplomasisi çalışmalarında faaliyet türü olarak bu çalışmalara daha fazla ağırlık verilmesinde fayda bulunmaktadır.

### 3.1.2. 21. Yüzyıl Kamu Diplomasinin Geleneksel Kamu Diplomasisi ile Karşılaştırması

21. Yüzyıldaki teknolojik gelişmeler bilginin kamulara ulaşabilirliğini artırdığı için kamuoyunun niteliğinde bir değişim yaratmıştır. Erişim niteliğindeki bu yükselme dünya kamuoyunun daha hızlı bilgilenmesini ve karar vericileri daha fazla etkileyebilme olanağına ulaşmasına yol açmış durumdadır. Bu nedenle karar alma süreçlerinde aynı oranda bir değişimden söz etmek gerekmektedir.

İnternet devrimi diye nitelendirilebilecek bu süreçte, “bilgiye küresel anlamda dolaşım olanağı sağlanmıştır. Transistorlu radyolar, televizyonlar, uydular, süperonik jetler, uluslararası bilgisayar bağlantıları, elektronik data işlemcileri, faxlar, akıllı telefonlar insanların dünyanın farklı yerlerinden bilgi alınmasını ve bu noktalara bilgi aktarılmasını olanaklı kılmıştır. Bu gelişmeler aynı zamanda dış politika gelişmeleri hakkında salt hükümetlerin bilgi sahibi olduğu dönemin sonunu getirmiş, ulusal ve uluslararası kamuların da aynı anda bu bilgilere ulaşmasının kapılarını aralamıştır. (Tuch 1990:4)

Kamu diplomasinin II. Dünya Savaşı sonrasında kullanımı “propaganda faaliyetlerinden uluslararası bilgilendirmeye, güven odaklı ilişkiler geliştirmeye ve anlayış oluşturmaya doğru evrilmiştir. 1953 yılında Walter Lipman, diplomatların kamu diplomasisi faaliyetleriyle propagandanın ve psikolojik savaşın farklı alanlar olduğunu anlamaları gerektiğini belirtmiştir. Kamu diplomasisi kavramını ilk kez kullanan Gullion uzun yıllar kamu diplomasisi faaliyetlerinin propaganda faaliyetleri tarafından kapsandığı düşüncesinden yola çıkarak bu faaliyetlerin yeni bir tanımlamayla ancak farklı bir yere oturtulabileceğini savunmuştur.”(Cull 2009:21)

Klasik anlamda yaklaştığımızda kamu diplomasisi, “ülkelerarası gerilim ve çatışmalarla ilişkili olarak kullanılmış, daha çok düşük yoğunluklu bir çatışma çözümü aracı olarak değerlendirilmiştir. Sözelimi, Amerika Bileşik Devletleri’nde uzun yıllar barış dönemi ilişkilerinden çok çatışma durumlarına göre Amerikan politikalarına uygun olarak olumlu Amerikan değerlerinin yabancı kamulara aktarılması pratiği olarak kabul görmüştür.”(Szondi 2009:7)

Yun ve Toth kamu diplomasinin bugünkü ve gelecekteki görünümünü realist, idealist ve sosyal globalist dünya görüşlerine göre değerlendirerek kamu diplomasinin eski ve yeni formunun özelliklerini aşağıdaki gibi belirtmişlerdir.(Yun 2009:494)

Realist kamu diplomasisi iki varsayım üzerine dayanmaktadır; ilkinde devlet, dünya sisteminin ana ve en önemli aktörü olarak belirtilmekte, diğerinde ise; politik güç ve ulusal güvenliğin en önemli konusu olarak belirtilmektedir. Devletlerin dış politikada ana aktör olması diğer aktörlerin iletişim faaliyetlerini kısıtlarken aynı zamanda dış kamuların devletlerin reelpolitik amaçlarını gerçekleştirmek için bir araç olarak görülmesine neden olmuştur. Bu bakış açısı kamu diplomasisinde ahlaki tartışmaları da beraberinde getirmiştir. Eski moda realist kamu diplomasisinde, yabancı kamular kendilerini devletlerle iletişim kuran bir aktör olarak görmezlerken, kamu diplomasisinin nihai amacında ise tek taraflı olarak yabancı devletlerin politikalarında değişiklik yaratma amaçlanmıştır.

Realist kamu diplomasisi uluslararası ilişkilerdeki realist kuramla içerik olarak koşutluk taşımaktadır. Daha çok gücün etkinliğini ve yaygınlığını artırmak amacıyla kullanılmaktadır. “Realistler, ulusal güvenlik kaygılarının artmasını, dünyayı anarşik bir sistem olarak görmelerine bağlarlar. Bu sistemde güven olmadığından devletler güvenlik ikilemiyle karşı karşıyadırlar. Realistlere göre güvenliği sağlamak için gücün ve kamu diplomasisinin birlikte politik gücün ve ulusal güvenliğin hizmetinde olmaları gerekmektedir.”(Yun 2009:494)

Liberalistler için ise devlet dünya siyasal sisteminin en önemli aktörü olarak tanımlanmaz. Devlet daha çok siyasal sistem içindeki diğer önemli aktörlerden biri olarak ele alınır. “Liberalistlerin gözünde dünya global anlamda yeni bir bağımlılık dönemine girmiştir. Liberaller için kamu diplomasisinin rolü bir ülkenin kültürü (değerleri), idealleri (politik, ekonomik, sosyal sistemi) ve ulusal çıkarlarına değer yaratmak için uygun ortamı sağlayacak politikalar üretmektir.”(Yun 2009:496)

Açıktır ki, “iletişim teknolojisinin gelişmesiyle kamu diplomasisi alanında da değişimler meydana gelmiş, uygulamalar daha karmaşık hale gelirken hükümetlerin kontrolü de azalmaya başlamıştır.”(Snow 2009:7) Dolayısıyla, “yabancı kamuların dış politikada elde ettikleri bu önem ve güç sonucu uluslararası aktörler için dış politikanın başarısında bu kamularla ilişki kurma zorunluluğu daha belirgin hale gelmiştir. Bütün bu gelişmelerin sonunda kamu diplomasisi bütün diplomatik çabaların standart bir parçası haline gelmiştir.”(Fitzpatrick 2007:3)

Kamu diplomasisinin gelişiminde özellikle ABD için 11 Eylül olayından sonra önemli değişiklikler olmuştur. “Tarihe 9/11 saldırısı olarak geçen bu trajedik olayın sonuçlarından biri de *‘kalpleri ve düşünceleri kazanma savaşını -battle for hearts and minds-*’ uluslararası gündemin ana noktasına yerleştirilmiş olmasıdır.”(Leonard 2002:2)



Bu ‘insani’ değerleri savunurken Batının yine de, “Bosna ve Kosova’daki savaşa karşı duyarsız kalması, İsrail’in, Filistin’de uyguladığı şiddeti desteklemesi, Irak’a savaş öncesi uygulanan ambargoları izlemesi büyük bir çelişkidir. Bu çelişkilerin eski kamu diplomasisi yöntemleriyle giderilemeyeceği anlaşılmıştır. Bu nedenle, politika ve eylemlerden ayrı olarak imaj parlatmanın bir anlam ifade etmediği anlaşılmış, yeni konseptin yakınlığa ve duygulara hitap eden ‘*bilmek için sevmek gerekir - to know us is to love us*’ konseptine ve global ilişkilerin kurulmasına dayandığı belirtilmiştir.”(Taylor 2009:64)

Soğuk Savaş sonrası dönemde iletişim teknolojilerinde yaşanan köklü değişimler global haber ağlarını daha fonksiyonel hale getirmiştir. “CNN International, BBC World, Sky News, Al-Jazeera gibi uluslararası kanallar dünyanın herhangi bir yerinde yaşanan gelişmeleri aynı anda dünyanın herbir köşesine taşıyabilmektedir. Uluslararası ilişkiler alanında yaşanan değişim alanlarından biri de dış politikanın amaçları ve anlamında yaşanan değişimlerdir. Uluslararası alanda cazibe ve ikna yoluyla edinilen olumlu imaj ve itibar, askeri ve ekonomik önlemlerden daha önemli hale gelmiştir.”(Gilboa 2006:56)

1990 yıllardan sonra Soğuk Savaşın ardından dünyada yeni bir kamu düzeninden söz etmek durumuna gelinmiştir. Kamu diplomasisi uluslararası alanda önem kazanmış, “demokratik rejimlerin ve ülkülerin yayılması, medya ağlarının genişlemesi, uluslararası sivil toplumun örgütlerinin yükselişi, eylemcilik ve protesto hareketleri gücün doğasını değiştirirken, ulusal hükümetlerin özgürlüklerini kısıtlamaya başlamıştır.”(Leonard 2002:2)

**Tablo 2.** Eski ve Yeni Kamu Diplomasisinin Farklı Özellikleri

Ana Karakterler	Eski Kamu Diplomasisi	Yeni Kamu Diplomasisi
<b>Uluslararası Aktörün Tanımı</b>	•Devlet	• Devlet ve devlet dışı organizasyonlar
<b>Teknoloji</b>	• Kısa dalga radyolar, yazılı dökümanlar, kablolu telefonlar	• Uydu, internet, gerçek zamanlı haberler, telsiz telefonlar
<b>Medya</b>	• Ulusal ve uluslararası haber alanlarında kesin ayrımlar	• Ulusal ve uluslararası haber alanlarında belirsiz ayrımlar
<b>Yaklaşım</b>	• Politik savunma ve propaganda teorisi	• Kurumsal markalaşma ve ilişki teorisi
<b>Terminoloji</b>	• Uluslararası imaj	• Yumuşak güç, ulusal marka
<b>Rol yapısı</b>	• Yukarıdan-aşağıya, aktörlerden-yabancı halklara	• Yatay ve kolaylaştırıcı
<b>Rol doğası</b>	• Mesaj iletmek	•İlişki kurma
<b>Amaç</b>	•Uluslararası çevrenin	•Uluslararası çevrenin yönetimi

**Kaynak.** Nicholas J. Cull, *Public Diplomacy: Lessons from the Past*, Figueroa Press-Los Angeles, 2009, s.13

Yeni kamu diplomasisinin “daha fazla mesaj iletmek, promosyon kampanyaları yapmak ya da hükümetlerin dış politika amaçlarını gerçekleştirmek amacıyla yabancı Kamularla doğrudan bağlantı kurmakla sınırlandırılmayacağı; aynı zamanda diğer ülkelerdeki sivil toplum aktörleriyle ilişki kurmada, yurt içindeki ve yurt dışındaki hükümet dışı örgütlerin birbirleriyle kurdukları ilişkilerde kolaylaştırıcı bir rol oynayacağını belirtilmiştir. Ülkeler globalleşen dünyada çıkarlarını korumak için diğer uluslarda sürekli dostlara ihtiyaç duymaktadırlar.”(Fitzpatrick, 2007:3) Bu aynı zamanda, “hükümetlerin birbirleriyle kurdukları diplomatik çabalar kadar yabancı kamularla iletişime de gerekli yatırımı yapmaları gerçeğini ortaya çıkarmıştır.”(Leonard 2002:3)

Bugün artık tek yönlü haber akışına dayanan pazarlama ve propaganda temelli bilgi akışının yerine, “iletişim teorisine dayanan ilişki kurma konsepti yerleşmeye başlamış, kamu diplomasisi itibar (prestij) ve uluslararası imaj yaratmaya yönelik bir terminoloji ile anılır olmuştur. Öyle ki, kamu diplomasi tanımları yabancı kamuların uluslararası algılarını, tutumlarını ve politikalarını etkilemek için yürütülen iletişim sanatı olarak tanımlanmaya başlamıştır.”(Waller 2007:16) Oysa ki, klasik ya da geleneksel kamu diplomasi “dış politikada tek taraflı kamunun bilgilendirilmesi ve kamuoyunun görüşünün ölçülmesine odaklanmıştır. Kamunun dış politika üzerine konuşması ya da politika oluşturma sürecine katılımı çok mümkün değildir.”(Snow 2009:7)

1963’te Edward Murrow kamu diplomasiyi salt hükümetlerle değil “hükümet dışı sivil toplum ve örgütleriyle yürütülen ilişkiler olarak tanımlamıştır. Kamu diplomasisini propaganda ile benzetenlerin aksine propaganda da güvenirlilik yoktur. Karşılıklı fayda ve diyalog temelli bir ilişki düzleminde söz edilmemektedir. Kamu diplomasisi sadece bir tek taraflı bir halkla ilişkiler faaliyeti değildir. Bilgi vermek ve olumlu imaj oluşturmak kamu diplomasisinin bir parçası olmakla birlikte uzun dönemli ilişkiler kurma ve hükümet politikalarına uygun ortamlar sağlama ana hedef olarak belirtilmektedir.”(Nye 2008)

Edward Murrow bu yaklaşımı dile getirdiğinde, “halkla ilişkiler de tıpkı kamu diplomasisi gibi propogandanın gölgesi altında kalan bir kavram özelliğini taşıyordu. Ancak günümüzde gerek kamu diplomasisi gerekse halkla ilişkiler birçok akademisyen ve uygulamacı tarafından kesin çizgilerle propoganda kavramından ayrılmışlardır. Signitzer ve Coombs ise eski ve yeni kamu diplomasisi anlayışını katı ve esnek yaklaşım olarak ikiye ayırmışlardır. Buna göre katı yaklaşım’da radyo, televizyon, gazete, dergi

gibi kitle iletişim araçları ikna ve propaganda amaçlı siyasal bilgilendirme çalışmalarıyla kamuların davranışlarının etkilenmesi amaçlanırken; *esnek yaklaşım* ile ise bilgi ve kültürel programların uzun dönemde dış politika amaçlarına ulaşmada yardımcı olacağı öne sürülmüştür. Bunun için kültürel iletişim, akademik ve sanatsal değişimler, filmler, sergiler, dil eğitimleri gibi sosyo-kültürel etkinliklerin önemi üzerinde ağırlıkla durulmuştur.”(Yağmurlu 2012:17)

Yeni kamu diplomasisinin en önemli özelliği “Soğuk Savaş döneminin iletişim dili olan politik aktörden/liderden-insanlara/halka biçiminde olan tek yönlülüğü ortak iletişime dayanan politik aktörden/halklardan-halklara biçimine çevirmesi ve uluslararası aktörlerin rolünü kolaylaştırıcı biçime dönüştürmesidir. Yukarıdan aşağıya doğru gerçekleşen mesaj iletimi etkisini yitirerek, yerini başlıca görevi ilişki kurma olarak tanımlanan müzakere ve barışa dayanan karşılıklı bir iletişim konseptine bırakmıştır.”(Cull 2009:13)

**Tablo 3.** Geleneksel ve 21. Yüzyıl Kamu Diplomasisinin Karşılaştırması

Dönemler	Geleneksel	21. Yüzyıl
Durum	•Devletlerarası çatışma ve gerginlik	•Barış
Amaçlar	•Hedef kamulann davranışlarını değiştirerek hedef ülkenin politikalarını değiştirmek	•Politik ve ekonomik amaçları gerçekleştirmek için uygun uluslararası ortam ve olumlu itibar yaratmak
Stratejiler	•İkna amaç kamuların yönetilmesi	•Kamularla bağlantı kurarak ilişki inşa etme ve sürdürme
İletişimin Yönü	•Tek yönlü iletişim (monolog)	•Çift yönlü iletişim (diyalog)
Araştırma	•Çok az	•Bilimsel araştırmaya ve geri bildirim
Mesaj İçeriği	•İdeolojiler, çıkarlar	•İdealler, değerler
Hedef Kitle	•Hedef ülkenin genel kamusu	•Bölümlendirilmiş, tanımlanmış iç ve dış kamular
Kanal	•Geleneksel kitle medyası	•Eski ve yeni medya, ağlarla kişiselleştirilmiş medya
Bütçe	•Hükümet sponsorluğunda	•Kamu ve özel sektör ortaklığında

**Kaynak.** György Szondi, “Central And Eastern European Public Diplomacy- A Transitional Perspective on National Reputation Management”, *Handbook of Public Diplomacy*, Nancy Snow and Philip M. Taylor. (Eds.) New York, Routledge, 2009

Szondi, Orta ve Doğu Avrupa ülkelerinin kamu diplomasisi anlayışını ve incelediği çalışmasında geleneksel ve 21. yüzyıl kamu diplomasisinin özelliklerini

yukarıdaki gibi tabloştürmüştür. Genel olarak, “21. yüzyıl kamu diplomasisinin özelliklerini barış ortamlarında sürdürülen, politik ve ekonomik amaçları gerçekleştirmek için uygun uluslararası ortam ve olumlu itibar yaratmayı amaçlayan, kamularla bağlantı kurarak ilişki inşa etmeye ve sürdürmeye çalışan, iki yönlü iletişime dayanan, araştırma ve geri dönüşlere göre strateji oluşturan, ideal ve değerlere vurgu yapan, hedef kamuların bölümlendiği ve tanımlandığı, yeni ve kişiselleştirilmiş medyaların kullanıldığı, kamu ve özel sektörün ortaklığında desteklenen faaliyetler olarak sıralanmıştır.”(Szondi 2009:304)

Kamu diplomasisinin etkili olmasında “monoloğa dayanan formların yanısıra diyalog ve işbirliğine dayanan bir diplomatik dilin kullanılmasını, daha çok işbirliğine dayanan ve diyalog odaklı bir paradigmaya ihtiyaç duyulduğunu ortaya koymaktadır.”(Fitzpatrick 2011:6) Yeni kamu diplomasisini diyalog ve işbirliği temelinde değerlendiren Fitzpatrick, yeni kamu diplomasisinin özelliklerini şu şekilde sıralamıştır;(Fitzpatrick 2011:6)

- Yeni kamu diplomasisi anlayışı uluslararası ilişkilerde daha fazla işbirliğini öngörür.
- Ülkeler, uluslararası aktörler ve yabancı kamular arasındaki ortak anlayışa katkı yapar.
- Ülkeler, uluslararası aktörler ve yabancı kamular arasında uzun dönemli ilişkiler kurulmasına yardımcı olur.
- Hem devlet alanında hem de özel sektörde organizasyonlarla insanlar arasındaki ilişkileri kolaylaştırır.
- Hem yabancı kamuları hem de iç kamuları içerir.
- Politika yapış sürecinde yabancı kamuları içerir.
- Diyalog ve ortaklık ilkelerine dayanır.
- İki yönlü iletişim ve etkileşim üzerinde durur.
- Kitle iletişiminden çok insanlardan insanlara etkileşime dayanır.
- Öncelikle proaktif ve uzun dönemli ilişki kurmaya odaklanır.

Fitzpatrick’e göre, “işbirliği, ortak anlayış vurgusu, uzun dönemli ilişkiler, ilişkileri kolaylaştırıcı etkisi, iç ve dış kamu vurgusu, diyalog ve ortaklıkları amaçlaması, iki yönlü iletişim ve etkileşim hedefi, insanlar arası iletişime vurgu yapılması, proaktif bir anlayışa dayanması gibi özellikler bu ortaklığın en açık yansımaları olarak görölmektedir.”(Fitzpatrick 2011:6 vd)

### 3.1.2.1. Değişen Diplomasi Anlayışı Olarak Dünyada Kamu Diplomasisinde Yeni Yaklaşımlar

21. yüzyıl kamu diplomasisinde sosyo-kültürel amaçları daha ön plana alınmıştır. Ekonomik kazanım itibar ya da prestijle büyüyecek bir olgu olarak görülmektedir. “Günümüzde küresel şirketler ve markaları insanların hayatlarına hükümet temsilcilerinden artık daha fazla dokunmaktadır. Küresel şirketlerin çoğunlukla üretilen ürünle ya da şirketin ismiyle ulus devletin olumlu imajı arasında imaj transferi yaratmaya çalıştıkları belirtilmektedir.”(Kunczik 2003:68) Aynı zamanda, “çok uluslu şirketler çalışanları, müşterileri ve dünyadaki topluluklarıyla güven ve saygı ilişkileri inşa edebilme potansiyeline sahiptirler ve bunu gerçekleştirdiklerinde bu aynı zamanda şirketlerin kendi çıkarlarına yansımaktadır.”(Nye 2005:105)

Kamu diplomasisinin bir ülkenin yurt dışındaki imajını güçlendirmeye hizmet eden yaklaşımı hem kuramsal yapılanmasında hem de uygulamalarında gerçekleşen bir olgudur. Bu yüzden de “ulusal politik gündemin önemli bir konusu olma özelliğini taşır. Özellikle ABD’de 9/11 olayıyla birlikte tekrar gündeme gelen, ülkenin dış kamular nezdindeki imaj sorununun çözümü üzerine başta ABD Dışişleri Bakanlığı olmak üzere birçok akademik grup tarafından çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışmalarda son 20 yıldır Amerikan kamu diplomasisinin uluslararası kamuları ikna etmeyi gözardı ederek daha çok askeri gücün tehdidine dayalı istihbarata ve teknolojik kaynaklara ağırlık verdiği vurgulanmıştır.”(Armstrong 2009:63)

Bu nedenle bugün artık “‘*Amerikan hikayesinin dünyaya anlatılması*’ mottosunun, ‘*Amerikan değerlerinin, umutlarının, hayallerinin, ortak saygısının dünya ile paylaşılması*’ mottosuna dönüşmesi gerektiği vurgulanmıştır. Bu vurgu ile monolog yöntemlerden diyalog yöntemlere doğru bir değişim gerekliliği belirtilmiştir. Dolayısıyla, Clinton döneminin ekonomik ilişki, pazarın büyümesi ve George W. Bush’un önleyici güvenlik ve uzun dönemli savaş doktrinlerinin yerini küresel partnerlik ve ilişki kurma doktrinine bırakmasının zorunluluğu ifade edilmektedir.”(Snow 2009:5)

Bu nedenle, kamu diplomasisinde ağırlıklı olarak güvenlik ve özgürlük dengesinin dikkate alınması gerektiği düşünülmektedir. Ülkelerin çoğunluğu “bu dengeyi sık sık güvenlik lehine bozarken kamu diplomasisi politikalarının başarısını da önemli ölçüde zarara uğratabilmektedir. Bush döneminde güvenlik endeksli politikaların yarattığı olumsuz hava ve imajın 2009 yılında Başkan seçilen Barak Obama

ile değiştiği belirtilmektedir. Bu değişimi sağlayan Barak Obama'nın sadece Amerika'da değil neredeyse tüm dünyada Amerika'yı Amerika yapan *zgrlk, fırsat eşitliği, etnik çeşitlilik ve dinsel inanışlara saygı* gibi ilkeleri en iyi şekilde temsil ettiğine ya da edeceğine dair inanç olmuştur.”(Çoşkun 2012:58)

Küresel iletişim sistemi içerisinde kamu diplomasisinde monoloğun tartışmasız önemli boyutu vardır. “Günlük ve anlık olayların ve diğer tek yönlü ürünlerin (haberler, demeçler, makaleler, ilanlar, basın bültenleri, filmler, kitaplar ve şiir gibi yazılı ve görsel kültürel çalışmalar, tek yönlü iletişim biçimleri) uluslararası kamuoyuna duyurulmasında tek yönlü mesaj gönderiminin kaçınılmaz olduğu belirtilmiştir. Diyaloğun ise bireyler arasında başlayan ve medeniyetler arası ilişkiler ve köprüler kuran bir anlayışa dayandığı ifade edilmiştir.”(Cowan vd. 2008:10) Hiç kuşkusuz, diyalog topluluksal ilişkilerin yürütülmesinde, fikir alış verişi sağlamada, çatışmaları önlemede, varolanları çözmede önemli bir iletişimsel formdur. Kişilerarası karşılıklı iletişime dayanan diyalogla kalıcı algısal değişim yaratabilmek çok daha olanaklı olabilmektedir.

### **3.1.2.2. Dünyada Kamu Diplomasisinin Gelişim Araçları**

Kamu diplomasisi kavramı çerçevesinde öncelikle medyanın diplomasi üzerindeki etkileri üzerinde durulmuş ve altı kavramsal model belirlenmiştir. Öncelikle, “diplomatik müzakerelerin medya ve kamuoyuna yansımına göre gizli diplomasi, kapalı kapı diplomasisi ve açık diplomasiden söz edilmiştir. Daha sonra medyanın önemli bir dış politika aracı olarak kullanımından yola çıkılarak üç model daha belirlenmiştir. Bunlardan ilki olan kamu diplomasisinde hükümet ya da diğer hükümet dışı aktörlerin, medyayı ve diğer iletişim araçlarını kullanarak yabancı toplumlardaki kamuoyunu etkilemeyi amaçladığı vurgulanmıştır. İkincisi olan medya diplomasisinde ise resmi birimlerin medyayı kullanarak çatışma çözümleri sağlamaya çalışmaları üzerinde durulmuştur. Son olarak, medya aracılı (*medya broker diplomacy*) diplomaside ise gazetecilerin uluslararası müzakerelerde bir diplomat ya da görevli gibi rol üstlendikleri belirtilmiştir.”(Gunaratne 2005:760)

Kamuoyunu doğrudan etkilemek için ağırlıklı olarak kitle iletişim araçlarından yararlanılırken, “kültürel kanallar öncelikle ilgili görülen kesime yönelmektedir. Kitle iletişimde odaklanılan güncel konular olurken, kültürel kanallar daha çok uzun dönemli algıların inşaası ile ilgilenmektedir. Neuman'a göre medya ve yeni teknoloji gündemi etkileyebilir fakat sonuçları dikte edemez.”(Demir 2012:6)

Michael McClellan ise kamu diplomasisini “bir devletin ya da hükümetin kendi lehine iç ve dış kamuoyu oluşturabilmek amacıyla uyguladığı ‘stratejik programlar’ olarak tanımlamıştır.”(Çoşkun 2012:52) Kamu diplomasisi uygulamalarının hükümetlerin dışişleri politikalarını daha şeffaflaştırdığı, gizliliği azalttığı bir gerçektir. Klasik kamu diplomasisi “dış politika alanıyla sınırlı iken günümüzdeki anlayış ekonomik amaçları içermekte ve desteklemektedir.”(Szondi 2009:304)

Ayrıca organizasyonlarla, ticaret odalarıyla, gazetecilerle ve yerel iş önderleriyle ilişki kurarak etki çemberi oluşturmaya çalışılması, dil ve uzmanlık alanlarında yerel topluma hem Amerika’da hem de denizaşırı ülkelerde fırsatların sunulmasının önemi vurgulanmıştır. Bu öneriler diğer kültürlerle güven ve saygıya dayanan ilişkilerin kurulması, akademisyenlerin, iş adamlarının ve alanında uzman kişilerin oluşturduğu heyetlerin yabancı ülkelerde kısa dönemli ziyaretlerde bulunması, yerli ve yabancı işadamlarının ve çalışanların ülkelerarası seyahatlerinin desteklenmesi, Amerikalı işadamlarının kısa dönemli yurtdışı faaliyetlerine sponsor olunması, önemli coğrafyalarda kamu diplomasisi zirvelerinin düzenlenmesi, Amerikan eğitim ve kültürel değişim programlarına mali destek verilmesi şeklinde sıralanmıştır.(Demir 2012:5)

Nye’ye göre “ince güç, politikalar için uygun ortamlar yaratmada dolaylı etki sağlarken istenen sonuçların alınması uzun yıllar gerektirmektedir.”(Nye 2004) Bu bağlamda, günümüz küresel yeni trendler çerçevesinde, devlet yönetiminde kamu diplomasisinin öneminin farkına varılması gerekmektedir. Uzun vadeli kazanımlar için kamu diplomasisinin ulusal çıkarları geliştireceği kanısına zaman kaybetmeden ulaşılmaması önem taşımaktadır.

Kamu diplomasisinin yeni görünümü “*noopolitik ve noosphere* kavramlarıyla değerlendirilmiş, bu yeni sürecin temel özellikleri de, teknolojik gelişmelerin sağladığı olanaklar sonucunda global anlamda tek yönlü kitle iletişiminden çok yönlü karşılıklı iletişime geçiş, hükümet dışı organizasyonların artışı ve bunların politikanın üretimi ve uygulanmasına dahil olmaları, bilgi ve gücün birbirlerinin içine geçmesiyle politik, ekonomik ve askeri alanlarda geleneksel güç tanımı olan sert gücün yerini ince güce bırakması olarak sıralanmıştır.”(Ronfeldt vd. 2009:352)

İngiltere’de faaliyet gösteren The Foreign Policy Center’in, kamu diplomasisinde üzerinde durulması gereken önemli tespitleri şöyledir:(Leonard vd. 2002:7)

- Hükümetler yurt dışında ülkeleri ile ilgili algılanan hikayeye fazla ilgi duymamaktadırlar. Yabancı ülkelerdeki kamular/hedef kitleler ile ilişki kurmanın yolu büyükelçiliklerden çok yabancı medya ve muhabirlerle çalışmaktan geçmektedir.

- Hükümetlerin, kamu diplomasisi tonlarını tartışmalarda galip gelme anlayışından daha çok ilişki kurmaya doğru değiştirmeleri gerekmektedir. Günümüzde vatandaşlar hükümetlerin yaptıkları davranışlardan öncekine oranla daha fazla şüphelenmektedir, bu yüzden kamu diplomasisi kurumları tek taraflı mesaj verme çabasından çok hedef gruplarla daha fazla etkileşim, uzun dönemli ilişki kurma ve anlayış oluşturmaya yönelik politikalar geliştirmelidirler.
- Hükümetlerin, kamu diplomasisi faaliyetlerine direk müdahil olmaları zaman zaman karşı tepki doğurmaktadır. Hükümet sözcülerinin yerine sivil toplum örgütleri, diasporalar, lobiler, markalar, şirketler ve politik partilerle birlikte çalışmalarını güven oluşturma ve amaçlarına ulaşmada daha fazla fırsat sunmaktadır.
- Dışişleri ve kamu diplomasisi kurumlarının birlikte hazırladıkları planlarda olası kriz durumlarına hazırlıklı olacak şekilde gerekli bütçeleme ve insan kaynağı konularında hazırlık yapmaları gerekmektedir.
- Bütün ülkeler yabancı ülkeler nezdinde kendi görünüşlerini bilmek ve bunu yönetmeye ihtiyaç duymaktadırlar.
- Kamu diplomasisi diğerlerini kolaylıkla etki altına alma anlayışından çok ilişki kurma ve bu yolla amaca ulaşmaya odaklanmalıdır.

Açıktır ki, günümüzde kamu diplomasisi “hükümetlerden çok sivil toplum alanında gerçekleşen bir etkinlik alanına dönüşmüştür. Hükümet ve özel sektör arasındaki işbirliklerinin yanı sıra her vatandaş, birey, kesimi ne olursa olsun kamu diplomasisinin bir parçası olmakta ve bu çabalara destek verebilmektedir. Sıradan vatandaşların kendini birer ‘*vatandaş/yurttaş diplomat*’ olarak görmeleri fikrinden yola çıkan kavrama göre üniversitede okuyan bir öğrenci, yurtdışında yarışan bir atlet, başka ülkede konser veren bir sanatçı, yurtdışında görev yapan işadamı, hepsi tümünden ülkelerin vatandaş diplomatları olarak kabul edilmektedir.”(Mueller 2009:106)

Nye’e göre de, en iyi iletişimciler çoğu zaman hükümetler değil sivillerdir.(Nye 2004:142) ‘*Citizen Diplomacy*’ olarak literatüre geçen *vatandaş diplomasi*’si, “her vatandaşın dış politikayı (ABD Dış Politikası) biçimlendirme hakkının ve sorumluluğunun olduğu anlayışından hareketle, ülke içinde ya da ülke dışında değişim programlarına ev sahipliği yaparak ya da değişim programlarına katılarak gayri resmi elçilik yapmaları anlamında kullanılmaktadır.”(Mueller 2009:102)

### 3.1.2.2.1. Dünyada Kamu Diplomasisinin Kurumsallaşması

Tarihsel süreçte ülkelerin kamu diplomasisi birimleri ve uygulamaları devletlerin yetki ve organlarını demokratik seçim süreçleri sonucunda kullanmayı hak



edinmiş hükümetler tarafından kurulan ve finansa edilen birimler tarafından yürütülmüştür. Öyle ki, Dışişleri Bakanlıkları, hükümetlerin dışişlerinden sorumlu ana kurumu olma fonksiyonlarının yanı sıra, ülkelerinin kamu diplomasisi politikalarının ve uygulamaların da ana aktörü ve destekçisi konumuna getirilmiştir.

### ***Amerika Birleşik Devletlerinde***

#### ***Kamu Diplomasisinin Kurumsallaşması***

ABD kamu diplomasisi “uluslararası bilgilendirme programları, eğitim ve kültürel değişim programları ve uluslararası sivil yayıncılık faaliyet kategorilerinden oluşmaktadır.”(Chitty 2009:315) Şöyle ki, “ABD kamu diplomasisi genel olarak beş kurum tarafından yürütülmektedir. Bu kurumlar; ABD Yayıncılık Kurulu (Broadcasting Board of Governors), Dışişleri Bakanlığı (The Department of State), ABD Uluslararası Kalkınma Kuruluşu (The U.S. Agency for International Development), Beyaz Saray Ulusal Güvenlik Konseyi (The White House –through The National Security Council) ve Savunma Bakanlığı (The Department of Defense) olarak belirtilmiştir.”(Kilbane 2009:187)

ABD’de de Dışişleri Bakanlığı “Kamu Diplomasi ve Kamusal İşleri Departmanı (The Under Secretary of State for Public Diplomacy and Public Affairs) uluslararası bilgilendirme programları bürosu ile eğitim ve kültür işleri bürosunu yönetirken, Yayıncılık Kurulu (Broadcasting Board of Governors) uluslararası yayınları yönetmekte ve denetlemektedir.”(Chitty 2009:315)

### ***İngiltere’de***

#### ***Kamu Diplomasisinin Kurumsallaşması***

İngiltere’nin kamu diplomasisi faaliyetlerini ise dört ana kuruluş yürütmektedir. Bunlar; « İngiliz Dışişleri Bakanlığı (Foreign and Commonwealth Office), British Council, BBC Dünya Servisi (BBC World Service) ve Wilton Park’tır. Ayrıca bu kurumların dışında İngiliz kamu diplomasisini oluşturan partner kuruluşlar, VisitBritain, UKTI, DFID, DCMS, Scottish Executive, Welsh Assembly, MoD, DfES, Northern Ireland ve UK Sport bulunmaktadır.”(Fisher 2009:257)

Dışişleri Bakanlığı Kamu Diplomasisi Kurulu, “İngiliz kamu diplomasisinin stratejisinin hazırlanması, finansmanının sağlanması, BBC Dünya Servisi (BBC World Service), British Council, İngiliz Uydu Haberleri (British Satellite News), i-uk.com, İngiliz Dışişleri Bakanlığı (FCO) destekli burslar, projeler ve etkinliklerden oluşan

ajansların ve servislerin değerlendirilmesi gibi görevlerden sorumlu tutulmuştur.”(Chitty 2009:315)

*Almanya’da  
Kamu Diplomasisinin Kurumsallaşması*

Almanya da 1990’lı yıllardan sonra aktif bir kamu diplomasisi belirlemeye çalışmıştır. Kamu diplomasisi faaliyetlerini yürüten kurumlar “Dışişleri Bakanlığı (Foreign Office), uluslararası yayın yapan Deutsche Welle, kültürel kurumları olan Goethe Enstitüsü, Campus Germany, Nafas, Akademik değişimleri ve burs programlarını kapsayan Almanya Akademik Değişim Servisi (German Academic Exchange Service), yardım ve işbirliğini kapsayan Federal Teknik Yardım Ajansı (The Federal Agency for Technical Relief), Almanya Teknik İşbirliği Topluluğu (German Society for Technical Cooperation), Almanya Ulusal Turizm Komisyonu (The German National Tourist Board) olarak sıralanmıştır.”(Zöllner 2009:263-6)

*Japonya’da  
Kamu Diplomasisinin Kurumsallaşması*

Uzakdoğu’dan bir örnek olarak 2006 yılından itibaren kamu diplomasinin gerekliliğini gören Japonya, bu alanda yapısal reformlar gerçekleştirmiştir. Japonya Dışişleri Bakanlığı’nın (Ministry of Foreign Affairs) öncülüğünde “Dış Halkla İlişkiler ve Kültürel Değişimler Birimleri’ni birleştirerek Kamu Diplomasisi Departmanını (Public Diplomacy Department) kurmuştur.”(Ogawa 2009:270)

Japon kamu diplomasisinin ana destekçisi konumunda bulunan “Dışişleri Bakanlığının yanısıra Japon Vakfı (Japan Foundation), Japon Uluslararası Yardımlaşma Ajansı (JICA), Japon Yayıncılık Kurumu (The Japan Broadcasting Corporation), Kültür İşleri Ajansı (the Agency for Cultural Affairs) ve diğer kuruluşlar Japon kamu diplomasisinin aktörleri olarak sıralanmaktadır.”(Ogawa 2009:272)

Japonya Dışişleri Bakanlığı tarafından 1973 yılında kurulan bugün ise bağımsız bir ajans olarak çalışan “Japon Vakfı ve diğer kamu diplomasisi kurumlarının yürüttüğü değişim programlarının amaçları arasında ön plana çıkan ana hedef Japonya’nın dış ilişkilerindeki uyumu geliştirmek ve sürdürmek olarak belirtilmiştir.”(Zaharna 2010:93)

### **3.2. Kamu Diplomasisinin İletişim Parametreleri**

Siyasal aktörlerin, ince güç ve sert güç araçları arasında nasıl bir denge kurması gerektiği konusunda hala tüm yanıtlara ulaşılmış değildir. Zaman zaman siyasi aktörlerin seçim kazanma odaklı günlük politikaları ve daha çok güvenliği temel alan

yaklaşımları sert gücün ince güce baskın gelmesine neden olabilmektedir. Bu denge sorununu ortadan kaldırmanın yolu gücün üçüncü bir boyutunu oluşturan ve bu iki gücün birlikte kullanılmasını anlatan ‘*akıllı güç*’ü (smart power) işlevsel hale getirmektir.

Bugün aslında, “yeni teknolojiler kamu diplomasisi pratiklerini daha da karmaşık hale getirmiştir. Bunun hükümetler için daha da hissedilir hale geldiği, kamu işleriyle kamu iletişimi arasında denge kurmanın zorlaştığı, dedikoduları kontrol etmek için bilginin kullanılmasının ve yönetilmesinin en önemli konular haline geldiği ifade edilmektedir.”(Snow 2009:7) Öyle ki, “sağlık örgütlerinden, insani yardım örgütlerine, lobi gruplarından sıradan vatandaşlara, hatta terörist örgütlere kadar bütün organizasyonlar, başta internet olmak üzere tüm sosyal medyayı hükümetlere oranla çok daha iyi kullanmakta ve hükümetlerin kamu diplomasisi planlarına zarar verebilmektedir. İnternetin sağladığı bu imkanlarla günümüzde terörizm kendini uluslararasılaştırmıştır.”(Taylor 2009:12)

Çağdaş iletişim kanallarının, “özellikle resmi medya, facebook, youtube, blog, e-mail ve text mesajların küçük isyancı ve terörist grupların etkilerini artırdığı belirtilmektedir.”(Amstrong 2009:67) 1999 yılında Jan van Dijk *Ağ Toplumu* (The Network Society) adlı kitabında yeni bir toplum modelinin ortaya çıkacağını ve bu toplum modelinde “ilişkilerin yüz yüze iletişim yerine sosyal ağlar üzerinden gerçekleşeceğini bildirmiştir. Bugün modern toplum, sosyal ağlar aracılığı ile yapısal değişimle karşı karşıya bulunmaktadır.”(van Dijk 2000:63) Manuel Castells’a göre ise “Arap Baharı’nı doğuran asıl unsur, fakirlik ve sahte demokrasinin (*fake democracy*) neden olduğu sosyal dışlanmıştır. Castell iletişim teknolojilerinin önemini yadsımamakla birlikte, Arap Baharı’nı doğuran unsur olarak görmemektedir.”(Castells, globalsociology.com/07.02.2011)

Orta Doğu’daki rejimler sivil hareketleri, sivil toplum örgütleri ile siyasal partilerin toplumsal ve politik hayattaki rolünü, bu yönde gelişen talepleri gereken ölçülerde dikkate almamışlardır. Bu nedenle, Arap halk hareketlerini güçlendiren ve yeni değişimlere neden olan da internet aracılığıyla gelişen ve kısa sürede yaygınlaşan sosyal ağlardır. Sonuçta, “uydu televizyonu, internet, sosyal medya ve diğer bilgi teknolojileri, hükümetlerin bilgi tekeli kırılmış; sivil hareketleri güçlendirmiştir.”(Akbaş 2012:58)

Öyle ki, Mısır’da “sanal eylemcilik (*cyberactivism*) 2004 yılında başlamış ve Orta Doğu’nun diğer bölgelerine de hızla yayılmıştır. Bu durum bir sanal sivil toplum (*cyber-civil society*) meydana getirmiştir. 2008 küresel ekonomik krizinde ve Mısır’daki

politik baskıya yönelik protestolarda, farklı şekillerde ortaya çıkan yeni sosyal medyanın kritik rol oynadığı görülmüştür.”(Khondker 2011:675)

Yeni medya diğer Orta Doğu ülkelerinde de aynı rolü oynamıştır. Hatta bu rol nedeniyle, Arap devrimleri ‘*Twitter ve Facebook devrimleri*’ olarak da tanımlanmıştır. 17 Aralık 2010’da Tunus’ta başlayan halk hareketi Tunus, Mısır, Libya ile sınırlı kalmayıp, kısa sürede Cezayir, Ürdün, Moritanya, Umman, Yemen, Suudi Arabistan, Suriye, Fas, Sudan gibi pek çok Arap ve Afrika ülkesine de yayılmıştır. Protestolarının başlangıç teması işsizlik, enflasyon, siyasi yozlaşma ve yoksulluğa karşı iken daha sonra özgürlük ve demokrasi çerçevesinde ilerlemiştir.

Bu süreçte “Facebook, Twitter, Youtube, Blogger gibi sosyal medya araçları ve sosyal ağ sitelerinin, El- Cezire gibi uydu televizyonları ve mobil telefonları içeren bilişim ve iletişim teknolojilerinin yoğun biçimde kullanıldığı görülmüştür. Bu araçların halkın, özellikle gençlerin hareketinin örgütlenmesinde etkin rol oynadığı tartışılmakta ve yapılan araştırmalar bu iddiayı destekleyen sonuçlar vermektedir.”(AMIR/Arab Media Influence Report 2011)

Asef Bayat’a göre Orta Doğu toplumlarında mevcut yönetimlerin otoriter yapılarının izin vermemesinden dolayı batılı anlamda özgür ve doğrudan, örgütlü ve açık bir sosyal hareketten söz edilemez, ancak bu bölgeye sadece söz konusu batılı modellerle bakılarak karar verilmemelidir. Burada başka türlü bir sosyal hareket vardır; *hareket-siz sosyal hareketler (social non-movements)*. Bayat’a göre bu direnme biçimi “dışarıdan bakıldığında doğrudan anlaşılmayan, bireylerin gündelik hayatın içinde sessizce hareket ederken yarattıkları küçük değişimlerdir. Aktörler sınırları sessizce zorlarlar. İktidar öylesine güçlüdür ki, eylemin aktörleri açısından, doğrudan karşı karşıya gelindiğinde yenilginin kaçınılmaz olacağı kesindir. Bu nedenle aktörler sessiz ve küçük adımlarla ilerlerler. Yönetimin zaaflarını, boşluklarını kullanarak lehlerine çıkar elde edebilirler, ya da iktidarın göz önünden kaçarak, arkasından dolanarak, denetimden kaçıp kurtulabilirler.”(Bayat 2010:14)

Yeni teknolojilerin etkisiyle hükümetlere ya da ülkelere ait bilgi, haber, söylenti vb. bilgilerin “dünyanın değişik köşelerine anında yayılabildiği belirtilirken geleneksel medyanın olmaması durumunda dahi bireysel bilgisayarlar ve hesaplar yoluyla herkesin kendi medyasından yayın yapabildikleri ifade edilmiştir. Bu yüzden kamu diplomasisinin, zaman zaman birbiriyle işbirliği ve ilişki içindeki zaman zaman ise

çatışma halindeki çok değişik kamuları ve diplomasisi araştırması ve koordine etmesi gerektiği belirtilmektedir.”(Snow 2009:8)

Çağdaş anlamda yeni iletişim teknolojilerin desteğiyle yürütülen kamu diplomasisinde «en büyük riskin ülkelerin toplam değerleriyle, ülkeyi yöneten hükümetlerin politikaları arasındaki tutarsızlık olduğu vurgulanmaktadır. Bir ülkenin değerleri beğenilirken politikaların beğenilmemesinin bir paradoks olduğu ifade edilirken, kamu diplomasisinin ana amacı değerler ve politikalar arasındaki bu paradoksu etkili iletişim ve akıllı dinleme yoluyla gidermek olarak belirtilmiştir.”(Snow 2009:4)

Kamu diplomasisinin önündeki en önemli politik zorluklardan biri “ülkelerin kamu diplomasisi politikalarından ve faaliyetlerinden kimin, hangi kurumun sorumlu olacağıdır. Ticari birliklerin kendi lobileri ve birlikleri varken, askeri misyonların kendi araçları varken kamu diplomasisinden kimin sorumlu olduğu ve bu sorumluluğun sınırlarının nereye ulaştığı karşı karşıya kalınan en önemli belirsizliklerden birini oluşturmaktadır.”(Castells 2008:78) Castells, kamu diplomasisine farklı bir açıdan yaklaşarak onun hükümetin değil ‘*kamunun diplomasisi*’ olduğunu vurgulamıştır. Siyasal tanıtma alanında ilerlemiş ülkelerde değişmeyen en önemli olgu, tanıtma siyasetinin ana çizgilerinin dışişleri bakanlıkları tarafından belirlenmesi, uygulamaların ise dışişleri dahil birçok kuruluş tarafından gerçekleştirilmesidir.(Yavaşgel 2009:24)

Kamu diplomasisinde hükümetlerin rolüne dikkat çekerken, “kamu diplomasisinin dış politika çerçevesinde gelişmesi halinde hükümetlerin değişmesinin ya da görev sürelerinin bitmesinin dış politika önceliklerini de değiştireceğinden mevcut kamu diplomasisinin ters yüz olabileceği belirtilmiştir.”(Szondi 2009:12) Bu nedenle, “kamuoyu diplomasisi geniş bir etkinlik alanı ve toplumun birçok katmanını içerdiğinden Dışişleri Bakanlığı düzeyinde değil, daha üst düzeyde yürütülmelidir. Dolayısıyla, gelişen iletişim teknolojileri çerçevesinde, kamu diplomasisi faaliyetlerinin hükümet üstü kuruluşların oluşturacağı bir kurum ya da konsensüs tarafından yönetilmesinin doğru olacağı öne sürülmektedir.”(Tuncer 2009:146-8)

### **3.2.1. Kamu Diplomasisi ve İletişim Bağlantısının Kuramsal Perspektifi**

Kamu diplomasisi ile iletişim bağlantısına yönelik iki temel bakış açısı bulunmaktadır. Bunlar;(Zaharna 2009:86)

- İletişimi kontrol ve ikna amaçlı bilgilerin aktarılması olarak gören çizgisel süreç yaklaşımı,
- İletişimi ilişki kurmak ve uyumu geliştirme amaçlı gören toplumsal süreç yaklaşımıdır.

Daha önce de belirtildiği gibi, “uluslararası ilişkiler devletlerin, uluslararası kuruluşların, diğer uluslararası aktörlerin ve halkların birbirleriyle temasları, karşılıklı etkilenmeleri olarak tanımlanmıştır.”(Kürkçüoğlu 2012:3) Diplomasi ise “bu devletler arasında yürütülen müzakereleri gerçekleştirme sanatı olarak kabul edilmiştir.”(Signitzer vd.2006:435)

Son elli yıldır uluslararası ilişkilerde yaşanan değişimler birbirine sosyal ve kültürel alanlarda entegre olmuş bir dünya toplumunu ve ekonomisini oluşturmuştur. Bu yeni yapı “ulus devletlerin iç ve dış politikada tek başına karar alma gücünü zayıflatırken, politika yapma ve karar alma süreçlerini farklı aktörlerle paylaşmaya zorlamaktadır. Hükümet dışı örgütlerin uluslararası ilişkilerde yeni aktörler olarak ortaya çıkması, bireysel ve sosyal etkileşimin artması küresel bir kamuoyu olgusunu ortaya çıkarmıştır. İç ve dış kamuların dış politika kararlarına katılımının artması ve politikanın medyalaşması, uluslararası ilişkileri ulusal hükümetlerin ilişkileri ile tanımlanan bir etkinlik alanı olmaktan çıkarmış, çok sayıda aktörün etkileşim içinde bulunduğu bir alan haline getirmiştir.”(Signitzer vd.2006:437)

Geleneksel anlamda dış politika konuları ‘*özerk bir alan*’ olarak kabul edilirken, bugün için “dış politika konularında iç ve dış kamuların desteği önemli bir unsur haline gelmiştir. Bu önemi vurgulayan araştırmacılar, bir kere daha ifade etmek gerekirse, iç ve dış politika konularının birleşmesini ve birbirine geçmesini ifade eden ‘*intermestic*’ kavramını kullanmışlardır.”(Szondi 2009:304) Bu gelişmeler diplomasi olgusunu da değiştirmiş, “modern diplomasi devletler ve diğer aktörler arasındaki ilişkilerin yönetimi olarak tanımlanmaya başlamıştır. Bu yeni çok aktörlü yapı kamu diplomasisi, kültürel diplomasi, küresel diplomasi ve medya diplomasisi gibi çeşitli kavramlarla tanımlanırken, bazı yazarlara göre bu faaliyetler günümüzdeki diplomasi olgusunun % 90’ını kapsamaktadır.”(Signitzer vd.2006:437)

Başlangıçtan günümüze kadar kamu diplomasisi teorileri ve uygulamaları genel olarak “Amerika, Kanada ve İngiliz deneyimlerinin etkisi altında gelişmiştir. Diğer ülkelerde görülen kamu diplomasisi teorileri ve uygulamaları bu ülkelerdeki çalışmalardan esinlenmektedir. Kayıtlara 9/11 saldırısı olarak geçen, 2001 yılında ABD’de yaşanan terör olayından sonra kamu diplomasisi üzerine ilgi artmış, diplomasi ve uluslararası ilişkilerin anahtar kavramlarından biri haline gelmiştir.”(Szondi 2009:297) Bu tarihten itibaren de kamu diplomasisine yönelik kuramsal ve modellemeye ilişkin çalışmalarda artış gözlemlenmiştir. Ve de diplomasisi

literatürünün içerisinde “kamu diplomasisi konseptinin salt devletlerarası müzakereyle sınırlandırılmayan daha genel ve ilgi çeken bir alan haline gelmekte olduğu daha iyi anlaşılmaya başlanmıştır.”(L’Etang 2009)

Genel olarak kamu diplomasisi insanlarla ilişki olarak kabul görmektedir. Dünyadaki bütün aktörlerin “ortak yaşam ve birbirlerine bağımlılığı sonucu ortaya çıkan bir olgu olarak görülmektedir.”(Gunaratne 2005:760) Kamu diplomasisinin özünü “yabancı kamularla doğrudan iletişim oluşturmaktadır. Amaç bu kamuları etkileyerek hükümetlerin politikalarını etkilemektir. Burada temel varsayım demokratik dünyada insanların seçilmiş hükümetleri, kurumları ve yetkilileri etkileme güçlerinin olduğudur.”(Signitzer vd.2006:437) Zaharna kamu diplomasisinin ‘*politik bir konu*’ olduğu kadar aynı zamanda bir ‘*iletişim olgusu*’ olduğunu belirtmiştir.(Zaharna 2009:86)

Snow ise “kamu diplomasisinin ortak öğrenme ve ortak anlayış üzerine kurulması gerektiğini belirtmiştir.”(Gunaratne 2005:760) Kamu diplomasisinin iletişimle olan yakın ilişkisi, dış politika bağlamında uluslararası iletişim kavramının kullanılmasında da görülmektedir. Öyle ki kavram, “kamu diplomasisi, kültürel diplomasi, kültürel ilişkiler, ince güç, siyasal iletişim, algı yönetimi, propaganda, kültürlerarası diyalog, kültürel diyalog, medeniyetler diyalogu, kriz yönetimi, medya yönetimi, medya ilişkileri, halkla ilişkiler, kamusal ilişkiler, stratejik iletişim, küresel iletişim, stratejik etki, psikolojik hareket, bilgi işlemleri medya operasyonları gibi kavramlarla birlikte kullanılmaktadır.”(Gouveia 2005:8)

Kamu diplomasisine yönelik tanımlamalar aynı zamanda kavram üzerinde yürütülen araştırmaların seyrini de belirlemiştir. Bu doğrultu da kavramın amacına, aktörlerine ve içeriğine yönelik tanımlamalar geliştirilmiştir. Bu anlamda, “Malone (1985), kamu diplomasisini yabancı halklarla, onların düşüncelerini etkilemek amacıyla kurulan direk iletişim olarak tanımlamakta ve bu amaçla hükümetlerin etkilenmesinin amaçlandığını belirtmektedir. Tuch (1990), kamu diplomasisini, hükümetlerin yabancı kamulara doğru, ulusal ideallerine, düşüncelerine, değerlerine, kültürüne, kurumlarına, amaçlarına ve politikalarına karşı anlayış oluşturmaya yönelik iletişim süreci olarak tanımlamıştır. Peterson ise kamu diplomasisinin tutarlı, stratejik ve düzenleyici bir tarzda uygulanması, tek yönlü geleneksel kitle iletişimi yerine, iki yönlü diyalogu arttırması, özel sektör ilişkisini genişletirken kamu diplomasisi kaynaklarının etkililiğini iyileştirmesi ve kamu diplomasisine bağlı varlıkları çoğaltması gerektiğini belirtmiştir.”(Peterson 2002:78)

Kavramın ilk tanımlarında kitleleri etkileyerek hükümetlerin davranışlarında doğrudan değişiklik amaçlanırken daha sonraları “kamulara doğru, ulusların ideallerine, düşüncelerine, değerlerine, kültürüne, kurumlarına, amaçlarına ve politikalarına karşı anlayış oluşturmaya, iki yönlü diyalogun artırılmasına, çatışmaların çözümüne ve toplam iletişimin yönetilmesine doğru dönüşüm yaşanmıştır. Kamu diplomasisi, geleneksel olarak devlet ve hükümet boyutundan sivil toplum örgütlerine, devlet dışı örgütlere doğru giden bir yön değişimi olarak belirtilmektedir.”(Signitzer 2008 :209) Bugün artık, “devlet aktörleri, devlet dışı aktörler, kültürel örgütler, sivil toplum kuruluşları, diasporalar, üniversiteler, öğrenciler, vatandaşlar, baskı grupları, lobiler, özel şirketler, medya vb. kurumlar ve örgütler tarafından gerçekleştirilen faaliyetler olarak tanımlanmaktadır.”(Szondi 2009:18) Frederic (1993) ise kavramın içeriğine yönelik tanımında “yurt dışında gerçekleştirilen bilgi, eğitim, kültürel faaliyetler aracılığıyla yabancı ülke vatandaşları üzerinde etki oluşturarak yabancı hükümetleri etkilemeye çalışmaya vurgu yapmıştır.”(Gilboa 2008:56)

Kamu diplomasisi alanında önemli tartışmalı noktalarından biri kavramın sıklıkla propaganda ile anılması olmuştur. Öyle ki, “kamu diplomasisi uzmanları Soğuk Savaş Döneminde ABD’nin yabancı kamular üzerinde yürüttüğü propaganda faaliyetlerinin kavram üzerindeki olumsuz kanıları artırdığını vurgulamışlardır. Bu nedenle gerek Soğuk Savaş gerekse Komünizmin yenilmesi sürecinde uygulanan kamu diplomasisi faaliyetlerinin propaganda faaliyetlerden farklı olduğuna yönelik görüşler bildirmişlerdir.”(Fitzpatrick 2007:7)

Küresel modern çağda uluslararası ilişkilerin çerçevesi yeniden tanımlanırken, “hükümetlerin yanısıra hükümet dışı organizasyonlar (NGO), sivil aktörler ve vatandaşlar bu sürece bağımsız aktörler olarak dahil olmaktadır. Birçok akademisyen, hükümet ve diğer aktörleri birbirinden ayırarak hükümetlerin kamu diplomasisi faaliyetlerini uyguladıklarını, şirketlerin ve firmaların ise uluslararası halkla ilişkileri sürdürdüklerini belirtmişlerdir. Wilcox, Ault ve Agee (1992) uluslararası halkla ilişkileri şirketlerin, kurumların ya da hükümetlerin diğer halkların politikalarıyla ortak faydaya dayanan ilişkiler kurma amacıyla yürüttükleri planlı ve organize çabalar olarak tanımlamışlardır.”(Gilboa 2008:57)

Wilcox ve Cameron ise kamu diplomasisini ‘uluslararası hükümet halkla ilişkileri’ olarak ifade etmiştir.(Wilcox 2006:525) Tench ve Yeomans da, kamu diplomasisinin çok farklı içeriklerde kullanılan bir terim olduğunu belirterek, zaman



zaman uluslararası halkla ilişkilerin ikinci kişiliği olarak kullanıldığını vurgulamışlardır.(Tench vd. 2006:113)

Signitzer ve Coombs (1992) da *uluslararası halkla ilişkileri*, “bir şirketin, kurumun ya da hükümetin diğer uluslardaki kamularıyla karşılıklı yarar sağlayan planlı ve örgütlü çabaları olarak tanımlandığında; çok uluslu şirketler kadar ulus devletlerin de halkla ilişkilerin içine girdiğini belirtmişlerdir. Sözgelimi, Almanya’da kamu diplomasisi kavramı zaman zaman Almanca (Aussenpolitische Öffentlichkeitsarbeit / foreign-policy public relations) ‘*dış politika halkla ilişkileri*’ kavramına denk şekilde kullanılırken”(Zöllner 2009) Japonya Kamu Diplomasisi Departmanı (Public Diplomacy Department - PDD) dış halkla ilişkiler ve kültürel değişim birimlerinin biraraya getirilmesiyle oluşturulmuştur.(Ogawa 2009:270)

Chitty, “çağdaş dışişleri bakanlıklarının kamu diplomasisi stratejistlerine ve kamu diplomasisi uygulayıcılarına ihtiyaç duyduklarını belirterek oluşturulacak stratejik yaklaşımın, kamu diplomasisi gibi dış politika, siyasal iletişim, stratejik iletişim, uluslararası halkla ilişkiler ve diğer uzmanlıklardan oluşan çokdisiplinli bir alandaki uzmanları biraraya getirerek beraber çalışmasına olanak sağlayacağını vurgulamıştır. Ve yeni kamu diplomasisi uygulayıcılarının diplomatik müzakere becerilerinden ziyade yeni medya, bilgi teknolojileri ve halkla ilişkiler becerilerine ihtiyaçları olduğunu vurgulamıştır.”(Chitty 2009:315)

Günümüzde hükümetlerin artan global bağımlılık nedeniyle, yabancı kamularla ilişki kurmak zorunda oldukları ifade edilirken, hükümet iletişimi stratejilerinin propagandadan iki yönlü iletişime ya da diyalog odaklı bir anlayışa doğru değiştiği belirtilmektedir. Bu nedenle hükümetler diğer ülkelerdeki toplulukların görüşlerini gözlemleyip, paydaşlarıyla ve kamularıyla uzun dönemli ilişkiler kurmak zorundadırlar.

### **3.2.1.1. Kamu Diplomasisinin İlişkisel ve İletişimsel Modelleri**

Çağdaş ulus devletlerin ve teknolojinin gereksinimlerine koşut olarak gelişen kamu diplomasisi ve iletişim alanına yönelik, bu iki alanın bağlantısı üzerinde araştırmalar gerçekleştirilmektedir. Özellikle kamu diplomasisinin ilişkisel ve iletişimsel boyutlarına ilişkin araştırmalarda Cowan, 2008; Jönsson & Hall, 2003; Kelley, 2009; Nye, 2008; Ronfeldt & Arquilla, 2009; Snow & Taylor, 2009; Zaharna, 2009 gibi akademisyenlerin aralarında yer aldığı araştırmacılar dikkat çekmişlerdir.(L’Etang 2009:607)

Uluslararası iletişimin görünümü belirlemek için, kamu diplomasisinin durum, amaç, güç ve zaman olmak üzere dört farklı boyutu olduğu öne sürülmüştür.(Szondi 2009:8) Bunlardan ilki olan durum “iletişimin olduğu şartlar ve durumları (savaş-barış) ifade ederken, iletişim amacı ise tek yönlülük ya da çift yönlülük üzerine odaklanmıştır. Güç, arzu edilen amaçların alınmasını ifade etmiş, son boyutta yer alan zaman ise iletişimin zamanını ve uzunluğunu belirtmiştir. Genel olarak modeller yukarıdaki boyutlarda olduğu gibi kamu diplomasisinin durumu, amacı, yönü, mesajın niteliği, hedef kitlesi, araçları üzerine odaklanmaktadır. Günümüzde halen çoğu ülkenin kamu diplomasisi pratiklerinin klasik kamu diplomasisi özelliklerini yansıttığı vurgulanmakla birlikte kavramın davranış değişikliğinden algılar boyutuna, monologtan diyaloga, iknadan ilişki yönetimine, kamuları yönetmekten, işbirliği konseptine doğru değiştiği belirtilmiştir.”(Szondi 2009:10)

Mark Leonard ve arkadaşları tarafından geliştirilen diğer bir modelde ise kamu diplomasisinin üç boyutu üzerinde durulmuştur. Kamu diplomasisinin “siyasi-askeri, ekonomik ve sosyo-kültürel amaçlarına vurgu yapılırken, kamu diplomasisinin reaktif (kısa), proaktif (orta vadeli) ve ilişki kurma (uzun vadeli) boyutlarına değinilmiş, bu boyutlar haber yönetimi, stratejik iletişim ve ilişki inşa etme boyutları olarak adlandırılmıştır.”(Leonard 2000:10-20)

Model anlık ortaya çıkan, “kriz yaratacak haberlere verilebilecek acil cevapları içeren bir süreçten, mesajların ve ilişkilerin stratejik bir planlamaya tabi tutularak uzun süreli ilişkileri de kapsayan bir sürece doğru değişimini temsil etmektedir. Her boyutun uygulanmasında farklı bir zaman takvimi söz konusu iken reaktif haberlerin saatler ve günler içinde, proaktif iletişim ve algıların haftalar ve aylar içinde, ilişki kurmanın ise yıllar içinde gerçekleştirilebileceği ifade edilmiştir.”(Leonard 2000:11) Kamu diplomasisinin üç unsuru da şu şekilde sıralanmıştır;

- Kamu diplomasisinde gerçekleştirilecek iletişim süreklilik arzetmeli, bu süreçte sadece kendi vatandaşları değil, yabancı kamuoyu sözkonusu ülkenin iç ve dış politikası ve bunların altında yatan sebepler konusunda bilgilendirilmeli.
- Stratejik iletişim süreçlerini doğru bir şekilde yürüten ve yabancı kamuoylarının desteğini alan ülkelerin, uluslararası arenadaki prestijleri olumlu yönde gelişmektedir.
- Kamu diplomasisi, sivillerin günlük ya da gündelik iletişimleri olarak tanımlanan uluslararası konferanslar, medya kuruluşları, öğrenci değişim programları gibi birçok mecrayı kullanarak uzun dönemli ilişkilerin yaratılmasını sağlamaktadır. (Leonard 2000:11)

“İster siyasi pazarlama sürecinin olmasa olmaz alanlarından biri olarak belirtilsin isterse kamuoyunu pekiştirmek ya da olumluya dönüştürmek için etkili bir araç olarak görülsün temelde kamu diplomasisi ülke çıkarına yürütülen, özünde ‘etkili kültür paylaşımı ve aktarımı’ ilkesini taşıyan profesyonel bir halka ilişkiler alanı” olarak belirtilmektedir.(İnan 2012:66)

Jonh Robert Kelley, kamu diplomasisi aktivitelerini bilgilendirme, etkileme ve dahil etme olarak üç kategoride incelemiştir. Bu çerçevede, “bilgilendirme aşamasında kısa dönemli etkinlikler ve krizler için enformasyon yönetimi ve dağıtım yapılırken, etkilemenin hedef kamulara yönelik tutum değişimini amaçlayan uzun dönemli kampanyaları kapsadığını belirtmiştir. Dahil olmada (engagement) ise gruplar arasında, örgütler arasında ya da uluslar arasında ilişki inşa etme ve uzun dönemli güveni, karşılıklı anlayışı yerleştirme gibi hedefler yer almaktadır.”(Kelley 2009:73)

Cowan ve Arsenault, *Monologtan Diyaloğa, Diyaloğtan İşbirliğine: Kamu Diplomasisinin Üç Katmanı* adlı çalışmalarında kamu diplomasisi anlayışında monolog formlardan diyalog formlara doğru bir geçiş olduğunu belirtirken üçüncü bir boyut olan işbirliğinin genellikle gözden kaçırıldığını ifade etmişlerdir. “Her üç katmanın da doğru şartlarda ve zamanlarda kullanıldığında kamu diplomasisi için eşsiz değerler sunacağı belirtilirken monologa dayanan kamu diplomasisinin global iletişim sistemi için vazgeçilmez olacağı, günlük ve anlık olayların uluslararası kamuoyuna duyurulmasında tek yönlü mesaj gönderiminin kaçınılmaz olduğu ifade edilmiştir.”(Cowan vd. 2008)

Kamu diplomasisi politikalarının ve teorilerinin geliştirilmesinde, monolog ve diyaloğa dayanan iletişimin doğru şartlarda uygulandığında dış politikayı, uluslararası anlayışı, saygıyı ve ilişkileri geliştirdiği üzerinde durulmaktadır. Ancak, daha kritik ve etkili olan dış kamularla ilişki kurma ve ülkeler arası işbirliğinin gözardı edildiği de belirtilmektedir. Kamu diplomasisi yöntemi olarak işbirliği olgusunun, ortak problemlerin ve çatışmaların çözümünden, ortak vizyonların geliştirilmesine ve fiziksel projelerin birlikte tamamlanmasına kadar uzanacağını, farklı uluslardan katılımcıların kısa süreli ya da uzun süreli ortak projeler etrafında bir araya gelerek uzun süreli ilişki ve anlayış oluşturulmalarına zemin ve yapı oluşturulacağı belirtilmiştir.(Cowan vd. 2008) Bu görüşe göre kamu diplomasisi stratejilerinde ve uygulamalarında her üç katmana ait faaliyetlerin yer aldığı, bunların içinde diyalog ve işbirliği katmanlarının ilişki inşa etmeye, bu ilişkileri sürdürmeye, uzun süreli dostluklar oluşturmaya, çatışmaları ve anlaşmazlıkları çözmeye uygun ortamlar sağladığı ifade edilmektedir. Tıpkı durumsal

halkla ilişkiler modelindeki gibi burada da, organizasyonlar ve kamular, iki yönlü asimetrik ve simetrik uygulamaları organizasyonların ve kamuların faydasına olacak şekilde, ortak anlayış ve uyum yaratmak amacıyla müzakere ve diyalog yöntemlerini kullanarak gerçekleştirmektedirler.(Cowan vd. 2008)

Zaharna da kamu diplomasisi faaliyetlerini enformasyonel ve ilişkisel model olarak iki iletişim modelinde sınıflandırmıştır. Bunları, “siyasi amaçları gerçekleştirmek için mesajların tasarımını ve dağıtımını gerçekleştiren bilgilendirme, propaganda ve algı yönetimi kapsayan enformasyonel model ve siyasi amaçlara ulaşmak için sosyal yapıların inşa edilmesini öngören ilişkisel model olarak ifade etmiştir.”(Zaharna 2010:86)

Zaharna'nın ilk modelinde “amaç enformasyonun tek taraflı olarak karşı tarafa iletilmesiyle ikinci modelde ise amaç karşılıklı güven esaslı işbirliği sağlamaktır. İlkinde bilgilerin transferini esas alan çizgisel bir iletişim; bilgilerin politikaları, çıkarları, imajları geliştirmek için toplandığı ya da tek taraflı amaçların elde edilmeye çalışıldığı bir iletişim söz konusudur. İkinci de ise ilkinin nazaran çift yönlü ve dengeli bir ilişki söz konusudur. Zaharna'ya göre kamu diplomasisinin enformasyonel modeli propaganda, ulus markalama (nation branding), medya ilişkileri, uluslararası yayıncılık ve bilgilendirme kampanyalarından oluşurken ilişkisel model, kültürel ve eğitim amaçlı değişim programları, lider gezileri, kültürel ve dil kurumlarının faaliyetleri, kalkınma yardımı projeleri, partnerlik uygulamaları, ilişki inşa etme kampanyaları, politik olmayan işbirliği çalışmaları, katalizör diplomasi faaliyetlerini kapsamaktadır.”(Zaharna 2010:88-92)

Gilboa ise üç farklı kamu diplomasisi modeli geliştirmiştir. Tek tek açmak gerekirse; ‘Soğuk Savaş Modeli’ olarak nitelendirdiği ilk döneminde “kamu diplomasisi faaliyetleri yabancı topluluklar üzerinde uzun zamanlı sonuçlar elde etmek için hükümetler tarafından muhalif ilişkilerde uygulanmıştır. İkinci model olan ‘Devlet Dışı Ulusaşırı Dönem’ ise ulusal sınırların dışındaki grupların, kurumların, sivil toplum kuruluşlarının ve bireylerin faaliyetlerinin incelenmesi için geliştirilmiştir. ‘İç Halkla İlişkiler Modeli’ olarak anılan üçüncü modelde ise hükümetler, halkla ilişkiler şirketleri ve lobilerle birlikte çalışarak politikalarının meşruiyetlerini sağlama yoluna gitmişlerdir.”(Gilboa 2000:59)

Kültürel iletişimin kamu diplomasisinin en önemli parçası olarak görülmesinden yola çıkarak ‘Kültürel İletişim Modeli’ni geliştiren Peisert, bu modeli dört alt modelde

incelemiştir. Sırasıyla açıklamak gerekirse; “ilk model olan ‘değiştokuş ve işbirliği evresi’, karşılıklı tarafların eşit haklara sahip olduğu durumda her iki tarafın bilimsel, toplumsal ve kültürel sorunları çözmek için bir araya gelmesini nitelemektedir. İkinci model olarak ‘bir kültürün yurtdışına tek yönlü transferi’nde ise uluslararası düzlemde akademisyenler, ziyaret programları ya da araştırma projeleri gibi değiştokuş ve işbirliği zemininde yürütölen faaliyetler olarak belirtilmiştir. Bir kültürün yurtdışına tek yönlü transferi yapısında barındırdığı dengesizlikten dolayı dış politikayla ilgili merkezlerin faaliyetlerini kapsadığı ifade edilmiştir. Burada karşılıklı değiş-tokuş yerine ikna etmek esastır. Dil okullarının yurtdışında yaygınlaştırılması bunun bir örneğidir. ‘Enformasyon modeli’ adlı üçüncü modelinde bir ölke için yurt dışında anlayış ve sempati yaratılması süreci anlatılmaktadır. Dördüncü model olan ‘öz tasvir yaklaşımı’nda ise yurtdışında bir ölkenin spesifik bir resminin bilinçli olarak çizilmesi üzerinde durulmaktadır. Merkezi örgütlerin oluşturulmasını arzu ettikleri resme göre bir planlama ve koordinasyon gerçekteştirilmektedir.”(Yıldırım 2005:19)

Kamu diplomasisini üç boyutta inceleyen Nye ise, kavramın iletişimle olan ilişkisini de ortaya koymuştur. Bunlardan ilkinii “iç ve dış politikanın anlatıldığı, basınla ilişkileri de kapsayan günlük iletişim oluşturmaktadır. Hükümetlerin basınla ilişkileri, iç ve dış politika konularında bilgi vermeleri bu boyutta yer almaktadır. İkinci boyut stratejik iletişimdir. Hükümetlerin kampanya dönemi gerçekteştirdikleri faaliyetler, devletlerin dış politikalarını planlamaları ve mesajlarını oluşturmaları bu dönemin en dikkat çeken özellikleridir. Bunların planlanması, doğru kanallarla doğru hedef kitleye ulaştırılması önem arz etmektedir. Üçüncü boyutu ise bireysel ilişkileri kapsayan uzun süreli ilişkiler oluşturmaktadır. Bunlar burslar, değişimler, eğitimler, seminerler, konferanslar ve medya gündeminde yer almaz. Bütün bu boyutlar bir ölkenin olumlu ve çekici bir imaj yaratmasında ve erişmek istediği dış politika sonuçlarına ulaşmasında önemli rol oynamaktadır.”(Nye 2005:107)

Mithchell, kültürel iletişimi kültürel diplomasi ve kültürel ilişkiler olarak ikiye ayırmıştır. “Kültürel diplomasi, diplomatik aktivitelerin kolaylaştırılması amacıyla belirlenen imajların yurtdışına aktarılması için resmi anlamda kültürel anlaşmaların yapılması olarak belirtilirken, kültürel ilişkiler ise bu anlaşmaların ve kültürel iletişimin uygulanması olarak ifade edilmiştir. Kültürel ilişkilerin amacı tek taraflı bir anlayıştan ziyade karşılıklı anlayış ve işbirliğine dayanan bir süreci işaret etmektedir. Mithchell’e göre karşı tarafa verilen resmin güzel bir resim olmasından öte ölkenin doğru bir

resminin iletilmesi gerekmektedir. Yazar bununla beraber bütün problemlerin ve zayıf noktaların da ortaya dökülmemesi gerektiğini ifade etmiştir.”(Signitzer 2006:440)

Deibel ve Roberts ise kamu diplomasisi örneğinde katı yaklaşım (tough-minded school) ve esnek yaklaşım (tender-minded school) olmak üzere iki okul olduğunu öne sürmüşlerdir. “Katı yaklaşım (tough-minded school) okul, yabancı kamulara yönelik hızlı medya olan televizyon ve radyoyu ikna ve propagandayı amaçlı kullanırken, esnek yaklaşım (tender-minded school) okul ise yavaş medya olarak nitelendirilen akademik ve kültürel değişimleri kamu diplomasisinin kültürel işlevleri olarak ifade etmiştir.”(Signitzer 1992:140) Buna göre;

“Katı yaklaşımda kamu diplomasisinin amacı ikna ve propaganda kullanarak yabancı izleyicilerin tutumları üzerinde bir etki oluşturmaktır. Sert siyasi bilginin kültür programlarından daha önemli kabul edilmektedir. Radyo, televizyon, gazete ve dergi gibi hızlı medya araçlarına diğer iletişim biçimlerine göre öncelik verilir. Objektiflik ve gerçek erdemli olduğu için değil iknayı sağladıkları için önemli araçlar olarak kabul edilmektedir. Kamu diplomasisi amaçlarına kısa sürede ulaşılması hedeflenmektedir. *Esnek yaklaşımda ise bilgi ve kültür programları günümüz ulusal çıkarlarına odaklanmış dış politika anlayışına bir alternatif oluşturmaktadır. Esnek yaklaşımın amacı karşılıklı anlayış ortamı yaratmaktır. Kamu diplomasisi, sert siyasi bilgi iletiminin aksine, kültürel bir fonksiyon olarak görülmektedir. Yavaş medyanın kullanıldığı bu yaklaşımda filmler, sergiler, dil öğretimi, akademik ve sanatsal değişimler yoluyla yaşam tarzları, siyasi ve ekonomik sistemler, sanatsal başarılar hakkında mesajlar iletilme fırsatı doğmaktadır. Doğruluk ve dürüstlük ikna edici bir hareketten daha çok gereklilik ve esas olarak kabul edilmektedir”* (Signitzer 1992:140)

Snow’a göre esnek yaklaşımın amacı, “Amerikan örneğinde Uluslararası Ziyaretçi Liderlik Programı, ABD Dışişleri Bakanlığının Eğitim ve Kültürel İşler (ECA) Bürosu vb. yoluyla, Amerika Birleşik Devletleri halkı ve dünyadaki diğer ülkelerden insanlar arasında karşılıklı anlayışı teşvik etmektir. Pratkanis, kamu diplomasisi amaçlarına ulaşmak için iki temel ve popüler model olduğunu ileri sürmüştür. Bunları reklamcılık ve halkla ilişkiler olarak belirten yazar, her ikisinin de tekniklerinin kamu diplomasisine uygulanabileceğini belirtmiştir. Bu sayede imajların, sloganların dış politika yapıcılarının tarafından dış politika konularına serpilerek bu politikaları güzelleştirmeye ve tatlandırmaya yardımcı olacağını ifade etmiştir.”(Pratkanis 2009:114) Ancak bu yaklaşım kamu diplomasisinin uzun soluklu yapısı göz önüne alındığında

yeterli görülmeyerek eleştirilmiştir.

Nelson ve Izadi tarafından, *Kamu Diplomasisinde Etik ve Sosyal Konular* adlı makalede kamu diplomasisi konusundaki etik uygulamaların sağlanmasında “halkla ilişkilerin iki yönlü simetrik modelinin teorik çerçevesinin örnek oluşturabileceği belirtilmiştir. Halkla ilişkiler akademisyenleri tarafından yapılan ve kurumların paydaşlarıyla kurdukları uzun soluklu ilişkilerini ancak simetrik iletişime dayanan iki yönlü iletişim stratejileriyle sağlayabilecekleri ifade edilrk, bunun etik kamu diplomasisi için de geçerli bir yapı sunacağı belirtilmiştir. Profesyonel halkla ilişkilerin sunduğu simetrik amaçların kamu diplomasisinin etik meşruluğunu güçlendireceği ve iki yönlü simetrik halkla ilişkiler anlayışının yeni kamu diplomasisinin esası olacağı aktarılmıştır.”(Nelson vd. 2009:340-2)

Genel olarak yukarıdaki kamu diplomasisi yaklaşımları incelendiğinde iki temel modelin ortaya çıktığı görülmektedir. Bunlar, enformasyonu ve bilgilendirmeyi temel alan tek yönlü modeller ile ilişki ve anlayış oluşturmayı temel alan ilişkiyel modellerdir. Genel olarak eski ve yeni kamu diplomasisi anlayışını yansıtan bu yaklaşımlar aynı zamanda kavramın halkla ilişkilerle bağlantısını da ortaya koyması bakımından önemlidir. Bu bağlamda, yeni kamu diplomasisi anlayışı iletişim ve ilişki olguları etrafında gelişen ve kamularla çift yönlü bir iletişimi gerektiren özelliklere sahiptir. Yeni kamu diplomasisinin bir gereği olarak kamu diplomasisi ve halkla ilişkiler günümüzde benzer amaçlarla benzer yöntemleri ve araçları kullanmaya başlamışlardır. Yukarıda yer alan modeller iki alan arasındaki bu bağlantıyı destekleyen ve güçlendiren yaklaşımlar olarak gösterilmektedir.

### **3.2.2. Kamu Diplomasisi Açısından İletişim Yönetimi**

Szondi, uluslararası halkla ilişkiler danışmanlarının hükümetler adına ülkelerin ekonomik ve politik çıkarlarının yurt dışında geliştirilmesi amaçlı kamu diplomasisi çalışmaları içerisinde yer aldıklarının altını çizmektedir. Ayrıca hükümetler, “halkla ilişkiler danışmanlarından ve ajanslarından kamu diplomasisi kampanyaları kapsamında stratejik tavsiye, medya ilişkileri, medya izleme, kamusal ilişkiler, lobicilik, etkinlik yönetimi, online halkla ilişkiler, konu ve kriz yönetimi gibi konularda hizmet almaktadır.”(Szondi 2009:297)

Benzer çalışmalarda da, kamu diplomasisinin uygulamasında temsiliyet (retorik, hatiplik, savunma), diyalojik (müzakere, arabuluculuk), danışma (tavsiye), bilgi toplama (araştırma, çevre tarama, sorun yönetimi), kültürlerarası iletişim ve kamuoyu yönetimi vb. alanlar sıralanmıştır. Başka bir çalışmada ise L'Etang aynı şekilde kamu diplomasisinde faal olan diplomatlar ve halkla ilişkiler uzmanlarının fonksiyonlarını temsil (retorik, hatiplik, müdafaa), diyalog (pazarlık, arabuluculuk), akıl hocalığı (danışma) işlevleri olmak üzere üç başlık altında incelemiştir.(L'Etang 1996:616) "Toplumsal anlamda alanın güç, müzakere, baskı, yönlendirme, propaganda, kamular ve kamuoyu, sorun yönetimi ve lobcilik gibi kavramlarla anıldığını belirtilmektedir."(L'Etang 2006:386)

Ayrıca, kamu diplomasisinin amaçları ve işlevleri genel olarak "köklü ilişkiler inşa etmek, ulusal çıkarların tanıtımını yapmak, kükümetlerin iletişim ve dış politikasını yönlendirmek, diplomatlar arasında iletişimi sağlamak, kültürlerarası iletişim sürecini geliştirmek, ülke imajını diğer ülkeler nezdinde olumlu yapmak adına algılama yönetimi uygulamak, fikirlerin uluslararası dolaşımını sağlamak, ulusal hedeflere ve çıkar amaçlarına ulaşmak için doğru bilgiyi yaymak olarak belirtilmiştir."(Mengü 2012:21) Literatürdeki bu analizlerden yola çıkarak kamu diplomasisinde iletişim yönetimi bilgilendirme ve tanıtım, siyasal iletişim, lobcilik, propaganda, diyalog ve müzakere, kültürel ilişki/diplomasi, ulus markalama ve sosyal sorumluluk şeklinde irdelenecektir.

### **3.2.2.1. Bilgilendirme ve Tanıtım**

Bilgi verme ya da alma iletişim faaliyetinin temel amaçlarından biridir. İletişim sürecinde "en basit tabirle bilgi veririz ya da bilgi alırız. İletişim, bazı düşünürlerce iletilerin aktarımı bazılarına göre ise anlamların aktarımı olarak belirtilmiştir. Bu kapsamda iletişim, duygu, düşünce ya da bilgilerin usa gelebilecek şekilde başkalarına aktarılması, bildirişimi, haberleşmesi (...)’dir."(Zıllıoğlu 2007:23) İletişimin temel amacını oluşturan bilgi verme ve alma günümüz toplumları için de en önemli olgulardan biridir. Kitle toplumlarının sosyo-politik yaşamlarında birbirleriyle iletişimleri, karşılıklı hak ve ödevleri yerine getirmeleri için genişçe bir bilgi alıp verme sistemi oluşturulmuştur. En dar sınırlardan en geniş sınırlara kadar gerçekleşen bu alışveriş günümüz bilgi teknolojisiyle daha işlevsel bir niteliğe bürünmüştür.



Kurum ya da örgüt toplumsal bir sistemin parçasıdır, varoluşu ve amaçları itibarıyla yalnız değildir. Çevre sistemlerle ilişki kurarak bilgilenmek ve bilgilendirmek zorundadır. Kurumsal iletişimin temel amaçlarından biri gerek özel gerekse kamuların çevrelerini, paydaşlarını ya da genel olarak ilişki içinde oldukları tüm kesimleri bilgilendirme gereksinimi karşılamaktır. “Grunig ve Hunt’ın yaptıkları araştırmalara göre kurumsal iletişim olarak halkla ilişkilerin tarihsel olarak gelişim aşamalarından biri olan ‘kamuoyu bilgilendirme modeli’ devlet kurumları, hükümetler, kar amacı olmayan kuruluşlar ve şirketler tarafından kamularla kurulan iletişimlerde en çok (%50) kullanılan model olmuştur.”(Theaker 2008:27)

Kazancı’ya göre tanıtma ya da tanıtım da, “*hedef kitlenin genel olarak aydınlatılması, kararların açıklanması, bilgi eksikliklerinin giderilmesi için sorunlu noktada hedef kitleyi bilgilendirme çalışması*” olarak tanımlanmıştır.(Kazancı 2007:81) Tanıtımın temel amacı bilgilendirmek, farkındalık yaratmak, olası bilgi eksikliklerinin yol açacağı sorunları çözmektir. Tanıtma herkese açık kitle iletişim araçları (basın, radyo, televizyon, kitap, fotoğraf, plak, band, sergiler, kültür gösterileri, uluslararası geziler, vs.) ile yapılmaktadır.

Bilgilendirme ve tanıtım, ilişki ve iletişim kurmanın temel gereklerindedir. Bu sayede varoluş amacı karşı tarafa aktarılır. Halkla ilişkiler kavramının ortaya çıkışı bilgilendirme ve tanıtım gereksiniminden doğmuştur. Bilgilendirme ve tanıtım, kurum ile kamuları arasında karşılıklı yarara, anlayış oluşturmaya dayanan, uzun soluklu ilişkilerin yönetilmesinde kullanılan ilk yöntemlerdendir.

“Uzunca bir süre devlet ve hükümet temsilcileriyle sınırlı kalan diplomatik faaliyetler kamuoyunun ortaya çıkışı ve etkisiyle kamusal bir niteliğe bürünmüştür. Bu değişim kamuların bilgilendirilmesini, kurumların kendilerini ve politikalarını bu kamulara tanıtma zorunlu kılmıştır. Kamu diplomasisi, hükümetlerin yabancı kamuları açık, planlanmış ve doğru bilgiyle bilgilendirilmesini amaçlamaktadır. Günümüz halkları yönetimlerden hem politikaları, faaliyetleri hakkında bilgi ve gerekçe talep etmekte hem de gerektiğinde hesap sorabilmektedir.”(Kazancı 2007:1) Bilgilendirme ve tanıtım halkla ilişkilerde olduğu gibi hem diplomasinin hem de kamu diplomasisinin temel amaçları arasında yer almaktadır. Genel ve uzun süreli tanıtım siyaseti, bir ülkenin dünyadaki genel görünümünü düzeltmek ve saygınlığını arttırmak için girişilen planlı eylemler bütünü olarak tanımlanmaktadır.(Yavaşgel 2012:24)

Bilgilendirme odaklı bir tanıma göre kamu diplomasisi, “ABD’nin ulusal çıkarlarının geliştirilmesine yönelik yabancı kamuların anlaşılması, bilgilendirilmesi ve etkilenmesi olarak tanımlanmıştır.”(Zaharna 2010:88) Kavram başlangıçta “tek taraflı, etki amaçlı, propaganda tarzında bilgilendirme ve tanıtma faaliyetleriyle anılırken yeni kamu diplomasisi anlayışı bu bakışı değiştirmiştir. Geleneksel kamu diplomasi dış politikada tek taraflı olarak kamunun bilgilendirilmesi ve kamuoyunun görüşünün ölçülmesine odaklıyken kamuların dış politika üzerine konuşması ya da politika oluşturma sürecine katılımı çok mümkün olmamıştır.”(Snow 2009:7) Bilgilendirmenin doğrudan mesaj vererek karşılık aranmayan, “yoruma kapalı özel durumlarda kamu diplomasisi amaçlarını gerçekleştirmek için kullanılan bir yöntem olduğu belirtilmiştir. Bu alan içinde ulus markalama, stratejik iletişim ya da pazarlamayı kapsayan üniversitelerin tanıtımı, genel anlamda turizm ve ticaret gibi faaliyetlerin yer aldığı ifade edilmiştir.”(Fisher 2009:254)

Tanıtımın, belirli ve kısa süre içerisinde de yapıldığı vurgulanırken uluslararası siyasal, ekonomik, toplumsal ve ekinsel olayların akışı içinde, bir devletin tutum ve kararlılığını göstermek, kendisine yöneltilen suçlama, propaganda ve eleştirilere karşılık vermek için duruma göre hazırlanmış kısa süreli tanıtım programlarının uygulayabileceği ifade edilmiştir. Tanıtım faaliyetleri kısa dönemli taktik boyutta sürdürülürken daha uzun soluklu ilişkilerin gerçekleştirilmesinde uygun ortam sağlamaya dönük faaliyetler olarak karşımıza çıkmaktadır. Tanıtım, kamu diplomasisinin ve uluslararası iletişimin bir parçasıyken bu disiplinler tanıtımla kısıtlanamayacak kadar kapsamlı ve çeşitlidir.(Yavaşgel 2012:24)

Klasik kamu diplomasisinin vurgusu genel olarak kamu üzerinedir. Ancak buradaki vurgu “tek taraflı, bilgilendirme amaçlı ve kamuya belirli konularda istenilen tutumun aldırılması ile ilgili yöntemlerden oluşmaktadır.”(Snow 2009:7) Yeni kamu diplomasisi anlayışında ise “hükümetlerin kamu diplomasisi amaçlarına ulaşmada tek taraflı haber iletimi yöntemi yeterli olmamaktadır.”(Leonard 2000:10) Edward Murrow kamu diplomasiyi “salt hükümetlerle değil hükümet dışı sivil toplum ve örgütleriyle yürütülen ilişkiler olarak tanımlamıştır. Kamu diplomasisinde bilgi vermek ve olumlu imaj oluşturmak kavramın bir parçası olamasıyla birlikte uzun dönemli ilişkiler kurma ve hükümet politikalarına uygun ortamlar sağlama ana hedef olarak belirtilmiştir. Kamu diplomasisinde günümüzdeki yaklaşım kamu diplomasisinin tek taraflı mesaj ve bilgi bombardımanından çok açık ve diyalog odaklı bir iletişime dayandığıdır.”(Nye 2005:107)

Leonard'a göre ise kamu diplomasisinde gerçekleştirilecek iletişim "süreklilik taşımali, bu süreçte sadece kendi vatandaşları değil, yabancı kamuoyu, sözkonusu ülkenin iç ve dış politikası ve bunların altında yatan sebepler konusunda bilgilendirilmelidir."(İnan 2012:66)

Bugün, "ülkenin yurtdışındaki imajını geliştirmek için "çoğunlukla devlet tarafından amaçlanan ve çıkar amaçlı, planlı ve sürekli bir biçimde dünyaya yayılması olarak tanımlanan bilgilendirme ve tanıtım kavramı" taktiksel boyutta kalmıştır.(Kazancı 2007:138) Kamu diplomasisinde güvene ve işbirliğine dayanan uzun soluklu ilişki yönetimi daha ön plana alınmıştır.

Elbette, bilgilendirme ve tanıtım halen hem kamu diplomasisi hem de halkla ilişkilerde önemli bir yer tutmaktadır. İletişimin de temel amaçlarından biri olan bilgi verme, tanıtma kamu diplomasisi için de vazgeçilmez bir gerekliliktir. Ancak kamu diplomasisi geleneksel anlayışın tersine bilgilendirme ve tanıtımla kısıtlanamaz. Bunların yanında daha üst düzeyde, çift yönlü simetrik ve stratejik bir bakış açısıyla yürütülmesi gerekmektedir.

Dolayısıyla bilgilendirme ve tanıtım boyutundan, iletişim ve ilişki kurma boyutuna doğru bir gelişim göze çarpmaktadır. Bu bağlamda bilgilendirme ve tanıtım faaliyetlerinin 'karşılıklılık', 'açıklık', 'doğruluk' gibi ortak kavramlar çerçevesinde yürütülmesi çağdaş kamu diplomasisinin vazgeçilmezleri arasında sayılmaktadır.

### **3.2.2.2. Siyasal İletişim**

İletişimin siyasal amaçlarla kullanılması oldukça eski dönemlere dayanmaktadır. Bu tarihin "insanoğlunun mağara duvarlarına çizdiği resimler, simgesel düşünme ve mantık geliştirme bakımından erken döneme kadar götürülebileceği iddia edilmektedir. Sözlü gelenekten yazılı geleneğe geçişle birlikte düşüncenin kurumsallaşması, yorumlanması ve aktarılması aynı zamanda siyaset olgusunda kurumsallaşmasına ve örgütlenmesine katkı yapmıştır. Mısır uygarlığıyla birlikte hiyerografi, mezopotomya kültürlerinde (Akad, Sümer, Babil) çivi yazısı ve sonrasında alfabe mutlak otoritenin ilişkilerinin, siyasal gücünün, saygınlığının zamana karşı dayanıklılığını sağlamıştır."(Tokgöz 2008:22) İletişim çalışmalarının başlangıcında kitle iletişimi ve siyasal iletişim içiçe ele alınmıştır. O dönem araştırmalarında ağırlık noktasını medya incelemeleri oluşturmuştur.

Kitlelerin politik davranışları, seçimler, ve oy verme davranışı ilk dönem araştırma konularından sayılabilir. Öyle ki, “Walter Lippmann, Harold Lasswell, Paul F. Lazarsfeld’in başını çektiği akademisyenlerin düşünceleri politik iletişimin ortaya çıkmasını büyük rol oynamıştır.”(Kaid 2004:4) Walter Lippmann’ın *Kamuoyu* kitabı iletişim çalışmalarının temel referans metinleri arasında bulunmaktadır. Lippmann, “propaganda ve kamuoyu alanında çalışmalarda bulunan siyaset bilimci Harold Lasswell’in çağdaşı olma özelliğini de taşır. I. Dünya Savaşı, müttefik güç tarafları için propagandanın yoğun olarak kullanıldığı ve kamuların paropaganda tekniklerini çok güçlü olarak algıladıkları bir dönemdir. Ancak bu algılar bilimsel analizler yerine kesinliği olmayan bilgilere ve hükümetler tarafından abartılan iddialara dayanmıştır. Kamuların propagandayla ilgili bu korkuları Lippmann ve Lasswell’lin dikkatini çekmiş daha sonra bu alan kitle iletişimi olarak anılmaya başlanmıştır.”(Kaid 2004:4)

Lipmann, *Kamuoyu* adlı yapıtında “insan ilişkilerinin siyasal örgütlenmesinde daha önce görülmeyen biçimiyle yönetilenler arasında rıza yaratma sanatı ile yeni bir kanaat yönetim çağına haberini vermiştir. Hükümetin ya da yönetime talip olanların faaliyetleri için popüler rızanın yaratılmasında hizmet verenler haber yöneticileri, döngü uzmanları (spin doctors), zihin yönlendirenler, medya guruları gibi çeşitli isimlerle istihdam edilmeye başlanmışlardır. Kamuoyu yöneticilerinin bu uzmanlaşmış sınıfına Lipmann basın ya da tanıtım ajansları, Edward Bernays da halkla ilişkiler danışmanları olarak göndermede bulunmuştur. Bernays, *Kamuoyunun Kristalleşmesi (Crystallizing Public Opinion)* adlı yapıtında halkla ilişkiler danışmanının sorumluluğunu fikirleri ayırtmak, onları kolay ve anlaşılır hale getirmek, haber olarak dikkat çekilmesini sağlamak olarak belirlemiştir.”(McNair 2002:80)

Ivy Lee de, “kurumlar ve kamu arasındaki karşılıklı ilişkilerin uygun biçimde düzenlenmesi, propagandanın yaratıcı biçimde kullanılmasını savunmuştur. Ancak Lee’nin ‘inandırma sanatı’, Bernays’ın ‘ikna etme mühendisliği’ olarak tanımladıkları halkla ilişkiler tanımı, yerini yönetimin iletişim işlevi tanımına bırakmıştır. Dolayısıyla, siyasal partiler ve siyasetçiler için seçim kampanyalarında iletişim araçlarından yararlanmanın yanı sıra halkla doğrudan iletişim kurmada da önem kazanmıştır. (Bektaş 2002:248)

Ithael de Sola Pool tarafından 1968 yılında ABD’de yapılan bir tanımlamada “siyasal iletişim hükümet işlerine ait bilgi, fikir ve tutumları yaymak için oluşturulmuş bazı uzman kuruluşların çalışmaları olarak tanımlanmıştır. 1975 yılında yapılan bir

tanımda ise siyasal süreç içinde iletişimin oynadığı rol olarak tanımlanmıştır. Doris Graber ise siyasal iletişimin, siyasal dil olarak ele alınabileceğini, retorik yanında dilsel olmayan işaretleri; vucut dili, siyasal eylemler, boykot ve protestoları da içereceğine dikkat çekmektedir. Dominique Wolton ise siyasal iletişimi, siyaset üzerinde kamuoyu önünde görüş belirtmeleri meşru olan politikacıların, gazetecilerin, nabız yoklamacıların aracılığı ile kamuyoyunun çelişkili söylemlerinin değiş tokuş edildiği alan olarak tanımlamıştır.”(Tokgöz 2008:109-10) İletişimin kişilerarası anlam alışverişini sağlayan bir süreç olduğu tanımından yola çıkarsak siyasal iletişimde ise iletiler açık siyasal bir içerik taşıdıkları zaman iletişim de siyasa olmaktadır.(Yavaşgel 2004:143)

Genel anlamda dünya ülkelerinde “siyasal partiler ve aktörler değişen durumlara ayak uydurmak, yaşamlarını sürdürmek ve seçmenlerin ilgisini çekebilmek için pazarlama, halkla ilişkiler, kamuoyu araştırmaları ve diğer alanlarda uzmanlardan yararlanma yoluna gitmektedirler. Eski demokratik yönetimlerde geleneksel seçim propagandaları, yerini politik pazarlamaya ve kitle medyasını kapsayan çok yönlü ilişki biçimlerini de içeren medya kampanyalarına bırakmıştır. Yeni demokrasilerde medya yoğunluklu modern politik kampanya modeli ağırlık kazanırken klasik seçim propagandaları daha az başvurulan yöntemler olarak kalmıştır. Modern politik kampanya modeli politik partiler ve seçmenlerle ilişkilerde önemli değişikliklere yol açmış, politik kampanyalarda profesyonelleşme, medya ilişkilerinde, halkla ilişkilerde, kamuoyu yoklamalarında ve politik pazarlamada uzmanların rolü ve etkisi artmıştır.”(Esser vd. 2004:49)

Hallin ve Mancini siyasal iletişimi daha kapsalı bir konseptle, ‘*globalizasyon*’ olgusu ile açıklamışlardır. “Bu algı karşılıklılık, özgürlük, kültürlerarası değerlerin, kuralların ve pratiklerin değişim içinde olduğu bir süreci kapsamaktadır. Modern iletişim uygulamalarında oluşan entegrasyon sonucu aktörler bir ülkeden diğerine doğru iletişim uygulamaları gerçekleştirme imkanına kavuşmuşlardır. Globalizasyon perspektifi birçok kaynaktan çıkan ortak etkileşim ve işlem süreçlerinden oluşan iletişimi ifade etmektedir.”(Esser vd. 2004:49) Ayrıca, siyasal iletişimin, “sınırlı demokrasilerden kitle demokrasisine geçişle, genel oy hakkının kitlelere verilmesiyle başladığı öne sürülmekte, genel oyun tercihinin mazhar olmanın da ancak onlarla iletişim kurmayla, kitlelere yönelik tanıtım ve ikna faaliyetleri yürütmeye mümkün olabileceği belirtilmektedir.”(Oktay 2002:8)

Hiç şüphesiz, siyasal halkla ilişkiler kuruluşlarının ilk örnekleri ABD’de ortaya çıkmıştır. 1917 yılında Başkan Wilson tarafından “Federal Committee on Public Information (Kamusal Enformasyon Federal Komitesi), ABD’nin I. Dünya Savaşı konusundaki devlet politikasını halka benimsetmek amacıyla kurulmuştur. Yine ABD’de 1928’de Demokrat Parti, 1838’de Cumhuriyetçi Parti ilk daimi halkla ilişkiler bürolarını kurmuşlardır.”(Oktay 2002:78) 20. yüzyılın başlarında “oy hakkını elde etmek için mücadele edenlerin ve sendikal örgütlenmelerin yaygınlaşmasıyla büyük kömür, çelik ve ulaşım şirketleri, faaliyetlerinin medyada nasıl aktarıldığına ve kongredeki politikacıların bakış açılarına daha fazla ilgi duymaya başlamışlardır. Yeni halkla ilişkiler mesleği kongreye yönelik lobi faaliyetlerinde ve endüstriyel ilişkilerde medya takibinin sağlanmasında kullanılmaya başlanmıştır.”(McNair 2002:81)

Siyasal halkla ilişkilerin ortaya çıkışındaki ana unsur, “politik reklam tekniklerinin ikna edicilikteki zayıflığı, bu tekniklerin taraflı, yönlendirilmiş, propaganda ve manipülasyon kokan iletişim biçimleri olarak algılanması olmuştur.”(Oktay 2002:76)

Siyasal halkla ilişkiler bir yandan “kamuoyu, oy verme davranışı ve gazetecilik gündemleri gibi bazı değişkenlerin nasıl gerçekleştirileceğini araştırırken diğer taraftan ise örgütler için potansiyel negatif sonuçları olabilecek olaylara karşı tepki göstererek meydana gelebilecek olası zararları en aza indirmek için çaba göstermektedir.”(McNair 2002:81) Kamusal politikaların duyurulması ve tanıtılması öncelikli görülmektedir. Aynı zamanda, kamuoyunun taleplerinin ve beklentilerin algılanarak, yöneticilerin bilgilendirilmesini sağlamak önemsenmektedir.

Bugün kuruluşların en önemli paydaşlarından biri “siyasal aktörler genelde de hükümetlerdir. Halkla ilişkiler, kuruluşların hükümet, bakanlar, milletvekilleri ve devlet görevlileriyle doğrudan ilişkileri ve lobicilik faaliyetlerini sağlarken, bu faaliyetler belli bir kamusal ilişkiler programı doğrultusunda, halkla ilişkiler danışmanları tarafından yürütülmektedir.”(Oktay 2002:67) Demokrasilerde hükümetlerin “seçmenlerle karşılıklı anlayışa ve çift yönlü iletişime dayanan ilişkiler kurması halkla ilişkiler çalışmalarıyla mümkün görülmektedir. Hükümetlerin halkla ilişkiler faaliyetlerinin, iki zorunlu öncülün varlığına bağlı olduğu belirtilerek, bunları demokratik bir hükümetin faaliyetleri hakkında topluma sürekli bilgiler aktaracağı, toplumu haberdar edeceği ve etkili bir demokratik yönetimin, vatandaşların aktif katılımı ve desteğiyle mümkün olacağı olarak ifade edilmiştir.”(Oktay 2002:95)

Özellikle siyasal halkla ilişkiler söz konusu olduğunda “çoğu zaman siyasal reklamcılık ve siyasal pazarlama kavramları birbirlerinin yerine kullanılabilir. Newman’a göre siyasal pazarlama, bireyler ve organizasyonlar tarafından yürütülen çeşitli siyasal kampanyalara pazarlama ilkelerinin ve prosedürlerinin uygulanması olarak tanımlanırken, bu prosedürler adayların, siyasal partilerin, hükümetlerin, lobicilerin ve diğer çıkar gruplarının kendi ideolojileri doğrultusunda, seçimleri kazanmak, yasal kanunları geçirmek, referandum sonucunda istediklerini elde etmek için seçilmiş insanlar ve gruplar başta olmak üzere kamuoyunu etkilemek amacıyla yürüttükleri analiz, gelişme, uygulama ve stratejik kampanyalarının yürütülmesini kapsamaktadır.”(Kaid 2004:18) İnan’a göre, “halkla ilişkiler ile kamu diplomasisi arasındaki keşişme alanlarından biri uluslararası siyasal pazarlamadır. Uluslararası siyasal pazarlama kavramının kamu diplomasisi faaliyetleri, ulusların pazarlanması konsepti ve uluslararası siyasal iletişim olarak üç sahaya ayrıldığı ifade edilirken bu bağlamda kamu diplomasisinin hem bir uluslararası pazarlama aracı hem de halkla ilişkiler bakımından kamuoyunu şekillendirici bir etmen olarak değerlendirilmiştir.”(İnan 2012:66)

Siyasetçiler seçmen kitlelerine “kendilerini ve politikalarını anlatıp destek ararken, medya ise habercilik doğrultusunda gerekli bilgi ve dökümanları toplama çabası içindedir.”(Oktay 2002:81) Günümüzde medyanın, “artık sadece mecra değil, aynı zamanda siyasal sürecin katılımcı bir aktörü durumuna geldiği öne sürülmektedir.”(Tokgöz 2008:235) Gerçekten de medya gündemi büyük oranda siyasetçiler ve siyasal konulardan oluşturulmaktadır. Siyaset ve siyasal aktörler medyanın başat haber kaynağı olma özelliği taşımaktadırlar.

Güncel medya sisteminin “reklam ve pazarlama amaçları, medya sahiplerinin politikacılarla ilişkilerinde basın ve yayın araçlarını bir baskı aracı gibi kullanmalarına yol açmaktadır. Bu yüzden medya-politikacılar ve halk üçgenindeki ilişkiler, kamusal faydanın yanısıra kişisel faydalarında kovalandığı, iletişimi gerçekliğinden koparıp, kimliklerin medya üzerinden yaratıldığı bir sürece dönüştürmektedir. Artık çoğu zaman iletişim değil imajlar yönetilmektedir. İmaj yönetimi, II. Dünya Savaşı sonrasında televizyonun toplum hayatına girmesine rastlar. Televizyon, hem politikacıların kişisel imajlarının, hem de siyasal partilerin kurumsal imajlarının geliştirilmesi ve iyileştirilmesine yönelik olarak kullanılmıştır.”(Oktay 2002:85) İmaj danışmanlığıyla, “parti liderine, adaylara halkın karşısına çıkmak için yüz yüze ve yakın ilişkiler yoluyla

veya medya ile yeni bir kimlik kazandırılmak istenmekte, simgeler kullanarak sözsüz iletişim, yüz ifadeleri, el kol hareketleri, giyim kuşam, fiziksel özellikler daha belirginleştirilerek imaj tasarımları gerçeklik olarak sunulmaya çalışılmaktadır.”(Tokgöz 2008:238)

Siyasal özellikleri göz önüne alınarak “kamu diplomasisi kavramını tanımlayan Tuch, kamu diplomasisini, hükümetlerin kendi ulusunun düşüncelerini ve ideallerini, kendi kurumlarını ve kültürünü aynı zamanda ulusal hedeflerini ve güncel politikalarını yabancı halklara anlatma amacı taşıyan iletişim politikaları ve süreçleri olarak tanımlamıştır.”([www.kamudiplomasisi.org/](http://www.kamudiplomasisi.org/).2011) Rigging ise, “kamu diplomasisini hükümetlerin, yabancı kamuların fikirlerini açık, planlanmış ve doğru bilgilendirme aracılığıyla ulusal çıkarlar ve amaçlar doğrultusunda biçimlendirme faaliyetleri olarak tanımlamıştır.”(Riggins 1998:4) Szondi de, “yabancı kamuların etkilenecek ulusal çıkarların elde edilmesinin ve geliştirilmesinin her ulus için önemli olduğunu belirtmiş hem de kamu diplomasisinin dış politikanın iletişim boyutunu oluşturduğunu ifade etmiştir.”(Szondi 2009:303) Günümüzde de “hükümetler ve devletlerin uluslararası kamuoyunda olumlu imaj yaratmak için aktif kamu diplomasisi faaliyetleri yürüttükleri vurgulanmaktadır.”(Çoşkun 2012:51) Siyasal iletişim bağlamında değerlendirilebilecek bir diğer tanımda ise, “kamu diplomasisi, anlayış, bilgilendirme ve etkileme yoluyla yabancı halklar üzerinde ulusal çıkarların savunulması ve geliştirilmesi olarak tanımlanmıştır.”(Leonard vd. 2000:1)

Kamu diplomasi faaliyetlerinin genel çerçevesini oluşturan “bilgilendirme, eğitim ve kültürün direk hedef kitlesini yabancı ülke halkları oluştururken aslında amaç bu ülkelerin, hükümetlerin politikalarını etkilemektir. Günümüzde siyasal iletişim bağlamında halkla ilişkilerin ve kamu diplomasisinin aktörü sadece hükümetler olmamakta bu sürece uluslararası örgütler, çok uluslu şirketler, sivil toplum örgütleri ve vatandaşlar da dahil ve müdahil olabilmektedir. Ülkelerin stratejik bir iletişim aracı haline gelen kamu diplomasisi, kamuoyunun anlaşılması, bilgilendirilmesi ve etkilenmesi faaliyetlerinin toplamı, bu sürecin önemli bir parçası olan siyasi iletişim ise siyasi bir imkân ve kaynak olarak bilginin devletler, örgütler yahut bireyler tarafından üretilmesi, dağıtılması, kontrolü, kullanımı ve proses edilmesi olarak tanımlanmıştır.”(Kalın 2011:56)

İki alanın bu yakınlığı göz önüne alındığında, “kamu diplomasisi faaliyetleri hükümetlerin uluslararası halkla ilişkiler faaliyetleri olarak değerlendirilmekte ve



uygulanmaktadır. Kunzik, ulus devletler için halkla ilişkiler faaliyetlerini, ülkenin yurtdışındaki imajını geliştirmek amacıyla çoğunlukla devlet tarafından (günümüzde bu sürece diğer aktörlerde girmiştir) çıkar amaçlı bilginin, planlı ve sürekli bir biçimde yayılması olarak değerlendirirken, uluslararası politikada güven ve diğer ülkelerin siyasal ve ekonomik desteğini sağlamanın hükümetlerin halkla ilişkiler amacı haline geldiğini belirtmektedir.”(Yıldırım 2005:12)

### 3.2.2.3. Lobicilik

Lobicilik kavramı, “yöntem ve uygulama konusunda tarihsel süreç içinde geçirdiği değişiklikler dolayısıyla kamu diplomasi çalışmalarını ifade etmek için kullanılmıştır. Lobi faaliyetleri genel kamuoyu yerine stratejik olarak seçilen kamunun görüşlerinin etkilenmesine yönelik faaliyetleri kapsamaktadır.”(Erzen 2012:103) Bu çerçevede lobi faaliyetleri şu şekilde tanımlanmaktadır;

*“Özellikle siyasi anlamda yasama kademelerini, kendi çıkarları doğrultusunda, çeşitli yollarla etkilemek amacıyla çalışan kişi ve baskı grupları doğrultusunda, başka ülkelerin yasama ve karar alma kademelerinde bulunan kişi ve grupları, düzenli aralıklarla çeşitli yollarla (mektup, e posta, yerel ve ulusal basında çıkan haberler, akademik makaleler, ticari/ekonomik, ortaklıklar) bilgilendirme ve etkileme amacı ile çeşitli kişi ve gruplar (emekli diplomatlar, siyasetçiler, medya patronları, akademisyenler, danışmanlık firmaları, sivil toplum kuruluşları ve akademik kurumlar) aracılığı ile baskı altına alma çalışmalarıdır.”* (Erzen 2012:103)

Lobicilik faaliyetleri günümüz kamu diplomasisinde önemli bir işlevi temsil etmektedir. Öyle ki, “lobicilik tanıtma, bilgilendirme, ilişki kurma, diyalog ortamı sağlama fonksiyonları bakımından kamu diplomasisinin birçok özelliğini bünyesinde barındırmaktadır. Halkla ilişkiler yöntemleri arasında yer alan lobicilik halkla ilişkiler uzmanlarının hükümet liderleriyle kontak kurmalarına fırsat sağlamaktadır.”(Pratkanis 2009:116)

Katılımcı demokratik sistemde karşılıklı bilgi alıp verme sürecine katkısı nedeniyle lobi faaliyetleri önem taşımaktadır. Özellikle, “belirli konularda medyanın dikkatini çekerek, gündem oluşturabilen bu gruplarla ilişkiler günümüzde hükümetlerin temel uğraşı haline gelmektedir. Bu grupların isteklerinin ve eylemlerinin gözardı edilmesi hükümetler için pahalıya mal olabilmekte, ülkenin imajını ve saygınlığını olumsuz etkileyebilmektedir. Kamu diplomasisi ve lobicilik arasındaki yöntem ve kanallar bakımından benzerlik bulunmakta birlikte, lobi faaliyetleri uzun dönemli

stratejiye bağı, kısa dönemli faaliyetler iken kamu diplomasisi uzun dönemli stratejiler üzerinde düzenli aralıklarla ülkelerarası gerçekleştirilen etkinliklere dayanmaktadır.”(Erzen 2012:103) Dolayısıyla, lobicilik kamu diplomasisinin taktiksel boyutta kullanabileceği iletişimsel bir faaliyetler alanı olarak ele alınmalıdır.

Uluslararası halkla ilişkiler alanında “halkla ilişkilerin dörtlü modellemesi Hindistan, Yunanistan ve Tayvan’da uygulanmış, araştırma sonucunda kişisel etki ve kültürel yorumcu modelleri ortaya çıkmıştır. Kişisel etki modelinde halkla ilişkiler uygulayıcıları önemli kişilerle ilişki kurmak, geliştirmek amacıyla kullanılırken, bu model ABD’de kullanılan lobiciliğe benzetilmektedir. Kültürel yorumcu modelinde ise halkla ilişkiler uygulayıcıları çok uluslu şirketler için yerel kültürleri yorumlamak için tutulmaktadır.”(Mengü 2012:94)

Salha da, “özünde dürüstlük, doğruluk, sadelik, samimiyet yer almakta olan kamu diplomasisinin, siyasal fikirlerden çok vatandaşların kalbine ve beynine ulaşarak ortak çıkarlar merkezinde diyalog kurma fikrinde yükseldiğini belirtirken, bu temelden hareketle hükümetlerin hem kendi sınırları dahilinde özel bir çalışma yaparak, vatandaşını ve sivil toplum kuruluşlarını her açıdan hazırlamak hem de diğer devletlerde yaşamakta olan kendi diasporası ve o ülkenin vatandaşları nezdinde lobi faaliyetlerine girişmek hususunda strateji geliştirmek durumunda olduklarını vurgulamıştır.”(Salha

[www.kamudiplomasisi.org/2012](http://www.kamudiplomasisi.org/2012))

Lobicilik, halkla ilişkilerin “kişilerarası iletişim kısmını oluşturarak simetrik iletişime, diyalog ve müzakerelere de imkanlar sunmaktadır. Bu özellikleri dolayısıyla lobicilik stratejik bir iletişim faaliyeti olarak değerlendirilmeli ve planlanmalıdır. İngiltere’de 1998 yılında İngiliz Parlamentosu üyeleri arasında yapılan bir araştırmada bir lobi faaliyetinin başarılı olması için aşağıdaki etmenlerin önemli rol oynadığı belirtilmiştir;”(Theaker 2008:170)

- Karar yetkisi olanlara erişim,
- Geçmiş araştırması,
- İyi zamanlama,
- İletişim becerileri,
- Siyasi prosedürü tanıma,
- Kamu menfaati,
- Toplumun önde gelenlerinin desteği,
- Etkili bir şekilde hedef belirleme,
- Medyada olumlu yönde haberlerin yer alması,

- Devletin yapısını tanıma ve bilme.

Bu noktaya kadar belirtilen durumlardan anlaşılacağı üzere, stratejik olarak planlama ve uygulama faaliyeti olarak lobıcılığın kamu diplomasisi açısından önemi tartışılmazdır. Araştırma, planlama, uygulama ve değerlendirme olarak stratejik süreçte amaçlar belirlenir, bu amaçlara ulaşmak için de hedef kamulara en uygun şekilde faaliyetleri gerçekleştirmek gerekmektedir.

Dolayısıyla, lobıcilik alanındaki uzmanlık ve tekniklerin kamu diplomasisi faaliyetlerinin planlı gerçekleşmesine katkı sağlayacağı tartışılmazdır. Ağırlıklı olarak, kişilerarası iletişim ve diyalog odaklı bir anlayışa dayanan lobıcilik, halkla ilişkiler altyapısı ile daha etkili kamu diplomasisi faaliyetlerine yetkin destek sağlamaktadır.

#### **3.2.2.4. Propaganda**

Propaganda en eski ve en belirgin bilgi yayma yöntemi olarak görülürken, “siyasal propaganda ise fikirlerin savunmasından baskıya kadar bilginin tasarlanması ve dağıtımının kontrol edilmesinde en aşırı yöntem olarak kabul edilmiştir.”(Zaharna 2010:89) Kavram, “kamuoyu ve toplumun güdümünü etkilemek için yapılan faaliyetleri tanımlamakta, çoğu zaman açık ve dürüst olmayan, seçilmiş sözlere, tekrara ve kuvvet gösterisine dayanan sonunda zihinleri esir etmeye çalışan bir yöntem olarak belirtilmektedir.”(Daver 1969:290) Propaganda olgusu, “daha somut ve daha az doğru konuşarak, semboller, öyküler, söylentiler, raporlar, resimler ve diğer sosyal iletişim formları yoluyla sadece fikirlerin kontrolünü sağlamaya çalışır. Bu nedenle çevredeki diğer şartları değiştirmekten çok direk manüvülasyonla fikirlerin ve tutumların yönetilmesiyle ilgili bulunmuştur.”(Laswell 1927:9)

Propaganda çoğu zaman yalan, saptırma, manipülasyon, zihin kontrolü, psikolojik harp, beyin yıkama ve palavra gibi sözcüklerle eşanlı olarak kullanılmıştır.(Jowett 1999:3) Lasswell, “propagandayı anlamlı semboller ve sosyal iletişimin tüm biçimleriyle düşüncenin denetim altına alınması ve insan eylemelerini etkileme tekniği olarak tanımlamıştır.”(Özkan 2009:35) Kamu diplomasisi sonuç olarak bir ülkenin yurtdışındaki ulusal imajıyla ilgili bir faaliyet alanıdır. Bu nedenle ulusal siyasal gündemin önemli bir konusu olma özelliği de vardır. Kamu diplomasisi bu bağlamda çoğu zaman politik baskı aracı hatta propaganda olarak görünme riski taşımaktadır.

Ancak bugün artık kamu diplomasisinin propaganda yöntemi olarak görülemeyeceği anlaşılmıştır.

Kamu diplomasisi kavramı çok daha önceki uygulamalarından ötürü propagandanın örtük şekli olarak da tanımlanmıştır. Ancak bugünkü esas amacının taraflarda rıza yaratmak olduğu yerleşmiş bulunmaktadır. Szondi, kamu diplomasisinin “batı ülkelerinde çatışmalarla yerleştiğini ve devletlerle diğer aktörler arasındaki farklı gerilim seviyelerinde ortaya çıktığını ileri sürerek kavramı propagandayla ilişkilendirmiştir.”(Szondi 2009:2)

Nelson’a göre ise propaganda, “hedef kitlelerin duygularını, tutumlarını, fikirlerini ve hareketlerini etkilemeye dönük ideolojik, politik, ticari amaçlarla yapılan, kitle ve direk medya araçlarıyla mesajların tek taraflı, kontrollü şekilde aktarıldığı sistematik ikna amaçlı faaliyetleri kapsamaktadır.”(Nelson vd. 2009:338) Yılmaz’ın ifade ettiği şekilde 1970’li yıllarda “kamuoyu diplomasisi terimi propaganda teriminin kötü ünü nedeniyle Amerikan hükümetinin uluslararası bilgi, kültürel ilişkiler ve medya-yayın faaliyetlerini tanımlamak (örtmek) için ortaya atılmıştır.”(Yılmaz 2012:192)

1789 Fransız Devriminde, başka uluslara da özgürlük verilmesi parolası ile girişilen uluslararası siyasal propaganda çağcıl anlamda uluslararası iletişimin ilk kilometre taşı özelliği taşımaktadır.(Yavaşgel 2012:1) Jowett ve O'Donnell propagandist iletişimi, “amaçları ve kimliği gizlenmiş, iletişim akışının kontrollü olduğu, kamuoyunun yönetilmeye çalışıldığı, davranışların manipüle edildiği iletişim olarak ifade etmektedir.”(Jowett 1999:42) Totaliter rejimlerdeki propaganda anlayışı ile demokratik rejimlerdeki propaganda anlayışının farklı olduğunu belirten Özkan, “totaliter rejimlerdeki baskı ve dayatmanın yerini demokratik rejimlerde kamuyu aydınlatmaya bıraktığı, bunların halkla ilişkiler faaliyetleri adı altında yürütülerek, kamoyunun dikkatinin reklam ve tanıtım faaliyetleriyle belirli noktalara çekilmeye çalışıldığını ifade etmiştir.”(Özkan 2009:35)

Kamu diplomasisinin kökleri her ne kadar “propaganda, psikolojik savaş vb. alanlara uzansa da günümüzde yeni kamu diplomasisi anlayışı daha çok çift yönlü iletişim, ilişki, diyalog, karşılıklılık kavramlarına vurgu yapmaktadır.”(Gonesh vd. 2005:3)

Kamuoyu diplomasisi 20. yüzyılda “fikirler, savaşlar, siyasi baskılar ve profesyonel normlar etrafında oluşurken, 21. yüzyılda kamu diplomasisi örtülü propaganda vasıtası olmaktan çıkarak küreselleşme, ağ yapıları ve yeni teknolojiler

tarafından yeniden biçimlendirilerek, seçilen ülke kamuoyu ve halkları ile iletişim ve toplum oluşturma yöntemi haline gelmiştir.”(Yılmaz 2012:192)

Zaharna, iletişim perspektifinden bakarak, “kamu diplomasisi ve propagandanın bir hükümetin yabancı halklara enformasyon iletme ve onları etkilemek için ikna edici araçlar olarak hizmet ettiğini, her ikisi arasındaki teknik ayırt ediciliğin ise kontrol ve şeffaflık dereceleri olduğunu belirtmiştir.”(Zaharna 2010:78) Castel kamu diplomasisi ve propaganda ayırımını kamu diplomasisi propaganda değildir, ayrıca hükümetin diplomasisi de değildir diyerek ortaya koymuştur.(Castells 2008:91)

Nye ise propagandayı üreten kamu diplomasisi faaliyetlerinin ikna etmede başarısız olacağını ve ince gücü etkisiz kılacağını belirtmiştir.(Nye 2005:108) Amstrong’a göre, “9/11 olayı sonrası *‘değerlerin paylaşımı’* paradigması kamu diplomasisinin orijinal kökleri olan propagandan kopuşunu göstermekte, daha fazla akıllar ve iradeler üzerinde aktif savaşın mümkün olmadığını, bütün alanlarda düşmanla ilişkiye girmek için güce dayanan bir propagandanın başarıya götürmeyeceğini vurgulamıştır.”(Amstrong 2009:66)

### **3.2.2.5. Diyalog ve Müzakere**

Diyalog, ortak anlayış oluşturma ve uzun dönemlilik hem kamu diplomasisinin hem de kültürel diplomasinin temel olguları arasında gösterilmektedir. “Kamu diplomasisi, ilişki odaklı bir kavramdır, diğer ülkelerin, kültürlerin ve insanların ihtiyaçlarını anlama, onlarla iletişim kurma, yanlış anlamaları düzeltme ve ortak noktalar bulma amaçlarını taşır.”(Gouveia vd. 2005:6) Aynı şekilde iletişimin de “temel amaçlardan biri uyumdur. İletişim kurmadaki en öncelikli amaçlardan biri iki kişinin birbirini anlaması, insanın karşısısındakine kendisini anlatabilmesidir.”(Zıllıoğlu 2007:23) İletişim, “katılanların bilgi yaratıp, karşılıklı bir anlaşmaya ulaşmak amacıyla bu bilgiyi paylaştıkları bir süreç olarak görülmektedir.”(Mutlu ty. 168)

Bugün artık diplomasisinin en önemli ilkelerinde biri sürekli müzakerelerdir. Nicolson’un diplomasi üzerine yaptığı tanımlamaların temelinde ilişki ve müzakere olguları vardır. O’na göre “diplomasi, egemen devletler arasındaki düzenli müzakereler sistemi, bir grup insanın kendine yabancı diğer bir grupla ilişkilerinin düzenli bir çerçevede yürütülmesi ve müzakere sanatıdır.”(İskit 2007:46) Dış kamuların tanınması, bilgilendirilmesi, etkilenmesini hedefleyen kamu diplomasisi bir ülkenin

vatandaşlarının, kurumlarının yabancı ülkelerin vatandaşları ve kurumları ile diyalogunu geliştirmek ve genişletmek amacıyla kullanılmaktadır.

Klasik kamu diplomasisinde “yabancı ülke vatandaşlarına birşey yaptırmayı hedefleyen davranışsal boyut yerini kişisel tavra ve desteklemeye dayanan tutumsal boyuta bırakmıştır. Diğer bir değişiklik ise önceki tanımlarda yer alan monolog ve tanıtımcı anlayıştan anlayış ve diyalogun hakim olduğu bir anlayışa geçiş olmuştur.”(Szondi 2009:304) Bunun yansıması olarak kavramın diyalogla ilişkisini gösterir şekilde yeni kamu diplomasisi, “diyalog odaklı kamu diplomasisi, kültür merkezli kamu diplomasisi, iletişim yönlü kamu diplomasisi, çok paydaşlı kamu diplomasisi gibi terimleri ortaya atmışlardır.”(Nelson vd. 2009:340) Kamu diplomasisinde salt hükümet temsilcileri değil hükümet dışında kalan bütün aktörler birer kamu diplomatı olarak diğer ülkelerdeki muhataplarıyla diyalog ve müzakereler gerçekleştirirler. Bu rolle dış politikada işbirliği geliştirilmesine, sorun alanlarının çözümünde uygun iklimin yaratılmasına, katkı yaparlar.

Cowan ve Arsenault kamu diplomasisi anlayışında monolog formlardan diyalog formlara doğru bir geçiş olduğunu belirtirken, “üçüncü bir boyut olan işbirliğinin genellikle gözden kaçırıldığını ifade etmişlerdir. Her üç katmanında doğru şartlarda ve zamanlarda kullanıldığında kamu diplomasisi için eşsiz değerler sunacağını belirten yazarlar, monolog kamu diplomasisinin global iletişim sistemi için vazgeçilmez olduğunu günlük ve anlık olayların, diğer tek yönlü ürünlerin (haberler, demeçler, makaleler, ilanlar, basın bültenleri, film, kitap, şiir gibi yazılı ve görsel kültürel çalışmalar tek yönlü iletişim biçimleri) uluslararası kamuoyuna duyurulmasında tek yönlü mesaj gönderiminin kaçınılmaz olduğunu vurgulamışlardır. Diyalogun bireyler arasında başlayan ve medeniyetler arası ilişkiler ve köprüler kuran bir anlayışa dayandığı ifade eden yazarlar, kişiler arasındaki bu ilişkilerin ve kurulan diyalogun çatışmaları çözme ve önlemede önemli bir dönüştürücü güç olduğunu vurgulamışlardır. Birçok akademisyenin ve yazarın diyalogla ilgili sayısız teori ürettiği belirtilirken, bu bağlamda diyalogun, ideallerin ve bilgilerin değiştiği, karşılıklı ve çok boyutlu iletişimin gerçekleştirildiği durumlarla ilgili görüldüğünü ifade etmişlerdir.”(Cowan vd. 2008)

Kamu diplomasisi politikalarının geliştirilmesinde, uygulanmasında monolog ve diyaloga dayanan iletişimin doğru şartlarda uygulandığında dış politikayı, uluslararası ilişkileri, saygınlığı geliştireceği belirtilmiştir. Kamu diplomasisi şekli olarak “işbirliği

olgusunun, ortak sorunların ve çatışmaların çözümünden, ortak vizyonların geliştirilmesine ve fiziksel projelerin birlikte tamamlanmasına kadar uzandığı belirtilirken, farklı uluslardan katılımcıların kısa süreli ( oyun, müzik, vb.) ya da uzun süreli (doğal afetler sonrası yardım çalışmaları, vb.) ortak projeler etrafında bir araya gelerek uzun süreli ilişki ve anlayış oluşturma fırsatı yakaladıkları, böylelikle kişilerarası ve uluslararası işbirliğine altyapı oluşturdukları ifade edilmiştir.”(Cowan vd. 2008)

Diplomaside müzakerelerin yapılmasının en önemli amacı anlaşmazlıkların çözümü olarak görülmektedir. Diplomasi, “iki ülke arasında görüş alışverişini sağlarken, diplomatlar, ilişkilerin geliştirilmesi, anlaşmazlıkların çözülmesi için bulunduğu ülkenin diplomatik temsilcilikleriyle görüşmeleri gerçekleştirirler.”(Arı 1999:268) Müzakere geniş anlamıyla diplomatik iletişimin her yönünü kapsamaktadır.(İskit 2007:268) Melissen’e göre, “kamu diplomasisini etkileyen iki ana trend vardır, ilki kamu diplomasisinin artık diplomatik diyalogdan arta kalan birşey olmadığı, ikincisi ise kamu diplomasisinin yabancı kamuları manipüle etmek için kullanılamayacağıdır. Yabancı kamuların dış politikada elde ettikleri bu önem ve güç sonucu uluslararası aktörler için dış politikanın başarısında bu kamularla ilişki kurma zorunluluğu daha belirgin hale gelmiştir. Bütün bu gelişmelerin sonunda kamu diplomasisi bütün diplomatik çabaların standart bir parçası haline gelmiştir.”(Fitzpatrick 2009:3)

Kamu diplomasisinin özünü oluşturan kültür ve kültürel diplomasi “diyalog ve tartışma için taraflara biraraya gelme zemini sağlamaktadır. Fitzpatrick’in, Krause ve Evera’dan aktardığı şekliyle diyalog ve bağlılık, taraflar arasında eşitlik fikrini güçlendirmekte, tek taraflı iletimin yerini birbirinin görüşlerine saygı temelli çift yönlü bir iletişimin almaktadır. Bu da iki tarafında faydasına olacak şekilde sorunların çözümüne katkı sağlamaktadır.”(Fitzpatrick 2009:27) Kamu diplomasisi uluslararası çatışma bölgelerinde “çatışan taraflar arasında tıkanan görüşmelerde müzakere ortamı yaratıcı ve ilişki kurucu bir işlev sağlamaktadır.”(Bound vd. 2011:27) Uluslararası çatışmalarda ulusal çıkarın korunması amacıyla kamu diplomasisinin görevleri ve faydaları ise şu şekilde sıralanmıştır;(Bound vd. 2011:27)

- Eylemlerin meşruluğunun anlatılmasını sağlar,
- Eski düşmanlarla yeniden işbirliği kurma imkanı sağlar,
- Savunulan idealler ile ilgili destek sağlar,
- Stratejik müttefikliklerin oluşturulmasını ya da bozulmasını sağlar,
- Diktatörlerin, zorbaların ve teröristlerin propaganda ve hilelerine karşı mücadele sağlar,

- Aşırı rejimlerin baskılanmasını ve kınanmasını sağlar,
- Etnik soykırımların ve temizlik hareketlerinin durdurulmasına yardım eder,
- Savaşan tarafları ateşkese zorlar,
- Düşmanın moralini bozar,
- Ana ülkenin moralini artırır,
- Düşmanı teslim olmaya sevkeder,
- Savaşın uygulanmasına yardım eder (arama izinlerinde, yerel liderlerin desteğini kazanmada, bilgi sağlamada, sivillerin savaş bölgesinin dışında tutulmasında, dedikodularla mücadelede, insani yardımlara destek sağlamada vb.),
- Güvenlik çıkmazlarına yönelik yatıştırıcı etkide bulunur,
- Çatışmaları çözer ve ilk etapta savaşları önleyici bir işlev görür,
- Çatışmaya yol açan imaj ve beklentileri değiştirmeye, müzakere ve çatışma çözümüne yardımcı olur,
- Çatışma tarafları arasında basit uzlaşma ortamları yaratır,
- Barışa yönelik uluslararası kurumların ve anlaşmaların desteklenmesini sağlar.

Özellikle de kültürel değişimler “insanlar ve ülkelerarası sorunlarda müzakere ve çözüm önerilerinin alışverişi için fırsatlar sunar. Kültürel kontakların ülkelerarası tıkanan politik kanalları resmi olmayan görüşmeler ve ilişkiler yoluyla tekrar açabileceği öne sürülmektedir.”(Bound vd. 2011:76)

Diyalog aracılığıyla “bireyler, gruplar ortak ve müzakere edilebilir bir kimlik, çıkar ve anlam yaratabilirler. Halkla ilişkilerin, diyalog ilkesi aracılığıyla toplumun kamu toplumu özelliği kazanmasında etkili olacağı belirtilirken, bilgilendirme ve fikir üretimi alanları olarak sivil toplum kurumlarında diyalog ilkesinin uygulanabileceği, bireylerin düşünce ve kanaatlerinin kontrolsüz, açık ve empatik biçimde açıklayabilecekleri ifade edilmiştir.”(Mengü vd. 2012:103)

Modern halkla ilişkilerin diyolojik modeli, “başlıca amacı çevredeki belirsizliği azaltmaya dönük organizasyonların kararları ve faaliyetleri hakkında bilgi vermek olan tek yönlü iletişim modelinin ötesine geçerek çift yönlü simetrik iletişim yönetimine dayanmaktadır.”(Nelson vd. 2009:341) Simetrik dünya görüşüne sahip örgüt kültürlerinde “çatışmalar baskı, manipülasyon, zorlama ya da şiddetle değil, müzakere, iletişim, uzlaşma ve diyalog ile çözümlenmelidir. Kurumlar ile kamuları arasındaki sorunları çözmeye ve çatışmaları ortadan kaldırmaya yönelik, diğer halkla ilişkiler modellerini de kapsayan karma motifli halkla ilişkiler modeli ortaya çıkmıştır. Gerçek hayatta halkla ilişkiler uygulamaları, halkla ilişkilerin mutlak simetrik uygulamalarıyla



çakışmamaktadır. Bunun yerine, çift yönlü asimetrik modelin bir birleşimi olan karma motifli halkla ilişkiler biçiminde ortaya çıkmıştır.”(Grunig vd. 2005:307)

Bu yeni durumsal model “mükemmel iki yönlü halkla ilişkiler modeli olarak tanımlanırken aynı zamanda eski iki yönlü asimetrik modeli ve iki yönlü simetrik modeli de kapsamaktadır. Duruma göre iki yönlü asimetrik model taktikleri organizasyonun faydasına olacak şekilde kazan-kazan alanında uygulanabilecektir. Daha önce sadece bir tarafın kazandığı diğerinin kaybettiği asimetrik anlayıştan mükemmel iki yönlü halkla ilişkiler anlayışına geçiş olarak nitelendirilen bu yeni modelde pozitif ve normatif kuram ideal şekilde birleştirilebilecek ve organizasyon ile kamuları arasındaki ilişkide organizasyonun sosyal sorumluluğunu yerine getirecek şekilde denge ve uyum kurulabilecektir.”(Grunig vd. 2005:26)

### **3.2.2.6. Kültürel İlişki/Diplomasi**

Günümüz uluslararası ilişkiler alanında, “ulus devletlerin dış politika hedeflerine ulaşmak amacıyla hem sert hem de yumuşak güç uygulamalarından yararlandığı belirtilmektedir.”(Sun 2008:165) Kamu diplomasisinin “diğer dış politika araçları olan diplomasi, ekonomi ve askeri eylemleri destekleyebileceği görülmektedir.”(Pratkanis 2009:112) Genel olarak bir ülkenin ince gücü 3 kaynağa dayandırılmaktadır. Bunlar ülkenin toplumsal ve siyasal kültürü ile dış politikası olarak sıralanmaktadır.

Bir ülkenin sahip olduğu kültürün “evrensel özellikler barındırması ve uluslararası faaliyet alanlarını yöneten kural ve kurumlara uygunluk kabiliyeti, son derece önemli ince güç kaynakları arasında yer almaktadır. Liberal demokrasi, kişisel özgürlük, daha yüksek toplumsal seviyeye ulaşmak ve açıklık gibi Amerikan popüler kültüründe sık sık ifade edilen değerler, yüksek eğitim ve dış politika gibi alanlar Amerikan kamu diplomasisinin ince güç kaynakları arasında gösterilmektedir.”(Demir 2012:4)

Bir ülkeye ince güç avantajı kazandıran belli başlı özellikler “ülkenin kültür ve ideallerinin global değerlere uygunluğu, ülkenin çoklu iletişim kanallarında yer alma kabiliyeti, ülkenin güvenilirliğinin iç ve dış politikadaki davranışlarıyla artması olarak sıralanmıştır.”(Snow 2009:4) Nye’e göre ince güç, “kaynağını büyük oranda o ülkenin kültürünün, değerlerinin ve politikalarının meşruiyetinden almaktadır.”(Nye 2005) İnce gücün en önemli meşruiyet kaynaklarından olan “kültürün diplomatik olarak kullanılması anlamına gelen kültürel diplomasi son zamanlarda şaşırtıcı bir şekilde

kamu diplomasi, kültürel değişimler ve propaganda gibi terimlerin yerine kullanılır olmuştur. Kültürel diplomasinin diğer diplomatik etkileşimlerden farklı bir olgu olduğu belirtilmiştir. Diplomasi tanımına benzer şekilde hükümetlerden hükümetlere olan bir iletişim sürecini değil, hükümetler ve yabancı kamular arasındaki iletişimi tanımlar. Kültürel diplomasi, yabancı ülkelerin kamularıyla doğrudan ve uzun süreli kurulan ilişkileri kapsarken bu ilişkilerin amacı ise resmi ilişkilerin daha kolay işlenmesi için uygun anlayış ve iklimin yaratılması olarak belirtilmiştir.”(Gienow-Hect vd. 2010:13)

Kültürel diplomasi ortak anlayışı geliştirmek amacıyla “fikirlerin, bilginin, değerlerin, sistemlerin, geleneklerin, inançların ve kültürün diğer yönlerinin değişimi olarak görülmüştür. Kültürel diplomasi kamu diplomasisinin iki temel boyutuna vurgu yapmaktadır, politik bilgilendirme ve kültürel iletişim. Politik bilgilendirme ikna boyutunu vurgularken kısa dönemli bilgilendirme ve savunma faaliyetlerini kapsamaktadır. Kültürel iletişim ise ortak anlayış yaratma amacıyla uzun soluklu ilişkiler geliştirmeye odaklanmaktadır.”(Snitzer 2008:206) Bu ilişkiler “öğrenci / akademisyen değişimleri, festivaller, sergiler, dil öğretimi, dostluk birlikleri, ticaret birlikleri, kültür merkezleri gibi kanallar aracılığıyla gerçekleşmektedir.”(Gilboa 2000:291)

Kültürel ilişkiler ve kamu diplomasisi arasındaki fark açıklanırken “kültürel ilişkiler hükümet müdahalesi olmadan doğal bir şekilde gelişen, ticaret, turizm, eğitim, iletişim, kitaplar, göç, medya vb. yollarla ortaya çıkan ilişkiler şeklinde de tanımlanmıştır.”(Gienow-Hect vd. 2010:14)

Kültürel diplomasi ve kamu diplomasisi arasındaki farklılıkları belirten görüşler olduğu gibi benzerlikleri üzerinde de duran görüşler bulunmaktadır. “Kültürel diplomasi kamu diplomasisi başlığı altında yürütülen faaliyetler ve programlar olarak değerlendirilmektedir. Kamu diplomasisi konseptinin yabancı kamular nezdinde yürütülen bilgilendirme, eğitim ve kültürel faaliyetlere dayandığını vurgulayarak birçok Amerikan yazarın kültürel diplomasinin kamu diplomasisinin bir formu olduğunu belirttiklerini vurgulamıştır. Bu bağlamda kültürel diplomasi, ülkelerin hükümetleriyle ve onların dış politika amaçlarına ulaşmak, diplomatik çabalarını kolaylaştırmak amacıyla sundukları bilinçli imajlarla ilişkili bulunmuştur.”(Szondi 2009:302)

Eski ve yeni kamu diplomasisi anlayışını katı ve esnek kamu diplomasisi olarak ikiye ayıran Signitzer ve Coombs’a göre, “esnek kamu diplomasisi anlayışının temelini oluşturan kültürel iletişim faaliyetleri, kültürel diplomasi ve kültürel ilişkiler boyutlarından oluşmaktadır. Kültürel diplomasi, müzakereler sonucu oluşan resmi

anlaşmaları ve anlaşmalar sonucu ortaya çıkan kültürel ilişkilerin yönetilmesini tanımlamaktadır. Devletin kontrolünde yürütülen bu faaliyetlerdeki amaç diplomatik faaliyetlerin bir bütün olarak yürütülmesi ve istenen imajın sunulmasıdır. Kültürel ilişkilerdeki amaç ise tek taraflı yarar sağlamaktan çok, karşılıklı yarar sağlama, toplumlararası anlayış ve ortaklık kurma amacıyla yürütülen faaliyetleri kapsamaktadır.”(Yağmurlu 2012:18)

Kültürel ilişkilerin kurulmasında, “birçok ülkenin diğer uluslarla uzun süreli dostluklar ve ilişkiler kurmada eğitim ve değişimlerin önemli bir yeri olduğu açıktır. Kültürel diplomaside iki temel araç dil ve eğitim olarak ifade edilirken, dilin bir ülkenin kendi kültürünü ve değerlerini yaymanın en asıl yolu olduğu, dili tamamlayan ögenin de eğitim olarak görüldüğü vurgulanmıştır.(Pamukçu 2004:256)

Yurtdışındaki imajını geliştirmek için resmi kültürel diplomasi örgütlerini kuran ilk ulus Fransa’dır. “Fransız dilinin yurtdışında öğretilmesi ve bu yolla Fransa’ya karşı bir yakınlık oluşturulması amacıyla *The Alliance Française* 1883’te kurulmuştur. Bu kurum sivil toplum örgütü niteliğinde kurulmuştur. Benzer şekilde İtalya 1889’da *Dante Alighieri Sociaty*’yi, İngiltere ise 1934 yılında *British Council*’i kurarak kültürel diplomasi alanında etkinlik göstermeye başlamışlardır.”(Gienow-Hect 2010:18)

II. Dünya Savaşı’nın ardından bozulan imajını düzeltmeyi ve dünya ile ilişkilerini yeniden kurmayı amaçlayan Almanya benzer amaçlarla *Goethe Enstitüsü*’nü kurmuştur.(Zöllner 2009:265) Japonya tarafından da 1972 yılında “Japonya’nın dış politikasının uluslararası çevreyle uyumunu sağlamak, sürdürmek, Japonya’ya karşı ve uluslararasıdaki ortak anlayışı artırmak, uluslararası değişim programları yoluyla kültür ve diğer alanlarda dünyaya katkı yapmak amacıyla *Japon Vakfı* (The Japan Foundation) kurulmuştur.”(Ogava 2009:272)

Hiç şüphesiz, kültürel diplomasi Soğuk Savaş Döneminde yoğun olarak kullanılmıştır. Öyle ki, “1945-1990 arasında kültürel ürünler ideolojik amaçların ve stratejilerin yayılmasında en önemli araçlar haline gelmiştir. Öğrenci değişim programları, yurtdışındaki Amerikan destekli okullar, diğer değişim programlarıyla yürütülen işbirlikler, eğitim gezileri, yabancı ziyaretçiler için yürütülen eğitim programları sadece bu etkinliklerin bir kısmını oluşturmuştur. ABD Bilgilendirme Ajansı ve Fullbright Programları sayesinde eğitimin yanısıra Amerikan kültürü, sanatı, edebiyatı, müziği, bilimi yurtdışına aktarılmıştır.”(Gienow-Hect 2010:15) Fullbright Programlarının orjinal amacı, “ABD halkı ve diğer ülkelerin halkları arasında eğitim ve

kültürel değişimler yoluyla karşılıklı anlayışı artırmak, bağları güçlendirmek, dünya çapında insanların hayatlarına olumlu katkılar yapmak, eğitim ve kültürel gelişimleri için uluslararası işbirliğini teşvik etmek; böylece ABD ve dünyanın diğer ülkeleri arasındaki dostane, sempatik ve barışçıl ilişkilerin gelişmesine yardımcı olmak olarak belirtilmiştir.”(Snow 2009:6)

Almanya Akademik Değişim Servisi olarak bilinen DAAD (German Academic Exchange Service -Deutscher Akademischer Austauschdienst), “Almanya’nın II. Dünya Savaşı’nda bozulan imajını düzeltmek ve Alman dış politikasının gerçekleşmesine uygun ortamlar yaratmak amacıyla Alman ve Alman olmayan öğrencilere, eğitimcilere, araştırmacılara, bilim adamlarına, Almanya ve diğer ülkelerin üniversiteleri arasındaki değişimlere burs desteği sağlamaktadır. Gelişmekte olan ülkelerin ekonomik ve demokratik gelişmelerini desteklemeyi amaçlayan DAAD, bu ülkelerdeki eğitim ve bilimsel çalışmalara sponsorluklar gerçekleştirmektedir.”(Zöllner 2009:265)

Bugün ise, “Freedman’ın globalizasyon 3.0 kavramı küreselleşmenin yeni sürecini vurgulamaktadır. İlk periyotta ülkelerin ve kurumların küreselleşmesi sözkonusu iken yeni dönemde bireyler küreselleşmiştir. Yeni teknolojilerin ve internetin sağladığı olanaklarla bu yeni süreçte bireyler global olarak birbiriyle doğrudan ve dolaylı iletişim kurabilmektedir.”(Gienow-Hect 2009:25)

İngiliz tarihçi Nick Cull da kültürel diplomasiyi kamu diplomasisi başlığı altında yürütülen etkinlikler ve programlar olarak değerlendirmektedir. Kültürel diplomasi, “uluslararası çevrenin ulusal zenginlikler aracılığıyla yönetilme çabaları olarak tanımlanmaktadır. Kültürel diplomasi ülkelerin hükümetlerinin dış politika amaçlarına ulaşmak, diplomatik çabalarını kolaylaştırmak amacıyla sundukları bilinçli imajlarla ilişkili bulunmuştur. Kamu diplomasisi, toplumsal ilişkilerin bir parçası olarak gelişir ve bu yüzden kültürel ilişkiler aracılığıyla kendini ortaya çıkarır. Yabancı halkları olumlu yönde etkilemeye yönelik bir politik aksiyon olarak direkt kamuoyunu hedefler, fikirlerin ve düşüncelerin uluslararası dolaşımını, özel gruplar arasında etkileşim oluşturmayı amaçlar. Bu bağlamda, kamu diplomasisi, kültürlerarası iletişimin süreci olarak tanımlanmıştır.”(Szondi 2008:8)

Kültürel ilişkiler daha çok ülkelerin yabancı ülkelerde “dilini yanı sıra edebiyat, film, televizyon, radyo programları, sanat, bilim, müzik gibi kültürel ürünlerin desteklenmesi, üretilmesi ve yayılmasıyla ilgili bulunmuştur. Kültürel ilişkilerin paralelinde akademik değişimler, öğrenci değişimleri, dil okulları vb. eğitim kurumları

ve faaliyetleri kamu diplomasisinin önemli kaynaklarından bazılarını oluşturmaktadır. Kültürel ilişkilerin kurulmasında akademik değişim programları en önemli faktör olagelmıştır.”(Szondi 2008:302)

Türkiye de sahip olduğu yükseköğretim kurumlarıyla günümüzde sadece Türk vatandaşlarına değil yabancı öğrencilere de hizmet vermektedir. Akademik (öğrenci ve öğretim görevlisi) değişimler yoluyla bu ülkeler arasında ilişkiler artmaktadır. Erasmus, Sokrates, Farabi ve Mevlana Değişim Programları ile akademik değişim fırsatı yoluyla ülkelerarası ilişki ve iletişimin olanakları aranmaktadır.(www.yok.gov.tr)

Son yıllarda kültürel ilişkilerin öneminin vurgulandığı Türk dış politikası kapsamında, gerek kamu kurumları gerekse sivil toplum örgütleri Türk kültürünün tanıtılması, yabancı ülke halkları üzerinde anlayış oluşturulması amacıyla birçok kültürel faaliyet gerçekleştirmektedirler. Bu amaçla Türk kültürünü dışarıda tanıtmak, Türkiye ile diğer ülkeler arasındaki ikili ilişkilere katkıda bulunmak, Türk vatandaşlarının buldukları ülkelere uyumuna yardımcı olmak amacıyla çeşitli ülkelerde Türk Kültür Merkezleri kurulmuştur.

2009 yılında faaliyetlerine başlayan *Yunus Emre Enstitüsü*'nün de bugün itibariyle yurt dışında 30'un üzerinde kültür merkezi bulunmaktadır. *Yunus Emre Enstitüsü* yurt dışında kurduğu merkezlerde eğitim ve öğretim çalışmalarının yanı sıra kültürel ve sanatsal faaliyetler yürütmekte, bilimsel araştırmalara destek vermektedir. “Kültür sanat ve yabancılara Türkçe öğretimi ana başlıkları altında dünyanın birçok ülkesinde gerçekleştirilecek faaliyetler ve oluşturulacak işbirlikleri ile dünya toplumlarının Türkiye'yi daha yakından ve doğru kaynaklardan tanımasını sağlamak” vizyonuyla kültürel faaliyetlerine devam etmektedir.(www.yee.org.tr/03.08.2015) Bu merkezlerin yanısıra birçok ülkede Türk dili eğitimi üzerine Milli Eğitim Bakanlığına bağlı faaliyet gösteren Türkçe Öğretim Merkezleri de (TÖMER) bulunmaktadır.

Kısaca, kamusal diplomasinin “iki yüzünden birini ‘siyasal enformasyon’ diğerini de ‘kültürel iletişim’ oluşturmaktadır. Kültürel iletişimin özünü oluşturan kültürel ilişkilerde temel amaç, ulusal toplumlar arasındaki karşılıklı yarar çerçevesinde anlayış ve işbirliği oluşturmaktır. Ve bu anlayış tercih edilen imajları değil gerçek durumları ortaya koyacaktır.”(Yıldırım 2005:17)

### 3.2.2.7. Ulus Markalama (İmaj ve İtibar)

Küçük ölçekte kurumların büyük ölçekte ise ülkelerin “reklamcılık, halkla ilişkiler ve doğrudan pazarlama gibi çoklu iletişim kanalları ve yöntemlerini mesaj iletiminde kullanmaya başlamasının yanı sıra hükümet destekli ve kamu-özel kurumların işbirlikleriyle yürütülen ulus markalama kampanyalarının önemli ölçüde artış gösterdiği belirtilmektedir.”(Zaharna 2010:90) Markalama, “marka kimliği yaratmak amacıyla bir dizi pazarlama ve satış faaliyeti olarak tanımlandığı gibi, bir tatmin yaşam döngüsü boyunca, müşterinin satın alma ve kullanma deneyimleri için ürün ve hizmetlerin sistematik biçimde tasarlanması, öykülenmesi, medya ile ilişkilerin kurulması ve teknolojinin uygulanması olarak ifade edilmektedir.”(Moon vd. 2003:58) Ülke markalaması ise, marka oluşturma ve pazarlama iletişimi tekniklerinin ulusların imajlarının artırılması için kullanılması ile ilgilidir.

Kavram ilk olarak 1996 yılında Simon Anholt tarafından “*nation branding (ulus markalaması)*” adıyla kullanırken, yer markalaması ve yer pazarlaması kavramlarının kullanımı ise özel bir alan olarak 1990’ların başında ortaya çıkmıştır.(Szondi 2008:5) Szondi’ye göre, “pazarlama ve marka olgularının partilerin, politikacıların ve politik fikirlerin desteklenmesi ve farkındalık oluşturma amacıyla uzun süredir kullanıldığı belirtilirken, bu konseptlerin ve stratejilerin uluslararası politik iletişim için kullanılmasının yakın zamanlara rastladığı ifade edilmektedir. 1990 ve 2000’li yıllarda birçok ülke de yerel hükümet ve kamu sektörü iletişiminin pazarlama ve markalama kavramlarından etkilemesiyle bu yaklaşım ülkelerin uluslararası hükümet iletişiminde de etkisini göstermeye başlamıştır.”(Szondi 2009:300)

İmaj kavramına benzer şekilde soyut bir değer yaratımı olarak görülen “ülke markası, marka oluşturma ve pazarlama iletişimi tekniklerinin ulusların imajlarının artırılması için kullanılması anlamına gelmektedir. Ülke markası, yer markalaması ile benzerlikler göstermekle birlikte en üst düzey amaç olarak görülmektedir.”(Szondi 2008:5) Ulus markalama, “bir hükümet ya da özel kuruluşun ulusun imajını değiştirme yeteneği için kullandığı etkileme gücü, davranışı, tutumu, kimliği ya da bir ulusun imajını olumlu yönde değiştirmek için kullandığı marka yaratma araçlarına verilen isimdir. Ülke markası ve kamu diplomasisi klasik diplomasinin sorunlarla uğraşan yapısına nazaran değerlere ve kültüre odaklanarak kişisel ve kurumlar için yabancı kamularla ilişki ve diyalog sağlamada anahtar roller oynamaktadır.”(van Ham 2007:136)

Bu özelliği nedeniyle ülke markalaması ya da ülke markası denildiğinde kamu diplomasisinin ve ince gücün önemli bir parçası anlaşılmaktadır.

Günümüzde şirketler ve ülkeler “birbirine benzer özellikler sergilemekte, ülkeler yatırım, ticaret ve turizm alanlarında rekabet etmek için ulusal markalar geliştirirken, global şirketler ulus inşa etme tekniklerini iç kültürel bağımlılıklar yaratma konularında kullanılmaktadırlar. Markalama kampanyalarının amacı alıcıların zihninde farklılaşmak ve yer edinmek olarak belirtilmiştir.”(Szondi 2009:300)

Szondi'nin belirttiğine göre “ulusların imaj oluşturma çabaları ve imaj yönetimleri tarihi oldukça eski dönemlere dayanmaktadır. Ulus marka yaratımının imajların geliştirilmesi olarak düşünüldüğünde bunun izini sürmenin zorlaşacağı belirtilmiştir.”(Szondi 2008:3) Ülke markalama ve kamu diplomasisi arasındaki benzerlikler “imaj, sembol üretimi, ilişki inşa etme ve kitle iletişimini yoğun kullanımı olarak belirtilmektedir.”(Erzen 2012:112) Aslında kavramların ilişkili olmalarına karşın aralarındaki temel fark, kamu diplomasisinin ülke markalamaya göre daha geniş bir kavram olmasıdır.

Bir ülkenin markalaşması üç alan ile gerçekleşmektedir. Bunlar *marka ihracı*, *dış ülkelere direk yatırım ve turizm* olarak sıralanmaktadır.(Erzen 2012:112) Potter ise kamu diplomasisini, hükümet tarafından ulusal markanın ve kimliğin yönetilmesi olarak ifade etmiştir.(Potter 2009:6) Szondi de, ulus markalamanın daha çok pazarlama ile iç içe geçerken, kamu diplomasisinin ise uluslararası ilişkiler ve uluslararası iletişimin içine dahil edildiğini belirtmiştir.(Szondi 2008:302)

Hem kamu diplomasisi hem de ülke markalaması için temel öge, “yabancı hedef kitlelere, ‘konulara’ odaklanan klasik diplomasi yerine ‘değerlere’ odaklanan, bireysel ve kurumsal ilişkilerin ve diyalogun inşa edilme sürecidir.”(Bolin vd. 2002:82) Kamu diplomasisinden *ülkelerin marka iletişimleri* olarak da söz edilmiştir.(Mengü vd. 2012:72) Ancak, “ister kamu diplomasisi ülke markalamanın parçası olsun isterse ülke markalama kamu diplomasisinin parçası olsun pratikteki uygulama bilgilerin stratejik olarak tasarlanması ve dağıtılmasına dayanmaktadır.”(Zaharna 2010:90)

Szondi, Orta ve Doğu Avrupa ülkelerinin kamu diplomasisini incelediği araştırmasında ulusal itibar yönetiminin alt başlıklarını birbiriyle ilişkili ve destek verecek şekilde *yer markalaması*, *ülke (ulus) markalaması*, *kültürel diplomasi*, *algı yönetimi* olarak sıralamıştır. Ülkelerin itibar yönetiminin parçaları olan bu alanlar “turizm (yer markası), ekonomi politikaları (ülke –ulus markalaması), kültürel miras,

dil, sanat, film, vb. (kültürel ilişkiler-kültürel diplomasi), dış politika ve dış ilişkiler (kamu diplomasisi), ülkenin iç ve dış etik politikaları, davranışları, imajları (algı yönetimi) olarak sıralanmıştır. Ülke-ulus markalama, kültürel diplomasi ve kamu diplomasisi ile ilişkili kavramlar olarak gösterilmiş ve hepsinin toplamının ülkelerin itibarının toplamını oluşturduğu vurgulanmıştır.”(Szondi 2009:297)

Uluslararası şirketlerin günümüz kamu diplomasisinin önemli aktörleri arasında olduğu belirtilmektedir. Aynı şekilde bu şirketlerin “ürünleri ve hizmetleri ait ülkelerin imajını olumlu etkilerken, ülkelerin uluslararası markasıyla da irtibatlı hale gelmektedir. Öyle ki, zaman zaman ülkelere duyulan negatif duygular ilk olarak o ülkeye ait markaların ürünlerinin boykot edilmesiyle gösterilmektedir. Szondi’ye göre ülke ile ilgili imaj yaratılması ve geliştirilmesi kamu diplomasisinin üst düzey, elle tutulamayan hedeflerinden kabul edilmektedir.”(Erzen 2012:113) Marka ve itibar arasındaki ilişki Holmes’e göre, “marka tüm iletişimin toplamı olarak görülürken, itibar ise itibar ve artı davranışın bir sonucu olarak gerçek anlamda tüm düşündüğünüz ve hissettiğimizdir. Marka’nın inşa edilen, itibarın ise kazanılan bir şey olduğu belirtilirken, marka bir söz, itibar ise o sözü taşımanın sonucu olarak görülmektedir.”(Harris 2009:70) Ulus markalama “stratejik iletişim, pazarlama, üniversitelerin tanıtımı, genel anlamda ise turizm ve ticaret vb. faaliyetleri kapsayan alanlarla anılarak, kamu diplomasisinin tek yönlü bilgilendirme yöntemleri olarak değerlendirilmektedir.”(Fisher 2009:214)

Küresel sistemde marka ve markalama kavramının en önemli yanı, marka kavramının ürün ya da hizmet ile tüketici arasındaki ilişkinin ana unsurlarından biri haline gelmiş olmasıdır. Tüketiciler kullandıkları ürünle ya da aldıkları hizmetle aralarında bir değer ilişkisi geliştirmektedirler. Bu şekilde ürün ya da hizmetin kalplerinde ve akıllarında yer etmelerini önemsemektedirler. Michael Moon ve Doug Millison’nun 2000’li yılların başında yazdıkları *Ateşten Markalar-İnternet Çağında Marka Sadakati Yaratmanın Yolları* adlı yapıtta, “markanın geleneksel tanımlarında yer alan imaj, tatmin, vaat, yaşam biçimi, ekonomik varlığın ön plana çıktığı ancak alıcı-satıcı ilişkisinin gözden kaçırıldığı ifade edilerek, günümüzde ‘Ateşten Markalar’ yaratmanın yolunun bu ilişkiye odaklanmaktan geçtiği vurgulanmıştır.”(Moon vd. 2003:30-45)



### 3.2.2.8. Sosyal Sorumluluk

Sosyal sorumluluk anlayışı endüstriyel gelişme ile birlikte ortaya çıkmış olan bir anlayıştır. Sanayileşmenin yol açtığı çevre, kamu sağlığı, işçilerin refahı gibi sorunlar toplumu daha sorumlu olmaya zorlamıştır. Hem toplumsal bilincin bu konularda gittikçe daha yükseliyor olması hem de işletmelerin de aynı konulara karşı duyarlılıklarını artırmış olması günümüzde sosyal sorumluluk olgusunu kamu hizmeti anlayışının bir parçası konumuna çıkarmıştır. Bu olaylardan hareketle günümüzde şirketler zaman zaman yasal zorunluluklar, zaman zaman da toplumla iyi ilişkiler kurup onlar kamuda daha iyi bir itibara sahip olmak için sosyal sorumluluk faaliyetleri yürütmektedirler. Bu faaliyet alanının gittikçe daha gelişeceği düşünülmektedir.

Edward Bernays, *Halkla İlişkiler* adlı yapıtında, “halkla ilişkilerin sadece mesleki, ahlaki ve sosyal sorumluluk temeline dayanarak etkin bir biçimde sürdürülebileceğini belirtmiştir. Grunig, kurumsal sorumluluk ve kusursuz halkla ilişkilerin, örgütlerin çıkarları ile toplumun ve kamunun çıkarlarını, yararını dengelediğini belirtmiştir.”(L’Etang 2002:159) Sosyal sorumluluk kamu yararının, kamu hizmeti anlayışının bir sonucu olarak düşünülmektedir.

Drucker, sosyal sorumluluğu “kurumların, hareketlerinde topluma karşı sorumluluklarının bilincinde olmaları olarak belirtmektedir.”(Theaker 2008:127) Buna göre, “sorumluluk insanların ve örgütlerin kendi davranışlarının başkaları üzerindeki sonuçlarıyla ilgilenmesi ve kötü sonuçları ortadan kaldırmaya çalışmasıdır.”(Grunig 1992:57) Sosyal sorumluluk kuramının günümüz toplumları için önemini belirten Milton Friedman, “örgütlerin içinde faaliyet gösterdikleri toplumun ve dünyanın bir parçası olmaları nedeniyle, topluma ve insanlığa karşı sorumluluklar taşıdıklarını belirtmiştir. Bu kapsamda temel olarak örgütlerin hukuki yükümlülükleri yerine getirme, vergilerini ödeme, beraber iş yaptığı paydaşlara adil davranma gibi sorumlulukları olduğu vurgulanmıştır. Örgütlerin ikinci seviyedeki sorumlulukları ise çevreye verebilecekleri olası tahribatlar göz önüne alınarak çevrenin korunması, kirliliğin önlenmesi, ürünlerin zararlı amaçlarla kullanımının kontrol altına alınması şeklinde ifade edilmiştir. Üçüncü aşamada ise örgütlerin sağlıklı ve mutlu bir toplum yaratmaya dönük tüm sorumlulukları yerine getirmeleri ve toplumsal sorunlarla mücadeleye gönüllü katkıda bulunmaları gerektiği üzerinde durulmuştur.”(Oktay 2002:70)

Çoğulcu toplumlarda “örgütlerin, kurumların güçlerini korumaları da toplumsal sorumlulukları yerine getirmelerinin önemini artırmıştır. Esas olarak Grunig’in

tanımlamasıyla simetrik bir dünya görüşüne sahip örgüt kültürlerinin yansımasıyla ortaya çıkan sosyal sorumluluk boyutu kurumlar ile kamuların karşılıklı bağımlılıkları üzerinde yer almaktadır. Buna göre kurumlar, örgütler kendilerini ortamlarından tecrit edemezler, her ne kadar birbirini ayıran sınırlara sahip olsalar dahi ortamdaki kamular, örgütler ve diğer örgütler ona ve birbirlerine nüfuz ederler. Asimetrik dünya görüşü, halkla ilişkiler uzmanlarını etik dışı, sosyal sorumluluğu gözetmeyen ve etkisiz davranmaya yöneltirken simetrik dünya görüşü karşılıklı yararı gözetken, sosyal sorumluk ve etik uygulamaları temel almaktadır.”(Grunig 1992:40)

Kurumların saygınlıklarını, ekonomik ve sosyal sorumlulukları birlikte dikkate almayı gerektiren stratejileri oluşturmaktadır. Fombrun’a göre, “saygın kurumlar sadece işlerini iyi yapmakla yetinmezler aynı zamanda iyi işler yapmak için de çaba sarfederler, iyi birer kurumsal vatandaş gibi davranırlar. İlkeleri doğrultusunda hareket ederek paydaşların, toplumun menfaatini gözeterek toplumsal gelişime katkıda bulunurlar.”(Theaker 2008:122) Kurumsal sosyal sorumluluk (KSS), “kurumların toplum içinde kabul görececek şekilde davranmaları şeklinde değerlendirilirken, günümüzde tüketiciler kurumların itibarları, kurumun ve markasının toplum üzerindeki etkisiyle ilgilenmekte ve bu etkiye göre duruş ve tavır sergilemektedirler.”(Freitag vd. 2009:287)

Şirketlerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini “bu kavramlara ve öğretilere dayandırarak, buna göre faaliyetler yaparak toplumun bütününe karşı ödev ve sorumluluklarını yerine getirdiği öne sürülürken, çoğu şirket bu faaliyetlerin şirketlerin gelişimine büyük katkı yaptığına inanmaktadır.”(Theaker 2008:184) Şirketler, toplumsal sistemlerin bir parçasıdır ve sistemin genelindeki gelişme şirketleri de etkileyeceğinden “günümüzde şirketler kurumsal vatandaşlık kavramı adı altında, içinde yaşadıkları toplumun, kamuların sorunlarına duyarsız kal(a)mamakta ve sorunların çözümüne yönelik çalışmalar yürütmektedirler. Kurumsal sosyal sorumluluk, şirketlerin toplumla ilişkilerinde proaktif bir tutum takınma ve sadece ahlak kurallarına riayet etmekten daha fazlasını gerçekleştirme istekleriyle ortaya çıkmıştır. Bu nedenle sosyal sorumluluk ifadesi şirketlerin sadece kendi menfaatlerini değil, içinde buldukları toplumun çıkarlarına hizmet etme çabasını da göstermektedir.”(Theaker 2008:105)

Kadıbeşegil’e göre, kurumsal sosyal sorumluluk kavramındaki “*sosyal*” sözcüğünün üzerine bir çarpı koymak gerekmektedir. Sorumluluğu bir bütün olarak ele almak gerekmektedir. Aksi halde içi boş kampanyaların ortaya çıkacağını vurgulamaktadır. Çoğu zaman kurumsal sosyal sorumluluğun iş yaşamının kenar süsü

olarak görüldüğünü ve yapılsa da olur yapılmasa da olur yaklaşımının benimsendiğini, ancak sorumluluk konusunun bir samimiyet konusu olduğunu sadece parayla yapılabilecek birşey olduğu anlayışından kurtulmak gerektiğini ifade etmektedir. Sorumluluğun sosyali olmayacağını ancak kurumsal sorumluluktan bahsedilebileceğini belirtmektedir. Günümüzde kurumlar sadece kendilerini ilgilendiren sosyal konularda değil hayatın her alanında; insan hakları, kadın hakları, çocuk hakları ve çevre haklarına saygılı olmak durumunda oldukları vurgulanmaktadır.”(Kadıbeşegil 2011:84)

Küresel yapıda yaygın biçimiyle sosyal sorumluluğun uygulandığı alanlar “kültür, sanat ve eğitim alanındaki destekler, sağlık ve eğitim alanındaki yatırımlar, çevre kirliliğine önlemeye dönük faaliyetler, toplumsal yarar sağlayacak projeler, tüketicileri korumaya dönük tedbirler, çalışanlara yönelik adil uygulamalar vb. olarak sıralanmaktadır.”(Oktay 2002:72)

Kurumların sosyal sorumluluk ve etik uygulamaları “birer tercih olmaktan çıkıp birer zorunluluk haline dönüşmektedir. Sözgelimi, kurumsal sosyal sorumluluğun en çok geliştiği ve bir zorunluluk haline geldiği Avrupa ülkelerinden Fransa’da hükümet şirketlerden sosyal sorumluluk ve etik performanslarını raporlamalarını isterken, İngiliz hükümeti, şirketlerin çevre ve sosyal konulardaki yasal zorunluluklarını listeleyerek raporlaştırmaktadır. Yine aktivistler ve STK’lar kurumsal sosyal sorumluluk konusundaki farkındalığın artmasını sağlamakta, ayrıca şirketlerin kurumsal sosyal sorumluluk performansları tüketiciler, düzenleyiciler, yatırımcılar ve sigorta sağlayan kurumlar tarafından da izlenmektedir.”(Freitag vb. 2009:287)

Bu bağlamda, birçok çokuluslu şirket “buldukları bölgede hem kendi sorumluluklarını yerine getirmekte hem de ait oldukları ülkenin kamu diplomasisi faaliyetlerinin bir parçasını teşkil etmektedirler. Kamu diplomasisi, hükümetten yabancı kamulara iletişimi ve kamulardan kamulara olan iletişimi kapsarken diğer ülkelerin kamularıyla ilişki kurma, diğer ülkelerin, kültürlerin, insanların anlaşılması; kendi görüşlerimizin iletilmesi, yanlış anlaşılmaların düzeltilmesi, ortak noktaların bulunması ile ilgilidir.”(Leonard vd. 2000:8) Bu nedenle, kamu diplomasisi sert gücün (şiddet ve zor) aksine ikna ve diyaloga önem verme sorumluluğu taşımaktadır.

21. Yüzyılda “hükümetlerin kontrolü dışında oluşan çok sayıda gelişme ve hükümetleri temsil etmeyen örgütlerin uluslararası ilişkileri etkilemesi sonucu kişisel temaslardan turizm ve sportif faaliyetlere, ülke içindeki baskı gruplarından uluslararası düzeyde faaliyet gösteren baskı gruplarına ve çokuluslu şirketlere kadar pek çok

faktörün, uluslararası politika kararlarının alınmasını etkilediği belirtilmektedir.”(Arı 1999:14)

Dolayısıyla, ülkelerin kamu diplomasisi faaliyetleri konusunda izlenen politikalarda ve uygulamalarda diğer ülkelerin ve halkların zarar görmemesi temel sorumlulukları arasında gösterilmektedir. Kamu diplomasisi ülkeler arası karşılıklı fayda eksenini üzerinden hareket etmektedir. Kamuoyu bilincini yükselterek doğru tercihlerde bulunulmasına yönelik faaliyet skalaları geliştirmektedir. Kalite üzerinden yöneylem haritası oluşturulduğundan yabancı kamuların yararına olmayacak bir eylem planı asla söz konusu edilmemektedir.

Uluslararası politika literatüründe bu yardımlar ya da desteklemeler “askeri yardımlar, teknik yardımlar, hibe şeklindeki yardımlar, kalkınma kredileri ve insani yardımlar şeklindeki ayrıma tabi tutulmuştur. Morgenthau’ya göre verilmiş amaçlarına göre bu yardımlar insancıl amaçlarla yapılan yardımlar, varlığını sürdürmek için yapılan yardımlar, askeri nitelikli yardımlar, rüşvet niteliğindeki yardımlar, prestij amaçlı yardımlar, ekonomik amaçlı yardımlar olarak sıralanmaktadır.”(Arı 1999:317) Bunlar arasında insancıl nitelikli yardımlar, hibe şeklindeki yardımlar, kalkınma kredileri ve prestij amaçlı yardımlar kamu diplomasisi politikalarını destekler nitelikte uygulamalardır. Dış yardımlarda en önemli amaç ulusal prestiji ve gücü artırmaya, toplumlar arasındaki ilişkileri güçlendirmeye yöneliktir, bu da aynı zamanda diplomatik ve siyasi bir kazanç anlamına gelmektedir.

Bu bağlamda da bir ülkenin sosyal sorumluluğu denildiğinde “hem o ülkenin hükümet kurumlarının yaptığı insani ve prestij amaçlı yardımlar ve faaliyetler anlaşılmakta hem de o ülkenin şirketlerinin, girişimcilerinin STK’larının ve diğer örgütlerinin yaptığı faaliyetler nitelendirilmektedir. Bunun yanında siyaset ve siyasal aktörlerin sosyal sorumluluğu ve ahlaki sorumlulukları söz konusu olduğunda gerek ulusal gerekse uluslararası alanda demokratik değerlere ve kurumlara saygı, halklara karşı tutumları ve dürüstlük anlayışları, halkın kendilerini ve icraatlerini denetlemeye olanak verecek bilgileri açık ve dürüst biçimde sağlamaları, tüm politikaları ve eylemleri meşru zeminde yürütürken bunlar hakkında kamuya doğru bilgiler vermeleri anlaşılmaktadır.”(Oktay 2002:72)

Bugün ülkelerin gerek iç gerekse dış politika konularında izledikleri siyasal, sosyal ve kültürel tutumlar uluslararası kamuoyu ve örgütler tarafından izlenmektedir. Sözelimi, ülkeleri insan halkları konularında izlemekte olan *İnsan Halkları İzleme*

*Örgütü* (Human Right Watch) ülkelerin sosyal sorumluluk politikalarını raporlaştırarak dünya kamuoyu ile paylaşmaktadır. Dolayısıyla, tüm dünyaya duyurulmakta olan bu raporlar ilgili ülkenin uluslararası itibarını olumlu ya da olumsuz etkileme gücüne sahiptir. Bu nedenle gelişmiş ülkeler için bu rapordaki sıralamada nerede yer alacakları büyük önem taşımaktadır. Türkiye'nin de bu sıralamadaki konumunu yükseltebilecek istikrarlı ekonomi-politik gelişmeye, sosyo-kültürel genişlemeye gereksimi büyüktür. Devlet yönetiminin bu rasyonaliteyi yürütecek şekilde istikrarlı icra edilmesi gerekmektedir. Türkiye'nin bu alandaki istikrarını engelleyecek jeopolitik konumunu daha realpolitikalar üzerinden yürütmesi büyük önem taşımaktadır.

### **3.3. Türkiye'nin İmajı Açısından Kamu Diplomasisinin Gelişim Paradigması**

Türkiye'nin dış politika anlayışının kökleri," tarihsel olarak Osmanlı Dönemine ve elbette ki Cumhuriyet'in kuruluş yıllarına kadar uzanmaktadır. Türk dış politikasını anlayabilmek ve açıklayabilmek için bu tarihi deneyimi ve günümüze etkilerini birlikte ele alarak incelemek devlette süreklilik anlayışının esasını oluşturmaktadır."(Gözen 2012:117)

Öyle ki, "Türk kamu diplomasisinin en önemli avantajı; geçmişte Türk kökenlilerin kurduğu devletlerin Asya'dan Avrupa'ya uzanan geniş bir coğrafyada yer almaları, çok sayıda akraba devlete ve farklı devletlerin çatısı altında yaşayan akraba topluluklara sahip olması, buralardaki tarihi ve kültürel eserlerin unutulmaz izler ve anılar bırakmasıdır."(Devran 2012:143)

Osmanlı Devleti, "tarihin en büyük imparatorluklarından biri olarak 600 yıl varlığını sürdürmüş, bugün bağımsız olmuş 35 civarında devleti hakimiyeti altında yönetmiştir. Dolayısıyla Osmanlı diplomatik tarihi aynı zamanda bu ülkelerin de tarihi sayılmaktadır."(Yurdusev 2010:47) Bugün Türkiye'ye yönelik tutumlarında bütün bu devletlerde ve halklarda olumlu ya da olumsuz Osmanlı algısının bulunduğu görülmektedir. Bu coğrafyalarda, sosyal ve siyasal iklimlerinde Osmanlı izleri hala kendisini hissettirmeye devam etmektedir. Bu çerçevede günümüz Türkiye'sinin de kendi bölgesindeki mevcut ve potansiyel kamu diplomasisi kaynağının önemli ölçüde bu dönemin sermayesine dayanmakta olduğu söylenebilir. Bununla birlikte Türkiye ile ilgili söz konusu olmakta olan önyargıların birçoğunun da bu döneme dayanan olaylar ve bilgilerden kaynaklandığı belirtilebilir. "Osmanlı Devleti'ni de içine alacak şekilde Türkler

ana vatanları olan Orta Asya'dan Avrupa ortalarına kadar yayılış dönemlerinde, bu coğrafyalarda yaşayan toplumlarla ilişkilerini fetih hareketleri, ticaret, seyyahlık, dini nedenler başta olmak üzere idari, ekonomik, kültürel ve sosyal ilişkiler yoluyla geliştirmişlerdir. Örneğin Bilge Kağan ve Atilla örneğinde olduğu gibi savaştıkları ülkenin krallarının kızlarıyla evlenerek o ülkeyle akrabalık kurmaya ve halkların desteğini almaya çalışmışlardır.”(Devran 2012:128)

Dolayısıyla Türkler, Selçuklular ve Osmanlılar dönemlerinde başlayan yayılma siyasetiyle tarihsel olarak “Asya, Orta-Doğu, Kuzey Afrika ve Avrupa coğrafyasında yaşayan toplumlarla ortak bir tarihe, akrabalığa, kültüre, değerlere vb. özelliklere sahip bulunmaktadır. Osmanlı Devleti, gücünü üstün askeri varlığına dayandırdığından başka devletlerle bürokratik ilişkileri de uzunca bir zaman askeri gücü tarafından biçimlendirilmiştir. Osmanlı Devleti, kuruluş ve yükseliş dönemlerinde savaşın da bir diplomatik yöntem olarak görüldüğü, yine savaşın diplomasinin bir uzantısı olarak kabul edildiği ‘ad hoc’ diplomasiyi kullanmıştır.”(Kodaman vd. 2010:82)

Tuncer’e göre, “15. ve 16. yüzyılda Avrupa devletlerinin büyük çoğunluğu sürekli diplomasi uygulamasına geçerken Osmanlı Devleti Ad hoc diplomasi yöntemini 18. yüzyıla kadar uygulamaya devam etmiştir.”(Tuncer 2005:44) Bunun nedenlerinden biri “‘*Dar-ül harb*’ olarak nitelendirdiği ve kendisinden güçsüz gördüğü Avrupa ülkeleri nezdinde temsil edilmeyi uzun süre küçüklük ve zayıflık sayması”(Yinanç 2008:23), diğeri ise “Avrupa’dan çok Asya ile ticaret yapılmasından dolayı diplomatik olarak sürekli temsilci bulundurmanın ticari bir denetinin oluşmaması nedeniyle böyle bir ilişkinin gereksiz görülmesi olmuştur.”(Gönlübol 2000:114)

18. Yüzyılın başlarına kadar “sınır ihtilaflarının çözümü, tahta çıkış, fetihlerin duyurulması, tabiiyeti kabul eden prens ve beylerin atanmasına dair ferman tebliği, barış ve antlaşmaların dikte ettirilmesi gibi güce ve üstünlüğe dayalı tek taraflı bir diplomasi yöntemi uygulanmıştır.”(Yinanç 2008:23)

İstanbul’da ilk daimi elçilik Fatih Sultan Mehmet döneminde Venedikliler tarafından açılmıştır. Elçiliğin temel amacı, “İstanbul’da oturan Venedik toplumunun hukuki işlerini yürütmek olmuştur. İkinci açılan elçilik ise Kanuni Sultan Süleyman döneminde Fransız elçiliği olmuştur. Fransa’ya verilen ticari imtiyazlar, yürütülen ticari ilişkiler de bu elçilikler aracılığıyla yürütülmeye başlanmıştır. Benzer ticari amaçlarla açılan üçüncü elçilik 1583’te İngiliz konsolosluğu olmuştur. Bunları Hollanda elçiliği (1612), Rusya elçiliği (1700) izlemiştir. İmparatorluğun çeşitli ticari merkezlerinde

açılan bu elçilikler zamanla Osmanlı Gaayrimüslim tebayla yakın ilişkiler kurmuş, hatta devletin zayıflama döneminde bunların koruyucusu gibi davranmışlardır. Osmanlı Devleti gücünü, toprak bütünlüğünü ve egemenliğini sürdürdüğü sürece tek yanlı diplomasiyi gücünün ve üstünlüğünün bir göstergesi olarak kullanmıştır.”(Tuncer 2005:44)

18. Yüzyılla birlikte “zayıflayan devlet gücü diplomasinin bir gereklilik olarak ortaya çıktığının farkına varmaya başlamıştır. Toprak sisteminin değişmesi ve merkezileşmesi gibi unsurlarla başlayan duraklama dönemi devleti güçten düşürürken, Avrupa’dan gelen tehditlerin artmasıyla dış devletler ile resmi diplomasi ilişkilerinin geliştirilmesi”(Kodaman vd. 2010:82) ve “sürekli diplomasi uygulamasına geçiş bir zorunluluk olarak ortaya çıkmıştır. İlk olarak Nevşehirli Damat İbrahim Paşa'nın Sadrazamlığı sırasında (1718-1730) Avrupa'daki gelişmeleri izlemek amacıyla 28. Mehmet Çelebi elçi olarak Fransa'ya gönderilmiştir. Yine aynı dönemde Viyana'ya şehbender (konsolos) yollanmıştır.”(Tuncer 1997:47) Bu şekilde diplomasinin, devletin güvenliğinin sağlanması için alınan önlemlerden biri olarak algılanmaya başlandığı görülmektedir.

Bu yüzyılın sonlarına kadar yabancı devletler İstanbul'da temsilcilikler buldukları halde, Osmanlı Devleti'nde ilk kez 1793 yılında III. Selim döneminde Yusuf Agah Efendi İngiltere'ye diplomat olarak gönderilmiştir. Osmanlı diplomatları gittikleri ülkelerde gözlemlerini ve edindikleri izlenimleri ‘*Sefaretname*’ ismini verdikleri raporlarda tutmuşlardır.”(Tuncer 1997:30)

I. Dünya Savaşı'na giden süreçte ise “Osmanlı Devleti'nin dış ilişkilerindeki ana amaç, devletler ve bölgesel güçlerle ittifaklar kurarak idari ve sosyal birimlerde ıslahatlar yaparak devletin ayakta kalmasını sağlamaya çalışmak olmuştur.”(Tokay 2004:5) Kuruluş ve yükseliş dönemi diplomasi faaliyetlerini yürüten “elçilerin seçimlerinde elçilerin ün, onur sahibi, yabancı dil bilen kişilerden olmalarına büyük özen gösterilirken, devletin zayıflamasıyla elçilerin siyasal deneyimlerinin eksikliği ve yabancı dil bilmemeleri buldukları ülkelerde kurdukları ilişkilerde Rum ve Ermeni rehberlere bağımlılığa yol açmış, bu da Osmanlı son dönem diplomasi kurumunun başarısını olumsuz etkilemiştir.”(Tuncer 2005:56)

Bu dönemde devleti ayakta tutmaya yönelik geliştirilen “resmi dış politika tavrı ve diplomasi faaliyetleri kısmen ve kısa vadede devlete zaman kazandırmışsa da zoraki bir ittifakın parçası olunmasına ve I. Dünya Savaşı'yla beraber yıkılmasına engel olamamıştır. Avrupa'da yaşanan ekonomik, teknolojik, askeri, kültürel gelişmelerin

yıkıcı etkisi karşısında Tanzimat, Islahat, Meşrutiyet ve diğer ıslahat çabalarıyla ayakta kalmaya çalışan Devlette, içten ve dıştan yükselen tepkiler, müdahaleler bu çabaların gerçekleşmesini engellerken dış politikada bir ahengin ve başarının sağlanmasını engellemiştir. Cumhuriyet dönemiyle birlikte dış politikanın unsurlarını belirleyen modern ulusal anlayış olmuştur. Buna göre Türk dış politikasının temel hedefi Türk Milleti ve devletin refahı, mutluluğu ve varlığının devamı ve Türkiye'nin kendi gücüne dayanarak temin edilmesi olarak ifade edilmiştir.”(Yinanç 2008:31)

### **3.3.1. Türk Kamu Diplomasisini Çerçevlendiren Temel Unsurlar**

Türk dış politikasının geleneksel olarak “ülke güvenliğinin sağlanması, ulusal çıkarların korunması, kalkınma ve refah için dış kaynakların temini, dost ve müttefiklerin edinilmesi, bütün ülkelerle iyi ilişkiler gerçekleştirme, uluslararası barış, istikrar, güvenlik ve refaha katkıda bulunma gibi amaçlar etrafında oluşturulmaya çalışıldığı belirtilmiştir. Cumhuriyetin kurulmasıyla birlikte hem yeni kurulan devletin temsili hem de yabancı ülkelerle ilişkileri kurmak için TBMM hükümetinin ilk temsilcilikleri Bakü, Roma, Tiflis ve Moskova’da açılmıştır. Ankara’da ise TBMM nezdinde ilk diplomatik temsilcilikler 1920’li yıllardan itibaren açılmaya başlamış, Sovyetler Birliği başta olmak üzere Gürcistan, Afganistan, Azerbeycan, Bulgaristan ve Fransa temsilcileri atanmıştır.”(İskit 2007:354)

Siyasal alandaki devamlılığa bakıldığında “birçok konunun Cumhuriyet dönemine intikal ettiği görülecektir. Musul, Sancak ve Kıbrıs sorunları Türkiye’ye devredilen politik konulardan başlıcalarıdır. Politika oluşturmada ya da politika belirleme tutumlarında da benzerlikler görülmüştür. Bunun sonucu olarak Türk diplomasisi çok taraflı mekanizmalara, uluslararası hakemlik kurumlarına, konferanslara hep güvensiz yaklaşmış sorunları ikili görüşmeler yoluyla çözmeye çalışmış ve ilişkileri bu şekilde sürdürmeyi istemiştir. Osmanlı Devleti’nde de durum aynıdır; bunda devletin genellikle çok taraflı mekanizmalarda toprak kaybetmesinin etkisi büyüktür.”(Yurdusev 2010:53)

Türkiye'nin başta NATO olmak üzere Batı kurumları içinde yer alması dış siyasasının bel kemiğini oluşturmuş, bunun kaynağında da Atatürk'ün Batılılaşma siyaseti yattığı ifade edilmiştir. Bu siyaset yukarıdaki görüşleri destekler şekilde “Türk toplumunu Batı medeniyeti seviyesine getirmek, Osmanlı imparatorluğunu yıkan ve



kolonyal benzerlik bulunan güçlerle beraber olma gerçeği ve Batı güç kaynakları tekeli Yunanistan'a bırakmama olarak üç unsura dayandırılmıştır.”(Yavaşgel 2012:7)

Cumhuriyetle birlikte Türk dış politikasına yön veren ‘*Yurtta sulh dünyada sulh*’ söylemi olmuştur. Bu şekilde Türkiye Cumhuriyeti’nin dış politikanın esas amacının içte ve dışta barışçıl bir politika sürdürmek olduğu vurgulanmıştır.

1930’lu ve 1950’li yıllar arasında yaygınlaşan “uluslararası işbirliği ve örgütlenme çabalarına uygun olarak Türk dış işlerinin temel amaçları arasında ikili ilişkilerin yürütülmesi, çok taraflı ekonomik ve siyasi ilişkilerin geliştirilmesi de yer almıştır.”(Erzen 2012:44) Bu dönem aynı zamanda Türkiye’nin içte yeniden yapılanma ve reform dönemidir. Aynı zamanda da, uluslararası sistemde varlığını kabul ettirme dönemi olarak nitelendirilmiştir.

Türkiyesi’nin ilk ulusal ajansı 6 Nisan 1920’de Mustafa Kemal Atatürk tarafından Anadolu Ajansı adıyla kurulmuştur. Ajansın resmi niteliği 1925 yılında değiştirilmiş, anonim şirket haline getirilmiştir. Bu ajansın ABD tarafından I. Dünya Savaşı sürecinde kurulan Kamuoyu Bilgilendirme Komitesi (Committee on Public Information) ile benzer amaçlarla kurulduğu söylenebilir. Sadece kurulduğu dönemde değil daha sonraki dönemlerde de Türkiye’nin dünya ile iletişiminin ana araçlarından biri olan Ajans, diplomasi ve dış politika konularında uluslararası haber ajanslarının Türkiye haber kaynaklarının başında gelmiştir.”(Yavaşgel 2012:2)

Cumhuriyetin dış ülkelerle kurduğu diplomasinin iletişim ayaklarından en önemlisi olarak Anadolu Ajansı, 1920’li yıllar ve Cumhuriyet dönemiyle birlikte hem Kurtuluş Savaşının haklılığını hem de daha sonra yeni devletin dünya ile ilişkilerini ve diplomatik süreçlerini kolaylaştıran bir işlev yüklenmiştir.( <http://www.aa.com.tr/2012>)

Temel dış politika hedefi olarak belirlediği barış paradigması doğrultusunda Türkiye, kısmen II. Dünya Savaşı da dahil tarafsız bir politika izlemeye çalışmıştır. Ancak Türkiye 1923 yılından bu yana sürdürdüğü genel tarafsızlık politikasını 1950’li yıllara gelindiğinde Batı ittifakı lehine bozmuş ve NATO üyeliği (1951) ile batı ittifakının diğer örgütlenmelerine üyelikler hedeflenmiştir. Bu ilişkiler sadece İngiltere ve Fransa ile sınırlandırılmamış özellikle II. Dünya Savaşıyla yeni dünya gücü olarak ortaya çıkan ve İngiltere’den kalan mirası devralan ABD ile de ilişkiler geliştirilmeye çalışılmıştır.

Türkiye-ABD arasındaki ilk doğrudan ilişki Soğuk Savaşın tohumlarının atıldığı bir dönemde, ABD Başkanı Truman tarafından olası Sovyet yayılcılığını önlemek

amacıyla ve ‘Amerika’nın dış baskılara ve içerde ayaklanmalara karşı mücadele eden özgür halklara destek verilmesi’ ilkesiyle dillendirdiği ‘durdurma doktrini’ çerçevesinde Türkiye ve Yunanistan’a yapılan yardımlarla başlamıştır. Türkiye ile ABD arasında 1947 yılında imzalanan bu yardım anlaşması salt bir iktisadi anlaşma olmamış, aynı zamanda gelecekte ve bugünkü Türkiye ve ABD ilişkilerinin de başlangıcını oluşturmuştur.(Turan vd. 2004:155)

1950-1960’lı yıllar Türkiye’nin sosyal ve siyasi alanda çalkantılar yaşadığı bir dönem olmuştur. 1946 yılında çok partili siyasal sisteme geçiş, 1950 yılında demokrasi ve özgürlük söylemiyle seçimleri kazanan Demokrat Parti, Türkiye’nin liberal sistemle entegrasyonu için Batı-ABD ile ekonomik ve siyasal ilişkilerin gelişmesini hızlandırmıştır. Seçimlerde *gizli oy açık sayım* demokratik ilkesi uygulanarak çok partili siyasal kayatımızın başlangıcı sayılan bu süreçte Türkiye zaman zaman Sovyetler Birliği ile de iyi ilişkiler kurmaya çalışmışsa da 27 Mayıs 1960 yılında yaşanan darbe ile genel olarak dış ilişkiler kesintiye uğramıştır.

1960 sonrası neredeyse her on yılda bir yaşanan benzer gelişmeler hem iç kamuoyunda hem de dış kamuoyunda Türkiye’nin gelişmesinin önünü kesmiş, başlanan reform hareketine darbe indirmiş, dış ilişkilerini yavaşlatmıştır. Ayrıca, ne yazık ki Türkiye’nin son 40 yılına damgasını vuran terör sorununu da Türkiye’nin dış imajını olumsuz etkilemiştir. Sık sık yaşanan askeri müdahaleler ülkenin hem ekonomik, hem sosyal hem de siyasal gelişimini sekteye uğrattığı için genel olarak üçüncü dünya ülkesi olarak anılmasına yol açmıştır. Bu nedenle de, Türkiye dış basında ve kamuoyunda olumsuz bir imaja ve algıya sahip olmuştur.

Siyasi olarak bu gelişmeler olurken Türkiye Dışişleri Bakanlığı’nda, “dış siyasete destek sağlayıcı nitelikte tanıtma gereksiniminin ilk kez 1950’lerde kendini hissettirmeye başladığı görülmektedir. Yalnız, önceleri, devletten devlete iletişimin yalnız diplomasi kanalından, yani resmi yollardan gerçekleştirildiği, gerektiğinde kamuoyunu aydınlatıcı açıklamaların da yine dışişleri tarafından basına yapıldığı, dolayısıyla bu dönemde dış politikanın bir ‘tabu’ halinde uygulandığı anlaşılmaktadır.”(Yavaşgel 2012:25) Ancak artık şu da vardır, dünyadaki gelişmelerin, iletişim alanındaki olanakların artmasıyla ülkelerin birbirleriyle ilişki kurmaları ve kendilerini uluslararası alanda tanıtmaları bir tercihten çok bir zorunluluk olarak ortaya çıkmıştır.

1950'lerde Türkiye'nin çoğulcu demokrasiye geçmesiyle birlikte Dışişleri Bakanlığı'nın basınla ilişkileri de artmaya başlamış, artan bu ilişkinin düzenlenmesi zorunluluğunun ortaya çıkmasıyla, "1955 yılında bakanlıkta bir 'basın bürosu' kurulmuştur. Bu büronun şefi de, dışişlerinin sözcülüğünü yapmaya başlamıştır. 1958 yılında *Enformasyon Dairesi Genel Müdürlüğü* haline getirilen bu büronun başlıca görevleri bakanlık makamını Türk ve yabancı yazılardan ve olaylardan haberdar etmek, uluslararası olaylar hakkında Türkiye'nin görüşünü basın mensuplarına anlatmak, yanlış haberleri yalanlamak (tekzip etmek), yanlış düzeltecek doğru açıklamalar yapmak (tavzih etmek) ve Türkiye'nin dış siyasasının ana çizgilerini yabancı basın mensuplarına açıklamak olarak sıralanmıştır."(Yavaşgel 2012:3) Yine bu dönemde, "kültürel ilişkileri geliştirmek için Dışişleri bünyesinde Kültür İlişkileri Dairesi kurulmuş, ve bu birim siyasal ve kültürel tanıtımla görevlendirilmiştir."(Yavaşgel 2012:25)

Ülkelerarası ilişkiler iki taraflı ya da çok taraflı olarak yürütülmektedir. II. Dünya Savaşı'ndan sonra çok taraflı diplomasi sahası genişlerken, son yıllarda yine iki taraflı diplomasi ağırlık kazanmıştır. "Çok taraflı diplomasi genellikle kamuoyuna açıkken, iki taraflı diplomasi de denge unsuru ve sınırlar belli, çok taraflı diplomaside ise denge unsurları değişik ve geniş olarak ifade edilmektedir. Çok taraflı diplomasi sosyalist ülkelerin oluşturduğu Doğu Bloğu (artık dağılmıştır), demokratik ülkeler topluluğu olan Batı Grubu ve gelişme halinde bulunan ülkeler grubu olmak üzere üç gruba ayrılmıştır. Gelişme halinde bulunan ülkeler ekonomik anlamda 77'ler Grubu, siyasal anlamda Bağlantısızlar Grubu olarak ikiye ayrılırken Türkiye, başından beri Batı Grubu içinde yer almış ya da almaya çalışmıştır."(Yavaşgel 2012:7)

Yukarıda sıralanan özellikler aynı zamanda Türkiye'nin günümüzde de oluşturmak istediği algının özellikleridir. Türkiye'nin bu süreçte etkili bir iletişim sistemi oluşturamamasının nedenlerinden bir diğeri de pasif bir dış iletişim anlayışına sahip olması olarak belirtilebilir. İletişimin devletler için bir gereklilik olarak algılanması devletlerin başta komşuları olmak üzere, uluslararası sistemle etkileşime geçme ihtiyacı ve isteğiyle koşut olarak artmaktadır. 21. Yüzyıl Türkiye'si'nde her alanda dünyayla entegrasyonu sağlayacak işbirlikleri önemsenmektedir. Dolayısıyla bu amaçlara dayalı olarak, bu alanda kurumsallaşma çalışmaları, ülkelerin uluslararası iletişimleri anlamına gelen kamu diplomasisinin Türkiye'deki gelişimi hızlandırılmaya çalışılmaktadır. Yukarıda belirtilen demokratik siyasal geleneğin yerleşmesi sırasında yaşanan kopukluklar kamu diplomasisinde Türkiye'nin Batı devletlerinden daha geri planda kaldığı bir gerçektir,

ancak bu alanda son yıllarda oldukça büyük ve etkili adımlar atılmaktadır, bu gelişmeler her türlü mevcut sorunlarına rağmen Türkiye'nin dünya kamuoyuyla entegrasyonunda ivme sağlayacak nitelikler taşımaktadır.

Cumhuriyetin kuruluşundan 2000'lere kadarki süreçteki kamu diplomasisinin izlediği değişim değerlendirilirken, Türkiye'nin I. Dünya Savaşı sonrasında başlayan süreçte, Cumhuriyet değerlerinin yerleştirilmesi bağlamında kamu diplomasisinden çok resmi diplomasiyle hareket edildiği görülmektedir.

Kamu diplomasisi olgusu genel olarak “uluslararası ilişkiler evreninde gerçekleşirken ülkelerin dış politikalarının önemli bir parçası ya da paydaşı durumundadır. Dolayısıyla Türkiye'nin kamu diplomasisi çabalarının ve politikalarının incelenmesi ve değerlendirilmesi için Türk dış politikasının özellikleri ve seyri de önem kazanmaktadır. Bu nedenle, Türk kamu diplomasisi tarihsel gelişimleri incelenirken dış politika hedefleri, uluslararası arenada yaşanan siyasi sorun ve gelişmelerin de göz önüne alınması gerekmektedir.”(Erzen 2012:44)

Öyle ki, bir devletin dış politikasını oluşturan, bir başka deyişle yönlendiren etkenler de çok çeşitlidir. Bunlar, “değişmeyen ve değişen etkenler diye iki grupta incelenebilmektedir. Değişmeyen etkenlerin başında ‘vatan’ gelirken; bir diğer etkeni ‘komşular’ oluşturmaktadır. Seçme hakkı olmadığı için vazgeçilemeyen nitelikte olan komşularla ilişkiler son dönem Türk Dış Politikası'nın ana çıkış noktalarından birini oluşturmuştur. Komşularla ilişkiler Türkiye'nin Osmanlı Devletinden bu yana en önemli sorun kaynaklarından birini oluşturmaktadır. Ayrıca, dış siyasanın şekillenmesindeki diğer başlıca etkenler tarih, kültür, dil, din ve etnik yakınlıktır. Bunların devletlerin dış siyasal hedeflerini belirleme esnasında göz ardı edilemeyecek unsurlar olduğu vurgulanmıştır.”(Yavaşgel 2012:7)

1990 yılı küreselleşme olgusunun “yeni evresinin yaşama geçmeye başladığı yeni bir dönemin miladı olarak görülürken peş peşe meydana gelen gelişmeler, sonraki on yılların nasıl bir seyir izleyeceği hakkında farklı görüşleri ortaya çıkarmıştır. İki kutuplu dünya düzeninin yarattığı kronik tedirginlik ortamı ortadan kalkarken, geride bırakılan küresel yapının yerini nasıl bir düzene terk edeceği konusundaki belirsizlik, büyük bir soru işareti olarak ülkelerin ve hükümetlerin karşısına çıkmıştır.”(Davutoğlu 2010:34)

Öyle ki, “bu düşük seyirli kaos ortamı ülkeler için yüksek güvenlik kaygılarına yol açarken aynı zamanda bölgesel güç boşlukları ve değişimler nedeniyle bölgesel ve küresel aktörler için yeni fırsatlar da sunmaktadır. Göreceli Soğuk Savaş sona ererken

bu yeni dönemde yeni sorun alanları belirmiş, yeni sorunlar ortaya çıkmıştır. Başta Balkanlarda yaşanan istikrarsızlıklar, savaşlar, Ortadoğu'nun istikrarsızlaştırılması, Kafkaslar'da ortaya çıkan güç boşlukları Türkiye'yi de yeni pozisyon almaya zorlamıştır.”(Sander 2004:959)

Bu dönemde Türkiye'yi bölgesel rolünü yeniden değerlendirmeye iten belirgin nedenler Türkiye'nin bir mihver görevi gördüğü Doğu Avrupa, Batı Asya alt sistemleri ile Körfez, Doğu Akdeniz, Balkanlar ve Kafkasya bölgesindeki köklü değişimler, Soğuk Savaş sonrası dönemde Türkiye'nin kendini, bir süper devlet (ABD-SSCB) ve ona sıkı sıkıya bağlı müttefikler sistemi yerine yeni bağımsızlığa kavuşmuş, küçük ve istikrarsız devletlerle sarılmış bulması, SSCB toprakları üzerinde ortaya çıkan Türkiye ile dil, kültür ve tarih yakınlığı bulunan yeni devletlerin ortaya çıkması ve bu devletlerin kuruluşlarının ilk yıllarında Türkiye'yi modernleşme yolunda bir köprü olarak değerlendirmeleri, ilişki kurma arayışları, Balkanların yeni çatışma ortamında yeni bir güç dengesi kurmaya çalışan bazı Balkan ülkelerinin dinsel ve tarihsel yakınlığı kullanarak Türkiye'yi olası bir müttefik olarak görmeleri olarak sıralanmıştır.

Bu yeni dönemde Türkiye'nin mevcut durumunda yaşanan belirsizlikler, “ülkenin beklenen ekonomik ve endüstriyel atılımları yeterince yapamaması, askeri darbeler sonucu kesintiye uğrayan demokratik süreçler ve sağlıklı bir siyasi düzenin oturtulamaması gibi nedenler 1990'lı yılların gelişmelerine Türkiye'nin hazırlıksız yakalanmasına yol açmıştır. Ancak Soğuk Savaşın sonra ermesi ve 1980 sonrası Turgut Özal döneminde başlayan açıklık, yeni liberal sisteme entegrasyon ve dış politikada başlayan aktivizm çabaları Türkiye için yeni dönemin önemli adımları olarak kabul edilmiştir. Bu dönem aynı zamanda Türk diplomasisinin de etkin ve etkili bir döneme girdiğinin işareti olmuştur.”(Erzen 2012:20)

Soğuk Savaş süresince “Liberal Batı saflarında yer almaya gayret gösteren Türkiye'nin, SSCB'nin dağılmasıyla hem batılı müttefiklerin politikalarına uygun gelecek şekilde hem de Türksoylu halklarla aynı soydan gelmiş olmanın verdiği milliyetçilik anlayışıyla bu halklarla ilişkiye geçme girişimleri olmuştur. 1990 yılında Rusya'nın bölgeden geri çekilmeye başlaması Türkiye'de yeni bir '*Türk Dünyası*' düşüncesinin ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Bu dönem hem Türkiye'de hem de Orta Asya'da yeni bir heyecan dalgası ve yüksek beklentiler yaratmış, Orta Asya'da ve Türkiye'de kültürel bağlar yeniden keşfedilmeye çalışılmış, ekonomik fırsatların ortaya çıktığı, siyasi ve askeri dayanışmayla yeni bir Türk Bloğu düşüncesinin şekillendirilme girişimleri ortaya çıkmıştır.”(Gökırmak/ <http://www.kamudiplomasisi.org/>2014)

Bu girişimlerin en önemlilerinden sayılması gereken, Türk dış politikasının ve kamu diplomasisinin en aktif aktörlerinden biri konumunda kabul edilen *Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı*'nın (TİKA) kuruluşu bu döneme rastlamıştır. “1992 yılında kurulan TİKA'nın kuruluş amacı başta Türk dilinin konuşulduğu ülkeler ve Türkiye'ye komşu ülkeler olmak üzere, gelişme yolundaki ülkelerin kalkınmalarına yardımcı olmak, bu ülkelerle; ekonomik, ticari, teknik, sosyal, kültürel, eğitim alanlarında işbirliğini projeler ve programlar aracılığı ile geliştirmek olarak belirtilmiştir.”(<http://www.tika.gov.tr/tr/2014>)

1990'lı yıllardan 2000'li yılların başına kadar gelinen süreçte Türkiye ekonomik, siyasal ve diplomatik olarak yeni demokratik ve liberal süreçlere uyum sağlamaya çalışmıştı bir döneme girmiştir. Ancak, çok çeşitli iç sorunla da mücadele etmek durumunda kalmıştır. 28 Şubat postmodern darbe süreci, koalisyon hükümetlerinin yarattığı istikrarsız ortamlar, ekonomik krizler, Avrupa Birliği sürecinin yol açtığı belirsizlik durumu, özellikle de 1980'li yılların başlarından itibaren yaşanmakta olunan terör sorunu Türkiye'nin dış politika anlayışının gelişimini de kaçınılmaz olarak sekteye uğratmıştır.

2000'li yıllardan itibaren ise “Ak Parti hükümetiyle başlayan sürecin ise en önemli özelliklerinden biri uzun süredir Türk dış politikasının ana gündemini oluşturan Türkiye-AB müzakere sürecinin rölantiye alınması ve Türk dış politikasının Ortadoğu'ya yoğunlaşması olmuştur.”(Gözen 2012:118) 2000'li yılların “Türk dış politikasının temel ilkeleri bölgesel politikalarda üst düzey siyasi diyalog, herkes için güvenlik, karşılıklı ekonomik bağımlılık ve çok kültürlülüğün korunması olarak belirtilmiştir.”(Zengin 2010:95)

Tüm bu sorunlu süreçle birlikte yeni dış politika anlayışının ana motivasyon kaynaklarından biri, Cumhuriyetin kuruluşuyla birlikte izlenen dış politika tutumunda da kendini gösteren M. Kemal Atatürk'ün '*Yurtta sulh, cihanda sulh*' hedefi olmuştur.

Bu döneme gelinceye kadarki Türk dış politikası'nın temel özelliklerinde “dış politikada karar ve eylem saptamasında kullanılan '*bürokratik-pragmatik*' denilen yöntem dikkat çekicidir. Bu yöntemde göre dış politika kararlarının dışarıdaki güç ilişkilerini ve güç yapısını değiştirmekten çok dış durumlara ve olaylara bir tepki olarak alınması ve sorunların diplomatik pazarlık yöntemi ile çözülmesi gibi durumlar anlatılmaktadır.”(Yavaşgel 2012:6)

1990'lı yıllarda Türk dış politikasının öne çıkan özelliği dış politika kararlarını, dışarıdaki güç ilişkilerini ve güç yapısını değiştirmekten çok dış durumlara ve olaylara

bir tepki olarak alınması ve sorunların diplomatik pazarlık yöntemi ile çözülmesi olmuştur. Bu durumun 2000’li yıllara kadar bu boyutuyla devam ettiği belirtilmektedir.

Türkiye’de 2002 yılından günümüze kadar gelen süreçte “dış politika, iç siyasette güvenlik ve demokrasi arasında hassas bir denge kurulmasına, komşularla sıfır sorunlu ilişkiye, Ortadoğu, Balkanlar ve Kafkaslar ile yakın, ABD ve AB gibi aktörlerle rekabetten çok tamamlayıcı ilişkilere, uluslararası örgütlerde ve barış inşaa çabalarında aktif bir diplomatik yaklaşıma dayanmıştır.”(Özcan 2010:171)

Bu dönemde Türk dış politikasının görünümü “savaştan çok barışı öngören, çözümler için sert güçten çok diplomasiyi ve diyalogu öne çıkaran bir profil olarak betimlenmiştir.”(Mengü vd. 2012:98)

Geleneksel dış politikanın tersine bu yeni dış politika “*Proaktif Dış Politika Stratejisi* olarak değerlendirilmektedir. Bu politikanın mevcut şartların bir gerekliliği olarak ortaya çıktığı belirtilirken; bu politika da, Türkiye’nin ulusal çıkarlarını geliştirebilmek, etkinliğini artırabilmek için uzun, kapsamlı, verimli planlar yapmak ve uygulamaya çalışmak amacıyla kendi potansiyelini kullanarak inisiyatiflerde bulunması”(Gözen 2010:128) şeklinde tanımlanmaktadır.

Joseph Nye’e göre de, “ince güç, bir ülkenin kültürünün, siyasi fikirlerinin ve politikalarının çekiciliğini ifade ederken, ülkelerin izlediği politikaların başkaları nezdinde meşru kabul edilmesi, o ülkenin ince güç kapasitesini de artırmaktadır.”(Kalm 2010:53)

Davutoğlu, Türkiye’nin 2000’li yıllarda izlediği dış politikanın amacını; “Balkanlar’dan Ortadoğu’ya, oradan da Orta Asya’ya kadar uzanan geniş bir coğrafyada barış ve istikrarın sağlanıp korunması, ayrıca özgürlük, çoğulculuk, iyi yönetim, insan haklarına saygı, hukukun üstünlüğü, demokrasinin hakim olduğu bir refah kuşağı oluşturulması ve Türkiye’nin Avrasya’nın en önemli aktörlerinden biri haline getirilmesi”(Davutoğlu 2010:36) olarak tanımlamıştır.

Davutoğlu’nun özellikle bu döneme damgasını vuran ‘*Stratejik Derinlik*’ konsepti, “dış politikada emniyet ve hürriyet arasında denge kurma, komşu ülkelerle sıfır soruna ulaşma, sadece komşularla değil bütün bölgelerle barış politikaları takip etmek, milletlerarası zemini en faal şekilde kullanmak gibi unsurları içerdiği vurgulanmıştır.”(Demir 2012:221)

Ayrıca belirtmek gerekir ki, bugün dış politika ve iç politika konularının birbirinin içine girmesi, birbirine bağımlı hale gelmesi bu ikisinin birlikte planlanmasını ve yürütülmesini de gerekli kılmaktadır.

Bugün tüm bu perspektif doğrultusunda gelinen noktada, “Türkiye’nin kimliği üzerindeki tartışmalar artık açıkça ve özgürce tartışılmaktadır. Din, devlet, birey, toplum, topluluk, kimlik, politika, kültür, sanat, Kürt problemi, Aleviler, Müslüman olmayan vatandaşlar, demokrasi, insan hakları, şeffaflık ‘*Büyük Türkiye Tartışması*’nı oluşturmaktadır ve bu tartışma yerel, küresel, bireysel ve toplumsal, kendi ve diğerlerinin uyumunu sağlamakta, yeni fırsatlar için alan oluşturulmaktadır.”(Kalın 2011:20)

### **3.3.2. Türkiye’de Kamu Diplomasisi Faaliyet Kapsamı**

Sert gücün (hard power) tersine ince güç (soft power), “askeri ve ekonomik göstergelerin ötesinde farklı nüfuz ve çekim alanlarını; kültür, eğitim, sanat, yazılı ve görsel medya, film, şiir, edebiyat, mimari, yüksek öğretim (üniversiteler, araştırma merkezleri, vd.), sivil toplum kuruluşları, bilim ve teknoloji altyapısı ve inovasyon kapasitesi, turizm, ekonomik işbirliği platformları ve diplomasi gibi alanlara kadar uzanmaktadır.(Kalın 2011:54) Kamu diplomasisi, ülkelerin sahip olduğu değerleri dünyaya daha iyi anlatabilmesi esasına dayanır. Ülkelerin ‘ince gücü’ diye tanımlanan bilim, sanat, spor, kültür, eğitim gibi unsurları ustalıkla kullanabilen ülkelerin, dünyada cazibe merkezi haline geldikleri ifade edilmektedir.”(Özkan/http://www.kamudiplomasisi.org/2014)

Esasında, Türkiye’nin gerçekleştirdiği kapsamlı dış politika hareketliliğinin temelinde “Türkiye’nin sahip olduğu ince güce dayanan kamu diplomasisi kaynakları bulunmaktadır. Kalın’a göre bu ince güç anlayışı hem biçimi hem de kapsamı itibarıyla diğer ülkelerden farklılıklar oluşturmaktadır. Balkanlardan başlayıp Orta Asya’nın içlerine kadar uzanan Türkiye’nin sahip olduğu bu ince güç potansiyeli, sert (hard) güç olarak nitelendirilen askeri veya teknolojik üstünlükten ziyade, tevarüs ettiği tarih ve kültür derinliğinden gelmektedir. Yukarıda belirtilen dış politika gelişmelerinden de anlaşılacağı üzere Türkiye’nin bu coğrafyada temsil ettiği değerler, tarihi birikim ve kültürel derinlik, bir tarafta bölge dinamiklerini harekete geçmekte, öbür tarafta yeni etkileşim alanlarının doğmasına imkan sağlamaktadır. Balkanlardan Ortadoğu’ya ve Asya’nın içlerine uzanan geniş coğrafyada yaşayan toplumların ve halkların ortak



paydası, paylaştıkları ve beraber inşa ettikleri Osmanlı tecrübesine ve mirasına dayandırılmaktadır.”(Kalın 2011:54)

John Nye, yukarıdaki değerlendirmeleri destekler şekilde “Türkiye’nin bölgede (Yakın Doğu, Balkanlar ve Kafkasya) akıllı gücü uygulayabilecek çok iyi bir pozisyona sahip olduğunu ileri sürmüştür.”(Güzer/http://www.ekopolitik.org/2012)

Kalın’a göre, “salt bulunduğu tarihi ve coğrafi bölgeyle sınırlı olmayan aynı zamanda modern batı toplumlarıyla da yaklaşık 200 yıllık bir ilişkisi bulunan Türkiye, Osmanlı deneyimini modernleşme anlamında terketmemiş ve bunu Cumhuriyetin ilanı başta olmak üzere diğer reformlarla destekleyerek, bugünkü çağdaş görünümüne ulaştırmıştır. Bünyesine Batı toplumlarının politik, ekonomik ve toplumsal pratiklerinden de önemli katkılar yapan Türk demokrasisi ve Türk sivil toplum sektörünün (gelişen) canlı yapısı Türkiye’nin sadece yakın hinterlandı değil modern batı toplumları nezdinde de ince gücünün en önemli dayanaklarını oluşturmaktadır. Çok partili hayata geçişle birlikte 1950 yılından bu yana Türk demokrasisinin inişli çıkışlı bir seyir izlemesine rağmen, demokrasi deneyim Türk toplumunun farklı kesimlerinin adil paylaşım, katılım, temsil, şeffaflık ve hesap verebilirlik gibi taleplerin gelişmesine katkı sağlamıştır.”(Kalın 2011:55)

Bu anlamda, Türkiye’nin ince gücü; “kıtalararası geçiş bölgesinde bulunmasına, siyasal, ekonomik ve kültürel alanlarda yer yer Asya, Ortadoğu ve Avrupa kültürünün özelliklerine sahip olmasına, Osmanlı deneyimini kullanmasına, Cumhuriyetin reform motifleri ile güçlendirdiği çağdaşlaşmasına dayandırılmakta, bu unsurlar Türkiye’nin kamu diplomasisi kapasitesini oluşturmakta ve diğer bölge ülkelerine göre avantajlar sağlamaktadır. Son dönem Türkiye’nin dış ilişkilerindeki politik, ekonomik, sosyal ve kültürel gelişmelere bakıldığında, Türk dış politikasının ağırlıklı olarak kamu diplomasisi anlayışı çerçevesinde yürüdüğü ortaya çıkmaktadır. Bu yüzden Türkiye’nin dış politikası ve kamu diplomasisinin birbiri içine girdiği, kamu diplomasisinin Türk dış politikasının en önemli alanlarından ve araçlarından biri haline gelmiştir.”(Özkan/http://www.kamudiplomasisi.org/2014)

Türkiye’de son dönemde Türk dış politikasının önemli bir parçası haline gelen kamu diplomasisi kavramının ve uygulamalarının önemi konusunda gerek devlet ve hükümet gerekse sivil ve özel inisiyatiflerin yeterli farkındalık düzeyine sahipliliği söz konusudur. Türk kamu diplomasisine ait uygulamaları daha da güçlendirmek adına kurumsallaşma ve koordinasyon anlamında da çabalar görülmektedir. Bunlardan en

önemlisi 2010 yılında Başbakanlık bünyesinde kurulan *Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü* olmuştur.

Türkiye'nin günümüzde hala "Ermeni meselesi, Kıbrıs sorunuyla uğraşmasını, terörle mücadelesinde uluslararası zeminde arzu ettiği desteği alamamasını büyük oranda elindeki ince güç unsurlarını daha önce kullanmamış olmasına ve kamu diplomasisi çalışmalarına önem vermemiş olmasına bağlamak olası gözükmemektedir."(Demir 2012:213)

İbrahim Canbolat da "Türkiye'nin uluslararası topluma kendini anlatabilmek için kökleri çok derinlerde olan önyargılarla mücadele etmesi gerektiğini vurgulamış, bunun da büyük oranda bilim ve kültür etkinliği marifetiyle olması gerektiğini ifade etmiştir."(Canbolat/ [www.kamudipomasisi.org/2014](http://www.kamudipomasisi.org/2014))

Ayrıca, Türk Kamu diplomasisi'nin gelişmesi için yapılması gerekenleri ayrıntılı sıralamak gerekirse de "emekli diplomatların deneyimlerinden yararlanılması, daha şeffaf bir dış politika izlenmesi, özellikle bölgesel anlamda başlatılan diyalog girişimlerinin artırılarak sürdürülmesi, başarılı yabancı öğrencilere ayrılan eğitim burslarının artırılması, Lübnan, Afganistan, Pakistan gibi ülkelere yapılan insani yardımların devam ettirilmesi, diyalogun etkili kullanımı, Türkiye'nin siyasal, kültürel ve tarihsel tanıtımı konusunda çaba sarf edilmesi, ülkemizin komşu devletlerle yakınlaşması"(Salha [www.kamudiplomasisi.org/2015](http://www.kamudiplomasisi.org/2015)) vb. sayılabilir.

### **3.3.3. Aktörler Açısından Türk Kamu Diplomasisi**

Türk dış siyasetinde önemle üzerinde durulmaya başlanan konulardan biri de "Türkiye'nin sahip olduğu ince güç ve bu gücün etkin bir şekilde uluslararası arenada kullanılmasını hedefleyen *kamu diplomasisi* arayışlarıdır. Genel olarak bakıldığında Türkiye'nin kamu diplomasisi faaliyetlerini yürüten kamu kuruluşları Cumhurbaşkanlığı, Başbakanlık, Dışişleri Bakanlığı, Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT), Kültür ve Turizm Bakanlığı, Milli Eğitim Bakanlığı, Avrupa Birliği Genel Sekreterliği (ABGS), Yurtdışı Türkler ve Akraba Toplulukları Başkanlığı, Türk İşbirliği ve Kalkınma İdaresi Başkanlığı (TİKA), Basın Yayın ve Enformasyon Müdürlüğü, Anadolu Ajansı, Başbakanlık Tanıtım Fonu ve benzer faaliyetler yürüten diğer kuruluşlar olarak sıralanmaktadır."(Yağmurlu 2007:27) Bu kuruluşlara günümüzde kamu diplomasisinin önemli aktörleri haline gelen sivil toplum örgütleri, yardım

kuruluşları, özel eğitim kuruluşları, özel sektör temsilcileri, kültür sanat örgütleri de eklenmektedir.

Türkiye Hükümeti ve Dışişleri Bakanlığı, Türk Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü-KDK, Türk İşbirliği ve Kalkınma İdaresi Başkanlığı (TİKA), ve diğer sivil kurumlar ve örgütlerin faaliyet başlıkları ise “kültürel ilişki ve iletişim faaliyetleri, medya ve kitle iletişim faaliyetleri, sosyal sorumluluk faaliyetleri, diyalog ve müzakere faaliyetleri olarak sıralanmıştır. Bu faaliyetler kapsamında Kültür ve Turizm Bakanlığı, Milli Eğitim Bakanlığı, TRT, Anadolu Ajansı gibi kurumların faaliyetlerine de değinilecektir. Öyle ki Türk Dışişleri Bakanlığının gerçekleştirdiği faaliyetlere bakıldığında kamu diplomasisi kapsamında değerlendirilecek başlıklar yurtdışı tanıtım ve kültür işleri, uyuşmazlıkların çözümü ve arabuluculuk faaliyetleri, medeniyetler ittifakı, Türkiye-AB ilişkileri, Türkiye'nin insani yardımları vb. olarak sıralanmıştır.”(<http://www.mfa.gov.tr/2014>)

***Türkiye Cumhuriyeti Hükümeti ve Dışişleri Bakanlığı'nun  
Kamu Diplomasisi Faaliyetleri***

Türkiye hükümetinin ve Dışişleri Bakanlığı'nın son dönem kamu diplomasisi çalışmalarında ana eksenin Türkiye'nin son dönem dış politikası olduğu görülmektedir. “2000’li yılların Türk dış politikasının temel ilkeleri bölgesel politikalarda üst düzey siyasi diyalog, herkes için güvenlik, karşılıklı ekonomik bağımlılık ve çok kültürlülüğün korunması olarak belirlenen dört ilkeye bağlı olarak gelişmiştir.”(Zengin 2010:95) Bu dış politikanın kamu diplomasisi tarafını oluşturan en önemli unsurları kültürel ilişkiler ve kültürlerarası iletişim, halklar arası ilişkiler, diplomatik ve uzlaştırıcı faaliyetler, yardım ve işbirliğine dayanan sorumluluk faaliyetleri, barış ve diyalog temelli ortak anlayış oluşturmaya dönük faaliyetler vb. olarak sıralanmıştır.”(Zengin 2010:95)

Türk Dışişleri Bakanlığı'nın ortaya koyduğu dış politika amaçlarına paralel olarak Türk kamu diplomasisi faaliyetlerinin temel amacı “Transatlantik ilişkiler çerçevesinde hem ABD hem de Avrupa ülkeleriyle ilişkilerini kuvvetlendirmek, her biriyle yakın ilişkileri, tarihi ve kültürel bağlarının bulunduğu Balkanlar, Ortadoğu ve Kuzey Afrika, Güney Kafkasya, Güney Asya ve Orta Asya ülkeleriyle ilişkilerini daha da artırmak ve küreselleşmenin etkisiyle mesafelerin artık giderek önemsizleştiği dünyada Sahraaltı Afrika, Latin Amerika ve Asya-Pasifik bölgelerine yönelik açılımlarını derinleştirerek yükselen güçlere ev sahipliği yapan bu bölge ülkeleriyle

somut işbirliğine dayalı yakın ilişkiler geliştirmek” olarak belirlenmiştir.(<http://www.mfa.gov.tr/2014>)

Türk Dışişleri Bakanlığı'nın gerçekleştirdiği kamu diplomasisi faaliyetleri genel olarak “yurtdışı tanıtım ve kültür işleri, uyuşmazlıkların çözümü ve arabuluculuk faaliyetleri, medeniyetler ittifakı, Türkiye-AB ilişkileri, Türkiye'nin insani yardımları vb.alanlar şeklinde sıralanmaktadır.”(<http://www.mfa.gov.tr/2014>)

Kültürel ilişkiler daha çok “ülkelerin yabancı ülkelerde başta dil olmak üzere edebiyat, film, televizyon, radyo programları, sanat, bilim, müzik gibi kültürel ürünlerin desteklenmesi, üretilmesi ve yayılmasıyla ilgilidir.”(Szondi 2009:302) Kamu diplomasisinin en önemli araçlarından biri olan kültürel ilişkiler, “Türkiye'nin son yıllarda yürüttüğü dış politikanın en önemli ayaklarından birini oluşturmuş, öncelikle yakın bölge (komşular) daha sonra tüm dünya ülkeleriyle kültürel ilişkilerin geliştirilmesi ana hedefler arasında yer almıştır. Türkiye'nin bölgesindeki çoğu ülkeyle tarihsel ve kültürel ortaklıklara sahip olduğu ve bu ortaklıkların ülkelerarası ilişkilerde devletleri, toplumları ve vatandaşları birbirine yaklaştıracak görüşü ileri sürülmektedir. Toplumdan topluma cereyan eden ilişkiler tesis edilmediği ya da ekonomik, siyasi ve diplomatik bağlar sosyal ve kültürel temaslar ile desteklenemediği sürece ikili diyalog kanalları kalıcı olamamaktadır” denilmiştir.(USAK Dış Politika Kapasite Raporu)

Bu doğrultuda ilişki kurmak ve bu ilişkileri kalıcı hale getirmek için Türkiye “Dışişleri Bakanlığı başta olmak üzere birçok kurum çeşitli ülkelerde geniş kitlelere hitap eden, siyasi ve kültürel alanlarda çok sayıda tanıtım faaliyetini gerçekleştirmektedir. Bu faaliyetler birçok kurumun da katkısı olacak şekilde Türkiye'nin tanıtımına yönelik sergiler, Türkiye haftaları, Türkiye yılı festivalleri, kültürel etkinlikler, Türk dış politikası ile ilgili konferanslar, tanıtıcı belgesel filmler ile yayınlar olarak sıralanmıştır.”(<http://www.mfa.gov.tr/2014>)

Bu kapsamda 2009 yılı Fransa'da ‘*Türkiye Mevsimi*’ ilan edilmiş, 1 Temmuz 2009 - 31 Mart 2010 tarihleri arasında gerçekleştirilen ‘*Fransa'da Türkiye Mevsimi (Saison de la Turquie en France)*’ çerçevesinde 600 civarında kültürel, sosyal, siyasi, ekonomik ve bilimsel etkinlik düzenlenmiştir. Bir başka etkinlik ise 16 Haziran 2010 tarihinde Türkiye ile Çin Halk Cumhuriyeti (ÇHC) arasında, 2012 yılının ‘*Türkiye'de Çin Kültür Yılı*’ olması, 2013 yılının ise ‘*Çin'de Türk Kültür Yılı*’ olarak kutlanması kararı alınmıştır.

Hiç şüphesiz, bu etkinlikler ülkelerin, toplumların birbiriyle ilişkiler kurmalarına, etkileşim içine girmelerine ve uzun süreli dostluklar geliştirmelerine ortam ve olanak sağlamaktadır. Yine Türkiye ile Hollanda arasında kültürel, sanatsal, ticari, ekonomik ve bilimsel alanlarda kalıcı ve sürdürülebilir ilişkiler kurulması amacıyla çeşitli etkinliklerle kutlamalar gerçekleştirilmiştir.

Yine 2003 yılında '*Japonya'da Türkiye Yılı*' ilan edildiği için, 2010 yılında da '*Türkiye'de Japonya Yılı*' kutlamaları gerçekleştirilmiştir. İki ülke arasında karşılıklı olarak düzenlenen bu etkinliklerde kültürel, sanatsal, ekonomik ve turistik tanıtım faaliyetleriyle iki ülke halkının birbirlerini daha yakından tanıma olanağı sunulmuştur. Bu etkinlikler yoluyla ülkeler kendilerine diğer ülke vatandaşlarına tanıtma fırsatı yakalamaktadır. Ayrıca bu etkinlikler yoluyla ülkeler uluslararası haber kanallarında yer alabilmektedirler. Böylelikle tanıtımlarını daha geniş çerçevede yapma, çok daha fazla yabancı kamulara ulaşma olanağını yakalama fırsatı doğmaktadır. Esasında, bu etkinlikler bugün artık salt ülkelerin halkları arasındaki ilişkilerle sınırlı kalmamakta, siyasal aktörleri de işbirlikleri yaratma anlamında daha da fazla etkilemektedir. Ayrıca turizm, ulaşım ve ekonomik yatırımlar gibi pek çok alanı da doğrudan ve olumlu etkilemekte olduğu görülmektedir.

Hiç şüphesiz ki, gelişen ilişkiler yeni dünya sisteminde hükümetlerin ve dışişleri bakanlıklarının yabancı ülkelerle ilişkilerinde büyük elçilikler ve konsolosluklar sadece klasik diplomatik faaliyetleri gerçekleştiren aktörler olmanın ötesinde aynı zamanda ülkelerin kültürel diplomalarının ve ilişkilerinin en önemli temsilcileri ve örgütleyicileri durumuna gelmişlerdir. Ülke dışında faaliyet gösteren işadamları, kültür kurumları ve diğer kurumların temsilcileri, buldukları dış ülkelerdeki meslektaşlarıyla biraraya gelerek ülkelerin kamu diplomasisi faaliyetlerine katkı sağlamaktadırlar.

Elbette, "Türk kültürünü, dilini ve sanatını yabancı ülkelerde tanıtmak, Türkiye ile diğer ülkeler arasındaki ikili ilişkilere katkıda bulunmak ve Türk vatandaşlarının buldukları ülkeye uyumuna yardımcı olmak amacıyla çeşitli ülkelerde yer alan Türk Kültür Merkezleri" (<http://www.mfa.gov.tr/2014>) kültürel diplomasi alanında önemli örnek kuruluşlardır. "Toplulukları kaba kuvvete başvurmaksızın yönetmenin ve onları belirli konularda ikna etmenin ana kaynağının dil olduğu vurgulanmaktadır."(Brown 2009:7)

Kültür sanat alanındaki gelişmelere koşut olarak "Türk film ve sinema endüstrisinin yapıtları son yıllarda bölge ülkelerinde popüler hale gelmiş, böylece diğer ülke vatandaşlarının Türkiye'ye bakışı ve sempatisi artmıştır. Başta *Muhteşem Yüzyıl*,

*Kuzey Güney, Aşk-ı Memnu, Öyle Bir Geçer Zaman ki, Gümüş, Kayıp Şehir, Binbir Gece, Ihlamlar Altında, Yalan Dünya, Kurtlar Vadisi, Ezel, Suskunlar, Beni Affet, Deniz Yıldızı* gibi diziler olmak üzere birçok yapım yurtdışına ihraç edilmiştir.”(<http://www.dha.com.tr/2012>)

Kültürel ve sanatsal etkinlikler kapsamında “2008 yılından bu yana tüm dünyada ‘*Türk Film Haftaları*’ etkinliği gerçekleştirilmektedir. Bu etkinlikler yoluyla Türk sineması yurt dışında tanıtılmış, yerli film yapımcıları yabancı yapımcılarla bir araya gelerek her türlü teknoloji ve fikir alışverişine uygun ortamlar bulmuşlar böylece Türk filmlerinin yurt dışı pazarlarına girişi ve birçok ortak yapım projesinin gerçekleştirilmesi sağlanmıştır.”(<http://sgb.kulturturizm.gov.tr/2014>)

Uluslararası kültür ve sosyal aktivitelerin artması her vatandaşın ülkesinin temsiline yönelik görüşleri ortaya çıkarmıştır. “Vatandaş diplomasisi de denilen bu yeni diplomasi konseptinin en önemli ayaklarından biri olan eğitim ve değişim programları ABD’de her vatandaşın ABD’nin dış politikasını belirlemede ve şekillenmesinde hakkı ve sorumlu olduğu inancından yola çıkarak içerde ve dışarda değişim programlarına katılan resmi olmayan elçiler (vatandaşlar, işadamları, sanatçılar, vb.) olarak değerlendirilmektedir.”(Mueller 2009:102) Bu şekilde Türk kökenli bilim adamları, sanatçılar, eğitimciler, öğrenciler, sporcular, girişimciler de Türkiye’nin kamusal diplomasisinin en önemli temsilcileri konumunda yer almakta, başarılı faaliyetleriye bu alana katkıda bulunmaktadır.

Eğitim ve öğretim özelinde “TİKA tarafından gerçekleştirilen Türkoloji Projesi ile komşu, dost ve akraba topluluklar ile geçmişten gelen kültürel bağların yeniden tesis edilmesi amaçlanmış, bu doğrultuda şu ana kadar Afganistan, Arnavutluk, Belarus, Bosna-Hersek, Bulgaristan, Estonya, Filistin, Hindistan, Gürcistan, Karadağ, Kazakistan, Kırgızistan, Kosova, Letonya, Litvanya, Makedonya, Moğolistan, Moldova, Özbekistan, Slovakya, Suriye, Kırım Özerk Cumhuriyeti, Tataristan Özerk Cumhuriyeti, Ukrayna ve Yemen gibi ülkelerde bulunan üniversitelerle işbirliği sürdürülmüştür. Bu ülkelerde bulunan üniversitelerle akademik işbirliği protokolleri imzalanarak bu üniversiteler bünyesinde Türkçe Eğitim Merkezleri (TÖMER) açılmıştır.”(<http://store.tika.gov.tr/2012>)

Türkiye dışında bulunan, “diğer ülkeler ve halklarla ortak tarihi geçmiş ve hatıralara dayanan ‘*Türk Kültür Varlıklarının*’ korunması, onarımı ve yeniden yapımı ile ilgili faaliyetler Dışişleri Bakanlığı tarafından eşgüdümü sağlanacak şekilde dış temsilcilikler, Kültür

ve Turizm Bakanlığı, Diyanet İşleri Başkanlığı, TİKA, Türk Tarih Kurumu Başkanlığı, Vakıflar Genel Müdürlüğü ve üniversiteler gibi ilgili kurumlarla işbirliği içinde gerçekleştirilmektedir.”(<http://www.mfa.gov.tr/2012>)

Dışişleri Bakanlığı'nın da içinde yer aldığı “Başbakanlık Tanıtma Fonu Türkiye'nin kamudiplomasisine katkı sağlayan bir diğer kurumdur. 1985 yılında kabul edilen bir kanunla Başbakanlık bünyesinde oluşturulan Tanıtma Fonu Kurulunun üyeleri, Dışişleri Bakanlığı, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü (BYEGM) ve Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT) Genel Müdürlüğü'nde oluşmaktadır. Türkiye'nin tarihinin, dilinin, kültür ve sanatının, turistik değerleri ile doğal güzelliklerinin tanıtımına yönelik projeler üye kurumlar aracılığıyla, Başbakanlık Tanıtma Fonu Kurulu'na sunulabilmekte ve desteklenmektedir.” (<http://www.mfa.gov.tr/2012>)

Türkiye'nin kamu diplomasisini ve ince gücünü artıran gelişmelerden biri de s"on yıllarda gerek kendi bölgesinde gerekse uluslararası arenada süregelen ve ortaya çıkan sorun alanlarında çözüm odaklı bir anlayışla arabulucu rolü üstlenmeye çalışmasıdır. Gerek iletişim ve halkla ilişkilerin gerekse kamu diplomasisinin anlaşma ve uzlaşma temelli bir ilişki düzlemi oluşturduğu belirtilmektedir. Bu anlayışa ulaşmak için ise kullanılan yöntem çoğunlukla taraflar arasında sürekli müzakereler ve çift taraflı bir iletişimdir. Türkiye, yürüttüğü dış politika anlayışında müzakere ve arabuluculuk rolünü uluslararası ilişkiler vizyonunu tamamlayan yeni bir boyut olarak değerlendirmekte, üçüncü ülkelerin gerek kendi içlerindeki gerek aralarındaki sorunların çözümünde kolaylaştırıcı ve uzlaştırıcı roller üstlenmek suretiyle uyuşmazlıkların çözümü ve arabuluculuk konularında çok daha faal bir performans sergilemektedir.” (<http://www.mfa.gov.tr/2014>)

Türkiye, Cumhuriyetle birlikte dış politikasını barış vizyonuna dayandırırken aynı zamanda “uluslararası ilişkilerde işbirliği ve meşruiyet kaynakları haline gelen uluslararası kurum ve örgütlere de üye olmaya ve bu kurumların işleyiş süreçlerine katkı sağlamaya da büyük gayret göstermektedir. Özellikle 1950'li yıllar ile birlikte Türkiye, dünya milletler topluluğunun aktif bir üyesi olmaya çaba göstermiş, Kuzey Atlantik Antlaşması Teşkilatı (NATO), Uluslararası Para Fonu (IMF), Dünya Bankası, Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması (GATT), Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD) gibi uluslararası örgütlere ilk katılan ülkelerden biri olmuş, Merkezi Antlaşma Teşkilatı (CENTO) ve bunun yan ürünü Bölgesel İşbirliği ve

Kalkınma Örgütü'nün (RCI) kurucu üyeleri arasında yer almıştır.” (<http://www.mfa.gov.tr/17.04.2014>) Türkiye'nin ülkeler ve kültürler arası barış ve diyaloga yönelik en önemli girişimlerinden biri 2005 yılında İspanya ve Türkiye'nin girişimleriyle başlatılan, daha sonra Birleşmiş Milletler tarafından da benimsenen *Medeniyetler İttifakı Projesi* olmuştur.

Türkiye'nin izlediği barış odaklı diplomasi “gerek uluslararası kamuoyu gerekse sorun alanlarındaki ülkeler ve halkları tarafından da desteklenmekte ve olumlu bulunmaktadır. TESEV'in araştırmasına göre Türkiye, bölgesinde önemli bir aktör olarak görülürken, Türkiye'nin izlediği arabulucuk rolüne ilişkin Türkiye'nin Ortadoğu barışına katkısı, katılımcıların %77'si tarafından olumlu değerlendirilmiştir.”(Akgün 2011:20)

Bölge ülkeleriyle ortak tarihi ve kültürel mirasın üzerine inşa edilen yeni ilişkiler kurmayı amaçlayan Türkiye, “önemli bölgesel sorunların değişiklik platformlarda taraflar arasında konuşulmasını sağlamak amacıyla tüm dünyada bir diyalog köprüsü olarak zor konuların çözümünde *'kolaylaştırıcı'* bir rol üstlenmeye çalışmaktadır. Bu barış vizyonunun aktif bir diplomasiye dayandığını belirten Türk dışişleri günümüzde bunu, *'hattı diplomasi yoktur sattı diplomasi vardır'* anlayışıyla ilkeselleştirmiştir.”(<http://www.mfa.gov.tr/2014>) Hiş şüphesiz, bu barış ve diyalog vizyonu Türkiye'nin kamu diplomasisi anlayışını güçlendirmektedir.

Türk kamu diplomasisinin mevcut yapısını ortaya koyabildiği alanlardan biri de uluslararası topluma karşı sorumlu tutumu ve faaliyetleridir. “Demokratik ve toplumsal yapının en önemli parçaları olan adalet, paylaşım, meşruiyet, temsilde eşitlik, şeffaflık, hesap verebilirlik, farklılıklara saygı, erdemli toplum, din ve vicdan hürriyeti, insan onurunun korunması ve temel hak ve hürriyetlerin anayasal güvence altına alınması gibi değerlerin Türkiye'nin yeni toplumsal anlayışının kurucu unsurları arasında yer aldığı vurgulanmıştır. Türkiyenin kamu diplomasisi amaçlarıyla dış politika amaçlarını örtüşüren bu bakış açısı Türkiye'yi hem doğuda hem de batıda bir önemli bir ülke konumuna taşıyan özellikler olarak belirtilmektedir.”(Kalm 2012:64)

Bu bağlamda denilebilir ki, Türk dış politikasının ve kamu diplomasisinin özellikleri aynı zamanda Türk kamu diplomasisi'nin sosyal sorumluluk ilkelerini de ifade etmektedir. “Türkiye'nin izlediği sosyal sorumluk politikasının en önemli yanını birçok ülkeyle ikili düzeyde gerçekleştirilen yardımlar oluşturmaktadır. Bu yardımların haricinde OCHA, WFP gibi uluslararası örgütler aracılığıyla yardımlar



gerçekleştirilmektedir. Yardım yapılan faaliyetler arasında 2004 sonunda meydana gelen Güneydoğu Asya depremi, 2005'teki Pakistan depremi, 2006'ta Lübnan'da yaşanan insani kriz, 2008 yılının sonunda patlak veren Gazze Krizi, 2010 başında meydana gelen Haiti ve Şili Depremleri, Pakistan'daki sel felaketi, 2011'de meydana gelen Japonya depremi ve Libya krizi bağlamındaki insani yardımlar yer almaktadır. Bu kapsamda 2010 yılında Türkiye'nin yaptığı insani yardımın yaklaşık 1 milyar ABD Dolar'a ulaştığı vurgulanmıştır.”(<http://www.mfa.gov.tr/2014>)

Yukarıda da birkaç yerde yeri geldiği için vurgulandığı üzere, yürüttüğü kalkınma yardımları aracılığıyla Türkiye'nin uluslararası sosyal sorumluluğunun bir göstergesi olabilecek, dış politikada kamu diplomasisinin en önemli kurumlarından biri olarak TİKA gösterilmektedir. “TİKA, ABD Uluslararası Kalkınma Kuruluşu (USAID), Almanya'nın yardım ve işbirliğini kapsayan Federal Teknik Yardım Ajansı (THW) ve Almanya Teknik İşbirliği Topluluğu (GTZ), Danimarka Yardım Ajansı (DANIDA) ve İsveç yardım Ajansı (SIDA) gibi uluslararası yardım ajanslarına benzer amaçlarla kurulmuştur. Avrupa, Asya ve Afrika olmak üzere 3 kıta ve 100'ü aşkın ülkede görev yapan, Türkiye Cumhuriyeti Devleti'nin ‘Kalkınma Yardımı Kuruluşu’ olarak tanımlayan TİKA, Türkiye'nin devlet ve hükümet nezdinde görev yapan en önemli yardım örgütü olarak değerlendirilmektedir. TİKA bu özelliğiyle ekonomik, sosyal, kültürel ve insani alanlarda sosyal sorumluluk faaliyetleri yerine getirmektedir.”(Çoşkun <http://www.kamudiplomasisi.org/2014>)

Kamu diplomasisi faaliyetlerinde medyanın da büyük rolü bulunmaktadır. Tüm kitle iletişim mecraları ve uluslararası yayıncılık faaliyetleri hem bir araç hem de bir ortam olarak iletişim olanaklarını güçlendirmeye hizmet etmektedirler. Özellikle kitle iletişim araçlarında kamu hizmeti yayıncılığı esası güdüldüğünde, yapılan programların yüksek iletişim olanaklarıyla diğer ülke kamuları tarafından da izlenebilmesi söz konusu olduğu için, hem doğrudan hem de dolaylı da olarak ülke tanıtımına katkıda bulunabilmektedirler. Ayrıca prodüksiyon şirketleri aracılığıyla dış kamulara pazarlanan dizi, film gibi farklı program türleri de Türkiye adına bu etkide önemli rol oynamaya başlamışlardır.

Bu yapısal özellikleriyle iletişim araçlarının kamu diplomasisinin gelişimine büyük katkılar sağladığı tartışılmazdır. Bu nedenle de, bugün özellikle iletişim teknolojilerindeki gelişmeler bu araçların ve ortamların stratejik olarak yönetilmesini ve planlanmasını gerekli kılmaktadır.

Bu potansiyeli kullanmaya yönelik TRT bünyesinde TRT Şeş, TRT AVAZ, TRT Türk ve El-Türkiye (TRT Arap) kanalları açılmıştır. Bu şekilde iç kamuoyunun yanında dış kamuoylarına da seslenilmesi kamu diplomasisi alanında olabilecek en ciddi adımlar olarak gösterilebilir.

Aslında belirtmek gerekirse, “Amerika’nın Sesi Radyosu’na (VOA) benzer şekilde TRT bünyesinde Türkiye’nin Sesi Radyosu (TSR) 73 yıldır ‘*Türk dış yayıncılığı*’ anlamında Türkçe dahil 32 dil ve lehçede çeşitli iç ve dış konularda Türkiye’nin görüşlerini yansıtan programlar yaparak yayınlarını sürdürmektedir.”(<http://www.mfa.gov.tr/07.03.2014>) Yine uydu ve internet teknolojisinin kitle iletişim araçlarına eklenmesi sayesinde “ulusal yayın yapan radyo ve televizyonlar yurtdışında kolaylıkla takip edilebilmektedir. Bunun en önemli temsilcisi olarak karasal yayın ve uydu aracılığıyla radyo ve televizyon yayınlarını Türkiye’nin tamamına, Avrupa, Asya, Orta Doğu, Kanada, ABD dahil dünyanın pek çok yerine ulaştıran TRT, internet yayınlarıyla sadece Türkçe konuşulan bölgelerde değil tüm dünyada izlenebilmektedir.”(<http://www.mfa.gov.tr/2014>)

Ayrıca, Türkiye’nin en eski ve büyük haber ajansı olan Anadolu Ajansı (AA) ise Türkiye’nin haber yüzü olarak yabancı toplumlara ulaşmaktadır. Kurumun web sayfası İngilizce, Rusça ve Arapça dillerinin arasında bulunduğu beş dilde yayın yapmaktadır.(<http://www.aa.com.tr/2014>)

Türk kamu diplomasisine katkıda bulunan bir başka kamu kurumu da Türkiye’nin sunduğu yatırım olanaklarını küresel iş dünyasına tanıtmaya ve yatırımcılara Türkiye’ye yapacakları yatırımların her safhasında destek verme görevini üstlenmiş Başbakanlığa bağlı Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı (Invest inTurkey)’dir. Web sayfası aralarında İngilizce, Almanca, İspanyolca, Arapça ve Çince’nin de olduğu 12 dilde yayın yapmaktadır.( <http://www.invest.gov.tr/2014>)

Türkiye’nin AB üyeliği için yürütülen faaliyetler kapsamında kurulan *Avrupa Birliği Genel Sekreterliği* (ABGS) de Türkiye’nin kamu diplomasisi açısından oldukça önem taşıyan kurumlardandır. İlk etapta bir koordinasyon işlevi gören Avrupa Birliği Genel Sekreterliği (ABGS) tarafından kendi içerisinde *Avrupa Birliği İletişim Stratejisi* (ABİS) oluşturulmuştur. ABİS’in “yapısı (...) esnek bir yapı olarak, iletişim aktörlerine hem ülkemizde hem de AB ülkeleri ve kurumlarında kolaylaştırıcı, yönlendirici ve koordinasyon sağlayan bir hizmet sunacaktır. ABİS ile iletişim etkinliklerinin bir perspektif içinde doğru hedef gruplara doğru mesajlar kullanılarak gerçekleştirilmesine

katkıda bulunulması amaçlanmaktadır. İlgili tüm çevrelerin katılım ve katkısına açık olan ABİS, kamu ve sivil toplum işbirliği ve yönlendirmesiyle işleyecektir. ABSG, Sivil Toplum, İletişim ve Kültür Başkanlığı ve ilgili kurumlarımızla koordinasyon halinde ABİS Sekreterliği görevini yürütecektir” şeklinde belirtilmiştir.( [www.abgs.gov.tr/2014](http://www.abgs.gov.tr/2014))

AB'nin dış politika ve güvenlik politikaları, “karşısındakini güç kullanmadan ikna etmeye dayanan ince güç unsurlarına dayandırılmaktadır. Almanya Dışişleri Bakanlığı'nın 2012 yılında hazırladığı rapora göre kamu diplomasisi, Avrupa'da bütün konuların yanı sıra en önemli konu olarak kabul edilmiştir. AB iletişim stratejilerinin temel amacı birlik üyeleri arasındaki entegrasyonun sağlanması, siyasal, kültürel, sosyal ve ekonomik bilgilenmenin, tanımının ortamını sağlayarak, ülkelerin aralarındaki önyargıların ortadan kaldırılmasıdır. Üye ülkelerde bu durum söz konusu iken üye olacak ülkelerde ise ana amaç, AB'nin tanıtımını, bilgilendirmesini sağlamak ve birlik ile bu ülkeler arasındaki ilişkileri geliştirmek olmuştur.”(Kalın 2012:152)

1999 yılında *Helsinki Zirvesi*'nde Türkiye'ye adaylık statüsü verilmesiyle oldukça yoğun bir döneme girilen AB ile ilişkiler aslında yaklaşık elli yıldır sürdürülmekte olan Türkiye'nin başat dış politikalarından biridir. 2005 yılında AB ile tam üyelik müzakerelerine başlanmıştır.

Bu süreçte, “demokrasi, insan hakları, hukukun üstünlüğü, sivilleşme, kalkınma, ekonomik gelişme gibi alanlarda AB'nin de teşvikleriyle gelişmeler kaydedilmiş, Türkiye'nin bu adımları Batı'dan Doğu'ya, İslam dünyasından Türk dünyasına hemen herkes tarafından olumlu bulunmuş ve Türkiye'nin bölgesinde rol model ülke olduğu yargısını güçlendirmiştir. Ancak bu olumlu gelişmelere rağmen, Türkiye-AB üyelik süreci kısmen AB'den kaynaklanan nedenlerle ama büyük oranda Türkiye'nin kendi iç politika dinamiklerinin de etkisiyle yavaşlamıştır. Müzakere süreci resmen yürümeye devam etse de Türkiye'nin demokratikleşme ve gelişme yönündeki reformlarında görülen ivme kaybolmuştur. Diğer yandan, 2005'ten sonra Türkiye'de AB üyeliğini destekleyen kamuoyu oranı hızla düşmüş, hatta AB karşıtlığı artmıştır. Bu tarihten itibaren Türkiye-AB ilişkileri, temelde Kıbrıs sorunu ve Fransa'nın tam üyelik hedefine gösterdiği itiraz nedeniyle ancak teknik ağırlıklı konularda son derece düşük bir tempoda ilerlemiştir.”(Gözen 2010:121)

Bu konudaki en son gelişme de, AB ile ilişkilere verilen öneme ilişkin olarak 61. Hükümet tarafından 2011 yılında kurulan *Avrupa Birliği Bakanlığı*'dır. Bakanlık, AB üyelik sürecine ilişkin faaliyetleri koordine etmekle birinci derece sorumlu tutulmuştur.

AB Bakanlığı tarafından yürütülen belli başlı projelerin amaçları, “Türkiye ile AB ülkeleri ve vatandaşları arasındaki ilişkiler geliştirmek, birbirlerini tanımalarına uygun ortamlar sağlamak, hibe ve destekler konusunda bilgi sağlamak, kurum ve kişileri üyelik süreci ve gereklilikleri konusunda bilgilendirmektir.”(www.ab.gov.tr/2014)

### ***Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü'nün Faaliyet Alanları***

Türkiye’de kamu diplomasisi kavramının kullanılması oldukça yeni olmakla birlikte, Başbakanlığa bağlı kurulan *Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü*’nün (KDK) kurulmasından sonra daha yaygın bir şekilde tartışılmaya başlanmıştır. KDK, 2010 yılında kurulmuş ve şu an Türk kamu diplomasisinin tek resmi kurumu olma özelliğini taşımaktadır. Bilindiği üzere, Türkiye 2000’li yıllardan itibaren aktif bir dış politika izlemiştir. Tüm bu perspektifte dış ülke vatandaşları ile daha yoğun ve etkin bir iletişim ve ilişki kurulması gerekliliği üzerinden strateji geliştirilmiştir.(Özkan 2012)

KDK’nın kurulma gerekliliği özellikle “bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler ile uluslararası alanda ortaya çıkan fırsatlar ve tehditlerin, kamu diplomasisi konusunda görevli kurumlar arasında daha etkin bir koordinasyonu, yakın işbirliğini ve hızlı karar alma süreçlerini zorunlu hale getirmesi olarak belirtilmiştir. İlgili genelgede, KDK’nın sekreteryaya hizmetlerinin Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü tarafından yerine getirileceği belirtilirken, tüm kamu kurum ve kuruluşlarının, sahip oldukları personel, mali kaynaklar, yurt dışı teşkilatları ve teknik ve bilimsel kapasiteleriyle KDK’nın faaliyetlerinin yürütülmesine yardımcı olacakları, Türkiye’nin kamu diplomasisi faaliyetlerinin gerçekleştirilebilmesi için hazırlanacak yıllık faaliyet planları çerçevesinde ilgili kurum bütçelerine ödenek konulacağı yer almıştır.”(http://kdk.gov.tr/2014)

Türkiye’de kamu diplomasisi adı altında kurulan ilk resmi kurum olma özelliğini taşıyan koordinatörlüğün vizyonuna ve misyonuna bakıldığında kurumun misyonu şu şekilde belirtilmiştir:(www.kdk.gov.tr)

“ (...) Yükselen bir güç olarak Türkiye’nin stratejik iletişim ve kamu diplomasisi alanlarında etkin ve başarılı olması, milli çıkarlarının, bölgesel etkinliğinin ve küresel sorumluluklarının vazgeçilmez bir unsurudur. (...) Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü, bu çerçevede gerek ülkemizin güçlü mirasını ve çağdaş tecrübesini gerekse son yıllarda bölgesel ve küresel siyasette artan etkisinden yola çıkarak, Türkiye’nin yeni hikayesini etkin bir şekilde anlatmayı, farklı kesimlerle diyaloga geçmeyi ve çok-taraflı bir iletişim ekseninde faaliyet yürütmeyi amaçlamaktadır.”

Kurumun vizyonuna gelince; “Kamu diplomasisi, Türk dış politikasının ve ince güç kapasitesinin en önemli araçlarından biri olarak Türkiye’nin uluslararası kamuoyunda görünürlüğünü ve etkinliğini artırmayı hedeflemektedir. Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü Türkiye’nin doğru ve etkin bir şekilde tanınması ve bilinmesi için kamu kurumları ile sivil örgütlenmeler arasında koordinasyonu sağlamaktadır. Türkiye’nin tanıtımında ve algı yönetiminde merkezi bir öneme sahip olan ve diplomasi, dış yardımlar, bilim ve teknoloji, ekonomi, yükseköğretim, turizm, kültür, sanatve medya gibi geniş bir alana yayılan kamu diplomasisi faaliyetleri, Türkiye’nin yeni potansiyellerinin dünya kamuoyunda tanınmasını sağlar. Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü bu farklı faaliyet kalemlerinin koordinasyonunu sağlayarak Türkiye’nin stratejik iletişimine ve etkin tanıtımına katkıda bulunur” şeklinde ifadeler yer almıştır.(www.kdk.gov.tr)

Türkiye’nin uluslararası ortamda tanıtımını yapmak, saygınlığını arttırmak için kurulan KDK’nın faaliyet alanları ise aşağıdaki gibi sıralanmış bulunmaktadır: (www.kdk.gov.tr/2014)

- Ülkelerin fikir önderleri ve politikacılarıyla bağlantı kurmak, düşünce kuruluşlarıyla kamuoyunu şekillendirmek adına lobi ve tanıtım faaliyetleri yapmak,
- Türkiye’yi anlatmaya yönelik diğer ülkelerle yapılan akademik toplantılar nezdinde siyasal iletişim faaliyetleri gerçekleştirmek,
- Önde gelen akil adamlar ile yapılan toplantılar ve görüşmeler sayesinde Türkiye gündemine ve ilgili ülkenin gündemine bu kişileri taşımak,
- Gazeteci heyetlerini, büyük edebiyat yazarlarını, dünyanın önde gelen senaristlerini Türkiye’de ağırlayarak tarih ve kültürel mirasın derinliğini yerinde yaşamalarında, eserlerine bu zenginliği yansıtılabilmelerinde aracı olmak,
- Türkiye’de yerleşik basın temsilcileri ile görüşmeler gerçekleştirmek,
- Akademik ve sosyal faaliyetler bağlamında özellikle yurtdışında Türkiye ile ilgili çalışan doktora ve master öğrencilerinin ülkemize gelmesinde imkan sağlamak.

KDK yukarıda belirtilen şekliyle “Türkiye’nin kamu diplomasisi faaliyetlerine duyduğu gereksinimden yola çıkarak kuruluşlararası koordinatörlüğün yanısıra kamu diplomasisi alanında gündem ve ilgi oluşturacak çift yönlü ve kişilerarası iletişime olanak tanıyacak *Akil Adamlar Konferansları, Gazeteci Heyetleri Programı, Ülke Programları, Yabancı Basını Bilgilendirme, Tanıtım Faaliyetleri, Kamu Diplomasisi*

*Panelleri, Dış Politika Çalıştayları, Avrupa Toplantıları* gibi etkinlikler ve faaliyetler gerçekleştirilmektedir.”(<http://kdk.gov.tr/2014>)

### ***Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı (TİKA)’nın Kamu Diplomasisi Faaliyetleri***

Ülkelerin yardım kuruluşları “öteki ülkeler ve halklarıyla kurulan ilişkilerde, insanların kalplerini ve akıllarını kazanmada önemli işlevler görmektedir. Esasen ülkelerin uluslararası topluma karşı sosyal sorumlulukları olarak nitelendirilebilecek bu faaliyetler birçok ülke tarafından özel olarak kurulmuş kurumlar ya da örgütler aracılığıyla yerine getirilmektedir. Türkiye’nin dış siyasetinin ince boyutunu oluşturan en önemli kurumlardan biri de TİKA olarak gösterilmektedir.”(Usul 2012:18)

Kalkınma yardımları günümüzde artık ülkelerin “dış politikalarının önemli bir aracı haline gelmiş, başka ülkelerin kalkınmasına, gelişmesine yapılan katkılar o ülkenin, diğer ülkeler ve halkları nezdinde gücünü pekiştirmesine yardımcı olarak cazibe merkezi olmasını sağlamaktadır.”(Özkan <http://www.kamudiplomasisi.org/2014>)

Nye, AB kamu diplomasisi üzerine yaptığı değerlendirmede “çıplak güç kullanımı, meydan okuma ve tektaraflılık gibi yöntemlerin yerine diplomasi, ticaret ve kalkınma yardımı gibi yöntemleri ikame ederek, gelişmekte olan ülkelerin sempatisinin kazanıldığı ve bu ülkelerin modernleşme amacıyla yürürlüğe koyduğu yasal ve ekonomik düzenlemelerde AB standartlarının esin kaynağı olduğunu” vurgulamıştır.(Nye 2005)

TİKA’nın “proje ve programlarının koordinasyonunu sağlamak üzere 100’den fazla ülkede 33 Koordinasyon Ofisi bulunmaktadır. Koordinatörlük sistemini Orta Doğu, Doğu Avrupa, Balkanlar, Afrika, Kafkasya, Orta Asya, Güney Asya, Güney Avrupa olarak bölümlere ayıran TİKA, Afganistan, Arnavutluk, Azerbaycan, Bosna-Hersek, Etyopya, Filistin Ulusal Yönetimi, Gürcistan, Karadağ, Kazakistan, Kırgızistan, Kosova, Makedonya, Moğolistan, Moldova, Özbekistan, Pakistan, Sırbistan, Senegal, Somali, Sudan, Suriye, Tacikistan, Türkmenistan, Ukrayna (Kırım) gibi ülkelerde faaliyetlerini sürdürmektedir.”(<http://www.tika.gov.tr/2014>)

TİKA, alanında lider olarak, “uluslararası standartlarda, saygın, hedeflerini değişen dünya konjonktürüne göre revize ederek, her zaman zirvede kalan bir teknik yardım kuruluşu olmayı vizyon olarak benimsemiştir. Bu çerçevede, bütün kesimleri kucaklayan, bölgesel işbirliklerini geliştiren projeler uygulayarak, barışa ve işbirliğine uygun ortamları oluşturmayı, az gelişmiş bölgelerde (Afrika, Orta Doğu v.b.), öncelikli

insani sorunların çözümüne yönelik projeler uygulamayı, yaraların kısmen sarılmasını, ‘kalkınma desteği’ sağlayarak bu bölgelerde yeni işbirliği alanları oluşturmayı, nispeten gelişmiş bölgelerde, (Doğu Avrupa, Orta Asya) makro projeler uygulamayı, işbirliği olanaklarını maksimize etmeyi ve ‘kalkınma için küresel ortaklık anlayışı’ ile sistemleri uyumlu hale getirmeyi, kültür coğrafyasının kültürel unsurlarını ve değerlerini evrensel boyuta taşımayı son olarak ‘küresel işbirliğini’ kolaylaştırmayı benimsemiştir.” (<http://www.tika.gov.tr/2015>) TİKA’nın tüm bu vizyon çerçevesinde yürüttüğü faaliyetleri ile ilgili üçüncü bölümde ayrıntılı inceleme gerçekleştirilmiştir.

### ***Hükümet Dışı Kuruluşların Yürüttüğü Kamu Diplomasisi Faaliyetleri***

Kamu diplomasisi çok taraflı diplomasinin bir parçası olarak tanımlanmaktadır. Klasik diplomasi ise bürokratların ve diplomatların aralarındaki resmi ilişkilerle sınırlı kalmaktadır. Dolayısıyla, kamu diplomasisini klasik diplomasiden ayıran en önemli unsurlardan biri hükümet dışı kuruluşların ve sivillerin süreçlere ve sonuçlara etkisi olmaktadır.

21. Yüzyıl katılımcı demokrasi rejiminin olmazsa olmazı olarak tanımladığı sivil örgütler, sivil inisiyatifler liberal sistemin işleyişinde başat rol oynayan mekanizmalardan sayılmaktadırlar. Demokrasilerde siyasal kararların meşuriyetinin sağlanması büyük oranda bu sürece katılan aktörlerin sayısı ve nitelikleriyle ölçülmektedir. Bu bağlamda da, kamu diplomasisinde hükümet dışı aktörlerin ve kurumların, bir başka ifadeyle sivil yapılanmaların etkinliğinin doğrudan hükümet kurumlarının etkinliğine göre daha yüksek olduğu gözlemlenmektedir. Halklarla doğrudan ilişki kurma fırsatını daha kolay elde edebilen sivil örgütler, bu güven indeksi ile daha etkili ülke algısı yaratabilmektedirler.

Öyle ki, bu çerçevede “hem hükümet kurumlarının bu tür etkinlikler için her zaman yeterli kaynağı olmayabileceği hem de toplumun farklı kesimlerinden yeterli temsili ve katılımı gerçekleştiremediği ifade edilmiş, bu yüzden STK ve özel kuruluşların bu boşluğu doldurabileceği ve hükümetlerin destekçisi olabilecekleri vurgulanmıştır. Farklı ülkelerin ortaklaşa oluşturdukları kurumlar doğrudan hükümet kurumları gibi davranmak yerine yukarıda söz edilen özel kurumlar kategorisine de girebilmektedir. Orta Asya ülkeleri ile Türkiye’nin ilişkilerinin gelişmesi için 1993 yılında kurulmuş olan TÜRKSOY, Türkiye, Azerbaycan, Kazakistan, Kırgızistan, Özbekistan, Türkmenistan ve Türkiye arasında kurulmuş, Türk kökenli ve Türk Dili

konuşan Türk devletleri ve halklarının birbirlerini daha iyi anlamalarını sağlamak için, Türk Dili konuşan devlet ve halklarının kültür ve sanatının korunması, yeniden canlandırılması ve gelişmesi yönünde faaliyetlerde bulunmaktadır. Türkiye'nin kamu diplomasi faaliyetleri açısından önemli bir bölgeyi temsil eden Kafkaslar ve Orta Asya, SSCB'nin çöküşünden sonra TİKA'nın da kuruluşunun ana nedenini oluşturmuştur.”(<http://www.mfa.gov.tr/2014>)

Bu ülkeler arasında başlayan kültürel işbirliğini genişletmek amacıyla kurulan “*Türk Kültür ve Sanatları Ortak Yönetimi (TÜRKSOY)*”un Türk dili konuşan ülkelerin kültür ve sanat alanlarında işbirliğini ve ilişkileri sağlamaları olarak belirtilmiştir. TÜRKSOY’un faaliyetlerinde Maltepe Üniversitesi ve Kazakistan Mimarlık ve İnşaat Mühendisliği Baş Akademisi (KazGASA) işbirliğiyle İstanbul’da Maltepe Üniversitesi yerleşkesinde Uluslararası Avrasya Ülkeleri Mimarlık ve İnşaat Mühendisliği Okulları, Diploma Projeleri Festivali, Hakas Cumhuriyeti’nde Geleneksel Müzik Sanatı Aytıs Festivali, 'Cengiz Aytmatov Günleri', Ressamlar Buluşması gibi kültür sanat etkinlikleri ön plana çıkmaktadır.”(<http://www.turksoy.org.tr/2014>)

Ayrıca, yukarıda değinildiği üzere, AB ve AB ülkeleri ile ilişkilerin geliştirilmesi için salt hükümet kurumları değil sivil toplum örgütleri ve bağımsız meslek kuruluşları da çalışmalar yürütmektedir. Bu kuruluşlar içerisinde en önemlilerinden biri *Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği (TÜSİAD)*’dir. TÜSİAD’ın etkili çalışmalarından örnek vermek gerekirse, 2011 yılında Almanya’ya yönelik ‘*Turkey: A Culture of Change*’ adlı bir tanıtım kitapçığı hazırlanmıştır. Almanya’da iş dünyası temsilcilerine, kanaat önderlerine, politikacılara ve basına dağıtılmıştır. Kitapçıkta, “ ‘*çokkültürlülük ,merak, hayalgücü, misafirperverlik, cesaret, tutku*’ temaları, Türkiye'nin stratejik coğrafi konumu, ekonomik büyüme kapasitesi, girişimcilik potansiyeli, eğitim ve sanat alanında son dönemde atılan önemli adımlar görsel içerik ile zenginleştirilerek sunulmuştur.”(<http://www.tusiad.org/2014>) TÜSİAD yürüttüğü çalışma ve etkinlikleriyle, özellikle AB ile ilgili ülke politikalarına oldukça fazla destek vermeye devam etmektedir.

Bu uygulamaların teorisine bakıldığında, ulus markalamasının önde gelen savunucularından Simon Anholt, “kamu diplomasisini ihracat, turizm ve direkt yabancı yatırımından sonra tamamlayan ve güçlendiren dördüncü boyut olarak belirtmiştir.”(Zaharna 2010:90) Erzen’e göre ise, “bir ülkenin markalaşması üç alan ile gerçekleştirilmektedir. Bunlar marka ihracı, dış ülkelere direk yatırım ve turizm olarak



sıralanmaktadır. Ülkelerin çıkardıkları markalar, ihraç ettikleri ürünler ve turizm oranları o ülkenin tanıtımında ve gelişmişlik seviyesinde önemli göstergeler durumundadır.”(Erzen 2012:113)

Bu noktada, kamu diplomasisi adına önemli bir değişken olarak ‘*marka ihracı*’ konusuna da değinmek gerekmektedir. Bu kapsamda değerlendirilebilecek özel şirketler ve ekonomik birlikler Türkiye’nin kamu diplomasisi faaliyetlerinin önemli bir temsilcisi durumundadır. Kamu diplomasisinde Türkiye’nin tanıtım elçisi durumuna gelen bu şirketler ve bireyler buldukları ülkelerde yaptıkları yatırımlarla, verdikleri hizmetlerle, buldukları ülkelerin insanlarıyla kurdukları ilişkilerle ve de yürüttükleri sosyal sorumluluk faaliyetleriyle Türkiye’nin kamu diplomasisi çalışmalarının büyük destekçisi olmaktadır.

Ayrıca, belirtmek gerekirse, Türkiye’de kamu diplomasisi konusunda toplumsal bir bilinç oluşturmada düşünce kuruluşlarının da önemli katkıları bulunmaktadır. Bu kapsamda *Türkiye Stratejik Araştırmalar Merkezi (TASAM)*’ın bünyesinde kurulan “*Kamu Diplomasisi Enstitüsü (KDE)* bu konuda gerek bilgi ve veri altyapısı, gerekse düzenlediği toplantılar, paneller ve organizasyonlarla Türkiye’de kamu diplomasisi olgusunun tanınmasına destek vermektedir.”(www.tasam.org.tr/2015)

Enstitü’nün amaçları genel olarak, “Türkiye’nin stratejik değerini artıracak, ince gücünü aktif olarak kullanmasına imkan sağlayacak faaliyetlerde bulunmak, bu çerçevede sivil inisiyatif hareketine geçirmek, Türkiye’nin birikim ve olanaklarından en verimli şekilde yararlanılmasını sağlayacak ortam ve zemini hazırlamak” olarak belirtilmiştir.(<http://www.kamudiplomasisi.org/2015>) KDE’nin hedefleri arasında ise şu öncelikler yer almaktadır:

- Türkiye’nin izlediği çok boyutlu dış politikaya paralel olarak yerel, ulusal ve uluslararası nitelikte ekonomi, siyaset, kültür, bilim, eğitim, teknoloji, sanat konularında kongreler, forumlar, çalıştaylar ve benzeri toplantılar düzenlemek,
- Bu tür toplantıları düzenlerken, bölge ve dünyanın çeşitli yerlerindeki ülkelerin uzman, akademisyen, bilim insanı ve sivil toplum örgütlerinin temsilcileriyle ilişki kurmak, etkileşim içerisine girmek; ülkemizin birikimlerini onlara aktarmak, onların birikimlerinden yararlanma yoluna gitmek,
- Ulusal ve uluslararası toplantılarda Türkiye’nin çıkarlarının gerektirdiği konulara öncelik vermek, bu toplantılardan çıkacak sonuçları ve çözüm önerilerini karar vericilere aktarmak,
- Türkiye’nin temel sorun alanlarıyla ilgili kamu diplomasisi konseptinde bilimsel çabı yapmak, rapor hazırlamak, araştırma yapmak. Yürütülen bilimsel çabılarda ve araştırmalarda karar vericilerin ihtiyaç duyduğu konulara öncelik vermek, yapılan

- çalışmanın boyutuna ve stratejik önemine göre farklı kurum ve kuruluşlarla iş birliği yapmak, ortak çalışmalar yürütmek,
- Kamu Diplomasisi konusunda, toplumun ve kamu yönetiminin bilgilenmesi ve bilinçlenmesi konusunda çalışmalar yapmak; Bakanlıklar, Genel Müdürlükler, Valilikler, Kaymakamlıklar ve Belediye Başkanlıkları ile ortak projeler yürütmek,
  - Kamu yönetimi ile halk arasında iletişim köprüsü görevi görmek; kamudan, kamuoyuna yönelik olarak verilen mesajların etkinliğini ve verimliliğini artıracak çalışmalar yapmak,
  - Türkiye'nin uluslararası alandaki tanıtımının etkinliğini artıracak stratejik iletişim çalışmalarını yürütmek, yeni iletişim teknolojilerinin dış tanıtımda etkin olarak kullanılması için önerilerde bulunmak, bu konuda projeler geliştirmek,
  - 'Algılama Yönetimi' konusunda bilimsel çalışmalar yapmak; ülkemizin yurtdışındaki algısını olumlu yönde geliştirecek/pekiştirecek projeler üretmek,
  - Ülkemizin akademisyen ve uzman birikimini doğru projelerle buluşturmak ve bu önemli potansiyeli ülkemizin siyasal, ekonomik, sosyal ve kültürel gelişimine hizmet edecek şekilde değerlendirmek,
  - Türkiye'deki sivil toplum kuruluşlarının daha etkin ve verimli şekilde çalışabilmeleri, uzun vadeli kahçı projeler üretebilmeleri için gerekli insan kaynağı, proje ve bilgi birikimi desteği sağlamak. Sivil toplum örgütleri arasında etkileşimi artıracak, ortak iş yapabilme kültürünü geliştirecek çalışmalar yapmak,
  - Türkiye'nin kültürel birikiminin hem iç hem de dış kamuoyuna doğru ve etkili mesajlarla tanıtılmasını sağlayacak projeler üretmek,
  - Türkiye'nin kültür, turizm, sanat, bilim, spor gibi olanaklarının kamu diplomasisi faaliyetlerinde etkin bir güç olarak kullanılmasını sağlayacak çalışmalar yürütmek olarak sıralanmıştır. (<http://www.kamudiplomasisi.org/2015>)

Ayrıca, ifade etmek gerekirse, *Uluslararası Stratejik Araştırmalar Kurumu* (USAK), *Türkiye Ekonomik ve Sosyal Etüdler Vakfı* (TESEV) vb. araştırma kurum ve kuruluşları tarafından da kamu diplomasisi faaliyetlerine destek sağlayacak çalışmalar yürütülmektedir.

### **3.3.4. Türk Kamu Diplomasisinin Sınırları**

Kamu diplomasisi, "uluslararası halkla ilişkiler şirketlerinin, kurumların ya da hükümetlerin diğer halkların politikalarıyla ortak faydaya dayanan ilişkiler kurma amacıyla yürüttükleri planlı ve organize çabalar" olarak tanımlanmıştır.(Gilboa 2008:57)

Türkiye'nin de sahip olduğu "politik, ekonomik, legal, medya sistemleri ve eylemsellik düzeyi kamu diplomasisi politikalarını ve sonuçlarını etkilemektedir. Türkiye'nin son yıllarda gerçekleştirdiği olumlu politikalarının yanı sıra geçmişten

günümüze bazı yanlış algılamaların, propagandaların ve sorunların yarattığı olumsuz söylemler de bulunmaktadır. Bu algılamalar ve söylemler Türkiye'nin kamu diplomasisi çabalarının önünde birer engel ve mücadele alanı olarak varlığını sürdürmektedir. Türkiye'nin kamu diplomasisindeki en büyük kısıt alanlarından birinin kamu diplomasisinin uzun zaman ihmal edilmesiyle ortaya çıkan yanlış tanınma ve dünyaya kendini iyi ifade edilmeme olarak belirtilmektedir.”(Mengü vd. 2012:98)

Halkla ilişkiler yönetimi ve anlayışı “nasıl öncelikle kurum içinde başlatılıyorsa benzer şekilde kamu diplomasisinde de başarıyı elde etmenin yolu, sadece devletlerarası bir çalışma alanı olarak sınırlandırılmasında değil, ülke halkının eksiksiz bilinçlendirilerek, geniş katılım ve anlayış ortamının yaratılmasıyla olanaklı olacağı ifade edilmiştir.”(İnan 2012:69)

Türkiye’de kamu diplomasisinin yerleşmesi yönünde yapılması gerekenlerin “öncelikle devletin hakimiyetinin ve kontrolünün bireyin özgürlüğü ve demokratikleşmesi lehine azaltılması, din, ideoloji, mezhep, ırk ayrımı yapmadan hem bölgesel hem de uluslararası alanda stratejiler geliştirilmesi, pasif olan resmi kuruluşların daha verimli hale getirilmesi için yeni bir çatı altında birleştirilmesi, çağdaş ve modern devletin tanımı, özellikleri ve yeniden yapılandırılması yönünde çalışmalar yapılması, hükümsüz bir devlet kurulmayacağı gibi halksız bir hükümet olamayacağı fikrinden hareketle bireyin öne çıkartılması olarak sıralamıştır.”(Salha, [www.kamudiplomasisi.org](http://www.kamudiplomasisi.org))

Türkiye'nin Cumhuriyet sonrasında “sadece Batı’ya dönük politikalar izlemesi, uzun yıllar Ortadoğu, Kafkasya ve Balkanlardaki ülkelerle ilişki kurmasını engellemiştir. Dolayısıyla son dönem politikalarının en önemli amacı eski ilişkileri yeniden tesis etmek, önyargıları ortadan kaldırmak ve yeniden bir işbirliği ve ilişki düzlemi oluşturmak olarak belirtilmektedir.”(Güzer, [www.ekopolitik.org](http://www.ekopolitik.org)/2014) Elbette bu süreçte, Cumhuriyet Türkiye’si’nin özellikle Kafkasya ve Balkanlardaki Türk diasporası ile ilişki geliştirmesi konusunda 1990’lı yıllara kadar devam eden SSCB faktörü unutulmamalıdır.

Dolayısıyla, özellikle 1990’lı yıllarla birlikte birçok alanda gelişim ve dönüşüm yaşayan Türkiye siyasal, ekonomik ve sosyal alanlarda sorun alanlarını daha gerçekçi şekilde ortaya koyarak, bu alanlarda sorun çözücü politikalar üretme kapasitesini geliştirmeye başlamıştır. Neoliberal politikalarla serbest piyasa ekonomisinde hareketliliği artırması, ekonomik yapının yanısıra siyaset ve hukuk alanlarındaki

reformlarla daha demokratik ve özgürlükçü bir görünüm kazanması, dünya kamuoyundaki Türkiye algısında belli ölçülerde de olsa olumlu dönüşümler yaratmaya hizmet etmiştir denilebilir. Ancak, tüm bu olumlu açılımların yanında Türkiye’de demokratikleşme sürecinin de getirdiği birçok siyasal ve hukuksal krizlerle karşı karşıya kaldığı da belirtilmelidir.

Özellikle, komşularla sıfır sorun temelli yaklaşımın uygulamada sağlanamadığı anlaşılmaktadır. Ve hatta Türkiye’nin diplomasi dilinin uzlaşma niteliğinden daha çok sert söyleme kaydığı görülmektedir. Buna son dönem başta Suriye ve Rusya olmak üzere, İran ve İsrail ilişkileri de örnek olarak verilebilir. Ortadoğu’da son yıllarda yaşanan ve ‘*Arap Baharı*’ denilen siyasal hareketlenmelerin Suriye’ye sıçramasıyla, tehlikeli bir sürece girilmiş, Türkiye’nin muhalif hareketleri desteklemesiyle de kopma noktasına gelmiştir. (<http://www.mfa.gov.tr/2015>)

Bu noktada, belirtmek gerekirse, Türkiye’nin ‘*gündem belirleme gücü*’nün bölgede çok etkili olmadığı anlaşılmaktadır. Oysa, bir ülkenin gerek kendi bölgesinde gerekse de uluslararası konjonktürde gündem belirleme gücü, ince gücünün kapasitesini ortaya koymaktadır. Türkiye bu bağlamda, kendi bölgesindeki ve Türk diasporasındaki dış kamulara ulaşabilmek adına TRT bünyesinde TRT Şeş, TRT AVAZ, TRT Türk ve El-Türkiye (TRT Arap) kanallarını kurmuştur.

*Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi* adlı makalede de “Türk medyasının söylemlerinde askeri güç, ulusal güvenlik, toprak bütünlüğü, güç kullanımı gibi kavramları ön plana çıkararak, tehdit endeksli güvenlik anlayışına dayalı söylem oluşturduğu, haberlerin çerçeveleme esnasında tek taraflı bir bakış açısının egemen olduğu, ideolojik farklılıklar olsa bile devlet ile genelde paralel görüşler ortaya konulduğu, bu tutumun ise karşı tarafın Türkiye’ye karşı anlayışla davranmasına engel olduğu şeklinde” değerlendirmelerde bulunulmuştur.(Efegil, [www.kamudiplomasisi.org](http://www.kamudiplomasisi.org))

Dış siyasetin “akıllı, ölçülü, zamanlaması iyi yapılmış eylem alanı, dinamik bir süreç olduğundan yola çıkarak başarılı bir dış siyasette olayları önceden görebilen bir diplomasi gerektiği, bunun için dünya olaylarının ciddi izlenmesi ve doğru değerlendirilmesi gerektiği üzerinde durulmaktadır. Türkiye’nin ise dış siyaset üretmeden çok, yapılan siyasetleri izleme yoluna gittiğini belirtmektedir.”(Yavaşgel 2012:9)

“(…) Saygınlık siyasetinin temel iki hedefi vardır. İlki yalnızca saygınlık kazanmak; ikincisi status quo ya da emperyalist bir dış siyaseti desteklemek için saygınlık kazanmak. Ulusların iç siyasetinde saygınlık, yalnızca saygınlık olarak bir hedef oluşturabilir. Ancak,

dış siyaset alanında bu ender görülen bir durumdur. Dış siyasette saygınlığın temel hedefi, ülkenin gücünün bilinip ünlenmesi değil, bu kuvvetin daha da güçlenmesi ve korunması için uğraş veren dış ilişkilerin destekçisi durumunda bir yan ürün olmasıdır. Saygınlık siyasetinin 'status quo' ya da emperyalist siyaseti yararına bir işlev yüklenmesinin nedeni, doğrudan doğruya uluslararası siyasetin kendi öz doğasından kaynaklanır. Bütün ulusların dış siyasetleri, ulusların aralarındaki güç ilişkileri ile ilgili yapılan tahmine ve bu güç ilişkilerinin yakın ve uzak gelecekte ne yönde değişebileceğine ilişkin hesaplara dayanır.(...)"

Söz konusu bu "realist değerlendirmeler paralelinde hareket edildiğinde, Türkiye'nin dış politikasının sert güç unsurlarına dayandırılması ülkenin uzun dönemli dış politika ve kamu diplomasisi politikalarının saygınlığını azaltacak ve başarısını engelleyecektir."(Yavaşgel 2012:9)

Türkiye gibi "bir yandan Avrupa entegrasyon hareketine katılmak isteyen, öte yandan doğusundaki ülkelerle geleneksel bağlarını korumak durumunda olan, ayrıca jeopolitik durumu gereği sık sık uluslararası sorunlarla karşılaşan ve nihayet aleyhinde haksız da olsa, bir çok tarihsel önyargılar bulunan bir devletin dünya kamuoyuna ve çeşitli devletlerin tepkilerine daha çok dikkatli ve duyarlı olması gerektiği açıktır."(Yavaşgel 2012:23)

Ayrıca, son yıllarda Ortadoğu'da yaşanan olaylar Türkiye'nin bölge ülkeleri ile ilişkileri ve yürüttüğü kamu diplomasisiyle ulaştığı anlamlı başarıyı tehdit eder boyutlara ulaşmaktadır. Türkiye'nin bölge ile ilgili sürdürdüğü politikalar ve aldığı siyasal ve askeri kararlar bölgenin politik aktörleri ile iletişimini dondurma noktalarına vardırılmaktadır.

TESEV'in 2011'de yaptığı "Ortadoğu'da Türkiye Algısı" araştırmasında 2009, 2010 ve 2011 yıllarında yapılan üç araştırma karşılaştırılmış, ülke bazında Türkiye algısında yaşanan değişiklikler incelenmiştir. Burada en radikal değişim Suriye'de gözükmüş; 2009 ve 2010 yıllarında sırası ile %87 ve %93 olan Türkiye'yi olumlu değerlendirme oranı 2011'de %44'e düşmüştür. Bir diğer belirgin düşüş ise 2010 yılında İran'daki katılımcıların %85'i Türkiye'ye olumlu bakarken bu oran 2011 yılında %71'e düşmüştür. Türkiye'ye olumlu bakma oranının gerilediği diğer ülkeler Ürdün, Lübnan ve Filistin olmuştur.(Akgün 2011:5)

Öyle ki, günümüzde uluslararası ve bölgesel güvenlik kaygılarının artan gerçekliği karşısında ülkelerin sert güce yönelme riski artmaktadır. Yapılması gereken sert güç ve ince güç taktiklerinin ve araçlarının başarıyla dengelendiği '**akıllı güç**' konseptinin oluşturulmasıdır.

Kamu diplomasisinin çok aktörlü yapısı dikkate alındığında Dışişleri Bakanlığı'nın kurumsal kapasitesinin tek başına bir ülkenin kamu diplomasisinin değerlendirilmesi için yeterli olmayacağı açıktır. Bu konuda olması gereken yetkinliğe ulaşılması için, kamu diplomasisinin hükümetlerin politikalarından çok ülkenin tüm kurumlarının ve vatandaşların katılımını sağlayacak ortak politikalar çerçevesinde yürütülmesi yönünde stratejik bir iletişim planı ve program modelleri geliştirilmelidir.

Türk kamu diplomasisi için önemli kısıt noktalarının aşılması için bazı önerilerde bulunulmuştur:(Efeğil/www.kamudiplomasisi.org/2015)

- Devlet özgürce, korkmadan, devlet sırrı, ulusal güvenlik, ulusal çıkar gibi muğlak kavramları ön plana çıkararak, ihtiyaç duyulan bilgileri kamuoyundan uzak tutmamalıdır. Aksine iki kesimin bilgi kaynağı haline getirilmelidir.
- Dış politikanın özgürce tartışılmasına olanak sağlanmalı, devlet birimleri, diğerlerine kendi görüşlerini dayatmak yerine, onların da görüşlerini dikkate almalıdır.
- Siyasi elitler, kanaat önderleri ve medya mensupları, sert ve realist söylemden uzaklaşmalı, daha teknik ve daha bilimsel veriler üzerine konuşmalılardır.

Sonuç olarak, kamu diplomasisinin ve faaliyetlerinin niteliği, stratejisi, hedefleri, uluslararası ilişkiler ve iletişim alanındaki yerinin tespiti, bu alanda yetkinlik kazanmak için gerekli koşulların başında sayılmaktadır.

**BÖLÜM 3**  
**KALKINMA YARDIMLARI ÇERÇEVESİNDE**  
**TÜRKİYE’NİN ULUSLARARASI STRATEJİK ETKİNLİK**  
**İNCELEMESİ**  
**[Kırgızistan’da Türkiye Kamu Diplomasisi İncelemesi]**

**1. DEĞİŞİMİN BAŞLANGICI: KALKINMA İÇİN KÜRESEL ORTAKLIK ANLAYIŞI**

Modern çağın başlangıcı sayılan *Vestfalya Barış Antlaşması* uluslararası siyaset dengeleri ve diplomatik ilişkiler açısından tarihsel bir dönüşümün simgesini oluşturmuştur. Otuz Yıl Savaşları ve Seksen Yıl Savaşlarının ardından, Kutsal Roma İmparatorluğu, Alman Prenslükleri, İspanya, Fransa, İsveç ve Hollanda Cumhuriyeti temsilcileri arasında 24 Ekim ve 15 Mayıs 1648’de imzalanmıştır. İmzalanan barış antlaşması, *Westfalya Sistemi* olarak adlandırılan ‘egemen ulus-devlet’ anlayışını güçlendirmiştir. Hatta “*Fransız devrimine dek yapılan tüm anlaşma ve ittifaklar için temel oluşturduğu*” ifade edilmektedir.(Sönmezoğlu vd., 1992:345) Westphalya Anlaşması’nın bugün dünya barışının dikkate aldığı çok önemli üç ilkesi aşağıdaki gibidir:([www.tarih.gen.tr/20.12.2015](http://www.tarih.gen.tr/20.12.2015))

- Devletlerin egemenliği ve siyaset Self Determinasyon (Geleceklik Hakkı) esasları prensibi,
- Devletlerarası (yasal) eşitlik prensibi,
- Bir devletin iç işlerine başka bir devletin karışmaması prensibi.

Bu prensipler bugün uluslararası ilişkiler paradigmasında yaygın siyasetalist görüşü oluşturmaktadır. Bu bağlamda da, ‘Vestfalya Barışı’nın ardından yaygınlaşmaya başlayan ve zamanla modern dünya sistemini tanımlayan en önemli kavramın ‘egemenlik’ olduğu vurgulanmaktadır. Öyle ki, çağdaş uluslararası ilişkilerin temeli bu anlaşma ile atılmıştır.

Vestfalya Barış Antlaşması, ‘ulusal devlet egemenliği’ ilkesini temel hak olarak tanımıştır. Bu dönemden itibaren uluslararası ilişkilerde devletler temel oyuncu rolüne bürünmüştür. I. Dünya Savaşı’nın sonucunu belirleyen *Versaille-Washington Sistemi*’nin yanı sıra, 2000’li yıllarda bilgi teknolojilerindeki dönüşümler, bu ilkeye birçok yenilik getirmiştir. Bununla birlikte günümüzde de temel ilke, her devletin kendi topraklarında egemenlik hakkının olması ve uluslararası toplumun bu devletin ilişkilerini bu prensip üzerinden kurmasıdır.([www.tuicakademi.org](http://www.tuicakademi.org) 05.01.2015)

Bu perspektifte, modern dünyanın inşasında kalkınma yardımlarının lokomotif bir etki sağlamaya başladığı, denizaşırı ve sınır-ötesi nitelikleriyle de ulus-devletlerin uluslararası politikaları açısından önemli bir hareket alanı yarattığı anlaşılmaktadır. Özellikle, 19. Yüzyılın ilk yarısından itibaren üretimde ve ulaşımda makinalaşmanın yaygınlaşması ile birlikte söz konusu kalkınma yardımlarının ulaştırılmasında kolaylık sağlanmıştır. Bu şekilde de, 'yardım yapan' ve 'yardım alan' arasındaki gerek ekonomik gerekse de siyasal ilişkilerin gelişimi hız kazanmıştır.

Süregelen dinamik gelişmelerle, özellikle 19. yüzyılın ortalarından itibaren bağımsızlık hareketlerinin ivme kazanması, imparatorlukların etnik unsurlar üzerindeki otoritesini zayıflatırken, üçüncü ülkelere desteklenen bağımsızlık hareketlerine yapılan yardımların diplomatik ilişkileri de önemli ölçüde belirlediği dikkat çekmektedir. Bu dönemde farklı ulusal ve etnik yapıların Osmanlı Devleti'nden koparılması yönünde sağlanan yardımlar ve lojistik destekler; İngiltere, Rusya, Fransa gibi ülkeler için bir parçalama stratejisine hizmet ederken, yardım alan unsurlar açısından bağımsızlık hayali sebebi olmuştur.(Laciner 2008:17)

I. Dünya Savaşı'nın ardından, yenilen devletlerin durumunu görüşmek üzere İtilaf Devletleri tarafından 18 Ocak 1919 tarihinde Paris Barış Konferansı düzenlenmiştir. Bu konferansta yenilen devletlerle yapılacak barış antlaşmalarının yanı sıra galip devletler tarafından *Milletler Cemiyeti Yasası* da hazırlanmış ve hazırlanan söz konusu yasa 27 Nisan 1919 tarihli bir toplantıda kabul edilmiştir. *Milletler Cemiyeti* (Cemiyeti Akvam), I. Dünya Savaşı'ndan sonra ABD Cumhurbaşkanı Wilson'ın dünya barışını sağlamak ve korumak amacıyla yayınladığı 14 ilkeye dayanılarak kurulmuştur. "Milletler Cemiyeti'nin başlangıç bölümünde taraf devletlerin milletlerarası işbirliğini geliştirmek ve milletlerarası barış ve güvenliği sağlamak amacıyla olduklarının vurgulanması da esasen uluslararası ölçekte bir yardımlaşma ve işbirliği arayışının göstergesidir. İkinci Dünya Savaşı sonrasında, gerek zayıf sosyo-ekonomik yapıları olan ülkeler ve gerek bağımsızlığını yeni kazanan ülkeler, gelişmiş ülke yardımlarının öncelikli tarafı olmuşlardır."(Başak 2010:24)

Uluslararası yapılanmada, 1960 yılı sonrasında OECD faktörünün devreye girmesiyle kalkınma yardımları çerçevesinde daha düzenli bir döneme girildiği söylenebilir. 14 Aralık 1960 tarihinde Paris'te imzalanan "*Convention on the Organisation for Economic Co-operation and Development*" OECD'nin kurucu antlaşmasını oluşturmaktadır.



İktisadi İşbirliği ve Gelişme Teşkilatı, kısaca OECD İkinci Dünya Savaşından sonra oluşturulan *Batı Sistemi*'nin önemli bir kuruluşudur. Ve “teşkilat, İkinci Dünya Savaşı sonrasında, Batı Avrupa ekonomilerinin desteklenmesi ve onarımı amacıyla, Marshall Planı çerçevesinde ABD ve Kanada'nın o dönemde yaptıkları, yaklaşık 12 Milyar Dolar civarında olan mali yardımın dağıtımına yardımcı olmak ve Avrupa ülkeleri arasındaki ticari ödemeleri serbestleştirerek geliştirmek amacıyla 1947-1960 yılları arasında faaliyette bulunan Avrupa Ekonomi İşbirliği Teşkilatı'nın (OEEC) işlevini tamamlaması üzerine, onun yerine ve daha geniş bir görev tanımı çerçevesinde kurulmuştur.”([www.mfa.gov.tr](http://www.mfa.gov.tr), 05.01.2015)

OECD, “demokratik yapılara ve piyasa ekonomisine sahip 34 ülkenin küreselleşmenin ekonomik, sosyal ve yönetim sorunlarını çözmek ve bu sürecin fırsatlarından faydalanmak üzere ortaklaşa çalıştıkları bir uluslararası kuruluştur.”([www.akademikperspektif.com](http://www.akademikperspektif.com)/20.12.2015) Amaçları da, “ekonomik büyüme, mali istikrar, ticaret ve yatırım, teknoloji, yenilik, girişimcilik ve kalkınma alanlarında işbirliği yoluyla refahın sağlanması ve yoksullukla mücadele konularında hükümetlere yardımcı olmak; ekonomik ve sosyal gelişme ile çevrenin korunması arasındaki dengeyi gözetmek; herkes için iş olanağının yaratılması ve sosyal eşitlik ile etkin ve sağlıklı bir yönetim gerçekleştirilmesini sağlamak; yeni gelişme ve sorunları anlamak ve bunlara çözüm üretmek konularında hükümetlere tavsiyelerde bulunmak” şeklinde belirlenmiştir.([www.mfa.gov.tr](http://www.mfa.gov.tr), 05.01.2015)

Uluslararası kalkınma yardımlarının planlamasında OECD'nin kurulması ile birlikte ilerleme sağlanmıştır. Ancak, soğuk savaş dönemindeki iki kutuplu dünya düzeninin kalkınma yardımları üzerinde büyük ölçüde etkisi gözlemlenmiştir. Dolayısıyla, 1945-1990 yılları arasında ilgili yardımlarda güvenlik kaygısı ön planda yer almıştır. Ancak, 1989'da Berlin Duvarı'nın yıkılması, Sovyet rejiminin çökmesi gibi tarihi olaylar farklı bir sürecin habercisi olmuştur.

Bir yandan Orta Asya ve Doğu Avrupa'da yeni bağımsız olan devletlerin durumu; diğer tarafta Avrupa Birliği'nin (AB) genişleme temayülü, dış yardım konusunu hızla hareketlendiren etmenler olmuştur. Öyle ki AB yaklaşımı ekonomik entegrasyon yanında sosyal konuları da içeren son derece geniş bir faaliyet alanına sahiptir. Nitekim bu dönemde çoğulcu demokrasi, özelde kadın ve çocuk olmak üzere insan hakları, yaşam standartlarının iyileştirilmesi, kurumsal kapasitelerin geliştirilmesi gibi argümanlar yardım politikalarının söylemlerinde öne çıkmıştır.(Bozkurt vd., 2001:4)

Sonuçta bugün devletler, uluslararası sivil örgütler, çok uluslu kuruluşlar kalkınma yardımlarının başat aktörleri olarak önemli hizmetler vermektedirler. Bu şekilde gelişmiş ülkelerle gelişmekte olan ülkeler ve üçüncü dünya ülkelerinin aralarında bir irtibat kurulmasının adımları atılmış olmaktadır. Bugün kalkınma yardımları çerçevesinde, “demokrasi, insan hakları, yaşam kalitesinin iyileştirilmesi, yönetim gibi çağdaş dinamiklerin devreye girmesinden daha fazla söz edilmeye başlanmıştır. Güvenlikten kalkınmaya, sosyal projelerden yeniden yapılandırma faaliyetleri için kültürel etkinliklere kadar tüm çağdaş gereklilikler temel hareket noktasını oluşturmaktadır.”(Akçay 2012:13)

### **1.1. Uluslararası Algı İnşaasında Kalkınma İşbirliği Parametresi**

Kalkınma yardımlarının uluslararası düzeyde gelişimi ikili yardımlar şeklinde Birinci Dünya Savaşının ardından aktarılmaya başlanan Amerika Birleşik Devletlerinin kalkınma yardımı politikalarına dayanmaktadır. Ancak bu şekilde yürütülen yardım politikalarının istenen etkiyi ortaya koymadığı anlaşıldığından İkinci Dünya Savaşı daha sona ermeden, 1943 yılında savaşın olumsuz etkilerini gidermek amacıyla 44 ülke biraraya gelerek Birleşmiş Milletler Yardım ve Rehabilitasyon İdaresi (UNRAA) kurulmuştur. “Savaş sonrasında 8 milyon civarında sığınmacıya temel ihtiyaç maddeleri yardımında bulunan UNRAA’nın, görevlerini BM’nin çeşitli organlarına devredeceği 1949 yılına dek, muhtaç bölgelere gerçekleştirdiği 3,7 milyar dolarlık yardımın 2,7 milyar doları ABD tarafından sağlanmıştır.”(Tuncer 1963:34) Ancak, gittikçe de söz konusu kalkınma yardımlarına daha kurumsal çerçeve kazandırılması gerekliliği doğmuştur.

İkinci Dünya Savaşı’nın bitimiyle kalkınma yardımlarında daha koordineli bir gelişimden söz edilebilir. İlk çok taraflı girişimler olarak 1944 yılında kurulan, daha sonra Dünya Bankası’na dönüştürülen, Uluslararası Kalkınma ve Yeniden Yapılandırma Bankası (IBRD) ile Uluslararası Para Fonu (IMF) sayılabilir.

Aslında, bu alanda yapılan en kapsamlı girişim ABD’nin Avrupa’nın II. Dünya Savaşı sonrası kalkınmasına yönelik planlanan *Marshall Yardımları*’dır. Dönemin ABD Dışişleri Bakanı George C. Marshall’ın 5 Haziran 1947 tarihinde Harvard Üniversite’sinde yaptığı bir konuşmada ilk olarak açıklanan yardım paketi 1948-1951 yılları arasında yürürlüğe sokulmuştur.

Aralarında Türkiye’nin de bulunduğu 16 ülke bu plan uyarınca ABD’den

ekonomik kalkınma yardımı almıştır. II. Dünya Savaşı'nın Avrupa üzerindeki yıkımlarını ortadan kaldırmak ve özellikle savaşın yol açtığı ekonomik güçsüzlüklerden dolayı Avrupa'da güç kazanabilecek Sovyet tehditinin önünü kesmek için planlanmıştır.

Ekonomik ihtiyaçların yanısıra, stratejik gereklilikler de Avrupa'nın yeniden imarını zorunlu kılıyordu. Amerikan siyaset planlamacılarına göre, Avrupa düşman bir devletin veya devletler ittifakının denetimi altına girmemesi gereken bir arz ve emek kaynağı, bir sanayi merkeziydi. Almanya'nın mağlubiyeti, İngiltere ve Fransa'nın savaş sırasındaki tükenişleri, Orta ve Batı Avrupa'da bir güç boşluğu yaratmıştı. Eğer A.B.D., güç dengesinin unsurlarını ekonomik ve siyasi olarak bir araya getirmezse, bu bölge Sovyet genişlemesine açık hale gelecekti.(Erhan 1996:278)

Bunun üzerine kurulan, Avrupa Kalkınma Programı (ERP) olarak anılan Marshall Planı, aynı yıl kurulan Avrupa Ekonomik İşbirliği Örgütü (OEEC) tarafından üstlenilmiştir.(Başak 2010:31) Ayrıca, 1949 yılında BM bünyesinde Genişletilmiş Teknik Yardım Programı (UNEPTA) olarak kurulan kuruluşta teknik yardım amaçlı çalışmalar başlatılmıştır. BM Özel Fonu ve UNEPTA, 1965 yılında **BM Kalkınma Programı**'na (UNDP) dönüştürülmüştür. BM, kalkınma ve yardım programlarında daha özgün politikalar ortaya koymak için daha çok belli uzmanlık alanlarına odaklanan kuruluşlar üzerinden hareket etmeyi uygun görmüştür.(Akçay 2012:29) “Çocuklara yönelik UNICEF, kalkınma yardımları alanında UNDP, sağlık hizmetleri kapsamında WHO, acil gıda yardımları çerçevesinde WFP gibi alt kuruluşlarıyla BM, uluslararası ölçekte yardım koordinasyonu yürütmektedir. Özellikle geniş çaplı organizasyon gerektiren durumlarda, donör ülke ve kuruluşlarca yapılan çok taraflı kalkınma yardımlarının bir havuzda toplanarak, muhtaç alanlara kanalize edilmesinde BM önemli bir şemsiye kuruluş işlevi sergilemektedir.”(Tuncer 1963:35)

İkinci Dünya Savaşı'nın ardından “Batı Avrupa ekonomilerinin onarımı amacıyla Marshall Planı çerçevesinde ABD'nin yaptığı yardımların dağıtımına yardımcı olmak ve Avrupa ülkeleri arasında ticari ödemeleri serbestleştirerek geliştirmek için kurulan, 1947-1960 yılları arasında faaliyette bulunan Avrupa İktisadi İşbirliği Teşkilatı (OEEC) zamanla işlevini yitirmeye başlamıştır. Bunun üzerine, 14 Aralık 1960'da imzalanan Paris Sözleşmesi ile yeni işbirliği alanlarına yönelmesi amaçlanan OECD kurulmuştur. 30 Eylül 1961'de resmen faaliyete başlayan OECD'nin Türkiye, ABD, Kanada, Fransa, Hollanda, Belçika, Lüksemburg, Federal Almanya, İtalya, Portekiz,

İngiltere, Danimarka, İrlanda, Yunanistan, İsviçre, Avusturya, İsveç, İzlanda, Norveç, İspanya olmak üzere 20 kurucu üyesi bulunmaktadır.”([www.mfa.gov.tr](http://www.mfa.gov.tr), 02.01.2015) Daha sonra da, yardım yapılan alanların durumunu daha yakında incelemek ve gerekli istatistiki verilere ulaşabilmek amacıyla OECD bünyesinde Kalkınma Yardımları Komitesi (DAC) kurulmuştur.

Bu tür bir mekanizmanın varlığı, her şeyden önce yardımların etkililiğini sağlamak bakımından önemli bir rol üstlenmektedir. Öte yandan ilgili kayıtların belli prensipler çerçevesinde muhafaza edilmesi; istatistiksel ve analitik çalışmalar ile makro ölçekte planlamalar yapılmasına da olanak tanımaktadır. Bugün hangi ülkelere yapılan yardımların DAC kapsamında değerlendirilmeye alındığına ilişkin bir liste belirlenmiş durumdadır. Pek çok ülke ve kuruluşun bazen aynı düzlemde ve benzer yardım çalışmaları yaptıkları dikkate alındığında; duplikasyonun önlenmesi, ancak üst ölçekte bir mekanizmanın varlığı ile mümkün olabilecektir. Özellikle OECD'nin aktif olduğu 1960'lı yıllardan itibaren, son derece profesyonel planlamalarla az gelişmiş ya da gelişmekte olan pek çok ülkeye milyarlarca yardım aktarılmış olmasına rağmen, yardımların etkililiği halen tartışma konusudur.(Führer 1994:17)

Bu nedenlerden ötürü, 2005 yılında Paris'te yardımların etkililiğinin sağlanması amacıyla bir dizi ilke kararı alınmıştır. 2010 itibarıyla erişilmesi öngörülen Paris Deklarasyonu çerçeve ilkeleri '*Sahiplenme, Paralellik, Uyum, Sonuç-Odaklı Yönetim ve Karşılıklı Hesap Verebilirlik*' olarak belirleştirilmiştir. Bu çerçeve ilkelerle;(Akçay 2012:30)

- Kalkınma konusunun donörlerin de teşvikiyle yerelde sahiplenilmesinin sağlanması,
- Donörlerin öncelikleri ile yardım alan ülkelerin kalkınma stratejilerinin paralellik arz etmesi,
- Yardımlarda duplikasyonların önlenmesi için daha koordineli çalışmalar yapılması,
- Ölçülebilir ve somut sonuçlar doğurabilecek yardımlara odaklanması, yardımlar konusunda şeffaflığın ve hesap verilebilirliğin temin edilmesi hedeflenmektedir.

Bu alandaki gelişmeler Eylül 2008'de Gana'da gerçekleştirilen Akra Forumu ile yeni bir boyut kazanmıştır. Akra Forumu'nda, ilerleme sağlanmasının sadece donörlerle ve yardım alan ülkelerin katılımı ile sağlanamayacağı; sivil toplumun, özel sektörün ve diğer grupların da sürece tam katılımının gerekliliği üzerinde en fazla durulan konuyu oluşturmuştur.(Akçay 2012:30)

## 1.2. Uluslararası Politik Enstrüman Olarak Kalkınma Yardımları

İkinci Dünya Savaşı sonrası tarihsel sürecinde hızlı devinimler kazanan kalkınma yardımları, günümüz dünyasında devletlerarası işbirliğini geliştirmeyi hedeflemektedir. Ağırlıklı olarak da, gelişmekte olan ülkelerin kalkınma süreçlerine destek olmak ve acil sorunlarına çözüm bulmak amacıyla sağlanan yardımlar ile yatırımları kapsamaktadır. Bu nedenle bugün devletlerarası ilişkilerin gelişimi açısından en etkili enstrümanlardan birisi olarak görülmektedir. Bu nitelikleri dolayısıyla da, klasik diplomasiye de ekonomik, sosyal, kültürel ve insani alanlarda yeni açılım olanağı sağlayan önemli bir enstrüman olarak kabul görmektedir.

Kalkınma Yardımları, bölgesel işbirliklerini geliştiren projeler uygulayarak, barışa ve işbirliğine uygun ortamları oluşturmaktadır. Özellikle Afrika gibi az gelişmiş bölgelerde insani sorunların çözümüne yönelik projeler geliştirmektedir. Gelişmekte olan bölgelerde de işbirliği olanaklarını ileride daha da artırmayı sağlayacak yeni projeler üretmektedir. Tüm bu kalkınma yardımları ve işbirliklerinde temel çaba da ***'Kalkınma İçin Küresel Ortaklık Anlayışı'***nı geliştirmektir.

Kalkınma yardımları bugün artık ülkelerin uluslararası politikalarının vazgeçilmez bir aracı haline dönüşmüş bulunmaktadır. Başka bir ülkenin gelişmesine yapılan yardım, aslında uzun vadede o ülke ile kurulacak ekonomi-politik ve sosyo-kültürel işbirlikleri için de gerekli alt yapının hazırlanmasına hizmet etmektedir. Bunun yanında, küresel aktör olmayı hedefleyen ülkeler için de stratejik önem taşımaktadır. Öyle ki, kalkınma yardımları sayesinde ülkelerin uluslararası arenada görünürlüğü artmakta ve ülkelerin algısının olumlu bir şekilde oluşması sağlanmaktadır.

OECD, bugün Kuzey ve Güney Amerika'dan Avrupa ve Asya Pasifik bölgesine yayılmış Türkiye'nin de aralarında bulunduğu toplam 34 üye ülkeyi bünyesinde barındıran uluslararası bir kuruluştur. Kuruluş, üye ülkelere makro ekonomiden ticarete, eğitim, gelişme ve bilimsel konulara kadar uzanan bir alanda oluşturduğu komiteler aracılığıyla bilgi akışını sağlamaktadır. OECD bünyesinde 200 civarında komite, çalışma grubu ve uzman grubu bulunmaktadır. OECD'yi genel amaçları açısından değerlendirmek gerekirse;(www.oecd.org, 03.01.2015)

- Hem finansal istikrarın eşzamanlı olarak korunduğu üye ülkelerde hem de özellikle gelişmekte olan ülkelerde, halkın yaşam standardının iyileştirilmesi, sürekli ve dengeli ekonomik gelişim sağlayan politikaya destek ve yardım ile işsizliğin ortadan kaldırılması,
- Ekonomik genişleme politikası fikrinin benimsenmesi ve sosyo-ekonomik eşgüdümü

- gelişmenin desteklenmesi,
- Uluslararası yükümlülükler uygun olarak çok taraflı ve ülkeler arasında ayırım gözetmeyen dünya ticaretinin geliştirilmesine destek verilmesi gibi alanlarda görev yapmaktadır.
  - OECD'ye üye veya bu örgüte üyelik talebinde bulunan ülkeler, sosyo-politik ve ekonomik yaşamda demokrasi, insan haklarına ve yurttaş özgürlüğüne bağlılık ve açık pazar ekonomisi çerçevesinde istikrarlı gelişim ilkelerini vazgeçilmez değerler olarak benimsemiştir.
  - OECD, bir yandan bu ülkelerin üye ülkelerde güçlendirilmesine katkı sağlarken, diğer yandan da örgüte üye olmayan ülkelerde örgüt ilkelerinin tanıtımını yapmaktadır.
  - BM'nin belirlediği hedeflere ulaşılabilmesi için, kalkınma yardımları çalışmalarının felsefelerini, stratejilerini ve raporlama sistemi ile kontrol ve yönetimini sağlamakta,
  - Sürdürülebilir işbirliği için yapılması gereken kalkınma yardımlarının % 90'dan fazlasını üye ülkeleri vasıtasıyla yerine getirmektedir.

Bugün, OECD bünyesinde 1960 yılında oluşturulan *Kalkınma Yardımları Komitesi* (Development Assistance Committee – DAC) iyi yönetim, çevresel sürdürülebilirlik, sosyal kalkınma, insan haklarına bağlılık vb. alanlara büyük önem vermektedir. Ayrıca, küresel bir işbirliği anlayışını geliştirmek amacıyla sistemin analizi, yönlendirilmesi ve yönetimi için de görevlendirilmiş bulunmaktadır.

Bugün itibariyle DAC'ın toplam 29 üyesi vardır. Bunlar; ABD, Almanya, Avrupa Birliği, Avustralya, Avusturya, Belçika, Birleşik Krallık, Çek Cumhuriyeti, Danimarka, Finlandiya, Fransa, Güney Kore, Hollanda, İrlanda, İspanya, İsveç, İsviçre, İtalya, İzlanda, Japonya, Kanada, Lüksemburg, Norveç, Polonya, Portekiz, Slovak Cumhuriyeti, Slovenya, Yeni Zelanda, Yunanistan. Diğer OECD ülkeleri, Dünya Bankası, Uluslararası Para Fonu, Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı, Afrika Kalkınma Bankası, Asya Kalkınma Bankası ve InterAmerican Kalkınma Bankası ile birlikte DAC'ta gözlemci statüsüne sahiptirler.(www.oecd.dt.mfa.gov.tr/20.12.2015)

Türkiye Kalkınma Yardımları Komitesinde gözlemci statüsünde yer almaktadır. DAC'a üyelik için, gelişmişlik seviyesini istenen standarda yükseltmek gerekir. Bir başka ifadeyle;

- Kalkınma yardımları için uygun strateji, politika ve kurumsal çerçeveye sahip olmak,
- Kalkınma yardımları konusunda kabul edilebilir bir çabaya sahip olmak (Gayri safi milli gelirin % 0.20'sinin üzerinde ya da 100 milyon ABD Doları tutarında resmi kalkınma yardımı yapabiliyor olmak),
- Kalkınma yardımları için performans izleme ve değerlendirme sistemine sahip olmak gerekmektedir.

Birleşmiş Milletler (BM) Örgütü kalkınma çalışmalarının en büyük destekçilerinden birisidir. Kökleri ikinci dünya savaşlarının deneyimlerine dayanan ve barış ile kalkınma arasında kurulan ilişki, Birleşmiş Milletler Anlaşması'nda yer almakta ve ancak sosyal adalet ve refahın üzerine kurulacak olan bir *barış*'ın kalıcı olacağı vurgulanmaktadır. Birleşmiş Milletlerin mali kaynakları kalkınma alanında kullanılmakta ve personelinin çoğu bu alanda çalışmaktadır. 174 ülkedeki programları aracılığıyla BM, gelişmekte olan ülkelere alt yapıların oluşturulmasında temel kaynaklar sağlamaktadır. Bu kaynaklar yılda 6 milyar dolar civarındadır. Ayrıca BM fonları, kredi değil hibeler şeklindedir ve gelişmekte olan ülkelere kaynakların net transferi şeklinde gerçekleştirilmektedir. BM tarafından ortaya konan evrensel ilkelerin ve özellikle 2000 yılında deklare edilen Binyıl Kalkınma Hedefleri'nin, yardım çalışmalarına farklı bir boyut kazandırdığı tartışılmazdır.([www.un.org](http://www.un.org), 02.01.2015)

### **1.2.1. Kalkınma Yardımı Bileşenleri**

Kalkınma yardımları, dünya üzerindeki sorunlu coğrafyalarda kalkınma tabanlı çözümler üretme kabiliyeti ile dünya barışına da önemli katkılar sağlamaktadır. Ana hedeflerden biri, alıcı ülkelerin sosyo-ekonomik altyapılarının yardım almaksızın kalkınmayı sürdürebilecek seviyeye getirilmesidir. Diğer hedef de küresel işbirliğinin kurulması ve geliştirilmesine yönelik sürdürülebilir işbirliği şartlarının geliştirilmesidir.([www.ebf.tika.gov.tr/20.12.2015](http://www.ebf.tika.gov.tr/20.12.2015))

Bu hedefler çerçevesinde kalkınma yardımları; *ikisi resmi (kamu kaynaklı), ikisi özel (kamu kaynağı kullanılmayan)* olmak üzere dört farklı şekilde sağlanmaktadır. Bu konudaki aşağıdaki açılımlarda ağırlıklı olarak TİKA Raporlama ve Koordinasyon Birimi tarafından 2010 Ekim ayında hazırlanan “*Kalkınma Yardımlarına İlişkin Tanımlar ve Örnekli Açıklamalar*” adlı raporlardan yararlanılmıştır.

#### ***Resmi Akımlar***

Resmi akımlar, ‘Resmi Kalkınma Yardımları’ ve ‘Diğer Resmi Yardımlar’ olmak üzere iki şekilde sağlanmaktadır.

‘*Resmi Kalkınma Yardımları*’, donör ülkelerin ekonomik kalkınmanın sağlanması ve refah seviyesinin yükseltilmesi ana amaçları doğrultusunda, “gelişmekte olan ülkelere ya da söz konusu ülkelere bu amaçlar doğrultusunda faaliyet gösteren

uluslararası örgütlere yönelik gerçekleştirdiği kamu kaynaklı hibeler ya da en az % 25 hibe unsuru içeren uzun vadeli ve düşük faizli krediler resmi kalkınma yardımı (RKY)” olarak tanımlanmaktadır. ‘Diğer Resmi Yardımlar’ ise, gelişmekte olan ülkelerdeki ekonomik kalkınmanın teşviki ve refah seviyesinin yükseltilmesi ana amaçlarına hizmet eden kredilerdir. “Yeterli hibe unsuru içermeyen ve/veya imtiyazlı koşullarda verilmeyen krediler ile gelişmekte olan ülkelere yönelik olmalarına rağmen söz konusu amaçlara hizmet etmeyen (ticari amaçlı akımlar gibi) resmi akımlar, diğer resmi akımlar başlığı altında raporlanmaktadır.”(www.ebf.tika.gov.tr/20.12.2015)

### ***Özel Akımlar***

Özel Akımlar ‘Özel Sektör’ ve ‘Ulusal Sivil Toplum Kuruluşları (STK)’ olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerde özel sektör tarafından gerçekleştirilen doğrudan yatırımlardır. Gelişmekte olan ülkelere gerçekleştirilen sermaye ihracı anlamına gelen doğrudan yatırımlar, ilgili ülkedeki ekonomik kalkınmayı tetikleme potansiyellerinden dolayı kalkınma yardımları içerisinde değerlendirilmektedir. Bunların yanı sıra, hem kalkınma işbirliği, hem de insani yardımlar alanında son derece aktif bir biçimde çalışan ulusal sivil toplum örgütleri tarafından gerçekleştirilen yardım faaliyetleri ise, ilgili donör ülkenin toplam kalkınma yardımlarının bir diğer önemli bileşenini oluşturmaktadır.([www.un.org](http://www.un.org), 02.01.2015)

### **1.2.2. Kalkınma Yardımları Kategorileri**

*Resmi kalkınma yardımları*, kalkınma yardımlarının en önemli bileşenidir. Kamu sektörünün yanında ulusal sivil toplum örgütleri üzerinden de yürütülmektedir. Ayrıca, kamu-özel sektör ortaklığı çerçevesinde olduğu gibi, uluslararası örgütlere katkı sağlamak amacıyla da temin edilmektedir. Bu kanalların ilk üçüne göre hareket edildiğinde ‘iki taraflı’, sonuncusundan faydalanıldığında ise ‘çok taraflı’ yardımlar olarak tanımlanmaktadır.(www.ebf.tika.gov.tr/20.12.2015)

### ***İki Taraflı Yardımlar***

‘İki taraflı yardım’ kategorisine giren çalışmalar donör ülkeler tarafından yürütülmekte olan şu tür faaliyetleri kapsamaktadır; Proje program yardımları, ulusal sivil toplum örgütlerine destek, teknik işbirliği, kalkınma amaçlı gıda yardımı,



sığınmacılara yapılan yardımlar, kalkınma yardımları tanıtımı, acil ve insani yardımlar, barışı yapılandırma çalışmaları vb.(www.ebf.tika.gov.tr/20.12.2015)

### ***Çok Taraflı Yardımlar***

Uluslararası örgütlere yapılan yardımlar bu kategoride yer almaktadır. Söz konusu uluslararası örgütlere ödenen aidatlar ve katkı payları ile dolaylı olarak da olsa kalkınma yardımlarına katılım sağlanmaktadır. Bu çerçevede kalkınma yardımları kategorilerinin tanım ve örnekli açıklamaları aşağıdaki gibidir;

(www.ebf.tika.gov.tr/20.12.2015)

- ***Proje/Program Yardımı;*** Yatırım projeleri ve program yardımları olarak ikiye ayrılmaktadır: Yatırım projeleri, alıcı ülkenin fiziki sermayesini arttırmaya yönelik faaliyetleri ve bu faaliyetler çerçevesinde gerçekleştirilen teknik işbirliği çalışmalarını kapsar. Program yardımları ise, bütçe ve ödemeler dengesi desteklerini, demirbaş ve emtia finansmanını ve sektörel yardımları kapsamaktadır. Örneğin, okul inşa etmek/onarmak, sıra/masa/bilgisayar gibi demirbaşlar temin etmek yoluyla eğitimin fiziki altyapısını iyileştirmek, üniversite, hastane işletilmesi, su kuyusu/su filtre istasyonu inşa etmek yoluyla hane halkına içme suyu sağlamak, ilgili ülkenin tarımsal kalkınma programına bütçe desteğinde bulunmak.
- ***Teknik İşbirliği;*** Kalkınmakta olan ülke nüfusunun bilgi birikimini, teknik kapasitesini, üretime ilişkin yeteneklerini arttırmaya yönelik faaliyetler bütünüdür. Teknik işbirliği çalışmaları; kalkınmakta olan ülkelere orta ve üstü örgün eğitim çerçevesinde verilen burs desteklerini, kurumsal kapasite geliştirmeye, meslek edindirmeye vs. yönelik her türlü kursu, kurslar kapsamında gerçekleştirilen ekipman, malzeme yardımlarını, eğitmen/öğretmen görevlendirmelerini, kapasite geliştirmeye yönelik kitap, dergi vs. basımını, seminer, sempozyum gibi fikri üretime sahne olan etkinlikleri, ödüllü yarışmaları (matematik olimpiyatları gibi) ve kapasite artırımına yönelik diğer benzeri faaliyetleri kapsar.
- ***Kalkınma Amaçlı Gıda Yardımı;*** Kalkınmayla ilintili gıda yardımlarını ve gıda/tarım sektöründeki diğer aynı yardımları kapsar. Kalkınmayla ilintili gıda yardımları, acil yardımlar dışında, genel gıda programları çerçevesinde verilen gıda yardımlarından; gıda satın alımı için gereken nakdi yardımlardan ve tohum, gübre gibi ara mamul hibelerinden oluşmaktadır. Örneğin, Buğday tohumu hibesi, kalkınma amaçlı gıda yardımı kapsamındadır. Diğer yandan, şayet eğitim amaçlı bir ekim söz konusu ise, bu yardımlar teknik işbirliği olarak değerlendirilirler.
- ***Ulusal STK'lara Destek;*** Donör ülke hükümetleri veya yerel yönetimleri, ulusal

STK'lara kamusal kaynak transferinde bulunabilmektedir. Söz konusu kaynağın gelişmekte olan ülkelerdeki kalkınma işbirliği çalışmaları ile ilintili kısmı resmi kalkınma yardımı olarak raporlanmaktadır. Bir kamu kurumu, herhangi bir STK'ya, yurtdışında gerçekleştirilecek kalkınma işbirliği çalışmalarında kullanılmak koşuluyla aynı/nakdi herhangi bir yardımda bulunmuş ise ve ilgili STK söz konusu paranın ve/veya yardım malzemesinin nerede, nasıl kullanılacağı hususunda tek yetki sahibi ise, bu yardımın tümü ulusal STK'lara destek kapsamında resmi kalkınma yardımı olarak değerlendirilir. Örneğin, Sağlık Bakanlığı'nın yurtdışına yönelik faaliyet gösteren bir gönüllü doktorlar grubuna bütçe desteğinde bulunması. Sağlık Bakanlığı'nın Türk Kızılayı'na yurtdışında kullanılmak üzere kızamık aşısı hibe etmesi. Bu durumda Sağlık Bakanlığı bu faaliyeti kamu kalkınma yardımları kategorisinin altındaki ulusal STK'lara destek kapsamında raporlar.

- ***Kalkınma Yardımları Tanıtımı;*** Kalkınma işbirliği faaliyetinde bulunan resmi sektör kurumlarının kamu desteğini artırma amacıyla gerçekleştirdikleri harcamaları içeren kategoridir. Yardım alan ülkelerde yürütülen kalkınma işbirliği çabaları, ihtiyaçları ve konular hakkında donör ülke halkı bilinçlendirmek için yapılan çalışmalar bu kapsamda değerlendirilmektedir. Kalkınma yardımı veren herhangi bir kurumun, bu alanda gerçekleştirdiği faaliyetleri anlatmak adına düzenlemiş olduğu bir basın toplantısının giderleri veya televizyonda yayınlanmak üzere konuyla ilgili olarak kamuoyunu bilgilendirmek amacıyla hazırlanan bir program, kalkınma işbirliği tanıtımı kapsamında değerlendirilir.
- ***Barışı Yapılandırma Çalışmaları;*** Kriz bölgelerinde barışın tesisini sağlamak için devlet inşası veya sosyo-ekonomik sorunların çözümlenmesi süreci başlatılır. Barışı yapılandırma; Birleşmiş Milletler (BM) barış operasyonlarına katılım ve uluslararası anlaşmalarla görev tanımlanması yapılmış bir sahada güvenlik ve kalkınma işbirliğini ihtiva eden bir kategoridir. BM operasyonlarına katkılar (BM'den alınan tazminat düşülerek, BM'ye yapılan ödemeler v.b.) ile BM tarafından onaylanmış ve BM'ye destek amaçlı karşılıklı faaliyetler olarak düzenlenmiş katkılar bu kategoride değerlendirilmektedir.
- ***Sığınmacılara Yapılan Yardımlar;*** Kalkınmakta olan ülkelere gelip, donör ülkede sığınmacı statüsüyle ikamet eden kişilerin, konaklamalarının ilk 12 ayında ağırlandırmalarından doğan masraflar ile söz konusu kişilerin ülkelere geri gönderilmeleri ile ilişkili masraflar bu başlık altında değerlendirilmektedir.
- ***Acil Yardımlar ve İnsani Yardımlar;*** Bir ülkenin kendi kaynaklarının yeterli olmadığı koşullarda ve insan kaybı ve/veya tarımsal ürün ya da hayvan kaybıyla sonuçlanan olağan dışı bir gelişme sonucu ortaya çıkan acil durumlarda söz konusu

ülkeye yapılan yardımları içermektedir. Böyle bir acil durum, doğal felaketler ya da savaş/iç kargaşa gibi durumlarda, kuraklık ve hastalık gibi nedenlerle ürün kaybından ortaya çıkan yiyecek kıtlığı koşullarında da geçerlidir. Bu tanım, hastalıkları önleme için yapılan destekleri ve bu olağan dışı durumlarda ülke içi mültecilere yapılan yardımları da kapsamaktadır. Tabii felaketlerin ortaya çıkardığı sorunların giderilmesi ve felaketin oluşumu sürecinde hasarı azaltıcı önleyici tedbirlerin alınması da bu kapsamda değerlendirilmektedir. Acil yardımlar; afet önleme ve hazırlık, arama kurtarma, su ve su hijyeni (su kuyusu/filtre istasyonu açma, klorlama), barınma (çadır, battaniye, geçici konut), acil gıda ve kıyafet yardımı, sağlık hizmetleri (ilaç, aşı, tıbbi malzeme hibi; diğer sağlık hizmetleri) ve diğer ilgili yardımlar veya bu yardımların kombinasyonları olabilmektedir. İnsani gıda yardımları ise bir ülke için herhangi bir afet durumu ya da acil yardım çağrısı söz konusu olmamasına rağmen insani niyetlerle yapılan gıda yardımları bu kapsamda değerlendirilir.

- **Krediler;** Kalkınma amacına hizmet eden, en az % 25 hibe unsuru içeren uzun vadeli ve düşük faizli krediler RKY olarak raporlanır. Alıcı ülkenin genel borç yükünün hafifletilmesine yönelik bütün borç yeniden yapılandırılmaları da bu kapsamdadır. Yükümlülüklerin cari değerinin azaltılması (borç affı) ve/veya ödeme zamanının ertelenmesi yoluyla vadesi gelen yükümlülüklerin azaltılması biçimindedir. Çoğu durumda borç vadesinin uzatılması ve geri ödemenin ağırlıklı olarak vadenin sonraki aşamalarında gerçekleştirilmesi biçimini alır.
- **Yönetim Giderleri;** Kalkınma yardımları çalışmalarına iştirak eden bütün kurum ve kuruluşların, merkezi veya taşra teşkilatları ile yurt dışı birimlerinin, söz konusu faaliyeti gerçekleştirmek amacıyla yaptığı çalışmalara sarf olunan personel, idari ve lojistik masrafları kapsamaktadır.
- **Uluslararası Örgüt Aidatları ve Katkı Payları;** Kalkınma yardımları çalışmalarının çok taraflı işlemleri, aktif uluslararası kuruluşlar aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Söz konusu uluslararası kuruluşlar üye ülkelerin katılımı ile oluşturdukları bütçeler çerçevesinde geliştirdikleri program ve projeleri uygulamakta ve/veya kredi borç işlemlerini doğrudan yürütmektedirler. Donör ülkelerin uluslararası kuruluşlara yaptıkları katkı ve aidat ödemeleri bu çerçevede değerlendirilmektedir.

Kalkınma yardımları sağlayan ülkelerin başında Amerika Birleşik Devletleri, İngiltere, Almanya, Japonya, Fransa, Kanada, Çin ve Rusya gelmektedir. Kalkınma yardımlarının alıcıları ise ülkeler ya da uluslararası kuruluşlar olabilmektedir. Bu çerçevede, ülkelere yönelik verilen yardımlar iki taraflı, uluslararası örgütlere verilen

katkılar ise çok taraflı kalkınma yardımları olarak adlandırılmaktadır. (www.ebf.tika.gov.tr/20.12.2015)

İki taraflı resmi kalkınma yardımı alabilen ülkelerin listesi, İktisadi İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD) Kalkınma Yardımları Komitesi (DAC) tarafından belirlenmektedir. Kalkınma yardımı alan ülkeler; en az gelişmiş ülkeler, düşük gelirli, orta düşük gelirli ve üst orta gelirli ülkeler olmak üzere dört kategoriye ayrılmaktadır. Çok taraflı resmi kalkınma yardımı alabilen uluslararası örgütlerin listesi de yine OECD-DAC tarafından belirlenir. Temel kriter olarak, ilgili örgütün kalkınma ile ilişkili çalışmalar gerçekleştirip gerçekleştirmediğine bakılır. (www.ebf.tika.gov.tr/20.12.2015)

### **1.3.Uluslararası İşbirliğinde Kalkınma Faaliyetlerinde Bulunan Kuruluşlar**

Kalkınma yardımları 21. Yüzyılda uluslararası işbirliğinde daha programlı bir hale dönüşmeye başlamıştır. Söz konusu ülke sınırlarının ötesine uzanan yardımlar, aynı zamanda bir devletin iç dinamiklerinin de yansıması olmaktadır. Hatta tarihsel kimliğinin de bir parçasıdır. Dolayısıyla, uluslararası düzlemde ülkeler için kalkınma yardımları stratejik bir önem kazanmış bulunmaktadır. Bu nedenle de, günümüzde kalkınma yardımları, ülkelerin etkili bir stratejik iletişim yöntemi olan *kamu diplomasisi*'nin vazgeçilmez bir enstrümanı olarak kabul edilmektedir.

Kalkınma yardımlarının uluslararası işbirliğinde profesyonel bir araç olarak değerlendirilmesi söz konusu olduğunda, ilk etapta öne çıkan ülkeler gelişmiş ülkelerdir. Bu çerçevede kalkınma yardımlarına ilişkin en planlı ve analitik çalışmaların yapıldığı DAC ülkeleri dikkat çekmektedir. Bugün DAC üyesi ülkelere dört farklı modelin uygulandığı görülmektedir:(OECD 2009c:32; Akt. Akçay 2012:40)

- *Birinci modelde;* Kalkınma yardımları çalışmalarının yönetimi gerek politika ve gerek uygulama açısından dışişleri bakanlığının sorumluluğundadır. Danimarka Uluslararası Kalkınma Ajansı (DANIDA) ve Norveç Kalkınma ve İşbirliği Ajansı'nın (NORAD) işleyişi, bu modelin birer örneğidir.
- *İkinci modelde;* Dışişleri Bakanlığı içinde konuşlu bir kalkınma ve işbirliği direktörlüğü ya da ajansı, politika ve uygulamadan bizzat sorumludur. Bir anlamda özerk bir yapıyı andıran bu model; İrlanda (Irish Aid), Yunanistan (Hellenic Aid), Yeni Zelanda (NZ AID) ve İsviçre (SDC) tarafından uygulanmaktadır.

- *Üçüncü modelde*; Yardımlar konusundaki genel politikadan bir bakanlık (dışişleri, ekonomi vb.) sorumludur. Uygulama ise bir kurum vasıtasıyla yürütülmektedir. Örneğin, Avusturya’da ADA, İspanya’da AECI ve Japonya’da JICA uygulamayı üstlenen kuruluşlar iken, dış yardım politikaları bu ülkelerin dışişleri bakanlıklarının sorumluluğundadır. Öte yandan, Fransa’da AFD, uygulama ile yükümlü kuruluş iken Dışişleri Bakanlığına ilaveten Ekonomik ilişkiler Bakanlığı da devrededir. ABD’de ise Dışişleri Bakanlığı öncü politika belirleyicisi olup; uygulamadaki USAID’e, Sağlık ve Hazine Bakanlığı gibi kurumlar da eşlik edebilmektedir. Bununla beraber, 2002 yılında W. Bush Yönetimince kurulan bağımsız yardım kuruluşu Millenium Challenge Corporation (MCC) da hem politik hem de pratik düzlemde devreye girmiştir.

DAC üyesi olmayan Türkiye’nin durumu da daha çok bu model ile örtüşmektedir. 1999 yılından beri sorumlu bir bakanlık nezdinde faaliyet gösteren TİKA, 12 Haziran 2011 tarihli genel seçimler sonrasında yapılan düzenlemeyle ilgili Başbakan Yardımcılığı’na karşı sorumlu bir tüzel kişilik olmuştur. Bununla birlikte Dışişleri Bakanlığı; bilgilendirme, istişare ya da koordinasyon gereği, bir şekilde süreçteki aktif özelliğini korumaktadır. Üstelik TİKA’nın ilk kuruluş ve çalışmalarının Dışişleri Bakanlığı bünyesinde gerçekleşmiş olması da bu ilişkiyi güçlü kılmaktadır.

- *Dördüncü modelde* ise hem politika hem de uygulama misyonları, Dışişleri Bakanlığı’nın dışında bir bakanlık tarafından yerine getirilmektedir. Avustralya’da AUSAID, Dış İlişkiler ve Ticaret Bakanlığı bünyesinde; Kanada’da CIDA, Uluslararası İşbirliği Bakanlığı bünyesinde; Birleşik Krallık’ta DFID, Uluslararası Kalkınma Bakanlığı bünyesinde bu işlevi ifa eden organlardır.

Yukarıdaki modellerin incelenmesiyle, öncelikle kalkınma yardımlarının doğrudan ya da dolaylı olarak büyük ölçüde Dışişleri Bakanlıkları ile ilişkilendirildiği görülmektedir. Dolayısıyla bu durum, gelişmiş ülkelerin kalkınma yardımları konusunu daha çok uluslararası politika kapsamında değerlendirdiklerini açıkça ortaya koymaktadır. Hatta, “kalkınma yardımları çalışmalarını, yardım gönderdikleri ülkelerdeki kendi büyükelçileri ya da diplomatları eliyle koordine etmektedirler. İlgili büyükelçi ya da diplomat, yardımların hem stratejik boyutunda hem de uygulama safhasında öncül bir rol üstlenmektedir.”(Akçay 2012:41)

İncelemenin bu noktasında, uluslararası alanda göze çarpan DAC üyesi ülkelerden gelişmişlik düzeyi dünya standardının üzerinde olan ABD'nin Uluslararası Kalkınma Ajansı (USAID), Almanya'nın Uluslararası İşbirliği Ajansı (GİZ), Japonya'nın Uluslararası İşbirliği Ajansı (JICA) ve Kanada'nın Uluslararası Yardım Ajansı (CIDA) üzerinde durulacaktır. Bu bağlamda aşağıda aktarılacak açılımda, Kalkınma Bakanlığı'nın Onuncu Kalkınma Planı (2014-2018) çerçevesinde hazırlanan *Kalkınma İçin Uluslararası İşbirliği, Metotlar ve Yaklaşımlar* konulu özel ihtisas komisyonu raporundan (Ankara, 2015, ss.32-44) yararlanılmıştır.

### **1.3.1. ABD Uluslararası Kalkınma Ajansı (USAID)**

USAID, ABD hükümetinin yoksullukla mücadele, iyileştirme ve demokratik toplumların kendi potansiyellerini fark etmesi gibi destek amaçlı işleri yürütmektedir. USAID belirtilen amaçları gerçekleştirmek için 1961 yılında ABD Devlet Başkanı John F. Kennedy tarafından özel bir kanunla kurulmuştur. Ajans ABD federal bütçesinin %1'inden daha az bir meblağ ile 100'ün üzerindeki ülkeye aşağıda belirtilen alanlarda yardım faaliyetlerini sürdürmektedir:(www.kalkinma.gov.tr/21.12.2015)

- Ekonomik refahın teşvik edilmesi,
- Demokrasi ve iyi yönetimin güçlendirilmesi,
- İnsan haklarının korunması,
- Küresel sağlığın geliştirilmesi,
- Gıda güvenliği ve tarımın geliştirilmesi,
- Çevresel sürdürülebilirliğin geliştirilmesi,
- İleri düzeyde eğitimin sağlanması,
- Toplumsal çatışmaların önlenmesi,
- Doğal felaketler sonrasında insani yardımların yapılması.

Bir gösterge olması açısından dikkate almak gerekirse, USAID tarafından 2012 yılında öne çıkan 20 alana yapılan yardımların toplamı 15.778.894.654 dolar olarak gerçekleşmiştir.(Akçay 2012:40) Öne çıkan 20 alanı sıralamak gerekirse; sağlık, koruma/yardımlaşma çözümleri, altyapı, tarım, iyi yönetim, eğitim, yönetim ve gözetim, çevre, büyüme makroekonomisi, çatışma azaltma ve uzlaşma, özel sektör rekabeti, sivil toplum, program tasarımı ve öğrenme, siyasi rekabet ve fikir birliği binası, hukuk ve insan hakları, finansal sektör, narkotik, savunmasız popülasyonları koruma, afet hazırlık, ticaret ve yatırım.(www.kalkinma.gov.tr/21.12.2015)

USAID Kırgızistan Cumhuriyeti Devleti ile olan işbirliğine 1992 yılının sonlarında ülkenin bağımsızlığını elde etmesiyle başlamıştır. Ve Kırgızistan Devletine

küçük ve orta ölçekli işletmelerin sorunlarını gidermek için yardımda bulunmuştur. Kırgızistan Ulusal Bankasının uluslararası standartları yakalaması için yardımlar yapılmıştır ve bu süreç devam etmektedir. Ajans tarım alanında ilgili paydaşlarla koordineli bir şekilde yerel sutaşıma sistemlerinin iyileştirilmesi için de desteklerde bulunmuştur. Ayrıca Kırgızistan'ın parlamenter sisteminin güçlendirilmesi ve başkanlık seçimlerinin özgürce gerçekleştirilebilmesi için USAID tarafından destek sağlanmıştır. USAID Kırgızistan devlet kurumları ve sivil toplum örgütleri ile daha efektif bir yargı sistemi için de çalışmalarda bulunmuştur. İçinde USAID'ın da bulunduğu ABD Devlet Ajanslarının 1992-2013 yılları arasında Kırgızistan'a yaptığı desteklerin toplam tutarı 900 Milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. 2013 yılında yapılan destek 49 Milyon dolar olarak aşağıda belirtilen alanlarda sağlanmıştır: İnsani yardım (%3), Yönetim (%11), Kolluk güçleri (%15), Sivil toplum, seçimler, yargıya erişim (%26), Eğitim ve sağlık (%16), Ekonomik kalkınma ve tarım ve enerji (%29).([www.usaid.gov/who-we-are](http://www.usaid.gov/who-we-are), 02.01.2015)

### **1.3.2. Alman Uluslararası İşbirliği Ajansı (GIZ)**

GIZ'in kuruluş amacı, sürdürülebilir kalkınmayı uluslararası işbirliği çerçevesinde gerçekleştirmektir. Federal bir kuruluş olarak bölgesel kalkınma ve teknik uzmanlık konularında Almanya Devletine bağlı olarak hizmet vermektedir. Birçok alanda faaliyet göstermektedir. Söz konusu alanlar; ekonomik kalkınma, istihdamı arttırma, yönetim ve demokrasi, güvenlik, yeniden yapılanma, gıda güvenliği, sağlık, temel eğitim, çevreyi koruma, kaynakları koruma ve iklim değişikliği şeklinde sıralanabilir. ([www.kalkinma.gov.tr](http://www.kalkinma.gov.tr)/21.12.2015)

GIZ'e ait faaliyetlerin çoğu Almanya Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Federal Bakanlığı'nın koordinatörlüğünde yürütülmektedir. Bunun yanı sıra, "Alman Federal Yabancı Ofisi, Çevre Bakanlığı, Savunma Bakanlığı, Birleşmiş Milletler, Avrupa Birliği ve Dünya Bankası gibi diğer yerel ve uluslararası bakanlık ve kuruluşlarla da işbirliği yapılmaktadır. GIZ, 130'dan fazla ülkede faaliyet göstermektedir. 16.510 çalışanın bulunduğu GIZ'de çalışanların sayısının %70'ni yerel insanlar oluşturmaktadır. 31 Aralık 2013 itibari ile GIZ'in harcamaları 1.9 Milyar Euro'nun üzerinde olmuştur."(Akçay 2012:41)

Kırgızistan, uluslararası işbirliği alanında Almanya'nın ortaklarından biridir. Sovyetler Birliği'nin dağılmasının ardından 1990'larda başlayan GIZ'e ait projeler çoğunlukla Alman Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Federal Bakanlığı tarafından

oluşturulmuştur. Bunun yanı sıra bazı projelerde de Alman Federal Yabancı Ofisi, Federal İçişleri Bakanlığı ve Avrupa Birliğinin çalışmaları olmuştur. 1992’den bu yana Bişkek’te bir ofisi bulunan GIZ, 170 kişiyi istihdam etmektedir. Bişkek’te bulunan ofis ayrıca Orta Asya bölge ofisi olarak hizmet vermektedir. GIZ’in projeleri aşağıda belirtilen alanlarda devam etmektedir:([www.giz.de/en/aboutgiz](http://www.giz.de/en/aboutgiz), 02.01.2015)

- Özel sektörün desteklenerek sürdürülebilir ekonomik kalkınma,
- Ticari engellerin kaldırılması,
- Mikrofinans ve kaynak sektörleri için danışmanlık hizmeti,
- Sağlık alanında kalitenin artırılması,
- Uyuşturucu ile mücadele,
- İlk ve orta öğrenimi geliştirmek,
- Hukuk ve yargılama reformları,
- Su kaynaklarının yönetimi,
- Gençlik üzerine çalışmalar,
- Sivil toplum örgütlerini güçlendirmek,
- Yolsuzlukla mücadele,
- Ülkede yaşayan Alman azınlığın desteklenmesi.

### **1.3.3. Japonya Uluslararası İşbirliği Ajansı (JICA)**

Japonya Uluslararası İşbirliği Ajansı (JICA) Japon Resmi Kalkınma Yardımı (ODA)’nın bir alt birimi olarak faaliyette bulunmaktadır. Ve çalışmalarını daha çok insan güvenliği, gelişmiş etkinlik, verimlilik ve hız alanlarında sürdürmektedir. “1 Ekim 2003 yılında yeniden yapılanan ajansın sermayesi 2013 yılı sonu itibari ile 7 Trilyon 832.1 Milyar Yen olarak açıklanmıştır. 2013 yılı sonu itibari ile 1.842 çalışanı bulunmaktadır. JICA’nın vizyonunu iki önemli başlık oluşturmaktadır. ‘Inclusive development’ geliştirme sürecine herkesin dahil olmasına vurgu yaparken, ‘Dynamic development’ ise ajansın yardımlarını daha aktif ve verimli bir şekilde yapmaya devam edeceğini vurgulamaktadır.”([www.kalkinma.gov.tr](http://www.kalkinma.gov.tr)/21.12.2015)

Kırgızistan’da JICA’nın Kazakistan ile ilgili faaliyetlerden de sorumlu bir ofisi bulunmaktadır. JICA ülkede, “ekonomik kalkınma başta olmak üzere, ulaşım altyapısı, tarım, kırsal kalkınma ve serbest piyasa ekonomisine geçiş için gerekli insan kaynakları alanında işbirliği sağlamaktadır. JICA’nın 2013 yılında Orta Asya ve Kafkaslar Bölgesine yönelik olarak yaptığı yardımların toplamı 17.857 Milyon Yen olarak gerçekleşmiştir. Söz konusu yardımın %8,4 lük kısmı Kırgızistan’a aktarılmıştır.



Özellikle 2006 yılından itibaren JICA ‘*Bir Şehir, Bir Ürün*’ sloganıyla toplumsal çalışmalara da destek vermektedir. ([www.jica.go.jp/english](http://www.jica.go.jp/english), 02.01.2015)

#### **1.3.4. Kanada Uluslararası Yardım Ajansı (CIDA)**

CIDA 1968 yılında ‘Resmi Kalkınma Yardımı’ çerçevesinde yoksul insanlara daha iyi yardım sağlamak için kurulmuştur. Uluslararası alanda Kanada Hükümetinin yardımlarının başarılı bir şekilde yönetilmesinden sorumludur. Ajansın yardımlarında öne çıkan alanlar gıda güvenliği, çocuk sağlığı, sürdürülebilir ekonomik kalkınma ve kadın erkek eşitliği olarak belirtilmektedir. Teknik yardım kapsamında Afrika ülkeleri başta olmak üzere, Latin Amerika, Orta ve Doğu Avrupa ve Asya ülkeleri öncelikli ülkeler olarak CIDA’nın faaliyette bulunduğu bölgeleri oluşturmaktadır. (Akçay 2012:41)

Kırgızistan ile 1992 yılından itibaren diplomatik ilişkileri bulunan Kanada “biyogüvenlik, insani yardım ve girişimcilik gibi alanlarda yardımlarını sürdürmektedir. Kırgızistan-Kanada arasındaki ilişkiler Kumtor Altın Madeni üzerinde yoğunlaşmaktadır.

CIDA’nın 2012-2013 meclis raporunda Kırgızistan ile yerel polis desteklenmesi konusunda güvenlik ve işbirliği çalışması olduğu ve bu çalışma doğrultusunda 132,178 dolarlık harcama yapıldığı belirtilmektedir. Ayrıca, 2010 yılında yaşanan etnik çatışmada CIDA’nın yardım miktarının 500.000 dolar olduğu ifade edilmektedir.” ([www.acdi-cida.gc.ca/acdi-cida](http://www.acdi-cida.gc.ca/acdi-cida), 02.01.2015)

## **2. ULUSLARARASI ÇERÇEVEDE KALKINMA YARDIMLARININ 1992-2002/2003-2013 DÖNEMLERİ ARASI DAĞILIM PLANLAMASI**

Tez Türkiye’nin Kırgızistan’a yönelik kalkınma yardımlarına odaklandığı için araştırma süreci 1992-2002 ile 2003-2013 dönemlerine göre ayrıştırılarak yirmi yıl öncesinden itibaren söz konusu yardımların dağılımlarını belirlemek hedeflenmiştir. İkinci Dünya Savaşı sonrası Amerika Birleşik Devletlerinin Avrupa ülkeleri ve Sovyet tehditi altında bulunan ülkelere yönelik Marshall Programı ile başlattığı kalkınma yardımları, 1989’da Sovyetlerin dağılması ve Orta Asya’da yeni Bağımsız Cumhuriyetlerin kurulmuş olması, böylelikle iki kutuplu dünya sistemi algısının değişime tabi olması, bu bölgeye yönelik yeni bir anlayışı da beraberinde getirmiştir.

İşte 1992 sonrası reel politik anlamda yerini bulan bu yardımların dağılım parametreleri aynı yıllarda dünyanın diğer kesimlerindeki uygulamaları da birlikte

görmek amacıyla 1992 sonrası incelemeye tabi tutulmuştur. Bu amaçla inceleme süreci 10 yıllık uygulamaları kapsayacak şekilde planlanmış 1992-2002 ile 2003-2013 olarak iki ayrı döneme dayalı olarak belirlenmiş bulunmaktadır.

### **2.1. Kalkınma Yardımları Komitesi (DAC) Üyesi ve Üyesi Olmayan Ülkelerin Toplam Resmi Yardımları**

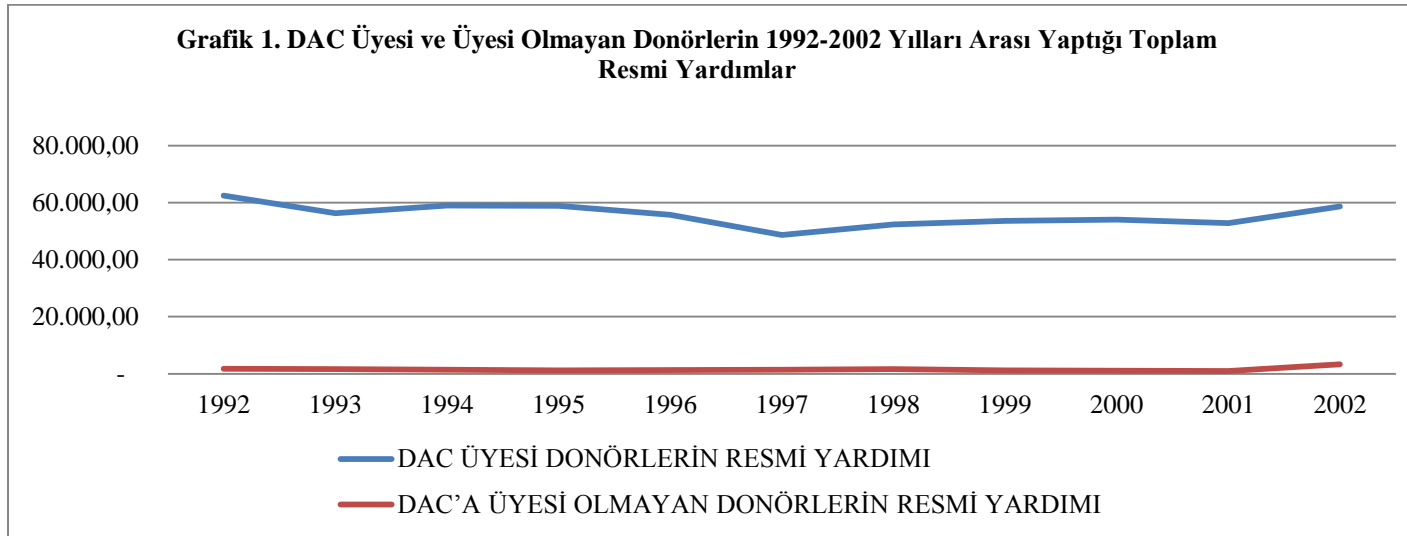
Kalkınma Yardımları Komitesi (DAC) üyesi olan ülkelerin 1992-2002 yılları arası toplam resmi yardımları 612.377 milyon dolardır. Aşağıdaki tabloda, bu yıllarda DAC üyesi olmayan ülkelerin de resmi yardımlarının toplamının 16.721 milyon dolar olduğu görülmektedir. Aynı dönemde çok taraflı yardımlar da 55.804 milyon dolar düzeyine ulaşmış görülmektedir. Kalkınma odaklı bu resmi yardımların söz konusu bu tarihlerdeki toplamı 684. 902 milyon dolardır. Dolayısıyla, ağırlıklı olarak DAC üyesi olan ve aynı zamanda üye olmayan ülkelerin de 1992-2002 yılları arasında gelişmekte olan ülkelere yönelik resmi yardımlarının toplamda 684. 902 milyon doları bulduğu anlaşılmaktadır. İlgili dönemlere ilişkin aşağıdaki veri tabloları da OECD'nin web sitesinden ([www.oecd.org/Aralık 2015](http://www.oecd.org/Aralık 2015)) alınmıştır.

Yukarıda da değinildiği üzere, resmi kalkınma yardımları, kalkınma desteğine ihtiyaç duyan devletlere kamu kaynaklı hibeler ya da % 25 hibe unsuru içeren uzun vadeli ve düşük faizli krediler olarak gerçekleştirilmektedir. Bu çerçeveye söz konusu bu profildeki destekler ilgili ülkeler açısından büyük kalkınma desteği yaratabilecek bir nitelik taşımaktadır.

Çalışmada belirtilen ikinci süreç olarak 2003-2013 yılları arasındaki donör olan ve olmayan ülkelerin resmi yardımlarının dağılımlarına bakıldığında da, ilgili tabloda DAC üyesi ülkelerin bu yıllar arasında toplamda 1.236.850 milyon dolar destekte bulunmuş olduğu görülmektedir. DAC'a üye olmayan ülkelerin de bu yıllar arasında resmi yardımlarını daha önceki sürece göre artırdığı, 2003-2013 yılları arasında toplamda 72.845 milyon dolarlık destekte bulunduğu ilgili tablodan anlaşılmaktadır. Yine çok taraflı destek çalışmalarının bu süreç içerisinde de gerçekleştirildiği, ve 137.500 milyon dolara ulaştığı görülmektedir. Dolayısıyla, 1992-2002 dönemine göre 2003-2013 yılları arasında, dünyada kalkınma desteğine ihtiyaç duyulan ülkelere çok daha fazla destekte bulunulmuş olduğunu, dünyada refah seviyesinin tüm ülkelerde olması gereken oranlara çıkarılması anlamında bu rakamların büyük değer taşıdığını belirtmek gerekmektedir.

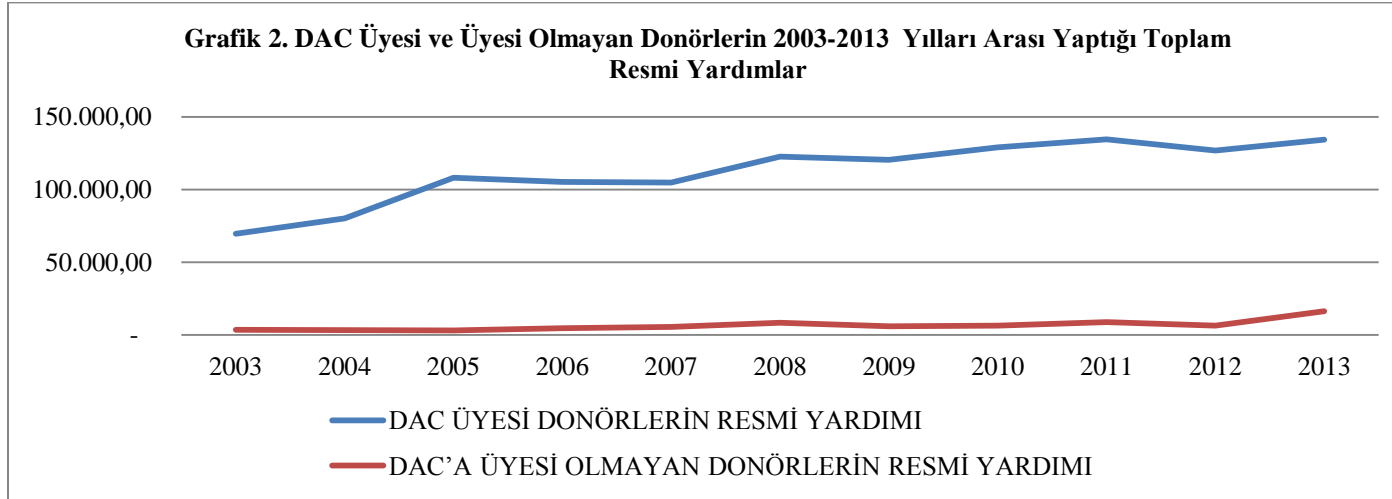
**Tablo 4.** DAC Üyesi ve Üyesi Olmayan Donörlerin 1992-2002 Yılları Arası Yaptığı Toplam Resmi Yardımlar  
(Milyon US Dolar)

Toplam Donörler	Yıllar											Genel Toplam 1992-2002
	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	
Dac Üyesi Donörlerin Resmi Yardımı	62.440,03	56.286,11	58.991,48	58.895,70	55.750,58	48.657,99	52.311,59	53.600,78	54.021,00	52.767,29	58.654,48	612.377,03
Çok Taraflı Yardımlar	4.500,84	3.966,48	4.825,12	5.397,73	5.454,79	5.261,12	5.139,52	4.936,65	4.912,25	5.961,29	5.448,13	55.803,92
Dac'a Üye Olmayan Donörlerin Resmi Yardımı	1.761,70	1.599,58	1.439,56	1.131,03	1.262,98	1.442,70	1.654,13	1.153,80	1.086,56	924,52	3.264,43	16.720,99
<b>Genel Toplam</b>	<b>68.702,57</b>	<b>61.852,17</b>	<b>65.256,16</b>	<b>65.424,46</b>	<b>62.468,35</b>	<b>55.361,81</b>	<b>59.105,24</b>	<b>59.691,23</b>	<b>60.019,81</b>	<b>59.653,10</b>	<b>67.367,04</b>	<b>684.901,94</b>



**Tablo 5.** DAC Üyesi ve Üyesi Olmayan Donörlerin 2003-2013 Yılları Arası Yaptığı Toplam Resmi Yardımlar(Milyon US Dolar)

Toplam Donörler	Yıllar											Genel Toplam
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2003-2013
Dac Üyesi Donörlerin Resmi Yardımı	69.582,90	80.129,70	108.296,42	105.415,48	104.917,47	122.783,94	120.558,01	129.066,15	134.670,01	126.949,28	134.480,71	1.236.850,07
Çok Taraflı Yardımlar	7.173,22	8.703,57	9.389,96	10.245,20	11.634,23	13.196,98	13.581,29	12.746,70	17.390,53	17.479,05	15.959,20	137.499,93
Dac'a Üye Olmayan Donörlerin Resmi Yardımı	3.658,35	3.316,14	3.084,90	4.582,79	5.616,32	8.442,19	6.014,64	6.511,01	8.859,13	6.448,70	16.340,53	72.874,70
<b>Genel Toplam</b>	<b>80.414,47</b>	<b>92.149,41</b>	<b>120.771,28</b>	<b>120.243,47</b>	<b>122.168,02</b>	<b>144.423,11</b>	<b>140.153,94</b>	<b>148.323,86</b>	<b>160.919,67</b>	<b>150.877,03</b>	<b>166.780,44</b>	<b>1.447.224,70</b>



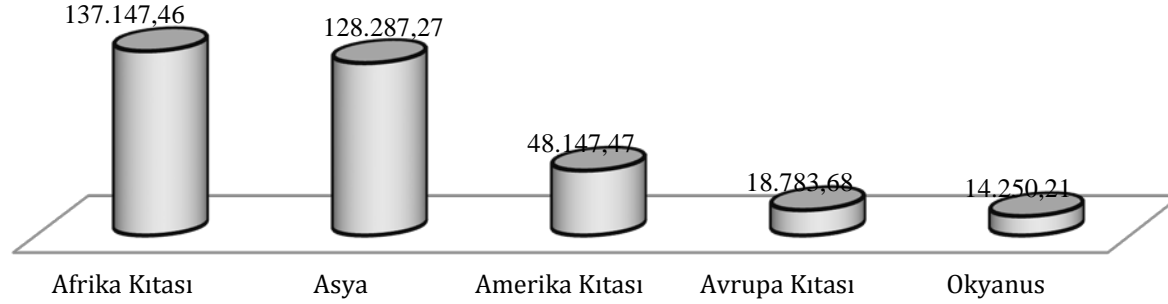
## 2.2. Kalkınma Yardımları Komitesi (DAC) Üyesi ve Üyesi Olmayan Ülkelerin Bölgelere Yapmış Oldukları Resmi Yardımları

Aşağıdaki bu arakesitle ilgili tablolarda DAC üyesi olan devletlerle, üye olmayan devletlerin bölgelere göre yapmış oldukları resmi yardımların dağılımları yer almaktadır. Yine iki ayrı süreçte bu yardımlar kategorize edilmiştir. İlk olarak 1992-2002 dönemi ele alınmış, veriler tablolandırılmış ve Avrupa, Asya, Afrika, Amerika ve Okyanusya arasında en fazla desteği, toplamda 137.147 milyon dolar ile Afrika bölgesinin aldığı görülmüştür. İkinci sırada 128. 287 milyon dolar ile Asya bölgesi gelmiştir. Söz konusu on yıllık süreçte en az desteği ise 14.250 milyon dolar ile Okyanusya almıştır. 2003-2013 ikinci on yılında DAC üyesi olan ve olmayan devletlerin resmi yardım dağılımları da aşağıdaki tablolarda ayrıntılı aktarılmıştır. Bu şekildeki dağılım ağırlıklarından yardımların alt yapısındaki sosyo-politik indeksleri de görmek olası olmaktadır.

**Tablo 6.** DAC Üyesi Donörlerin 1992-2002 Yılları Arası Bölgelere Yapmış Oldukları Resmi Kalkınma Yardımlarının Dağılımı (Milyon US Dolar)

Bölgeler	Yıllar											Genel Toplam
	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	1992-2002
Avrupa	1.456,96	1.767,26	1.140,42	1.349,64	1.186,52	990,03	1.161,42	2.507,76	2.092,99	1.732,15	3.398,53	18.783,68
Afrika Toplam	16.212,50	13.453,23	14.416,97	13.242,09	12.858,42	11.407,70	11.251,32	10.359,72	10.401,75	10.158,72	13.385,04	137.147,46
Afrika												
Kuzey Sahra	4.275,26	2.515,06	2.953,99	2.402,22	2.653,76	2.000,59	1.993,03	1.850,99	1.681,99	1.702,97	1.645,88	25.675,74
Güney Sahra	11.551,77	10.669,21	10.883,97	10.405,94	9.707,94	8.615,65	8.574,89	7.947,27	8.156,01	8.169,50	11.412,13	106.094,28
Amerika Toplam	4.296,70	4.267,58	4.553,54	4.810,98	5.768,73	3.937,23	4.021,36	4.244,10	3.862,34	4.471,36	3.913,55	48.147,47
Amerika												
Kuzey&Orta	2.388,31	1.939,58	2.488,26	2.534,66	2.136,38	1.550,58	1.622,12	1.899,66	1.574,28	2.203,59	1.691,72	22.029,14
Güney	1.717,08	2.106,72	1.729,35	2.048,30	2.016,32	1.903,09	1.689,72	1.637,25	1.936,37	1.899,54	1.982,39	20.666,13
Asya Toplam	13.419,90	12.002,16	13.755,07	12.388,23	12.007,85	8.197,56	10.451,78	12.675,29	11.075,68	10.817,48	11.496,27	128.287,27
Asya												
Uzak Doğu	7.054,38	6.655,22	6.455,68	6.789,54	4.793,68	3.995,30	5.665,57	7.534,98	6.199,76	4.923,17	5.122,39	65.189,67
Güney&Orta	3.360,61	3.116,84	4.134,12	3.582,00	3.309,67	2.722,45	3.421,48	3.423,89	3.355,00	4.518,42	4.916,90	39.861,38
Orta Doğu	2.865,42	2.082,91	3.059,03	1.718,83	3.605,66	1.366,43	1.235,61	1.539,85	1.311,72	1.152,86	1.243,38	21.181,70
Okyanus	1.316,47	1.445,67	1.667,04	1.712,31	1.699,82	1.434,90	1.526,73	1.372,48	712,47	702,22	660,10	14.250,21
<b>Genel Toplam</b>	<b>36.702,53</b>	<b>32.935,90</b>	<b>35.533,04</b>	<b>33.503,25</b>	<b>33.521,34</b>	<b>25.967,42</b>	<b>28.412,61</b>	<b>31.159,35</b>	<b>28.145,23</b>	<b>27.881,93</b>	<b>32.853,49</b>	<b>346.616,09</b>

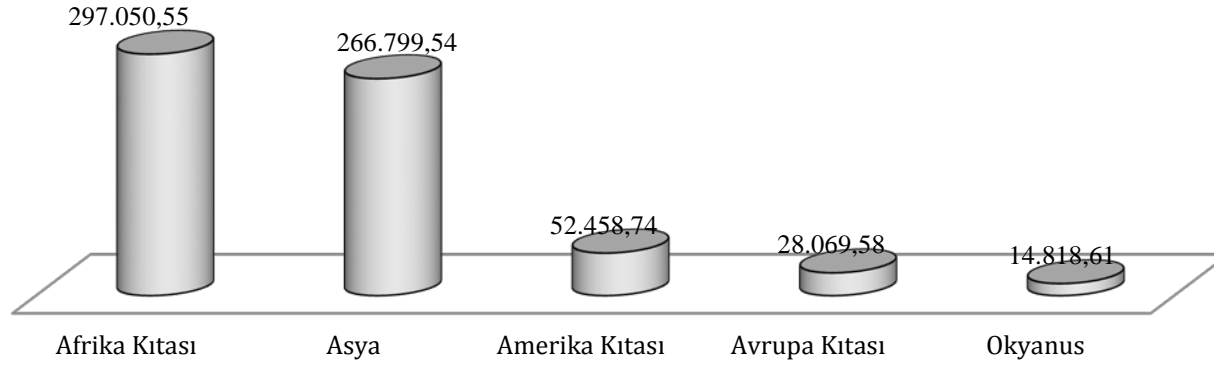
**Grafik 3. Bölgelere 1992-2002 Yılları arası Yapılan Toplam Yardımın Dağılımı (Milyon \$)**



**Tablo 7. DAC Üyesi Donörlerin 2003-2013 Yılları Arası Bölgelere Yapmış Oldukları Resmi Kalkınma Yardımlarının Dağılımı (Milyon US Dolar)**

Bölgeler	Yıllar											Genel Toplam
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	
Avrupa	2.301,84	1.941,40	2.422,85	3.174,49	2.230,10	3.063,94	3.052,08	3.068,70	2.707,31	2.082,06	2.024,81	28.069,58
Afrika Toplam	19.174,75	19.386,49	24.661,76	31.665,13	24.640,70	27.380,21	28.197,57	29.375,41	32.717,26	30.487,93	29.363,34	297.050,55
Afrika												
Kuzey Sahra	1.544,28	2.118,59	1.585,42	1.691,10	2.005,97	2.274,79	1.977,66	1.598,86	2.474,54	1.893,07	1.976,21	21.140,49
Güney Sahra	17.251,53	16.767,29	22.447,87	29.316,92	21.549,26	24.004,52	24.874,58	26.718,42	28.978,02	27.251,23	26.123,31	265.282,95
Amerika Toplam	4.591,31	5.147,20	4.866,99	5.289,97	4.868,19	7.015,50	6.579,50	7.656,18	7.759,66	6.635,40	6.348,12	66.758,02
Amerika												
Kuzey&Orta	1.806,58	2.358,75	2.334,26	2.328,12	2.178,58	2.907,29	2.865,89	4.791,77	3.961,41	3.043,65	2.714,27	31.290,57
Güney	2.517,91	2.477,98	2.166,98	2.560,89	2.270,16	2.980,58	2.913,87	2.194,81	3.188,41	3.167,18	2.920,19	29.358,96
Asya Toplam	13.923,74	15.735,21	38.228,99	22.628,19	24.747,39	29.266,41	23.642,90	24.831,86	23.802,39	22.919,04	27.073,42	266.799,54
Asya												
Uzak Doğu	4.563,34	4.484,11	6.777,72	4.642,98	4.994,96	4.578,74	5.241,16	5.393,24	3.789,10	4.215,96	3.777,43	52.458,74
Güney&Orta	4.991,42	5.064,60	7.178,98	6.887,11	8.111,25	10.776,97	11.900,37	13.815,25	14.425,95	13.024,05	15.107,03	111.282,98
Orta Doğu	4.214,63	6.024,56	23.555,93	10.457,83	11.003,79	13.141,03	5.832,80	4.892,48	4.732,22	4.915,42	7.306,07	96.076,76
Okyanus	747,73	834,70	974,42	1.073,24	1.176,85	1.313,05	1.351,68	1.766,29	1.980,94	1.838,66	1.761,05	14818,61
<b>Genel Toplam</b>	<b>40.739,37</b>	<b>43.045,00</b>	<b>71.155,01</b>	<b>63.831,02</b>	<b>57.663,23</b>	<b>68.039,11</b>	<b>62.823,73</b>	<b>66.698,44</b>	<b>68.967,56</b>	<b>63.963,09</b>	<b>66.570,74</b>	<b>673.496,30</b>

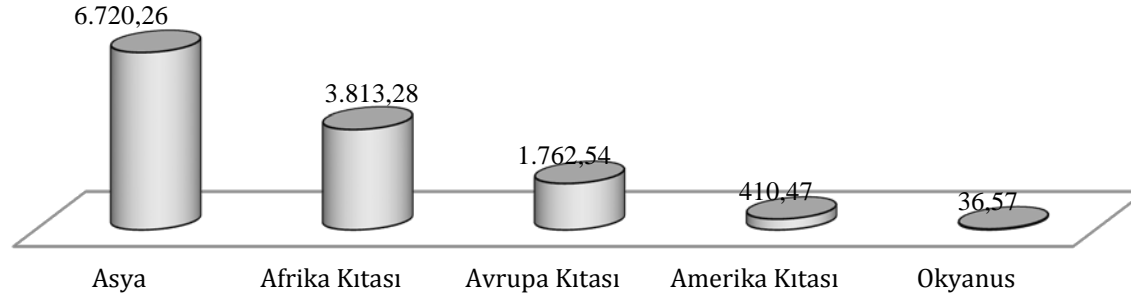
**Grafik 4. Bölgelere 2003-2013 Yılları arası Yapılan Toplam Yardımın Dağılımı (Milyon \$)**



**Tablo 8. DAC Üyesi Olmayan Donörlerin 1992-2002 Yılları Arası Bölgelere Yapmış Oldukları Resmi Kalkınma Yardımlarının Dağılımı (Milyon US Dolar)**

Bölgeler	Yıllar											Genel Toplam
	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	
Avrupa	273,93	242,69	206,34	216,90	215,65	44,85	45,03	358,55	69,68	48,62	40,30	1.762,54
Afrika Toplam	772,97	780,44	217,51	160,91	111,06	263,88	347,55	290,19	356,59	272,63	239,55	3.813,28
Afrika												
Kuzey Sahra	708,43	676,14	177,32	124,77	51,89	153,05	253,64	156,37	169,54	119,86	93,30	2.684,31
Güney Sahra	63,73	104,30	40,19	36,14	58,65	110,83	93,91	133,80	187,04	152,77	128,42	1.109,78
Amerika Toplam	44,16	27,70	22,81	30,19	61,54	58,89	32,44	25,04	34,53	29,81	43,36	410,47
Amerika												
Kuzey&Orta	42,05	25,49	18,89	29,69	48,96	33,92	23,66	15,93	25,30	22,20	4,13	290,22
Güney	2,11	2,21	3,92	0,50	12,58	24,92	8,78	9,08	9,23	7,61	39,23	120,17
Asya Toplam	99,51	418,78	571,62	382,06	520,13	739,75	984,22	310,31	544,19	702,72	1.446,97	6.720,26
Asya												
Uzak Doğu	- 10,49	15,33	27,19	14,68	13,15	- 35,66	- 27,58	- 13,53	2,20	28,48	-1,71	12,06
Güney&Orta	- 40,60	41,16	-8,09	- 70,27	78,87	318,79	56,38	54,56	100,22	111,69	102,51	745,22
Orta Doğu	148,98	362,29	552,52	437,40	428,05	456,12	955,42	269,28	441,77	560,70	498,69	5.111,22
Okyanus	7,21	9,98	10,73	2,84	3,37	-0,25	-0,68	2,41	1,28	- 0,10	-0,22	36,57
<b>Genel Toplam</b>	<b>1.197,78</b>	<b>1.479,59</b>	<b>1.029,01</b>	<b>792,90</b>	<b>911,75</b>	<b>1.107,12</b>	<b>1.408,56</b>	<b>986,50</b>	<b>1.006,27</b>	<b>1.053,68</b>	<b>1.769,96</b>	<b>12.743,12</b>

**Grafik 5. Bölgelere 1992-2002 Yılları arası Yapılan Toplam Yardımın Dağılımı (Milyon \$)**

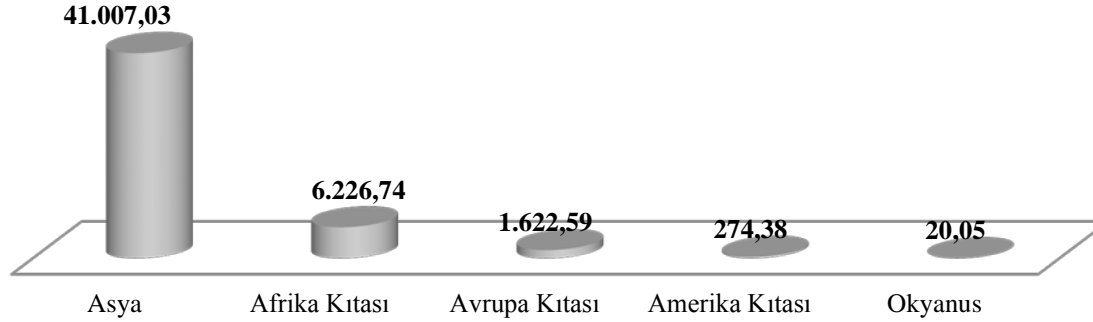


**Tablo 9. DAC Üyesi Olmayan Donörlerin 2003-2013 Yılları Arası Bölgelere Yapmış Oldukları Resmi Kalkınma Yardımlarının Dağılımı (Milyon US Dolar)**

Bölgeler	Yıllar											Genel Toplam
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	
Avrupa	26,46	67,01	146,49	167,48	242,28	138,57	135,18	208,34	131,67	153,86	205,25	1622,59
Afrika Toplam	334,49	286,61	431,97	492,25	695,21	1.180,54	370,10	336,30	629,89	1.134,89	334,49	6226,74
Afrika												
Kuzey Sahra	231,16	197,65	265,21	270,46	369,30	809,78	142,33	91,40	270,83	660,98	5.390,60	8699,7
Güney Sahra	101,99	88,96	144,30	180,81	261,28	348,98	176,88	215,28	344,33	425,84	387,66	2676,31
Amerika Toplam	18,29	6,08	13,30	0,32	6,87	15,13	13,55	23,70	88,36	36,43	52,35	274,38
Amerika												
Kuzey&Orta	5,88	1,27	9,23	- 2,84	3,37	4,49	5,60	15,18	81,56	28,09	45,26	197,09
Güney	12,41	4,81	4,07	3,16	3,50	5,61	7,95	8,04	6,50	8,18	6,73	70,96
Asya Toplam	798,56	559,93	1.592,50	3.017,86	3.761,97	6.083,26	3.988,11	3.616,17	6.132,41	3.192,11	8.264,15	41007,03
Asya												
Uzak Doğu	1,78	34,67	153,73	174,62	70,58	194,56	41,73	44,54	50,59	55,56	104,68	927,04
Güney&Orta	61,28	232,64	405,96	489,99	1.397,47	583,49	683,07	616,99	825,61	750,57	806,89	6853,96
Orta Doğu	735,50	292,62	885,64	2.246,44	2.116,55	4.892,78	3.038,59	2.680,60	5.064,58	2.326,06	7.244,62	31523,98
Okyanus	- 0,34	- 0,36	1,21	4,28	- 2,08	2,30	0,62	0,32	3,34	9,61	1,15	20,05
<b>Genel Toplam</b>	<b>1.177,46</b>	<b>919,27</b>	<b>2.185,47</b>	<b>3.682,19</b>	<b>4.704,25</b>	<b>7.419,80</b>	<b>4.507,56</b>	<b>4.184,83</b>	<b>6.985,67</b>	<b>4.526,90</b>	<b>8.857,39</b>	<b>49.150,79</b>



**Grafik 6. Bölgelere 2003-2013 Yılları arası Yapılan Toplam Yardımın Dağılımı (Milyon \$)**



### 2.3. Kalkınma Yardımları Komitesi (DAC) Üyesi ve Üyesi Olmayan Ülkelerin Yıllara Göre Yapmış Oldukları Resmi Yardımları

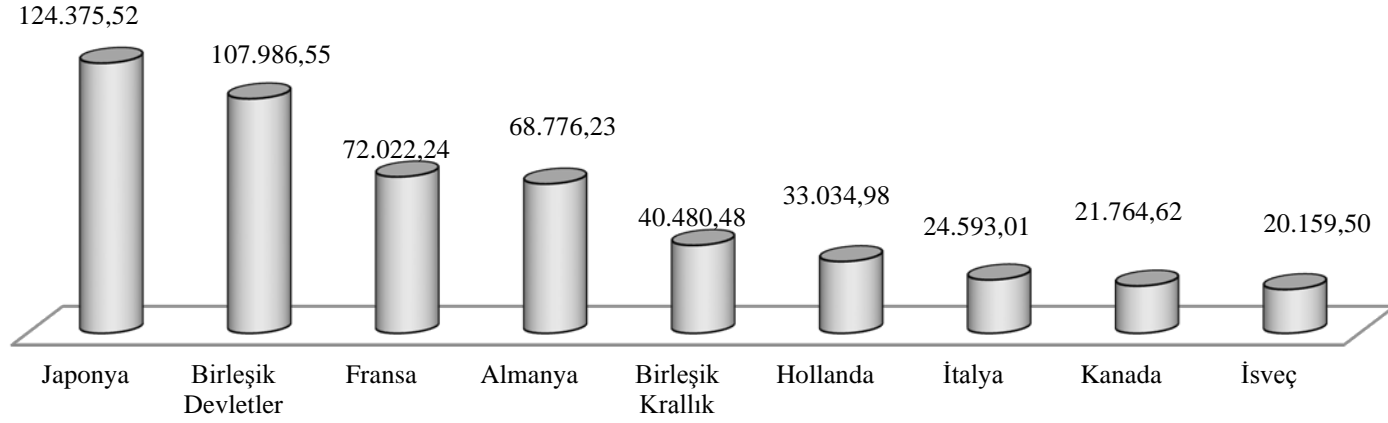
Bu arakesitte de DAC üyesi olan ve olmayan ülkelerin 1992-2002/2003-2013 dönemlerindeki resmi yardımların dağılımları aktarılmıştır. Bu bağlamda aşağıdaki dört tabloda iki ayrı süreçte DAC'a bağlı DAC'a bağlı olmayan ülkelerin yardım yöneylemleri yıllara göre ayrıntılı sunulmaktadır.

**Tablo 10.** DAC Üyesi Donörlerin 1992-2002 Yılları Arası Yıllara Göre Yapmış Oldukları Resmi Kalkınma Yardımlarının Dağılımı (Milyon US Dolar)

DAC Üyesi Donörler	Yıllar											Genel Toplam
	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	
Avustralya	1.014,93	953,46	1.091,36	1.194,34	1.074,38	1.060,71	960,37	981,90	987,14	872,78	988,74	11.180,11
Avusturya	204,10	206,07	323,43	620,04	526,70	494,86	459,05	492,29	439,70	633,09	520,16	4.919,49
Belçika	870,00	810,24	727,46	1.033,94	913,28	763,76	882,63	759,78	819,66	867,32	1.071,59	9.519,66
Kanada	2.515,18	2.399,64	2.249,61	2.066,67	1.795,47	2.044,61	1.706,64	1.706,29	1.743,60	1.532,75	2.004,16	21.764,62
Çek Cumhuriyeti	..	20,00	25,25	..	..	..	16,16	14,80	16,16	26,49	45,43	164,29

Danimarka	1.391,61	1.339,93	1.446,01	1.622,67	1.772,41	1.636,61	1.704,26	1.733,31	1.664,18	1.634,42	1.643,24	17.588,65
Finlandiya	643,76	355,12	290,07	388,32	408,18	378,88	396,34	416,49	370,84	389,00	462,19	4.499,19
Fransa	8.269,99	7.915,14	8.466,04	8.443,37	7.451,27	6.306,61	5.741,59	5.639,34	4.104,71	4.198,03	5.486,15	72.022,24
Almanya	7.583,12	6.953,96	6.817,96	7.523,58	7.600,89	5.856,78	5.580,68	5.515,33	5.030,00	4.989,50	5.324,43	68.776,23
Yunanistan	..	..	..	..	183,52	172,64	179,42	194,14	226,00	201,54	276,13	1.433,39
İzlanda	4,92	6,70	6,00	..	..	7,82	7,15	7,57	8,61	9,73	12,65	71,15
İrlanda	70,39	81,14	108,89	153,33	178,54	187,16	198,59	245,38	234,00	286,53	397,75	2.141,70
İtalya	4.121,92	3.043,36	2.704,63	1.622,66	2.415,52	1.265,55	2.278,31	1.805,72	1.376,26	1.626,95	2.332,13	24.593,01
Japonya	11.151,01	11.258,98	13.238,53	14.489,27	9.439,30	9.358,00	10.640,10	12.162,59	13.507,96	9.846,82	9.282,96	124.375,52
Kore	76,80	111,56	140,22	115,99	159,15	185,61	182,71	317,49	212,07	264,65	278,78	2.045,03
Lüksemburg	37,62	49,62	59,48	65,49	82,30	94,51	111,79	118,66	122,97	138,94	146,76	1.028,14
Hollanda	2.752,81	2.525,40	2.516,74	3.226,08	3.246,32	2.946,73	3.041,58	3.134,04	3.134,78	3.172,49	3.338,01	33.034,98
Yeni Zelanda	97,18	97,79	109,92	123,09	121,68	153,95	129,96	133,78	113,22	111,66	121,86	1.314,09
Norveç	1.272,93	1.014,21	1.136,74	1.244,43	1.311,24	1.306,11	1.321,49	1.369,79	1.263,56	1.345,91	1.696,09	14.282,50
Polonya	..	..	..	..	..	..	18,72	20,33	28,81	35,56	14,26	117,68
Portekiz	292,78	235,25	303,18	257,53	217,93	250,48	258,54	275,98	270,62	268,45	322,58	2.953,32
Slovak Cumhuriyeti	..	..	..	..	..	..	..	7,36	5,86	8,28	6,68	28,18
Slovenya	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	0,00
İspanya	1.518,22	1.303,59	1.304,51	1.348,16	1.251,43	1.234,40	1.375,68	1.363,28	1.194,82	1.737,04	1.712,21	15.343,34
İsveç	2.459,53	1.768,52	1.819,19	1.703,96	1.999,00	1.730,59	1.572,72	1.629,88	1.798,95	1.665,60	2.011,56	20.159,50
İsviçre	1.139,13	793,25	982,28	1.083,57	1.026,42	910,52	897,62	983,75	890,37	908,21	938,87	10.553,99
Birleşik Krallık	3.243,10	2.920,18	3.196,98	3.202,21	3.198,65	3.433,10	3.863,51	3.426,25	4.501,26	4.566,20	4.929,04	40.480,48
Birleşik Devletler	11.709,00	10.123,00	9.927,00	7.367,00	9.377,00	6.878,00	8.785,98	9.145,26	9.954,89	11.429,35	13.290,07	107.986,55
<b>Genel Toplam</b>	<b>62.440,03</b>	<b>56.286,11</b>	<b>58.991,48</b>	<b>58.895,70</b>	<b>55.750,58</b>	<b>48.657,99</b>	<b>52.311,59</b>	<b>53.600,78</b>	<b>54.021,00</b>	<b>52.767,29</b>	<b>58.654,48</b>	<b>612.377,03</b>

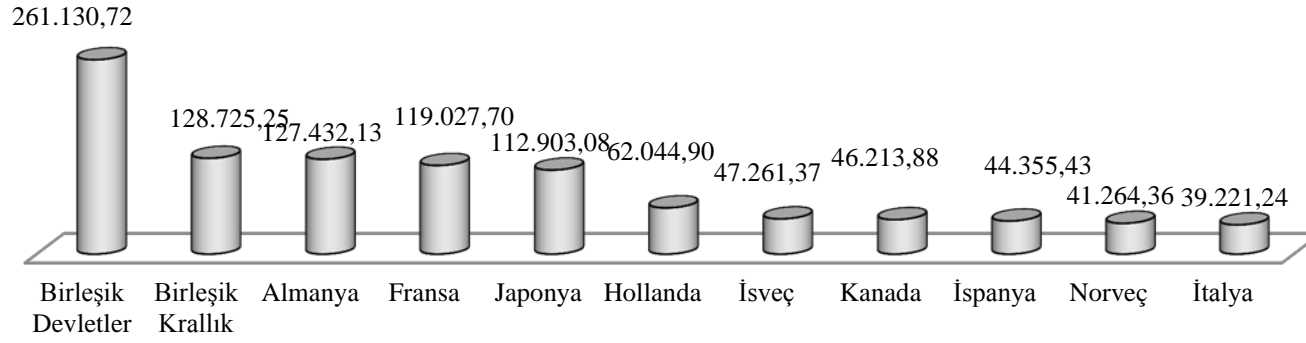
**Grafik 7. Donör Ülkelerin 1992-2002 Yılları arası Toplam Yardımlarının Dağılımı (Milyon \$)**



**Tablo 11.** DAC Üyesi Donörlerin 2003-2013 Yılları Arası Yapmış Oldukları Yıllara Göre Kalkınma Yardımlarının Dağılımı (Milyon US Dolar)

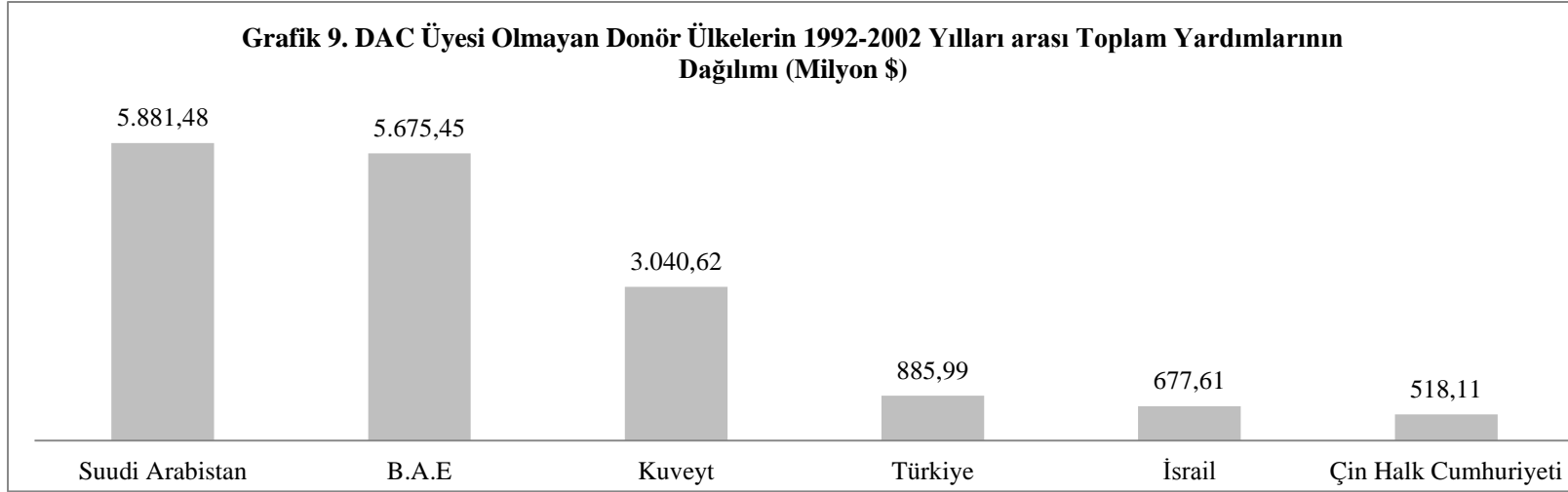
DAC Üyesi Donörler	Yıllar											Genel Toplam
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2003-2013
Avustralya	1.218,60	1.460,13	1.680,16	2.123,22	2.668,52	2.954,07	2.761,61	3.826,10	4.982,91	5.402,70	4.845,55	33.923,57
Avusturya	504,78	677,63	1.573,32	1.498,43	1.808,46	1.713,51	1.141,78	1.208,42	1.111,37	1.105,75	1.171,46	13.514,91
Belçika	1.853,40	1.463,31	1.963,36	1.976,94	1.950,70	2.385,64	2.609,60	3.003,93	2.807,41	2.314,86	2.299,54	24.628,69
Kanada	2.030,60	2.599,13	3.756,34	3.683,16	4.079,69	4.794,71	4.000,07	5.214,12	5.458,56	5.650,26	4.947,24	46.213,88
Çek Cumhuriyeti	90,55	108,28	135,15	160,87	178,88	249,21	214,70	227,56	250,46	219,63	210,88	2.046,17
Danimarka	1.748,16	2.037,13	2.108,92	2.236,12	2.562,23	2.803,28	2.809,88	2.871,24	2.931,13	2.692,59	2.927,46	27.728,14
Finlandiya	558,49	679,87	901,94	834,40	981,34	1.165,73	1.290,18	1.332,95	1.406,04	1.319,71	1.435,36	11.906,01
Fransa	7.253,09	8.472,56	10.026,22	10.600,59	9.883,59	10.907,55	12.601,55	12.915,10	12.997,24	12.028,27	11.341,94	119.027,70
Almanya	6.784,18	7.534,21	10.082,16	10.434,81	12.290,70	13.980,87	12.079,15	12.985,36	14.092,94	12.939,49	14.228,26	127.432,13
Yunanistan	362,16	320,83	384,22	423,99	500,82	703,16	607,27	507,72	424,77	327,41	239,07	4.801,42
İzlanda	17,66	21,26	27,26	41,50	48,25	48,41	34,42	28,75	25,57	26,12	34,91	354,11
İrlanda	503,56	607,44	718,94	1.021,66	1.192,15	1.327,85	1.005,78	895,15	913,56	808,36	845,85	9.840,30
İtalya	2.432,85	2.461,54	5.090,90	3.641,08	3.970,62	4.860,64	3.297,49	2.996,39	4.325,97	2.737,13	3.406,63	39.221,24
Japonya	8.879,66	8.922,46	13.125,55	11.135,74	7.697,14	9.600,71	9.466,58	11.057,74	10.831,40	10.604,51	11.581,59	112.903,08
Kore	365,91	423,32	752,32	455,25	696,11	802,34	816,04	1.173,79	1.324,59	1.597,45	1.755,38	10.162,50
Lüksemburg	193,83	235,59	256,39	290,71	375,53	414,94	414,73	402,69	409,24	399,03	429,32	3.822,00
Hollanda	3.972,17	4.203,82	5.114,69	5.451,72	6.224,26	6.992,60	6.426,08	6.357,31	6.343,96	5.522,84	5.435,45	62.044,90
Yeni Zelanda	165,44	212,10	273,52	258,65	319,80	347,96	309,28	342,22	424,15	449,10	457,31	3.559,53
Norveç	2.043,87	2.198,29	2.793,64	2.945,24	3.734,83	4.005,76	4.081,23	4.371,56	4.755,59	4.752,99	5.581,36	41.264,36
Polonya	27,14	117,51	204,79	299,70	362,90	372,54	374,89	377,75	417,47	421,06	471,90	3.447,65
Portekiz	319,60	1.031,05	377,12	396,35	470,54	620,15	512,70	648,96	707,82	580,78	488,32	6.153,39
Slovak Cumhuriyeti	15,07	28,19	56,83	55,11	67,23	91,85	75,40	73,71	86,02	79,68	86,04	715,13
Slovenya	..	..	34,67	44,01	54,14	67,60	71,24	58,60	62,77	58,45	61,63	513,11
İspanya	1.961,26	2.436,99	3.018,30	3.813,67	5.139,80	6.866,83	6.584,11	5.949,46	4.173,11	2.037,33	2.374,57	44.355,43
İsveç	2.400,11	2.722,01	3.361,68	3.954,96	4.338,94	4.731,75	4.548,23	4.533,49	5.603,12	5.239,79	5.827,29	47.261,37
İsviçre	1.299,49	1.545,44	1.771,59	1.646,44	1.684,87	2.037,63	2.310,07	2.299,95	3.050,87	3.055,59	3.196,86	23.898,80
Birleşik Krallık	6.261,75	7.904,70	10.771,70	12.459,02	9.848,53	11.499,87	11.282,61	13.052,97	13.832,36	13.891,44	17.920,30	128.725,25
Birleşik Devletler	16.319,52	19.704,91	1.680,16	23.532,14	21.786,90	26.436,78	28.831,34	30.353,16	30.919,61	30.686,96	30.879,24	261.130,72
<b>Genel Toplam</b>	<b>69.582,90</b>	<b>80.129,70</b>	<b>108.296,42</b>	<b>105.415,48</b>	<b>104.917,47</b>	<b>122.783,94</b>	<b>120.558,01</b>	<b>129.066,15</b>	<b>134.670,01</b>	<b>126.949,28</b>	<b>134.480,71</b>	<b>1.210.595,49</b>

**Grafik 8. Donör Ülkelerin 2003-2013 Yılları arası Toplam Yardımlarının Dağılımı (Milyon \$)**



**Tablo 12.** DAC Üyesi Olmayan Donörlerin 1992-2002 Yılları Arası Yapmış Oldukları Yıllara Göre Kalkınma Yardımlarının Dağılımı(Milyon US Dolar)

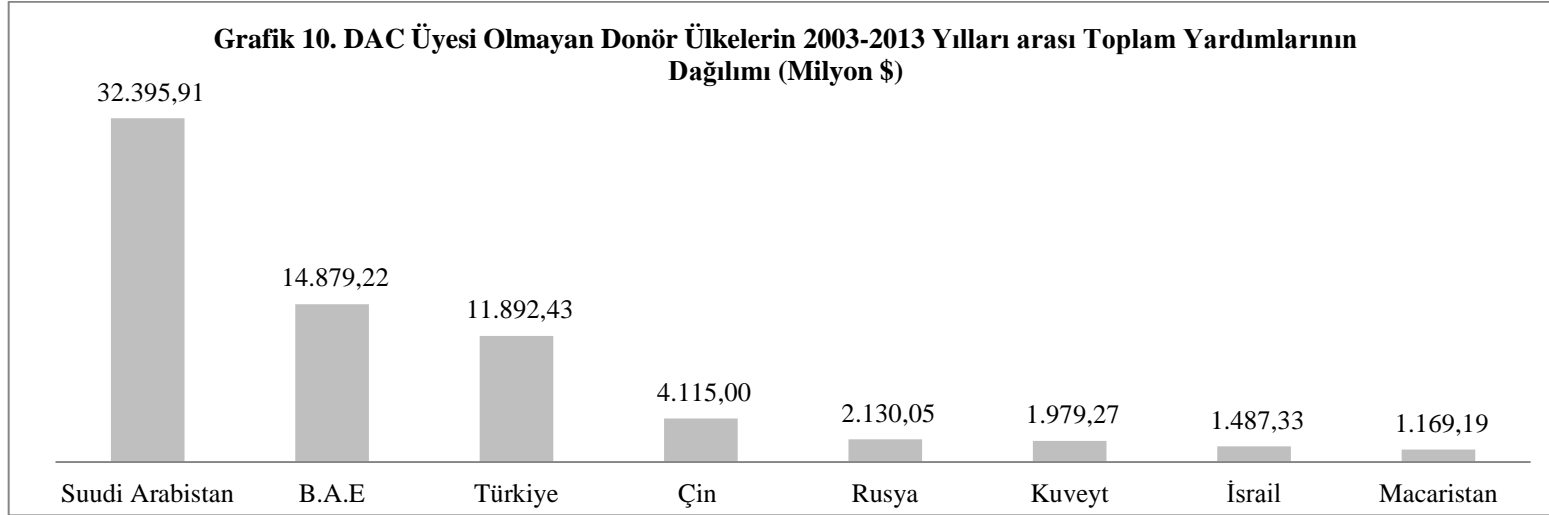
DAC Üyesi Olmayan Donörler	Yıllar											Genel Toplam
	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	1992-2002
Bulgaristan	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	-
Hırvatistan	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	-
Kıbrıs	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	-
Estonya	..	..	..	..	..	..	0,15	0,37	0,52	0,49	1,25	2,78
Macaristan	0,25	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	0,25
İsrail	..	..	..	..	..	89,25	87,07	113,53	164,39	92,48	130,89	677,61
Kuveyt ( KFAED )	190,44	380,53	614,30	384,11	414,17	373,00	278,18	147,05	165,03	73,43	20,38	3.040,62
Letonya	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	1,50	1,50
Lihtenştayn	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	-
Litvanya	..	..	..	..	..	..	..	..	..	1,75	1,64	3,39
Malta	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	-
Romanya	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	-
Rusya	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	-
Suudi Arabistan	783,03	478,00	323,20	305,25	368,50	226,38	253,65	185,15	275,50	205,07	2.477,75	5.881,48
Çin Halk Cumhuriyeti	106,06	60,67	79,15	92,38	87,87	65,32	26,66	..	..	..	..	518,11
Tayland	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	-
Türkiye	87,02	62,35	57,54	106,76	87,60	76,72	68,78	120,27	81,88	64,11	72,96	885,99
Birleşik Arap Emirlikleri	579,00	602,36	363,13	242,53	304,84	612,03	939,64	587,43	399,24	487,19	558,06	5.675,45
Diğer donör ülkeler	15,90	15,67	2,24	..	..	..	..	..	..	..	..	33,81
<b>Genel Toplam</b>	<b>1.761,70</b>	<b>1.599,58</b>	<b>1.439,56</b>	<b>1.131,03</b>	<b>1.262,98</b>	<b>1.442,70</b>	<b>1.654,13</b>	<b>1.153,80</b>	<b>1.086,56</b>	<b>924,52</b>	<b>3.264,43</b>	<b>16.720,99</b>



**Tablo 13.** DAC Üyesi Olmayan Donörlerin 2003-2013 Yılları Arası Yapmış Oldukları Yıllara Göre Kalkınma Yardımlarının Dağılımı (Milyon US Dolar)

DAC Üyesi Olmayan Donörler	Yıllar											Genel Toplam
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	
Bulgaristan	..	..	..	..	..	..	..	40,49	48,38	39,95	49,65	178,47
Hırvatistan	..	..	..	..	..	..	..	..	..	21,36	45,08	66,44
Kıbrıs	..	..	15,10	26,02	34,88	37,44	45,50	51,17	37,61	25,08	20,39	293,19
Estonya	1,08	4,84	9,50	14,02	16,12	22,01	18,44	18,76	24,21	23,24	30,68	182,90
Macaristan	21,23	70,14	100,37	149,49	103,47	106,94	116,92	114,34	139,73	118,38	128,18	1.169,19
İsrail	111,68	83,85	95,24	89,83	110,94	137,82	123,90	144,82	206,19	181,19	201,87	1.487,33
Kuveyt (KFAED)	137,79	160,94	218,46	157,93	110,07	283,18	221,12	210,56	144,50	149,16	185,56	1.979,27
Letonya	0,88	8,33	10,65	11,81	15,79	21,82	20,98	15,64	19,13	21,11	23,72	169,86
Lihtenştayn	..	..	..	..	17,97	23,69	26,24	26,63	31,46	28,60	28,26	182,85
Litvanya	1,91	9,07	15,53	25,04	47,60	47,84	36,21	36,74	51,68	51,91	50,41	373,94

<b>Malta</b>	..	..	..	..	..	..	13,69	13,80	19,96	18,58	18,26	84,29
<b>Romanya</b>	..	..	..	..	..	..	122,86	152,54	114,26	163,85	142,41	829,82
<b>Rusya</b>	..	..	..	..	..	..	..	472,39	478,99	465,01	713,66	2.130,05
<b>Suudi Arabistan</b>	2.390,85	1.734,08	1.026,18	2.024,90	1.550,65	4.978,83	3.133,74	3.479,64	5.094,90	1.298,87	5.683,27	32.395,91
<b>Çin Halk Cumhuriyeti</b>	..	420,96	483,00	513,00	514,00	435,20	411,35	380,91	381,24	304,50	271,77	4.115,93
<b>Tayland</b>	..	..	..	73,73	66,91	178,45	40,21	9,62	31,49	16,90	46,30	463,61
<b>Türkiye</b>	66,63	339,16	601,04	714,34	602,33	780,36	707,17	967,42	1.273,01	2.533,30	3.307,67	11.892,43
<b>Birleşik Arap Emirlikleri</b>	926,30	484,77	509,83	782,68	2.425,59	1.265,75	946,63	413,82	712,80	1.009,15	5.401,90	14.879,22
<b>Diğer donör ülkeler</b>	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	-
<b>Genel Toplam</b>	<b>3.658,35</b>	<b>3.316,14</b>	<b>3.084,90</b>	<b>4.582,79</b>	<b>5.616,32</b>	<b>8.442,19</b>	<b>6.014,64</b>	<b>6.511,01</b>	<b>8.859,13</b>	<b>6.448,70</b>	<b>16.340,53</b>	<b>72.874,70</b>





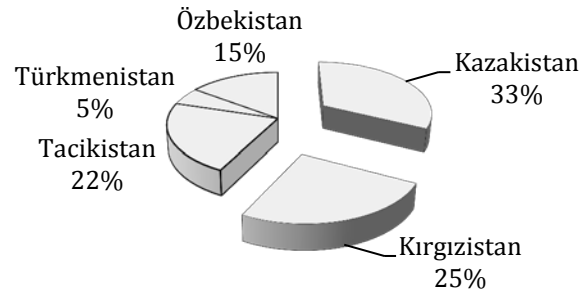
## 2.4. Kalkınma Yardımları Komitesi (DAC) Üyesi Ülkelerin Orta Asya'ya Yönelik Resmi Yardımları

Bu arakesit için de düzenlenen aşağıdaki tablolarda ABD'nin, Almanya'nın, Fransa'nın, Kanada'nın, İngiltere'nin, İsveç'in, Norveç'in ve Japonya'nın Orta Asya'ya yönelik 1992-2013 yılları arası resmi yardımları aktarılmış bulunmaktadır.

**Tablo 14.** Amerika Birleşik Devletleri'nin Orta Asya'ya Yönelik Resmi Yardımları

	Yıllar																						Genel Toplam
	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	
Kazakistan	2	9	12	8	63	37	61,89	44,55	58,3	56,01	74,01	47,81	56,39	51,58	51,5	77,65	157,57	97,31	68,07	36,44	23,29	30,19	1.123,56
Kırgızistan	1	59	22	19	28	8	29,95	30,17	24,62	28,08	51,66	40,06	39,9	40,76	50,32	39,82	63,63	52,48	55,96	65,03	57,29	67,11	873,84
Tacikistan	10	17	18	18	21	13	25,23	19,54	22,63	40,41	75,88	47,1	47,5	56,43	43,61	34,89	59,92	40,54	45,89	34,1	35,73	38,49	764,89
Türkmenistan	5	24	13	16	12	..	2,45	8,28	7,54	14,12	12,14	6,51	6,54	9,61	3,11	0,14	-3,36	10,83	8,35	10,7	11,09	8,37	186,42
Özbekistan	..	1	4	1	6	2	4,33	17,53	35,66	50,24	74,27	68,36	61,24	34,97	49,15	19,1	17,96	9,85	13,44	7,68	9,25	25,42	512,45

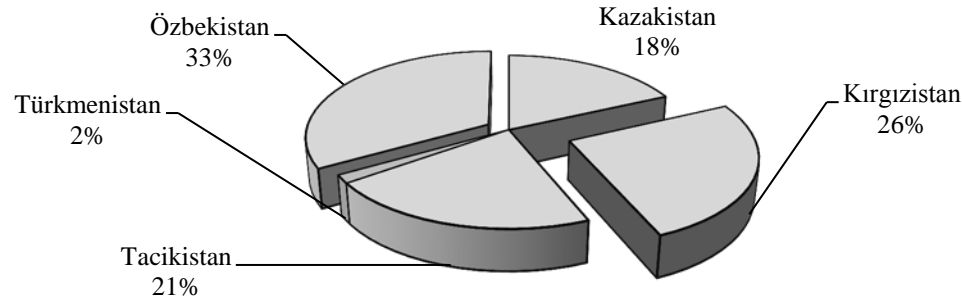
**Grafik 11.** Amerika'nın Orta Asya Ülkelerine 1992-2013 Yılları arası Yardımlarının Dağılımı



**Tablo 15.** Almanya'nın Orta Asya'ya Yönelik Resmi Yardımları

ÜLKELER	Yıllar																					Genel Toplam	
	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012		2013
Kazakistan	4,9	0,21	7,21	10,45	13,27	6,86	11,29	13,03	10,27	8,21	13,07	16,37	-0,56	14,1	11,3	49,58	18,4	17,52	13,57	5,88	13,98	-25,32	233,59
Kırgızistan	..	..	2,02	15,51	10,49	8,68	6,97	7,42	4,75	7,37	11,01	14,79	13,67	27,64	17,88	25,02	21,32	23,98	25,25	32,87	22,87	30,07	329,58
Tacikistan	..	0,74	0,55	4,62	5,37	5,13	3,32	3,91	3,47	4,74	10,16	4,67	5,42	8,33	8,7	12,56	22,17	26,12	34,68	39,69	43,21	26,75	274,31
Türkmenistan	..	..	0,01	0,27	0,25	0,46	0,51	0,92	0,72	0,89	0,81	0,97	1,18	1,16	0,75	0,79	1,84	1,85	1,83	1,59	1,83	1,46	20,09
Özbekistan	..	0,02	0,97	46,64	29,84	21,41	11,85	8,95	9,26	13,73	21,57	19,01	20,33	16,96	15,78	16,51	29,46	32,07	25,04	16,39	39,42	32,17	427,38

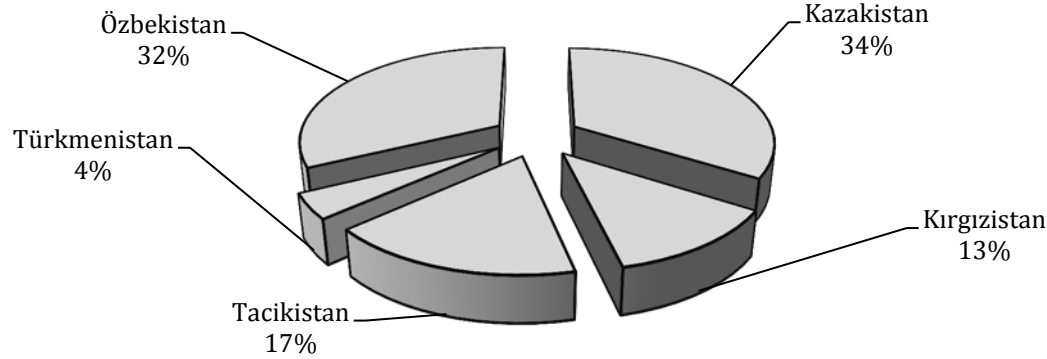
**Grafik 12.** Almanya'nın Orta Asya Ülkelerine 1992-2013 Yılları arası Yardımlarının Dağılımı



**Tablo 16.** Fransa'nın Orta Asya'ya Yönelik Resmi Yardımları

ÜLKELER	Yıllar																						
	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Genel Toplam
Kazakistan	0,08	0,49	0,75	1,64	1,72	1,54	1,85	1,85	1,42	0,72	2,26	1,74	2,79	2,57	2,96	3,54	3,41	2,92	4,08	3,32	3,28	5,14	50,07
Kırgızistan	0,04	0,15	0,13	0,13	0,25	1,24	3,55	0,29	0,39	0,18	0,44	0,71	0,91	0,82	1,06	1,03	0,98	0,9	1,52	0,8	0,77	2,03	18,32
Tacikistan	0,19	0,04	0,05	0,01	0,02	0,09	0,01	0,02	0,02	0,01	0,21	0,17	0,26	0,58	0,55	4,68	5,89	4,68	0,19	0,19	3,6	3,88	25,34
Türkmenistan	..	..	0,01	..	0,29	0,22	0,3	0,32	0,18	0,28	0,44	0,35	0,77	0,68	0,8	0,38	0,29	0,19	0,13	0,16	0,12	0,32	6,23
Özbekistan	0,1	0,38	1,11	0,83	1,75	1,64	2,18	2	4,21	3,74	1,58	2,3	3,11	3,12	2,68	2,81	2,95	2,87	2,25	1,93	1,82	2,2	47,56

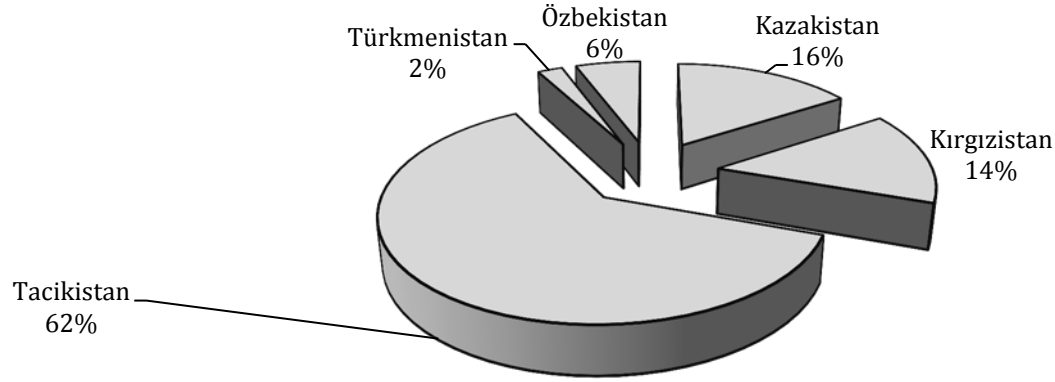
**Grafik 13** Fransa'nın Orta Asya Ülkelerine 1992-2013 Yılları arası Yardımlarının Dağılımı



**Tablo 17.** Kanada'nın Orta Asya'ya Yönelik Resmi Yardımları

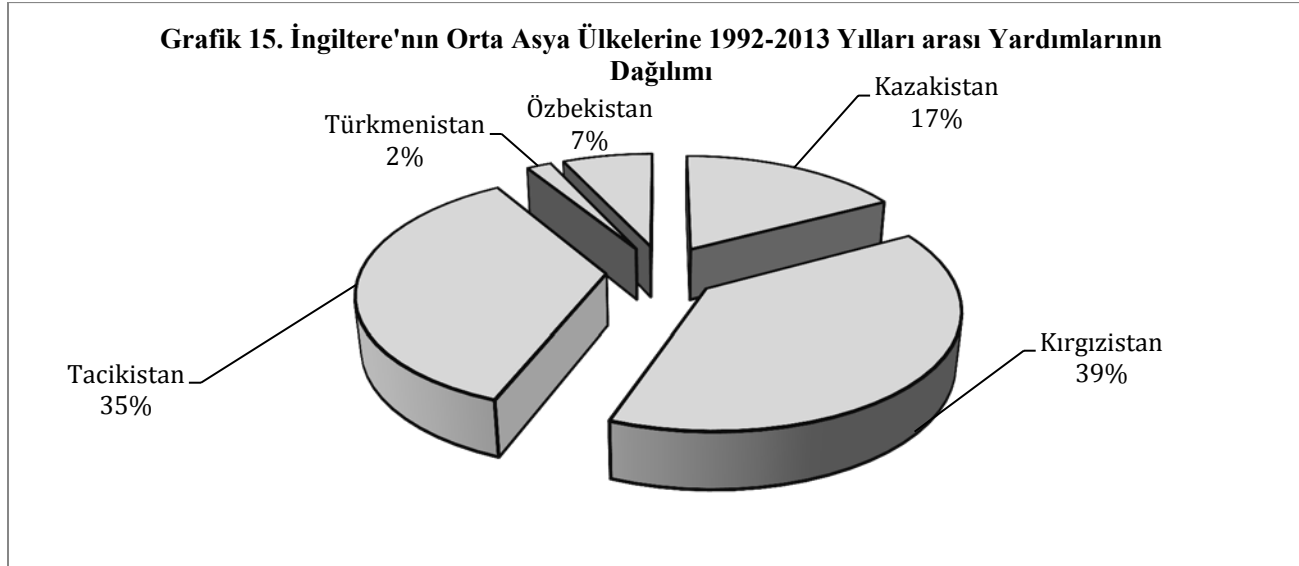
ÜLKELER	Yıllar																						Genel Toplam
	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	
Kazakistan	..	0,13	0,38	0,43	1,21	0,16	0,44	1,53	0,71	1,31	0,66	0,84	0,51	1,18	0,07	0,63	0,18	0,08	0,05	0,04	0,06	0,08	10,68
Kırgızistan	..	0,05	0,12	0,03	..	0,03	0,33	0,21	0,59	0,79	0,66	0,43	0,34	0,68	0,12	0,65	0,26	0,14	1,98	0,39	0,41	1,59	9,8
Tacikistan	..	..	..	0,75	..	0,01	0,15	1,81	0,44	0,82	1,46	2,46	6,93	6,51	0,35	5,76	5,74	2,48	0,7	0,67	1,82	2,7	41,56
Türkmenistan	..	..	..	..	..	..	0,12	0,11	0,03	0,03	0,36	0,38	0,06	0,05	0,02	0,31	..	..	..	..	..	..	1,47
Özbekistan	..	..	..	..	..	0,01	0,14	0,11	0,17	0,33	0,51	0,47	0,76	0,86	0,03	0,45	0,01	0,01	..	..	..	..	3,86

**Grafik 14.** Kanada'nın Orta Asya Ülkelerine 1992-2013 Yılları arası Yardımlarının Dağılımı



**Tablo 18.** İngiltere'nin Orta Asya'ya Yönelik Resmi Yardımları

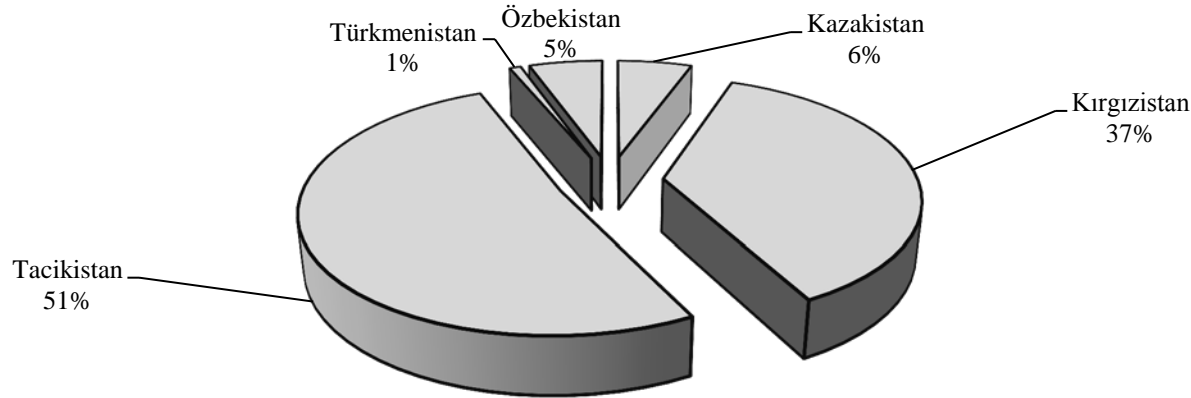
ÜLKELER	Yıllar																						Genel Toplam
	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	
Kazakistan	0,12	0,76	2,25	4,25	3,92	3,76	2,96	2,01	1,36	0,85	1,13	1,88	1,76	1,65	0,17	0,66	5,42	6,95	0,34	2,73	5,22	2,8	52,95
Kırgızistan	..	0,7	0,33	0,88	0,92	1,29	1,05	1,59	2,18	2,39	4,47	7,07	6,29	9,36	11,19	13	13,71	8,94	7,31	11,9	6,41	8,39	119,32
Tacikistan	..	0,36	2,3	3,32	7,93	3,19	2,36	0,13	0,08	0,93	3,27	1,09	1,52	4,4	6,96	4,52	7,72	4,48	12,52	16,5	13,67	12,1	109,38
Türkmenistan	..	..	0,15	0,26	0,32	0,63	0,42	0,16	0,14	0,12	0,24	0,67	0,11	0,05	..	0,24	0,4	0,34	0,06	0,15	0,66	0,8	5,92
Özbekistan	0,01	0,96	0,75	0,59	0,96	0,95	0,84	0,99	0,65	0,76	1,37	0,59	1,45	0,55	0,13	0,05	1	1,84	1,23	0,84	2,59	2,41	21,51



**Tablo 19.** İsveç'in Orta Asya'ya Yönelik Resmi Yardımları

ÜLKELER	Yıllar																						
	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Genel Toplam
Kazakistan	..	..	..	0,16	0,56	0,12	0,13	0,08	0,19	0,58	0,48	0,51	1,15	0,8	0,86	0,65	0,34	0,2	0,93	0,09	0,05	0,04	7,92
Kırgızistan	0,02	..	..	0,07	..	..	0,25	0,12	0,29	0,9	0,84	0,97	2,53	2,52	4,98	7,39	8,74	8,19	9,27	2,62	1,62	1,29	52,61
Tacikistan	..	..	3,24	1,31	0,75	1,33	1,11	1,23	1,77	0,97	2,02	1,78	3,12	4,56	8,86	13,9	12,54	9,13	5,31	0,24	-0,02	0,36	73,46
Türkmenistan	..	..	..	0,06	..	..	..	..	..	0,96	..	..	..	..	..	..	..	..	0,11	0,06	..	..	1,19
Özbekistan	..	..	0,86	0,14	..	0,13	0,46	0,29	0,16	0,04	0,14	0,14	0,37	0,96	1,35	0,81	0,05	0,56	0,43	0,83	0,05	0,06	7,83

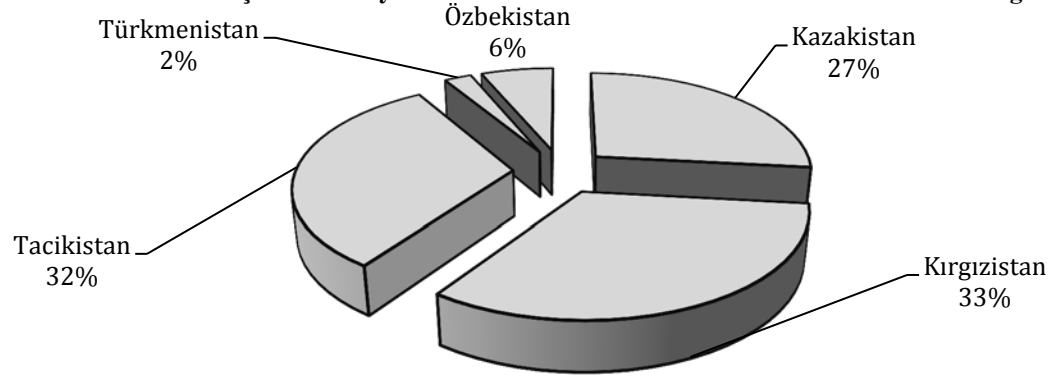
**Grafik 16.** İsveç'in Orta Asya Ülkelerine 1992-2013 Yılları arası Yardımlarının Dağılımı



**Tablo 20.** Norveç'in Orta Asya'ya Yönelik Resmi Yardımları

ÜLKELER	Yıllar																						
	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Genel Toplam
Kazakistan	..	..	..	0,1	0,01	0,01	0,09	1,11	0,96	0,95	1,76	1,48	1,51	2,33	2,63	2,46	4,88	3,06	4,25	2,93	2,37	1,86	34,75
Kırgızistan	..	0,69	0,13	0,37	0,22	0,57	0,3	1,23	0,29	0,51	1,31	3,07	3,07	3,08	2,26	2,94	3,46	3,38	6,32	3,34	3,47	2,8	42,81
Tacikistan	..	0,61	0,84	1,08	0,95	0,93	0,83	0,62	1,12	0,83	1,36	1,85	1,47	1,97	1,74	3,19	2,71	3,14	3,2	5,26	4,87	2,65	41,22
Türkmenistan	..	..	..	..	..	..	..	..	0,1	0,04	0,2	0,14	0,13	0,02	0,03	..	0,59	0,62	0,56	0,58	0	0,09	3,1
Özbekistan	..	..	0,05	..	..	..	..	..	0,12	0,77	2,59	1,13	0,96	0,53	0,46	0,01	0,17	0,28	0,25	0,29	0,43	0,16	8,2

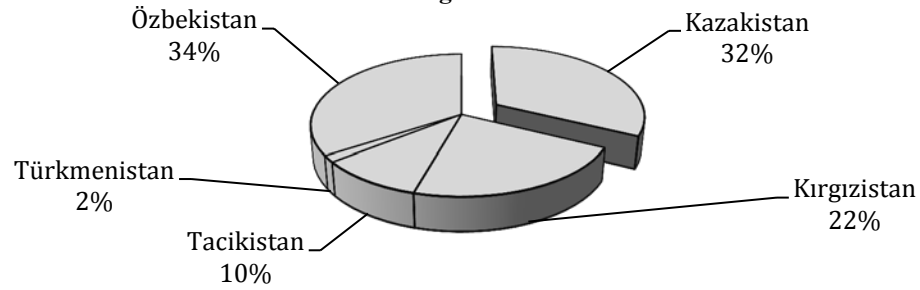
**Grafik 17.** Norveç'in Orta Asya Ülkelerine 1992-2013 Yılları arası Yardımlarının Dağılımı



**Tablo 21.** Japonya'nın Orta Asya'ya Yönelik Resmi Yardımları

ÜLKELER	Yıllar																						Genel Toplam
	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	
Kazakistan	1,04	0,85	1,62	4,4	8,96	43,1	95,21	67,5	83,33	43,9	30,13	136	130,76	66,2	24,87	43,3	37,9	37,1	-1,82	-22	-15,93	-6,3	810,85
Kırgızistan	0,82	0,78	44,49	45,8	44,27	18,1	25,17	62,5	47,79	23,2	8,12	31,2	26,69	21	17,22	15,7	12,35	17,8	23,16	29,9	19,57	17,5	553,13
Tacikistan	0,36	0,09	0,2	0,3	0,31	0,31	0,41	1,55	2,06	4,61	26,96	4,77	6,58	9,93	8,04	9,43	8,06	26,2	43,42	35,3	32,98	26,7	248,55
Türkmenistan	0,39	0,09	0,21	0,52	0,71	0,78	4,36	1,69	1,07	16,4	11,37	6,8	2,22	0,13	0,62	-0,5	-1,54	-1,2	-0,94	-1,8	-2,21	-1,7	37,53
Özbekistan	1,25	0,76	2,55	16,1	25,3	83,2	103,01	81,6	82,2	30,9	40,16	63,2	99,75	54,4	18,61	56,3	48,63	20,4	7,04	-3,6	-6,01	30,1	855,87

**Grafik 18.** Japonya'nın Orta Asya Ülkelerine 1992-2013 Yılları arası Yardımlarının Dağılımı





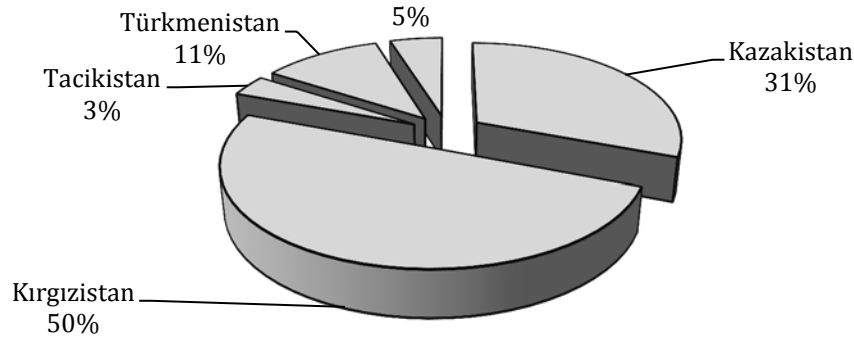
## 2.5. Türkiye'nin Orta Asya'ya Yönelik 1992- 2002 ve 2003-2013 Dönemleri Arası Resmi Yardımları

Aşağıdaki iki tabloda da 1992- 2002 ve 2003-2013 dönemleri arası Türkiye'nin Orta Asya geneli ile Kırgızistan özeline yaptığı resmi yardımların dağılımları yer almaktadır. Orta Asya ülkeleri içerisinde söz konusu bu iki dönem zarfında Türkiye'nin en fazla Kırgızistan'a toplamda 830.59 milyon dolar ile resmi yardımda bulunduğu görülmektedir.

**Tablo 22.** Türkiye'nin Orta Asya'ya Yönelik Resmi Yardımları

ÜLKELER	Yıllar																						Genel Toplam
	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	
Kazakistan	2,53	1,33	4,81	6,86	..	..	4,66	3,29	1,65	1,34	1,51	2,87	27,17	46,4	45,34	42,81	61,56	62,53	54,12	53,32	50,17	39,3	513,57
Kırgızistan	17,6	1,44	1,53	1,76	..	..	7,25	2,06	2,08	1,54	2,48	2,27	34,74	57,45	113,14	69,56	53	67,72	83,82	74,09	105,51	131,55	830,59
Tacikistan	0,19	0,38	..	0,64	..	..	0,35	0,16	0,27	0,32	0,39	0,55	6,48	5,09	5,94	6,9	6,53	5,35	5,81	6,93	2,9	2,95	58,13
Türkmenistan	1,2	6,55	1,65	1,69	..	..	6,35	1,91	2,64	1,44	1,93	2,96	18,82	14,97	17,73	19,84	11,25	12,69	17,39	13,56	12,89	15,76	183,22
Özbekistan	0,14	0,49	0,15	2,79	..	..	3,29	0,93	0,28	0,36	0,6	0,6	5,48	4,27	3,79	7,25	7,25	8,84	15,44	6,56	5,2	7	80,71

**Grafik 19.** Türkiye'nin Orta Asya Ülkelerine 1992-2013 Yılları arası Yardımlarının Dağılımı



**Tablo 23.** Türkiye'nin 1992-2013 Genel Yardımları ve Kırgızistan'ın Bu Yardımlardaki Yeri

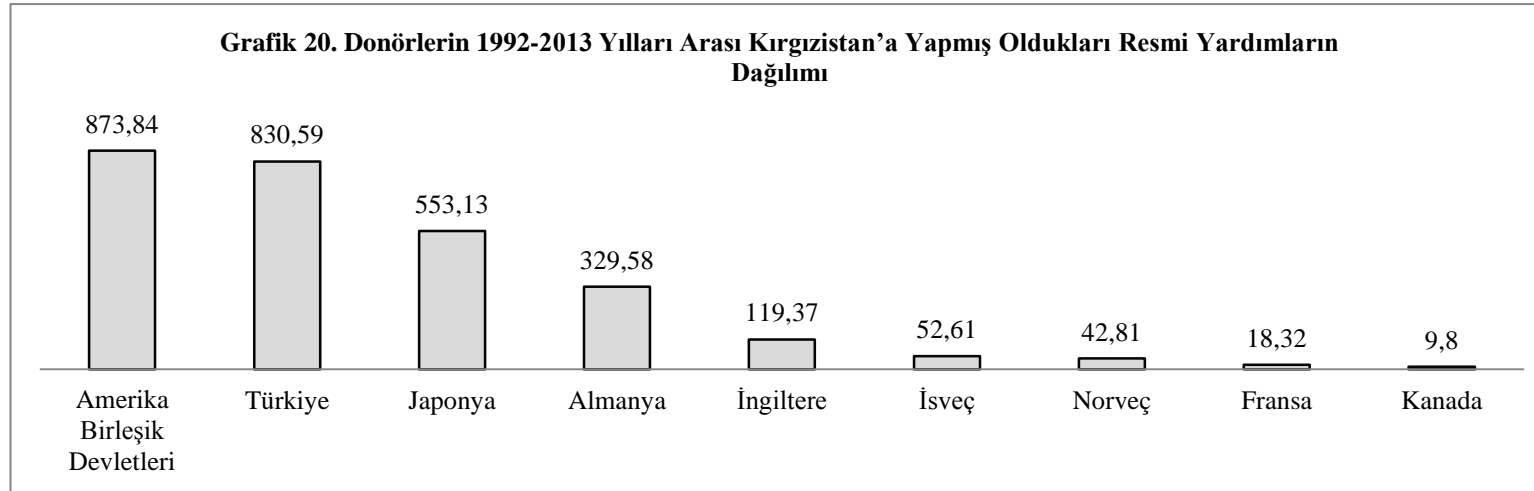
DONÖR TÜRKİYE	Yıllar																						
	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Genel Toplam
İki Taraflı Yardımlar	87,02	62,35	57,54	106,76	87,60	76,72	68,78	120,27	81,88	64,11	72,96	66,63	339,16	601,04	714,34	602,33	780,36	707,17	967,42	1.273,01	2.533,30	3.307,67	12.777
Çok Taraflı Yardım	21,78	14,19	37,1	22,66	31,53	23,43	23,94	83,49	56,11	45,19	46,28	40,2	47,32	68,57	71,63	57,29	44,62	41,86	47,29	46,8	110,8	151	1.133
<b>Kırgızistan</b>	17,6	1,44	1,53	1,76	..	..	7,25	2,06	2,08	1,54	2,48	2,27	34,74	57,45	113,14	69,56	53	67,72	83,82	74,09	105,51	131,55	830,59

## 2.6. Kalkınma Yardımları Komitesi (DAC) Üyesi Ülkelerin Kırgızistan'a Yönelik Resmi Yardımları

Aşağıdaki son tablo ve grafik de DAC üyesi ülkelerin Kırgızistan özelinde gerçekleştirdikleri resmi yardımların dağılımları sunulmaktadır. Yine 1992-2002 ve 2003-2013 olmak üzere iki süreçte aktarılan yardımların dökümüne bakıldığında, toplamda 873.84 milyon dolar ile Amerika Birleşik Devletleri'nin resmi yardımda bulunduğu, ikinci sırada da yine toplamda 830.59 milyon dolar ile Türkiye'nin geldiği, üçüncü sırayı ise yine toplamda 553.13 milyon dolar ile Japonya'nın aldığı görülmektedir.

**Tablo 24.** DAC Üyesi Ülkelerin Kırgızistan'a Yönelik Resmi Yardımları

Donör Ülkeler	Kırgızistan'a Yapılan Resmi Yardımlar		
	1992-2002	2003-2013	Genel Toplam
Amerika Birleşik Devletleri	301,48	572,36	873,84
Türkiye	37,74	792,85	830,59
Japonya	321,04	232,09	553,13
Almanya	74,22	255,36	329,58
İngiltere	15,8	103,57	119,37
İsveç	2,49	50,12	52,61
Norveç	5,62	37,19	42,81
Fransa	6,79	11,53	18,32
Kanada	2,81	6,99	9,8



### 3. TÜRKİYE’NİN ORTA ASYA GENELİ KIRGIZİSTAN ÖZELİ JEOPOLİTİK STRATEJİK PLANI

20. Yüzyılın sonlarına doğru dünya ekonomisi hızlı bir şekilde ivme kazanmaya başlamıştır. II. Dünya Savaşı sonrası ülkeler, genel sosyo-ekonomik yapılarındaki tahribatı düzeltebilmek ve kalkınma süreçlerini hızlandırabilmek için bir yandan bölgesel entegrasyona yönelirken diğer yandan da uluslararası dış ticareti geliştirme ve serbestleştirme çabasına girişmişlerdir.

1944 yılında yapılan Birleşmiş Milletler Para ve Finans Konferansı ardından imzalanan Bretton Woods Anlaşması ve bu anlaşma ile ortaya çıkan Bretton Woods sistemi, II. Dünya Savaşı sonrasında uluslararası ticaretin yeniden başlaması ve Dünya Savaşları döneminin yıkımlarını uluslararası para sisteminin hızlı bir şekilde yeniden oluşturması düşüncesine dayanıyordu.(Güran 1999:30)

Bu sistemle neoliberalizmin çok önemli iki kurumu; ideolojik ve ekonomi-politik alanlarda işlevsel aygıtı Uluslararası Para Fonu (*International Monetary Fund-IMF*) ile Dünya Bankası (*World Bank-WB*) oluşturuluyordu. Ancak neoliberalizmin ortaya çıktığı bu ilk yıllarda pek çok nedenden ötürü neoliberal politikalar devletler ve halkların gözünde meşruiyet kazanamamıştır. Öncelikle Sovyetler Birliği’nin savaştan galip çıkması ve Doğu Avrupa ülkelerinin komünist rejimlere dönüşmesi Soğuk Savaş’ın ortaya çıktığı bu dönemde sosyalist-sol ideolojinin prestijli, güçlü bir konumda olmasını sağlıyor ve neoliberalizmin değerini düşürüyordu. Yalnızca Rusya ve Doğu Bloğu ülkelerinde değil Avrupa’da da oldukça etkili olan Marksist teori ve düşünürler Avrupa kamuoyunun kapitalizm ve neoliberalizme olan inancını zayıf kılıyordu. Dahası o dönemde IMF ve Dünya Bankası’nın hükümetler üzerinde henüz ciddi bir yaptırımının bulunmaması da bir diğer önemli etkeni oluşturuyordu.(Örmeci 2010)

Neoliberalizmin yükselişini hazırlayan faktörlere bakıldığında ise 1970’lerden itibaren aslında bu faktörlerin dikkat çekmeye başladığı görülmektedir. Dünya petrol fiyatlarının OPEC petrol krizi (1973-1974) sonrası aniden yükselmesi nedeniyle neoliberal gelişimin ortaya çıkış hızının bir hayli yükseldiği görülmektedir. Dolayısıyla küresel sermayenin maddi desteğiyle neoliberalizmi destekleyen yeni enstitülerin, araştırma merkezlerinin, akademik dergilerin gelişimiyle neoliberal düşünceler kısa sürede dünyada hakim güç haline gelmeye başlamışlardır. Bretton Woods Anlaşması sonrası ortaya çıkan uluslararası kuruluşlara üye sayısı, 1960’lı yıllardan itibaren birçok

Afrika ülkesinin bağımsızlığına kavuşmasına ve bu kuruluşların imkanlarından yararlanmanın çekiciliğine, son birkaç yıldır da, yine ikinci nedenin yanı sıra Doğu Bloku'nun çöküşü ve yeni bağımsız devletlerin ortaya çıkışına bağlı olarak hızlı artış göstermiş, Kasım 1946'da 69'dan Aralık 1978'de 138'e, Ekim 1991'de 156'ya, Eylül 1992'de 173'e ve son katılımı Aralık 1997'de 182'ye çıkmıştır. Böylece sistem farklılıkları nedeniyle uzun süre bu Fon Kuruluşlarına üye olmayan eski Doğu Bloku ülkeleri ve yeni bağımsızlığını kazanan Cumhuriyetlerin üyeliği ile hemen hemen dünyadaki tüm ülkeleri kapsayan bir örgüt görünümünü kazanmıştır.(Güran 1999:37) 1970'lerin sonlarından başlayarak '*başka alternatif yok*' söylemleriyle uygulamaya konulan neoliberal programlar dolayımında 1980'lerde batıda sol hükümetler yerlerini liberal-sağcı iktidarlara bırakmaya başlamışlardır.

İngiltere'de muhafazakar-liberal Margaret Thatcher'ın, Amerika Birleşik Devletleri'nde milliyetçi-liberal Ronald Reagan'ın başa gelmeleriyle dünya 'Neoliberalizm' iktidarı ile karşı karşıya gelmiştir. Neoliberalizm üzerine yapılan çalışmalara bakıldığında bu akımın temel amaçları şu şekilde karşımıza çıkar: *Uluslararası parasal işbirliğini teşvik etmek, mal ve hizmetlerin ve sermayenin tüm dünya çapında serbestçe dolaşması ve pazarın genişletilmesi için küresel kapitalizme entegre olmayan yapı ve blokların dağıtılarak yatırım özgürlüğünü tüm dünyada temin etmek, ulusal ve uluslararası refahı, zedeleyen önlemlere başvurmaksızın düzeltme fırsatını sağlamak.*(Güran 1999:43)

Neoliberalizmin doğu bloğunun yıkılmaya başlamasıyla beraber geniş alanlara yayılma süreci hız kazanmıştır. Neoliberalizm hegemonyasını kurdukça diğer sosyal devletlerin güçlerinin zayıflaması ve özelleşmenin kendini göstermesi kaçınılmaz hale gelmiştir. Bu durumu tetikleyen olayların içerisinde Sovyetler Birliği'nin dağılması en göze çarpan etkenlerdendir.

Neoliberalizm kısa süre içerisinde batı ülkelerinden sonra bütün dünyayı etkisi altına almaya başlamıştır. Sovyet Birliği'nin yıkılmasıyla birlikte Doğu Bloku ve Orta Asya ülkelerinin merkezi yapılanmadan ayrılması belirli zaman gerektirse de soğuk savaşın bitmesiyle birlikte sosyo-ekonomik alanlarda dünya düzenine entegre olma yolunda ilerlenmeye başlanmıştır.

Ülkelerin yaşamış olduğu sosyo ekonomik ve mali sorunlar gelişmiş ya da az gelişmiş olsun ülkeleri karşılıklı bağımlılığa itmiştir.(Önen 1989:222) Dolayısıyla ülkelerin sosyo-ekonomik ve mali sistemlerindeki değişimin temel unsuru evrensel

boyutta serbest pazar ekonomisine geçiş olmuştur. Ülkeler kapalı ekonomik yapıyı aşarak öncelikle karma ekonomik modele ulaşmış buradan da piyasa mekanizmasının geçerli olduğu serbest piyasa ekonomisine doğru ilerlemektedir. Bu süreçte ülkeler arasında sosyal, kültürel, ticari, ekonomik ve politik değişimler yaşanmakta ve ülkeler arasında serbest ticaret bölgeleri, ortak gümrük birliği, ortak ekonomik birlik anlaşmaları ve bunun sonucunda ortak kurumsal ve kültürel yapılanma denilen küreselleşme olgusu ortaya çıkmaktadır.(Yılmaz 2002:241) Bu durum ülkelerin dünya pazarı ile bütünleşmesini sağlamış, dolayısıyla *mal-hizmet-sermaye* hareketlerinin serbestleşmesi ile sosyo-ekonomik küreselleşmenin gerçekleştirilmesine yönelik eğilimlerine hız kazandırmıştır.

1917 Ekim Devrimi sonrasında Rusya'da Çarlık Otoritesi yıkılarak yerine Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği (SSCB) kurulmuştur. 1919 yılında yaşanan iç savaşlar ise Sovyetler Birliği'nin genelinde batının olası ve genel bir iktisadi ambargosuna karşı ayakta durabilmek için yeni iktisat politikaları kararları almaya yol açmıştır.(Oygur 1985:5) Alınan bu kararlar, iç bölgelerdeki ekonomileri canlandırmak ve savaş dolayısıyla tahribata uğramış bölgeleri hareketlendirmek amacındadır. Bu alınan iktisat politikaları, ekonomide devlet tekeli temel alan üretime geniş haklar tanıyan ve pazarın devlet tarafından teşvikini öngören bir yaklaşım niteliğini taşımıştır.

Sovyetler Birliği'nin dağılımı ile birlikte özellikle ekonomi-politik değişimlere hız kazandırıldığı bilinmektedir. Bağımsızlık sonrası ilk yıllar merkezi yönetimin yıkılması, daha sonraki yıllar ise serbest piyasa ekonomisinin yerleşmesi, ilerlemesi ve aktiflik kazanması olarak evrelere ayrılmıştır. Bağımsızlık sonrası piyasa ekonomisine geçişin bir hayli zor olduğu ilk dönemlerde merkezi sistemin etkisinden uzaklaşamadığı ve uzun yıllar da etkisinin sürdüğü göze çarpmaktadır.

Bağımsızlık sonrası bölge ülkelerinde yeni reform kararlarına gidilmiş; sanayi kuruluşlarında etkinliğin artırılması, ticaret politikaları, özel işletmelerin kurulmasının teşviki, özel sektörün gelişmesi için uygun ortam ve iyi bir sosyal güvenlik ortamının kurulması bu reformların başlıcalarını oluşturmuştur.

Bölge ülkeleri içerisinde son zamanlarda demokratik açılımlarıyla göze çarpan Kırgızistan'da da yaşanan sorunların çözümlerine yönelik yeni reformlara ve sosyo-ekonomik tabanlı etkin işbirliklerine gidilmeye başlanmış ve bu doğrultuda Türkiye ile Kırgızistan arasındaki ilişkiler yeni bir boyuta taşınmıştır. Bağımsızlıkla birlikte ülkenin kalkınma ve gelişimine yardımcı olmak, ekonomik, sosyal, kültürel, ticari, teknik,

eğitim alanlarında işbirliğini projeler ve programlar aracılığı ile geliştirmek amacıyla Türk işbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı (TİKA) 1992’den bu yana çalışmalarını sürdürmektedir.([www.tika.gov.tr](http://www.tika.gov.tr), 10.04.2013)

Son on yılda dünya ekonomisindeki gelişmelere bakıldığında, yeni ekonominin verimliliği, yeniden yapılanmaya yönelik baskıları, küresel niteliği, yol açtığı krizleri ile birlikte dünya sistemini nasıl kökünden etkilediği görülmektedir. Özellikle 1980’lerden bu yana yaşanan uluslararası gelişmeler Yeni Ekonomi (*New Economy*) denilen akımın ortaya çıkmasına yol açmıştır.([www.foreigntrade.gov.tr/20.11.2010](http://www.foreigntrade.gov.tr/20.11.2010))

Bugün bilişim teknolojileri bir ekonominin bilgi temelli olmasına olanak sağlamaktadır. Bilgi ekonomisinde kuruluşların en önemli kaynakları klasik üretim faktörleri değil bilgi ve sosyal/beşeri sermayedir. Yeni ekonomide bilgi hem nitelik hem de nicelik açısından daha önceki dönemlerde kullanılan girdilerden daha önemli bir durumdadır. Artık yeni düzen bilgi ekonomisine tabidir. “*Bilgi emek ve sermayenin pabucunu dama atarak adeta yegane üretim faktörü haline gelmektedir*”.(Drucker 1997) Yeni ekonomiyi dört başat özelliği ile daha açık bir şekilde aşağdaki gibi aımlamak olasıdır:

- **Dijitalleşme** (İnternet ekonomisi, yoğun olarak da elektronik ticaret),
- **Araştırma geliştirme faaliyetlerinin artması,**
- **Küreselleşme,**
- **İnsan kaynakları profilinde yaşanan radikal değişim** (Kurumların insan kaynaklarına dayalı yeniden yapılanması).

Yeni ekonomi, bilgi ve fikir temelli ekonomi olarak ortaya çıkmaktadır. Bu yeni ekonomide başarıya ve refaha ulaşmak, teknolojinin yaratılmasına, ürün kalitesinin artırılmasına, fikirleri ve inovasyonu ekonominin tüm sektörlerine yerleştirmekle mümkün olabilmektedir. Yeni ekonomi, ülkelere fırsatlar sunarken riskleri de beraberinde getirmektedir. Günümüzde ekonomik büyüme klasik üretim faktörlerinden ziyade bilgi, teknoloji ve inovasyon temelinde sağlanmaktadır. Teknolojik gelişme ve inovasyon performansındaki artış ise mutlak suretle nitelikli ve iyi eğitim almış işgücünün varlığını gerektirmektedir. İş gücünün verimliliği ve üretkenliği ise aldığı eğitim ile iş yerindeki uygun ortama bağlı bulunmaktadır. Eğitime yeterli kaynağı ayıramayan gelişmekte olan ülkeler açısından durum büyük bir önem oluşturmaktadır.(Aslan 2010) Bu noktada, temel özelliklerini dikkate alarak eski ve yeni

ekonomiyi aşağıdaki şekilde karşılaştırarak dönüşümün paradigmatik yönü olup olmadığını daha rahatlıkla gözlemleyebiliriz.

**Tablo 25.** Temel Karakteristikleri Açısından Eski ve Yeni Ekonomi Dinamikleri

<b>EKONOMİNİN GENEL KARAKTERİSTİKLERİ</b>		
<b>EKONOMİ DİNAMİKLERİ</b>	<b>ESKİ EKONOMİ</b>	<b>YENİ EKONOMİ</b>
Piyasalar	Sabit, dengede	Dinamik
Rekabetin Boyutu	Ülke içi	Küresel
Organizasyon Yapısı	Hiyerarşik ve bürokratik	Network ağına bağlı ve müteşebbislik ön planda
İşlerin Potansiyel Coğrafi Seyyaliyeti	Düşük	
Bölgelerarası Rekabet	Düşük	
<b>Endüstri</b>		
Üretim Organizasyonu	Seri üretim	
Üretimin Anahtar Faktörü	Kapital/işgücü	
Teknoloji Hareketinin Anahtarı	Makineleşme	
Rekabet Avantajının Kaynağı	Ölçek ekonomisinde maliyetlerin azaltılması	Yenilik,kalite,piyasaya zamanında ürün ve maliyetleri azaltma
Araştırma/Yeniliğin Önemi	Orta düzeyde	Yüksek
Diğer Firmalarla İlişkiler	Tek başına hareket	İşbirliği ve ortaklık
<b>Çalışanlar</b>		
Ana Politika Hedefi	Tam İstihdam	Yüksek ücret ve gelirler
Vasıf	Meslekte uzmanlaşma	Çok vasıflılık ve çapraz eğitim
Eğitim	Bir konuda uzman	Ömür boyu öğrenme
Çalışan- Yönetici ilişkisi	Hasım	İşbirliği esaslı
İstihdamın Yapısı	Dengede, sabit	Risk ve fırsatlarla dolu
<b>Hükümet (Kamu)</b>		
Özel-Kamu ilişkileri	Mükellefiyet ve zorlama esaslı	Yenilik ve gelişme için firmalara yardımcı olma
Düzenleme	Yönet ve kontrol et	Piyasanın etkinliği için hizmet etmek ve esneklik

**Kaynak.** Özgür Aslan, *a.g.m.*, 20.11.2010

Bağımsızlıklarını kazanmalarıyla birlikte Orta Asya ülkeleri uluslararası konjonktürün etkisiyle yeni bir sosyal değişim sürecine girmişlerdir. Bu süreçte bölge ile Türkiye'nin ilişkileri de yeni boyut kazanmıştır. Türkiye'nin bu ülkelerle ikili ilişkilerinde her alanda karşılıklı etkinlikler ve egemen eşitlik geliştirme temelinde hareket ettiği ve özellikle 1992 yılında kurulan Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı (TİKA) aracılığıyla da bölge ülkelerine yönelik kalkınma programları yürütmeye başladığı görülmektedir.

Orta Asya ülkeleri bağımsızlıklarını kazanmalarıyla birlikte birçok alanda yeniden yapılanmaya giderek büyük bir sosyal değişim sürecini başlatmışlardır.



Bu transformasyon sürecinde yaşanan zorlukları aşabilmek de yoğun bir şekilde uluslararası desteğe gereksinim yaratmıştır.

Sovyetler Birliği'nin merkezi sisteme bağlı olmasından dolayı, bağımsızlıklarını kazanan bölge ülkeleri serbest pazar ekonomisine geçişte birçok engelle karşılaşmış, bu engelleri aşabilmek, bağımsız ekonomik sistemlerini kurabilmek için uluslararası kuruluşlar ile irtibata geçmişlerdir.

Ekonomide merkezi sistemden serbest piyasa ekonomisine geçiş sürecinde, eski sistem içerisinde yaşanan 70 yıl gibi bir süreden sonra bütün yapıyı yeniden düzenlemek, büyük bir sosyal değişim sürecini başlatmak uzun bir zaman ve zor aşamalardan geçmeyi gerektirmektedir. Bu nedenle tüm bu zorlukların aşılabilmesi için gerek siyaset, gerek ekonomi ve bürokrasi alanlarında yetki paylaşımı ve görev tanımları ile ilgili aksaklıkların giderilmesi öncelikli konuların başında yer almıştır.

Bölge ülkeleri içerisinde siyasal yapılanması anlamında en göze çarpan ülkelerden biri durumundaki Kırgızistan için de tüm bu sorunların çözümü yöneliminde ülkede sosyal ve ekonomik tabanlı etkin işbirliklerine gidilmeye başlanmış, bu çerçevede Türkiye ile olan ilişkilerde de yeni bir boyut geliştirilmiştir. Türkiye ile ilişkilere bu açıdan bakıldığında, bağımsızlığı sonrası ülkenin devlet yapılanmasını güçlendirmede katkıda bulunmak, ülke ekonomik istikrarlarının korunması ve teşvikini sağlamak, ülkenin dünya ile bütünleşebilmesine yardımcı olmak, bu ülkeyle ikili ilişkileri her alanda karşılıklı etkinlikler ve egemen eşitlik temelinde geliştirmek gibi konuların ön planda tutulduğu görülmektedir. Bu doğrultuda Türkiye ile Kırgızistan arasındaki ilişkiler özellikle 1992 yılında kurulan Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı'nın (TİKA 2010:67) Kırgızistan'a yönelik yürüttüğü sosyo-ekonomik stratejilerine odaklanılarak, istatistiksel betimsel analize dayalı açıklanmaya çalışılacaktır.

### **3.1. Bağımsızlık Sonrası Kırgızistan'ın Gelişim Parametreleri**

#### **3.1.1. Kırgızistan'ın Sosyo-demografik Özellikleri**

Kırgızistan'ın karşı karşıya bulunduğu en önemli sosyal sorun özel mülkiyet konusudur. Bağımsızlık sonrasında herkesin oturduğu meskenin sahibi ilan edilmesinden sonra, bir kısım evler çok ucuz şartlarda, hatta yabancı uyruklulara satılmıştır. Gidişatın çok kötü olduğunu fark eden devlet yetkilileri yabancıya mülk satışını yasaklamışlardır. Ancak eski sisteme alışkın olan halk, her şeyini devletten bekleme gafletiyle ileriye dönük hesaplarında yanılmıştır. Nitekim hazır tüketmekten

kaynaklanan mağduriyet sebebiyle, bir kısım ebeveynler kendi başlarını sokacak bir ev bulamazken, bazıları da çocukları için ev telaşına düşmüştür. Çağımızın büyük problemlerinden olan ve her ülkeyi belli oranda etkileyen işsizlik, Kırgızistan için sosyal ve ekonomik bir tehlike ve tehdit unsuru haline gelmiştir. Devlet imkanlarının sınırlı oluşu, özel sektörün henüz gelişmemiş olması ciddi bir işsizlik meydana getirmiştir.(Erdem 2000:84)

Kırgızistan oldukça yüksek bir eğitim düzeyine sahiptir. Okuma yazma oranı % 99.8'dir. Ülkede ilki 1932'de kurulmuş olan 9 üniversite eğitim ve öğretimini sürdürmektedir. Diğer Türk Cumhuriyetleri'nde olduğu gibi Kırgızistan'da eğitim devlet tarafından yapılırken 1992'de çıkarılan yeni kanunlarla özel okul ve üniversite eğitimine izin verilmiştir. Bunların arasında şu anda da eğitim faaliyetlerine devam etmekte olan Türk okulları Kırgızistan'da Türkçe'nin ve Türk kültürünün yayılmasında en büyük etkenlerdendir.(Gömeç 1999:120)

Diğer taraftan eğitim ve öğretim faaliyetlerinin ciddi bir reforma ihtiyacı vardır. Kırsal kesim ve şehir merkezleri arasındaki uçurum her geçen gün biraz daha büyümektedir. Ekonomik problemler, yoksul aile çocuklarının okuma hakkını tehdit etmekte ve çok sayıda çocuk bu sebeple yüksek okullara gidememektedir. Komünist sistemin ideolojik saplantıları, belli teoriler üzerine inşa edilmesi dolayısıyla, öğrencileri dünya standartlarının altında yetiştirmeye mahkum ederken, eğitimcilerin kafa yapılarını geçmişe bağımlı olmaktan kurtarmak için çok zamana ihtiyaç olduğu görülmektedir. Öğrenci-öğretim elemanı arasındaki ikili ilişki, bilim dışı bir manzara arz ederken, okula kayıt, derse devam ve ders geçme konularındaki yaygın rüşvet iddiaları, eğitimin kalitesini daha da düşürmektedir.(Gömeç 1999:120)

Kırgızistan, bağımsız diğer Türk cumhuriyetlerinin ekonomik ve sosyal şartlarına sahip değildir. Onlardan bazıları harf değişikliğine giderek Türkiye ve modern dünya ile iletişim imkânları kurarken; Kırgızistan, ülkede yaşayan Rus nüfus realitesi ve ekonomik sebepler dolayısıyla, çok arzu etmesine rağmen, Latin alfabesine geçememektedir. Kırgızistan'ın uygar ülkeler düzeyine çıkması için, harf değişikliği bir araç olarak dikkat çekmektedir. Kırgızların Latin alfabesine geçmesi için ülkede yaşayan Rus nüfus kadar, ekonomik sebepler de etkili olmaktadır.(Erdem 2000:86)

Orta Asya'nın alan olarak en küçük ülkelerinden biri olan Kırgızistan, başkent ile 7 ayrı idari Bölge'ye (il) ayrılmıştır. Başkent Bişkek'e özel bir statü verilmiştir. Ülkenin 2014 itibariyle nüfusu 5.775.900'dür. BDT'deki Kırgızların %88,5'i

Kırgızistan'da yaşamaktadır. Geri kalan Kırgızlar başta Özbekistan ve Tacikistan olmak üzere BDT'deki diğer ülkelere dağılmış durumdadır. 80'i aşkın etnik grubun bir arada yaşadığı Kırgızistan'da nüfusun %72,4'ü Kırgız, %14,4'ü Özbek, %6,6'ı Rus, %1,1'i Dungan, %0,9'u Uygur, %4,6'sı diğer etnik gruplar oluşturmaktadır. Ülkede yerleşik Türk Nüfusu (Ahıska ve Kırım) yaklaşık 35.700 olup, Kırgızistan'da yaşayan Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı sayısı yaklaşık 6.000'dir.

Kırgızistan'daki nüfus hareketliliği ile ilgili olarak dikkate alınması gereken bir konu, bağımsızlığı takip eden dönemde hızlı bir şekilde Rus ve Alman etnik kökenli Kırgız vatandaşlarının ülkeyi terk etmeye başlamasıdır. 2005 yılı Mart ayında yaşanan olaylarla da güçlenen bu eğilime engel olmak ve kalifiye işgücünün Kazakistan ve Rusya pazarlarına kaptırılmasını engellemek amacıyla 2001 yılında Rusça diline Kırgızca ile eşit statü tanınmıştır.

### **3.1.2. Kırgızistan'ın Ekonomi-politik Yapısı**

#### **3.1.2.1. Kırgızistan'ın Yakın Siyasal Devinimi**

Orta Asya'nın kuzey doğusunda bulunan dağlık bölgedeki Kırgızistan, asırlardır yabancıların uğradığı, kan ve ölümün çoğu zaman hakim olduğu bir coğrafya olmuştur. Kırgızlar kendi topraklarında ezilmeye, bölünmeye karşı ayakta kalabilmek için uğraş vermek zorunda kalmıştır. 1917 Ekim devrimine kadar Kırgızistan Rusya'nın sömürgesi olarak en geride kalan ülkelerin kategorisine girmiştir.(Gurin 1964:43)

1990'lı yıllar dünya tarihine SSCB'nin yok oluşu ve Sovyetler Birliğine bağlı cumhuriyetlerin kendi başına yeni devletler oluşturmasıyla damgasını vurmuştur. Bu tarihten itibaren Kırgızistan'ın ve Merkezi Asya'daki en eski halk olan Kırgızların tarihinde yeni bir dönem başlamıştır. Kırgızistan bağımsızlık yoluna devam ederek, ülkenin sosyal hayatını yeni hukuk, sosyal-ekonomik düzen, yeni sosyal ilişkiler ve uluslararası münasebetlerde kendisine göre doldurmaya başlamıştır.(Ploskih 2000:296)

15 Aralık 1990'da Kırgız Sovyet Sosyalist Cumhuriyeti'nin Cogorku Keneşi (Yüksek Kurulu) ülkenin bağımsızlığı hakkındaki deklarasyonu kabul etmiştir. Bu Sovyetler Birliği sınırında yeni milli devlet kurmanın temel prensipleri ile projelerini ilan eden ilk resmi belge olmuştur.(Çotonov 1998:225)

Dünyadaki en güçlü imparatorluklardan biri olan SSCB dağıldığında yerine bağımsız 15 cumhuriyet kurulmuştur. Güce dayalı imparatorluğun çöküşünün esas sebepleri, hayatını sona erdirmiş totaliter rejimin emir ve komuta sistemine

dayanmasıydı. Üstelik demokrasi ile siyasi çok partili, çok görüşlü sisteme karşı yaşamaktaki yetersizliği önemli bir etken olmuştur. 1991 yılının 31 Ağustos'unda Kırgızistan'ın Cogorku Keneşi (Yüksek Kurulu) ülkenin bağımsızlığı hakkındaki deklarasyonu ilan etti. Bu tarihten itibaren Kırgızların asırlarca hayal ettiği bağımsız devlet tarihi başlamıştır.(Çotonov 1998: 225-6)

Kırgızistan'da çeşitli siyasal ve sosyal olayların büyüyerek devam ederken, Bilimler Akademisi'nin başkanı olan Matematik ve Fizik uzmanı Askar Akayev, 28 Ekim 1990'da Yüksek Sovyet tarafından Cumhurbaşkanı seçilmiş ve böylece ilk kez komünist olmayan bir devlet başkanı olmuştur. 1991 yılında yapılan halk oylamasına Akayev tek aday olarak katılmış ve yerini sağlamlaştırmıştır. 12 Aralık 1990'da Kırgızistan ulusal egemenliğini ilan etmiş, 31 Ağustos 1991'de tam bağımsızlığını kazanmıştır.(Erdem 2000:83-4)

SSCB'nin çökmesinden sonra kurulan BDT (Bağımsız Devletler Topluluğu) ise daha önceki sömürüye yakın fonksiyonu icra etmek maksadına dayanmaktadır. Türkistan cumhuriyetlerinde böyle bir düzeni yürütmeye gönüllü kadro bulunmasına rağmen, Rusya'nın içinde bulunduğu ekonomik, sosyal ve siyasal bunalımlar bu amacı zorlaştırmıştır.(Erdem 2000:83-4)

15 Ekim 1991'de tek başına katıldığı seçimler sonucunda göreve gelen başkan Askar Akayev, Bilimler Akademisi üyesidir ve başlangıçta güçlü bir başkanlık sistemine dayanmayı reddedip demokratik ve liberal bir konum almıştır. Haliyle, ülke Orta Asya'nın geri kalan kısmında görülmeyen bir siyasal parti enfasyonu yaşamıştır: Komünist Parti, Erkin Kırgızstan, Cumhuriyetçi Parti, Erk Parti, Demokratik Hareket Parti, Ata-Meken Partisi, vb. (Roy, 2000:189-90) Devlet Başkanı Akayev, o zamana kadar hiçbir BDT ülkesinin yapmadığı şekilde, ekonominin ve toprak mülkiyetinin tamamen özelleştirileceğini de duyurmuştur. Kırgızistan'ı "Orta Asya'nın İsviçre'si" yapma arzusu, ülkeye iktisadi ağırlığıyla orantısız bir uluslararası saygınlık sağlamıştır. Ama bu olumlu ortamın bozulması çok sürmemiştir. Merkezi iktidar zayıftır ve başkanın demokratik söylemi bir reform programı olmaktan çok güçsüzlüğünün itirafı olarak görülmüştür. Sovyet döneminde seçilen ve Akayev'in reform isteğine karşı çıkan bürokratlardan kurulu meclis, yeni seçimler öngören Anayasanın Mayıs 1993'te yürürlüğe konulmasından sonra uzun süre dağılmayı reddetmiştir.(Roy 2000:189)

Akayev, Ağustos 1994'te Meclis gazetesi "Svobodnye Gori'yi" kapatarak, baştan beri kendisini destekleyen entelektüelleri karşısına almıştır. Şubat 1995

seçimleri, durumu düzeltmek bir yana, bölgesel otoritelerin ağırlığını arttırmıştır. Yeni milletvekilleri her şeyden önce yerel çıkarları temsil ediyorlardı. İktidarın gücünün ve özelleştirmenin mali çıkarlarının dışında bırakıldığını düşünen ülkenin güneyi, bu yeni mecliste çoğunlukta idi. Bu durumda, iktidarının bölgesel temeli ülkenin kuzeyine dayanan Başkan Askar Akayev demokrat tavrını bırakıp çok daha sert bir tutum izlemiştir. Temmuz 1995'te basına karşı davalar başlamış, Ocak 1996'da Erkin Kırgızistan partisinin yöneticisi Topçubek Turgunaliyev tutuklanmıştır.(Roy 2000:190)

Akayev 1995 ilkbaharında görev süresini halk oylamasıyla uzatmak istemiş, fakat Orta Asya'daki diğer başkanların aksine başarısız olmuştur. Aralık 1995 seçimlerinde Akayev oyların %72'sini alarak KP'nin (Komünist Parti) iki eski önderi Absamat Masaliyev (%24) ve Medetkan Şerimkulov (%2) karşısında yeniden seçilmiştir (Roy 2000: 189-190). Mevcut sorunlar karşısında hükümet, iktidarını devam ettirebilmek için özgürlükleri kısıtlamayı ve muhalif söylemleri engellemeyi tercih etmiştir. 2000 yılındaki başkanlık seçimlerinde de, muhalif politikacılar gerek güvenlik güçleri, gerek yargı mekanizması kullanılarak susturulmuş, medya üzerindeki baskı da gün geçtikçe yoğunlaşmıştır. *"10 Temmuz 2005 başkanlık seçimlerinin önemli adaylarından görülen Feliks Kulov'a da, 2000 yılı başkanlık seçimlerindeki adaylığından kısa bir süre sonra, görevi kötüye kullanma suçundan yedi yıl hapis cezası verilmiştir"* (<http://www.arnamys.org>). Bugün kamuda medya tarafından oluşturulan yaygın kanaat bu cezanın siyasi nedenlerle, haksızca verildiği yönündedir.

Bölgedeki en demokratik ülkelerden biri olarak öne çıkan Kırgızistan'da zayıf da olsa muhalif isimler sürekli seslerini duyurabiliyordu, ancak uluslararası üne sahip değillerdi. Başta AGİT (Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Teşkilatı) olmak üzere uluslararası kuruluşların demokratik standardını yeterli bulmadığı 27 Şubat 2005 seçimlerinin ardından güç kazanan muhalif hareket içinde çoğu yakın zamana kadar Akayev yönetiminde önemli görevler yapmış dönemin devlet adamlarından oluşan ismin öne çıktığı görülmektedir: "Kurmanbek Bakiyev (Eski Başbakan), Roza Otunbayeva (Eski dışişleri bakanı), Azimbek Beknazarov (Eski milletvekili), Felix Kulov (Eski ulusal güvenlik bakanı) oluşmuştur".(Zaman 2005:13)

Gürcistan'da Kmara (Yeter), Ukrayna'da Pora (Zamanı) Kırgızistan'da Birge (Birlikte) adı altında örgütlenen üniversite gençliği eylemlerin başını çekmiştir. Ukrayna'da Znayu isimli örgüt 100 kadar sivil toplum kuruluşu ile çatı örgüt oluştururken, Kırgızistan'da Demokrasi ve Sivil Haklar Koalisyonu "Kel Kel" (Gel Gel)

170 kadar kuruluşu bir araya getirmiştir. Znayu gibi Kelkel'i de gelişmiş batılı ülkelerin sivil toplum kuruluşları desteklemiştir. Soros Vakfı ile Freedom House da sivil kuruluşlara destek veren diğer kuruluşlar olarak değerlendirilmektedir.(Zaman 2005:13)

Açık Toplum Enstitüsü'nün bu ülkede bazı sivil toplum kuruluşları ve partileri desteklediği yönündeki iddiaların doğruluk payı olduğunu belirten TUSAM araştırmacısı Gürol Kıracı, ABD Büyükelçisi Stephen Young'ın hazırladığı iddia edilen raporun resmi internet sitesinde yayımlandığına dikkat çekmiştir.(Cumhuriyet 2005:9) Kadife devrimler, sivil örgütlenmeler gibi medya desteğini de ihmal etmemişlerdir. Gürcistan'da Rustavi-2, Ukrayna'da Kanal 5 televizyonu devrimin sesi olurken, Kırgızistan'da televizyonun yerini *Respublica* ve MSN (Benim Başkentim Haber) gazeteleri almıştır.(Zaman 2005:13)

Kırgızistan'ın, Batı ile her platformda ilişkilerini geliştirme gayreti içinde olmakla birlikte, Kazakistan'ın yolunu izleyerek Rusya ile ilişkileri BDT'nin uyumlu bir üyesi olarak korumaya odaklı hareket ettiği görülmektedir.(Nezihoğlu1999:45)

### **3.1.2.2. Kırgızistan'ın Bağımsızlık Sonrası Sosyo-ekonomik Gelişimi**

Kırgızistan Cumhuriyeti'nin ekonomisi başta hayvancılık olmak üzere tarıma, sanayiye ve enerjiye dayanmaktadır. Ülkenin coğrafi şartlarından dolayı hayvancılık Kırgız Türklerinin en önemli geçim kaynağı haline gelmiştir. 10 milyonu aşkın sayıda koyun, keçi, sığır ve at üretilen Kırgızistan'da, hayvancılık en gelişmiş sektör durumundadır. Hayvancılıktan sonra en çok gelişen sektör tarım sektörüdür. Sulanabilen tarım alanları milyon hektarı geçmektedir. Bu verimli alanlarda buğday, pamuk, kenevir, tütün, yağlı tohumlar, şeker pancarı, üzüm, mısır, muhtelif meyve ve sebze yetiştirilmektedir. Çalışan nüfusun % 34'ü tarım ve ormancılık alanlarında istihdam edilmektedir Ülkenin başlıca yeraltı zenginliklerini kömür, ham petrol, doğal gaz, ham çelik, civa, antimon, çinko, kalay ve tungsten teşkil etmektedir.(Akagül 1996:342)

Sovyet idaresinde yaşayan her Türk Cumhuriyetinde olduğu gibi, Kırgızistan'ın istiklalini ilan ettiği 12 Aralık 1991 tarihine kadar, burada üretilen ürünlerin % 93'ü Moskova idaresi tarafından alınıyordu ki, bu rakam dünya sömürgecilik tarihinde ulaşılan en yüksek sömürge düzeyidir. Bugünkü bağımsız Kırgızistan Cumhuriyeti, ürettiği malların çoğunu halkına ayırarak geleceğe doğru daha ümitli yol almaktadır.(Gömeç 1999:122)

Sovyetler Birliği'nin dağılmasıyla siyasi bağımsızlığa kavuşan Türk Cumhuriyeti'nin ekonomik yönden tam bağımsızlığını henüz elde edemediğini söylemek yanlış olmayacaktır. Çünkü bir doğal kaynak potansiyeline sahip olan Kırgızistan mamul maddelerin üretimi konusunda diğer BDT (Bağımsız Devletler Toplumu) ülkelerine, özellikle de Rusya'ya bağımlı durumdadır. Hatta ülkedeki mevcut doğal kaynakları pazarlamak için gerekli olan ulaşım ve boru hatları üzerinde de bu bağımlılık devam etmektedir. Bu bağımlılıktan kurtulmak ve ekonomik kalkınmayı gerçekleştirebilmek için Kırgızistan'da yeniden yapılanmaya ihtiyaç olduğu değerlendirilmektedir. Eski ekonomik düzen devam edemeyeceğine göre, yerine liberal ekonomik düzenin benimsenmesi gerektiği kabul edilmektedir. Fakat liberal ekonomi için gerekli olan ne demokratik koşullar uygundur, ne de gerekli kurumlar mevcuttur. Bu tür zorluklar Ruble etkisinden kurtulup, parasal bağımsızlıklarını kazanmak için kendi milli para "Som" uygulamasına geçmeleriyle daha da artmıştır.(Akagül 1996:344)

Kırgızistan özelleştirme alanında, diğer cumhuriyetlere oranla daha faal durumdadır. Özelleştirme programı meskenlere, işletmelere ve tarıma yönelik olarak 1991 tarihinde başlamıştır. 1990 sonlarında hükümet devlet ve kolektif çiftliklerin yeniden yapılandırılması ve özelleştirilmesi ile ilgili bir program başlatmıştır. Özellikle çiftliklerin mülkiyeti ve yönetim yapısının yeniden düzenlenmesi konusuna önem verilmiştir. Özelleştirmenin hızlandırılması gayesiyle bir kanun çıkarılmıştır. 1992 Temmuz ayına kadar 83 devlet ve kolektif çiftlik yeniden teşkilatlandırılmıştır. Yeni ortaklıklar ve kooperatifler kurulmuştur.(Gömeç 1999:122)

Modern dünya ile tanışan ve bu alanda ciddi atılım içinde bulunmak isteyen Kırgızistan'ın, geleneksel hayat tarzını bırakması oldukça zor görünmektedir. Kırsal kesimin üretime katkısı veya onların modern hayatın uygulandığı büyük şehirlere iskânı yeni sosyal ve ekonomik problemler doğurmaktadır. Devlete ait malların tüketimi konusunda yöneticilerle ilgili itham ve şaibeler, devlet idarecilerine olan halk güvenini sarsmıştır. Kırgızistan'ın günümüzde ve yakın gelecekte büyük problemlerinden birisi altyapı eksikliğidir. Sovyetler Birliği zamanında yapılanların ekonomik ömrünü tamamlamış olması eskilerin yenilenmesi zarureti beraberinde getirirken, yeni ihtiyaçlara devletin ekonomik gücü yeterli gelmemektedir.(Erdem 2000:83)

### 3.1.2.3. Bağımsızlık ve Demokratik Yapılanma Döneminde Kırgızistan Basını

2002 yılında Kırgızistan Adalet Bakanlığı'nda 800'den fazla kitle iletişim aracı kayıtlıdır. Kırgız Cumhuriyeti mevzuatına göre devlet kurumları, haber ajansları, siyasi, toplumsal ve diğer örgütler, bunun dışında özel şirketler KIA yayıncıları olabilirler. Kırgızistan'ın ulusal radyo, televizyon ve basın yayını "Erkin - Too" devletin ve hükümetin kontrolü altındadır.

Ayrıca, ülkede 10'dan fazla özel istasyonlar, her bölgede en az bir yerli istasyon yayın gösterir. Ülke çapında 20'den fazla radyo istasyonları çalışmaktadır. "Ala TV" Bişkek Kablo TV istasyonu 6000'den fazla izleyici kitlesine sahiptir.(Usupov 2008:118)

Egemenlik ve toplumun demokratikleşmesi sırasında Kırgızistan'ın modern gazeteciliğinin oluşması ve gelişmesi için olumlu şartlar oluşturulmuştur.(Usupov 2008:118) Gazete ve dergiler, radyo ve televizyon istasyonları Kırgızistan siyasi süreçlerinde aktif ve yetkili özneler olma olanağına sahip olmuşlardır. Özellikle demokratik devletin oluşması ve ülkedeki ekonomik, siyasi, sosyal reformları gerçekleştirmede önemli rol oynamıştır.

"Kırgız-Tuusu", "Slovo Kırgızstana" ve "Erkin-Too" gazeteleri egemenliğin ilk günlerinden başlayarak devlete ait gazeteler olmuştur. Bunun dışında bir sürü bağımsız, merkezi ("Veçerniy Bişkek", "Kırgız Ruhı", "Delo№", "Aalam"), muhalefet ("Respublika", "Asaba", "Agım", "Moya Stolisa", "MSN"), tabloid ("Periştem", "Blis - Info", "Prestupleniye i nakazaniye", "Magiya", "Mahabat Maydanı", "Sırduu Düynö" v.b.) basın yayınları ortaya çıkmıştır.

Ayrıca, reklam – bilgi, ekonomik – iş, eğlendirici vb. nitelikteki gazete ve dergiler periyodik yayımlanmaktadır. Önceden gazeteciler salt haber üretimi için çalışıyor iken, günümüzün pazar ilişkileri, siyasi ve ekonomik serbestlikte gazeteciler bilgi toplama ve işlemeye sınırlı kalmamakta; bilginin dağıtılması ve onun pazarlamasını da, bir başka deyişle, KIA'nın çok çeşitli finansal, teknik ve ekonomik sorunlarıyla da uğraşıyorlar.(Usupov 2008:119-20)

Kırgızistan bağımsızlıktan sonra haberleşmenin çoğunu hükümet gazetesi olan "Kırgız Tuusu", "Slovo Kırgızstan'a", "Erkin - Too" sosyal – siyasi içerikli gazeteleri sağlıyordu.(Usupov 2008:132) Özellikle "Kırgız Tuusu" gazetesi pazar ekonomisinin önemini, ülkede gerçekleşen ekonomik, siyasi, kültürel ve eğitim alanındaki reformları kamuoyuna anlatmada çok önemli bir rol üstlenmiştir. Gazete, ülkede gerçek



demokrasinin oluşmasına ve gelişmesine büyük önem vermiştir. Ayrıca “Kırgız Tuusu” Yasama, Yürütme ve Yargı Erklerinin biçimlenmesi ve gelişmesinde de fonksiyonel rol oynamıştır. Dolayısıyla gazete daha hükümet, devlet, parlamento karar ve faaliyetlerini yayınlamış, yorumlamıştır. Tüm bu konular “Slovo Kırgızstan’a” gazetesinde de benzer şekilde gerçekleşmiştir.(Usupov 2008:134) “Erkin - Too” hükümet gazetesinin de faaliyeti bu şekilde taraflı olmuştur. Öyle ki , “Erkin - Too” ülkenin Jogorku Keneş’i tarafından kabul edilen yasaları ve başka siyasi, resmi belgeleri ve kararları Kırgızca ve Rusça yayımlama misyonunu yerine getirmiştir.

Ancak geçiş sırasında hükümet gazetelerinin bazı olumsuzluklarını da belirlemek gerekir. Çoğu kez hükümet gazeteleri taraflı olmuşlardır. Toplumdaki salt olumlu olgular, olaylar ve durumlar üzerinde durmuşlar, ülke hayatının olumsuz yanlarını aydınlatmamışlardır.(Usupov 2008:137-138)

Günümüzde bağımsız basın, muhalefet gazeteleri de dahil olmakla birlikte, Kırgızistan KIA’ı sisteminin olmazsa olmaz parçasıdır. Bağımsız basın KIA’sında düşünce çoğulculuğu, konuşma ve basın özgürlüğünün oluşması ve gelişmesinde, önemli toplum sorunlarının açık ve özgür bir biçimde tartışılmasında çok önemli oluyor. Aynı zamanda bu şekilde muhalefet gazeteleri de hükümeti sürekli kontrol altında tutuyorlar.

Bunların yanında tek taraflı, tek yanlı yayın yapan bazı bağımsız ve muhalefet gazetelerinin olumsuz taraflarını da belirtmek gerekir. Bu tür gazete sayfalarında daha çok ülke olayları ve olgularının olumsuz yanlarına yer verilmektedir. Sanki hükümet gazeteleri ile muhalefet gazeteleri kendi arasında rekabet yapmakta; birileri tüm ülke düzenini olduğu kadar fazla ve olumlu överken, diğerleri de toplumda olup bitenleri olduğu kadar fazla ve keskin bir şekilde eleştirmektedirler.(Usupov 2008:144)

Egemenlik ve demokratik yapılanma sırasında, özellikle bağımsız genç devletin KIA sisteminin biçimlenmesi aşamasında Kırgızistan Gazeteciler Birliği’nin olumlu çalışmalarına değinmek gerekir. Kırgızistan Gazeteciler Birliği KIA’nın kendi faaliyetlerini zamana uyumlu bir biçimde düzenlemelerine, gittikçe de basının toplumdaki ekonomik, siyasi, kültürel, eğitimsel ve sosyal reformların gerçekleşmesinde aktif bir güç olmasında katkıları olmuştur.(Usupov 2008:147-48) “Gazeteciler Kamu Derneği” de Kırgızistan’ın egemenliğinin ilk on yılında şeffaflık ve konuşma özgürlüğünün sağlanmasında olumlu rol oynamıştır. Bu dernek 1998 yılında

KIA'nın profesyonel çıkarlarını koruma ve gazetecilerin sivil ve sosyal haklarını savunma amacıyla kurulmuştur.(Usupov 2008:48)

Küreselleşme evrensel gelişimin karakteristik özelliği olarak kabul edilir. Taşralı olma, Kırgızistan için haber noktalarının teknik anlamda yükselmesi açısından gerçek bir sorundur; günümüzde ülke nüfusunun % 70'ni oluşturan köy halkının bilgisayar teknolojilerine erişebildiğini söylemek çok zordur. Bilgisayar ağlarının teknik olarak gelişmemesi durumu ülkenin genel gelişmesinde büyük engel oluşturmaktadır.

Buna karşın, KIA'nın Kırgızistan'ı ve "dünya ufuklarını" yansıtırma biçimleri değişip gelişmektedir; hatta özgürlük ortamında KIA'nda uluslararası haberlerin yansımalarının gelişimi de aşamalı olmaktadır. Parasal kaynakların yetersiz olmasından dolayı KIA'ı uluslararası haber ajanslarından geniş çaplı haberleri satın alıp yararlanma imkanı pek bulamamışlardır, hatta ülkenin hiç bir devlete ait ya da özel KIA'nın ülke dışında kendi muhabiri dahi bulunmamaktadır. Sözgelimi, günümüzde "Kabar" ulusal haber ajansının bölgenin yakın ülkelerinde muhabirleri yoktur ve uluslararası haberleşme açısından uygun kaynak olamaz.(Ibraeva 2002:5)

Günümüzde KIA'nın metinleri incelendiğinde uluslararası konulardaki haber hacminin az olduğu ve bu haberlerin her gazetenin sadece % 10 – 12'sini oluşturduğu görülmektedir. Örneğin, "Veçerniy Bişkek" gazetesinde uluslararası haberlere yer verilen "Kaleydoskop" ve "Uzay: olaylar ve olgular" bölümleri sadece 2 sayfayı oluşturuyor. İlginin azalmasının temel ve açık sebebi bilgi alacağımız özel kaynaklarımızın olmamasıdır. Uluslararası anlamdaki çoğu haberler Rusya KIA'ndan, bazen de uluslararası haber ajanslarından alınmaktadır.(Ibraeva 2002:5)

Evrensel olaylar hakkında tam bir haber alma olanağının olmadığından yayın editörleri uluslararası basından Kırgızistan'ı ilgilendiren haberleri seçerek kendi yayınlarında aktarıyorlar.(Ibraeva 2002:5)

Uluslararası konularda Kırgızistan'ın neye göre yöneldiğini, pozisyonunu ve kendini özdeşlemesini görmek olasıdır. Konu basının tekel olması ya da devletin kontrolünde olması değildir; yayılmakta olan çoğu haber Amerika'daki olayları yansıtır, habersel bildirme açısından ABD'de olan biten olaylar ülkenin KIA'da ilk sıralardadır; hacim olarak da en kapsamlıdır. Bu durumda siyasetin de ABD'ye göre yürümekte olduğu düşünülebilir.(Ibraeva 2002:6) Günümüzde ise Çin'den gelen haberler güçlenmektedir; Rusya ve başka ülkeler Kırgızistan enformasyon alanının % 20'sini

oluşturmaktadır. Buna karşın, Kırgızistan KIA'nın Türkiye ve Arap dünyasına olan güçlü ilgisi gittikçe azalmış görülmektedir.(Ibraeva 2002:6)

Ülke dışı haberler hacminin azalması KIA'nın kaynak açısından zayıf olmasına bağlanmaktadır.(Ibraeva 2002:7) Buna karşın, savunma siyaseti ve bölgesel güvenlikle ilgili uluslararası işbirliği modern Kırgızistan KIA'sı tarafından oldukça sorunlu olarak değerlendirilmektedir. Bu nedenle, küreselleşme sürecinde Kırgız KIA'sının ilgisinin iç haberlere yönelme eğilimi daha çok farkedilmektedir.(Ibraeva 2002:7)

#### 3.1.2.4. Kırgızistan'da Uluslararası Sivil Toplum Kuruluşları

Kırgızistan'da BM'ne bağlı kuruluşlarının yanında UNESCO, WHO, UNDP vb. BM'ye bağlı uluslararası kuruluşlar da faaliyette bulunmaktadır. Kırgızistan'da STK olarak en aktif göze çarpan, birçok ülkede faaliyet gösteren Soros Vakfı'dır. Ülkede faaliyetlerine 1993 yılından itibaren başlamıştır. Ekonomist George Soros tarafından kurulan Soros Vakfı, 'Açık Toplum' için kamu kuruluşlarının gelişimi ve kamusal yaşamdaki girişimciliği geliştirme konusunda faaliyet göstermektedir.(www.soros.kg/en/about-us, 02.01.2015)

"Eğitim, ekonomi, medya, sağlık ve kültür gibi alanların yanı sıra sivil toplum örgütlerinin gelişimi için de çalışmalar yürüten Vakfın, ülkede yaptığı hibelerin toplamı 79 Milyon doların üzerinde bir meblağ olarak açıklanmıştır. Şu an Vakıf, hukuk ve eğitim reformları, medya desteği, halk sağlığı, gençlik, enformasyon ve doğal kaynakların yönetimi gibi alanlarda faaliyet göstermektedir. Vakıf 2014 yılı itibari ile 2014-2017 strateji planını uygulamaya başlamıştır. Yeni stratejide dikkat çeken çalışma konularından birisi madencilik ve enerji sektöründe şeffaflıktır. Stratejik planın odaklandığı üç önemli başlık: *Eşitlik, adalet ve şeffaflık* olarak belirtilmektedir."(www.soros.kg/en/about-us, 02.01.2015)

**Tablo 26.** 2013 Bütçe Dökümü

Programlar	Bütçe \$
Gençlik	1.183.031
Halk Sağlığı	794.023
Hukuk	700.403
Eğitim	616.469
Şeffaflık ve Hesap verilebilirlik	283.524
Kamu Yönetimi	221.297
Medya Desteği	210.270
Enformasyon	200.521
Doğu Sınırı	56.559
Diğer	48.417
<b>Toplam</b>	<b>4.314.514</b>

**Kaynak.** www.soros.kg/en/about-us, 02.01.2015

### 3.2. Kırgızistan'da Türkiye Adına Kamu Diplomasisi Yürüten Kurum ve Kuruluşların Etkinlik Alanları

Gelişmekte olan ülkelere destek olmak ve acil problemlerine çözüm bulmak ve söz konusu ülkeler ile işbirliği içinde olmak düşüncesiyle yapılan faaliyetleri kapsayan kalkınma yardımları; uluslararası ilişkilerin sürdürülebilmesinde önemli bir argüman olarak karşımıza çıkar. Birleşmiş Milletler (BM), dünyadaki problem alanlarını ve küresel hedefleri belirlemenin yanında, gelişmiş ülkelere kalkınma yardımları konusunda yön verme görevini de yerine getirir. Kalkınma yardımlarının yüzde 90'ından fazlasını sağlayan Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD), yardım çalışmalarının felsefe ve stratejilerini belirler, raporlama sistemi ile kontrol ve yönetimini sağlayarak, BM'nin belirlediği hedeflere ulaşılabilmesine yardımcı olur. OECD Kalkınma Yardımları Komitesi (DAC) ise ilgili ülkelere her yıl düzenli olarak aldığı kalkınma yardımlarıyla ilgili verileri toplar ve yayınlar.

Ülkemizde kalkınma yardımı verileri 1992-1996 döneminde Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı, 1997-2003 yılları arasında ise Türkiye İstatistik Kurumu vasıtasıyla toplanmış ve oluşturulan raporlar OECD-DAC'a gönderilmiştir. 2005 yılında Kalkınma yardımlarının envanterinin tutulması ve raporlanması görevi, 2005/11 sayılı Başbakanlık Genelgesi ile Türk işbirliği ve Kalkınma İdaresi Başkanlığı (TİKA)'na devredilmiştir. Genelgenin yayımlanmasından sonra kalkınma yardımlarının koordinasyonundan sorumlu olan TİKA, çalışmalarını kısa sürede tamamlayarak *'Türkiye Kalkınma Yardımları Raporu 2004'*ü hazırlamıştır. TİKA, daha önceki yıllarda kurumlar arasındaki kopukluğu gidermek, kurumlar arası entegrasyonu sağlamak ve Türkiye adına kalkınma ve işbirliği faaliyetlerinde bulunan kurum ve kuruluşlardan toplayacağı verileri uluslararası standartlara göre maliyetlendirerek önemli sonuçlara ulaşmaya başlamıştır. TİKA ilk olarak 2004 yılı Kalkınma Yardımları Raporunu hazırlayarak OECD-DAC'a göndermiştir. Böylelikle daha önceki yıllardaki düzenlenemeyen veri tabanını TİKA 2004 yılı itibarıyla düzenlemekte ve düzenlenen bu raporlar, DAC'a gönderilmekte ve DAC tarafından yayınlanmaktadır.

Türkiye adına kalkınma yardımları ve işbirliği faaliyetlerinde bulunan kurumlara bakıldığında göze ilk çarpan Türkiye'nin teknik yardım kuruluşu olan TİKA, kurulduğu 1992 yılından bu yana, gelişmekte olan ülke ve toplulukların kalkınmalarına yardımcı olarak, ekonomik, ticari, teknik, sosyal, kültürel ve eğitim alanlarındaki işbirliğini proje ve programlar aracılığıyla güçlendirmiş durumdadır.

TİKA'nın dışında Türkiye adına resmi kalkınma yardımları ve işbirliği faaliyetlerinde bulunan Emniyet Genel Müdürlüğü, Kredi Yurtlar Kurumu, Genelkurmay Başkanlığı, Diyanet İşleri Başkanlığı, Yurt Dışı Türkler ve Akraba Toplulukları, TRT, AFAD, Hazine Müsteşarlığı, Sağlık Bakanlığı, YTB, Toprak Mahsulleri Ofisi, TOKİ, Milli Eğitim Bakanlığı, Manas Üniversitesi, Ahmet Yesevi Üniversitesi, Turizm Bakanlığı, Dışişleri Bakanlığı, Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü gibi kurumlar faaliyet göstermektedir.

Türkiye adına resmi kalkınma yardımları ve işbirliği faaliyetlerinde bulunan kurum ve kuruluşların yanında diğer ülkelerde faaliyet gösteren özel sektörün yatırımları ve sivil toplum örgütlerinin yapmış olduğu faaliyetler de kalkınma ve işbirliği faaliyetleri kapsamında ele alınmaktadır.

Sivil Toplum Kuruluşları; politik, sosyal, kültürel, hukuki ve çevresel amaçlar doğrultusunda gönüllülük esasına dayalı, resmi kurum ve kuruluşlardan bağımsız olarak çalışmalar yapmaktadır. Türkiye adına faaliyette bulunan sivil toplum örgütleri; Kızılay-STK Koordinasyonu, Türkiye Diyanet Vakfı, Türkiye Kızılay Derneği, İhş İnsani Yardım Vakfı, Yeryüzü Doktorları Derneği, Yunus Emre Vakfı (Enstitüsü), Dost Eli Yardımlaşma ve Dayanışma Derneği, Cansuyu Yardımlaşma ve Dayanışma Derneği, Aziz Mahmut Hüdayi Vakfı, Bir İnsan Dünyaya Bedeldir Sağlık ve Eğitim Köyleri, Gönüllüler Derneği (Biseg) ,Yardımlı Uluslararası İnsani Yardım Derneği, Türk Dünyası Araştırmaları Vakfı, Adana Dost Eller Yardım Derneği, Uluslararası Mavi Hilal Vakfı, Beşir Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Derneği, Sadakataşı Derneği, Rida Uluslararası Yetim ve Muhtaçlara Yardım Derneği, Türkmeneli İşbirliği ve Kültür Vakfı gibileridir.

Sovyet rejiminin çözülmesiyle, bağımsızlığına kavuşan Kırgızistan ile ilk temasa geçen ülke olarak Türkiye her alanda Kırgızistan ile işbirliği çalışmalarına başlamıştır.

### **3.2.1. Türkiye ile Kırgızistan Arasında Askeri ve Güvenlik Alanında İşbirliği**

Türkiye her alanda olduğu gibi Kırgızistan ile askeri ve güvenlik işbirliği alanında oldukça iyi bir seviyededir. Türkiye, Kırgızistan'ın istikrarı ve güvenliğine oldukça önem vermekte ve bu çerçevede, Kırgız Silahlı Kuvvetlerine yıllardan beri eğitim, malzeme ve maddi destek sağlamaktadır. İki ülke arasında karşılıklı güvene dayanan askeri eğitimden savunma sanayine kadar geniş bir yelpazede işbirliği

bulunmaktadır. Burada değinilmekte olan iki ülke arasındaki askeri ve güvenlik alanlarındaki işbirliğine yönelik bilgiler, Bişkek Büyükelçiliği Askeri Ateşeliği ile Kasım 2014 tarihinde yapılan görüşmede elde edilmiştir.

Kırgızistan ve Türkiye arasında güvenlik alanında Kırgız Silahlı Kuvvetlerinin ilk askeri öğrencileri 1993 yılında Türkiye'deki harp okullarına gelerek eğitim almışlar, ilk mezunlar da 1997 yılında verilmiştir.

Türkiye ve Kırgızistan arasında askeri eğitim faaliyetleri 1993 yılında imzalanan '*Askeri Eğitim İşbirliği Anlaşması*' esaslarına göre yürütülmektedir. Askeri eğitim anlaşması çerçevesinde askeri liselerde, harp okullarında, Gülhane Askeri Tıp Akademisinde ve sınıf okullarında Kırgız öğrenci subay/astsubayları eğitim görmektedir. Şimdiye kadar 100 civarında Kırgız öğrenci harp okullarında teğmen olarak mezun olmuş ve Kırgız Silahlı Kuvvetleri saflarına katılmıştır.

Askeri eğitim işbirliği askeri lise ve harp okulları ile sınırlı değildir. Bunların yanında mezun subayların temel ve tekamül sınıf eğitimleri, komando ve özel kuvvet eğitimleri hem Türkiye'de hem mobil eğitim timleri vasıtasıyla Kırgızistan'da verilmektedir. Şimdiye kadar 1000'den fazla Kırgız subay ve astsubayı bu eğitimlerden geçmiştir.

NATO kapsamında uluslararası olarak faaliyetlerini yürüten Barış için Ortaklık Eğitim Merkezi ve Terörle Mücadele Mükemmelliyet Merkezi'nde açılan çeşitli uluslar arası kurslara Kırgız subaylar katılarak onların küresel askeri sorunlara yönelik çözüm yetenekleri ile uluslararası askeri ve politik ortamlarda planlama ve işbirliği yeteneklerinin geliştirilmesine katkıda bulunmaktadır.

Şimdiye kadar bu iki merkezde yaklaşık 600 Kırgız subaya çeşitli konularda eğitim verilmiştir. Söz konusu bu eğitim faaliyetlerinden son zamanlarda yapılanlardan örnek vermek gerekirse;

- Özel kuvvetler Mobil Eğitim Timi tarafından Kırgızistan'ın güneyinde Nisan 2014 tarihinde başlayan ve 3 ay süren Kırgız subay ve astsubaylara özel kuvvetler eğitimi,
- Barış için Ortaklık Merkezi Mobil eğitim Timi tarafından Kasım 2014 tarihinde bir hafta süre ile 40 askeri personel '*Barışı Destekleme Harekatı*' konusunda Bişkek'te eğitim verilmiştir.

Yukarıda bahsedilen eğitimler eğer Türkiye'de veriliyorsa bir yıl öncesinden TÖMER'de Türkçe kursu açılmakta ve her yıl en az 40 Kırgız subayına Türkçe öğretilmektedir.

Askeri eğitim desteğine ilave olarak Kırgız Askeri Kuvvetlerine, askeri malzeme desteği ve 1999 yılından bu yana yıllık olarak imzalanan '*Askeri Hibe Anlaşması*' ve bu anlaşmaya istinaden imzalanan '*Lojistik Uygulama Protokolü*' kapsamında yapılan ve günümüze kadar Kırgız Askeri Kuvvetlerine yıllık ortalama 1 milyon ABD doları, toplamda 13 milyon ABD Doları aktarılmıştır.

Yine bu kapsamda, Kırgız Silahlı Kuvvetlerinin askeri elbise ihtiyacını karşılayacak askeri dikim evinin açılışı 24 Nisan 2014 tarihinde Genelkurmay Başkanı Org. Necdet Özel'in ziyareti çerçevesinde yapılmıştır. Askeri dikimevi için Türkiye'den 76 makine sağlanmıştır.

İki ülke arasındaki güvenlik alanındaki ilişkilere ivme kazandıracak üst düzey askeri ziyaretler yapılmakta, Nisan 2014 de Genelkurmay Başkanı Org. Necdet Özel'in ziyareti ve Eylül 2014 tarihinde Milli Savunma Bakanı İsmet YILMAZ ve beraberindeki heyet Kırgızistan'da bulunmuşlardır. Bu çerçevede Milli Savunma Bakanı İsmet YILMAZ'ın ziyareti esnasında askeri ilişkileri daha üst seviyeye taşıyacak '*2014 yılı Askeri Mali İşbirliği Anlaşması ve Nakdi Yardım Uygulama Protokolü*' ve '*Askeri Sağlık Alanında Eğitim ve İşbirliği Anlaşması*' imzalanmıştır.

Aynı zamanda güvenlik işbirliği çerçevesinde askeri eğitimlerin yanı sıra T.C İçişleri Bakanlığı (Emniyet Genel Müdürlüğü) Kırgızistan'da ve Türkiye'de Kırgız polisine toplumsal olaylara müdahale, terörle mücadele, kriminal soruşturma gibi alanlarda eğitim ve ekipman desteği sağlamaktadır. Bu işbirliği çerçevesinde de Polis akademisinden Kırgız öğrenciler mezun olmaktadır.

Bunun yanında emniyet ve güvenlik birimleri BM ve Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Teşkilatı (AGİT) olmak üzere uluslararası örgütler tarafından gerçekleştirilen projeler kapsamında Kırgız emniyet ve güvenlik birimlerine gerekli eğitim ve teçhizat desteği verilmektedir.

### **3.2.2. Türkiye ile Kırgızistan Arasında Dini Hizmetler Alanında İşbirliği**

Aslı vazifesi toplumu din konusunda aydınlatmak olan Diyanet İşleri Başkanlığının bu önemli görevini yurtiçinde olduğu gibi yurtdışında da açmış olduğu Din Hizmetleri Müşavirlikleri ve Ateşelikleri vasıtasıyla sürdürmektedir. Bu amaçla Kırgızistan'da 25.05.1992 tarihinde Bişkek Din Hizmetleri Müşavirliği açılmıştır. Burada aktarılan bilgiler de Bişkek Büyükelçiliği Din Hizmetleri Müşavirliği ile 2014 Aralık ayında yapılan görüşmede elde edilmiş bulunmaktadır.

Din Hizmetleri Müşavirliği, Kırgızistan'da bulunan vatandaşlara, soydaşlara ve dindaşlarımıza İslam dininin itikat, ibadet ve ahlak konularında aydınlatmakta, aynı zamanda Kırgızistan Dini İdaresinin ve Devlet Din Komisyonunun ihtiyaç duydukları konularda kendilerine yardımcı olmaktadır.

Din Hizmetleri Müşavirliğinin sunmuş olduğu hizmetler arasında başta cami hizmetleri gelmektedir. Diyanet İşleri Başkanlığı ve Türkiye Diyanet Vakfı ile işbirliği yaparak 1996 yılında Bişkek'e 200 km uzaklıkta Koçkar ilçesinde Ak Mescit adında bir Cami inşa edilmiştir.

Türk İslam mimarisi tarzında olan caminin, bir lojmanı, Kur'an kursu, şadırvanı ve geniş bir bahçesi bulunmaktadır. Koçkar'daki camii Türkiye Cumhuriyeti Devletinin, Kırgız Cumhuriyeti Devletine bir hediyesidir. Halan bu camide Türkiye Cumhuriyeti tarafından bir din görevlisi çalışmaktadır.

Bir başka cami hizmeti olarak Oş şehrinde bulunan Oş İlahiyat Fakültesi avlusunda Diyanet İşleri Başkanlığı ve Türkiye Diyanet Vakfının da katkılarıyla Osmanlı mimarisi tarzında Erdem Camii inşa edilmiştir.

Cami hizmetleri olarak Başkent Bişkek'te büyük bir cami yapımı için 2012 yılının Mayıs ayında 35 dönümlük bir arsa üzerinde tüm masrafları Diyanet İşleri Başkanlığı ve Türkiye Diyanet Vakfı tarafından karşılanmak suretiyle cami inşaatına başlanmıştır. Cami toplam 16.000 kişilik bir kapasitededir. Caminin ortalama masrafının 4 Milyon ABD Doları olduğu bilinmektedir. Söz konusu cami Orta Asya'nın en büyük camisi olma özelliğini taşımaktadır. Caminin 2017 yılı içerisinde hizmete açılması beklenmektedir.

Kırgızistan'da Cami yapımı sadece resmi kurumlar tarafından değil aynı zamanda sivil toplum kuruluşları tarafından yürütülmektedir. Avrasya Bilim ve Kültür Vakfı (ABİKVA), başkent Bişkek'te Manas Üniversitesi Kampüsü içerisinde 2500 kişilik kapasitede 1600 m2 kapalı alana sahip bir yerde cami yapımında bulunmaktadır. Caminin 2015 yılı içerisinde hizmete açılması beklenmektedir. Cami aynı zamanda Manas Üniversitesi İlahiyat Fakültesi öğrencileri için uygulama olanağı da sağlamaktadır.

Diğer yandan Oş İli Özgen kasabasında İslam Dünyasının önemli alimlerinden olan ve Hanefi fikhinin önemli kaynak eserlerinden 30 ciltlik *el-Mebsut* kitabının sahibi İmam Serahsi hazretlerinin kabri onarılarak 08.11.2012 tarihinde Diyanet İşleri Başkanı Prof. Dr. Mehmet GÖRMEZ tarafından açılışı yapılmıştır. Ayrıca, etrafında bulunan



beş evin Türkiye Diyanet Vakfı tarafından satın alınarak, cami, medrese ve kütüphaneden oluşan bir külliye yapılması çalışmaları da başlatılmıştır.

Din Hizmetleri Müşavirliği bünyesinde 12 din görevlisi bulunmaktadır. Bunlardan 11 tanesi başkent Bişkek'te görev yaparken 1 din görevlisi ise Oş şehrinde görev yapmaktadır. Din Hizmetleri Müşavirliğinin eğitim faaliyetleri arasında ise öncelikli olarak müşavirlik bünyesinde bulunan din görevlileri dini bilgilerle ilgili eğitimi okullarda, medreselerde, enstitülerde yerine getirmekle birlikte camilerde vakit namazları, Cuma ve bayram namazlarını kıldırmak şeklinde hizmetlerini sürdürmektedirler.

Bir başka eğitim faaliyeti olarak, Kırgızistan'da şu anda din hizmeti sunan yerel din görevlilerine, imkanlar ölçüsünde Kırgızistan Müslümanları Dini İdaresi (K.M.D.İ.) ile işbirliği yapılarak Hizmetçi Eğitim Kursları düzenlenmektedir. 1998 yılından itibaren Oş İlahiyat Fakültesi bünyesinde 50-60 kişilik mahalli din görevlilerinin hizmet içi eğitimleri 30 gün süre ile Ocak ayındaki yarıyıl tatillerinde devam edegelmektedir.

Müşavirliğin eğitimle ilgili çalışmaları arasında, Kırgızistan'da dini alanda hizmet verecek din adamlarını yetiştirmek üzere İlahiyat Fakültesi, Diyanet İşleri Başkanlığı ve Türkiye Diyanet Vakfı ile Kırgızistan Oş Devlet Üniversitesi arasında 1993 yılında Ankara Üniversitesi ile Oş Devlet Üniversitesi arasında yapılan protokole bağlı olarak Ankara Üniversitesi'nin koordinatörlüğünde ve Türkiye Diyanet Vakfı ile Oş Devlet Üniversitesi arasında yine 1993 yılında yapılan Fakülte'nin finansmanını sağlamaya yönelik bir görüşme tutanağıyla kurulmuştur. Daha sonra bu görüşme tutanağı 1995, 1996 ve 2003 yıllarında 'protokol' adı altında üç kez yenilenmiştir.

Fakültenin kuruluş amacı, Kırgızistan Cumhuriyetinde İslam'ı doğru ve bilimsel anlamda öğretecek kadroları hazırlamaktır. Bu amaçla her yıl 60 öğrenci alınmakta ve öğrenimlerinin birinci yılını 'Hazırlık Sınıfı' olarak Türkiye'de (Ankara ve Bolu) eğitim merkezlerinde okumaktadırlar. Eğitim öğretimin Oş'ta yürütülen kısmının sağlıklı ve verimli olabilmesi için her yıl Türkiye'den öğretim elemanları görevlendirilmekte ve bunların giderleri ve aylıkları Türkiye Diyanet Vakfı tarafından karşılanmaktadır. Fakültenin mevcut öğrenci sayısı 200 olup, 55 hazırlık sınıfı öğrencisi Türkiye'de öğrenim görmektedir, açılış tarihinden itibaren toplam 385 mezun vermiştir. Oş'taki eğitim ve öğretim Ankara İlahiyat Fakültesi koordinatörlüğünde Türkiye'den gelen öğretim elemanları ile Kırgız öğretim Elemanları tarafından yürütülmektedir.

Aynı zamanda din hizmetleri eğitimi alanında Oş Devlet Üniversitesi bünyesinde İmam Hatip Lisesi açılması amacıyla T.C. Milli Eğitim Bakanlığı, T.C. Diyanet İşleri Başkanlığı ve Türkiye Diyanet Vakfı ile Kırgızistan Cumhuriyeti Oş Devlet Üniversitesi arasında Kırgızistan'da İmam Hatip Liselerinin açılması ve işletilmesine dair 10.05.2013 tarihli Protokol imzalanmıştır. Bu Protokole istinaden 2013-2014 eğitim öğretim yılında faaliyetine başlayan İmam Hatip Lisesinde 2014-2015 ders yılında 81 Kırgız öğrenci eğitim görmektedir.

Aynı zamanda, Türkiye'ye İmam hatip liselerine T.C Milli Eğitim Bakanlığı ve Türkiye Diyanet Vakfı arasında yapılan protokol çerçevesinde her yıl öğrenci gönderilmektedir.

Bir başka eğitim faaliyeti Türkiye'ye Kur'an kurslarına öğrenci gönderilmesi şeklinde devam etmektedir. Diyanet İşleri Başkanlığı Kırgızistan'dan talep olması halinde her yıl Kur'an Kurslarına öğrenci kabul etmektedir. 2014 yılında 80 öğrenci gönderilmiştir.

Diyanet İşleri Başkanlığı talep olması halinde Oş ve Araşan İlahiyat Fakülteleri mezunlarını İhtisas Eğitim Merkezlerine kabul etmektedir. Halen 27 öğrenci değişik illerdeki ihtisas eğitim merkezlerinde öğrenimlerine devam etmektedirler. Hüdayi Vakfı tarafından masrafları karşılanan Araşan İlahiyat Fakültesi Oş Devlet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesinde 2003-2004 öğretim yılında faaliyete başlamıştır.

Aynı zamanda talep olması halinde gerekli şartlara haiz öğrenciler ülkemizdeki lisansüstü programlara kabul edilmektedir. Halen 30'a yakın öğrenci bu programlara devam etmektedir. Öğrencilerin bütün masrafları Türkiye Diyanet Vakfı tarafından karşılanmaktadır. 2013 yılında da Türkiye Bursları adı altında değişik ilahiyat fakültelerine 4 doktora ve 2 yüksek lisans öğrencisi, 2014 yılında ise 2 yüksek lisans öğrencisi gönderilmiştir.

Aynı zamanda eğitim alanında 2015 yılı Ocak ayında Bişkek'te Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi İlahiyat Fakültesinde de Kırgız mahalli din görevlilerine hizmet içi eğitim kursu düzenlenmesi planlanmıştır. 2011-2012 Öğretim yılında eğitim öğretime başlamış olan bu Fakülte hazırlıktan sonra dört yıl süreli bir yüksek öğretim kurumudur. Öğretim dili Türkçe ve Kırgızca olup bu diller hazırlık sınıfında öğretilmektedir. Arapça ise yabancı dil olarak öğretim süresince ağırlıklı bir şekilde öğretilmektedir.

Din Hizmetleri Müşavirliğinin yayın hizmetlerine bakıldığında, Kırgızistan'daki soydaşlarımızın dini yönden aydınlanmaları için Diyanet İşleri Başkanlığı tarafından Kırgızca kitap, takvim, el kitapçığı gibi yayınlar bastırılmıştır. Bastırılan bu yayınlar soydaşlarımızın istifadesine sunulmak üzere ücretsiz dağıtılmış olup sayısı bugün itibarıyla 535.000 adeti geçmiştir. 2014 yılı Diyanet Takvimi Kırgızcaya tercüme edilerek, 7000 adet bastırılıp halka dağıtımı yapılmıştır. Aynı zamanda Türkiye'den gönderilen Türkçe basılmış olan Türkiye Diyanet Takvimleri de Türk vatandaşlarına dağıtılmıştır.

Din Hizmetleri Müşavirliğinin insani yardımlarına bakıldığında ise, Türk halkının soydaş Kırgız halkına vekalet yoluyla göndermiş olduğu kurbanlar, Din Hizmetleri Müşavirliği tarafından koordine edilerek kestirilip, fakir, yoksul, kimsesiz olanlarla birlikte ihtiyaç sahibi kurum ve kuruluşlara (yetimhane, yaşlılar evi, engelliler) dağıtılmaktadır. 2014 yılında gönderilen 750 adet kurban ile birlikte bugüne kadar toplam 8534 adet kurban kestirilerek dağıtılmıştır. Aynı zamanda Din Hizmetleri Müşavirliği, Ramazan ayında Türkiye Diyanet Vakfı tarafından gönderilen yardım ve bağışlarla hazırlanan 'Ramazan Gıda Paketleri'ni ihtiyaç sahibi, kimsesiz, yoksul ve fakirlere dağıtmaktadır.

Sosyal anlamda da Din Hizmetleri Müşavirliği soydaşlarımızın sosyal, kültürel ve dini durumları ile ilgilenmekte, Kırgız soydaşlarımızın geçmişiyle geleceği arasındaki kültür bağlarının kurulmasına, kuvvetlenmesine, ilişkilerin geliştirilmesine çalışmaktadır. Bu amaçla bir takım dini ve sosyal faaliyetler yürütülmektedir. Bu bağlamda en etkili faaliyetlerden biri, Bişkek'te ilk defa Kırgızistan Müslümanları Dini İdaresi ile beraber 2002 yılında düzenlenen Kutlu Doğum Haftasıdır. 2014 yılı Kutlu Doğum Haftası 3.000 kişinin katılımıyla kutlanmıştır. Halk tarafından büyük bir ilgi ve beğeni görmüştür.

Ayrıca, Ramazan ayında KT Manas Üniversitesi 'Manas Radyosu'nda yapılan iftar programları, 2014 yılında da sürdürülmüş, Ramazan ayında her gün, diğer zamanlarda da haftada bir gün 'Kur'an Aydınlığında' isimli radyo programları yapılmış olup, bu programlar beğeni ile dinlenmektedir.

### 3.2.3. Türkiye ile Kırgızistan Arasında Ekonomik ve Ticari Alanlarda İşbirliği

#### a. Kırgızistan'daki Türk Yatırımları

Türkiye'nin Kırgızistan'da toplam 285 milyon doları aşan yatırımı mevcuttur. Türk işadamları sadece 2013 yılında 18,5 milyon dolar yatırım yapmışlardır. Ancak, Ticaret Müşavirliği'nin tahminlerine göre, Kırgızistan'da yatırım yapan Türkiye vatandaşı işadamlarının kazançlarını ülkede tekrar kullandıkları ve üçüncü ülkelerde faaliyet gösteren Türk işadamlarının da ülkede yatırımları olduğu konuları göz önüne alındığında, Türk işadamlarının Kırgızistan'daki yatırımlarının toplam büyüklüğünün, günümüzde 1 milyar dolara ulaştığı hesaplanmaktadır. Bu bölümde aktarılan Kırgızistan ile ekonomi ve ticari alanlardaki işbirliğimize yönelik bilgiler Bişkek Büyükelçiliği Ticaret Müşavirliği ile 2014 Aralık ayında yapılan görüşmeden alınmıştır.

Kırgız Cumhuriyeti Adalet Bakanlığı kayıtlarına göre, 2013 yılı itibariyle Kırgızistan'da 371 tane Türk firması ve Türk sermayesi katılımlı ortak şirket aktif olarak faaliyet göstermektedir. Öte yandan, 2013 yılı itibarıyla Türkiye'de 111 adet Kırgızistan sermayesine sahip şirketin faaliyet gösterdiği görülmektedir.

Kırgızistan'daki Türk sermayeli yatırımlar; içecek, pet perform, gıda imalatı (bisküvi, şekerleme, çikolata vb.), mobilya, temizlik maddeleri, çay, un, tuz, şeker, boya, pvc ve plastik boru, yapı malzemeleri üretimi ile alışveriş merkezi işletmeciliği, marketçilik, bankacılık, tekstil üretimi, matbaa, turizm acenteliği, eğitim işletmeciliği, inşaat gibi çok çeşitli alanlarda faaliyet göstermektedirler.

Türk firmalarının başlıca yatırımları büyüklüklerine göre şöyle sıralanmaktadır:

- Sebat A.Ş. (Eğitim kurumları, 90 milyon dolar),
- Coca Cola (Anadolu Grubu'na bağlı, içecek üretimi, 30 milyon dolar)
- Kaynak Holding (Vefa Center Ticaret Merkezi, 25 milyon dolar)
- Plaskap (Plastik perform üretimi, 20 milyon dolar)
- Beta Stores Hipermarketi / Beta Çay (6,5 milyon dolar)
- Demir-Kırgız International Bank (5 milyon dolar)

Türkiye'den ihraç edilen mallar, yine Türkiye merkezli ya da Kırgızistan'da Türk sermayesiyle kurulmuş distribütörler yoluyla Kırgız pazarına girmektedirler. Ticaret Müşavirliği'nin değerlendirmelerine göre, Kırgızistan'da bugün, Türk girişimciler tarafından kurulmuş firmalarda 5.000'in üstünde Kırgız vatandaşına istihdam sağlanmaktadır.

### **b. Eximbank Kredileri**

İki ülke arasında imzalanan 28.04.1992 tarihli Mutabakat Zaptı kapsamında Kırgız Cumhuriyeti Merkez Bankası'na 75 milyon ABD Doları tutarında mal ve proje kredisi açılmış ve toplam 48.13 milyon ABD Dolarlık kısmının kullanımı gerçekleştirilmiştir. Geri ödemelerde yaşanan problemler nedeniyle, 43,57 milyon ABD Doları tutarındaki tüm alacaklar konsolide edilerek 2020 yılına kadar geri ödenecek şekilde yapılandırılmıştır.

K.C. Maliye Bakanlığı'nın resmi sitesinde yer alan bilgilere göre 31.12.2011 tarihi itibarıyla Kırgız Cumhuriyeti'nin borcu 49.535.000 Dolar'dır. 2002 yılı Paris Kulübü Protokolü neticesinde, IMF'in 3 yıllık programı döneminde Kırgızistan Milli Bankası'nın vadesi gelen 5,13 milyon ABD Doları tutarındaki borcunun 20 yıl süreyle ertelenmesine karar verilmiştir. 10-11 Mart 2005 tarihlerinde Kırgız Cumhuriyeti'nin borçlarının yeniden yapılandırılmasına yönelik toplanan II. Paris Kulübü toplantısında varılan mutabakat neticesinde, Kırgızistan Milli Bankası 01.03.2005 tarihi itibarıyla toplam borcunun ertelenmesine karar verilmiştir. Bu kredi çerçevesinde bugüne kadar bir otel ve bir trafo merkezi inşası ile zirai ilaçlar, kürk fabrikası için kimyasal madde, mobilya fabrikası makineleri, ekmek fırınları, telekomünikasyon sistemleri, otobüs, minibüs, araba ve haberleşme cihazlarının ihracatının finansmanı sağlanmıştır.

Kırgız Cumhuriyeti Milli Bankası'nın Türkiye İhracat Kredi Bankası A.Ş.'ye olan borçların silinmesine ilişkin olarak Kırgız Cumhuriyeti adına Kırgız Cumhuriyeti Maliye Bakanlığı ile Türkiye Cumhuriyeti Hükümeti adına Hazine Müsteşarlığı arasında 1 Aralık 2011 tarihinde 'Borcun Silinmesi Anlaşması' imzalanmıştır. 2 Nisan 2012 tarihinde Kırgız Cumhuriyeti Parlamentosu söz konusu anlaşmayı onaylamıştır.

### **c. Türkiye Kredisi**

28 Haziran 2012 tarihinde Türkiye ve Kırgız Hükümetleri arasında 100 milyon dolarlık kredi ve 6 milyon dolarlık hibe anlaşması imzalanmıştır. 6 milyon dolar geri ödemesiz hibe olarak ve 100 milyon dolarlık kredi 20 yıl süre ve %0,1 oran ile verilmektedir. Söz konusu kredi kapsamında, Kırgız Hükümeti tarafından okul inşaatı, yol inşaatı, tarım alet ve makinelerinin alınması, yol inşaat makinelerinin alınması ve asfalt beton fabrikasının inşaatı gibi devletin geliştirilmesine ihtiyaç olduğu önemli altyapı projelerine verilmesi planlanmaktadır. Kredinin büyük kısmı kullanılmış bulunmaktadır.

#### **d. Ticari İlişkilerin Genel Durumu**

İkili ticari ilişkilerimiz 1992-1997 yılları arasında artan bir seyir izlerken, 1998 ve 1999 yıllarında düşüşler yaşanmaya başlanmıştır. Bu düşüşün temel nedenini Uzakdoğu Asya'da başlayan ve daha sonra Rusya Federasyonu'nu derinden etkileyen global ekonomik kriz oluşturmuştur.

2000 yılından itibaren ihracatımız artış sürecine girmiş ve Türkiye İstatistik Komitesine göre 20 575,2 milyon dolardan yaklaşık 15 kat artarak, 2012 yılında 257 440,19 milyon dolara ulaşmıştır. 2011'de 52.123 milyon dolar seviyesinde bulunan Kırgızistan'dan ithalatımız, 2012 yılında %13,2 oranında azalarak 45.226,31 milyon seviyesine düşmüştür.

2005 yılında ikili ticaret hacmi ilk defa 100 milyon dolar seviyesini aşmış ve 2013 yılında 426 milyon dolara ulaşmıştır. Kırgızistan'ın toplam dış ticaretinde Türkiye %3,5 payı, Kırgızistan ise Türkiye'nin dış ticaretinde %0,07 payını almaktadır. Kırgız Cumhuriyeti'ne ihracatımızda halılar, mücevhercilik eşyaları, elektrikli fırın/ocak/ızgaralar, tekstil mamulleri, pastacılık ürünleri, temizlik ürünleri önemli yer tutarken, bu ülkeden ithalatımızın temel kalemlerini fasulye çeşitleri, pamuk, bakır alaşımları ve altın teşkil etmektedir.

İkili ticarete Türkiye'nin daima fazla verdiği ve özellikle 2002 yılından itibaren bu fazla artan ivmeyle büyümeye başladığı gözükmektedir. 2010 yılında ikili ticaretin artış hızındaki azalma Kırgızistan'da 2010 yılı Nisan ve Haziran aylarında yaşanan halk ayaklanmasının neticesinde iş yerlerinin yağmalanması ve faaliyetlerinin durması, ülkeden öz sermayenin çıkışı, sosyal ve ekonomik istikrarsızlık nedeniyle toplam talebin azalması, iklim şartları, petrol ürünleri fiyatının artması vb. ile bağlantılı olduğu düşünülmektedir.

Finans krizinin etkilerinin azalmaya başladığı ve Kırgızistan'ın siyasi istikrarlığa kavuşması ile ekonomik gelişmenin başlayacağı beklentileri gündemde olup, önümüzdeki 5 yılda (2013-2017) ticaret hacminin bir milyar ABD dolarına çıkarılması yönünde bir hedef öngörülmektedir.

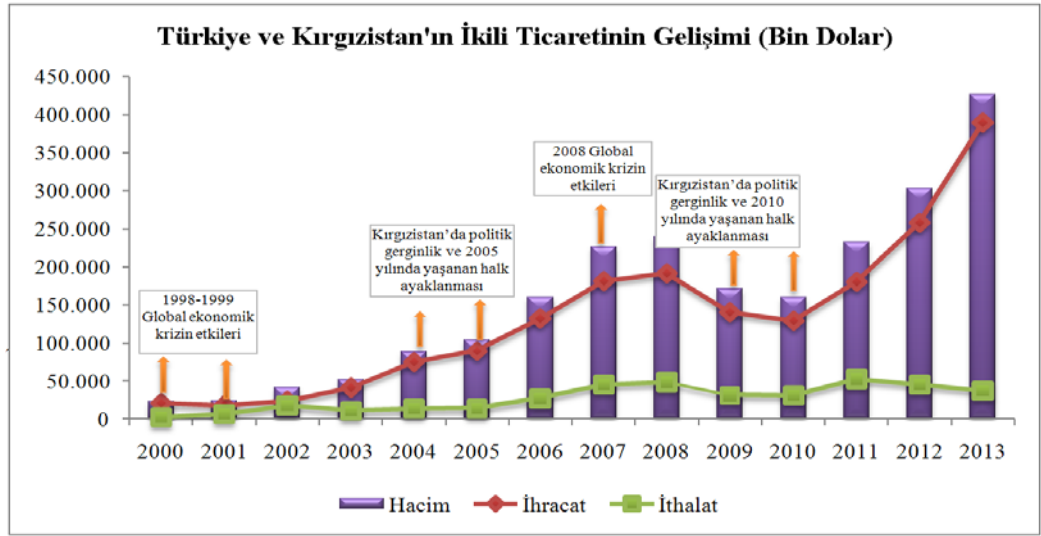
#### **e. Dış Ticaret Dengesi**

Türkiye ve Kırgızistan arasındaki ticari ilişkiler tarihsel olarak incelendiğinde; ikili ticarete Türkiye'nin daima ticaret fazlası verdiği görülmektedir. İki ülke arasındaki dış ticaret hacmi, 1992-1997 yılları arasında artan bir seyir izlerken, 1998 ve 1999

yıllarında gerilediği görülmektedir. Bu düşüşün temel nedeni olarak, Uzakdoğu Asya’da başlayan ve daha sonra Rusya Federasyonu’nu derinden etkileyen global ekonomik kriz gösterilmektedir.

2002 yılında yaklaşık 41,6 milyon dolar seviyesinde olan iki ülke arasındaki ticaret hacmi ilk defa 2005 yılında 100 milyon dolar seviyesini aşmış, 2013 yılında ise bir önceki yıla göre % 40,7 oranında artarak 426 milyon dolara ulaşmıştır.

**Grafik 21.** Türkiye ve Kırgızistan’ın İkili Ticaretinin Gelişimi (Bin Dolar)



**Kaynak:** TÜİK, 2013

2010 yılında ikili ticaretin artış hızının azalmasında, o yıl ülkede yaşanan halk ayaklanması sırasında iş yerlerinin yağmalanması ve faaliyetlerinin durmasının önemli etkisi olduğu düşünülmektedir. Türkiye'nin, Kırgızistan ile ticaretinin sektörel dağılımı genel olarak incelendiğinde, ihracatımızda sanayi ürünlerinin % 99,2 gibi yüksek bir paya sahip olduğu, ithalatımızda ise tarım ürünlerinin % 84,1 oranı ile yüksek bir pay aldığı görülmektedir.

**Tablo 27.** Türkiye-Kırgızistan Arasındaki Ticaret Değerleri

Yıllar	İhracat \$ / Bin	İhracat Değişim %	İthalat \$ / Bin	İthalat Değişim %	Hacim \$ / Bin	Denge \$ / Bin
2000	20.572	11,3%	2.349,5	15,5%	22.921,7	18.222,7
2001	17.350	15,7%	6.307,1	168,4%	23.657,1	11.043,0
2002	24.005	38,4%	17.622,6	179,4%	41.627,4	6.382,3
2003	40.862	70,2%	10.905,9	38,1%	51.767,9	29.956,1
2004	74.702	82,8%	13.383,6	22,7%	88.085,2	61.317,9
2005	89.530	19,8%	14.113,0	5,4%	103.642,5	75.416,5
2006	132.172	47,6%	27.455,0	94,5%	159.627,2	104.717,3
2007	181.311	37,2%	45.019,9	64,0%	226.330,8	136.290,9
2008	191.351	5,5%	47.974,2	6,6%	239.324,8	143.376,4
2009	140.002	26,8%	31.446,0	34,5%	171.448,2	108.556,2
2010	129.202	7,7%	30.899,7	1,7%	160.101,5	98.302,2
2011	180.241	39,5%	52.123,4	68,7%	232.364,3	128.117,6
2012	257.470	42,8%	45.226,3	13,2%	302.696,3	212.243,7
2013	389.099	51,1%	36.964,0	18,3%	426.063,0	352.135,0

**Kaynak:** TÜİK, 2013

Kırgızistan'dan ithalatımız 2013 yılında bir önceki yıla göre % 18,3 azalarak 36,9 milyon dolara gerilemiştir. 2002-2013 yılları arasındaki rakamlarımız incelendiğinde, ithalatımızın dalgalı bir seyir izlediği ve toplamda 1,1 katlık bir artışta sınırlı kaldığı görülmektedir. Kırgızistan'dan ithalatımızda en önemli kalem olan kuru fasulyenin üretiminde görülen mevsimsel değişimler bu durumun ana sebebi olarak değerlendirilmektedir.

Türkiye'nin Kırgızistan'dan ithalatında 2013 yılı içerisinde en önemli ürün grubunu, 0713 GTİP kodu altında sınıflandırılan ve tamamına yakın kısmını kuru fasulyenin oluşturduğu 'kuru baklagiller' oluşturmuş olup, bu ürün grubunu sırasıyla; 'pamuk, pamuk ipliği ve pamuklu mensucat', 'hayvan bağırsak mesane ve midesi' ile 'alüminyum ve alüminyumdan eşya' takip etmektedirler.

Kırgızistan'a ihracatımız 2002 yılından itibaren artış sürecine girmiş ve o tarihte 24 milyon dolar seviyesinde olan ihracatımız, 2013 yılında, bir önceki yıla göre % 51,1 oranında artarak 389,1 milyon dolara ulaşmıştır. Böylece, 2002-2013 yılları arasında yılda ortalama % 33,4 oranında, toplamda ise 16,2 katlık bir ihracat artışı sağlanmıştır. İhracatımızda son üç yılda gerçekleşen ortalama % 44,5 oranındaki artış, Kırgızistan'ı Orta Asya ülkeleri arasında ihracatımızın en hızlı arttığı ülke konumuna getirmiştir. Türkiye'nin Kırgızistan'a 2013 yılındaki ihracatında en önemli ürün grubu 7113 GTİP kodu altında sınıflandırılan 'mücevherci eşyaları ve aksesuarları' olup, bu ürün grubunu sırasıyla; 'örme giyim eşyası ve aksesuarları', 'dokuma halı ve yer kaplamaları' ile 'elektrikli makina ve cihazlar' takip etmektedirler.



## **f. İkili Anlaşma ve Protokoller, Karma Ekonomik Komisyonu (KEK) Toplantıları**

Kırgızistan ve Türkiye arasında ticari ve ekonomik alanda çok sayıda ikili anlaşma ve protokol bulunmaktadır. 1990 sonrası ilişkiler itibariye ilgili anlaşma ve protokoller aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Türkiye Cumhuriyeti ile Kırgız Cumhuriyeti Arasında Ekonomik ve Ticari İşbirliğine Dair Anlaşma (23 Aralık 1991)
- Türkiye Cumhuriyeti ile Kırgızistan Cumhuriyeti Arasında Yatırımların Karşılıklı Teşviki ve Korunması Anlaşması (28 Nisan 1992). 2013 yılında söz konusu anlaşmanın yenilenmesine yönelik müzakereler yapılmış olup, 2014 yılında imzalanması beklenmektedir.
- Türkiye Cumhuriyeti ile Kırgızistan Cumhuriyeti Arasında Uluslararası Karayolu Taşımacılığı Anlaşması (28 Nisan 1992)
- Türkiye ile Kırgızistan Arasında Mutabakat Tutanağı (Eximbank Çerçeve Anlaşması) (28 Nisan 1992)
- Türk Eximbank'ın Kırgızistan ile İşbirliği Hakkında Mutabakat Muhtırası (29 Nisan 1992)
- 75 Milyon ABD Dolarlık Kredi Anlaşmasının Ödeme Koşulları Hakkında Türk Eximbank ile Kırgızistan Cumhuriyeti Milli Bankası Arasında Varılan Çerçeve Anlaşması (29 Nisan 1992)
- Türkiye Cumhuriyeti ile Kırgızistan Cumhuriyeti Arasında Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme Alanında Teknik İşbirliği Protokolü (29 Nisan 1992)
- Türkiye Cumhuriyeti ile Kırgızistan Cumhuriyeti Arasında Hava Hizmetleri Hakkında Protokol (28 Nisan 1992)
- Türkiye Cumhuriyeti Hükümeti ile Kırgız Cumhuriyeti Hükümeti Arasında Haberleşme Alanında İşbirliği Protokolü (2 Aralık 1992)
- Türkiye Cumhuriyeti ile Kırgız Cumhuriyeti Arasında Ticaret ve Ekonomik İşbirliği Anlaşması (24 Ekim, 1997)
- Türkiye Cumhuriyeti ile Kırgız Cumhuriyeti Arasında Gelir Üzerinden Alınan Vergilerde Çifte Vergilendirmeyi Önleme ve Vergi Kaçakçılığına Engel Olma Anlaşması (2 Temmuz 1999)
- Türkiye Cumhuriyeti ile Kırgızistan Cumhuriyeti Arasında Karma Ekonomik Komisyon Kurulmasına Dair Anlaşma (1995)
- Türkiye-Kırgızistan Karma Ekonomik Komisyonu (KEK) I. Dönem Protokolü (14 Ekim 1997)
- Türkiye-Kırgızistan Karma Ekonomik Komisyonu (KEK) II. Dönem Protokolü (13

Nisan 2001)

- Türkiye-Kırgızistan Karma Ekonomik Komisyonu (KEK) III. Dönem Protokolü (14 Mayıs 2003)
- Türkiye-Kırgızistan Karma Ekonomik Komisyonu (KEK) IV. Dönem Protokolü (5 Ağustos 2006)
- Türkiye-Kırgızistan Karma Ekonomik Komisyonu (KEK) V. Dönem Protokolü (5 Eylül 2008)
- Türkiye Cumhuriyeti ile Kırgız Cumhuriyeti Arasında Uzun Vadeli Ticari ve Ekonomik İşbirliği Programı İcra Planı (14 Mayıs 2003)
- Türkiye Cumhuriyeti ile Kırgız Cumhuriyeti Arasında Uzun Vadeli Ticari ve Ekonomik İşbirliği Programı İcra Planı (31 Ekim 2008)
- Türkiye-Kırgızistan Karma Ekonomik Komisyonu (KEK) VI. Dönem Protokolü (4 Nisan 2012)
- Türkiye-Kırgızistan Karma Ekonomik Komisyonu (KEK) VII. Dönem Protokolü Görüşmeler 13-15 Ağustos 2013 tarihleri arasında Ankara'da gerçekleştirilmiştir.

Tablo 2'de Kırgızistan'ın 2009-2013 arası ithalat ve ihracat hacmine bakıldığında, genel anlamda ülkenin ithalatının ihracatının üç katı büyüklüğünde seyrettiği anlaşılmaktadır. Bu durum ülkenin ticaret hacminin dışa bağımlı endekste hareket etmekte olduğuna işaret etmektedir.

**Tablo 28.** Kırgızistan'ın Yıllara Göre Dış Ticaret Değerleri

Ticaret Hacmi Bin \$	Yıllar				
	2009	2010	2011	2012	2013
<b>İhracat</b>	1.439.000	2.027.800	2.239.786	1.893.800	2.019.642
<b>İthalat</b>	3.036.900	3.237.700	4.248.763	5.373.900	6.069.770
<b>Hacim</b>	4.475.900	5.265.500	6.488.549	7.267.700	8.089.412

**Kaynak:** KC Milli İstatistik Komitesi, 2013

Kırgızistan KC Milli İstatistik Komitesi verilerine göre 2012'de en fazla Rusya'dan ticari ürün alımı yaptığı anlaşılmaktadır. İkinci sırada Çin Halk Cumhuriyeti, üçüncü sırada ise Kazakistan gelmektedir. Tablo 29'da Türkiye'nin ise Kırgızistan'ın 2012 yılında mal satın aldığı ülkeler arasında yedinci sırada yer aldığı görülmektedir. Söz konusu bu durum 2013 yılında da değişikliğe uğramamıştır.

**Tablo 29.** Kırgızistan'ın Ülkelere Göre İthalat Değerleri

No	ÜLKE	2012 (bin Dolar)	2013 (bin Dolar)
1	RUSYA	1.816.577,6	2.040.256,8
2	ÇİN HALK CUMHURİYETİ	1.214.908,2	1.452.759,4
3	KAZAKİSTAN	698.624,5	569.904,4
4	JAPONYA	216.083,0	244.966,2
5	ALMANYA	197.803,9	232.888,5
6	ABD	251.451,8	222.877,4
7	TÜRKİYE	175.617,1	211.142,5
8	UKRAYNA	141.174,8	158.075,6
9	BEYAZ RUSYA	151.766,9	116.663,1
10	KORE	86.161,3	104.634,2

**Kaynak:** KC Milli İstatistik Komitesi, 2013

Kırgızistan Milli İstatistik Komitesi 2012 ve 2013 verilerine göre, ülkenin en fazla mal sattığı ülkenin İsviçre'nin olduğu belirtilmiş durumdadır. İkinci sırada Kazakistan, üçüncü sırada da Birleşik Arap Emirlikleri gelmektedir. Tablo 30'a göre, Türkiye'nin ise altıncı sırada yer aldığı fark edilmektedir.

**Tablo 30.** Kırgızistan'ın Ülkelere Göre İhracat Değerleri

No	ÜLKE	2012 (bin Dolar)	2013 (bin Dolar)
1	İSVİÇRE	547.899,9	513.166,0
2	KAZAKİSTAN	394.706,4	395.606,7
3	BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	16.110,7	221.997,0
4	ÖZBEKİSTAN	190.127,7	163.523,2
5	RUSYA	219.085,6	153.521,5
6	TÜRKİYE	50.178,1	85.831,0
7	TACİKİSTAN	39.677,5	51.678,3
8	ÇİN HALK CUMHURİYETİ	61.374,0	35.852,5
9	BELÇİKA	12.807,0	18.232,0
10	HOLLANDA	3.801,1	13.308,1

**Kaynak:** KC Milli İstatistik Komitesi, 2013

Tablo 31'de 1995 yılından 2013'e kadar Kırgızistan'a yapılan yabancı yatırımlarla ilgili dağılım bulunmaktadır. Bağımsız Devletler Topluluğu ülkeleri

haricindeki ülkelerden Kanada'nın, bu yıllar arasında %7.4 kümülatif değerle birinci sırada yer aldığı görülmektedir. Kanada'yı %4.5 kümülatif değerle Çin Halk Cumhuriyeti'nin izlediği, üçüncü sırada da %0.4 kümülatif değerle İngiltere gelmektedir. Tablo 31'e göre bu yıllar arasında Türkiye Kırgızistan'a yaptığı yatırımlarla altıncı sıraya yerleşmiş bulunmaktadır. 1995 ile 2013 yılları arasında Bağımsız Devletler Topluluğu ülkelerin Kırgızistan'a yaptıkları yatırımlara bakıldığında ise kümülatif değerde ilk sırayı Kazakistan'ın, ikinci sırayı Rusya'nın, üçüncü sırayı ise Türkmenistan'ın aldığı anlaşılmaktadır.

**Tablo 31.** Kırgızistan'a Yıllara Göre Doğrudan Yapılan Yabancı Yatırımlar

BDT Dışı Ülkeler	Yıllar					Kümülatif	%
	1995-2000	2001-2010	2011	2012	2013		
Kanada	69.874,0	61.266,7	19.604,9	15.294,1	52.542,5	.018.582,2	7,4
Ç.H.C.	.646,1	92.894,0	8.454,4	15.270,7	54.535,0	45.800,2	4,5
İngiltere	7.015,9	45.482,6	5.959,3	9.706,1	1.662,7	09.826,6	0,4
Almanya	9.141,2	30.098,4	9.891,5	2.566,9	.416,6	28.114,6	0,6
Türkiye	9.874,6	80.478,4	.904,6	0.232,7	8.421,9	03.912,2	0,2
ABD	9.811,7	30.218,5	3.733,9	.700,2	.236,6	46.700,9	0,2
Güney Kore	5.096,9	1.017,4	.580,3	7.604,4	4.651,0	39.950,0	0,4
Avustralya	.184,8	8.273,6	0.778,4	.987,5	.889,3	7.113,6	0,7
İsviçre	3.854,6	.944,3	6.397,6	1.243,1	2.496,2	2.935,8	0,4
BDT Ülkeleri							
BDT Ülkeleri	Yıllar					Kümülatif	%
	1995-2000	2001-2010	2011	2012	2013		
Kazakistan	.594,2	928.483,0	4.445,8	1.107,7	5.061,4	.046.692,1	7,9
Rusya	.979,6	61.288,3	9.119,7	5.525,0	0.050,6	85.963,2	0,6
Türkmenistan	.104,3	75,3				9.104,3	275,3
Beyaz Rusya	03,9	.144,8	0,5	67,9	5,3	8.837,4	0,2
Özbekistan	0.273,9	0.507,0			9,8	5.870,7	0,1
Ukrayna	32,9	0.930,6	76,2	6,8	55,3	5.751,8	0,1
Tacikistan	11,8	0.345,4				3.957,2	0,1
Azerbaycan	0,6	09,4		9,9	7,1	273,0	,0
Gürcistan	4,0	05,2			0,1	119,3	,0
Ermenistan	0,4	12,7				113,1	,0

**Kaynak:** KC Milli İstatistik Komitesi, 2013

### 3.2.4. Türkiye ve Kırgızistan Arasında Eğitim Alanında İşbirliği

Kırgızistan ile eğitim alanındaki ilk işbirliğimiz T.C. Bişkek Büyükelçiliği bünyesinde açılan Eğitim Müşavirliğinin hizmet vermesiyle başlamıştır. Eğitim müşavirliğinin faaliyete geçmesine takiben, 03.03.1992 tarihinde Bişkek'te imzalanan Hükümetler arası anlaşma ve Bakanlıklar arası protokol ile Türkiye ve Kırgızistan arasında eğitim alanında ilişki ve işbirliği süreci başlatılmıştır. Bu alanla ilgili burada değinilen bilgiler Bişkek Büyükelçiliği Eğitim Müşavirliği ile 2014 Ekim ayında yapılan görüşmeden aktarılmaktadır.

Kırgızistan Cumhuriyeti Eğitim Bakanlığı ile Türkiye Cumhuriyeti Milli Eğitim Bakanlığı arasında imzalanan Protokol gereği Eğitim Müşavirliği bünyesinde, *Kırgız Türk Anadolu Lisesi* ve *Kırgız Türk Anadolu Kız Meslek Lisesi* 1992-1993 eğitim-öğretim yılı itibariyle açılmıştır. 03.03.1992 tarihli Anlaşma gereği 29.01.1996 tarihinde *Bişkek Türkiye Türkçesi Eğitim Öğretim Merkezi* (TÖMER) faaliyetine başlamıştır. Milli Eğitim Bakanlığının 30.06.1999 tarihli onayı ile 1999-2000 öğretim yılında *Bişkek Türk İlköğretim Okulu* açılmıştır.

Aynı zamanda Kırgızistan'ın bağımsızlığını kazanmasıyla beraber Türkiye Cumhuriyeti tarafından '*Büyük Öğrenci Projesi*' başlatılmış olup, 1992 yılından itibaren Türkiye'deki orta ve yüksek öğretim kurumlarına burslu Kırgız öğrenciler alınmaya başlamıştır. 2012 yılında kadar Büyük Öğrenci Projesi olarak yürütülen bu programa TCS Sınavı ile (Türk Cumhuriyetleri ve Akraba Topluluklar Sınavı) öğrenci seçimi yapılmıştır. Bu şekilde 2012 tarihe kadar 5.213 Kırgız öğrenci için kontenjan sağlanmıştır.

2012 yılından itibaren Türkiye Bursları olarak değişen bu program T.C.Başbakanlık Yurtdışı Türkler ve Akraba Toplulukları Başkanlığı tarafından koordine edilmektedir. Lisansüstü burs müracaatları internet üzerinden her yıl genellikle Mart ayında, lisans burs müracaatları ise Nisan-Mayıs aylarında yapılmaktadır. Başarı, not ortalaması, tercih ve ORT sınav sonuçları gibi kriterler dikkate alınarak mülakata davet edilen adaylar arasından bursa hak kazanan öğrenciler belirlenmektedir. Türkiye Bursları kapsamında 2012-2013 eğitim-öğretim yılında 111, 2013-2014 eğitim-öğretim yılında 94, 2014-2015 eğitim-öğretim yılında 82 Kırgız öğrenci lisans ve lisansüstü burslusu olarak ülkemizde eğitim görmeye hak kazanmıştır.

Aynı zamanda üniversite düzeyinde resmi eğitim kurumu olarak, 1993 yılında Oş Devlet Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Ankara Üniversitesi ile Oş Devlet Üniversitesi

arasında yapılan protokole bağılı olarak Ankara Üniversitesi'nin koordinatörlüğünde ve Türkiye Diyanet Vakfı ile Oş Devlet Üniversitesi arasında yine 1993 yılında yapılan Fakülte'nin finansmanını sağlamaya yönelik bir görüşme tutanağıyla kurulmuştur. Ve aynı zamanda Oş Devlet Üniversitesi İlahiyat Fakültesi bünyesinde İmam Hatip Lisesi açılması maksadıyla T.C. Milli Eğitim Bakanlığı, T.C. Diyanet İşleri Başkanlığı ve Türkiye Diyanet Vakfı ile Kırgızistan Cumhuriyeti Oş Devlet Üniversitesi arasında Kırgızistan'da İmam Hatip Liselerinin açılması ve işletilmesine dair 10.05.2013 tarihli Protokol imzalanmıştır. Bu Protokole istinaden 2013-2014 eğitim öğretim yılında faaliyetine başlayan İmam Hatip Lisesinde 2014-2015 ders yılında 81 Kırgız öğrenci eğitim görmektedir.

➤ **Kırgız Türk Anadolu Lisesi**

Kırgız Türk Anadolu Lisesi; 1992-1993 yılından itibaren Bişkek'e bağılı Taşdöbö köyünde yatılı olarak açılmış olup değışik binalarda hizmet verdikten sonra Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi ile yapılan protokol gereğı 20 Eylül 2004 tarihinden itibaren üniversitenin Cal Kampüsü içerisinde bulunan Yabancı Diller Yüksek okuluna ait binanın ikinci katına taşınarak eğitim – öğretim faaliyetlerine devam etmektedir. Bu taşınmayla yatılılık kısmı sona ermiştir. Okul; hazırlık artı üç yıl olmak üzere toplam dört yıl üzerinden eğitim-öğretime devam etmektedir. Her öğretim döneminde sınavla hazırlık sınıfına 50 Kırgız öğrenci alımı yapılmaktadır. Eğitim-öğretim Kırgızca ve Türkçe dillerinde olmakla birlikte İngilizce ve Rusça da yabancı dil olarak okutulmaktadır. 2014-2015 eğitim öğretim yılında 174 öğrenci mevcuttur. 174 öğrencinin 33'ü Türk öğrencidir. Türk öğrenciler farklı sınıflarda eğitim görmekte ve tamamen Türk müfredatı uygulanmaktadır. Okul 1996 yılından 2013 yılına kadar toplam 459 mezun vermiştir.

Mezun öğrenciler Kırgızistan'daki üniversitelerde öğrenimlerini sürdürmekte ya da bazıları YÖS kapsamında bazı öğrencilerde 'Türkiye Bursları' kapsamında yükseköğretim görmek üzere Türkiye'ye gitmektedirler. Okulda 14 Türk ve 8 Kırgız öğretmen görev yapmaktadır. Bütün giderler T.C Milli Eğitim Bakanlığı tarafından karşılanmaktadır.

### ➤ **Kırgız Türk Anadolu Kız Meslek Lisesi**

Kırgız Türk Anadolu Kız Meslek Lisesi; 1992-1993 öğretim yılından itibaren eğitim-öğretim faaliyetlerine başlamıştır. Kırgızistan tarafından tahsis edilen okul binası, yatakhane ve yemekhane binaları ile mesleki-teknik eğitim alanında faaliyetini sürdürmektedir. 2012 yılında bakanlıkça gönderilen ödenekle okul büyük çaplı bakım ve onarımdan geçmiştir.

Hazırlık artı üç yıl olmak üzere toplam dört yıl üzerinden eğitim-öğretime devam etmektedir. Hazırlık sınıfında Türkçe ve İngilizce öğretilmektedir. Okulda hazır Giyim ve Bilgisayar bölümleri bulunmaktadır. Her öğretim yılı iki şube için sınavla 50 Kırgız kız öğrenci alımı yapılmaktadır. 90 öğrenci kapasiteli yatakhanesi vardır. 2014-2015 eğitim-öğretim yılı itibari ile okulda 190 Kırgız Kız öğrenci mevcuttur. Okulda ilk mezunlarını verdiği 1996 yılından 2013 yılına kadar toplam 584 öğrenci mezun olmuştur.

Okulda 11 Türk 6 Kırgız öğretmen görev yapmaktadır. Aynı zamanda pansiyon ve yemekhanede toplam 10 Kırgızistan vatandaşı personel çalışmaktadır. Bütün söz konusu giderler T.C Milli Eğitim Bakanlığı tarafından karşılanmaktadır.

Aynı zamanda öğrenciler alanları ile stajlarını Türkiye’de yapma imkanı bulmaktadırlar. 2014 yılı yaz aylarında 40 öğrenci bakanlık tarafından belirlenen işletmelerde stajlarını yapmışlardır.

Mezun öğrenciler Kırgızistan’daki üniversitelerde öğrenimlerini sürdürmekte ya da bazıları YÖS kapsamında, bazı öğrenciler ise ‘Türkiye Bursları’ kapsamında yükseköğretim görmek üzere Türkiye’ye gitmektedirler.

### ➤ **Bişkek Türk İlköğretim Okulu**

Bişkek Türk İlköğretim Okulu; Türkiye Cumhuriyeti Milli Eğitim Bakanlığı’nın onayı ile 1999-2000 eğitim-öğretim yılında Bişkek’te yaşayan T.C vatandaşlarının ilk öğretim çağındaki çocuklarının eğitim almalarını sağlamak için açılmıştır. Okulda Türk Milli Eğitim müfredatı uygulanmaktadır. 2014-2015 eğitim öğretim yılında ilkokul kısmında 205, ortaokul kısmında 116 öğrenci olmak üzere toplam 321 öğrenci mevcuttur. Bugüne kadar toplam 210 öğrenci 8. Sınıfı bitirerek mezun olmuştur. Okulda tamamı Türkiye’den görevli 20 öğretmen görev yapmaktadır.

➤ **Türkiye Türkçesi Eğitim Öğretim Merkezi (TÖMER)**

Türkiye Türkçesi Eğitim Öğretim Merkezi; 29.01.1996 tarihinde eğitim faaliyetlerine başlamıştır. Kırgızistan'ın farklı üniversitelerinde faaliyetlerini sürdürmekte olup, 01.10.2011 tarihinden itibaren kiralanmış yeni idari ofisinde hizmet vermeye başlamıştır. 1996 yılından itibaren merkeze bağlı sınıflarda Türkçe öğrenen ve sertifika alan 11.266 kursiyer, Kırgız eğitim kurumlarında ise 10.554 öğrenci olmak üzere toplam 21.820 Kırgız öğrenci / kursiyere Türkçe öğretilmiştir.

2014-2015 eğitim öğretim yılında 1135 kursiyer/öğrenci Türkçe öğrenmektedir. Kurumda yöneticiler dahil 24 Türk ve 3 Kırgız öğretmen görev yapmakta, 2 Kırgızistan vatandaşı büro elemanı olarak çalışmaktadır. Kırgızca ve Rusça derslerine Kırgızistan vatandaşı öğretmenler girmektedir.

➤ **Oş Devlet Üniversitesi İlahiyat Fakültesi**

Diyanet İşleri Başkanlığı ve Türkiye Diyanet Vakfı ile Kırgızistan Oş Devlet Üniversitesi arasında 1993 yılında Ankara Üniversitesi ile Oş Devlet Üniversitesi arasında yapılan protokole bağlı olarak kurulmuştur. Daha sonra bu görüşme tutanağı 1995, 1996 ve 2003 yıllarında “protokol” adı altında üç kez yenilenmiştir.

Fakültenin kuruluş amacı, Kırgızistan Cumhuriyetinde İslam'ı doğru ve bilimsel anlamda öğretecek kadrolarını hazırlamaktır. Bu amaçla her yıl 60 öğrenci alınmakta ve öğrenimlerinin birinci yılını 'Hazırlık Sınıfı' olarak Türkiye'de (Ankara ve Bolu) eğitim merkezlerinde okumaktadırlar. Eğitim öğretimin Oş'ta yürütülen kısmının sağlıklı ve verimli olabilmesi için her yıl Türkiye'den öğretim elemanları görevlendirilmekte ve bunların giderleri ve aylıkları Türkiye Diyanet Vakfı tarafından karşılanmaktadır. Fakültenin mevcut öğrenci sayısı - 200 olup, 55 hazırlık sınıfı öğrencisi Türkiye'de öğrenim görmektedir, açılış tarihinden itibaren toplam 385 mezun vermiştir.

Oş'taki eğitim ve öğretim Ankara İlahiyat Fakültesi koordinatörlüğünde Türkiye'den gelen öğretim elemanları ile Kırgız öğretim Elemanları tarafından yürütülmektedir.

Resmi kurumların dışında Kırgızistan'da faaliyet gösteren özel sektöre ve STK'lara bağlı üniversiteler de söz konusudur. Bunlar sırasıyla Sebat Eğitim Kurumları ile İktisat ve Girişimcilik Üniversitesi Türk Dünyası Sosyal Bilimler Enstitüsü'dür.



### ➤ **Sebat Eğitim Kurumları**

Eğitim-öğretim alanında faaliyet gösteren Uluslararası Sebat Eğitim Kurumları, Kırgızistan Eğitim Bakanlığı ile Uluslararası Sebat Eğitim Kurumları arasında yapılan 02 Mayıs 1992 tarihli Anlaşma ile faaliyetlerini sürdürmektedir.

Kırgızistan'ın yedi ilinde; 9 erkek lisesi, 5 kız lisesi, 2 ilköğretim okulu, 1 uluslararası okul ve 1 üniversite olmak üzere toplam 18 eğitim kurumu bulunmaktadır. Bu okullarda toplam 7.710 öğrenci öğrenim görmekte olup, bu öğrencilerin %80'i Kırgızlar, %20'si ise Rus, Özbek, Türk, Uygur, Dungan, Kazak, Tatar ve diğer milletlerden oluşmaktadır. Bugüne kadar 11.294 mezun vermiştir. Mevcut okullarda 677 Kırgız ve 138 Türk öğretmen görev yapmaktadır.

Uluslararası Sebat Eğitim Kurumlarına bağlı Uluslararası Atatürk Alatoo Üniversitesi 1996 yılında eğitim öğretim faaliyetlerine başlamıştır. 3 fakültede 12 bölüm ile eğitim faaliyetlerini sürdürmektedir. 2014-2015 eğitim öğretim yılında 1.859 öğrenci mevcudundan 56'sı Türk vatandaşıdır. Üniversite bugüne kadar 1321 mezun vermiş olup, bunlardan 107'si Türk vatandaşıdır.

### ➤ **İktisat ve Girişimcilik Üniversitesi Türk Dünyası Sosyal Bilimler Enstitüsü**

Türk Dünyası Araştırmaları Vakfı olarak 1993 yılından beri Kırgızistan'ın güneyinde Calal-Abad şehrindeki özel İktisat ve Girişimcilik Üniversitesi bünyesinde Kırgız Türk Sosyal Bilimler Enstitüsü olarak eğitim faaliyetlerini sürdürmektedir. Enstitü'ye bağlı 2 fakülte ve 6 bölüm mevcut olup, Kırgızistan, Türkiye, Özbekistan, Kazakistan, Afganistan, Azerbaycan başta olmak üzere Türk Dünyasından gelen öğrenciler eğitim almaktadırlar. Mevcut öğrenci sayısı 410'dur. Toplam mezun sayısı ise 747'dir.

#### **3.2.4.1. Kırgızistan'da Çokkültürlü Yapı Ekseninde Eğitim Politikaları ve Planlaması**

Kendini modern olarak tanımlayan bir toplumda, o toplumun tüm üyelerini bağlayıcı nitelik taşıyan ve bu nedenle de siyasal nitelikte kararların alınması, kuralların belirlenmesi, bu karar ve kuralların uygulanmaya konulması mutlaka bir meşruluk zeminine oturmak zorundadır. Meşruluğun ortak toplumsal rızaya (social consensus) dayanması gerektiği modern zamanlarda meşrulukla ilgili temel sorunlar şöyle

özetlenebilir: Ortak toplumsal rızanın esası olan ortak toplumsallıktan ne anlaşılması gerekir? Ve ortak toplumsal rızanın oluşması süreci ne gibi ilkelere, ne tür kurumsal çerçevelere dayanmalıdır?

Meşruluk arayışı zeminindeki bu yaklaşımda demokrasi, bir hükümet kurma yöntemi olmanın ötesinde, toplumsal bağlayıcılığı olan kararların alınması ve uygulanması süreçlerini meşruluk kavramı açısından eleştirel bir değerlendirmeye tabi tutmayı olanaklı kılan ölçüleri içermektedir. Bu ölçüler doğrudan doğruya siyasal kararların bir *kamusal diyalog* süreci sonucunda oluşacak uzlaşma temelinde meşruluk kazanacağını kabul etmekte ve böylesi bir diyalog'un uygun koşullarda gerçekleşmesi için zorunlu olan temel ilkeleri ifade etmektedir. Buna göre siyasal kararlar şu koşullar altında ülküsel anlamda tam bir demokratik meşruluk zeminine oturur:(Köker 1997:45) 1/ Herkes birbirini, hiçbir sınır koymaksızın özerk ve rasyonel özneler olarak karşılıklı kabul edip tanınmalıdır, 2/ Konuşma ve eylemde bulunma yeteneğine sahip herkes (kamusal) tartışmaya eşit koşullar altında katılma olanağına sahip olmalıdır, 3/ Rasyonel söylemde hiçbir şey -güç kaynakları, zenginlik, gelenek ve otoritenin hiçbiri- bir tabu olamaz ve olmamalıdır.

Charles Taylor'u(Köker akt. 1997:45-50) izleyerek söylenirse, insanlar toplumsal konumlara göre tıpkı *kast* benzeri gruplara bölünmüşledir, ancak yine de bu bölünmenin hukuksallaştığı ve statikleştiği modern dönem öncesi toplumlardan farklı olarak, modern koşullar altında bireylerin kimlikleri dışarıdan değil, bireylerin *öteki*'lerle girdikleri diyalog süreçleri aracılığıyla kurulmaktadır. Böylesi bir *diyalojik kimlik*, kültürel istemlerin statik değil dinamik, bir başka deyişle değişime açık olduğunu göstermektedir. Bu yaklaşım, yine Taylor'un kamusal alanın 'seküler' niteliği üzerindeki vurgusuyla da tutarlı görünmektedir. Taylor'a göre kamusal alan ve bu alanda gerçekleşen *diyalog*, insanın toplumsal ortak ilgi konusu olan sorunlara tartışma içinde çözüm bulmayı amaçlayan eyleminin hiçbir aşkın (ilahi, kutsal ya da kutsallaştırılmış) sınırlamaya tabi tutulmamasını ifade etmektedir.

Bu noktada, Kırgızistan'ın genel toplumsal yapısına bakmak gerekirse, Sovyet döneminde Kırgızistan'da boylar arasındaki ilişkilerin dondurulduğu görülmüştür. Hatta, 1990'lı yıllarda ekonomi ve siyasi liberalleşme döneminde de bu süreç devam etmiştir. Öyle ki, SSCB'nin yıkılışından sonra toplum ilişkilerinde yarı feodal sistem yeniden canlanmış ve boy faktörü yüksek bir seviyeye çıkmıştır. Boylara (uruk) bölünme insanlar için büyük önem kazanmıştır. Bu konu, gayriresmi sosyal garantilerin

faktörü olmuştur. Klan veya boy içerisinde yüksek rütbeli bir devlet adamının mevcudiyeti o boyun otoritesini artırmakta, söz konusu devlet adamının görevden alınması ise o boyun otoritesini azaltmaktadır.(Orsam 2011)

Yeni Kırgız klanı, herhangi etkili aile veya aileler grubu olmayıp, bölgesel bir oluşum/birliktir. Bu oluşuma dayanarak ve bu oluşumun çıkarlarına hizmet ederek siyasetçiler, siyasi mücadelede yer alarak iktidarda pay sahibi olmaya çalışmaktadır. Böyle bir ilişkiler sistemi, bütün Orta Asya Cumhuriyetlerine has '*himaye*' ilişkilerini içermektedir. İktidar piramidinin yakın çevresinin akraba ya da hemşerilerinden oluşmasını, onlara iş verilmesini ve güven altına alınmasını öngörmektedir. Bu tür ilişkiler ağı, toplumun bütün tabakalarına yayılmaktadır. Kırgızistan'da nüfusun büyük bir kısmı için kabile aidiyeti önemli bir rol oynamaktadır. Bu aidiyetin '*bizden*' ya da '*öteki*' yakınlaştırması yaptığı Kırgızistan şartlarında, grupsal özdeşliğin kullanımı, yarar getirebileceği gibi zararlara da yol açabilmektedir.(Orsam 2011)

Kırgızlar eskiden beri temelinde geç ortacağ göçebe topluluğunun etnik ve siyasi oluşumunun yer aldığı *dualizm* yapısı etrafında birleşmişlerdir. Ancak, böyle bir yapının oluşumu bir anda olmamış, tam tersine farklı boy ve kabilelerden oluşmuş ve zaman zaman tarihi olaylara/gelişmelere bağlı hale gelmiş ya da onlara ayak uydurmuştur. Başlangıçta etnik birlik, siyasi düşüncelerle '*tek Kırgız etnosu*'nun etrafında buluşan farklı halkların birleşiminden oluşmuştur. Ancak, daha sonra etnik içerik ağır basmıştır. Kırgızlar nihai olarak şimdiki yapılarını benimsemiş ve eski boy/kabile sistemlerini korumuşlardır. Bu yapı, Ortacağ Kırgızlarının siyasi yapılandırmasıyla veraset bağlarıyla bağlıdır. Dualist (çift başlı) yapının ilk şekli, ataerkil sistemin temelinde oluşmuştur. Burada, boy ve kabileler arasında dahi ikiye bölünme prensibi mevcuttur. Dolayısıyla, günümüzde Kırgızistan'daki sosyo-politik ortamı incelerken sadece boy/kabile yapısını değil, aynı zamanda Kırgız halkının büyük kısmının bilincinde var olmaya devam eden dualizmi de göz önünde bulundurmak gerekmektedir. Etnik birliğin olmadığına işaret eden diğer önemli gösterge ise sık sık boy/kabile bölünmesi ile örtüşen bölgeciliktir.(Orsam 2011)

Ülkenin bugünkü nüfus hareketlenmesini dikkate almak gerektiğinde ise, 2009-2012 yılları arasındaki nüfus dağılımında Kırgızların en büyük topluluğu oluşturduğu, ardından Özbek nüfusunun geldiği, ülkedeki üçüncü sıradaki grubu ise Rusların oluşturduğu görülmektedir. 2009 verilerine göre Kırgızistan'ın genel nüfusu

5.362.800'dür, bu sayının artış gösterdiği ve 2012 verilerinde ülke nüfusunun 5.551.900'e çıktığı gözlemlenmektedir. 2009 yılında ülke genelinde % 71 olan Kırgız nüfus, 2012'ye gelindiğinde % 72.2'ye yükselmiştir. Ülkenin ikinci büyük topluluğu olarak Özbek nüfusta 2009-2012 yılları arasında bir değişim olmamış, bu süre zarfında grup % 14.3'lük oranını korumuştur. Üçüncü büyük grup olan Ruslar ise 2009 yılında ülkenin % 7.8'ni oluştururken, 2012'de bu oranın % 6.9'a gerilediği anlaşılmıştır. Ülkede eğitim dili olarak varlık gösteren Tacik nüfusa bakıldığında ise 2009'dan bu yana oranın değişmediği ülkede % 0.9 oranında Tacik vatandaşın yaşadığı fark edilmektedir. Ülkede eğitim politikalarında yer alan bu dört (Kırgız, Rus, Özbek ve Tacik) topluluğun dışında sayısal varlıkları yüksek olmayan başka gruplar da yaşamaktadır. Ancak bunların tümünün toplam oranı Kırgızistan nüfusunun % 6.6'sını kapsamaktadır. Bu nedenle rakamsal dağılımlarının verilmesi gerekli görülmemiştir.([www.stat.kg](http://www.stat.kg), 19.02.2013)

Sovyetler Birliği'nde hakim ya da yaygın olan eğitim dili ya da dilleri aynı şekilde korunmakta mıdır yoksa bir değişim söz konusu mudur sorusu sorunsalın temel belirleyiciliğini oluşturmuştur. Dolayısıyla inceleme Kırgızistan'da Sovyet sonrası ortaöğretim kurumlarında nasıl bir dil politikasının kabul gördüğünü, yürütülmekte olduğunu saptamaya yöneliktir. Ancak Bağımsızlıktan günümüze kadar olan süreden daha çok 2005 siyasal kırılmasının ardından bu alandaki değişim ve gelişimlere ağırlık verilmesi planlanmış, bu amaçla Kırgızistan İstatistik Kurumu'ndan alınan veriler doğrultusunda hareket edilmiştir. Kırgızistan'ın yaşadığı Mart 2005 *Lale Devrimi*'nden sonra on beş yıllık Askar Akaev dönemi kapanmış, Kırgızistan ekonomi politik anlamda yeni bir sürece adım atmıştır. Bu nedenle 2006-2012 yılları arası, son altı yıllık süreç betimlemeli istatistiksel yöntemle incelemeye tabi tutulmuştur.

Bugün Kırgızistan'da ortaöğretimde 2.204 okul bulunmaktadır. Bu düzeyde eğitim gören öğrenci sayısı ise 1.015.172'dir. İkinci Dünya Savaşı sonrasında 1.600'lerdeki okul sayısı, Bağımsızlık öncesinde 1980'lerin sonunda yaklaşık 1.700'lere ulaşmıştır. 1950-1990 arasında 40 yılda okul sayısı 1.638'den 1.728'e çıkmış, bu süre zarfında sadece 90 okul açılmıştır. Aynı dönemdeki öğrenci dağılımı için Tablo 1'e bakıldığında ise 1950'li yıllarda 364.000 olan öğrenci sayısının 40 yılda 934.400'e çıktığı görülmektedir. Ortalama bu süre zarfında öğrenci sayısındaki artış 600.000'dir. Bu dönemdeki en ciddi oranda yüksek artış da -sosyal, ekonomik ve politik nedenlere bağlı- 1960-1970 yılları arasında yaşanmıştır. İkinci Dünya Savaşı'ndan Bağımsızlığa

kadar olan sürede okul sayısındaki artışla öğrenci sayısındaki artışın paralel artmadığı dikkat çekmektedir. Eğitimin kalitesi açısından salt bu niceliksel değer de işaret ettiği gibi 1.638 okulda 364.000 öğrenci okurken 1.728 okulda 934.400 öğrenci eğitimini sürdürmek zorunda kalmıştır.

**Tablo 32.** Sovyet Dönemi ve Sonrası (1950-2002) Okul ve Öğrenci Sayısı

<b>SOVYET DÖNEMİ</b>		
<b>Yıllar</b>	<b>Okul Sayısı</b>	<b>Öğrenci Sayısı</b>
1950	1638	364.500
1960	1764	440.800
1970	1668	886.700
1981	1700	900.000
1990	1728	934.400
<b>SOVYET DÖNEMİ SONRASI</b>		
<b>Yıllar</b>	<b>Okul Sayısı</b>	<b>Öğrenci Sayısı</b>
1991	1764	941.700
1992	1796	938.400
1993	1832	933.700
1994	1840	943.900
1995	1844	968.000
1996	1867	1.002.900
1997	1910	1.039.900
1998	1939	1.078.300
1999	1953	1.100.400
2000	1975	1.111.400
2001	2014	1.117.700
2002	2029	1.160.200

Tablo 32'ye göre, Bağımsızlık sonrası 1991-2002 yılları arasında toplamda 265 okul artışı, aynı sürede, 11 yılda öğrenci sayısında ise 218.500'lük bir yükseliş saptanmıştır. Yıllara göre okul ve öğrenci sayısında nüfusa paralel aşamalı bir artış söz konusu olmuştur. 2002 sonrasında ise ülkede ekonomik yönelimli siyasal sarsıntılar, nüfus oranlarında düşüş, özellikle dış göç gibi etkenlerden dolayı okul sayısında söz konusu aşamalı yükselişte bir durağanlık ve hatta ters yönde bir ilerleme oluşmaya başlamıştır.

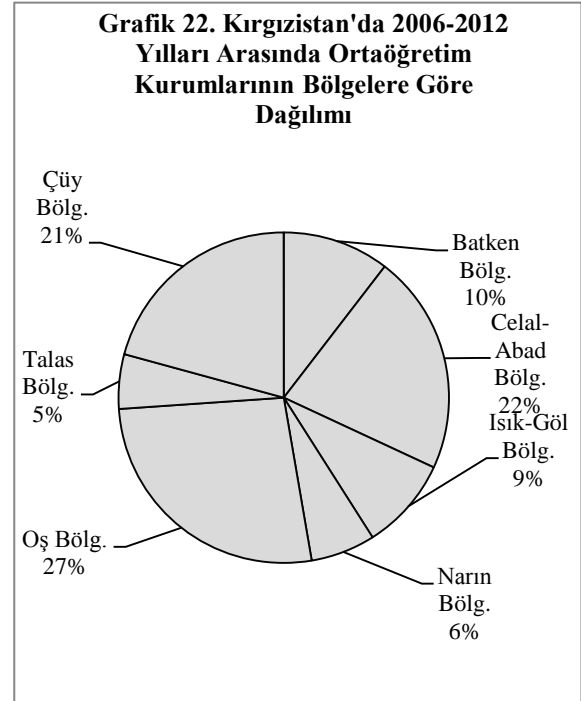
Bugünkü rakamlara göre ülkede genel olarak 737 kurum okul öncesi eğitim vermektedir. 2.204 ortaöğretim kurumlarında da toplam 1.015.200 öğrenci eğitim görmektedir. Kısaca yükseköğretime bakılırsa, 122 meslek yüksekokulu 64.300

öğrenciye hizmet vermekte ve 52 yükseköğretim kurumunda da da toplam 230.300 öğrenci eğitimini sürdürmektedir.

**Tablo 33.** 2006-2012 Yılları Arasında Kırgızistan Genelinde Ortaöğretimde Okul Sayılarının Durumu(Bölgelere Göre)

Bölgeler/İller	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2006-2012 Yıllar Arası Genel Toplam
Batken	225	225	226	227	230	234	1367
Celal-Abad	458	470	471	472	472	474	2817
Isık-Göl	195	196	198	198	199	199	1185
Narın	137	136	138	138	139	139	827
Oş	570	577	580	584	585	586	3482
Talas	116	116	116	118	117	116	699
Çüy	448	448	459	454	455	456	2720
Toplam	2149	2168	2188	2191	2197	2204	13097

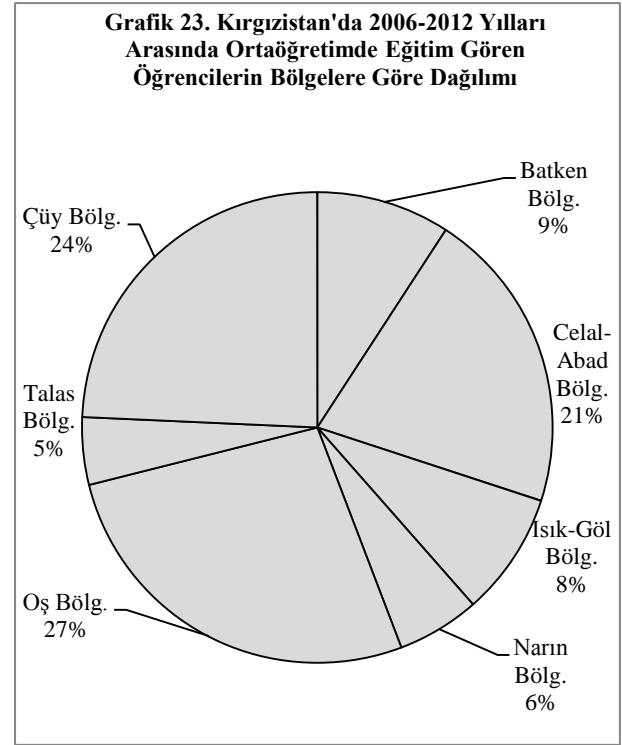
Tablo 33 incelendiğinde Kırgızistan'ın 7 bölgesinde de altı yıllık okul artış hızı paralellik göstermekte, her bölge için geçerli son derece düşük yoğunluklu bir artışa rastlanmaktadır. En az okul sayısına sahip bölge Talas (699) iken en yüksek oran Oş bölgesinde (3482) bulunmaktadır. Okul sayısındaki en yüksekten en düşüğe sıralamaya bakılırsa, Oş, Celal-Abad, Çüy, Batken, Narın ve Talas şeklinde bir dağılım göze çarpmaktadır. Ülkenin nüfus dağılımına paralellik gösteren bir sıralamadır, ya da okul kapasitesidir denilebilir. Ülke genelinde ise 2006 yılındaki tüm bölgelere ait toplam okul sayısı 2.149 iken, 2012 yılında toplamda 2.204 okula çıkılabildiği üzere son altı yılda ülkede okul sayısı oldukça düşük oranda artış göstermiştir.



**Tablo 34.** 2006-2012 Yılları Arasında Kırgızistan Genelinde Ortaöğretimde Eğitim Gören Öğrenci Sayısı (Bölgelere Göre)

Bölgeler/İller	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2006-2012 Yıllar Arası Genel Toplam
Batken	100395	98693	97091	94426	93891	92979	577475
Celal-Abad	228571	227999	220592	217375	211624	208777	1314938
Isık-Göl	93166	92108	90323	86801	85961	85348	533707
Narın	63480	61934	59373	58314	57536	57289	357926
Oş	299756	293937	284062	279138	269605	267234	1693732
Talas	50772	49775	49505	47458	46933	46589	291032
Çüy	259102	255615	252722	253322	253318	256956	1531035
<b>Toplam</b>	<b>1095242</b>	<b>1080061</b>	<b>1053668</b>	<b>1036834</b>	<b>1018868</b>	<b>1015172</b>	<b>6299845</b>

Kırgızistan'da 2006 yılında öğrenci sayılarının bölgelere göre dağılımına bakıldığında Oş bölgesinde en fazla öğrencinin bulunduğu, sırasıyla yine nüfus değişkeni etkeni doğrultusunda Çüy, Celal-Abad, Batken, Issık-Göl, Narın ve Talas bölgelerinin geldiği görülmektedir. İncelemenin gerçekleştiği son altı yılın açılımında ise yıllara göre bölgelerde kısmi düşüş ve yükselişlerin yaşandığı saptanmaktadır. Bu doğrultuda da öğrenci sayısında genel toplam 2006 yılında 1.095.242 iken 2012 yılında bu sayının 1.015.172'e düştüğü gözlemlenmektedir. Altı yıllık zaman diliminde çok ciddi olmasa da bir düşüş eğrisi göze çarpmaktadır, Normal koşullarda bu eğrinin az da olsa yükselmesi beklenirken bu sonucu ülke ekonomisindeki durağan durum nedeniyle hızlanan dış göçe bağlamak olasıdır.



**Tablo 35.** 2006-2012 Yıllarında Ortaöğretimde Okul Sayısı (Eğitim Diline Göre)

No	Okulların Eğitim Dillerine Göre Dağılımı	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012
1	Kırgızca	1363	1388	1400	1406	1410	1424
2	Rusça	198	195	195	200	201	203
3	Özbekçe	132	129	133	133	121	91
4	Tacikçe	3	3	3	3	3	3
<b>Bir Dilde Eğitim Veren Okul Toplamı</b>		<b>1696</b>	<b>1715</b>	<b>1731</b>	<b>1742</b>	<b>1735</b>	<b>1721</b>

Tablo 35 ise son altı yılda ülkedeki okulların eğitim dillerine yönelik sınıflandırmasını yapmaktadır. Bir dilde eğitim veren okul sayısı 2006’da 1.696 iken, 2012’de bu sayı 1.721’e ulaşmıştır, bu da oldukça kısmi bir yükselmedir. En fazla Kırgızca eğitim veren okul sayısı bulunmaktadır, Kırgızca’yı sırasıyla Rusça, Özbekçe ve Tacikçe izlemektedir. Tacikçe eğitim veren okul sayısı altı yılda stabil kalmıştır. Eğitim dili olarak Özbekçe’nin kullanılmasında ise düşüş vardır. Rusça ise kısmi artışla eğitim dili özelliğini korumuştur. En fazla ivme Kırgızca’da görülmektedir. Salt Kırgızca eğitim veren okul sayısı diğer dillere göre çok daha fazladır ve aynı zamanda süreçte artma eğilim göstermiş durumdadır. Bu durumun ülkenin sosyo-politik değişimlerine paralellik taşıdığı söylenebilir. 2006-2012 arası yıllar, yine bir halk hareketi ile demokratik kesintiye maruz kalmış olsa da, hareketin gerçekleşme nedenlerine ilişkin olarak Kırgızca dili ve bu dilde eğitim politikalarının önem kazanmış olduğu belirtilebilir.

**Tablo 36.** 2006-2012 Yıllarında Ortaöğretimde Eğitim Gören Öğrenci Sayısı (Eğitim Diline Göre)

No	Öğrencilerin Eğitim Dillerine Göre Dağılımı	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012
1	Kırgızca	511267	509973	496399	491529	485867	480878
2	Rusça	118762	120523	117783	120648	119201	125519
3	Özbekçe	81124	70968	71104	67060	57960	40833
4	Tacikçe	2021	2040	2052	1953	1927	1936
<b>Bir Dilde Eğitim Veren Okullardaki Öğrenci Sayısı</b>		<b>713174</b>	<b>703504</b>	<b>687338</b>	<b>681190</b>	<b>664955</b>	<b>649166</b>



Kırgızistan’da ortaöğretimde 2005 sonrası yürütülen politikaları irdelemeye yönelik araştırmada elde edilen bulgulardan biri de bir dilde eğitim veren okullarda öğrenci dağılımıdır. Tablo 36 incelendiğinde görülmektedir ki, 2006’dan itibaren okullarda en yoğun kullanılan eğitim dili Kırgızca’dır. Ardından eğitim dili olarak Rusça’nın kullanılmakta olduğu, üçüncü sırada Özbekçe’nin ve son sırada az da olsa bazı okullarda Tacikçe eğitimin verildiği anlaşılmaktadır. Ancak varsayılanın aksine, 2006 sonrası eğitim dili olarak Kırgızca’nın, yükselmeyip kısmi de olsa düşüşe geçmiş olmasıdır. Tablo 36’ya bakıldığında, son altı yıl içerisinde en fazla öğrenci sayısına sahip olan okulların Kırgızca eğitim veren okullar oldukları anlaşılmaktadır. Ancak 2006-2012 arası Kırgızca eğitim alan öğrenci sayısında hissedilir bir azalma dikkat çekmektedir, 2006’daki 511.267 olan öğrenci sayısı 2012’de 480.878’e gerilemiştir. Rusça’ya ilgi ise artış yönündedir, 2006’daki Rusça eğitim alan öğrenci sayısı 118.762 iken 2012’de bu sayı 125.519’a çıkmıştır. Özbekçe eğitim alan öğrenci sayısında ise yarı yarıya düşüş görülmektedir, tercihte Tacikçe de azalmış durumdadır. Bağımsızlık sonrası öngörülen ivmeden biraz farklı bir tablodur buradaki, yine en fazla eğilim Kırgızca dilinde eğitilmiştir, ancak bu eğilimde son yıllarda hissedilir düşüşler yaşanmaya başlandığı görülmektedir, Rusça dilinde eğitim alma tercihinde ise tam tersi düşüş değil bir artıştan söz edilmesi gerekmektedir.

**Tablo 37.** 2006-2012 Yıllarında Ortaöğretimde İki ve Daha Fazla Dilde Eğitim Veren Okulların Dağılımı

No	İki ve Daha Fazla Dilde Eğitim Veren Okulların Dağılımı	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012
1	Kırgızca-Rusça	344	338	350	341	349	346
2	Kırgızca-Özbekçe	50	50	49	47	53	67
3	Kırgızca-Tacikçe	2	2	2	2	2	2
4	Özbekçe-Rusça	39	43	37	41	44	43
5	Özbekçe-Tacikçe	2	2	3	2	2	-
6	Kırgızca-Özbekçe-Rusça	15	17	15	15	11	22
7	Rusça-Özbekçe-Tacikçe	1	1	1	1	1	3
	<b>İki ve Daha Fazla Dilde Eğitim Veren Okul Toplamı</b>	<b>453</b>	<b>453</b>	<b>457</b>	<b>449</b>	<b>462</b>	<b>483</b>

Kırgızistan eğitim sektöründe iki dilde eğitim veren okullar da bulunmaktadır. 2006'dan bu yana eğitim dili olarak en fazla kullanılan diller Kırgızca ve Rusça'dır. Bağımsızlık sonrasında da ülkenin iki resmi dili olarak beyan edildiği için bu diller, eğitimin ağırlıklı olarak bu diller aracılığıyla yürütülüyor olması oldukça doğaldır. Tablo 37 bu amaçla incelendiğinde iki ve daha fazla hangi dillerde eğitimin verildiği görülmektedir. Kırgızca-Rusça skalasından sonra dikkate alınması gereken Kırgızca-Özbekçe ve Özbekçe-Rusça skalalarıdır. Bu iki skalada da tercihlerin yapıldığı görülmektedir, ancak Kırgızca-Rusça eğilime oranla oldukça düşük olduğu için etki oranlarının genel eğitim alanında kapsamlı olduğu düşünülmemektedir. Sadece okul sayısı olarak fazla olmasa da bu dillerde de eğitime olanak tanınıyor olması önem taşımaktadır.

**Tablo 38.** 2006-2012 Yıllarında İki ve Daha Fazla Dilde Eğitim Veren Okullardaki Öğrencilerin Dağılımı

No	İki ve Daha Fazla Dilde Eğitim Veren Okullardaki Öğrencilerin Dağılımı	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012
1	Kırgızca-Rusça	287848	275545	273536	262922	265199	263913
2	Kırgızca-Özbekçe	28749	29080	28588	27776	30756	37804
3	Kırgızca-Tacikçe	1519	1501	1504	1443	1445	1378
4	Özbekçe-Rusça	45571	50821	43192	47019	44266	41123
5	Özbekçe-Tacikçe	878	825	3068	716	688	-
6	Kırgızca-Özbekçe-Rusça	16429	17682	15368	14767	10547	20113
7	Rusça-Özbekçe-Tacikçe	1074	1103	1074	1001	1012	1675
	<b>İki ve Daha Fazla Dilde Eğitim Veren Okullardaki Öğrenci Sayısı</b>	<b>382068</b>	<b>376557</b>	<b>366330</b>	<b>355644</b>	<b>353913</b>	<b>366006</b>

İki ve daha fazla dilde eğitim veren okullardaki öğrenci dağılımı da okul sayısına paralellik göstermektedir. Yalnız 2006-2012 yılları arasında öğrenci sayılarında her dilde düzenli bir artıştan söz edilememektedir. Kırgızca-Rusça iki dilde eğitim veren okulların öğrenci sayılarında 2006'dan itibaren düşüşler gözlemlenmektedir. Tablo 38'e bakıldığında Kırgızca-Özbekçe, Kırgızca-Özbekçe-Rusça ve Rusça-Özbekçe-Tacikçe olmak üzere bu dillerde eğitim alan öğrenci sayılarında altı yıllık süre içerisinde belirli bir artış hissedilebilmektedir. Ülkenin çoketnikli yapısının böyle bir eğilim yaratmış olduğu açıktır.

**Tablo 39.** 2006-2012 Yıllarında Bir Dilde Eğitim Veren Devlet Okullarının Eğitim Dillerine Göre Dağılımı

No	Bir Dilde Eğitim Veren Devlet Okullarının Dillere Göre Dağılımı	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012
1	Kırgızca	1359	1384	1393	1400	1405	1418
2	Rusça	166	166	164	170	170	168
3	Özbekçe	131	128	132	131	120	91
4	Tacikçe	3	3	3	3	3	3
<b>Bir Dilde Eğitim Veren Devlet Okullarının Toplamı</b>		<b>1659</b>	<b>1681</b>	<b>1692</b>	<b>1704</b>	<b>1698</b>	<b>1680</b>

Kırgızistan eğitim alanında faaliyet gösteren devlet okulları incelendiğinde de sadece tek bir dilde eğitim veren en fazla okulun Kırgızca'ya ait olduğu görülmektedir. Yalnız 6 yıllık süreçte de oldukça aşamalı bir yükseliş gösterdiği anlaşılmaktadır. Rusça eğitim veren devlet okulları ise Kırgızistan'da ikinci sırada yer alır, ancak Kırgızca ile Rusça eğitim veren okul sayıları arasında ciddi bir fark vardır. Ve aynı zamanda Rusça dil eğitimi veren devlet okul sayısında konu edilebilecek bir yükselişten söz edilemez. Özbekçe ile eğitim veren devlet okul sayısında ise hissedilir oranda düşüşler gözlemlenmektedir. 2006 yılındaki üç devlet okulunda verilen Tacikçe ile eğitime 2012 yılında da yine üç okulla devam edilmektedir.

**Tablo 40.** 2006-2012 Yıllarında Ortaöğretimde Bir Dilde Eğitim Veren Devlet Okullarındaki Öğrenci Dağılımı

No	Bir Dilde Eğitim Veren Devlet Okullarındaki Öğrenci Dağılımı	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012
1	Kırgızca	510496	508935	495427	490391	484775	479498
2	Rusça	114015	115433	112334	115751	115124	120398
3	Özbekçe	80889	70780	70908	66810	57882	40833
4	Tacikçe	2021	2040	2052	1953	1927	1936
<b>Bir Dilde Eğitim Veren Devlet Okullarındaki Öğrenci Sayısı</b>		<b>707421</b>	<b>697188</b>	<b>680721</b>	<b>674905</b>	<b>659708</b>	<b>642665</b>

Bir dilde eğitim veren devlet okullarındaki öğrenci sayılarında okul sayılarına ters oranda bir gelişme görülmektedir. Kırgızca okul sayısı artarken ters oranda öğrenci sayılarında düşüş yaşanmaktadır. Rusça eğitim veren okul sayısı düşerken bu dilde eğitim alan öğrenci sayısında ise artış farkedilmektedir. Özbekçe eğitim veren okul

sayısının düşüşüne paralel öğrenci sayısı da neredeyse yarı yarıya azalmaktadır. Tacikçe eğitim alan öğrenci sayısında ise azalma dikkat çekmektedir. Aynı zamanda, 2006 yılındaki tek dilde eğitim veren okullardaki öğrenci sayısı genel toplamda 707.421 iken 2012 yılında bu sayının 642.665'e düşmüş olması eğilimlerdeki farklılaşmanın göstergesi olmaktadır.

**Tablo 41.** 2006-2012 Yıllarında Ortaöğretimde İki ve Daha Fazla Dilde Eğitim Veren Devlet Okullarının Dağılımı

No	İki ve Daha Fazla Dilde Eğitim Veren Devlet Okullarının Dağılımı	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012
1	Kırgızca-Rusça	326	318	334	325	333	328
2	Kırgızca-Özbekçe	50	50	49	47	53	66
3	Kırgızca-Tacikçe	2	2	2	2	2	2
4	Özbekçe-Rusça	38	42	37	41	44	43
5	Özbekçe-Tacikçe	2	2	3	2	2	-
6	Kırgızca-Özbekçe-Rusça	15	17	15	15	11	22
7	Rusça-Özbekçe-Tacikçe	1	1	1	1	1	3
<b>İki ve Daha Fazla Dilde Eğitim Veren Devlet Okullarının Toplamı</b>		<b>434</b>	<b>432</b>	<b>441</b>	<b>433</b>	<b>446</b>	<b>464</b>

Tablo 41'de iki ve daha fazla sayıda dilde eğitim veren devlet okullarının dağılımı verilmektedir. 2006-2012 arası yıllarda bu şekilde eğitim veren devlet okul sayılarında hissedilir bir yükselişten söz edilemez, ancak düşüş de olmamıştır. Genel toplamda iki ve daha fazla dilde (Kırgızca, Rusça, Özbekçe ve Tacikçe) eğitim veren okul sayısı 2006 yılında 434 iken bu sayı 2012 yılında 464'e çıkmıştır. Bu durum ülkedeki çoketnikli yapıdan kaynaklanan iki ve çokdilli ortamın kendini koruduğuna işaret etmektedir.

**Tablo 42.** 2006-2012 Yıllarında Ortaöğretimde İki ve Daha Fazla Dilde Eğitim Veren Devlet Okullarındaki Öğrenci Dağılımı

No	İki ve Daha Fazla Dilde Eğitim Veren Devlet Okullarındaki Öğrenci Dağılımı	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012
1	Kırgızca-Rusça	279547	266593	268049	257560	259717	256824
2	Kırgızca-Özbekçe	28749	29080	28588	27776	30756	37724
3	Kırgızca-Tacikçe	1519	1501	1504	1443	1445	1445
4	Özbekçe-Rusça	45227	50424	43192	47019	44266	41123
5	Özbekçe-Tacikçe	878	825	3068	716	688	-
6	Kırgızca-Özbekçe-Rusça	16429	17682	15368	14767	10547	20113
7	Rusça-Özbekçe-Tacikçe	1074	1103	1074	1001	1012	1675
<b>İki ve Daha Fazla Dilde Eğitim Veren Devlet Okullarındaki Öğrenci Sayısı</b>		<b>373423</b>	<b>367208</b>	<b>360843</b>	<b>350282</b>	<b>348431</b>	<b>358904</b>

Öğrenci sayıları açısından konu ele alındığında Kırgızca ve Rusça eğitim alan öğrenci sayıları yıllara göre gittikçe düşmekte iken Kırgızca ve Özbekçe'nin eğitim dili olarak daha fazla tercih edildiği görülmektedir. Ancak bu yükseliş ve düşüşlerin altı yıl içerisindeki nüfus hareketlerine oranlandığında çok da fazla ciddi değişimden söz edilmeyecektir.

**Tablo 43.** Bir Dilde Eğitim Veren Özel Okulların Dağılımı

No	Bir Dilde Eğitim Veren Özel Okulların Dağılımı	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012
1	Kırgızca	4	4	7	6	5	6
2	Rusça	32	29	31	30	31	35
3	Özbekçe	1	1	1	2	1	-
<b>Bir Dilde Eğitim Veren Özel Okulların Toplamı</b>		<b>37</b>	<b>34</b>	<b>39</b>	<b>38</b>	<b>37</b>	<b>41</b>

Tablo 43 Kırgızistan'da tek bir dilde eğitim veren özel okul sayılarını vermektedir. Üç dilde özel okul bulunduğu görülmektedir, Kırgızca, Rusça ve Özbekçe dilinde yapılan özel eğitimde en ön planda olan Rusça eğitim kurumlarıdır. 2006 yılında 32 olan okul sayısı 2012 yılında 35'e yükselmiştir. Kırgızca özel okul sayısı 2006-2012 arası sadece iki okul olarak artış göstermiştir. Özbekçe eğitim veren bir özel okul da 2012 yılında kapanmış bulunmaktadır. Genel toplamda da 2006'daki 37 özel okul sayısı 2012 yılında ancak 41'e yükselmiştir. Devlet okulları ile karşılaştırıldığında özel okul sayısının çok düşük kaldığı görülmektedir. Bu durum ülkenin Sovyet

geleneğine bağılı olarak açıklanabileceğı gibi iktisadi kalkınma düzeyi ile de değerlendirilebilir.

**Tablo 44.** Bir Dilde Eğitim Veren Özel Okullardaki Öğrenci Dağılımı

No	Bir Dilde Eğitim Veren Özel Okullardaki Öğrenci Dağılımı	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012
1	Kırgızca	771	1038	972	1138	1092	1380
2	Rusça	4747	5090	5449	4897	4077	5121
3	Özbekçe	235	188	196	250	78	-
<b>Bir Dilde Eğitim Veren Özel Okullardaki Öğrenci Sayısı</b>		<b>5753</b>	<b>6316</b>	<b>6617</b>	<b>6285</b>	<b>5247</b>	<b>6501</b>

Kırgızistan'da bir dilde eğitim yürüten özel okullardaki öğrenci dağılımını aktaran Tablo 44 incelendiğinde Kırgızca ve Rusça öğrenci sayısında 2006'dan 2012'ye kısmi artış görölmektedir. Ancak Özbekçe dilinde eğitim veren özel okul sayısı 2006'da 235 iken 2009'a kadar bu sayının düştüğü, 2009-2010 arası ise tekrar bu dilde eğitim veren okul sayısının 250 adete çıktığı bulgulanmaktadır. Yalnız bu yükseliş 2010'da ülkenin güneyinde yaşanan iç çatışmaların ardından ciddi bir düşüşe geçmiş, nitekim 2011 ve sonrasında Özbekçe eğitim veren özel okulların tümü kapanmıştır.

**Tablo 45.** İki ve Daha Fazla Dilde Eğitim Veren Özel Okulların Dağılımı

No	İki ve Daha Fazla Dilde Eğitim Veren Özel Okulların Dağılımı	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012
1	Kırgızca-Rusça	19	20	16	16	16	18
2	Kırgızca-Özbekçe	-	1	-	-	-	1
<b>İki ve Daha Fazla Dilde Eğitim Veren Özel Okulların Toplamı</b>		<b>19</b>	<b>21</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>19</b>

İki ya da daha fazla dilde eğitim veren özel okullara bakıldığında, Kırgızca-Rusça ve Kırgızca-Özbekçe olmak üzere iki farklı skalanın olduğu görölmektedir. 2006'da Kırgızca-Rusça özel okul sayısı 19 iken 2012'ye gelindiğinde 18'e indiği görölmektedir. Anlamlı bir değişim olmamakla birlikte Kırgızca-Özbekçe'ye göre kendi durumunu koruduğu, buna karşın Kırgızca-Özbekçe eğitim veren özel okulların 2007'de bir tane açıldığı 2012'de de bu okulun yine eğitimi durdurduğu

anlaşılmaktadır. Dolayısıyla ülkede Kırgızca'dan sonra eğitim dili olarak Rusça'nın en fazla tercih edilen dil olduğu gözlemlenmektedir.

**Tablo 46.** İki ve Daha Fazla Dilde Eğitim Veren Özel Okullardaki Öğrenci Dağılımı

No	İki ve Daha Fazla Dilde Eğitim Veren Özel Okullardaki Öğrenci Dağılımı	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012
1	Kırgızca-Rusça	8645	8952	5487	5362	5482	7089
2	Kırgızca-Özbekçe	-	397	-	-	-	80
<b>İki ve Daha Fazla Dilde Eğitim Veren Özel Okullardaki Öğrenci Sayısı</b>		<b>8645</b>	<b>9349</b>	<b>5487</b>	<b>5362</b>	<b>5482</b>	<b>7169</b>

Tablo 46 Kırgızistan'da iki ya da daha fazla dilde eğitim yürüten özel okullardaki öğrenci dağılımını vermektedir. 2006'da Kırgızca-Rusça iki dilde eğitim veren özel okullarda öğrenci sayısı 8.645 iken, 2008- 2010 arasında anlamlı bir düşüş yaşandığı, ancak bu sayının 2011'den sonra tekrar 7.089'lara çıktığı bulgulanmaktadır. Kırgızca-Özbekçe eğitim veren özel okullarda öğrenci sayısı 2007'de 397 gibi çok az bir sayıda iken, 2008-2010 arası bu dillerde eğitim alan öğrencinin bulunmadığı, ancak 2011 sonrası 80 öğrencilik bir gruba ulaşıldığı farkedilmektedir. Ülkedeki siyasal hareketlenmelerin doğrudan iki dilde eğitim yürüten özel okullara yansıdığı anlaşılmaktadır.

### 3.2.4.2. Orta Asya'da İşbirliği Programları Çerçevesinde Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Açılımı

Bu eğitim kurumların yanında Eylül 1995 tarihinde İzmir'de imzalanan "*Türkiye Cumhuriyeti ile Kırgızistan Cumhuriyeti hükümeti arasında Kırgızistan'ın başkenti Bişkek şehrinde Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi kurulmasına dair Anlaşma*"nın her iki ülke yetkili makamlarınca onaylanmasının ardından resmi olarak 1996-1997 öğretim yılında Kırgızistan – Türkiye Manas Üniversitesi öğretime başlamıştır.

Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi iki ülkenin ortaklaşa kurmuş olduğu özel statülü bir devlet üniversitesidir. Manas Üniversitesinin diplomaları, Türkiye ve Kırgızistan'da Devlet Üniversitelerinin verdiği diplomalara denktir ve aynı hakları sağlar. Öğretim dili Türkiye Türkçesi ve Kırgızcadır. Ayrıca İngilizce ve Rusça da

öğretilmektedir. Türk öğrenciler ÖSYM sınavı sonucunda okula yerleştirilmektedir. Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesinde eğitim-öğretim ücretsizdir.

1995 yılında kurulan ve 1996 yılından itibaren eğitim - öğretim faaliyetlerine başlayan Kırgızistan- Türkiye Manas Üniversitesi'nde halen 9 fakülte, 4 Yüksek Okul ve 1 Meslek Yüksekokulu ile 2 Enstitü, 6 Araştırma ve Uygulama Merkezi, 37 Eğitim – Araştırma Laboratuvarı, 1 Manas FM Radyosu, 1 TV Yapım ve Eğitim Stüdyosu ile eğitim-öğretim faaliyetlerine devam etmektedir. Üniversite bölgede ve ülkede kendini;

- Eğitimde uluslararası bir marka,
- Kurumsal bir cazibe merkezi,
- Toplum ve iş dünyası için gerçek bir değer,
- Uluslararasılaşmada örnek bir üniversite,
- Türk dünyasının birlikteliğinde ve gelişmesinde etkin bir güç,
- Dünya bilimine katkısı ile saygın bir üniversite,
- 7 ülkeden gelen ve alanlarında profesyonel ve uzman 900 aşkın akademik/idari personeliyle,
- 18 farklı ülkeden gelen 5134 (lisans/önlisans/lisansüstü) öğrenciye eğitim-öğretim hizmeti veren,
- Orta Asya'nın en modern ve büyük kampus üniversitesi olarak göze çarpmaktadır.

2014-2015 eğitim öğretim yılı 14.10.2014 tarihi itibarıyla 4896 ön lisans ve lisans öğrencisi mevcuttur. Üniversite açıldığı tarihten itibaren toplam 4086 mezun vermiştir. Bu mezunların 3149'u Kırgızistan, 677'si Türkiye ve 260'ı diğer ülke vatandaşlarından oluşmaktadır.

Kırgızistan – Türkiye Manas Üniversitesinde eğitim süresi içinde öğrenciler diğer ülkelere staja gönderilmektedir. Her yıl yaklaşık 500 öğrenci farklı ülkelere giderek, deneyim ve yabancı dil için pratik yapmalarına olanak sağlanmaktadır. Üniversite mezunlarının ortalama % 80'i iş hayatlarına başlamış bulunmakla birlikte ABD'den başlayarak Japonya'ya kadar 31 farklı ülkede çalışmaktadır.

Kırgızistan – Türkiye Manas Üniversitesi Kırgızistan ve uluslararası basında da geniş yer alan ve AB tarafından yayınlanan Avrupa Üniversiteler Rejting sıralamasında ilk 200 en iyi üniversiteler arasına girerek Kırgızistan'da ve bölgesinde en iyi üniversite olduğunu ortaya koymuş bir yükseköğretim kurumudur.

Birçok alanda Kırgızistan'da topluma hizmet veren Kırgızistan – Türkiye Manas Üniversitesi gerek bilimsel alanda gerek uluslararası arenada ve gerek bölgede gerek ise



ülkede bilimsel çalışmaları ile sosyal sorumluluk faaliyetleri ile göze çarpan bir kurum olarak karşımız çıkmaktadır. Üniversite Türkiye'nin Milli Eğitim Bakanlığı tarafından en çok yardım alan resmi kurumlarından birisidir. 2013 yılı iki taraflı katkı yapan kamu kurum ve kuruluşlar arasındaki almış olduğu toplam bütçesi 39,68 milyon ABD dolarıdır. Açıldığı günden bu yana Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi'ne yapılan toplam yardım 365 milyon ABD doları civarındadır.

#### **4. ORTA ASYA'DA KALKINMA PROGRAMLARI ÇERÇEVESİNDE TÜRK İŞBİRLİĞİ VE KOORDİNASYON AJANSI BAŞKANLIĞI (TİKA)'NIN KIRGIZİSTAN AÇILIMI**

Gerçekleştirilen nitel araştırmada TİKA'nın bir Orta Asya ülkesi olarak özellikle Kırgızistan'a yönelik 2005 sonrası yürüttüğü sosyo-ekonomik stratejilerinin analizine odaklanılmıştır. Bölge ülkeleri içerisinde demokratik yapılanması itibariyle dikkatleri en fazla üzerine çekmesinden ve de özellikle Türkiye'nin en fazla kalkınma desteğinde bulunduğu ülke olmasından ötürü Kırgızistan örneklemeden hareket edilmiştir. Bu kısımda aktarılan veriler TİKA Bişkek Koordinatörlüğü ile Aralık 2013 ve Eylül 2015 tarihlerinde gerçekleştirilen iki ayrı görüşmeden elde edilmiştir.

Bu bağlamda, yeni ekonomi olgusu çerçevesinde TİKA'nın 2005 sonrası Kırgızistan'a yönelik yürütmüş bulunduğu sosyo-ekonomik stratejiler incelemenin odak konusunu oluşturmuştur. 2005-2014 arası, yaklaşık son on yıllık dönemi TİKA'nın Kırgızistan açılımı dört ayrı kategori -*uzmanlık eğitimi, öğretime katkı, kültürel gelişime katkı ve malzeme ekipman desteği*- altında ve her kategoride yedi ayrı alanda -*ekonomi, eğitim, sağlık, kültür, tarım, güvenlik ve diğer*- niteliksel araştırmaya dayalı, içerik analiz tekniğinden yararlanılarak incelemeye tabi tutulmuştur. Ve söz konusu yıllar arasında aşağıdaki gerekçeler çerçevesinde belirlenen üç ayrı süreç üzerinden de inceleme sağlanmıştır: İlki 2005-2010 yılları arası, yani Kırgızistan'da iki halk ihtilali arası siyaseten istikrarsız süreç; ikincisi ise 2011-2012 yılları arası, bir başka ifadeyle 2010 Genel Milletvekili Seçimleri ardından girilen parlamenter demokrasi süreci; ve siyaseten istikrarın sağlandığı süreç olarak günümüz 2013-2014 dönemi.

#### 4.1. TİKA'nın Kırgızistan'a Yönelik Kalkınma Desteklerinin Kategorileri

##### 4.1.1. TİKA'nın Kırgızistan'da 2005-2010 Yılları Arası Faaliyet Analizi

Kırgızistan için ise yeni ekonomi olgusu oldukça yenidir. Söz konusu saptamadan hareket eden bu araştırmada Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı (TİKA)'nın Kırgızistan'ın sosyo-ekonomik kalkınmasına yönelik yürüttüğü faaliyetler, bu yeni oluşumun dijitalleşme kimliğinden çok araştırma-geliştirme, küreselleşme ve de özellikle insan kaynakları profilinde yaşanan radikal değişimler perspektifinden ele alınıp değerlendirilmeye tabi tutulmuştur. TİKA'nın en fazla yoğunluğu 'Uzman Eğitim Desteği' kategorisindeki çalışmalara yöneltmiş olması doğal olarak böylesi bir kategorizasyonu ortaya çıkarmış bulunmaktadır.

Analizde kullanılan tüm veriler Türkiye İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı'nın Kırgızistan Koordinatörlüğünden alınmıştır. Ve Koordinatörlük tarafından 2005'den başlayıp 2014'e kadar geçen süreçte yürütülen faaliyetlerden elde edilmiştir. Söz konusu süreçte yürütülen faaliyetler etkinlik alanlarına göre aşağıdaki tablolarda sınıflandırılmaktadır.

**Tablo 47.** TİKA'nın Kırgızistan'da Uzman Eğitimi Çalışmaları

No.	EKONOMİ ALANINDA
1	K. C. Maliye Bakanlığı uzman eğitimi destek talebi
2	K. C. Devlet Demiryolları İşletmesi uzman eğitimi ve teknik ekipman desteği
3	K.C.Kırgız Kaynakları Devlet Kurumu destek talebi
4	K.C. Yüksek Öğretim Kurulu uzman eğitimi destek talebi
55	K. C. Demir Yolu İşletmesi uzman eğitimi talebi
6	Sırta Ekim Teknolojisinin geliştirilmesi projesi
No.	SAĞLIK ALANINDA
1	K.C. Yüksek Öğretim Kurulu sağlık alanında uzman eğitimi destek talebi
2	Devlet Kurumu destek talebi
33	K. C. Demir Yolu İşletmesi uzman eğitimi talebi
4	Embriyo Transferi
5	EİT Ülkeleri 2. Sağlık Kurumları İnceleme Gezisi'ne K. C. Sağlık Bakanlığı'ndan katılan 2 kişinin katılımına destek
	Kırgız Protez ve Ortopedi Ürünleri Devlet Kurumundan 3 yetkili için Ankara'da eğitim

6	programı düzenlenmesi
7	Ankara'da düzenlenen "Ortopedi ve Travmatolojide Tartışmalı Güncel Konular Sempozyumu'na K. C. Sağlık Bakanlığı'na bağlı Bişkek Ortopedi ve Travmatoloji Araştırma Merkezi'n den iki uzmanın katılımının sağlanması
8	Antalya'da düzenlenen 44. Türk Cumhuriyetleri Oftalmologlar Derneği (TCOD) Uluslararası Oftalmoloji Kongresine Kırgız Cumhuriyeti Milli Hastanesi Göz Hastalıkları Bölümü uzmanının katılımına destek sağlanması
<b>No.</b>	<b>TARIM ALANINDA</b>
1	Kırgızistan'da ceviz ve meyve ormanlarına zarar veren sünger örücü yaprak zararlısına karşı mücadele projesi
2	Kırgız Türk İcra Planı (Tarım ve Gıda Sanayii Eğitim Programlarına katılımcı listesi)
3	EIT Bölgesi Tohumcular Birliği toplantısı
4	Ton Balık Üretim İstasyonu Rehabilitasyon Projesi Yem Hazırlama ve İmalatı eğitimi programı
5	EİT Veteriner Servisleri Başkanları 2. toplantısı
6	Uluslararası Sulama Yönetimi kursu
7	Suni Tohumlama eğitim programı
8	Serin İklim Tahılları Yetiştiriciliği ve Islahı eğitim kursu
9	Ankara'da düzenlenen uzman eğitim programına K. C. tarımsal rekabet Merkezi'nden 5 kişinin katılımına destek sağlanması
10	İzmir'de düzenlenen "Bitki Sağlığında Entegre Mücadele Eğitim Programı"na K. C. Celalabad İli Orman Müdürü'nün katılımına destek sağlanması
11	Erzurum'da "3. Uluslararası Havza ve Mera Yönetimi Eğitim Toplantısı"na K. C. Tarım Bakanlığı'ndan 1 uzmanın katılımına destek sağlanması
12	Türkiye'de düzenlenecek "Üçüncü Ülkelere Yönelik Sürdürülebilir Su Ürünleri Yetiştiriciliğinin Geliştirilmesine Yönelik Eğitim Programına" K. C. Tarım Bakanlığı Balıkçılık Departmanı'ndan 2 uzmanın katılımına destek sağlanması
<b>No.</b>	<b>GÜVENLİK ALANINDA</b>
1	Uluslararası Polis eğitimi işbirliği
2	"Uluslararası Polis Eğitimi İşbirliği Projesi" Türkiye Çalışma Ziyareti Talebi
<b>No.</b>	<b>DİĞER ALANLARDA (Enerji, medya ve bilişim vs.)</b>
1	K.C. Sosyal Fonu Uzman eğitimi programı talebi
2	Kırgızistan'da Meslek Edindirme kursları projesi
3	K.C. Antimonopol Siyaseti ve Rekabeti Geliştiren.Devlet Ajansı uzman eğitimi talebi
4	Kırgız Kaynaklan Devlet Kurumu uzman eğitimi
5	K.C.Televizyon ve Radyo Devlet Kurumu TRT Türkiyenin Sesi Radyosunda staj
6	Antalya'da düzenlenen "ECOSAI Çevre Denetim Kursu"na Kırgızistan Sayıştay'ından katılan 6 kişinin uluslararası ulaşım masraflarının karşılanması
7	Ankara'da düzenlenen uzman eğitim programına Kırgızistan Antimonopol Siyaseti Devlet Ajansı'ndan 3 kişinin katılımına destek sağlanması

8	Ankara'da düzenlenen uzman eğitim programına K. C. Sosyal Güvenlik Ajansı'ndan 6 kişinin katılımına destek sağlanması
9	Türk Dili ve Latin Alfabesinde Yayınlanan Gazete ve Dergileri ile Radyo ve TV Programlarına Destek Projesi" kapsamında "Şookum" Dergisi'ne destek sağlanması
10	Ankara'da düzenlenen Kırgızistan Vergi ve Harçlar Devlet Komitesi'nin uzmanları için (8 kişi) eğitim programı
11	K. C. Maliye Bakanlığı'nın talebi üzerine K. C. Maliye Bakanlığı, K. C. Merkez Bankası, K. C. Hükümeti'ne bağlı Mali Piyasayı Düzenleme ve Gözetleme Devlet Hizmeti ve Kırgız Menkul Kıymetler Borsası uzmanlarının Türkiye ziyareti
<b>39</b>	<b>GENEL TOPLAM</b>

TİKA, küresel ekonomik perspektifte Kırgızistan'ın ekonomi, sağlık, tarım, güvenlik alanları başta olmak üzere pek çok farklı alanlarda uzman eğitimi çalışmalarına ağırlık vermiş, toplamda 39 farklı etkinliğin düzenlenmesini sağlamış bulunmaktadır. Ekonomi alanında özellikle kamu kurumlarının gereksinimlerine yönelik destekler üzerinde durulduğu görülmektedir. Kırgızistan'ın ülke sağlığının iyileştirilmesi için, bir anlamda ülkenin sosyal sermayesini güçlendirecek bu 8 farklı atılım TİKA'nın en göze çarpan çalışmaları içerisinde büyük payı oluşturmaktadır. Yine tarım alanına verilen desteğe bakıldığında da, gerek ülke sağlığına gerekse ekonomisine doğrudan etkide bulunan tarımsal üretimde çağdaş uygulamalara geçilmesi ve daha fazla ve de nitelikli tarımsal üretimin sağlanmasına ön ayak olacak uzman eğitim desteğinin sağlandığı gözlemlenmektedir. Güvenlik alanıyla birlikte medya sektörü dahil olmak kaydıyla daha pek çok farklı kamu alanında da uzman eğitimi desteklenmiştir.

**Tablo 48.** TİKA'nın Kırgızistan'da Eğitim/Öğretime Katkı Çalışmaları

No.	EĞİTİM ALANINDA
1	Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi "Osmanlı Kültürünün Orta Asya'daki Kökleri" CEEPO Uluslararası Sempozyumu
2	K.C.Sosyal Fonu Uzman Eğitimi Programı
3	FAO FTTP Bölgesel Çalıştayı
4	Türk Lehçeleri Arasındaki Aktarma Çalışmalarının Bugünkü Durumu ve Karşılaşılan Sorunlar TÜRKSOY Sempozyumu
5	5.APASL Single Topic Konferansı
6	Uluslararası İnsan Hakları Konferansı
7	Türk Cumhuriyetleri Eğitim Programı
	Hizmet İçi Eğitim Programı

8	
9	"Entegre Havza Rehabilitasyonunda Katılımcı Yaklaşım" Eğitim Programı
10	Balkanlar ve Avrasya'da Sağlıkta Kalkınma" Konferansı
11	5.APASL Single Topic Konferansı
12	Bilal UÇAR'm "Avrupa Birliği Uyumunda Türkiye Cumhuriyeti KOBİ Dernek Vakıf Mevzuatı Maliye ve Muhasebesi ve Kırgız Cumhuriyetine Uyarlanabilirliği" konulu Doktora Tezi'nin Kırgızca basımı
13	Üreme Sağlığı Hizmetlerinde Kitle İletişim Tekniklerinden Yararlanma" konulu Uluslararası Eğitim Programı'na Kırgızistan'dan katılan 4 kişinin uluslararası ulaşım masrafları
14	Ankara'da düzenlenen UNIDO - UNAM "Uluslararası Temiz Oda Eğitimi" Çalıştayına Atatürk Üniversitesi'nden 1 kişinin katılım desteği
15	Ankara ve İstanbul'da düzenlenen "2010 Türkoloji Yaz Staj Programı"na Kırgız-Özbek Üniversitesi'nden 3 öğrencinin katılım desteği
16	Bolu'da düzenlenen "2010 Hizmetiçi Eğitim Semineri"ne Celalabad İktisat ve Girişimcilik Üniversitesi'nden, Narın Devlet Üniversitesi'nden ve Çüy Üniversitesi Türkçe Öğretim Görevlilerinden toplam 10 kişinin katılım desteği
17	Türkoloji Projesi kapsamında Narın Devlet Üniversitesi Türk Kültür Merkezi ve Kırgız-Özbek Üniversitesi Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü'nün faaliyetlerinin desteklenmesi
<b>17</b>	<b>GENEL TOPLAM</b>

Yukarıda tablo 48'de yer alan 17 farklı çalışma ile TİKA'nın farklı alanlarda uzman eğitimini desteklemesinin yanında doğrudan eğitim alanındaki gereksinimleri karşılamaya yönelik de eğilim içerisinde olduğu anlaşılmaktadır. Elbette ki özellikle de yükseköğretime, meslek okullarına yönelik verilecek destekle daha sonraki uzman eğitimi gereksinimini de azaltmak olası olabilecektir. Bu doğrultuda olaya yaklaşıldığında da doğal olarak bu skalada yer alan çalışmaların değerini ortaya koyma fırsatı doğmuş olmaktadır.

**Tablo 49.** TİKA'nın Kırgızistan'da Kültürel Gelişime Katkı Çalışmaları

No.	KÜLTÜREL ALANINDA
1	K.C.Oş Devlet Üniversitesi İlahiyat Fakültesi "Kutlu Doğum Haftası Projesi"
2	Konya Gıda -Gıda Tek Fuarı 2009, Konya Değirmen Fuarı 2009 ve Konya Ambalaj Fuarı 2009
3	K. C. Polis Akademisi Başkanlığı Türkiye ziyareti talebi
4	K.C.Mali Piyasayı Düzenleme ve Denetleme Kurumu Çalışma ziyareti talebi
5	2009 yılı Büyük Öğrenci Projesi mezuniyet töreni
6	"Uluslararası Altyapı, Trafik İşletmeciliği, Yol Güvenliği ve Park Sistemleri Fuarı"
	Türkçe Öğretimi, Türk Kültürü ve Milli Eğitim Sistemini Tanıtma konulu Hizmet içi eğitim

7	semineri
8	7.Uluslararası Türkçe Olimpiyatları
9	"Orta Asya'da Barış İçinde Birlikte Yaşama Kültürü Uluslararası Forumu" başlıklı Sempozyuma katılacak misafirlerin konaklama giderlerinin karşılanması
10	Kırgızistan Milli Üniversitesi Türkoloji Bölümü Öğretim Görevlilerinden oluşan 4 kişilik heyetin Erzurum'da düzenlenen "Pratik Türkçe Kursu Kış Okulu" eğitim programına iştirak eden dört kişinin uluslararası ulaşım masraflarının karşılanması
11	Ankara'da düzenlenen "Türk Dünyası İlişkilerinde Yeni bir Adım: Nahçıvan Ruhü Sempozyumu"na K. C. Meclisinden katılan 2 kişinin uluslararası ulaşım masraflarının karşılanması
12	"Dünya Çocuklarının Mutlu Geleceği İçin, Risk Altında ve Korunması Gereken Çocuklar Uluslararası Sempozyumu"na Kırgızistan'dan 1 kişinin katılımına destek
13	Büyük öğrenci Projesi kapsamında "2010 Mezuniyet Şöleni" Programına Kırgızistan'dan 4 katılımcının uluslararası ulaşım masraflarını karşılama
14	19 Mayıs Türk Dünyası Gençlik Buluşması Projesi 'ne destek
15	8. Uluslararası Türkçe Olimpiyatlarına katılan 37 kişinin uluslararası ulaşım masraflarını karşılama
16	İstanbul'da gerçekleşen "İpek Yolu Çalıştayı"na bir uzmanın katılımına destek
17	İstanbul'da Kırgızistan'ın Bağımsızlığının 19. Yılı Kutlamaları kapsamında 7 sanatçı ve medya mensubunun katılımına destek
<b>17</b>	<b>GENEL TOPLAM</b>

TİKA, Kırgızistan'ın ulusal değerlerini uluslararası kamuoyuna tanıtmaya ilişkin yürüttüğü projelere de geniş yer ayırmakta, özellikle ülkenin bilim insanlarının kültürel içerikli gerek ulusal gerekse de uluslararası düzenlemelerine gereken desteği karşılamaya yönelik bir eğilim içerisinde bulunmaktadır. Yukarıda tablo 49'da yer alan 17 farklı çalışma bu durumun göstergesi niteliğini taşıyor. Bağımsız bir Orta Asya ülkesi olarak dünya çapında tanınma heyecanı içerisinde bulunan Kırgızistan'ın bu emellerinin en iyi şekilde gerçekleşebilmesi için öncelikle kendisini en doğru, tarihi kültürel dokusunu da en derinlikli bir şekilde tanıması/tanıtması gerekmektedir. TİKA'nın bu alandaki çalışmalarının yönelimini de bu perspektifte okumak olasıdır.

**Tablo 50.** TİKA'nın Kırgızistan'da Malzeme ve Ekipman (Sosyal Altyapı) Desteği

EĞİTİM ALANINDA	
o.	
1	Oş Devlet Üniversitesi Araşan Sosyal Bilimler Enstitüsü İlahiyat Fakültesi'ne malzeme desteği
2	Narın Devlet Üniversitesi Türk Kültür Merkezi'ne Malzeme desteği
3	Cengiz AYTMATOV Kırgız-Türk Lisesi'ne malzeme temini
4	Kırgızistan'da bulunan üniversiteler bünyesinde faaliyet gösteren "Türkoloji Bölümlerinin" malzeme ihtiyaçları

5	Kırgızistan Yüksek Öğretim Kurumu'na ekipman desteği
6	Celalabad İktisat ve Girişimcilik Üniversitesi bünyesinde hizmet veren dikiş nakış kurslarına ekipman yardımı
7	Uluslararası Atatürk Alato Üniuersitesi eğitim malzemesi yardım talebi
<b>No.</b>	<b>SAĞLIK ALANINDA</b>
1	K.C.Sağlık Bakanlığı'na bağlı 4 sağlık kurumuna elektrokardiyografi cihazı yardımı
2	7-8 Nisan 2010 tarihlerinde meydana gelen olaylarda yaralanan 6 Kırgız vatandaşın ile refakatçiler, 1 doktor ve 1 tercümandan oluşan toplam 12 kişilik grubun tedavi edilmeleri amacıyla İstanbul'a gönderilmesi
3	Bişkek'te 7-8 Nisan 2010 tarihlerinde yaşanan çatışmalar sonucunda K. C. Sağlık Bakanlığı'nın talebi üzerine Türkiye'den gönderilen tıbbi malzemelerin Kırgız Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı bünyesindeki devlet hastanelerine Kırgız yetkilileri tarafından dağıtılması
<b>No.</b>	<b>GÜVENLİK ALANINDA</b>
1	K.C.E.ALİEV Polis Akademisi'ne ekipman yardımı
2	Kırgızistan Milli Güvenlik Devlet Hizmetleri için araç yakıt temini
<b>No.</b>	<b>DİĞER ALANLARDA (Enerji, medya ve bilişim vs.)</b>
1	K. C. Bişkek Şehri "Birinci Kadam" Vakfı'na malzeme desteğinde bulunulması
2	2010 tarihinde Bişkek'te meydana gelen olaylar neticesinde zarar gören, Ahıska Türklerine ait 15 evin yeniden yapımı
3	Türk Dili ve Latin Alfabesinde Yayınlanan Gazete ve Dergileri ile Radyo ve TV Programlarına Destek Projesi" kapsamında "Türkel" Gazetesine teknik ekipman desteğinin sağlanması
4	Türk Dili ve Latin Alfabesinde Yayınlanan Gazete ve Dergileri ile Radyo ve TV Programlarına Destek Projesi" kapsamında "KABAR" Devlet Haber Ajansı'na teknik ekipman desteğinin sağlanması
5	Kırgızistan Devlet Televizyonu ELTR'nin yayın kalitesini arttırmak amacıyla "Up-link" cihazı satın alınarak Oş şehrinde montajı yapıp hizmete sunulması
6	K. C. Narın İli İlk ve Orta Öğretim Okulları Isıtma ve Aydınlatma Sisteminin Rehabilitasyonu projesi
7	K. C. Maliye Bakanlığı Konferans Salonu Tefrişatı projesi
8	K.C.Ahıska Türkleri Derneği ve Sürgün Karadenizliler için malzeme desteği
9	K.C.Hesap Odası (Sayıştay) ekipman talebi
10	K.C. Milli Kütüphanesi yardım talebi
<b>22</b>	<b>GENEL TOPLAM</b>

TİKA, son olarak pek çok sektöre sağladığı malzeme ve ekipman desteği ile de Kırgızistan'ın sosyal ve ekonomik kalkınmasına yakından ilgi göstermektedir. Kuruluş amacına uygun olarak 21. yüzyıl paradigmaları dolayımında ekonomik iyileşmenin merkezinin sosyal sermayeyi geliştirmeden geçtiğinin bilgisi ışığında çalışmalarını bu

çeşitteki skalalarda yoğunlaştırdığı saptanmaktadır. Tablo 5’de görüldüğü gibi 2005-2010 yılları arası 22 farklı kurum ve kuruluşa malzeme ve ekipman desteğinde bulunulmuştur.

**Tablo 51.** 2005-2010 Yılları Arası TİKA Kırgızistan Açılımı

FAALİYET KATEGORİLERİ	FAALİYET ALANLARI							
	Ekonomi	Eğitim	Sağlık	Kültür	Tarım	Güvenlik	Diğer	Toplam
Uzmanlık eğitimi	6	-	8	-	12	2	11	39
Öğretime katkı	-	17	-	-	-	-	-	17
Kültürel gelişime katkı	-	-	-	17	-	-	-	17
Malzeme ekipman desteği	-	7	3	-	-	2	10	22
<b>GENEL TOPLAM</b>								<b>95</b>

Kırgızistan’ın bağımsızlık sonrası yaşadığı iki halk ihtilali arasında -2005 ve 2010 yılları arası- TİKA’nın bu ülkeye yönelik kalkınma yardımları Tablo 51’de yer aldığı şekilde dağılım göstermektedir. Farklı alanlarda 39 ayrı faaliyetle ağırlık uzmanlık eğitime verilmiş, ardından da 22 farklı faaliyetle malzeme ekipman desteği ikinci ağırlık noktasını oluşturmuştur. Tablo 51 TİKA’nın Kırgızistan’a bu beş yıl içerisinde yukarıda belirtilen dört ayrı boyutta ortalama 95 ayrı faaliyeti hayata geçirdiğini göstermektedir.

#### 4.1.2. TİKA’nın Kırgızistan’da 2011-2012 Yılları Arası Faaliyet Analizi

##### ➤ TİKA’nın Kırgızistan’da 2011 yılı faaliyet analizi

TİKA Türkiye’nin müşterek kültürel coğrafyayı paylaştığı ülkelerde faaliyetlerini sürdürürken genel anlamda bulunduğu ülkelerde ekonomik göçü minimize edebilecek katkıyı hedeflemektedir. Özellikle söz konusu bu coğrafyada ‘toplumsal farkındalık’ yaratmak üzere çalışmalarını planlamakta ve hayata geçirmektedir. Bu perspektifte 2011 sonrası Kırgızistan yapılanmasında da ağırlık Tablo 52 ve 53’de görüleceği üzere farklı sahalarda çok sayıda ve çeşitte faaliyetle uzman eğitime ve öğretime katkıya ayrılmış durumdadır.



**Tablo 52.** TİKA'nın Kırgızistan'da Uzman Eğitimi Çalışmaları

No.	EKONOMİ ALANINDA
1	K.C Devlet Gümrük Hizmeti uzmanlarına eğitim programının düzenlenmesi için destek
No.	TARIM ALANINDA
1	Tarım alanında uluslararası kurslar
No.	GÜVENLİK ALANINDA
1	K.C Sosyal Güvenlik Bakanlığı heyetinin Türkiye ziyaretine destek
No.	DİĞER ALANLARDA (Enerji, medya ve bilişim vs.)
1	Enerji etkinliği ve yönetimi eğitim programı
2	Bişkek Büyükşehir Belediyesi uzman eğitim programı
3	Enerji etkinliği ve yönetimi eğitim programı
6	GENEL TOPLAM

Tablo 53'de inceleme alanlarına göre sınıflandırılan 2011 boyunca eğitim ve öğretime katkı çalışmaları yaygın bir şekilde hayata geçirilmiştir. Aşağıda da görüleceği üzere ekonomi alanında 5, eğitim alanında 9, sağlık alanında 5, tarım alanında 8, güvenlik alanında 3 ve diğer alanlarda 5 ayrı faaliyette bulunulmuştur. Ve toplamda bu platformda 2011 yılı içerisinde toplamda 35 ayrı çalışma yürütülmüş ve sonuç alınmıştır.

**Tablo 53.** TİKA'nın Kırgızistan'da Eğitim/Öğretime Katkı Çalışmaları

No.	EKONOMİ ALANINDA
1	Türk Cumhuriyetleri iktisadi eğitim programlarına destek
2	Dış ticarete hedef ülkeler aday ticaret müşavirleri eğitim ve staj programına destek
3	Yatırım ortamının iyileştirilmesi eğitim programına destek
4	20.Milletlerarası Türk kooperatifçilik kongresi
5	ZOW İstanbul 2011 Uluslar arası fuarı
No.	EĞİTİM ALANINDA
1	Oş Devlet Üniversitesi Araşan İlahiyat Fakültesi öğrenci yurduna destek projesi
2	Türkoloji projesi kapsamında narın devlet Üniversitesi Türk Kültür Merkezi ve Kırgız Özbek Üniversitesi Türk Dili ve Edebiyatı bölümünün faaliyetlerine destek

3	Türkoloji yaz staj programı
4	1.Uluslararası Türkçe konuşan öğrenciler kongresi
5	Kardeş okullar projesi
6	TİKA Türkoloji projesi ve YÖK işbirliği
7	9.Uluslararası Türkçe Olimpiyatları
8	Eğitimdeki gelişmeler ve kültürel paylaşım semineri
9	Kırgızistan Sayıştayı Türkçe dil eğitimi ve staj programı
<b>No.</b>	<b>SAĞLIK ALANINDA</b>
1	Üreme sağlığı hizmetleri eğitim programlarına destek
2	Dünya iş sağlığı ve güvenlik kongresi
3	Uluslararası oftalmologlar kongresi
4	Dünya çocuklarının mutlu geleceği için “3 Risk Altında ve Koruması Gereken Çocuklar Uluslar arası Sempozyumu”
5	Kırgızistan dostluk ve birlik çalışması projesi, Yeryüzü doktorlar programı
<b>No.</b>	<b>TARIM ALANINDA</b>
1	2.İstanbul Uluslararası Su Forumu’na destek
2	Orta Asya ve Kafkaslar Balıkçılık ve Su Ürünleri Komisyon toplantısı
3	Evcil çiftlik hayvan genetik kaynaklarının korunması konferansı
4	Su ürünleri yetiştiriciliğinin gelişimi uluslar arası eğitim programı
5	5.Tarım, hayvancılık, tavukçuluk ve süt endüstrisi fuarı
6	Tohum ve fidanlık üretim tekniklerinin geliştirilmesi eğitim programı
7	Avrasya uluslararası tarımsal mekanizasyon zirvesi
8	Orta Asya ve Kafkasya’da Balıkçılık ve su ürünleri yetiştiriciliği komisyonu açılış toplantısı
<b>No.</b>	<b>GÜVENLİK ALANINDA</b>
1	“EMEA Intelligence” Uluslararası Haber Alma ve Gözetim Teknolojileri Konferansı ve Sergisi’ne destek
2	K.C İçişleri Bakanlığı E.Aliyev Polis Akademisine destek
3	Uluslararası polis eğitim projesi
<b>No.</b>	<b>DİĞER ALANLARDA (Enerji, medya ve bilişim vs.)</b>
1	“Enerji Etkinliği ve Yönetimi” konulu eğitim programına destek
2	ICT SummitEurasia – Bilişim Zirvesi

3	Türkçe yayın yapan medya kuruluşlarına destek projesi
4	Parlamentar Demokrasi: Fırsatlar, Riskler ve Deneyim Uluslararası sempozyum
5	Gelecekle iletişim projesi
<b>35</b>	<b>GENEL TOPLAM</b>

Tablo 54'e bakıldığında Kırgızistan'da yürütülen kültürel gelişime katkı çalışmaları görülmektedir. 6 ayrı çalışmadan sonuç alınmıştır. Kırgızistan'da toplumsal kimliği güçlendirecek çalışmalara destek sağlanmaktadır. Bu kategoride diğerlerine kıyasla daha az çalışma yürütülmüş gibi görülse de aslında diğer kategorilerdeki çıktılarının genel anlamda toplumun kültürel dokusuna sirayet edecek nitelikler taşıdığı gözden kaçırılmamalıdır.

**Tablo 54.** TİKA'nın Kırgızistan'da Kültürel Gelişime Katkı Çalışmaları

No.	KÜLTÜREL ALANDA
1	Anadolu'nun zirvesinde Uluslararası Tanıtım ve İşbirliği Zirvesi
2	Talas bölgesinde Karahanlılar dönemine ait Zulfikar Türbesi'nin konservasyonu
3	Dünya Ahıska Türkleri (DATÜB) çalışma toplantısı
4	Kutlu Doğum haftası etkinlik programı
5	Iyık-Atacurt Vakfı Kültür gezisi programı
6	Orta Asya gençlik vakfı yetimhane projesinin desteklenmesi
<b>6</b>	<b>GENEL TOPLAM</b>

TİKA 2011 yılında ülkede eğitim, sağlık, güvenlik ve farklı diğer alanlarda faaliyette bulunan kurum ve kuruluşlara malzeme ve ekipman olarak 10 ayrı destekte bulunmuştur. Maliyeti yüksek bu desteklerle TİKA Kırgızistan'ın sosyal ve ekonomik gelişimine ön ayak olmakta olan çalışmalara imza atmaktadır.

**Tablo 55.** TİKA'nın Kırgızistan'da Malzeme ve Ekipman (Sosyal Altyapı) Desteği

No.	EĞİTİM ALANINDA
1	Oş şehri Aktilek Senti tam donanımlı 850 kişilik devlet okulu yapım işi
2	Narın Murat SUBAKOJAEV Kırgız Türk Lisesi spor salonu inşaatı malzeme alımı projesi
3	Kadamcay Kırgız Türk Lisesi spor salonu tadilat projesi
4	İşenali ARABAEV Devlet Üniversitesi Türkoloji Bölümü tefrişatı
No.	SAĞLIK ALANINDA
1	Oş Bölgesi klinik hastanesi tadilatı
2	Celal-Abad Bölgesi klinik hastanesi tadilatı
3	Oş şehri Gagarin sokağında 150 kişilik hastane yapım işi
No.	GÜVENLİK ALANINDA
1	Kırgız Ulusal Askeri lisesi idari bina ve yatakhanelerin tadilatı
No.	DİĞER ALANLARDA (Enerji, medya ve bilişim vs.)
1	Kökjar içme suyu sağlama projesi
2	Talas Belediyesine fırın nakliyatı
<b>10</b>	<b>GENEL TOPLAM</b>

2011 yılında TİKA'nın faaliyet dağılımına bakıldığında dört ayrı kategoride yaygınlık kazandığı, ancak en yoğun olarak bu yıl içerisinde öğretime katkıya yönelik faaliyetlerin organize edilmiş olduğu anlaşılmaktadır. Tablo 56'da söz konusu olan dağılımda öğretime katkı 35 iken, malzeme ve ekipman desteği de 10 farklı çalışmayı kapsamış gözükmektedir. Kültürel gelişime katkı payı ise 10 faaliyetle sınırlı kalmıştır, uzmanlık eğitimine desteğin ise 6 farklı çalışmayla 2011'de zayıf kaldığı görülmektedir.

Toplamda 2011 yılı içerisinde TİKA'nın Kırgızistan içerisinde 57 farklı çalışma yürüttüğü saptanmış bulunmaktadır. 2005-2010 arası halk hareketleriyle istikrarsız bir siyasal süreç yaşanmasından ötürü toplamda 95 çalışmayla sınırlı kalınmış iken, 2011 sonrası ülkede gerçekleşen siyasal değişim ve ardından da istikrarı sağlamaya dönük parlamenter demokratik yönetim anlayışı TİKA'nın faaliyet skalasına da yansımış, bu parametreler dikkate alınarak özellikle ülke kalkınmasında temel eksenini yaratan eğitim ve öğretime desteğe daha büyük önem verildiği görülmüştür.

**Tablo 56.** 2011 Yılı TİKA Kırgızistan Açılımı

FAALİYET KATEGORİLERİ	FAALİYET ALANLARI							
	Ekonomi	Eğitim	Sağlık	Kültür	Tarım	Güvenlik	Diğer	Toplam
Uzmanlık eğitimi	1	-	-	-	1	1	3	6
Öğretime katkı	5	9	5	-	8	3	5	35
Kültürel gelişime katkı	-	-	-	6	-	-	-	6
Malzeme ekipman desteği	-	4	3	-	-	1	2	10
	GENEL TOPLAM							57

➤ **TİKA'nın Kırgızistan'da 2012 yılı faaliyet analizi**

2012 yılı faaliyetleri de dört kategoride ve her kategoride altı ayrı alanda (değişkende) değerlendirmeye alınmıştır. Tablo 57, 58, 59 ve 60'da sözü edilen kategori ve alanlarda gerçekleştirilen faaliyetler sınıflandırılmış durumdadır. Bu şekilde elde edilen saptamalara göre 2012 yılında TİKA Kırgızistan'da uzman eğitim, eğitim/öğretime ve kültürel gelişime katkı çalışmaları ile malzeme ve ekipman desteği faaliyetlerinde toplamda 37 ayrı faaliyette bulunmuştur. Kapsamı geniş ölçekli bu çalışmaların Kırgızistan'ın ekonomi, eğitim, sağlık, tarım ve güvenlik alanlarında kalkınmasına büyük destek sağlayıcı nitelik taşıdığı görülmektedir.

**Tablo 57.** TİKA'nın Kırgızistan'da Uzman Eğitim Çalışmaları

No.	EKONOMİ ALANINDA
1	K.C Sayıştay ile kapasite artırma işbirliği projesi
2	K.C vergi ve Harçlar Devlet hizmeti görevlileri için eğitim programı
No.	SAĞLIK ALANINDA
1	"Gen Bankası Yönetimi ve Biyolojik Çeşitlilik" eğitim kursu
No.	GÜVENLİK ALANINDA
1	Uluslararası Polis eğitimi işbirliği projesi kapsamında Kırgız polis görevlilerinin Türkiye'de ve Kırgızistan'da eğitimi
4	<b>GENEL TOPLAM</b>

TİKA'nın Tablo 58'de verilen ülkedeki eğitim ve öğretime katkı kategorisinde yer alan ekonomi, eğitim, sağlık, tarım, güvenlik ve diğer alanlarda toplamda 8

faaliyette bulunmuş olduğu görülmektedir. Aşağıdaki farklı alanlarda dağılımını görebileceğiniz eğitim ve öğretime katkı çalışmaları ile TİKA, Kırgızistan'ın bu kategorizasyonunda gelişimine önemli bir ivme kazandıracak ölçüde kapsamlı ve etkili görülmektedir.

**Tablo 58.** TİKA'nın Kırgızistan'da Eğitim /Öğretime Katkı Çalışmaları

No.	EKONOMİ ALANINDA
1	İsedak toplantısı için K.C hükümetine bağlı Mali Piyasa Düzenleme kurulunun Başkan yardımcılara katılım desteği
No.	EĞİTİM ALANINDA
1	Eğitim alanında işbirliği projesi
2	Değişen dünyada yerel yönetimlerin modernizasyonu konulu sempozyumu
No.	SAĞLIK ALANINDA
1	22. Adli Tıp kongresi
No.	TARIM ALANINDA
1	Tarım ve gıda kongresi
2	Kritik ve sürdürülebilir teknolojiler için "Temiz-Oda Eğitimi" çalışmayı
3	Orta Asya alt bölge ülkelerinde sığır yetiştiriciliği modülü projesi
No.	DİĞER ALANLARDA (Enerji, medya ve bilişim vs.)
1	Çölleşme ile mücadele semineri
<b>8</b>	<b>GENEL TOPLAM</b>

2012 yılı itibariyle TİKA'nın Kırgızistan'ın kültürel gelişime katkı çalışmaları Tablo 59'da aktarılmaktadır. Tablo incelendiğinde bu platformda 4 ayrı faaliyette bulunulduğu görülmektedir. Ülkenin çokkültürlü yapısının gelişimine, ilerlemesine destek TİKA'nın amacına ne oranda hizmet ettiğine de işaret etmektedir.

**Tablo 59.** TİKA'nın Kırgızistan'da Kültürel Gelişime Katkı Çalışmaları

No.	KÜLTÜREL ALANDA
1	2.Görme engellileri Kültür Festivali
2	Narın Türk Kültür Merkezi "Hacivat ve Karagöz" gölge oyunu için malzeme desteği projesi

3	Kardeş şehirler buluşması programı
4	Ahıska Türklerinin İstanbul'da DATÜP toplantısı
<b>4</b>	<b>GENEL TOPLAM</b>

Tablo 60 TİKA'nın Kırgızistan'da malzeme ve ekipman desteklerini sınıflandırmış bulunmaktadır. Eğitim, sağlık, güvenlik ve diğer alanlarda toplamda 22 farklı malzeme ve ekipman desteği sağlanmış durumdadır. Aşağıdaki tablo incelendiğinde sağlık alanında hastahane yapım işi gibi geniş maliyetli çalışmalarda bulunduğu görülmektedir. TİKA'nın kalkınma yardım programları içerisinde Kırgızistan'ın, bu kategorizasyonda yapılan desteklerin de işaret ettiği gibi, en öne çıkan programı oluşturmakta olduğu söylenebilir.

**Tablo 60.** TİKA'nın Kırgızistan'da Malzeme ve Ekipman (Sosyal Altyapı) Desteği

No.	EĞİTİM ALANINDA
1	Oş şehri Aktilek Senti tam donanımlı 850 kişilik Devlet okulu yapım işi
2	Kırgız ulusal askeri lisesi donanım desteği
3	Araşan sosyal bilimler enstitüsü İlahiyat Fakültesine ekipman ve mutfak malzemeleri desteği projesi
4	Kırgız Milli Üniversitesi Türkçe bölüm tefrişi projesi
5	Kadamcay Kırgız Türk lisesi spor salonu tadilatı projesi
6	Oş ili alay ilçesi Naamatov Devlet okulu'na ekipman desteği projesi
7	Suzak hayırseverler vakfı'na malzeme desteği projesi
8	Hz. Ebu Bekir öğrenci yurduna malzeme desteği
9	Avrasya bilim ve kültür vakfına inşaat malzemeleri yardım projesi
10	Araşan sosyal bilimler enstitüsü İlahiyat Fakültesine mobilya desteği
11	Batken ili Kadamcay ilçesi kotormo köy idaresinin okul inşaatı yardım talebi
12	Uluslararası Alatoo-Atatürk üniversitesinde simültane tercüme laboratuvarına ekipman destek projesi
	Kırgızistan'ın Oş/Ak Tilek semtinde bulunan 850 kişilik devlet okulunun mobilya, tefrişat ve teknik donanım projesi
13	Endüstriyel Otomasyon Teknolojilerinin Orta Asya ve Orta Doğu Ülkelerine Yaygınlaştırılması
14	TÜBİTAK UME'de eğitim programı

No.	SAĞLIK ALANINDA
1	Oş şehri Gagarin sokağında 150 kişilik hastane yapım işi
2	5.Uluslararası Sağlık turizmi kongresi
3	1.uluslararası hemşireler kongresi
No.	GÜVENLİK ALANINDA
1	Özgen ilçesi Emniyet müdürlüğü toplantı salonu tadilat projesi
No.	DİĞER ALANLARDA (Enerji, medya ve bilişim vs.)
1	Bakay-Ata köyü içme suyu tadilatı projesi
2	Kırgızistan Oş bölgesi Kök-Car köyü muhtarlığına bağlı 6 köyün kullanma ve İçme suyu sistemi tadilat ve inşaat yapımı
3	Kırgızistan Televizyon ve Radyo kurumuna ekipman desteği
<b>21</b>	<b>GENEL TOPLAM</b>

2012 yılı içerisinde Tablo 61’de görüldüğü üzere TİKA Kırgızistan genelinde öğretime katkı için 8 ayrı faaliyet gerçekleştirmiş, uzmanlık eğitimi ile kültürel gelişime katkı için ise 4’er farklı faaliyet yürütmüştür. Bu yıl en fazla odaklanılan malzeme ve ekipman desteği olarak görülmektedir. Bu amaçla TİKA 2012 yılı boyunca ülkede 22 ayrı faaliyet gerçekleştirmiştir. Bu kategoride özellikle en fazla alt yapı desteğini de yine eğitim alanına yöneltmiş olması *insani kalkınma*’nın hedef alındığının bir başka göstergesi olmaktadır.

**Tablo 61.** 2012 Yılı TİKA Kırgızistan Açılımı

FAALİYET KATEGORİLERİ	FAALİYET ALANLARI							
	Ekonomi	Eğitim	Sağlık	Kültür	Tarım	Güvenlik	Diğer	Toplam
Uzmanlık eğitimi	2	-	1	-	-	1	-	4
Öğretime katkı	1	2	1	-	3	-	1	8
Kültürel gelişime katkı	-	-	-	4	-	-	-	4
Malzeme ekipman desteği	-	15	3	-	-	1	3	22
	<b>GENEL TOPLAM</b>							
	<b>38</b>							

Tablo 61’e göre TİKA’nın 2012 yılında Kırgızistan’da toplamda 38 ayrı faaliyette bulunduğu görülmektedir. Yukarıda da belirtildiği üzere en fazla ağırlık malzeme ve ekipman desteğine verilmiştir. Kalkınma desteği kapsamında yürütülen bu



çalışmalarda bu kategorinin ön plana çıkarılması ülkede mevcut alt yapının güçlendirilmesinin öncelikli hedef olarak belirlenmiş olduğuna işaret etmektedir.

## 4.2. TİKA'nın Kırgızistan'da 2013-2014 Yılları Arası Faaliyet Analizi

### 4.2.1. TİKA'nın Kırgızistan'da 2013 yılı faaliyet analizi

TİKA'nın Kırgızistan'da 2013 yılında yürüttüğü faaliyetleri yine dört ayrı kategoride sınıflandırılıp, aşağıdaki tablolarda detaylı aktarılmış bulunmaktadır. Tablo 62, 63, 64 ve 65'de uzman eğitimi, eğitim ve öğretime katkı, kültürel gelişime katkı ve de malzeme ve ekipman (sosyal altyapı) desteği çalışmaları hakkında 2013 yılı dağılımı yer almaktadır. Bu yıl içerisinde TİKA'nın Kırgızistan'da yukarıda belirtilen dört ayrı kategoride toplam 55 ayrı faaliyet yürütmüş olduğu görülmektedir. En fazla ağırlığı malzeme ve ekipman desteğine verdiği, aynı zamanda uzman eğitimi çalışmalarına da benzer yakınlıkta ağırlık verdiği saptanmış durumdadır. Bu iki kategorideki destek çalışmalarının yoğunluğu TİKA'nın Kırgızistan'ın uzun vadeli kalınma programına büyük altyapı desteği sağlamakta olduğuna işaret etmektedir.

Tablo 62'ye bakıldığında, güvenlik, sağlık, ekonomi ve tarım alanlarında uzman eğitimi desteğinin yoğun bir şekilde yürütülmüş olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca bu yıl enerji, medya ve bilişimle ilgili de uzman eğitimi faaliyetine ağırlık verdiği gözlemlenmektedir. Bu farklı alanlardaki kamu görevlilerine yönelik uzman eğitimi ile TİKA, Kırgızistan'ın yönetim kadrolarının yetiştirilmesine, bu şekilde ülkenin ileride özgül kaynaklarını daha üretken kullanarak kalkınmasında istikrar sağlamasına alt yapı sağlamaktadır.

**Tablo 62.** 2013 Yılı TİKA'nın Kırgızistan'da Uzman Eğitimi Çalışmaları

No.	GÜVENLİK ALANINDA
1	K.C.İçişleri Bakanlığı Trafik Polis Müdürlüğü Heyetinin Türkiye Ziyareti Yardım Talebi
2	K.C. İçişleri Bakanlığı Trafik Polis Müdürlüğü Uzmanlarına Eğitim Destek Talebi
3	Uluslararası Polis Eğitimi İşbirliği Projesi kapsamında "Dini İstismar Eden Örgütleri ile Mücadele - INT 009" eğitim programı
4	Kırgız Trafik Polisleri için Türkiye'de alkol testi eğitimi
No.	SAĞLIK ALANINDA
1	1.Uluslararası Sağlık Mezunları Kurultayı
2	8. Ulusal Aferez Kongresi'ne 6 Kırgız uzmanının katılımına destek

No.	EKONOMİ ALANINDA
1	Kırgızistan Milli Bankasına Destek Projesi
2	Kırgızistan Gümrük Uzmanları İçin Eğitim Programı
3	K.C. Hesap Dairesi'nden 3 uzmanının Türkiye'de T.C. Sayıştay'nda eğitimi
No.	TARIM ALANINDA
1	Süt Sağıcılığı, Koyun ve Keçi Yetiştiriciliği Eğitim Programı
No.	DİĞER (Enerji, Medya, Bilişim vb.)
1	Endüstriyel Otomasyon Teknolojileri Eğitim Programı
2	Bişkek ve Oş Belediyeleri Uzmanları İçin Eğitim Programı
3	Kırgızistan Savcılarının Eğitim Programı
4	3. Uluslararası Kritik ve Sürdürülebilir Teknolojiler İçin Temiz Oda-Yenilebilir Enerji Çalıştayı
5	Asya Yenilenebilir Enerji Okulu
6	"Uniswork XII Fruit-juice processing; feasibility, manufacturing and quality control" çalıştayı
7	Sanayide Enerji Verimliliği ve Kullanım Yöntemleri Eğitim Programı
8	Kırgızistan Savcılarının Eğitim Programı 2-8 Aralık 2013
<b>18</b>	<b>GENEL TOPLAM</b>

Aşağıda Tablo 63'deki dağılıma göre, 2013 yılında da TİKA'nın, eğitim ve öğretime katkı çalışmalarına aynı hassasiyeti gösterdiği görülmektedir. 2013 yılı itibariyle bu çerçevede 9 ayrı faaliyet yürüttüğü, ve bu faaliyetleri farklı alanlarda sağlamış olduğu anlaşılmaktadır. Sağlık, ekonomi, kültür ve tarım alanlarının yanında en fazla ağırlık eğitim kurumlarına verilmiştir. Bu perspektif te yine TİKA'nın Kırgızistan'ın sosyo-ekonomik ve politik kalkınmasına uzun vadeli altyapı oluşturacak şekilde hareket etmekte olduğunun göstergesi olmaktadır.

**Tablo 63.** TİKA'nın Kırgızistan'da Eğitim/Öğretime Katkı Çalışmaları

No	EĞİTİM ALANINDA
1	Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Yüksekokulu Okul Öncesi Eğitim Bölümüne bağlı Anaokul açılış projesi
2	İzmit'te düzenlenen "Tarihten Günümüze Kırgız-Türk İlişkileri Uluslararası Sempozyumu"

3	Atatürk-Alatoo Projesi İçin Akıllı Sınıf Projesi
<b>No</b>	<b>SAĞLIK ALANINDA</b>
1	Avrasya Tıp Günleri Sempozyumu
2	KETEM Projesi
<b>No</b>	<b>EKONOMİ ALANINDA</b>
1	Kırgızistan Milli Bankasına Destek Projesi
<b>No</b>	<b>KÜLTÜREL ALANDA</b>
1	Kırgızistan-Türkiye İlişkileri Sempozyumu
2	Cengiz Aytmatov ve Isık-Göl Forumu
<b>No</b>	<b>TARIM ALANINDA</b>
1	1. Orta Asya Modern Tarım Teknikleri ve Bitki Besleme Kongresi Projesi
<b>9</b>	<b>GENEL TOPLAM</b>

Tablo 64 ise kültürel gelişime katkıyı ortaya koymaktadır. 2013 yılında TİKA, ülkede dört ayrı kültürel çalışma yürütmüştür. Özellikle çocuklara yönelik faaliyetlerin daha öne çıktığı anlaşılmaktadır. Ülkedeki Ahıska Türklerine yönelik de kültürel destek te bulunduğu anlaşılmaktadır. Aynı zamanda, Kırgız Parlamentosu heyetinin Türkiye ile daha fazla işbirliği sağlamasına hizmet edecek kültürel temasın sağlanmasına da katkıda bulunmuş olduğu görülmektedir.

**Tablo 64.** TİKA'nın Kırgızistan'da Kültürel Gelişime Katkı Çalışmaları

<b>No.</b>	<b>SOSYO-KÜLTÜREL ALANDA</b>
1	Kırgızistan Ahıska Türklerinin Ahıska Bölgesi Ziyaretine Destek
2	Uluslararası Çocuk Tenis Turnuvası
3	3. Yetim Dayanışma Günleri Projesi
4	Kırgız Parlamentosu Heyetinin Türkiye Ziyareti
<b>4</b>	<b>GENEL TOPLAM</b>

TİKA'nın 2013 yılı itibariyle eğitim, sağlık, ekonomi, güvenlik, enerji, medya ve bilişim alanlarında 24 ayrı faaliyetini sınıflandıran Tablo 65 incelendiğinde, belirtilen

bu alanların hepsinde de yaklaşık aynı oranlarda malzeme ve ekipman desteği sağlanmasına katkıda bulunulmaya çalışılmış olduğu anlaşılmaktadır. TİKA'nın ülkeye sosyal altyapı sağlamaya yönelik malzeme ve ekipman desteğinde katkılarının yüksek olduğu görülmektedir. Bu altyapı desteği, yukarıda da belirtildiği gibi ülkenin kalkınma odaklı geleceğinin inşasında oldukça büyük önem taşımaktadır.

**Tablo 65.** TİKA'nın Kırgızistan'da Malzeme ve Ekipman (Sosyal Altyapı) Desteği

No.	EĞİTİM ALANINDA
1	Oş "SEMA" Kırgız-Türk Lisesi Yurt İnşaatı Yardım Talebi
2	Altın Muun Hayır Vakfı Özgen Öğrenci Yurdu Projesi
3	Oş şehri Kırgız-Türk Dostluğu Türk Okuluna kitap yardımı
4	K.Karasaev Bişkek Sosyal Bilimler Üniversitesi Tadilat projesi
5	Kadamcay İlçesi Kotormo Köyünde Köksal TOPTAN İlkokuluna Ekipman Desteği
6	Araşan İlahyat Fakültesi Lojman ve Spor Salonu İnşaatı
7	Bokonbaev Köyü 81 No'lu Meslek Okuluna Ekipman Yardımı
No.	SAĞLIK ALANINDA
1	Oş Şehri Gagarin Sokağında 150 kişilik Hastanenin Tefrişat Projesi
2	Tepke Köyü İçme Suyu Sistemi Tadilat Projesi
3	Caş Ümüt Hayır Vakfı Çüu İli Alamüdün İlçesi Karacıgaç köy muhtarlığı içme suyu sağlama projesi
4	Cal Çocuk Hastanesi Tadilat Projesi
5	Bişkek'te Yeni Hastane İnşaat Projesi
6	Donanımlı 3 ambulans alımı projesi (Ambulanslar 2014 yılında K.C. Sağlık Bakanlığına teslim edildi)
No.	EKONOMİ ALANINDA
1	K.C.Ekonomi Bakanlığı Standartizasyon ve Metroloji Merkezi Hassas Zaman Ölçümü Ekipmanının sağlanması
2	Halk Ekmek Fabrikası Ekipman Alımı İhalesi
No.	GÜVENLİK ALANINDA
1	Kırgız Harp Okulu dersane tefrişat projesi
2	K.C.Harp Okulu'nda İki Kırgız Dili Dershanesi İçin Ekipman Desteği

No.	DİĞER (Enerji, Medya, Bilişim vb.)
1	K. C. Cumhurbaşkanlık İdaresi Basın Hizmetine teknik ekipman destek projesi
2	Kırgızistan Uygurları Derneği Ekipman Talebi
3	K.C. Din İşleri Devlet Komisyonunun Teknik Destek Talebi
4	Ahıska Türkleri Derneği'nin tadilat ve ofis ekipmanı yardım talebi
5	Orta Asya Gençlik Vakfı Yetimhanesine destek
6	TDBB Kırgızistan Özgen İlçesi Dostluk Oyun Parkı ekipmanlarının nakliyesi
7	KITIAD'ın Türk Malları Fuarı-2013
<b>24</b>	<b>GENEL TOPLAM</b>

2013 yılı itibariyle TİKA'nın Kırgızistan'a yönelik yukarıda belirtilen çalışma alanlarındaki faaliyetleri Tablo 66'da biraraya getirilmiş, yıl boyunca ayrı kategorilerde toplamda 55 faaliyetin yürütüldüğü görülmüştür. 24 faaliyet kalemiyle malzeme ve ekipman desteğine en fazla ağırlık verildiği; yaklaşık oranda, 18 faaliyet kalemiyle uzmanlık eğitime de önemli yatırımlarda bulunduğu anlaşılmaktadır. Öğretim kurumları ile kültürel gelişime katkılar da toplamda 13 ayrı faaliyet kalemiyle sağlanmış durumdadır. Tüm bu çerçevede TİKA'nın Kırgızistan'da kalkınma odaklı destek çalışmalarına ne kadar büyük ölçüde odaklanmış olduğunu ortaya koymaya hizmet eder nitelik taşımaktadır.

**Tablo 66.** 2013 Yılı TİKA Kırgızistan Açılımı

FAALİYET KATEGORİLERİ	FAALİYET ALANLARI							
	Ekonomi	Eğitim	Sağlık	Kültür	Tarım	Güvenlik	Diğer	Toplam
Uzmanlık eğitimi	3	-	2	-	1	4	8	18
Öğretime katkı	1	3	2	2	1	-	-	9
Kültürel gelişime katkı	-	-	-	4	-	-	-	4
Malzeme ekipman desteği	2	7	6	-	-	2	7	24
	<b>GENEL TOPLAM</b>							<b>55</b>

#### 4.2.2. TİKA'nın Kırgızistan'da 2014 yılı faaliyet analizi

TİKA 2014 yılı itibariyle diğer yıllarda olduğu gibi Kırgızistan'a yönelik kalkınma yardımlarında aynı hassasiyeti göstermiştir. Tablo 67, 68, 69 ve 70'de bu çerçevede faaliyet skalaları görülmektedir. Uzman eğitimi, eğitim ve öğretim, kültürel çalışmalar ve malzeme ekipman desteği çerçevesinde yürütülen faaliyetler toplamı 53'dür. Bu dört kategoride faaliyetler ülkenin o yıl içerisinde en fazla ihtiyaç duyduğu alanlara göre dağılım göstermiştir.

Tablo 67'ye bakıldığında uzman eğitimi konusunda 2014 yılı boyunca uygulanan faaliyet çeşitleri görülmektedir. 21 farklı çalışmada bulunulması oldukça önemlidir. Bu çerçevede güvenlik, ekonomi, enerji, medya ve bilişim alanlarına daha fazla destek sağlandığı anlaşılmaktadır.

**Tablo 67.** TİKA'nın Kırgızistan'da Uzman Eğitimi Çalışmaları

No.	GÜVENLİK ALANINDA
1	Ulusal Devlet Güvenliği "Komando Kursu" uzman eğitimi
2	Ulusal Devlet Güvenliği "İstihkam Subay Temel Kursu" uzman eğitimi
3	Ulusal Devlet Güvenliği "KOMKARSU" uzman eğitimi
4	Ulusal Devlet Güvenliği "Türkçe Kursu" uzman eğitimi
5	Kırgızistan İnfaz Kurumu heyetinin Türkiye Ziyareti
No.	SAĞLIK ALANINDA
1	VII. Uluslararası İş Sağlığı ve Güvenliği Konferansı
No.	EKONOMİ ALANINDA
1	Kırgızistan Gümrük Personeline Eğitim
2	K.C. Milli Bankası ile işbirliği projesi kapsamında ödeme sistemleri konusunda uzman eğitimi
3	K.C. Milli Bankası ile işbirliği projesi kapsamında "Emisyona Yönelik Çalışmalar" eğitimi
4	K.C. Milli Bankası ile Gözetim ve Denetim Alanında İşbirliği
5	K.C. Milli Bankası için İktisadi Araştırmalar Alanında Eğitim programı
6	K.C. Maliye Bakanlığı heyeti Türkiye Ziyareti
7	K.C. Maliye Bakanlığı ile işbirliği projesi kapsamında Türkiye Maliye Bakanlığı heyetinin Kırgızistan ziyareti
No.	TARIM ALANINDA

1	Orta Asya ve Kafkaslardaki Dağlık Havzaların Sürdürülebilir Yönetimi için Kapasite Geliştirme Projesi
<b>No.</b>	<b>DİĞER (Enerji, Medya, Bilişim vb.)</b>
1	Kırgızistan Genç Diplomatları İçin Eğitim Talebi
2	Kırgızistan Turizm Eğitimi Talebi
3	Sanayide Enerji Verimliliği ve Yönetimi Eğitim Programı
4	6.Gelecekle iletişim çalıştayı
5	Toplumsal Eylem ve Düzensizliklerin Önlenmesi Kursu. 09-13 Haziran 2014 tarihlerinde Kırgızistan'da düzenlenecektir.
6	Endüstriyel Otomasyon Teknolojileri Eğitimi
7	K.C. Yargı Mensupları Eğitim Programı
8	9. Aferez kongresi
<b>21</b>	<b>GENEL TOPLAM</b>

2014 yılında TİKA eğitim ve öğretime katkı çalışmalarına destek faaliyetlerine de yine aynı önemi göstermiştir. Bu yıl içerisinde 5 ayrı faaliyet içerisinde bulunmuştur. Eğitim kurumlarına öncelik tanındığı, sağlık ve kültür alanlarında da eğitim programları yürütüldüğü anlaşılmaktadır. TİKA'nın burada da çok yönlü faaliyet çerçevesinde hareket etmeye çalıştığı anlaşılmaktadır.

**Tablo 68.** TİKA'nın Kırgızistan'da Eğitim/Öğretime Katkı Çalışmaları

<b>No.</b>	<b>EĞİTİM ALANINDA</b>
1	Türklerde Devlet Yönetimi Geleneği Kongresi
2	Kız Meslek Lisesi öğrencileri için Türkiye'de staj programı
3	Belediye İştirakleri ve Kentsel Dönüşüm Eğitim Programı
<b>No.</b>	<b>SAĞLIK ALANINDA</b>
1	2. Sağlık Mezunları Kurultayı
<b>No.</b>	<b>KÜLTÜREL ALANDA</b>
1	"İsmail Gaspralı'nın 100. Ölüm Yılı Dönümü'nde Dilde Fikirde İşte Birlik'te Nerdeyiz" Başlıklı Sempozyuma Destek
<b>5</b>	<b>GENEL TOPLAM</b>

Tablo 69 incelendiğinde de, 2014 yılı kültürel gelişime katkı çalışmalarının çeşitleri görülmektedir. TİKA, Kırgızistan'a 2014 yılı içerisinde 11 farklı kültürel faaliyetle kalkınma amaçlı desteğini sürdürmüştür. Ülkenin ulusal değerlerinin daha iyi anlaşılması, devamlılığının sağlanması ve ayrıca dünya kamuoyu tarafından da tanınması bağlamında yürütülen bu faaliyet alanında TİKA'nın yoğun destek çalışmalarını yürütmeye devam ettiği anlaşılmaktadır.

**Tablo 69.** TİKA'nın Kırgızistan'da Kültürel Gelişime Katkı Çalışmaları

No	SOSYO-KÜLTÜREL ALANDA
1	"23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı" "Kardeş Ekmeği" Etkinliği
2	K.C. Sağlık Bakanlığı Heyeti Türkiye Ziyareti
3	TÜRKSAY Ödül Töreni
4	Kırgız Basın Heyetinin Türkiye Ziyareti
5	Yetim Çocuklar Programı
6	Dünya Ahıska Türkleri Toplantısı (DATÜB)
7	Egemenlik Derneğine Mobilya ve teknik destek
8	Kırgız Sporcuların Güreş Turnuvasına Katılımlarına Destek
9	Rahmankul Han Anma Programı
10	Türk Dünyası Vatandaşlığı Çalıştayı
11	"Türk Halklarının Geleneksel Spor Oyunları" Uluslararası Sempozyuma Destek Talebi
<b>11</b>	<b>GENEL TOPLAM</b>

Tablo 70'de de Kırgızistan'a malzeme ve ekipman desteğinin yoğunluğu aktarılmış durumdadır. Tabloda 15 farklı destek çalışması yürütülmüş olduğu görülmektedir. Özellikle eğitim ve sağlık alanındaki kurumlara daha yoğun altyapı desteği verildiği anlaşılmaktadır. Tablo 70 ayrıca ekonomi, güvenlik ve kültürel alanlarda da malzeme ve ekipman desteklerinin sağlandığına işaret etmektedir.



**Tablo 70.** TİKA'nın Kırgızistan'da Malzeme ve Ekipman (Sosyal Altyapı) Desteği

No	EĞİTİM ALANINDA
1	Araşan İlahiyat Fakültesi Lojman ve Spor Salonu İnşaatı Proje Çizimi
2	Oş şehrinde İmam Hatip Lisesi'nin Tadilatı
3	Oş Devlet Üniversitesi Elektronik Kütüphane
4	Oş şehrinde İmam Hatip Lisesi'nin Tefrişatı
No	SAĞLIK ALANINDA
1	Bişkek'te Yeni Hastane İnşaat Projesi
2	K.C. Sağlık bakanlığı'na Donanımlı 3 adet ambulans alımı projesi
3	KETEM Projesi Kapsamında Kırgızistan Ulusal Onkoloji Merkezinin tadilatı ve tefrişatı
4	Oş Hastanesine Tıbbi Ekipman Alımı Projesi
5	Keneş Köyü İçme Suyu Sisteminin Rehabilitasyonu Projesi
No	EKONOMİ ALANINDA
1	K.C.Ekonomi Bakanlığı Standartizasyon ve Metroloji Merkezi Hassas Zaman Tablo İmalatı
2	Halk Ekmek Fabrikası İnşaatı
No	GÜVENLİK ALANINDA
1	K.C. İçişleri Bakanlığı Polis Akademisi Spor Salonu Tadilatı
2	K.C. İçişleri Bakanlığı Trafik Polis Müdürlüğü için Radar Alımı
No	KÜLTÜREL ALANDA
1	TİKA Bişkek Türk Kültür Merkezi Tadilatı ve Tefrişatı
2	Kırgızistan Devlet Tarih Müzesi'nin Yeniden Yapılandırması Projesi
<b>15</b>	<b>GENEL TOPLAM</b>

TİKA'nın 2014 yılı itibariyle Kırgızistan'a yönelik açılımının yer aldığı Tablo 71'e bakıldığında, uzmanlık eğitimi, öğretime katkı, kültürel gelişime katkı ve malzeme ekipman desteği kategorilerinde toplam 53 ayrı faaliyet yürütülmüş olduğu görülmektedir. Bu kategorilerdeki destekler ekonomi, eğitim, sağlık, kültür, tarım, güvenlik ve diğer olarak belirlenen alanlarda ayrı ayrı sağlanmaya çalışılmıştır. Dolayısıyla Tablo 71'de çıkan matris, TİKA'nın 2014 yılında Kırgızistan'a 22 faaliyetle

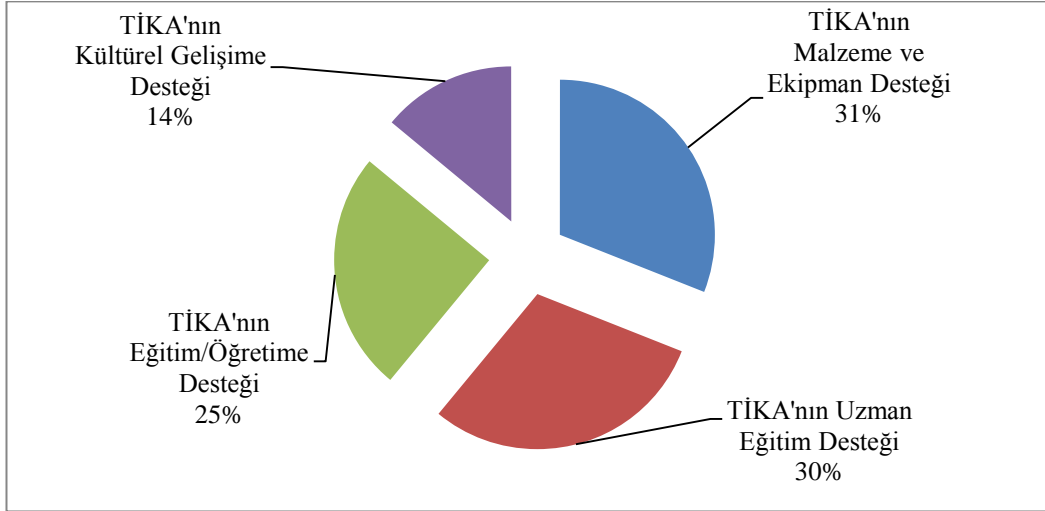
en fazla uzman eğitimi ile destekte bulunduğunu, bu kategoriyi 15 farklı çalışmayla malzeme ve ekipman desteğinde sağladığını göstermektedir. 11 faaliyet skalası ile ülkenin kültürel gelişiminin ne denli önemsendiği anlaşılmaktadır. Öğretim kurumlarına da uzmanlık eğitiminin devamı şeklinde devam ettirilen destek önemsenmiştir. Dolayısıyla, TİKA'nın 2014 yılında da daha önceki yıllardaki hedeflerini azaltmadan devam ettirip, Kırgızistan'ın ekonomik ve sosyal kalkınma programlarına yoğun katkıda bulunduğu açıkça anlaşılmaktadır.

**Tablo 71.** 2014 Yılı TİKA Kırgızistan Açılımı

FAALİYET KATEGORİLERİ	FAALİYET ALANLARI								
	Ekonomi	Eğitim	Sağlık	Kültür	Tarım	Güvenlik	Diğer	Toplam	
Uzmanlık eğitimi	7	-	1	-	1	5	8	22	
Öğretime katkı	-	3	1	1	-	-	-	5	
Kültürel gelişime katkı	-	-	-	11	-	-	-	11	
Malzeme ekipman desteği	2	4	5	2	-	2	-	15	
	<b>GENEL TOPLAM</b>								<b>53</b>

Aşağıdaki grafik 24'de de TİKA'nın 2005-2014 yılları arası yürüttüğü faaliyetlerinin kategorilere göre dağılımı yer almaktadır. Dağılım grafiği buraya kadar yapılan saptamaları doğrular nitelikte sayısal verileri kodlamaktadır. Tüm çalışmalar içerisinde % 25 oranında eğitim/öğretim çalışmalarına pay ayrılmış olmasını küresel yeni sosyo-ekonomik paradigmalara yansımaları olarak okumak olasıdır. Aynı zamanda % 30 oranında da uzman gelişimine yönelmiş olması yine küresel ekonominin doğrusal uzantısı olarak yoruma açıktır. Malzeme ve ekipman desteği kategorisi % 31 ile özellikle 2010'dan sonra önemli bir destek kategorisi olarak dikkat çekmektedir. % 14 oranı ile kültürel çalışmalar kategorisi son sırada bulunmaktadır, ancak bütün diğer kategorilerin çıktılarının sonuçta kültürel gelişimi etkiledikleri de açıktır.

**Grafik 24.** Kategorilere Göre 2005- 2014 Yılları Arası TİKA'nın Kırgızistan Faaliyet Oranları



Grafikteki bu sonuçlar, çalışmalara ilişkin dört ayrı kategorizasyonun da aslında araştırma/geliştirme ile insan kaynaklarına ilişkin genel çerçeveye içerik olarak yakınlıkları, temel yeni sosyal ve ekonomik küresel paradigmalara koşutluk göstergesi olarak okunabilir.

#### 4.3. TİKA'nın Kırgızistan'a Yönelik Kalkınma Desteklerinin Sonuçları

Bilgi diğer üretim faktörlerinin aksine kullanıldıkça, yayıldıkça verimliliği ve paylaşıldıkça miktarı artan bir etkidir ve bu nedenle de potansiyel olarak sınırsızdır. Dolayısıyla dünyanın sınırlı kaynaklarından daha fazla faydalanma konusundaki uzun dönemli mücadele hep *bilgi gelişimi* (Lipsey 2010) ile yakından ilgili olmuştur.

1950'li yıllardan başlayan ve 1990'lı yıllarda olgunluk dönemine erişen 'elektronik çağı' yerini, yeni medya, dijital ağlar ve yeni temel teknolojilerin ürün ve üretim süreçlerinde esaslı bir role sahip olduğu '*yeni ekonomi*' aşamasına bırakmaktadır. Yeni ekonomide ürün ve hizmetlerin en önemli özelliği, bilginin temel üretim faktörü olarak ön plana çıkmasıdır. *Yeni ekonomi, sektörlerinde beşeri ve fiziksel sermaye ile entelektüel sermayeyi güçlü bir şekilde tamamlayan bir rol üstlenmektedir.* Erdoğan'a(2002) göre, gerek enformasyon teknolojilerinin kullanımı ve gerekse üretimi, nitelikli işgücü talebini artırmaktadır. Dolayısı ile sosyal/beşeri sermaye yatırımlarında artış kaçınılmazdır.

Öyle ki, bugün artık dünya bir pazar haline gelmiştir. Bu durum günümüzde ticaretin tanımının yeniden gözden geçirilip, pazar kavramına değişik boyutlardan yaklaşılacak zorunluluğunu gündeme getirmiştir. Dünyanın her yerinden istenilen bir

pazara ulaşabilme olasılığı söz konusu olduğu için bu yeni pazardan pay kapmak isteyen ya da kapanlar da artık çok sermayesi olanlar değil zeki ve riske girmekten hoşlanan genç beyinlerdir. Girişime büyük bir sermaye ile başlamaktan çok mantıklı projelerle yola çıkmak pazarın bugün için en önemli özelliğine dönüşmüş durumdadır. Güç hızla el değiştirdiği için devletlerin de söz konusu projeleri desteklemekten başka şansları kalmamıştır. Artık talep oluşturmak ve talebe ulaşmak önemli hale gelmiştir. Bu nedenle, haklı gerekçelere dayanarak, Ar-Ge, Bilgi Ekonomisi, Sosyal/Beşeri Sermaye vb. kavramlar ekonomi sosyalin en gözde kavramlarına dönüşmüştür.

Yeni Ekonomi'nin, bir paradigma (Kuhn 1962) değişikliğine mi işaret ettiği yoksa günümüzdeki bazı yeniler gibi kurgusal mı olduğu sorusu hala tartışılmakla birlikte dönüşümün paradigmatik yönünü ortaya çıkarmaya hizmet edecek güçlü emarelere rastlanmadığı da söylenemez.

Orta Asya'nın sosyalizm deneyimi ardından yirmi yıl kadar önce gerçekleşen yeni siyasal rejim arayışı diğer ülkeler için olduğu kadar Kırgızistan için de benzer zorluklar içerisinde gerçekleşmiş, ülke geçen bu yirmi yılda iki ayrı sivil darbe yaşamış, bu sivil darbeler arasında Yarı Başkanlıkla ülke idaresi söz konusu olmuş, son Ekim 2010 Genel Milletvekili Seçimleri ardından da Parlamenter Sisteme yönelinmiştir. Son derece sancılı bu süreç içerisinde Türkiye'nin TİKA aracılığıyla ülkenin ekonomik ve sosyal sermayesini geliştirmesinde süreklilik arzeden büyük katkıları bulunmuştur. 2005 sonrası itibariyle TİKA'nın ağırlıklı olarak eğitim, sağlık ve ekonomi alanlarında iki yüze yakın etkinliği üstlenmiş olması "*uluslararası standartlarda hedeflerini değiştiren dünya konjonktürüne göre revize etmeyi amaçlayan, bu çerçevede bölgesel işbirliklerini geliştiren, az gelişmiş bölgelerde öncelikle insani sorunların çözümüne yönelik projeler uygulayan, nispeten gelişmiş bölgelerde makro projeler uygulayarak, işbirliği imkanlarını maksimize etmeyi ve kültür coğrafyasının kültürel unsurlarını ve değerlerini evrensel boyuta taşıyarak 'Kültürel İşbirliğini' kolaylaştırmayı*" misyon edinmiş olmasının sonuçları olarak karşımızda durmaktadır.

TİKA'nın Kırgızistan genelinde yaşama geçirdiği destekler Kırgızistan'da insani kaynak gelişimi anlamında son derece ciddi zemin oluşturmaktadır. BM Kalkınma Programı'nın (UNDP) Kasım 2010'da açıkladığı *insani gelişim raporu*<sup>6</sup> yüzyılın başat

---

<sup>6</sup> UNDP'nin 20'ncisi olarak hazırlanan raporda yer alan listede ülkeler "*Çok Yüksek İnsani Gelişme*", "*Yüksek İnsani Gelişme*", "*Orta Düzeyde İnsani Gelişme*" ve "*Düşük Düzeyde İnsani Gelişme*" kategorileri üzerinden 4 gruba ayrılmış durumda. İnsani Gelişim Endeksi, 169 ülkeyi kapsayan ve sağlık, eğitim ve gelir ana başlıklarıyla değerlendirme yapan bir araç. 2010 yılında ilk on sırada; Norveç, Avustralya, Yeni Zelanda, ABD, İrlanda, Liechtenstein, Hollanda, Kanada, İsveç ve

kamu kriterlerini açıkça ortaya koymaktadır. *İnsani gelişim*'in taşıdığı standartlar evrensel değerlere koşutluk göstermekle birlikte, yeni ekonominin argümanlarına açık olmayı da beraberinde getirmektedir. Dolayısıyla bir anlamda ülke sınırlarını aşan ekonomik yeni gelişimler bireylerin de yerellikten çıkışını hızlandırmaktadır. Öyle ki, 21. yüzyılın küresel ekonomisi de e-devlet projesinin hızla gelişip genişlemesine yol açmaktadır.

Bu bağlamda TİKA'nın 2005-2014 yılları arası Kırgızistan'a yönelik kalkınma desteklerinin incelendiği çalışmada *uzmanlık eğitimi, öğretime katkı, kültürel çalışmalara katkı ile malzeme ve ekipman desteği* kategorilerinde gerçekleştirilen faaliyetlerin ekonomik, eğitim, sağlık, tarım, güvenlik, malzeme ve ekipman ile diğer (enerji, medya, bilişim vb.) alanlardaki sayısal dağılımları Tablo 6, 11 ve 16'da belirlenmiş bulunmaktadır. İlgili sayısal verilere göre 2005 ve 2010 yılları arasında TİKA Kırgızistan'da 95 farklı faaliyet yürütmüştür. Bu faaliyetler çalışmada yukarıda belirtilen dört ayrı kategoride incelemeye alınmıştır. Sonuçta ülkede bağımsızlık sonrası karşılaşılan iki halk ihtilali arasında kalan istikrarsız süreçte 95 farklı faaliyet türünün gerçekleştirilmiş olması dikkat çekicidir. Söz konusu ihtilallerden günümüze kadar olan siyasal anlamda daha istikrarlı süreç olarak görülebilecek 2011 ve 2012 yılları içerisinde yürütülen faaliyetler de aynı kategorilerde değerlendirmeye alınmış ve 2011 yılında 57, 2012 yılında ise 38 ayrı faaliyete ulaşılmıştır. Toplama bakıldığında bu iki yılda da 95 farklı faaliyet yürütüldüğü ve önceki beş yıldaki desteğin bu defa iki yıl içerisinde hayata geçirilmiş olduğu anlaşılmaktadır. Son iki yıldaki faaliyet kategorilerinde de TİKA'nın 108 ayrı çalışma yürüttüğü görülmektedir. Dolayısıyla, elde edilen veriler üzerinden TİKA'nın 2005 ve sonrasında, özellikle 2010 sonrasında daha da artırarak, Kırgızistan'a kalkınma desteklerini güçlendirdiği anlaşılmaktadır.

Öyle ki, Kırgızistan'ın bağımsızlığından bugüne kadar geçen 24 yıl içinde devlet yapısının geliştirilmesinde, kamu görevlilerinin yetiştirilmesinde gereksinim duyulan her türlü destek sağlanmaya çalışılmıştır. Bu amaçla çok sayıda Kırgız uzmana Türkiye'de mesleki deneyim paylaşımı ve eğitimine oldukça fazla ağırlık verilmiştir.

TİKA Başkanlığından edinilen bilgilere göre, 1992 yılından 2014 yılının sonuna kadar geçen sürede Kırgızistan'a yönelik olarak gerçekleştirilen proje ve faaliyetler

---

Almanya yer alıyor. Endeks, A) uzun ve sağlıklı bir yaşam, B) eğitim imkanlarına erişim ve C) kabul edilebilir bir yaşam standardı gibi üç temel ölçüt uzun vadeli bir şekilde izlenerek hesaplanıyor. 2010 yılı raporunda yaşam standardının hesaplanmasında "kişi başına düşen gayrisafi milli gelir" oranı esas alınmış.

kapsamında yapılan harcamaların toplamı 38 milyon Amerikan Dolarına ulaşmıştır. Yıl bazında en yüksek harcama 2011 ve 2012 yılları arasında gerçekleştirilmiştir.

**Tablo 72.** TİKA'nın Kırgızistan'da 1992-2014 Yılları Arası Harcamaları

<b>Faaliyet Yılları</b>	<b>Tutar (ABD Doları)</b>
1992-2002	5.516.581
2003	334.121
2004	736.182
2005	561.294
2006	948.633
2007	1.426.098
2008	2.367.536
2009	1.418.280
2010	1.149.105
2011	6.681.027
2012	11.211.096
2013	2.685.472
2014	2.772.830
<b>TOPLAM</b>	<b>37.808.255</b>

Bu dönemin Kırgızistan açısından önemi büyüktür, iki halk ihtilali ile demokratik sürece ara vermek durumunda kalan ülke, 2011 sonrası Parlamenter demokrasi deneyiminde daha bir istikrarlı döneme girdiğinin sinyallerini vermiştir. Ülkede söz konusu demokratik çabaların kalıcılığını sağlayacak siyasal istikrar için ülke yönetimine TİKA Başkanlığının desteğini artırmış olduğu anlaşılmaktadır.

Bu durumda iki ülke arasındaki ekonomi-politik işbirliğini güçlendirmeye yönelik altyapısı ile TİKA'nın Kırgızistan açılımının oldukça önemli sonuçlar yaratma niteliğine sahip olduğu açıkça görülmektedir.

Bugün eski Roma'nın başat ülküsü '*dünya vatandaşlığı*' olgusuyla yeniden karşı karşıya geldiği, bu durumun da '*yeni vatandaş*' tanımına yol açtığı söylenebilir. Bazı açılardan halen tartışmalı yanları bulunmakla birlikte yeni vatandaşlık profilinde küresellik *toplumsal*'ı oluşturan en önemli etken niteliğindedir. Tüm bu çerçeveler TİKA'nın Kırgızistan açılımlarında da kendini açık bir şekilde hissettirmektedir.

## BÖLÜM 4

### KIRGIZİSTAN'DA TÜRKİYE ALGISI ARAŞTIRMASI ÜZERİNDEN ÜLKE İMAJI ANALİZİ

#### 1. ALGININ KAVRAMSAL AÇILIMI

Sözlük anlamı olarak algı, bir şeye dikkati yönelterek o şeyin bilincine varma, idrak olarak tanımlamaktadır. Kavramsal açıdan, “dış dünyamızdaki soyut/somut nesnelere ilişkin olarak aldığımız duyumsal (sensible) bilgi (information) algılamadır. Algılamayı duyumsal bir bilgilenme olarak tanımladığımızda, duyma, tatma, görme, koklama, dokunma duyularından oluşan beş duyu organımız aracılığı ile ve bunlara ek olarak da hissetme duygusu yardımı ile dış dünyadan bilgi edinme sürecinden söz etmiş oluyoruz.”(İnceoğlu 2010:68) Algılamayı bu bağlamda ele alındığında, öz olarak insanın fizyolojik bir yanından söz edilmiş olunmaktadır. Öyle ki, söz konusu beş duyu organı, tüm insanlar için eşit değerinde ve işleyiştir.(İnceoğlu 2010:68)

Ancak araştırma konusu çerçevesinde burada algılamaya daha çok sosyal ve psikolojik bir olgu olarak yaklaşmıştır. Özellikle de dış müdahalelerle denetlenme ve yönlendirilebilme nitelikleri dolayımında ele alınması söz konusu olmuştur.

Bu perspektifte bakıldığında da algı, algılayıcının etkin problem çözme işlemi olarak görülmektedir. Bu nedenle, algı süreci organizmanın bir başarısı olarak da betimlenmektedir. Bir başka tanıma göre de, nesnel dünyanın duyular aracılığıyla öznel bilince aktarılma eylemidir. Dolayısıyla algı anlam yaratıcısıdır. Bu edimle ortaya çıkan anlam da hem geçmiş deneyimlerimizden, hem de şimdiki amaçlarımızdan kaynaklanır. “Bir anlamda algı bizi gerçekliğe götürmektedir. Algılar gerçektir, çünkü insanlar onlara inanırlar.”(Saydam 2005:38)

M. Heidegger'e göre de modern çağda var olmak algılamaktır. Modern çağın en temel özelliği dünyanın resim haline gelmesi olgusudur. Yani modern çağın teknolojisi, dünyamızı görselleştirerek, resim-görüntü haline getirmiştir. Gombrich, “çıplak göz kördür” der. Bilme, anlama, bakma ve görmenin sadece sabitleştirilen görme eylemine hasredilmesi ve hapsedilmesi, insanın fizik ötesi özelliklerinin, diğer anlama, bilme, görme biçimlerinin marjinalleşmesine ve olumsuzlaşmasına neden olmakta. Görme artık günlük yaşamımız içinde anlama ile özdeş hale gelmiştir. Bir noktayı görürüz, bir soruna bakarız, bir bakış açısı benimseriz, bir soruna odaklanırsınız. Dünya artık bize gösterilen dünyadır. Dünya bildiğimiz, tanıdığımız bir dünya değil. Hissettiğimiz bir

dünya değil. Dünyayı bize gösterilen biçimde algılamamız, kavramamız, tanımlamamız, yaşamamız 'gerçek' ve 'doğru' olan tek ölçüt haline gelmiştir.(İnceoğlu 2010:89)

Bu nedenle, etkilenmek istenen bireylerin algılarının nasıl oluştuğu iletişim süreci açısından oldukça önemli bir konudur. Aynı zamanda bu süreçte ikinanın gerçekleşebilmesi için, algılamaya bağlı olarak bireyi harekete geçirecek motiv (güdü), tutum değişimi ya da pekiştirilmesi vb. de önemle dikkate alınması gereken konulardan sayılmalıdır.

### **1.1. Çeşitleri Açısından Algılama**

Algılamanın gerçekleşmesinde duyu organlarının işlevselliğinden söz edilmişti. Bunun yanında bu süreçte bireyin gereksinimleri, birikimleri, deneyimleri, genel anlamda beklentileri de önemli rol oynar. Literatürde algılamanın oluşturucu öğeleri olarak nitelendirilen bu öğelerin söz konusu sürecin gerçekleşmesindeki işlevlerine bağlı olarak algıyı simgesel, görsel, duygusal ve seçilmeyici şeklinde dört ayrı türe dönüştürdükleri ifade edilmektedir.

Bireyin içinde yaşadığı toplumun ortak değerleri simgelerle aktarılır. Anlamlar daha çok karşılıklı ilişkiler yoluyla kazanıldığı için toplumsal bakımdan ortak bir değer olarak görülmelidir. Öyle ki, birey toplum içerisindeki davranış kalıplarını, toplumun yarattığı simgesel anlam ve değerleri hazır olarak öğrenmektedir. Bu yapı, bireyin içinde yaşadığı toplumda sosyalizasyon sürecini hızlı bir şekilde geçirmesine hizmet etmektedir.

Dolayısıyla, kültür ve simgeler arasındaki yakın ilişki '*simgesel algı*'yı yaratmaktadır. Kültürel gösterge ya da simgelere bakarak genellikle insanlar birbirlerinin davranışlarını anlamlandırmaktadırlar. Elbette bu durum da, insanlararası etkileşimi ve iletişimi oldukça kolaylaştırıcı bir rol oynamaktadır.(İnceoğlu 2010:77)

Kökeninde biyolojik bir süreç olarak görülen '*görsel algılama*'da ise psikolojik etkenler önemli rol oynar. Yaşamın her anında pek çok durumla, olayla, nesneyle, insanla vb. karşılaşmaktadır. Dolayısıyla, görsel algılamanın gerçekleşmesinde biyolojik anlamda görmek önkoşul özelliği taşımaktadır. Ancak bu önkoşulun yeterli olduğu söylenemez. "Görsel anlamda algılama sürecinin gerçekleşebilmesi için bireyin, psikolojik, hatta duygusal yönden de görmeye hazır olması gerekir. Burada Berger'in bakmak ve görmek arasında yaptığı ayırım akla gelmektedir. Birey, çevresini kuşatmış olan renk, biçim ve cisim karmaşası



içinde birçok şey görür, ancak onları algısal anlamda görebilmesi için onlara bakması da gerekir.”(İnceoğlu 2010:80) Bu nedenle görsel algılama, bireyin çevresindekiler içerisinden seçme yaparak görme işlemine başlamasından itibaren başlamış olur.

Ayrıca şu da vardır ki, algılama sürecinin işleyişine duygusal tavır ve eğilimler de karışmaktadır. Algılama edimi sevip sevmeme ya da iyi bulup bulmama gibi kimi duygusal nitelikli izlenimlerin etkisi altında da gerçekleşebilmektedir. Dolayısıyla bu çerçeveden yaklaşıldığında, “algılama, evrenin uyarıcı yanı ile bireyin kendi öz bilgi birikimi, yaşam deneyimleri ve duygusal nitelikteki tavır ve eğilimleri arasındaki işlevsel ilişkiden kaynaklanır.”(İnceoğlu 2010:81) Bu nedenle, ‘*duygusal algı*’ bir anlamda bireyin sempati ya da antipati duyma, olumlu ya da olumsuz duygulanma gibi duygusal ve sezgisel her tür eğilimden ortaya çıkmaktadır.

Dünyanın sübjektif bir görüntüsü olarak algılama, bireyin eğitimi, örf, adet ve geleneklerinin etkisi altında gerçekleşir. Ayrıca, içinde yaşadığı toplumun kültürel yapısı da etkindir. Bu nedenle, bireysel tavır, davranış ve yönelimlerin altında bu yapıların etkisi göz ardı edilemez. Bu durumların bireysel algılarda farklılıklar yarattığı açıktır. İşte bireylerin çevrelerini kendilerine özgü algılama eğilimlerine ‘*seçimleyici algılama*’ denilmektedir.

## 2. ALGI KURAMLARI

### 2.1. Gestalt Kuramı ve İlkeleri

‘Gestalt’ sözcük olarak ‘bütün’ anlamını taşır, Almanca’dan gelmektedir. Biçim, şekil, form, parçaların sadece toplamı değil, entegre olmuş bütün gibi anlamları içermektedir. Gestalt yaklaşımı Wertheimer, Kofka ve Köhler aracılığıyla 20. Yüzyılın ilk yarısında önce Almanya’da başlamış, daha sonra da Amerika’da yaygınlık kazanmıştır.

Gestalt kuramcılarına göre bütün parçaların toplamından daha fazladır ve de farklıdır. Birey, bütünü parçalarına ayırıştırarak değil, bütünlük içinde algılar. Bu konuda verilen en iyi örnek orkestra düzenidir, ki gerçekten de “bir senfoni orkestrasını dinlerken her bir müzisyenin orkestraya katkısını analiz ederek değil, bütün olarak dinleyip anlamaya çalışılır. Orkestradan çıkan müzik, her bir müzisyenin çaldığı notaların toplamı değil, ondan daha farklı kalitede bir müziktir. Bütün, parçalar arası dinamik ve organik ilişkilerden oluşmuştur.”([www.academia.com/22.12.2015](http://www.academia.com/22.12.2015))

Davranışçı kurama tepki olarak ortaya çıkan Gestaltçı yaklaşıma göre, bize gelen uyarıları bütünleştirerek değerlendirme eğilimiz vardır. Dışarıdan gelen duyumlara insan kendisinden de bir şeyler katarak yaşantıyı yeniden örgütler. Dolayısıyla, gestalt psikolojide, insan çevreden gelen uyarıcılara sadece tepkide bulunmaz; çevreyle etkileşim halindedir. Bu nedenle, insanlar dünyayı bir bütün olarak algılar. Dışarıdan gelen uyarıcılar bir arada anlamlı bütünler halinde örgütlenmiş bir biçimde algılanır.

Algılama, duyuyla gelen parçasal verilere değil, bunlar arasındaki bütünsel ilişkilerin yapılanmasına bağlı olarak gerçekleşir. Mona Lisa tablosu yerine salt Mona Lisa'nın ellerini ayrıntılı olarak gösteren büyütülmüş bir fotoğrafla karşılaştığımızda, daha önceden tablonun tamamını defalarca gördüğümüzden ve de tablonun bütününi canlandırarak parçasal veriler (fragment) zihnimize kayıtlı olduğundan, Mona Lisa'yı Leonardo Da Vinci'nin yarattığı biçimde, bütünsel bir imge olarak algılarız. Çoğu kez reklamcıların uyguladığı teknik de budur. Bütünün en kolay algılanabilir parçası izleyiciye verilir ve bütünsel imge yaratılır (çağrıştırılır). Yani insan kendiliğinden zihinsel bir sürece sokularak mesaj içeriğine dahil edilir. Doğal olarak bu durum mesaj etkinliğini artırıcı bir rol oynar, çünkü birey mesajın parçası haline gelmiştir. (İnceoğlu 2010:106)

Psikolojideki diğer ekollerin parçacı yaklaşımını eleştiren Gestaltçılar, davranışların ve yaşantıların basit öğelerin birleşiminden oluşmadığını savunmuşlardır. Ve aşağıdaki şekilde yer alan Rubin'in vazosu ve benzer biçim ve resimlerden hareketle çalışmalarında figür ve zeminin algılamadaki etkilerini araştırmışlardır.(Koç 2011:68)



**Şekil.** Rubin'in Vazosu

**Kaynak.** <http://visual-memory.co.uk/18.12.2015>

İnsan beyninin pasif bir alıcı olmadığından hareket eden Gestaltçı psikologlar, dış dünyadan gelen duyumların anlamlı bir yapı içerisinde algılandığını ortaya koymaya çalışmışlardır. İndirgemeci yaklaşımların aksine, beynin bunu bir düzenleme içerisinde yaptığını savunmuşlardır. Daha da açmak gerekirse, Gestaltçılara göre beyin dışarıdan

gelen duyumları organize etmekte, basitleştirmek ve anlamlı hale getirmektedir. Bu nedenle algısal farklılıklar nesnel kökenli değildir, öznel yapıdan kaynaklanmaktadır.

### **2.1.1. İz Kuramı**

Gestalt kuramcısı Koffka'ya göre, yaşantılar bellek sürecini harekete geçirir. Dış olayların, beyinde meydana getirdiği etkinlik bellek süreci olarak belirlenmiştir. Koffka bu etkinlik bittiğinde bir iz oluştuğunu belirtir ve bu izi '*bellek izi*' olarak adlandırır. Kuramcıya göre, söz konusu bu iz gelecekteki benzer süreçleri etkiler ve bu süreçler sonucunda kazanılan yeni yaşantılarla kendisi de değişikliğe uğrar.([www.psikolik.com/21.12.2015](http://www.psikolik.com/21.12.2015))

### **2.1.2. İçgörüsül Öğrenme**

Köhler'e göre içgörüsül öğrenmenin temel özellikleri yaşantılarda karşılaşılan problem çözümünde rol oynamaktadır. Kuramcıya göre, "ön çözümden çözüme geçiş, ani ve kesin bir şekilde gerçekleşir. İçgörü yoluyla edinilen çözüme dayalı performans, genellikle net ve hatasızdır. İçgörü yoluyla kazanılan problem çözümü, uzun süre hatırlanır. İçgörü yoluyla kazanılan bir ilke, diğer problemlerin çözümüne kolaylıkla uygulanabilir. Zeki olanlar içgörüsül çözüme daha kısa sürede ulaşırlar."([www.psikolik.com/21.12.2015](http://www.psikolik.com/21.12.2015))

### **2.1.3. Üretici Düşünme**

Gestalt kuramcısı Wertheimer iki çeşit problem çözümünden söz etmiştir. Bunlardan '*A türü çözümler*', Gestalt ilkelere dayalıdır ve içgörüseldir. Problemin temel yapısını anlamayı gerektirir, çözüm bir başkası tarafından değil, birey tarafından bulunur, kolaylıkla genellenebilir ve uzun süre hatırlanabilir. '*B türü çözümler*' ise, anlamadan ezberlemeye yöneliktir. Böyle bir öğrenme çeşidi ise, esnekliğe sahip değildir ve kolayca unutulur. Dolayısıyla, oldukça salt sınırlı durumlarda uygulanır.

### **2.1.4. Pragnanz Üst Yasası**

Bilişsel süreçler içerisinde 'algı'ya çok önem veren Gestalt Kuramı algısal örgütlenmeye yön veren yasaları tanımlar. Ve aşağıda belli başlıları aktarılan bütün bu yasaları '*Pragnanz*' adı verilen bir üst yasanın türevleri olarak

betimlemektedir. Bu bağlamda, üst yasa olarak ‘Pragnanz’, *"Bütün psikolojik olaylar, koşulların elverdiği ölçüde tam ve basit olma eğilimindedir"* içeriği taşımaktadır.

### 2.1.5. Algısal Örgütlenme İlkeleri

Gestalt kuramına göre *'algı, bir örgütlenme'*dir. Basit bir etki tepki süreci değildir, parçalar arasında ilişki kurmayı, bütünleştirmeyi gerektirir. Wertheimer (1923) belli uyarıcıları bir arada nasıl gruplayacağımızı, nasıl yapılandıracağımızı ya da yorumlayacağımızı belirleyen uyarıcı değişkenleri tanımlamıştır. Wertheimer çok sayıda algılama yasası belirlemiştir. Algısal örgütlemeye öne çıkan yasalar şöyledir;(Altıntaş ve Gültekin 2005:139)

1. **Yakınlık yasası;** Birbirine zaman ve alanda yakın olanlar birlikte algılanır, bir bütün oluşturur.
2. **Benzerlik yasası;** Birbirine biçim ve özellikler açısından yakın olanlar birlikte algılanır.
3. **Kapanma yasası;** Alanda bir boşluk varsa, organizma bunu tamamlama ve bütünü sağlama eğilimindedir.
4. **Devamlılık yasası;** Organizma, denge sağlamış bir psikolojik alanı sürdürme eğilimindedir.
5. **Tanışıklık yasası;** Kişi, daha önce tanıdığı yaşantılara benzer olgulara, benzer algılar geliştirmektedir.
6. **Tavır (set) yasası;** Birey psikolojik alana belirli bir tutum, beklenti ve tavır içinde girer.

### 2.2. Kurgusal Yaklaşım

*'Kurgusalçı Yaklaşım'*(constructionist) algılamada en önemli rolü belleğe yüklemektedir. Bu yaklaşıma göre algılama bir kurgu işlemidir. *"Uyarıcıların sinir sistemini etkilemesiyle oluşan "duyum"lar (sensations), bellekte depolanan bir kısım bilgilerin seçilmesi, irdelenmesi ve bu duyumlara eklenmesi ile "algılara dönüştürülür. Belli bir algının örgütlenmesi, beyinin (Gestalt'çuların önerdiği gibi) kurgulama işlemidir."*(İnceoğlu 2010:106)

Kurgusalçı yaklaşımçılar, savlarını ispat etmek için kimi gündelik deneyimlerden yararlanmışlardır. Sözelimi, kafamızı sağdan sola çevirecek olursak, her defasında yeni birtakım nesnelere görürüz. Ancak, *"beynimizde oluşan görüntü, üst üste çekilmiş fotoğraflara benzemez. Çünkü, tıpkı bir bilgisayar gibi kendisine gelen bilişimi (information) irdeleyen beyin, bu değişik resimlerden tek bir görüntü 'kurgulamayı' gerçekleştirir."*(İnceoğlu 2010:107) Bu alanda son yıllarda gerçekleştirilen araştırmalarda da algılamanın salt bir duyu organına dayanmadığına yönelik sonuçlara ulaşılmaktadır. Kurgusal yaklaşımı destekleyecek şekilde, birtakım algıların

gerçekleşmesinde tüm duyuların ortak işlevselliğine ilişkin bulgular elde edilmiş bulunmaktadır.(İnceoğlu 2010:107)

### 2.3. Öğrenme Yaklaşımı

Epistemoloji ve bilişsel gelişim alanında tanınmış ünlü İsviçreli psikolog Jean Piaget, Genetik Epistemoloji Merkezi'nin çalışmaları sırasında algılama ve öğrenme ile ilgili yeni bulgulara ulaşmıştır. Psikolog, “algılama ve öğrenmeyi de içermek üzere her türlü bilginin, ancak bireysel etkinliklerin birtakım mantık-matematik yapılar çevresinde örgütlenmesiyle kazanılabileceğini göstermiştir.” Piaget’ye göre;

Deneyimle edinilen görgül bilgi, mantık-matematik yapılardan bağımsız biçimde var olamaz, çünkü, bireyin ve insan türünün varolma çabası açısından bir anlam taşıyamaz. Dolayısıyla algılama, kesinlikle bazı çıkarsamalarla (mantıkmatematik yapılarla bağıntılı biçimde edinilmiş bilgilere dayanarak yapılan yorumlarla) iç içedir. Algılama ile bilgi birikimi arasındaki etkileşim, içselleştirme (assimilation) uygunlaştırma (accomodation) yoluyla sağlanır. Algılama mekanizmaları mantık-matematik yapılar ve süreçlerle belirlenirken, duyuşsal kayıtların algı-bilgiye dönüşmesinde (yani öğrenmede) temel ölçüt, deneyimin sonuçlarının birey tarafından anlaşılması, yani kullanılabilir hale getirilmesidir.(İnceoğlu 2010:108)

Subjektif zihinsel bir işlem olarak algılama, dışsal bir olgunun yorumlanması işlemidir. Dolayısıyla, zihinsel bir işlemle anlam yeniden oluşturulmuş olur. Ve burada algılama dışsal bir gerçekliği değil, dış gerçekliğin subjektif yorumunu ifade eder. Bu nedenle algılamada sadece dışsal uyarıcı işlevsel değildir, bireyin paradigması, bir başka ifadeyle geçmiş deneyimleri, eğitimi, beklentileri de işlevsel olmaktadır. Paradima ya da yaşam deneyim alanı içerisinde “yer alan ve kişinin algılama alanını oluşturan öğelerin ve etkenlerin tümüne birden de ‘*algı set*’i adı verilmektedir. Algı seti içerisinde yer alan ve algılamayı etkileyen her tür öğe ve etken ise daha önce de söz edildiği üzere hep birlikte algılamanın örgütleyici öğelerini oluştururlar. O halde herhangi bir uyarıcının, birey tarafından algılanması, onun, söz konusu örgütleyici öğeler içerisinde işlevselleşmesi demektir.”(İnceoğlu 2010:108)

Bilişsel süreçte etkide bulunacak; tavır, tutum ve davranışlarında değişiklik yapacak öğelerin edinimi ya da öğrenimi yeni bir inceleme alanı değildir. İnsanların birbirlerinden öğrenmesi ve bu öğrenim sürecinin işleyişi yeni tartışma konularından değildir. Chicago Okulu düşünürlerinden John Dewey de bu konu üzerinde özellikle yoğunlaşmıştır. Ancak insanlar çevrelerinden gördükleri her davranışı içselleştirmezler.

Bireyler daha çok kendi karakteristik özelliklerine sahip, benzer yaşam deneyimi olan insanlardan daha fazla etkilenmektedirler. Öğrenme yaklaşımına göre, zihinsel işlemlerle gerçekleşen insan davranışında, yakın ve benzer çevreler çok daha belirleyici olmaktadır.

### 3. İLETİŞİMDE ALGI YÖNETİMİ

Her iletişim eyleminin asıl amacı hedef kitle üzerinde belirli bir etki yaratabilmektir. Bu anlamda aslında iletişim algı yönetimi olarak kabul edilmelidir. Toplum bilimcilerde de hedef kitleleri etkilemenin üç önemli yöntemi bulunmaktadır: Zor kullanma, para ile satın alma ve inandırma (ikna etme). Zor kullanma ve para ile satın alma etik dışı bir eylemlerdir. İnandırma/ikna etme ise en etik tavır olarak iletişim yoluyla etkide bulunmanın yoludur. Kamuoyunu etkileme, yönlendirme amaçlı iletişim eyleminde de halkla ilişkiler en işlevsel rolü oynamaktadır. Günümüzde de halkla ilişkiler çalışmalarını algı yönetimi çerçevesinde değerlendirme eğilimi artırmıştır. Bu bağlamda, gerek ikili ilişkilerde gerekse kitle iletişiminde inandırmanın ya da ikna etmenin algıyla bağlantısını kurmak gerekmektedir.

Bugün algı yönetimine toplum mühendisliği çerçevesinden yaklaşıldığı da görülmektedir. Bu perspektiften yaklaşıldığında agılama yönetimi uygulamalarının tarihsel sürecinin çok eskilere dayandığı anlaşılmaktadır.

“Algı Yönetimi” kavramı ABD Savunma Bakanlığı'na bağlı birimler tarafından terminolojiye kazandırılmıştır. “ikna ve inandırma faaliyetleri” olarak tanımlayabileceğimiz algı yönetimi 21. yüzyılın en etkin gücü konumuna ulaşmıştır.

Devletler bölgesel ve küresel bir güç olmak, iktidarlarının ve politikalarının meşruiyetini sağlamak için; kurumlar ve fertler ise itibarlarını yükseltmek, faydalarını arttırmak için hedef kitleleri ikna etmenin ve onlara kendi gözlerinden dünyaya bakmalarını sağlamanın yollarını ararlar. Bu yolların en etkili de algıları değiştirmek ve hangi algının yerleşmesi isteniyorsa hedef kitleye o algının kazandırılma yöntemlerini uygulamaktır.

(www.kokludegisim.net/21.12.2015)

Algı iletişim yönetimi ile gerçekleştirilir, bir anlamda algıyı yönetmek iletişimi yönetmek anlamına gelir. Günümüz küresel yapılanmada artık en öne çıkan durum algı yönetiminde teknolojik kullanımdır. Teknolojik üstünlük algı inşasında başat rol oynamaya başlamıştır. Bu anlamda değişen ve gelişen teknolojiyi anlamak, daha etkin kullanmak çok daha güçlü algı yönetimi yaratmaya olanak tanıyacaktır. Bu nedenle,

ilgili kamuoylarında güçlü, anlamlı, olumlu izlenimler oluşturabilmek için medya yönetiminde de etkili olmak gerekmektedir. Bu amaçla da, doğru medya planlaması doğrultusunda farklı mecralarda kullanılan mesajların güvenilirliğine, geçerliliğine oldukça büyük önem göstermek gerekmektedir.

### **3.1. Algı Yönetimin Aşamaları**

Etkilenmek istenen bireylerin algılarının nasıl oluştuğu iletişim süreci açısından oldukça önemlidir. Aynı zamanda bu süreçte iknanın gerçekleşebilmesi için, algılamaya bağlı olarak bireyi harekete geçirecek motiv (güdü), tutum değişimi ya da pekiştirilmesi vb. konular da önemle dikkate alınmalıdır.

Algılama yönetiminde hedeflenen sonuçlara ulaşabilmek adına stratejik hareket etmek gerekmektedir. Ancak stratejik planlama ile başarılı sonuçlara ulaşılabilir. Bu nedenle algılama yönetimini aşamalı uygulamakta büyük yarar vardır.(Saydam, 2005: 243) Bu bağlamda, etkili algı yönetiminde hedef kitlenin kültürü, değerleri ve tutumlarını göz önünde bulundurma; yalın ve anlaşılır mesaj oluşturma; araştırma yapma; doğruları konuşma; tekrarlama; farklı olma; görselliği önplana çıkarma; duygulara ve bilinçaltına yönelme aşamaları dikkate alınmalıdır.

Sonuç olarak, uygulamada etkili bir algı yönetimi için aşağıdaki süreçlerin hayata geçirilmesi büyük önem taşımaktadır:(Saydam 2005:82)

- Ele alınan işin sonucunu ve hedeflerini etkileyebilecek bütün sosyal paydaşların belirlenmesi.
- Esas olarak yönetilecek konuların ana hatlarıyla belirlenmesi.
- Bu konular doğrultusunda sosyal paydaşlar üzerinde duygusal etki yaratacak mesajların belirlenmesi.
- Sosyal paydaşların beyinlerine ve kalplerine ulaşacak temel iletişim tekniklerinin belirlenmesi.
- Mevcut algının tespit edilmesi, odaklanılmış mesajların yaratılması ve istenilen davranış biçimleri ile ölçülebilir sonuçların elde edilmesi.
- Mesajı belirlerken karşı tarafın ne algıladığının dikkate alınması, karşı tarafın algılama engellerinin tanımlanması.
- İletişim alanındaki mevcut akımların mesajın algılanmasına etkisinin belirlenmesi.
- Aktif olarak karşı tarafın dinlenmesi ve karşılıklı diyalogun algılamaya etkisinin bilincinde olunması
- Hedef kitlelerle çift yönlü simetrik iletişim içinde olunması.
- Hedefle ilgili ortak aklın oluşturulması ve geri bildirimlerden yararlanılması.
- Mesaj oluşturulurken kullanılan üslupta hedef kitlenin değer, tutum ve kültürünün dikkate alınması.

Hiç şüphesiz son yıllarda iletişim alanında kullanılan en etkili kavram ‘algı yönetimi’ (perception management)’dir. Her geçen gün önemi ve değeri daha iyi anlaşılan algılama yönetimi, ikna edici iletişim için kullanılması gereken tekniklerin bütünü olarak da tanımlanmaktadır. Tüm bu çerçevesi ile algı yönetiminin kamu diplomasisi açısından öncelikle ele alınması gereken bir inceleme alanı olduğu açıktır. Dış kamuoylarında olumlu izlenimler yaratabilmek için algı yönetiminde başarılı adımların atılması gerekliliği tartışılmazdır. Bu bağlamda kamu diplomasisinde etkin olan yapıların algı yönetimi uygulamalarında yetkin olabilmeleri konusunda gerekli altyapıların oluşturması gerekmektedir.

#### **4. TOPLUMSAL ALGI VE EĞİLİM ARAŞTIRMALARI**

##### **4.1. Türkiye’nin Orta Asya’daki Sosyo-politik Konumu**

Sovyetler Birliği’nin dağılmasının ardından 8 Aralık 1991 tarihinde Bağımsız Devletler Topluluğu (BDT)’nin kurulması üzerine Türkiye, yeni bağımsız Türk Cumhuriyetleri’ni resmen tanıyan ilk ülke olmuştur. Bölge ülkeleriyle ortak kültürel, dilsel ve dinsel bağlarına karşın Türkiye’nin 1989 öncesi Orta Asya Cumhuriyetleri ile hiçbir ilişkisi olmamıştır. BDT’nin kurulmasından ardından kısa süre içerisinde bu ülkelerde dış temsilciliklerini açmıştır.(Karpaz 2003:239) Dışişleri Bakanlığı bünyesinde 1992 yılında kurulan TİKA ile birlikte de bölge ülkeleri ile ekonomik ve kültürel işbirliklerini artırmaya başlamıştır.

Türkiye’nin Başbakanlığa bağlı faaliyet gösteren İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı (TİKA)’nın kuruluşunda diğer dünya ülkelerine göre geç kaldığı anlaşılmaktadır. Sözgelimi, “*Birleşik Krallık/FCO (1868), Kanada/CIDA (1949), Japonya/OTCA(JICA) (1962), Almanya/GTZ (1975) gibi ülke kuruluşları, öncelikle eski sömürge ya da tarihsel/coğrafi iletişim ağları üzerine odaklanan bir işbirliği ve yardım mekanizması tesis etmişlerdir.*”(Akçay 2012:135) Buna rağmen, TİKA’nın kuruluşundan bu yana, son yirmi yıl içerisinde dikkate değer bir işbirliği ve yardım portföyü oluşturmuş olduğu görülmektedir. Bu etkili çalışma dinamiği belki biraz geleneklerimize dayalı yardım ya da dayanışma kültürüne bağlanabilir.

Sovyetler Birliği’nin dağılması gerçekten de Türk dış politikası için yeni programların yaratılmasına yol açmıştır. Ancak ilk dönemlerde Türkiye’nin bölgedeki Türk dünyası ile ilişkilerinin stratejik olmaktan daha çok psikolojik boyutta ilerlediği görülmüştür. Bu nedenle, Orta Asya’daki akraba toplulukları ile ilişkilerin rasyonel



adımlarla reel politik zemine kayması zaman almıştır. Bu durumun açık göstergesidir ki, uzun süre düzenlenen Türk dünyası zirvelerinde daha çok kültürel ortaklıklar üzerinden hareket edilmiş, politik ve güvenlik işbirlikleri geri planda bırakılmıştır. Hatta, “*Türk Cumhuriyetlerinin Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti’ni resmen tanımaya dair gönülsüzlükleri de ortak bir politik eksen oluşturulamayışının kanıtı olarak sunulmaktadır.*”(Akçay 2012:148)

Ancak, ağırlıklı olarak kültürel de olsa Türkiye’nin tüm bu adımları Orta Asya ve Kafkasya’da etnik temele dayalı işbirlikleri oluşturmasına yol açacağı nedeniyle Rusya Federasyonu tarafından endişe ile karşılanmakta ve bölgedeki etkililiğine, siyaseten karar verici rolüne tavizsiz devam etme refleksi yaratmaktadır. Aynı zamanda, Batılı ekonomik çevrelerin de bölgede büyük yatırımlar yapmaya başlaması Türkiye’nin bölgedeki ekonomik işbirliklerinin ve siyasal aktör olarak etki gücünün genişlemesine engel oluşturmaktadır. (Karpat 2003:241)

Bu konjonktürel yapıya rağmen, Orta Asya Türk dış politikasında TİKA’nın faaliyetleri tahmin edilenden daha etkili rol oynamaktadır. Tezin 3. bölümünde TİKA’nın bağımsızlık sonrası Türk topluluklarındaki faaliyetleri ile ilgili geniş bir analizi bulmak mümkündür. Söz konusu analizde de görüleceği gibi, TİKA bölgede farklı alanlarda yürüttüğü çok sayıda faaliyetleri aracılığıyla Türk dış politikasının ‘*hard-diplomasi*’ karakterine ‘*soft-diplomasi*’ boyutu kazandırmayı sağlamıştır. Dolayısıyla, bölge ülkelerinde Türkiye’nin dış politikasının ağırlıklı kalkınma yardımları diplomasisine yönelmesi ile artık daha ‘*proaktif*’ bir yapıya kavuştuğunu belirtmek olasıdır.

#### **4.2. Saha Çalışması Olarak Kırgızistan’da Türkiye Algısı Araştırması**

Araştırmanın inceleme alanı, çalışmanın amacı dolayısıyla Kırgızistan’da Türkiye’nin kurumlar aracılığı ile yapmış olduğu etkinliklerini/faaliyet alanlarını dikkate alarak Kırgızistan’ın başkenti Bişkek’te Eğitim Sektöründe (Üniversiteler), Sağlık Sektöründe, Medya Sektöründe, Tarım ve Hayvancılık Sektöründe, Güvenlik (asker/polis) Alanında, Dini Hizmet Alanında ve İş Dünyasında çalışanlar olarak belirlenmiştir. Söz konusu sektörlerdeki çalışanlar ile 2015 yılı Eylül-Ekim aylarında niceliksel yöntemle gerçekleştirilen araştırmada veriler görüşme klavuzu (anket) yoluyla elde edilmiştir. Yüz yüze yapılan anket uygulamasında toplam 700 adet dağıtılmış, ancak geriye dönen anket sayısı 640 olmuştur. Söz konusu toplam 640 adet anketin veri girişi sırasında 29 adet ankette tutarsızlıklar olduğu saptanmıştır. Daha

sonra tutarsız olan anketler çıkartılarak 611 adet anket sonuçları SPSS programına aktarılmış ve ardından veriler niceliksel analiz tekniklerine tabi tutularak elde edilen verilerin, yani bulguların değerlendirilmesi ve de araştırma raporunun hazırlanması aşamasına geçilmiştir.

Araştırma raporu, bir araştırma projesinin metotlarını ve bulgularını başkalarına aktaran yazılı belgelerdir, ya da yazılı belgeye dayalı sözlü sunumdur.(Neuman, 2009:707) Aynı zamanda araştırma sonucu elde edilen verilerin, belli yöntemlerle analizi yapılarak ve elde edilen bulgulara dayanılarak değerlendirmeleri yapılır, sonuçlar çıkartılır, öneriler sunulur ve bu bulgular gerek grafik gerek ise tablo ve şekiller kullanılarak aktarımı yapılır.(Erdoğan, 2007:387)

Bu araştırmada ise verilerin işlenerek sunumu şu şekilde olacaktır. Öncelikle, soru formunun birinci bölümünü oluşturan katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine ait veriler oransal frekans dağılım tablolarıyla gösterilerek gerekli değerlendirmelerde bulunulacaktır.

Soru formunun ikinci bölümünde Genel Türkiye Algısına ilişkin, 7'li Likert ölçekle (Tamamen Katılmıyorum 1'den, Tamamen Katılıyorum 7'ye kadar) ve 11'li (0-10 aralığındaki ifadelerle ortalama katılım düzeylerini göstermektedir) ölçekle oluşturulan sorular yer almaktadır. Söz konusu bölümde, Türkler hakkında genel bilgi düzeyini oluşturan özellikler yüzde-frekans dağılım değerleri, yine ikinci bölümde yer alan Türkler ile özdeşleştirilen kişilik özelliklerine ilişkin soruların katılımcılar tarafından ne şekilde değerlendirmelerde bulunulduğu yüzde-frekans dağılımları, betimleyici istatistikleri (aritmetik ortalamaları, standart sapmaları ve soruların önem seviyeleri) tablo şeklinde sunumu yapılarak gerekli açıklamalar yapılmıştır.

İkinci bölümde yer alan Türkiye hakkında genel bilgi düzeyini oluşturan özellikler ise yüzde-frekans dağılımları, aynı zamanda Türkiye ile özdeşleştirilen (siyasal, ekonomik ve yaşamsal gelişmişlik) değerlere yapılan değerlendirmelerin yüzde-frekans dağılımları, betimleyici istatistikleri (aritmetik ortalamaları, standart sapmaları ve soruların önem seviyeleri) tablo şeklinde sunumu yapılarak gerekli yorumlamalar aktarılmıştır.

Genel Türkiye Algısı içerisinde yer alan Türkiye'nin Turizm (Destinasyon) İmajına ilişkin ve Türk Menşeli Ürünlere ilişkin sorulara yapılan değerlendirmeler

yüzde-frekans dağılımları, betimleyici istatistikleri (aritmetik ortalamaları, standart sapmaları ve soruların önem seviyeleri) tablo şeklinde sunumu yapılarak gerekli yorumlamalar yapılmıştır.

Aynı zamanda, soru formunun ikinci bölümünde yer alan, Türkiye'nin Kırgızistan'da hangi alanlarda etkili olup olmadığına ilişkin soruda, Türkiye adına Kırgızistan'da doğrudan ya da dolaylı olarak faaliyette bulunan ilgili kurumlara ilişkin sorularda ve Kırgızistan ile gerek sosyo-ekonomik gerek ise sosyo-kültürel alanda işbirliği içinde olan ülkeler ile ilgili sorularda 11'li (oldukça bilgisiz/oldukça etkisiz/oldukça olumsuz 0'dan, oldukça bilgili/oldukça etkili/ oldukça olumlu 10'a) ölçekleme ile veriler elde edilmiştir. Söz konusu sorulara ilişkin ifadeler yapılan değerlendirmelerin ortalama katılım düzeyleri alınıp değerlendirmeleri yapılmıştır.

Ayrıca, soru formunun birinci bölümünde yer alan katılımcıların sosyo-demografik özellikleri, yani bağımsız değişkenler ile soru formunun ikinci bölümünde yer alan Türkiye algısına ilişkin değişkenler arasında 0.05 anlamlılık düzeyinde bir farklılık olup olmadığının analizinde ise, parametrik testlerden olan, "t" testi ile "varyans (anova)" analizi kullanılmıştır.

Soru formunun ikinci bölümünde son olarak Türkiye algısına ilişkin, izlenen Türk televizyonları, dinlenen Türk radyoları, okunan Türk gazeteleri ve izlenen Türk dizi/film gibi açık uçlu sorular sorulmuştur. Söz konusu açık uçlu sorulara katılımcılar tarafından verilen cevaplar kategoriye ayrılarak değerlendirilmeleri yapılmıştır.

Bu analizlerin dışında araştırmada kullanılan ölçeğin güvenilirlik durumunu belirlemede *Cronbach Alpha* katsayısı hesaplanmıştır.

**Tablo 73.** Güvenilirlik Analizi

<b>Cronbach Alpha Katsayısı</b>	<b>Toplam</b>
,949	45

Tablo 73'de görüldüğü üzere güvenilirlik katsayısı 0.95 çıkmıştır. Söz konusu değer "1" e yakın bir değer olduğundan anketin yüksek derecede güvenilir olduğuna ve istatistiksel açıdan da araştırmada kullanılmasına karar verilmiştir.

#### 4.2.1. Araştırmanın Bulguları ve Değerlendirmesi

##### 4.2.1.1. Araştırmaya Katılanlarla İlgili Genel Bilgiler

Araştırmaya katılanların *cinsiyet, yaş medeni durum, eğitim seviyesi, gelir düzeyi, Türkçeyi bilme düzeyi, Türkiye'ye gitme durumu, eğer Türkiye'ye gidilmişse hangi amaçla* olduğu gibi durumlara ilişkin özelliklerin frekans dağılımları tablo 74'de yer almaktadır.

**Tablo 74.** Araştırmaya Katılanlarla İlgili Tanıtıcı Bilgilere İlişkin Frekans ve Yüzde Dağılımları

Kişisel Bilgiler		Frekans	Yüzde(%)
Cinsiyet	Kadın	326	53.4
	Erkek	285	46.6
Yaş	20 Yaş altı	-	-
	20-29	155	25.4
	30-39	224	36.7
	40-49	134	21.9
	50-59	78	12.8
	59 Yaş üstü	20	3.3
Medeni Durum	Evli	394	64.5
	Bekar	217	35.5
	Lise	50	8.2
	Lisans	394	64.5
	Yüksek Lisans	62	10.1
	Doktora ve üstü	105	17.2
Gelir Düzeyi	Alt gelir grubu	111	18.2
	Orta gelir grubu	379	62
	Ortanın üstü gelir grubu	106	17.3
	Üst gelir grubu	15	2.5
Türkçeyi Hangi Düzeyde Biliyorsunuz?	Alt düzey	191	31.3
	Orta düzey	87	14.2
	Üst düzey	45	7.4
	Hiç bilmiyorum	288	47.1
Türkiye'ye Gittiniz mi?	Bir kez	77	12.6
	Birkaç kez	72	11.8
	Çok kez	23	3.8
	Hiç gitmedim	439	71
Eğer Türkiye'ye gitmiş iseniz hangi amaçla? (Çoktan seçmeli)	Turistik	83	13.6
	İş	49	8.0
	Eğitim	64	10.5
	Diğer	9	1.5
Bir Türk ile tanıştınız mı?	Evet	385	63
	Hayır	226	37
Türk arkadaşınız var mı?	Evet	208	34
	Hayır	403	66

Tablo 74’de görüldüğü üzere, ankete katılan toplam 611 kişinin 326’sını (%53.4) kadınların oluşturduğu görülmektedir. Erkek katılımcıların oranı ise % 46.6’dır. Bu durum yaklaşık % 6 oranında örnekleme kadınların erkeklerden fazla olduğunu göstermektedir.

Aynı zamanda, ankete katılanların yaş dağılımlarına baktığımızda katılımcıların 1/3’i gibi sayının, yani 224 kişinin 30-39 yaş aralığında, daha sonra 155 kişi, yani % 25.4’ünün 20-29 yaş aralığında, bir diğer büyük çoğunluğunun ise, yani 134 kişinin 40-49 yaş aralığındaki kişiler oluşturmaktadır. Tablo 74’e baktığımızda en az yaş aralığı % 3.3 ile, yani 59 yaş üstü kişilerin oluşturduğunu görmekteyiz. Tabloya baktığımızda örnekleme yer alan katılımcıların 20-49 yaş aralığında toplandığı görülmektedir.

Örnekleme yer alan katılımcıların bir diğer demografik özelliği olan medeni duruma bakıldığında ise, ankete katılan toplam 611 kişinin % 64.5’ini evli, % 35.5’ini ise bekarlar oluşturmaktadır.

Ankete katılan Kırgızistan vatandaşların eğitim seviyesine bakıldığında, en çok 394 kişinin yani % 64.5’inin lisans düzeyinde bir eğitim seviyesine sahip olduğu görülmektedir. Daha sonra ise yüzde 17.2 ile, yani ankete katılan 105 kişinin doktora ve üstü bir eğitim seviyesine sahip olduğu ve 62 kişinin ise yüksek lisans seviyesinde bir eğitimleri olduğu görülmektedir. Ankete katılan 611 Kırgızistan vatandaşından 50’sinin ise lise eğitim seviyesinde olduğu görülmektedir.

Katılımcıların diğer bir özelliği ise, gelir düzeyi ile ilgilidir. Örnekleme oluşturan 611 kişinin 379’u yani % 62’si kendilerini orta gelir grubuna dahil etmekte olduğunu görmekteyiz. Toplam 611 katılımcıdan geri kalanının ise 111’i yani % 18.2’si alt gelir grubunda, 106’sı yani % 17.3’ü ortanın üstü gelir grubunda yer almaktadır. Anket katılımcılarının içinde kendilerini üst düzey gelir grubuna dahil edenlerin oranı ise % 2.5’dür

Araştırma katılımcıları ile ilgili çalışmanın da amacı doğrultusunda sorulan bir başka soru ise, katılımcıların Türkçeyi hangi düzeyde bildikleri üzerinedir. Katılımcıların değerlendirmelerine bakıldığında, 611 kişinin neredeyse yarısının, yani % 47.1’inin Türkçeyi hiç bilmediği görülmektedir. Ancak katılımcıların diğer yarısına bakıldığında, alt düzey Türkçe bilenler 191 kişi, orta düzey Türkçe bilenler 87 kişi ve üst düzey Türkçe bilenler ise 45 kişidir.

Bir başka katılımcılarla ilgili soru Türkiye'ye gidip gitmediklerine ilişkindir. Araştırmaya katılan 611 kişiden 439'u yani % 71'i Türkiye'ye hiç gitmediklerine dair bir değerlendirmede bulunmuşlardır. Bu durum katılımcıların büyük çoğunluğunun Türkiye'ye gitmediğini göstermektedir. Türkiye'ye bir kez gittim diyenlerin sayısı 77, birkaç kez gittim diyenlerin sayısı 72, çok kez gittim diyenlerin sayısı ise 23'dür. Genel olarak baktığımızda örnekleme oluşturan Kırgızistan vatandaşlarından, Türkiye'ye en az bir defa giden katılımcıların toplam oranı % 29'dur.

Katılımcıların Türkiye'ye gidip gitmedikleri sorusuna ilişkin diğer bir soru ise hangi amaçla Türkiye'ye gidildiği üzerinedir. Çoktan seçmeli olan bu soruda turizm, iş, eğitim ve diğer kategorileri yer almaktadır. Tablo 74'de katılımcıların bu soruya ilişkin değerlendirmelerine bakıldığında ise, 83 kere turizm amaçlı, 64 kere eğitim amaçlı, 49 kere ise iş amaçlı gittiği görülmektedir. Aynı zamanda diğer kategorisini işaretleyen 9 katılımcıdan 4'ünün misafir olarak gittiklerini belirttikleri görülmektedir.

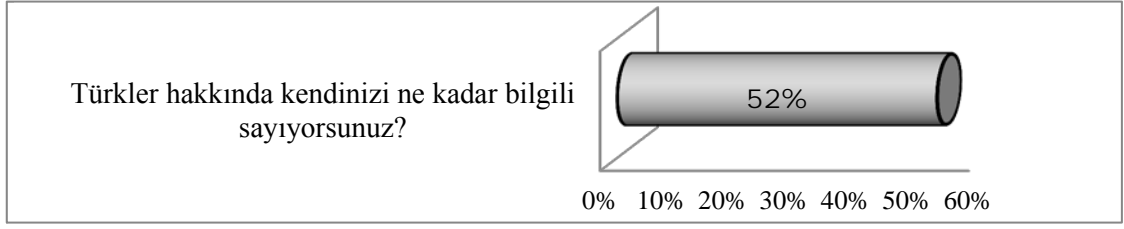
Tablo 74'de yer alan yine araştırmanın amacına bağlı bir başka soruda ise, katılımcıların bir Türk ile tanışmış olma durumları sorgulanmaktadır. Katılımcıların değerlendirmelerine bakıldığında, araştırma örneklemindeki 611 kişiden 385'i bir Türk ile tanışmış olduğunu, 226 kişi ise herhangi bir Türk ile tanışmışlığının olmadığı değerlendirilmesinde bulunmuştur.

Bir başka soru ise katılımcıların bir Türk ile arkadaşlıkları olup olmadığı üzerinedir. Söz konusu soruya verilen değerlendirmelere bakıldığında ise, 208 kişi bir Türk ile arkadaşlıklarının olduğunu ancak 403 kişi ise herhangi bir arkadaşlıklarının olmadığını ifade etmişlerdir. Genel olarak tablo 2'de söz konusu soruya ilişkin değerlendirmelere bakıldığında örnekleme temsil eden katılımcıların 1/3'i bir Türk arkadaşı olduğunu, ancak 2/3'si herhangi bir Türk ile arkadaşlıklarının söz konusu olmadığını belirttikleri görülmüştür.

#### **4.2.1.2. Kırgızistan'da Türkiye Algısına İlişkin Değişkenlerin Tanımlayıcı İstatistik Bilgileri**

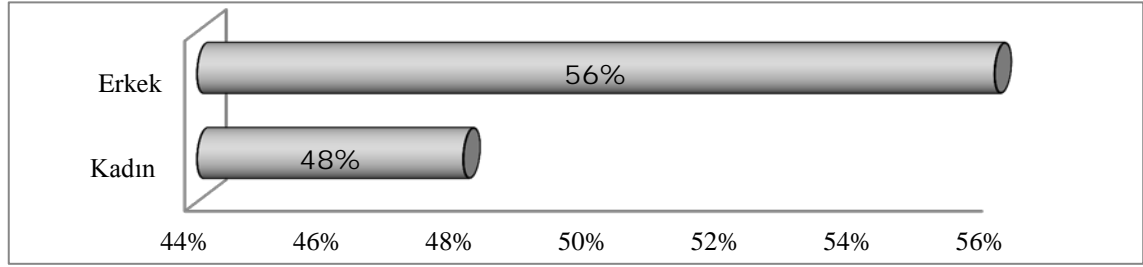
Araştırmanın bu aşamasında anket formunun ikinci bölümünde Kırgızistan'da *Türkiye Algısının* genel durumunu betimleyen değişkenlere ilişkin katılımcıların verdiği değerlendirmeler yer almaktadır.

**Grafik 25.** Katılımcıların Türkler Hakkındaki Bilgi Seviyesine İlişkin Ortalama Katılım Düzeyi(%)



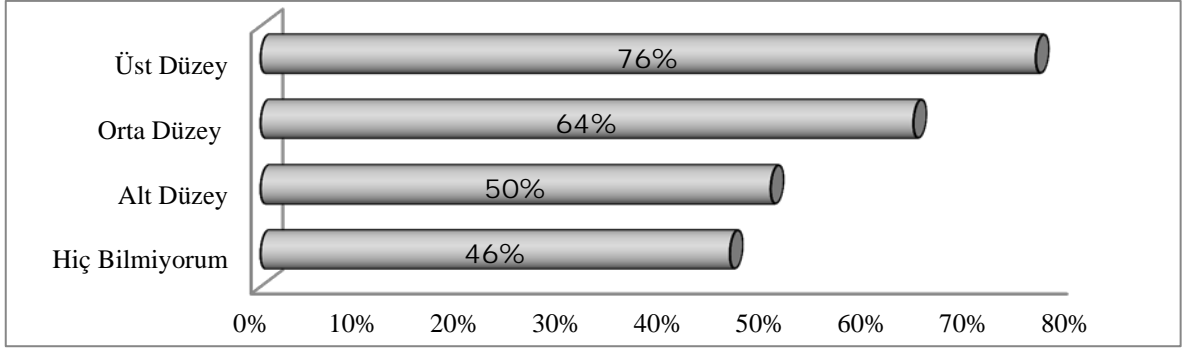
Grafik 25’de, araştırmaya katılan 611 kişiden 598 kişinin değerlendirmede bulunduğu, “*Türkler hakkında kendinizi ne kadar bilgili sayıyorsunuz*” sorusunun 11’li (0-10 aralığında) bilgi seviyesi ölçeğine katılımcıların ortalama katılım düzeyi % 52’dir. Bu sonuç araştırmaya katılanların kendilerini Türkler hakkında bilgi seviyesini % 52 düzeyinde saydıklarını göstermektedir.

**Grafik 26.** Katılımcıların, Cinsiyete Göre Türkler Hakkındaki Bilgi Seviyesinin Farklılaşması(%)



Söz konusu “*Türkler hakkında kendinizi ne kadar bilgili sayıyorsunuz*” sorusuna ilişkin katılımcıların cinsiyetine göre ne kadar bir farklılaşma olduğuna dair bulgular grafik 26’da de görüldüğü gibi, toplam 598 kişiden 318 kadın katılımcı, % 48 düzeyinde, Türkler ile ilgili bilgi seviyeleri hakkında değerlendirmede bulunmuşlardır. Söz konusu soruya değerlendirmede bulunan 280 erkek katılımcıların Türkler hakkında bilgi seviyeleri % 56 düzeyinde çıkmıştır. Bu değerlendirmeler cinsiyete göre bilgi seviyesinde kısmen bir farklılaşmanın olduğunu, bir başka ifadeyle araştırmaya katılan erkek katılımcıların kadın katılımcılara göre Türkler hakkında daha çok bilgi sahibi olduklarını göstermektedir.

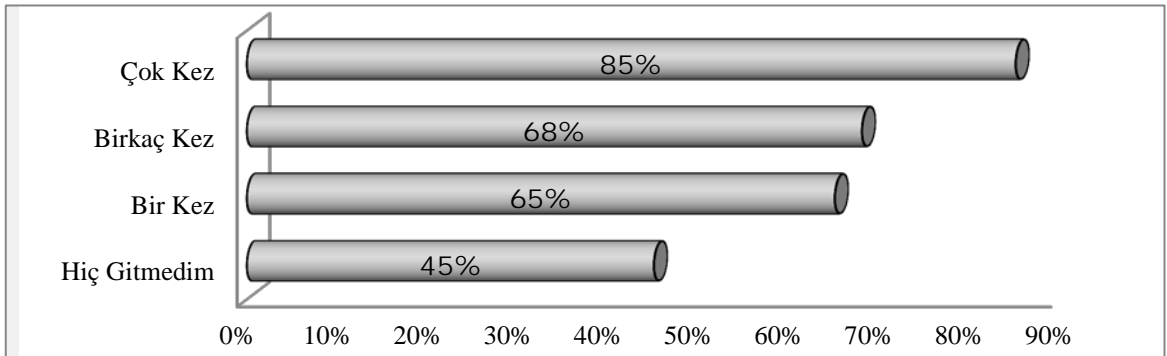
**Grafik 27.** Katılımcıların, Türkçeyi Bilme Düzeyine Göre Türkler Hakkındaki Bilgi seviyesinin Farklılaşması(%)



Toplam 611 kişiden 598 kişinin değerlendirmede bulunduğu “*Türkler hakkında kendinizi ne kadar bilgili sayıyorsunuz*” sorusuna ilişkin katılımcıların, Türkçeyi bilme düzeylerine göre bir farklılaşma olup olmadığına dair bulgulara bakıldığında, 188 alt düzey Türkçe bilenlerin ortalama katılım düzeylerinin % 50 olduğu görülmektedir. Orta düzey bilen 83 kişinin söz konusu soruya katılım düzeyleri % 64’dür. Toplam 593 kişiden 45’ini oluşturan üst düzey Türkçe bilenlerin katılım düzeyleri % 76’dır. Araştırmaya katılan ve Türkçeyi hiç bilmediklerini ifade eden toplam 282 kişinin değerlendirmeleri ise % 46’dır.

Grafik 27’de de görüldüğü üzere yukarıda yer alan kategoriler arasında “*Türkler hakkında kendinizi ne kadar bilgili sayıyorsunuz*” sorusuna ilişkin değerlendirmelerde farklılaşma söz konusudur. Genel olarak bakıldığında, Türkçeyi hiç bilmeyen kategorisinden üst düzey Türkçe bilmeye gidildikçe bilgi seviyesinin arttığı görülmektedir. Dolayısıyla Türkçe bilenlerin Türkler hakkındaki bilgi seviyelerinin daha yüksek olduğu bulgulanmıştır.

**Grafik 28.** Katılımcıların, Türkiye’ye Gitme Durumuna Göre Türkler Hakkındaki Bilgi seviyesinin Farklılaşması(%)



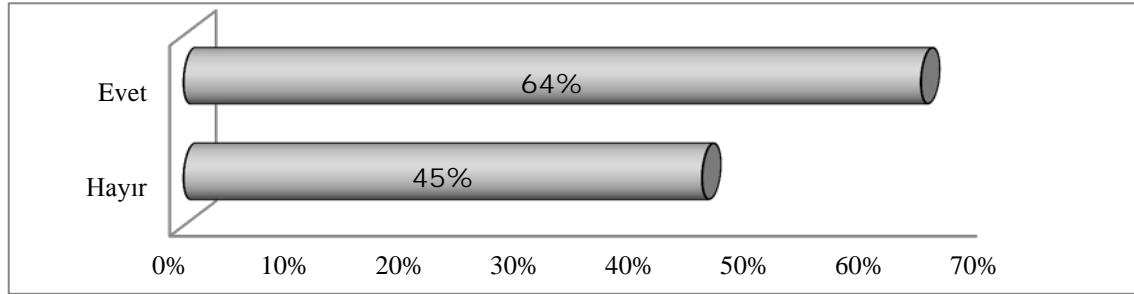
Toplam 611 kişiden 593 kişinin değerlendirmede bulunduğu “*Türkler hakkında kendinizi ne kadar bilgili sayıyorsunuz*” sorusuna ilişkin katılımcıların Türkiye’ye gitme durumuna göre bir farklılaşma olup olmadığına dair bulgulara bakıldığında,



Türkiye'ye bir kez gittim diyen 76 kişinin bilgi seviyesine ilişkin soruya katılım düzeyi % 65 bulunmuştur. Birkaç kez gittim diyen 70 kişinin katılım düzeyi % 65'dir. Çok kez gittim diyen 23 kişinin katılım düzeyi % 85'dir. Türkiye'ye hiç gitmedim diyen 424 kişinin yapmış olduğu değerlendirmelerine bakıldığında, % 45'lik katılım düzeyinde Türkler hakkındaki bilgi seviyesi olduğu görülmektedir.

Grafik 28'de de görüldüğü üzere, Türkiye'ye gidenler ile hiç gitmeyenler kategorileri arasında farklılaşma söz konusudur. Hiç Türkiye'ye gitmeyen katılımcıların Türkler hakkındaki bilgi seviyesinin diğerlerine göre düşük olduğu görülmektedir. Türkiye'ye en az bir defa gidenlerin hiç gitmeyenlere göre Türkler hakkındaki bilgi seviyelerinin daha yüksek olduğu görülmektedir. Dolayısıyla, Türkiye'ye giden kategoriler arasında da bir farklılığın söz konusu olduğu grafik 3'de rahatlıkla görülmektedir. Sonuçta da, Türkiye'ye ne kadar fazla gidilirse, ülkeyle ilgili bilgi seviyesinin de o kadar artacağı anlaşılmaktadır.

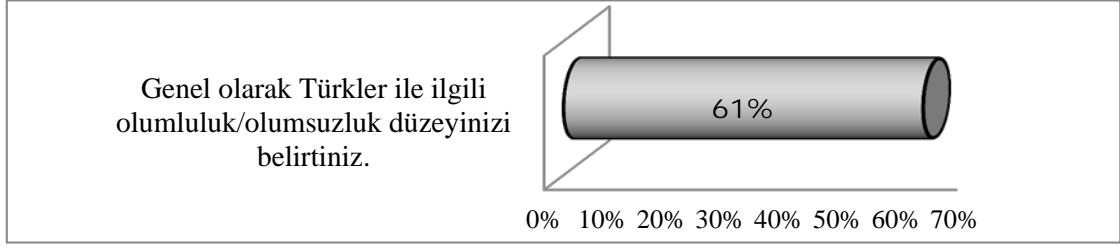
**Grafik 29.** Katılımcıların, Türk Arkadaşı Olma Durumuna Göre Türkler Hakkındaki Bilgi seviyesinin Farklılaşması(%)



*Türkler hakkındaki bilgi seviyesinin* farklılaştığı bir başka durum ise katılımcıların Türk arkadaşı olup olmadığına ilişkin sorgulamadır. Grafik 29'da da görüldüğü üzere, evet Türk arkadaşım var diyen katılımcıların ortalama katılım düzeyi % 64'dür. Hayır Türk arkadaşım yok diyen katılımcıların değerlendirmelerine bakıldığında ise % 45'lik bir katılım düzeyinde olduğu görülmektedir.

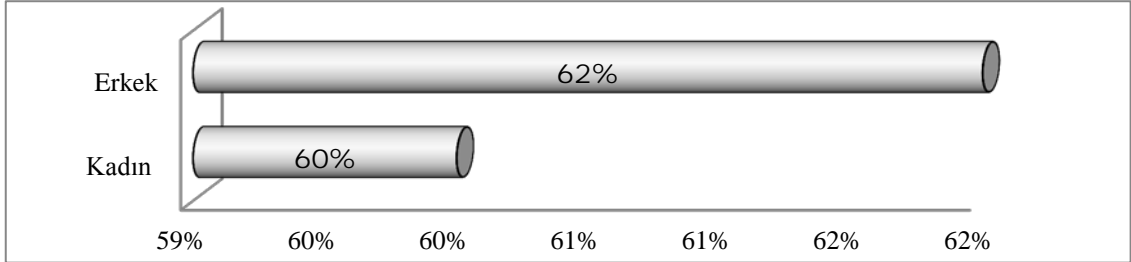
Dolayısıyla, Türk arkadaşı olan birisi olmaya göre Türkler hakkında daha fazla bilgiye sahip olmaktadır. Bu nedenle Türk arkadaşı olma durumunun ülkeyi tanımada etki yarattığı açıktır.

**Grafik 30.** Katılımcıların Türkler ile ilgili olumluluk/olumsuzluk düzeyine İlişkin Ortalama Katılım Düzeyi(%)



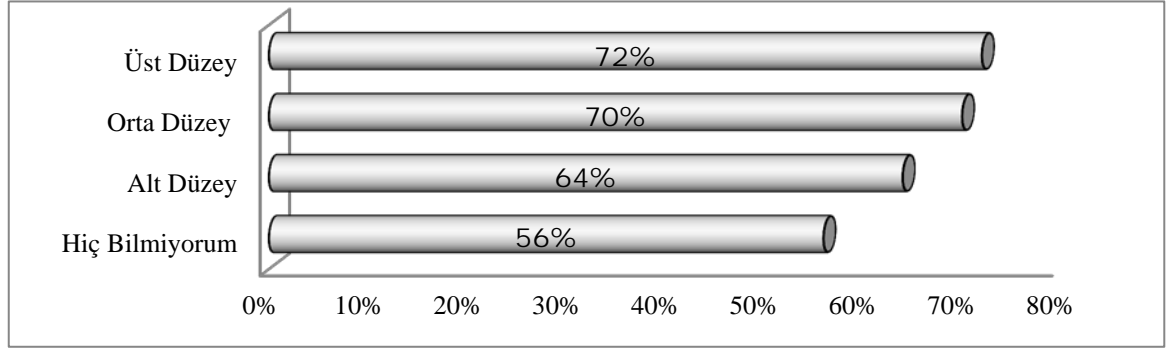
Araştırma formunun ikinci bölümünde yer alan Türkler ile ilgili bir başka soru ise (11’li, 0-10 aralığında) olumluluk/olumsuzluk ölçeği), “*Genel olarak Türkler ile ilgili olumluluk/olumsuzluk düzeyinizi belirtiniz*” sorusudur. Grafik 30’da söz konusu soruya karşı yapılan değerlendirme yer almaktadır. Bu değişkene karşı yapılan değerlendirmelere bakıldığında katılımcılar Türkler ile ilgili olumluluk/olumsuzluk düzeyini % 61 olarak belirlemişlerdir. Katılımcıların bu soruya karşı katılım düzeylerinin % 61 olumlu olduğu anlaşılmaktadır.

**Grafik 31.** Katılımcıların Cinsiyetine Göre Türkler ile İlgili Olumluluk/Olumsuzluk Düzeyinin Farklılaşması(%)



Söz konusu “*Genel olarak Türkler ile ilgili olumluluk/olumsuzluk düzeyinizi belirtiniz*” sorusunun cinsiyet değişkenine göre farklılaşması görülmektedir. Buna göre 314 kadın katılımcının ortalama katılım düzeyi % 62’dir. 279 erkek katılımcının katılım düzeyi ise % 62’dir. Arada sadece % 2 bir farklılaşma görülmektedir. Bu oran çok az olduğu için farklılaşmanın büyük olmadığı, dolayısıyla cinsiyet değişkeninin etkili olmadığı söylenebilir. Bu nedenle, araştırmaya katılan kadın ve erkek katılımcıların Türkler ile ilgili olumluluk/olumsuzluk değerlendirmesinde farklı tutumda bulunmadıkları şeklinde bir değerlendirme yapılabilir.

**Grafik 32.** Katılımcıların Türkçeyi Bilme Düzeyine Göre Türkler ile İlgili Olumluluk/Olumsuzluk Düzeyinin Farklılaşması(%)

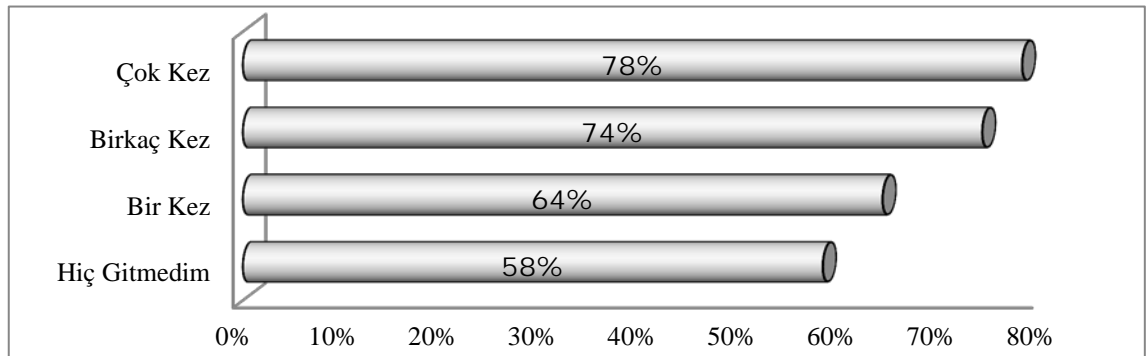


Toplam 611 kişiden 593 kişinin değerlendirmede bulunduğu “*Genel olarak Türkler ile ilgili olumluluk/olumsuzluk düzeyinizi belirtiniz*” sorusuna ilişkin katılımcıların Türkçeyi bilme düzeylerine göre bir farklılaşma olup olmadığına dair bulgulara bakıldığında, 182 alt düzey Türkçe bilenlerin ortalama katılım düzeyleri % 64 çıktığı anlaşılmaktadır. Orta düzey bilen 85 kişinin söz konusu soruya katılım düzeyleri % 70’dir. Toplam 593 kişiden 45 üst düzey Türkçe bilenlerin katılım düzeyleri % 72’dir. Araştırmaya katılan ve Türkçeyi hiç bilmediklerini ifade eden toplam 281 kişinin değerlendirmeleri ise % 56’dır.

Grafik 32’de de görüldüğü üzere yukarıda yer alan kategoriler arasında “*Genel olarak Türkler ile ilgili olumluluk/olumsuzluk düzeyinizi belirtiniz*” sorusuna ilişkin değerlendirmelerde farklılaşma söz konusudur.

Genel olarak bakıldığında, Türkçeyi hiç bilmeyen kategorisinden üst düzey Türkçe bilmeye gidildikçe bilgi seviyesinin arttığı görülmektedir. Bu durum, yani katılım düzeylerinin farklılaşması Türkçe bilenlerin genel olarak Türkler ile ilgili olumluluk düzeylerinin daha yüksek olduğuna yöneltmektedir.

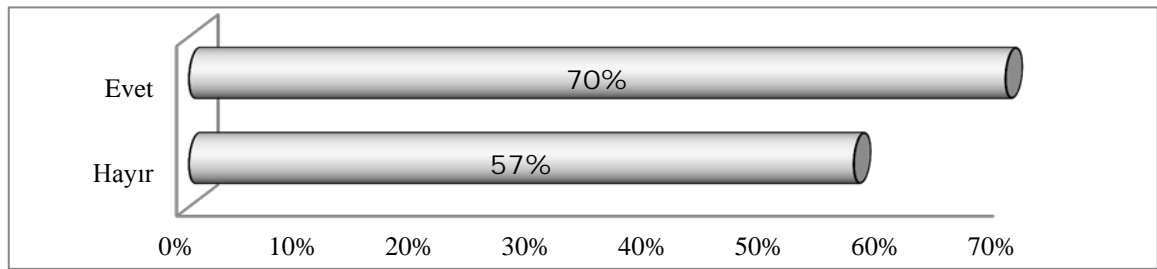
**Grafik 33.** Katılımcıların Türkiye’ye Gitme Durumuna Göre Türkler ile İlgili Olumluluk/Olumsuzluk Düzeyinin Farklılaşması(%)



Toplam 611 kişiden 593 kişinin değerlendirmede bulunduğu “*Genel olarak Türkler ile ilgili olumluluk/olumsuzluk düzeyinizi belirtiniz*” sorusuna ilişkin katılımcıların Türkiye’ye gitme durumuna göre bir farklılaşma olup olmadığına dair bulgulara bakıldığında, Türkiye’ye bir kez gittim diyen 76 kişinin bilgi seviyesine ilişkin soruya katılım düzeyi % 64’dür. Birkaç kez gittim diyen 70 kişinin değerlendirmesi sonucu katılım düzeyi % 74’dür. Çok kez gittim diyen 23 kişinin katılım düzeyi % 78’dir. Türkiye’ye hiç gitmedim diyen 424 kişinin yapmış olduğu değerlendirmelere bakıldığında % 58’lik bir katılım ile Türkler hakkındaki olumluluk düzeyleri anlaşılmaktadır.

Grafik 33’de de görüldüğü üzere Türkiye’ye gidenler ile hiç gitmeyenler kategorileri arasında farklılaşma söz konusudur. Hiç Türkiye’ye gitmeyen katılımcıların Türkler ile ilgili olumluluk düzeyinin diğerlerine göre düşük olduğu görülmektedir. Türkiye’ye en az bir defa gidenlerin hiç gitmeyenlere göre Türkler ile ilgili olumluluk düzeyine katılımın pozitif yönde olduğunu göstermektedir. Türkiye’ye giden kategoriler arasında da bir farklılık söz konusu olduğu grafik 8’de görülmektedir. Bu durum Türkiye’ye ne kadar fazla gidilirse o kadar çok Türkler ile ilgili olumluluk düzeyinin artacağı şeklinde okunabilir.

**Grafik 34.** Katılımcıların, Türk Arkadaşı Olma Durumuna Göre Türkler ile İlgili Olumluluk/Olumsuzluk Düzeyinin Farklılaşması(%)

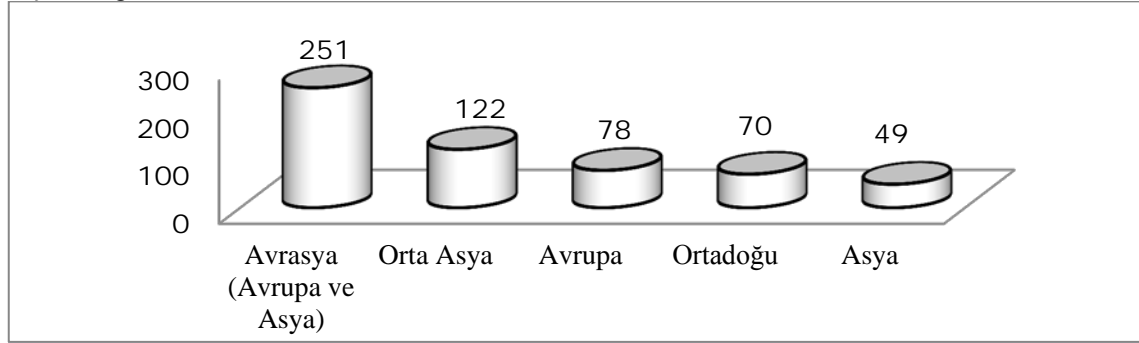


“*Genel olarak Türkler ile ilgili olumluluk/olumsuzluk düzeyinin*” farklılaştığı bir başka durum ise katılımcıların Türk arkadaşı olup olmadığı sorgulamasıdır. Grafik 34’de de görüldüğü üzere evet Türk arkadaşım var diyen katılımcıların ortalama katılım düzeyi % 70’dir. Hayır Türk arkadaşım yok diyen katılımcıların değerlendirmelerine bakıldığında ise % 57 katılım düzeyinde olduğu görülmektedir.

Söz konusu bu durumlar da Türk arkadaşı olan katılımcının olmayana göre Türkler ile ilgili olumluluk düzeyinin fazla olduğu sonucuna götürür. Yani Türk

arkadaşı olma durumunun *genel olarak Türkler ile ilgili olumluluk düzeyini* etkilediği görülmektedir.

**Grafik 35.** Katılımcıların Türklerin Hangi Kültüre Daha Yakın Olduğunu Düşünüyorsunuz Sorusuna İlişkin Değerlendirmeleri



Araştırmaya katılan katılımcılara Türklerin hangi kültüre daha yakın olduğu sorusu sorulmuştur. Söz konusu soruya cevap veren 570 kişinin grafik 35'deki değerlendirmelerine bakıldığında, 251 katılımcının Türkleri *Avrasya (Avrupa ve Asya)* kültüründe gördüğü anlaşılmaktadır. 122 katılımcı ise Türkleri *Orta Asya* kültürüne, 78 katılımcı *Avrupa* kültürüne, 70 kişi Ortadoğu kültürüne ve 49'u ise *Asya* kültürüne benzetmektedir. Grafik 35'de de görüldüğü üzere katılımcıların en çok Türkleri *Avrasya* kültürüne benzettikleri görülmektedir. İkinci olarak ise *Orta Asya* kültürüne benzetmektedirler. *Avrupa ve Ortadoğu* kültürüne benzemekte olduğunu ifade edenlerin neredeyse aynı olduğu görülmektedir. Katılımcıların en az *Asya* kültürüne benzerliği varsaydıkları da anlaşılmaktadır.

**Tablo 75.** Türklerin Kişilik Özelliklerine Ait Soruların Tanımlayıcı İstatistikleri ve Kararsız Seçeneği (4)'e Göre Farklılıkları

Sorular	N	Ort.	Std. Sapma	Önem Seviyesi
Türk insanı samimidir.	599	3,93	1,577	,064
Türk insanı mütevazidir.	592	3,94	1,606	,000
Türk insanı dürüsttür.	597	3,94	1,430	,055
Türk insanı güvenilirdir.	598	3,86	1,447	,002
Türk insanı eğitilidir.	597	4,53	1,438	,000
Türk insanı akılcıdır.	593	4,33	1,453	,000
Türk insanı duygusaldır.	595	4,84	1,625	,000
Türk insanı gelenekçidir.	585	4,25	1,488	,000
Türk insanı dindardır.	589	5,21	1,572	,000

Türk insanı ırkçıdır.	590	4,21	1,838	,028
Türk insanı misafirperverdir.	592	5,21	1,491	,000
Türk insanı nazik / kibardır.	589	4,79	1,516	,000
Türk insanı disiplinlidir.	577	4,41	1,464	,000
Türk insanı saygılıdır.	591	4,74	1,487	,000

Tablo 75’de yer alan veriler Kırgızistan vatandaşlarının *Türklere ait kişilik özelliklerinin* genel durumunu betimleyen değişkenlere karşı verdiği değerlendirmeleri içermektedir.

7’li Likert ölçekte ( Tamamen Katılıyorum-7, Katılıyorum-6, Kısmen Katılıyorum 5, Kararsızım-4, Kısmen Katılmıyorum-3, Katılmıyorum-2, Hiç Katılmıyorum-1) yanıt alınan soruların genel değerlendirmeleri tablo 11’de verilen ortalamalara göre yapılmıştır. Burada kararsız seçeneği olan “4” ortalamasına göre anlamlı farklılıklar tek örneklem “t” testiyle araştırılmıştır. Tablo 11’de bulunan sonuçların 0.05’ten küçük önem seviyesinde farkın anlamlı olduğu düşünülmüştür. Tüm yorumlar, bu önem seviyesi temel alınarak ve değişkenlere verilen değerlendirmelerin ortalamaları üzerinden yapılmıştır. Tablo 75’de yer alan *Türklere ait kişilik özelliklerinin* betimleyen değişkenlere bakıldığında, “*Türk insanı samimidir*”, “*Türk insanı dürüsttür*”, “*Türk insanı ırkçıdır*“ değişkenleri 0.05 önem seviyesinde olmadığı için değerlendirmeye alınmamıştır. Ancak söz konusu bu değişkenlerin dışında tablo 75’deki diğer değişkenlerin 0.05’ten küçük önem seviyesinde olduğu görülmektedir.

Türklerin kişilik özelliklerine ilişkin “*Türk insanı mütevazidir*” değişkenine karşı toplam 611 katılımcıdan 592’si değerlendirmede bulunmuştur. Katılımcıların bu değişkene yapmış oldukları değerlendirmenin ortalaması **3,94**’dür. Bu durum örnekleme dahil olan Kırgızistan vatandaşlarının Türk insanının kısmen mütevazi olmadığı yönünde tutuma sahip oldukları sonucuna götürmektedir. Bir başka şekilde okumak gerekirse katılımcıların değerlendirmesinin “4” kararsız seçeneği ortalamasına yakın olması da katılımcıların Türklerin mütevazi olma durumu konusunda kararsız kaldıklarını gösterebilir.

Bir başka Türklere ait kişilik özelliklerinden “*Türk insanı güvenilirdir*” değişkenine karşı katılımcıların yapmış olduğu değerlendirme **3,86**’dır. Bu ortalama

katılımcıların Türklerin güvenilir olma durumu ile ilgili kısmen de olsa olumsuz değerlendirmesi olduğunu göstermektedir.

“*Türk insanı eğitlidir*” değişkenine karşı toplam 597 katılımcı değerlendirmede bulunmuştur. Söz konusu değişkene ait ortalama **4,53**’dür. Bu durum katılımcıların Türklerin eğitilmiş olduklarına karşı katılım yönlü bir değerlendirmede olduğu şeklinde okunabilir.

Bir diğer, “*Türk insanı akılcıdır*” değişkenine karşı toplam 593 katılımcının yapmış olduğu değerlendirmelerin ortalaması tablo 75’de de görüldüğü üzere **4,33**’dür. Bu durum araştırmaya katılan katılımcıların Türklerin kişilik özelliklerinden olan Türk insanının akılcı olma durumuna çok az da olsa kısmen bir katılım gösterdikleri şeklinde okunabilir.

“*Türk insanı duygusaldır*” değişkenine yapılan değerlendirmelere bakıldığında ise, toplam 595 kişinin **4,84** ortalama ile Türk insanını kısmen duygusal yönlü gördüğü anlaşılmaktadır.

Toplam 585 kişinin değerlendirmede bulunduğu “*Türk insanı gelenekçidir*” değişkeninin ortalaması **4,25**’dir. Bu durum çok az da olsa Türklerin kısmen gelenekçi olduğu yönünde görüşe işaret etmektedir. Ancak bir başka şekilde okumak gerekirse katılımcıların, Türklerin gelenekçi yapısıyla ilgili net bilgiye sahip olmadıkları şeklinde yorumlamak da olası gözükmektedir.

Katılımcıların “*Türk insanı dindardır*” değişkenine yapmış olduğu değerlendirmenin ortalaması **5,21**’dir. Bu durum katılımcıların Türklerin dindar özellik taşıdığı yönünde görüşe sahip olduklarına götürebilir.

“*Türk insanı nazik / kibardır*” değişkenine yapılan değerlendirmenin ortalamasına bakıldığında ise, katılımcılar **5,21** ortalama ile Türk insanının nazik/kibar bir kişiliğe sahip oldukları yönünde bir değerlendirmede bulunmuş oldukları söylenebilir.

Katılımcıların “*Türk insanı disiplinlidir*” değişkenine yapmış oldukları değerlendirme sonucu **4,41**’dir. Bu durum ankete katılanların Türk insanının kısmen de olsa disiplinli bir yönünün olduğu şeklinde okunabilir. Bir başka şekilde okuma yapmak

gerekirse, katılımcıların Türklerin disiplinli olma özelliği ile net bir yargıda bulunamadıklarına yönelik olabilir.

“*Türk insanı saygılıdır*” değişkenine yapılan değerlendirme sonucu tablo 75’de de görüldüğü üzere **4,74** olarak görülmektedir. Katılımcıların **4,74** katılım yönlü ortalaması ile Türk insanının saygılı olduğu görüşünde okumasını yapmak mümkündür.

Genel Türkiye algısı içerisinde yer alan ve soru formunun ikinci bölümünde yer alan tablo 75’deki Türklerin kişilik özelliklerine ilişkin değişkenlere katılımcıların yaklaşımları üzerinde genel bir değerlendirme yapmak gerekirse, kişilik özelliklerine ait toplam 14 değişkenden 3’ü 0.05’ten küçük önem seviyesinde olmadığı için değerlendirmeye alınmamıştır. Geriye kalan toplam 11 değişken 0.05 önem seviyesinde olduğu için değerlendirmesi yapılmıştır. Buna göre 7’li Likert ölçeğinde hazırlanan bu değişkenlere yapılan değerlendirmelerde “4” kararsız seçeneğinin altında kalan yani bir başka deyişle olumsuz yönlü olan toplam iki (2) değişken söz konusudur. Bunlar, “*Türk insanı mütevazidir*” ve “*Türk insanı güvenilir*dir” ifadeleridir.

0.05 önem seviyesinde değerlendirmeye alınan dokuz (9) değişken ise katılımcıların “4” kararsız seçeneğinin üstünde bir değerlendirme ile kişilik özelliklerine ilişkin olumlu yönde bir değerlendirme yaptıklarını söylemek mümkündür. “4” kararsız seçeneği üstünde Türk kişiliğine özgü katılımcıların en yüksek düzeyde değerlendirmelerde bulunduğu değişkenler **5,21** ortalama ile “*Türk insanı dindardır*” ve “*Türk insanı misafirperverdir*” değişkenleridir. Yani örnekleme dahil Kırgızistan vatandaşları, soru formunda yer alan değişkenlere istinaden Türklerin daha çok kişilik özelliği olarak *misafirperver ve dindar* oldukları yönünde bir değerlendirme yapmışlardır. Ancak kapsamlı olarak soru formunda yer alan kişilik özelliklerine ilişkin katılımcıların değerlendirmelerinin okuması yapıldığında, Türklerin kişilik özelliklerine ilişkin değerlendirmenin çok katılım yönlü yapılmadığı görülmektedir. Ancak, aynı zamanda da, çok olumsuz katılımında olunmadığı da görülmektedir.

#### **4.2.1.3. Kişilik Özelliklerine İlişkin Değişkenler ile Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri Arasındaki İlişkilere Ait Bulgular**

Araştırmanın bu kısmında, katılımcıların sosyo-demografik özelliklerini oluşturan, cinsiyet, medeni durum, Türk arkadaşı olma ve Türkiye’ye gitme durumları gibi bağımsız değişkenler ile bağımlı değişken olan kişilik özelliklerine ait sorular



arasında 0.05 önem seviyesinde anlamlı farklılıklar bulunup bulunmadığı *Varyans Analizi (Anova)* ile araştırılarak tablolar halinde verilmekte ve değerlendirmeleri yapılmaktadır.

Soru formunda yer alan kişilik özelliklerine ilişkin soruların cinsiyete göre anlamlı farklılık gösterip göstermediği *Tek Yönlü Varyans Analizi (Anova)* tekniği ile yapılmış ancak, kişilik özelliklerine ilişkin değişkenlere yapılan değerlendirmelerde katılımcıların cinsiyetine göre *anlamlı farklılık olmadığı* tespit edilmiştir. Yani söz konusu kişilik özelliklerine ait değişkenler cinsiyete göre 0,05 önem seviyesinde *anlamlı farklılık* göstermemektedir.

Aynı şekilde katılımcıların medeni durumuna göre kişilik özelliklerine ilişkin sorularda farklılık olup olmadığı *Varyans Analizi (Anova)* ile test edilmiştir. Ancak, kişilik özellikleri, katılımcıların medeni durumuna göre de 0,05 önem seviyesinde bir farklılık göstermemiştir. Yani kişilik özellikleri ile medeni durum arasında *anlamlı bir farklılığın olmadığı* tespit edilmiştir.

Bir başka bağımsız değişken olan katılımcıların Türk arkadaşı olma durumuna göre de kişilik özelliklerinde farklılık olup olmadığı *Varyans Analizi (Anova)* ile test edilmiştir. Tablo 76’da görüldüğü üzere 0,05 önem seviyesinde sadece altı (6) değişkende anlamlı farklılıklar söz konusudur.

**Tablo 76.** Türk Arkadaşı Olma Durumuna Göre Türklerin Kişilik Özelliklerine Ait Soruların Varyans Analizi (Anova)

Sorular	Ortalamalar		Std. Sapma		Önem Seviyesi
	Var	Yok	Var	Yok	
Türk insanı duygusaldır.	5,19	4,66	1,563	1,628	,000
Türk insanı dindardır.	5,45	5,08	1,496	1,597	,002
Türk insanı misafirperverdir.	5,51	5,06	1,441	1,495	,000
Türk insanı nazik / kibardır.	5,15	4,60	1,473	1,506	,000
Türk insanı disiplinlidir.	4,68	4,28	1,501	1,428	,002
Türk insanı saygılıdır.	5,02	4,59	1,553	1,433	001

Yukarıda tablo 76’da görüldüğü üzere katılımcıların Türk arkadaşı olması ile kişilik özelliklerine ait sorular arasında 0.05 önem seviyesinde toplam 6 değişken ile

anlamli, diğer 5 değişkende ise Türk arkadaşı olma durumuna göre 0.05 önem seviyesinde anlamli bir farklılık görülmemektedir.

Tablo 76’da Türk arkadaşı olmasına göre 0.05 önem seviyesinde anlamli farklılık gösteren kişilik özelliklerine ait sorulara katılımcıların verdikleri değerlendirmelerin ortalamaları ve önem seviyeleri görülmektedir.

Anlamlılık farkının incelenmesi açısından 0.05 önem seviyesinde yukarıda tablo 76’da verilen toplam 6 değişken değerlendirmeye alınmıştır. Diğer 5 değişken, 0,05’ten küçük önem seviyesinde anlamli bir farklılık göstermediği için değerlendirmeye alınmamıştır.

Dolayısıyla, Türk arkadaşı olma durumuna göre anlamli farklılık gösteren “*Türk insanı duygusaldır*” değişkenine bakıldığında, Türk arkadaşı olan katılımcılar **5,19** ortalama ile Türk arkadaşım yok diyen katılımcılar ise **4,66** ortalama ile bir değerlendirmede bulunmuşlardır. Buna göre Türk arkadaşı olan katılımcılar, Türk arkadaşı olmayana göre Türklerin daha duygusal olduğunu söylemektedir. Burada tüm ifadelerde türk arkadaşı olanların ortalamaları olmayanlardan büyük çıkmıştır. Bu nedenle arkadaşlığın Türklere karşı algıyı olumlu yönde arttırdığı iade edilebilir.

**Tablo 77.** Türkiye’ye Gitme Durumuna Göre Türklerin Kişilik Özelliklerine Ait Soruların Varyans Analizi (Anova)

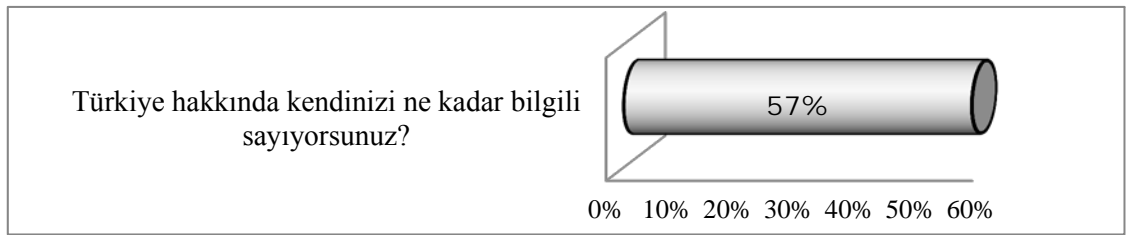
Sorular	Ortalamalar		Std. Sapma		Önem Seviyesi
	En az bir kere	Hiç gitmeme	En az bir kere	Hiç gitmeme	
Türk insanı güvenilirdir.	4,22	3,72	1,321	1,470	,000
Türk insanı akılcıdır.	4,68	4,20	1,417	1,446	,000
Türk insanı duygusaldır.	5,52	4,57	1,444	1,615	,000
Türk insanı gelenekçidir.	4,59	4,12	1,419	1,495	,001
Türk insanı dindardır.	5,53	5,08	1,428	1,609	,002
Türk insanı misafirperverdir.	5,73	5,00	1,244	1,533	,000
Türk insanı nazik / kibardır.	5,22	4,63	1,413	1,524	,000

Tablo 77’de katılımcıların Türkiye’ye gitme durumuna göre kişilik özelliklerine ait sorularda 0,05 önem seviyesinde farklılık olup olmadığı *Varyans Analizi (Anova)*

tekniki ile test edilmiştir. Örneğin “*Türk insanı güvenilir*” sorusuna bakıldığında, Türkiye’ye en az bir defa giden katılımcılar **4,22** ortalama ile Türkiye’ye hiç gitmeyenlere (3,72) göre Türklerin daha güvenilir olduğu yönünde bir değerlendirmede bulunmuşlardır. Tablo 5’de bir başka değişken olan “*Türk insanı akılcıdır*” sorusuna verilen değerlendirmelere bakıldığında, Türkiye’ye en az bir defa giden katılımcılar **4.68** ortalama ile hiç gitmeyenlere (4,20) göre Türklerin daha akılcı olduğunu ifade etmişlerdir. Tablo 5’de görüldüğü üzere, “*Türk insanı duygusaldır*” **5,52** ortalama ile, “*Türk insanı gelenekçidir*” **4,59** ortalama ile, “*Türk insanı dındardır*” **5,53** ortalama ile, “*Türk insanı misafirperverdir*” **5,73** ortalama ile, “*Türk insanı nazik/kibardır*” **5,22** ortalama ile Türkiye’ye hiç gitmeyen katılımcıların yapmış olduğu katılımlardan daha fazla bir katılımda buldukları görülmektedir.

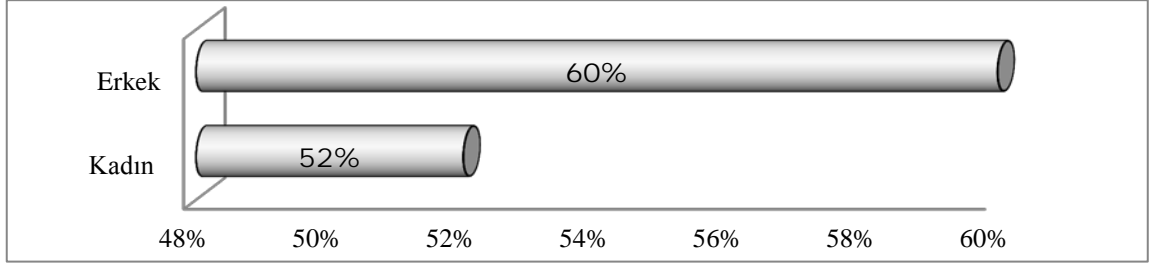
Söz konusu bu durum Türkiye’ye giden katılımcıların hiç gitmeyenlere göre Türklerin daha duygusal, daha gelenekçi, daha dindar, daha misafirperver ve daha nazik/kibar olduklarını ifade etmektedir. Tablo 77’de görüldüğü üzere 0,05 önem seviyesinde sadece yedi (7) değişkende anlamlı farklılıklar söz konusudur. Söz konusu bu değişkenlere bakıldığında, Türkiye’ye en az bir defa giden katılımcılar hiç gitmeyenlere göre 0,05 önem seviyesinde *anlamlı farklılık* göstermektedir. Diğer 4 değişken, 0,05’ten küçük önem seviyesinde anlamlı bir farklılık göstermediği için değerlendirmeye alınmamıştır.

**Grafik 36.** Katılımcıların, Türkiye Hakkındaki Bilgi Seviyesine İlişkin Ortalama Katılım Düzeyi (%)



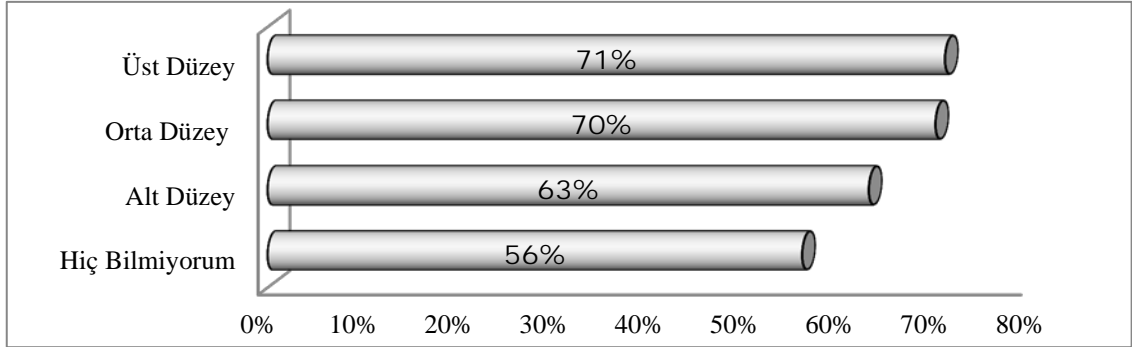
Grafik 36’da, araştırmaya katılan 611 kişiden 594 kişinin değerlendirmede bulunduğu “*Türkiye hakkında kendinizi ne kadar bilgili sayıyorsunuz*” 11’li (0-10 aralığında) bilgi seviyesi ölçeğine katılımcıların ortalama katılım düzeyi % 57’dir. Bu sonuç araştırmaya katılanların kendilerini Türkler hakkında bilgi seviyesini % 57 düzeyinde saydıklarını göstermektedir.

**Grafik 37.** Katılımcıların Cinsiyetine Göre Türkiye Hakkındaki Bilgi Seviyesinin Farklılaşması(%)



“Türkiye hakkında kendinizi ne kadar bilgili sayıyorsunuz” sorusuna ilişkin katılımcıların cinsiyetine göre ne kadar bir farklılaşma olduğuna dair bulgular grafik 37’de de görüldüğü üzere, toplam 604 kişiden 324 kadın katılımcı % 52 düzeyinde Türkiye hakkında bilgi seviyesi olduğuna dair değerlendirmede bulunmuştur. Söz konusu soruya değerlendirmede bulunan 280 erkek katılımcı Türkiye hakkında bilgi seviyesini % 60 olarak belirtmişlerdir. Bu değerlendirmeler cinsiyete göre bilgi seviyesinde bir farklılaşmanın olduğunu, bir başka ifadeye araştırmaya katılan erkek katılımcıların kadın katılımcılara göre daha çok Türkiye hakkında bilgi sahibi olduklarını göstermektedir.

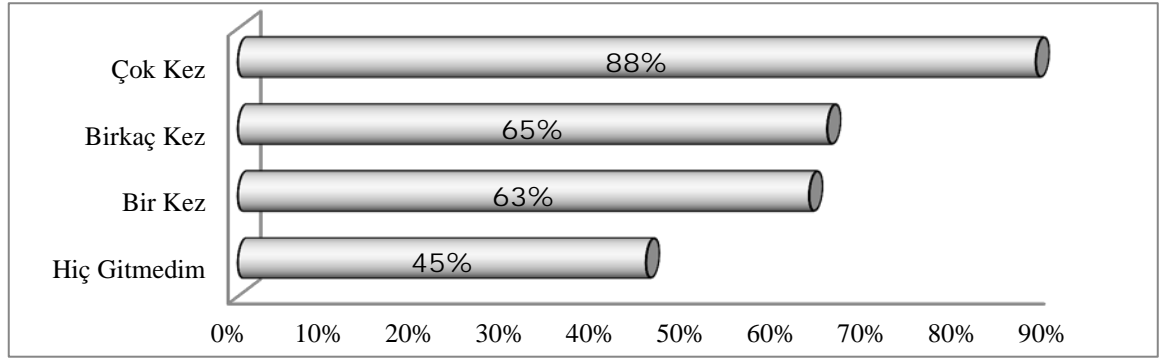
**Grafik 38.** Katılımcıların Türkçeyi Bilme Düzeyine Göre Türkiye Hakkındaki Bilgi Seviyesinin Farklılaşması (%)



Araştırmaya katılan toplam 611 kişiden 604 kişinin değerlendirmede bulunduğu, “Türkiye hakkında kendinizi ne kadar bilgili sayıyorsunuz” sorusuna ilişkin katılımcıların Türkçeyi bilme düzeylerine göre bir farklılaşma olup olmadığına dair bulgulara bakıldığında, 188 alt düzey Türkçe bilenlerin ortalama katılım düzeyleri % 63’dir. Orta düzey Türkçe bilen 86 kişinin söz konusu soruya katılım düzeyleri % 70’dir. Toplam 604 kişiden 43 üst düzey Türkçe bilenlerin katılım düzeyleri % 71’dir. Araştırmaya katılan ve Türkçeyi hiç bilmediklerini ifade eden toplam 287 kişinin değerlendirmeleri ise % 56’dır.

Grafik 38’de de görüldüğü üzere yukarıda yer alan kategoriler arasında “*Türkler hakkında kendinizi ne kadar bilgili sayıyorsunuz*” sorusuna ilişkin değerlendirmelerde farklılaşma söz konusudur. Genel olarak bakıldığında, Türkçeyi hiç bilmeyen kategorisinden üst düzey Türkçe bilmeye gidildikçe bilgi seviyesinin arttığı görülmektedir. Dolayısıyla, katılım düzeylerinin farklılaşmasıyla Türkçe bilenlerin Türkiye hakkında bilgi seviyelerinin artmış olduğuna işaret ettiği anlaşılmalıdır.

**Grafik 39.** Katılımcıların Türkiye’ye Gitme Durumuna Göre Türkiye Hakkındaki Bilgi Seviyesinin Farklılaşması(%)

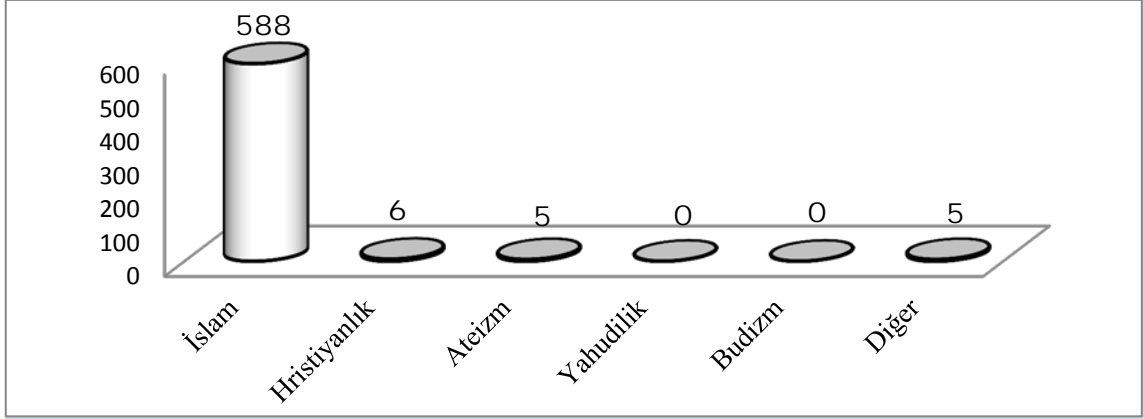


Araştırmaya katılan toplam 611 kişiden 604 kişinin değerlendirmede bulunduğu, “*Türkiye hakkında kendinizi ne kadar bilgili sayıyorsunuz*” sorusuna ilişkin katılımcıların Türkiye’ye gitme durumuna göre bir farklılaşma olup olmadığına dair bulgulara bakıldığında, Türkiye’ye bir kez gittim diyen 76 kişinin bilgi seviyesine ilişkin soruya katılım düzeyi % 63’dir. Birkaç kez gittim diyen 71 kişinin değerlendirmesi sonucu katılım düzeyi % 65’dir. Çok kez gittim diyen 23 kişinin katılım düzeyi % 88’dir. Türkiye’ye hiç gitmedim diyen 434 kişinin yapmış olduğu değerlendirmelerine bakıldığında % 45’lik bir katılım düzeyi ile Türkiye hakkında bilgi seviyesi olduğu görülmektedir.

Grafik 39’da da görüldüğü üzere, Türkiye’ye gidenler ile hiç gitmeyenler kategorileri arasında farklılaşma söz konusudur. Hiç Türkiye’ye gitmeyen katılımcıların Türkiye hakkındaki bilgi seviyesinin diğerlerine göre düşük olduğu görülmektedir. Bu durum Türkiye’ye en az bir defa gidenlerin hiç gitmeyenlere göre Türkiye hakkındaki bilgi seviyesinin daha çok olduğunu göstermektedir. Türkiye’ye giden kategoriler arasında da bir farklılık söz konusu olduğu grafik 39’da görülmektedir. Bu durum

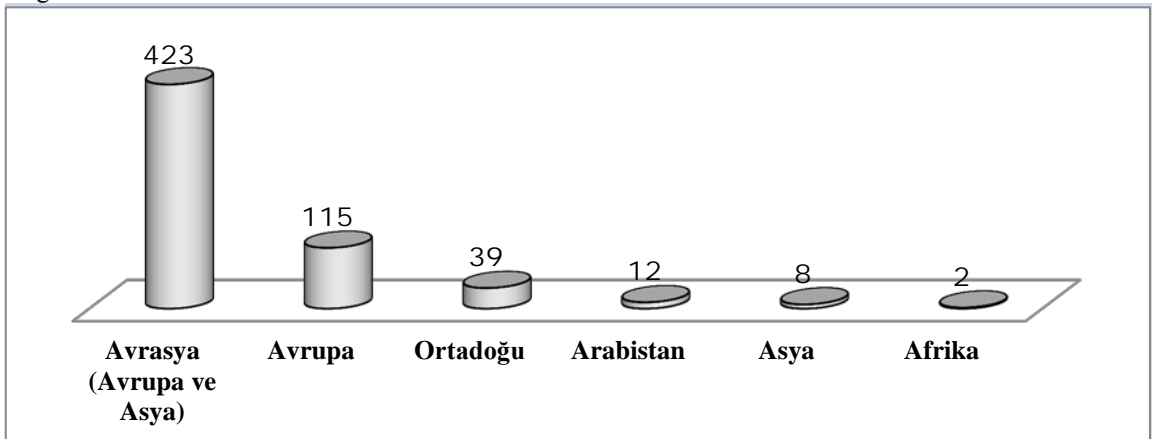
Türkiye'ye ne kadar fazla gidilirse o kadar çok Türkiye hakkında bilgi seviyesinin artacağı şeklinde okunabilir.

**Grafik 40.** Katılımcıların, Türkiye Nüfusunun Çoğunluğunun Sahip Olduğunu Düşündüğünüz İnanç Türünü İşaretleyiniz Sorusuna İlişkin Değerlendirmeleri



Araştırmaya katılan katılımcılara, 'Türkiye nüfusunun çoğunluğunun sahip olduğunu düşündüğünüz inanç türü' sorulmuştur. Grafik 16'da söz konusu soruya cevap veren 604 kişinin değerlendirmelerine bakıldığında, 588 katılımcı Türkiye nüfusunun dininin İslam olduğunu ifade etmektedirler. 6 katılımcı Hristiyanlık, 5 katılımcı ateizm ve geriye kalanlar ise diğer kategorisini işaretlemişlerdir. Grafik 40'da da görüldüğü üzere katılımcıların neredeyse hepsi Türkiye'nin inanç türünün İslam oldukları konusunda mutabık kalmışlardır.

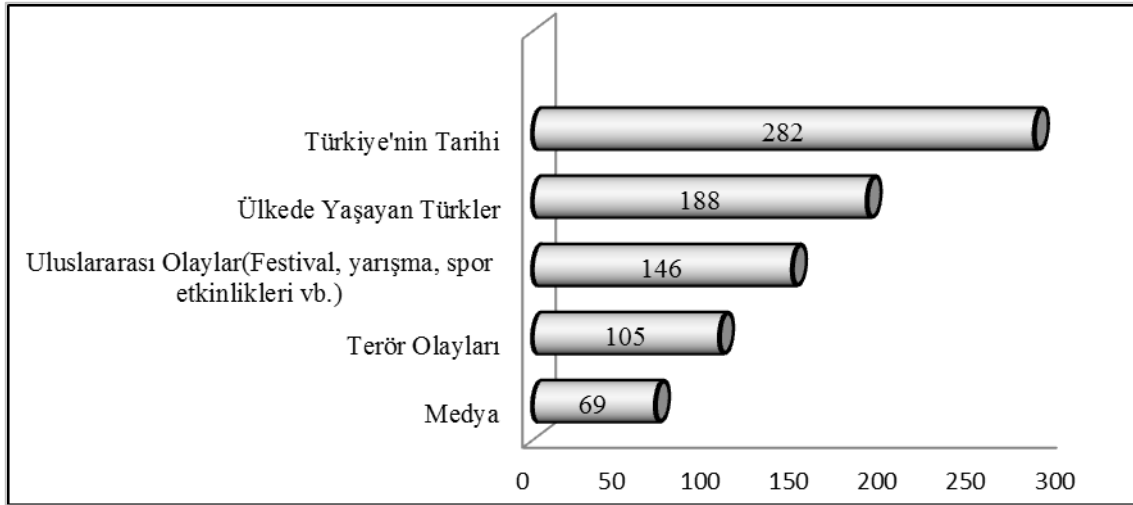
**Grafik 41.** Katılımcıların, Türkiye'yi Hangi Coğrafi Bölge İçerisine Dahil Edersiniz Sorusuna İlişkin Değerlendirmeleri



Araştırma katılımcılarına sorulan bir başka soru ise, Türkiye'yi hangi coğrafi bölge içerisine dahil ettiklerine ilişkindir. Söz konusu soruya 599 kişi değerlendirmede bulunmuştur. Katılımcıların büyük kısmı, yani 423 katılımcı Türkiye'nin Avrasya

(Avrupa ve Asya) coğrafyasında olduğunu belirtmişlerdir. 115 katılımcı ise Türkiye'yi Avrupa coğrafyasında, 39'u Ortadoğu coğrafyasında, 12'si Arabistan coğrafyasında, 8'i Asya ve 2'si de Afrika coğrafyasında olduğuna dair bir değerlendirmede bulunmuşlardır. Bu durum gösteriyor ki araştırmaya katılanların büyük çoğunluğu, yani örnekleme dahil olan Kırgızistan vatandaşları Türkiye'nin Avrasya coğrafyasında olduğunu söylemektedirler.

**Grafik 42.** Katılımcıların, Türkiye İle İlgili Sizi En Çok Etkileyen Durum/Olayları Belirtiniz Sorusuna İlişkin Değerlendirmeleri



Soru formunda yer alan “Türkiye ile ilgili sizi en çok etkileyen durum/olayları belirtiniz” çoktan seçmeli sorusuna ilişkin katılımcıların grafik 18’de değerlendirmeleri yer almaktadır. Grafik 42’de de görüldüğü üzere, araştırmaya katılan Kırgızistan vatandaşlarını Türkiye ile ilgili en çok etkileyen durum/olayın Türkiye’nin tarihi olduğu şeklindedir. Daha sonra sırası ile bakıldığında Kırgızistan vatandaşlarını etkileyen durumun, ülkelerinde yaşan Türkler olduğu, ardından uluslararası olayların (Festival, yarışma, spor etkinlikleri vb) geldiği, bir sonrakinin ise Türkiye’deki terör olayları olduğunu ve en az Türkiye ile ilgili etkide bulunan faktörün ise medya olduğu anlaşılmaktadır.

**Tablo 78.** Katılımcıların, Aşağıdaki (Siyasal, Ekonomik ve Yaşamsal/Gelişmişlik) Değerleri Türkiye İle Ne Derece Özdeşleştirdiklerine İlişkin Soruların Tanımlayıcı İstatistikleri ve Kararsız Seçeneği ( 4 )'e Göre Farklılıkları

Sorular	N	Ort.	Std. Sapma	Önem Seviyesi
Türkiye gelişmiş demokrasiye sahiptir.	609	4,52	1,544	,000
Türkiye insan haklarına saygılı bir ülkedir.	611	4,54	1,392	,000
Türkiye fikir özgürlüğü olan bir ülkedir.	608	4,44	1,355	,000
Türkiye farklı din, kültür ve kimliğe saygılı bir ülkedir.	609	4,75	1,529	,000
Türkiye laik bir ülkedir.	598	4,71	1,583	,000
Türkiye modern bir ülkedir.	610	5,47	1,349	,000
Türkiye'nin ekonomik gelişmişliği ve toplumsal refahı yüksektir.	603	5,45	1,287	,000
Türkiye'de eğitim seviyesi yüksektir.	608	5,11	1,348	,000
Türkiye bilimsel ve teknolojik olarak ileridir.	604	5,21	1,569	,000
Türkiye çevre bilincine sahiptir.	609	4,75	1,307	,000

Tablo 78'de yer alan veriler Kırgızistan vatandaşlarının, “*Türkiye'nin siyasal, ekonomik ve yaşamsal/gelişmişlik değerlerine*” ilişkin soruların özelliklerinin genel durumunu betimleyen değişkenlere karşı verdiği değerlendirmeleri içermektedir.

7'li Likert ölçeğinde ( Tamamen Katılıyorum-7, Katılıyorum-6, Kısmen Katılıyorum 5, Kararsızım-4, Kısmen Katılmıyorum-3, Katılmıyorum-2, Hiç Katılmıyorum-1) yanıt alınan soruların genel değerlendirmeleri Tablo 6'da verilen ortalamalara göre yapılmıştır. Burada kararsız seçeneği olan “4” ortalamasına göre anlamlı farklılıklar tek örneklem “t” testiyle araştırılmıştır. Tablo 78'de bulunan sonuçların 0.05'ten küçük önem seviyesinde farkın anlamlı olduğu düşünülmüştür.

Tüm yorumlar, bu önem seviyesi temel alınarak ve değişkenlere verilen değerlendirmelerin ortalamaları üzerinden yapılmıştır. Tablo 78'de yer alan “*Türkiye'nin siyasal, ekonomik ve yaşamsal/gelişmişlik değerlerine*” ilişkin soruların özelliklerini betimleyen değişkenlere bakıldığında 0.05'ten küçük önem seviyesinde olduğu görülmektedir. Bu durum bütün değişkenlerin değerlendirmeye dahil edildiğini göstermektedir. Tablo 78'de de görüldüğü üzere söz konusu “*Türkiye gelişmiş demokrasiye sahiptir*” sorusuna karşı 574 Kırgızistan vatandaşın değerlendirmesinin



ortalaması **4,52**'dir. Bu durum kararsız seçeneği "4" ün üstünde bir değer olması dolayısıyla olumsuz sonuca götürmemektedir. Çok az da olsa "4" kararsız seçeneğinin üstünde olması katılımcıların Türkiye'nin gelişmiş bir demokrasiye sahip olduğu yönlü bir değerlendirmeye sahip oldukları şeklinde okunabilir. Ancak bu durum katılımcıların Türkiye'nin gelişmiş bir demokrasiye sahip olduğuna da tamamen katılmadıklarını göstermektedir.

Aynı durum "*Türkiye insan haklarına saygılı bir ülkedir*" sorusu için de geçerlidir. Araştırmaya katılan Kırgızistan vatandaşları bu soruya ilişkin **4,54** ortalama ile, "4" kararsız seçeneğinin altında olmaması dolayısıyla iyi yönlü, yani az da olsa katılım yönlü değerlendirmede buldukları görülmektedir.

*Türkiye'nin siyasal, ekonomik ve yaşamsal/gelişmişlik değerlerine* ilişkin bir başka sorgulama ise, "*Türkiye fikir özgürlüğü olan bir ülkedir*" sorusudur. Tablo 6'da da görüldüğü üzere, katılımcıların söz konusu değişkene yapmış oldukları değerlendirmesi **4,44**'dür. Bu ortalama fikir özgürlüğüne ilişkin olumsuz durumu göstermese de beklenen, yani katılımcıların tamamen olumlu katılımının da olmadığı şeklinde bir değerlendirmeye yol açmaktadır.

Bir başka soru ise, "*Türkiye farklı din, kültür ve kimliğe saygılı bir ülke*" olup olmadığına ilişkindir. Söz konusu soruya 609 katılımcının değerlendirmesinin ortalaması tablo 78'de de görüldüğü üzere **4,75**'dir. Bu durum az da olsa katılıyorum kategorisine yakın olduğundan bu sonucu katılım yönlü okumak olasıdır. Bir başka ifadeyle, araştırmaya katılanların "*Türkiye'nin farklı din, kültür ve kimliğe sahip bir ülke*" olduğuna az da olsa katılım yönlü bir değerlendirmede buldukları şeklinde görülebilir.

Bir başka benzer sorgulama da *Türkiye laik bir ülke* olup olmadığına ilişkindir. Söz konusu soruya 598 katılımcı **4,71** ortalama ile az da olsa katılım yönlü bir değerlendirmede bulunmuştur. Dolayısıyla katılımcıların Türkiye'nin laik bir ülke olduğu şeklindeki değerlendirmeleri düşük düzeyde görülmektedir.

*Türkiye'nin siyasal, ekonomik ve yaşamsal/gelişmişlik değerlerine* ilişkin bir başka soru ise, "*Türkiye modern bir ülkedir.*" sorusudur. Tablo 78'de de görüldüğü üzere araştırmaya katılan 611 kişiden 610'unun ortalama değerlendirmesi **5,47**'dir. Söz

konusu bu sonuç araştırmaya katılanların Türkiye'nin modern bir ülke olduğu değerlendirmesine yönelik okunabilir.

Bir başka sorgulama ise, "*Türkiye'nin ekonomik gelişmişliği ve toplumsal refahı yüksektir*" sorusudur. Araştırmaya katılan 611 kişiden 603 kişinin değerlendirmesi sonucu **5.45**'dir. Bu nedenle araştırmaya katılan Kırgızistan vatandaşlarının "*Türkiye'nin ekonomik gelişmişliği ve toplumsal refahı yüksek*" bir ülke olarak değerlendirme yaptıkları şeklinde bir okuma yapmak mümkündür.

"*Türkiye'de eğitim seviyesi yüksektir*" sorusuna ilişkin araştırmaya katılanların değerlendirmelerine bakıldığında ise, **5.11** ortalama ile katılıyorum yönlü bir sonuç olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılan Kırgızistan vatandaşlarının Türkiye'nin eğitim durumunun yüksek olduğuna dair bir sonuca gtrdğu şeklinde bir değerlendirme yapmak mümkün olabilir.

Araştırmaya katılan 562 kişinin katılım yönlü değerlendirmede bulunduğu bir başka sorgulama ise, "*Türkiye bilimsel ve teknolojik olarak ileri ülke*" olduğuna ilişkin sorudur. Söz konusu soruya yapılan değerlendirmelere bakıldığında katılımcılar **5,21** ortalama ile bir değerlendirmede bulunmuşlardır. Bu durum Kırgızistan vatandaşları tarafından Türkiye'nin bilimsel ve teknolojik açıdan ileri bir ülke olduğuna dair değerlendirme yaptıkları şeklinde yorumlanabilir.

*Türkiye'nin siyasal, ekonomik ve yaşamsal/gelişmişlik değerlerine* ilişkin son soru ise, Türkiye'nin evre bilincine sahip olup olmadığı ile ilgilidir. Söz konusu soruya karşı yapılan değerlendirmelere bakıldığında, 609 katılımcı değerlendirmesinin sonucunun **4,75** ortalama ile az da olsa katılım yönlü olduğu görülmektedir.

Genel Türkiye algısı içerisinde yer alan ve soru formunun ikinci bölümünde yer alan tablo 78'deki *Türkiye'nin siyasal, ekonomik ve yaşamsal/gelişmişlik değerlerine* ilişkin değişkenlere karşı katılımcıların değerlendirmelerine üzerine genel olarak bir değerlendirme yapmak gerekirse, *Türkiye'nin siyasal, ekonomik ve yaşamsal/gelişmişlik değerlerine* ait toplam on (10) sorunun hepsi 0.05'ten kkk önem seviyesinde olduğu için değerlendirmesi yapılmıştır. Buna göre 7'li Likert leğinde hazırlanan bu değişkenlere yapılan değerlendirmelerde "4" kararsız seçeneğinin altında kalan herhangi bir değişkenle karşılaşılmamıştır. Bu durumda, *Türkiye'nin siyasal, ekonomik ve yaşamsal/gelişmişlik değerlerine* ilişkin değişkenlere karşı katılımcıların

değerlendirmelerinin olumsuz yönde olmadığı şeklinde bir okuma yapılabilir. Ancak bu durum aynı zamanda, *Türkiye'nin siyasal, ekonomik ve yaşamsal/gelişmişlik değerlerine* ilişkin bazı değişkenlere de katılımcıların tamamen katıldıkları yönünde bir okuma yapmayı da mümkün kılmamaktadır.

Bir başka anlatımla, *Türkiye'nin siyasal, ekonomik ve yaşamsal/gelişmişlik değerlerine* ilişkin değişkenlerinden, *Türkiye gelişmiş demokrasiye sahiptir* sorusuna ortalama katılım (4,52), *Türkiye insan haklarına saygılı bir ülkedir* sorusuna ortalama katılım (4,54), *Türkiye fikir özgürlüğü olan bir ülkedir* sorusuna ortalama katılım (4,44), *Türkiye farklı din, kültür ve kimliğe saygılı bir ülke* sorusuna ortalama katılım (4,75), *Türkiye laik bir ülkedir* sorusuna ortalama katılım (4,71), *Türkiye çevre bilincine sahip* sorusuna ortalama katılım 4,75'dir. Söz konusu bu altı (6) değişken "4" kararsız seçeneğinin üstünde bir değer almıştır. Bu durum katılımcıların söz konusu Türkiye'nin değerlerine ilişkin olumsuz bir değerlendirmede bulunmadığını göstermektedir. Ancak katılımcıların, *Türkiye'nin demokrasisine, laik bir ülke oluşuna, insan haklarına karşı ve farklı din, kültür ve kimliğe karşı tutumuna ve aynı zamanda çevre bilincine sahip bir ülke* olduğuna tamamen katıldıkları yönünde de bir değerlendirmede bulunmadıklarını görmek mümkündür.

Yukarıda söz konusu *Türkiye'nin siyasal, ekonomik ve yaşamsal/gelişmişlik değerlerine* ilişkin altı (6) sorunun dışında kalan dört (4) soruya Kırgızistan vatandaşlarının katıldıklarını ifade eden değerlendirmede buldukları görülmektedir. Tablo 78'de *Türkiye modern bir ülkedir* sorusuna katılım (5,47), *Türkiye'nin ekonomik gelişmişliği ve toplumsal refahı yüksektir* sorusuna ortalama katılım (5,45), *Türkiye'de eğitim seviyesi yüksektir* sorusuna ortalama katılım (5,11), *Türkiye'nin bilimsel ve teknolojik olarak ileri ülke* olduğuna ilişkin soruya ortalama katılım (5,21) olarak görülmektedir. Bu dört değişkene karşı Kırgızistan vatandaşlarının tutumlarının iyi olduğunu söylemek mümkündür.

Genel olarak araştırmaya katılan Kırgızistan vatandaşlarının, *Türkiye'nin siyasal, ekonomik ve yaşamsal/gelişmişlik değerlerine* ilişkin toplam on (10) soruya yapmış oldukları katılımlarının az olmasından dolayı da yeterli olmadığı şeklinde bir değerlendirme yapmak mümkün olabilir.

#### 4.2.1.4. Türkiye'nin Siyasal, Ekonomik ve Yaşamsal/Gelişmişlik Değerlerine İlişkin Sorular ile Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri Arasındaki İlişkilere Ait Bulgular

Araştırmanın bu kısmında, katılımcıların sosyo-demografik özelliklerini oluşturan, cinsiyet, medeni durum, Türkçeyi bilme ve Türkiye'ye gitme durumları gibi bağımsız değişkenler ile bağımlı değişken olan kişilik özelliklerine ait sorular arasında 0.05 önem seviyesinde anlamlı farklılıklar bulunup bulunmadığı *Varyans Analizi (Anova)* ile araştırılarak tablolar halinde verilmekte ve değerlendirmeleri yapılmaktadır.

Soru formunda yer alan *Türkiye'nin siyasal, ekonomik ve yaşamsal/gelişmişlik değerlerine* ilişkin soruların cinsiyete göre anlamlı farklılık gösterip göstermediği *Varyans Analizi (Anova)* ile yapılmış ancak, *Türkiye'nin siyasal, ekonomik ve yaşamsal/gelişmişlik değerlerine* ilişkin değişkenlere yapılan değerlendirmelerde katılımcıların cinsiyetine göre *anlamlı farklılık olmadığı* tespit edilmiştir. Yani söz konusu *Türkiye'nin siyasal, ekonomik ve yaşamsal/gelişmişlik değerlerine* ait değişkenler cinsiyete göre 0,05 önem seviyesinde *anlamlı farklılık* göstermemektedir.

Aynı şekilde katılımcıların medeni durumuna göre *Türkiye'nin siyasal, ekonomik ve yaşamsal/gelişmişlik değerlerine* ilişkin sorularda farklılık olup olmadığı *Varyans Analizi (Anova)* ile test edilmiştir. Ancak, *Türkiye'nin siyasal, ekonomik ve yaşamsal/gelişmişlik değerlerine*, katılımcıların medeni durumuna göre de 0,05 önem seviyesinde bir farklılık göstermemiştir. Yani *Türkiye'nin siyasal, ekonomik ve yaşamsal/gelişmişlik değerlerine* ile medeni durum arasında *anlamlı bir farklılığın olmadığı* tespit edilmiştir.

Bir başka bağımsız değişken olan katılımcıların Türkiye'ye gitme durumuna göre *Türkiye'nin siyasal, ekonomik ve yaşamsal/gelişmişlik değerlerine* ait sorularda farklılık olup olmadığı *Varyans Analizi (Anova)* ile test edilmiştir. Tablo 79'da görüldüğü üzere 0,05 önem seviyesinde sadece altı (6) değişkende anlamlı farklılıklar söz konusudur.

**Tablo 79.** Türkiye’ye Gitme Durumuna Göre Türkiye ile Özdeşleştirilen Özelliklere Ait Soruların Varyans Analizi (Anova)

Sorular	Ortalamalar		Std. Sapma		Önem Seviyesi
	En az bir kere	Hiç gitmeme	En az bir kere	Hiç gitmeme	
Türkiye insan haklarına saygılı bir ülkedir.	4,87	4,41	1,398	1,369	,000
Türkiye fikir özgürlüğü olan bir ülkedir.	4,73	4,31	1,450	1,297	,001
Türkiye farklı din, kültür ve kimliğe saygılı bir ülkedir.	5,03	4,63	1,546	1,509	,005
Türkiye laik bir ülkedir.	5,08	4,56	1,507	1,591	,001
Türkiye modern bir ülkedir.	5,73	5,35	1,187	1,397	,002
Türkiye bilimsel ve teknolojik olarak ileridir.	5,21	4,76	1,286	1,382	,000

Tablo 79’da söz konusu sorulara bakıldığında, “*Türkiye insan haklarına saygılı bir ülkedir*” sorusuna Türkiye’ye en az bir defa gidenlerin **4,87** ortalama ile Türkiye’ye hiç gitmeyenlere (4,41) göre daha çok katılım gösterdikleri görülmektedir. *Türkiye’nin siyasal, ekonomik ve yaşamsal/gelişmişlik değerlerine ilişkin soru ise, “Türkiye fikir özgürlüğü olan bir ülkedir”* sorusudur. Bu soruya da en az bir defa Türkiye’ye gidenler **4,73** ortalama ile hiç gitmeyenlere (4,31) göre daha çok katılım göstermişlerdir. Aynı şekilde, “*Türkiye farklı din, kültür ve kimliğe saygılı bir ülkedir*” sorusuna karşı değerlendirmelerde de Türkiye’ye en az bir defa gidenlerle **5,03** ortalama ile hiç gitmeyenlere (4,63) göre daha çok katılım göstermişlerdir. *Türkiye’nin laik bir ülke olma durumu da Türkiye’ye gidip gitmemeye göre farklılık göstermektedir.* Buna göre Türkiye’ye en az bir defa gidenler **5,08** ortalama ile hiç gitmeyenlere (4,56) göre daha çok katılımları söz konusudur.

Ayrıca, *Türkiye’nin siyasal, ekonomik ve yaşamsal/gelişmişlik değerlerine ilişkin bağımlı değişkenlerden “Türkiye modern bir ülkedir”* sorusuna yapılan değerlendirmelerde de bir farklılık görülmektedir. Katılımcıların değerlendirmelerine bakıldığında, Türkiye’ye en az bir defa gidenler **5,73** ortalama ile hiç gitmeyenlere (5,35) göre daha fazla katılım gösterdiği görülmektedir. “*Türkiye bilimsel ve teknolojik olarak ileridir*” sorusuna bakıldığında ise Türkiye’ye en az bir defa gidenler ile hiç gitmeyenler arasında tablo 79’da da görüldüğü üzere farklılık söz konusudur. Buna göre Türkiye’ye en az bir defa gidenlerle **5,21** ortalama ile hiç gitmeyenlere (4,76) göre daha fazla bir katılımları söz konusudur.

Genel olarak tablo 79’da yer alan *Türkiye’nin siyasal, ekonomik ve yaşamsal/gelişmişlik değerlerine* ilişkin sorular Türkiye’ye gidenler ile gitmeyenlerde 0,05 önem seviyesinde *anlamli farklılıklar* göstermektedir. Söz konusu bu durum, Türkiye’ye en az bir defa dahi gitmiş olanlar hiç gitmeyenlere göre tablo 79’da yer alan değişkenlere, yani Türkiye’nin siyasal, ekonomik ve yaşamsal/gelişmişlik değerlerine ilişkin sorulara daha fazla katılım gösterdikleri şeklinde okunabilir.

Soru formunda yer alan *Türkiye’nin siyasal, ekonomik ve yaşamsal/gelişmişlik değerlerine* ilişkin soruların Türkçeyi bilme durumuna göre anlamlı farklılık gösterip göstermediği *Varyans Analizi (Anova)* tekniği ile yapılmış ancak, *Türkiye’nin siyasal, ekonomik ve yaşamsal/gelişmişlik değerlerine* ilişkin değişkenlere yapılan değerlendirmelerde katılımcıların Türkçeyi bilme durumuna göre *anlamli farklılık olmadığı* tespit edilmiştir. Yani söz konusu *Türkiye’nin siyasal, ekonomik ve yaşamsal/gelişmişlik değerlerine* ait değişkenler cinsiyete göre 0,05 önem seviyesinde *anlamli farklılık* göstermemektedir.

**Tablo 80.** Katılımcıların, Türk Menşeli Ürünler Hakkındaki Düşüncelerine İlişkin Soruların Tanımlayıcı İstatistikleri ve Kararsız Seçeneği ( 4 )’e Göre Farklılıkları

Sorular	N	Ort.	Std. Sapma	Önem Seviyesi
Türk menşeli ürünler yüksek prestijlidir.	610	4,96	1,559	,000
Türk menşeli ürünler kalitelidir.	609	5,27	1,365	,000
Türk menşeli ürünler ileri teknolojiye sahiptir.	610	4,97	1,366	,000
Türk menşeli ürünler dayanıklıdır.	610	4,82	1,481	,000
Türk menşeli ürünler ekonomiktir.	603	4,55	1,423	,000
Türk menşeli ürünler ergonomiktir.	593	4,52	1,343	,000
Türk menşeli ürünler estetikdir.	599	4,84	1,358	,000

Tablo 80’de yer alan veriler Kırgızistan vatandaşlarının, *Türk Menşeli Ürünlere* ilişkin soruların genel durumunu betimleyen değişkenlere karşı verdiği değerlendirmeleri içermektedir.

7’li Likert ölçekte ( Tamamen Katılıyorum-7, Katılıyorum-6, Kısmen Katılıyorum 5, Kararsızım-4, Kısmen Katılmıyorum-3, Katılmıyorum-2, Hiç Katılmıyorum-1) yanıt alınan soruların genel değerlendirmeleri tablo 8’de verilen

ortalamalara göre yapılmıştır. Burada kararsız seçeneği olan “4” ortalamasına göre anlamlı farklılıklar tek örneklem “t” testiyle araştırılmıştır. Tablo 80’de bulunan sonuçların 0.05’ten küçük önem seviyesinde farkın anlamlı olduğu düşünülmüştür. Tüm yorumlar, bu önem seviyesi temel alınarak ve değişkenlere verilen değerlendirmelerin ortalamaları üzerinden yapılmıştır. Tablo 8’de yer alan *Türk Menşeli Ürünlere* ilişkin soruların özelliklerini betimleyen değişkenlere bakıldığında 0.05’ten küçük önem seviyesinde olduğu görülmektedir. Bu durum bütün değişkenlerin değerlendirmeye dahil edildiğini göstermektedir. Tablo 80’de de görüldüğü üzere söz konusu “*Türk menşeli ürünler yüksek prestijlidir*” sorusuna karşı 610 Kırgızistan vatandaşın değerlendirmesinin ortalaması **4,96**’dır. Bu durum kararsız seçeneği “4”ün üstünde bir değer olması olumsuz sonuca götürmemektedir. Söz konusu ortalama az da olsa katılıyorum kategorisine yakın bir değer olduğundan, 610 katılımcının “*Türk menşeli ürünler yüksek prestijlidir*” sorusuna az da olsa katıldıklarını söylemek mümkündür. “Türk menşeli ürünler kalitelidir” sorusuna ise yapılan değerlendirmelere bakıldığında tablo 80’de de görüldüğü üzere 593 katılımcının değerlendirmesinin ortalaması **5,27**’dir. Bu durum katılımcıların Türk menşeli ürünlerin kaliteli olduğuna dair görüşlerinin olduğunu söylemek mümkündür. “*Türk menşeli ürünler ileri teknolojiye sahiptir*” sorusuna katılımcıların değerlendirmesine bakıldığında **4,97** ortalama ile az da olsa katıldıkları yönlü bir değerlendirmede bulunmak mümkün olabilir. Aynı şekilde “*Türk menşeli ürünler dayanıklıdır*” sorusuna da katılımcılar **4,82** ortalama ile az da olsa katıldıklarını gösterir bir değerlendirmede buldukları şeklinde bir okuma yapılabilir.

*Türk Menşeli Ürünlere* ilişkin bir başka sorgulama “*Türk menşeli ürünler ekonomiktir*” sorusuna araştırmaya katılanların ortalamasına bakıldığında **4,55** olarak görülmektedir. Bu durumda katılımcıların ne kararsız ne de az da olsa katılıyorum diye bir sonuç vermediği, her ikisi arasında bir değerlendirmede bulduklarını söylemek olasıdır. “*Türk menşeli ürünler ergonomiktir*” sorusuna tablo 80’de görüldüğü üzere katılımcıların yapmış oldukları ortalama **4,52**’dir. Katılımcıların Türk menşeli ürünlerin ergonomik olup olmadığı ile ilgili tam olarak olmasa da kararsız gibi görüldüğü, ancak az da olsa katılım yönlü de olduklarını gösteren bir durum şeklinde okuma yapılabilir.

Katılımcıların bir başka Türk menşeli ürünlerin özelliklerine ilişkin, “*Türk menşeli ürünler estetik*”tir sorgulamasındaki değerlendirmelerine de bakıldığında, tablo

8’de de görüldüğü üzere, **4,84** ortalama ile az da olsa katılım yönlü olduğu yönünde bir değerlendirme ile karşılaşılmaktadır.

Genel olarak tablo 80’de yer alan Türk menşeli ürünlere ilişkin sorulara yapılan değerlendirmelere bakıldığında, araştırmaya katılan Kırgızistan vatandaşları daha çok kararsız seçeneği “4” ile az da olsa katılıyorum ”5” kategorisi arasında değerlendirmelerde bulunmuşlardır. Bu sonuçlar katılımcıların Türk menşeli ürünler ile ilgili olumsuz bir değerlendirmede bulunmadıklarını göstermektedir. Ancak söz konusu sonuçlar Türk menşeli ürünler ile de ilgili katılımcıların çok da pozitif, yani çok olumlu bir katılımlarının olmadıklarına da işaret etmektedir.

#### **4.2.1.5. Türk Menşeli Ürünlere İlişkin Sorular İle Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri Arasındaki İlişkilere Ait Bulgular**

Araştırmanın bu kısmında, katılımcıların sosyo-demografik özelliklerini oluşturan, cinsiyet, medeni durum, Türkçeyi bilme ve Türkiye’ye gitme durumları gibi bağımsız değişkenler ile bağımlı değişken olan kişilik özelliklerine ait sorular arasında 0.05 önem seviyesinde anlamlı farklılıklar bulunup bulunmadığı *Varyans Analizi (Anova)* ile araştırılarak tablolar halinde verilmekte ve değerlendirmeleri yapılmaktadır.

Soru formunda yer alan *Türk Menşeli Ürünlere* ilişkin sorular cinsiyete göre anlamlı farklılık gösterip göstermediği *Varyans Analizi (Anova)* tekniği ile yapılmış ancak, *Türk Menşeli Ürünlere* ilişkin değişkenlere yapılan değerlendirmelerde katılımcıların cinsiyetine göre *anlamlı farklılık olmadığı* tespit edilmiştir. Yani söz konusu *Türk Menşeli Ürünlere* ait değişkenler cinsiyete göre 0,05 önem seviyesinde *anlamlı farklılık* göstermemektedir.

Aynı şekilde katılımcıların medeni durumuna göre *Türk Menşeli Ürünlere* ilişkin sorularda farklılık olup olmadığı *Varyans Analizi (Anova)* tekniği ile test edilmiştir. Ancak, *Türk Menşeli Ürünlere* ilişkin sorulara yapılan değerlendirmede katılımcıların medeni durumuna göre de 0,05 önem seviyesinde bir farklılık bulgulanmamıştır. Dolayısıyla *Türk Menşeli Ürünlere ilişkin* sorulara karşı yapılan değerlendirmelerde katılımcıların medeni durumu arasında *anlamlı bir farklılığın olmadığı* tespit edilmiştir.

Bir başka bağımsız değişken olan katılımcıların Türkçeyi bilme durumuna göre *Türk Menşeli Ürünlere* ait sorularda farklılık olup olmadığı *Varyans Analizi (Anova)*



tekniki ile test edilmiştir. Tablo 81’de görüldüğü üzere 0,05 önem seviyesinde *Türk Menşeli Ürünler* ile ilgili sorularda anlamlı farklılıklar söz konusudur.

**Tablo 81.** Türkçeyi Bilme Durumuna Göre Türk Menşeli Ürünlerin Özelliklerine Ait Soruların Varyans Analizi (Anova)

Sorular	Ortalamalar		Std. Sapma		Önem Seviyesi
	En az alt düzey olması	Hiç Bilmeme	En az alt düzey olması	Hiç Bilme me	
Türk menşeli ürünler yüksek prestijlidir.	5,22	4,68	1,455	1,621	,000
Türk menşeli ürünler kalitelidir.	5,45	5,06	1,328	1,379	,001
Türk menşeli ürünler ileri teknolojiye sahiptir.	5,18	4,73	1,371	1,323	,000
Türk menşeli ürünler dayanıklıdır.	5,13	4,49	1,393	1,505	,000
Türk menşeli ürünler ekonomiktir.	4,85	4,22	1,388	1,392	,000
Türk menşeli ürünler ergonomiktir.	4,75	4,26	1,363	1,274	,000
Türk menşeli ürünler estetikdir.	5,01	4,65	1,310	1,387	,002

Tablo 81’de görüldüğü üzere Türk Menşeli ürünlere ilişkin olan, “*Türk menşeli ürünler yüksek prestijlidir*” sorusuna yapılan değerlendirmeler yer almaktadır. Söz konusu değişkene yönelik katılımcıların değerlendirmelerine bakıldığında, en alt düzey Türkçe bilen katılımcılar ile Türkçeyi hiç bilmeyen katılımcılar arasında anlamlı farklılıklar söz konusudur. Buna göre Türkçeyi en az alt düzey bilen katılımcılar **5,22** ortalama ile Türkçeyi hiç bilmeyenlere (4,68) göre Türk menşeli ürünlerin daha prestijli olduğu yönünde bir değerlendirmede bulunmuşlardır. Aynı şekilde tablo 9’da görüldüğü üzere Türkçeyi en az alt düzey bilen katılımcılar **5,45** ortalama ile Türkçeyi hiç bilmeyen (5,06) katılımcılara göre *Türk menşeli ürünlerin daha kaliteli* olduğu yönünde bir değerlendirmeleri olmuştur.

Türk menşeli ürünlere ait sorgulamalardan, “*Türk menşeli ürünler ileri teknolojiye sahiptir*” sorusuna yapılan değerlendirmelere bakıldığında, tablo 81’de de görüldüğü üzere, Türkçeyi en az alt düzey bilen katılımcılar **5,18** ortalama ile Türkçeyi hiç bilmeyen (4,73) katılımcılara göre ürünlerin ileri teknolojiye sahip olduğu şeklinde değerlendirmeleri söz konusudur.

Bir başka Türk menşeli ürünlere ait olan, “*Türk menşeli ürünler dayanıklıdır*” sorgulamasına yapılan değerlendirmelere bakıldığında, Türkçeyi en az alt düzey bilen katılımcılar **5,13** ortalama ile Türkçeyi hiç bilmeyen katılımcılara (4,49) göre ürünlerin

daha dayanıklı olduğu görüşünde olduğu söylenebilir. Aynı şekilde tablo 81’de de görüldüğü üzere, “*Türk menşeli ürünler ekonomiktir*” sorusuna yapılan değerlendirmelere bakıldığında, Türkçeyi en az alt düzey bilen katılımcıların **4,85** ortalama ile Türkçeyi hiç bilmeyen katılımcılara (4,22) göre ürünlerin daha ekonomik olduğu şeklinde bir değerlendirmede bulduklarını söylemek mümkündür.

Türk menşeli ürünlere ilişkin “*Türk menşeli ürünler ergonomiktir*” sorusuna bakıldığında ise, Türkçeyi en az alt düzey bilen katılımcılar **4,75** ortalama ile Türkçeyi hiç bilmeyen katılımcılara (4,26) göre ürünlerin daha ergonomik olduğunu belirtmişlerdir.

*Türk menşeli ürünlerin estetik* olması ise Türkçeyi bilenler ile bilmeyenler arasında da farklılık göstermektedir. Söz konusu soruya karşı araştırmaya katılanların değerlendirmelerine bakıldığında, Türkçeyi en az bilen katılımcıların **5,01** ortalama ile Türkçeyi hiç bilmeyen katılımcılara (4,65) göre ürünlerin daha estetik olduğu görüşünde olduğunu söylemek mümkündür.

Genel olarak tablo 81’de yer alan Türk menşeli ürünlere ait sorulara Kırgızistan vatandaşlarının yapmış oldukları değerlendirmeler Türkçe bilip bilmemeye göre farklılık göstermektedir. Bu sonuç Türkçeyi bilen katılımcıların hiç bilmeyenlere göre, Türk menşeli ürünlere ilişkin katılım yönlü değerlendirmelerde etkili olduğunu söylemek mümkündür. Bir başka deyişle Türkçeyi bilmenin Türk menşeli ürünler hakkında katılımcılara olumlu yönde bilgi sağladığı şeklinde bir okuma yapmak mümkündür.

Bir başka bağımsız değişken olan katılımcıların Türkiye’ye gitme durumuna göre *Türk Menşeli Ürünlere* ait sorularda farklılık olup olmadığı *Varyans Analizi (Anova)* tekniği ile test edilmiştir. Tablo 82’ de görüldüğü üzere, 0,05 önem seviyesinde sorularda anlamlı farklılıklar söz konusudur.

**Tablo 82.** Türkiye’ye Gitme Durumuna Göre Türk Menşeli Ürünlerin Özelliklerine Ait Soruların Varyans Analizi (Anova)

Sorular	Ortalamalar		Std. Sapma		Önem Seviyesi
	En az bir kere Gitme	Hiç gitmeme	En az bir kere	Hiç gitmeme	
Türk menşeli ürünler yüksek prestijlidir.	5,25	4,85	1,340	,624	,005
Türk menşeli ürünler kalitelidir.	5,53	5,17	1,201	1,413	,004

Türk menşeli ürünler ileri teknolojiye sahiptir.	5,19	4,88	1,357	1,362	,002
Türk menşeli ürünler dayanıklıdır.	5,12	4,70	1,400	1,498	,002
Türk menşeli ürünler ekonomiktir.	4,99	4,38	1,335	1,422	,000
Türk menşeli ürünler ergonomiktir.	5,03	4,31	1,218	1,337	000
Türk menşeli ürünler estetikdir.	5,12	4,73	1,230	1,391	,002

Tablo 82’de söz konusu sorgulamalara bakıldığında, “*Türk menşeli ürünler yüksek prestijlidir*” sorusuna Türkiye’ye en az bir defa gidenlerin **5,25** ortalama ile Türkiye’ye hiç gitmeyenlere (4,85) göre daha çok katılım gösterdikleri görülmektedir. Bu durum Türkiye’ye en az bir defa gidenlerin hiç gitmeyenlere göre, Türk ürünlerini daha prestijli bulduklarını göstermektedir. Bir başka *Türk Menşeli Ürünler* ait soru ise, “*Türk menşeli ürünler kalitelidir*” sorusudur. Bu soruya da en az bir defa Türkiye’ye gidenler **5,53** ortalama ile hiç gitmeyenlere (5,17) göre ürünlerin daha kaliteli olduğu yönünde bir değerlendirmede bulunmuşlardır.

Katılımcıların, “*Türk menşeli ürünler ileri teknolojiye sahiptir*” sorusuna yapmış olduğu değerlendirmelere bakıldığında ise, Türkiye’ye en az bir defa gidenler **5,19** ortalama ile Türkiye’ye hiç gitmeyen katılımcılara (4,88) göre ürünlerin daha ileri teknolojiye sahip olduğunu ifade etmektedirler. *Ürünlerin dayanıklılığı* ile ilgili değerlendirmelerde, Türkiye’ye en az bir defa giden katılımcılar **5,12** ortalama ile Türkiye’ye hiç gitmeyen katılımcılara (4,70) göre daha dayanıklı olduğunu belirtmişlerdir.

Bir başka Türk menşeli ürünler ile ilgili soruya bakıldığında, tablo 82’de de görüldüğü üzere Türkiye’ye en az bir defa giden katılımcılar **4,99** ortalama ile Türkiye’ye hiç gitmeyenlere (4,38) göre ürünlerin daha *ekonomik* olduğunu ifade etmişlerdir.

Ürünlerin *ergonomik* olduğuna ilişkin yapılan değerlendirmeler, Türkiye’ye gidip gitmemeye göre farklılık göstermektedir. Söz konusu değerlendirmelere bakıldığında, tablo 82’de da görüldüğü üzere Türkiye’ye en az bir defa giden katılımcılar **5,03** ortalama ile Türkiye’ye hiç gitmeyenlere (4,31) göre ürünlerin daha ergonomik olduğunu söylemektedirler.

Türk menşeli ürünlere ait sorulardan son soruya yapılan değerlendirmeye bakıldığında, tablo 82’de görüldüğü üzere Türk menşeli ürünlerin ne derece *estetik* olup olmadığı ile ilgilidir. Söz konusu soruya katılımcılar tarafından yapılan değerlendirmelere bakıldığında, Türkiye’ye en az bir defa giden katılımcılar **5,12** ortalama ile Türkiye’ye hiç gitmeyen katılımcılara (4,73) göre ürünlerin daha estetik olduğuna dair bir değerlendirmede bulunmuşlardır.

Söz konusu Türk menşeli ürünlere ilişkin sorulara yapılan değerlendirmeler, Türkiye’ye gidip gitmemeye göre 0,05 önem seviyesinde farklılık gösterdiği tablo 82’de görülmektedir. Bu sonuçlar yani katılımcıların Türkiye’ye gitme durumunun Türk menşeli ürünlere ait özelliklere yapılan değerlendirmelerde olumlu yönde etki yaratmış olduğunu söylemek mümkündür.

**Tablo 83.** Katılımcıların, Türkiye’nin Turizm (Destinasyon) İmajı Hakkındaki Düşüncelerine İlişkin Soruların Tanımlayıcı İstatistikleri ve Kararsız Seçeneği ( 4 )’e Göre Farklılıkları

Sorular	N	Ort.	Std. Sapma	Önem Seviyesi
Türkiye turizmde hizmet kalitesi yüksek bir ülkedir.	611	5,66	1,394	,000
Türkiye tatil için ucuz bir ülkedir.	608	5,44	1,476	,000
Türkiye özgün kültür ve tarihi yapıya sahiptir.	609	5,78	1,249	,000
Türkiye tatil için arzu edilen bir ülkedir.	610	5,53	1,316	,000
Türkiye güvenli bir tatil ülkesidir.	611	4,92	1,466	,000
Türkiye konuksever bir ülkedir.	611	5,41	1,356	,000

Tablo 83’de yer alan veriler Kırgızistan vatandaşlarının, *Türkiye’nin Turizm (Destinasyon) İmajına* ilişkin soruların genel durumunu betimleyen değişkenlere karşı verdiği değerlendirmeleri içermektedir.

7’li Likert ölçekte ( Tamamen Katılıyorum-7, Katılıyorum-6, Kısmen Katılıyorum 5, Kararsızım-4, Kısmen Katılmıyorum-3, Katılmıyorum-2, Hiç Katılmıyorum-1) yanıt alınan soruların genel değerlendirmeleri tablo 83’de verilen ortalamalara göre yapılmıştır. Burada kararsız seçeneği olan “4” ortalamasına göre anlamlı farklılıklar tek örneklem “t” testiyle araştırılmıştır. Tablo 83’de bulunan sonuçların 0.05’ten küçük önem seviyesinde çıkmasından ötürü farkın anlamlı olduğu

düşünülmüştür. Tüm yorumlar, bu önem seviyesi temel alınarak ve değişkenlere verilen değerlendirmelerin ortalamaları üzerinden yapılmıştır.

Tablo 83’de yer alan *Türkiye’nin Turizm (Destinasyon) İmajına* ilişkin soruların özelliklerini betimleyen değişkenlere bakıldığında 0.05’ten küçük önem seviyesinde olduğu görülmektedir. Bu durum bütün değişkenlerin değerlendirmeye dahil edildiğini göstermektedir.

Katılımcıların, “*Türkiye turizmde hizmet kalitesi yüksek bir ülkedir*” sorusuna karşı yapmış olduğu değerlendirmelere bakıldığında, tablo 83’de de görüldüğü üzere 611 kişi değerlendirmede bulunmuş ve ortalaması **5,66** çıkmıştır. Söz konusu ortalama bakıldığında katılımcıların Türkiye’nin Turizm kalitesinin yüksek olduğu şeklinde bir değerlendirmede bulunduğunu söylemek mümkündür. Aynı şekilde Türkiye turizmin tatil için ucuz olduğuna ilişkin soruya katılımcıların değerlendirmeleri tablo 83’de de görüldüğü üzere, **5,44**’dür. Bu durum araştırmaya katılan Kırgızistan vatandaşlarının Türkiye’nin *tatil için ucuz* bir turizm ülkesi olduğunu ifade ettiklerini göstermektedir. Bir başka *Türkiye’nin Turizm (Destinasyon) İmajına* ilişkin sorgulamaya bakıldığında, araştırmaya katılanların **5,78** ortalama bir katılımı, Türkiye’nin özgün kültür ve tarihe sahip olduğu şeklinde bir değerlendirmede buldukları söylenebilir. Aynı zamanda katılımcılar tarafından yapılan değerlendirmelere bakıldığında da, tablo 83’de de görüldüğü üzere, **5,53** bir katılımı Türkiye’nin *arzu edilen* bir turizm ülkesi olduğunu ifade eden bir değerlendirmeleri olduğunu söylemek mümkündür.

*Türkiye’nin Turizm (Destinasyon) İmajına* ilişkin, “*Türkiye güvenli bir tatil ülkesidir*” sorusuna bakıldığında, katılımcıların **4,92** ortalama bir katılımı Türkiye’nin güvenli bir ülke olmasına ilişkin az katılımlı bir değerlendirmede bulunduğunu söylemek mümkündür. Türkiye’nin turizm açısından *konuksever bir ülke* olma durumunu ise araştırmaya katılan katılımcılar **5,41** oranla, tablo 83’de de görüldüğü üzere, Türkiye’nin konuksever bir ülke olduğuna dair katılımlarını belirtmişlerdir.

Araştırmanın bu aşamasında yer alan *Türkiye’nin Turizm (Destinasyon) İmajına* ilişkin sorulara Kırgızistan vatandaşlarının yapmış oldukları değerlendirmelere genel olarak bakıldığında katılımcıların Türkiye’nin turizmi ile ilgili özelliklere katılım yönlü bir yaklaşımlarının söz konusu olduğu anlaşılmaktadır. Bu durum Kırgızistan

vatandaşlarının Türkiye'nin Turizm (Destinasyon) imajına ilişkin özelliklerine olumlu bir değerlendirmeleri şeklinde görülebilir.

#### **4.2.1.6. Turizm (Destinasyon) İmajına ilişkin sorular ile Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri Arasındaki İlişkilere Ait Bulgular**

Araştırmanın bu kısmında, katılımcıların sosyo-demografik özelliklerini oluşturan, cinsiyet, medeni durum, Türkçeyi bilme ve gelir düzeyine göre durumları gibi bağımsız değişkenler ile bağımlı değişken olan turizm imajına ilişkin sorular arasında 0.05 önem seviyesinde anlamlı farklılıklar bulunup bulunmadığı *Varyans Analizi (Anova)* ile araştırılarak tablolar halinde verilmekte ve değerlendirmeleri yapılmaktadır.

Soru formunda yer alan *Turizm (Destinasyon) İmajına* ilişkin soruların cinsiyete göre anlamlı farklılık gösterip göstermediği *Varyans Analizi (Anova)* tekniği ile yapılmış ancak, *Turizm (Destinasyon) İmajına* ilişkin değişkenlere yapılan değerlendirmelerde katılımcıların cinsiyetine göre *anlamlı farklılık olmadığı* tespit edilmiştir. Dolayısıyla söz konusu *Turizm (Destinasyon) İmajına* ait değişkenler cinsiyete göre 0,05 önem seviyesinde *anlamlı farklılık* göstermemektedir.

Aynı şekilde katılımcıların medeni durumuna göre *Turizm (Destinasyon) İmajına* ilişkin sorularda farklılık olup olmadığı *Varyans Analizi (Anova)* tekniği ile test edilmiştir. Ancak, *Turizm (Destinasyon) İmajına* ilişkin sorulara yapılan değerlendirmede, katılımcıların medeni durumuna göre de 0,05 önem seviyesinde bir farklılık görülmemiştir. Dolayısıyla *Turizm (Destinasyon) İmajına* ilişkin sorulara karşı yapılan değerlendirmelerde katılımcıların medeni durumu arasında *anlamlı bir farklılığın olmadığı* tespit edilmiştir.

**Tablo 84.** Türkçeyi Bilme Durumuna Göre Türkiye'nin Turizm (Destinasyon) İmajına İlişkin Soruların Varyans Analizi (Anova)

Sorular	Ortalamalar		Std. Sapma		Önem Seviyesi
	En az alt düzey olması	Hiç Bilmeme	En az alt düzey olması	Hiç Bilmeme	
Türkiye özgün kültür ve tarihi yapıya sahiptir.	5,93	5,62	1,261	1,217	,003
Türkiye tatil için arzu edilen bir ülkedir.	5,72	5,31	1,260	1,348	,000
Türkiye güvenli bir tatil ülkesidir.	5,12	4,70	1,436	1,470	,000
Türkiye konuksever bir ülkedir.	5,58	5,23	1,319	1,376	,002

Katılımcıların Türkçeyi bilme durumlarına göre *Turizm (Destinasyon) İmajına* ilişkin sorulardan toplam dört (4)'ünde 0,05 önem seviyesinde anlamlı farklılar tespit edilmiştir. Öyle ki, katılımcıların Türkçeyi en alt düzey bilmesi ile hiç bilmemesi durumuna göre *Türkiye'nin özgün kültürü ve tarihi yapıya* sahip olması farklılık göstermektedir. Tablo 84'de de görüldüğü üzere, Türkçeyi en alt düzey bilen katılımcılar **5,93** ortalama ile hiç bilmeyen katılımcılara (5,62) göre daha çok Türkiye'nin özgün kültürü ve tarihi yapıya sahip olduğunu ifade etmişlerdir.

Aynı şekilde araştırmaya katılan Kırgızistan vatandaşlarının, *Türkiye'nin tatil için arzu edilen* bir ülke olmasında Türkçe bilip bilmemelerinin etkili olduğu saptanmıştır. Buna göre tablo 84'de de görüldüğü üzere, Türkçeyi en alt düzey bilen katılımcılar **5,72** ortalama ile Türkçeyi hiç bilmeyen katılımcılara (5,31) göre Türkiye'nin tatil için daha çok arzu edilen ülke olduğunu belirtmişlerdir.

*Turizm (Destinasyon) İmajına* ilişkin bir başka sorgulamaya, "*Türkiye güvenli bir tatil ülkesidir*" sorusuna bakıldığında ise, Türkçeyi en az alt düzey bilen katılımcılar **5,12** ortalama ile Türkçeyi hiç bilmeyen katılımcılara (4,70) göre Türkiye'nin daha güvenli bir tatil ülkesi olduğu yönünde değerlendirmelerde bulunmuşlardır.

*Türkiye'nin konuksever* olma durumu ise de Türkçe bilip bilmeme durumuna göre farklılık göstermektedir. Buna göre Türkçeyi en alt düzey bilen katılımcılar **5,58** ortalama ile Türkçeyi hiç bilmeyen katılımcılara göre daha konuksever ülke olduğunu belirtmişlerdir.

Genel olarak tablo 84'e bakıldığında, katılımcıların Türkçe bilip bilmemelerine göre *Türkiye'nin Turizm (Destinasyon) İmajına* ilişkin sorularda anlamlı farklılık olduğu

saptanmıştır. Buna sonuç Türkçe bilenlerin Türkiye'nin Turizmi ile ilgili daha katılımlı yönlü bir değerlendirmede bulunduğunu göstermektedir.

**Tablo 85.** Türkiye'ye Gitme Durumuna Göre Türkiye'nin Turizm (Destinasyon) İmajına İlişkin Soruların Varyans Analizi (Anova)

Sorular	Ortalamalar		Std. Sapma		Önem Seviyesi
	En az bir kere	Hiç gitmeme	En az bir kere	Hiç gitmeme	
Türkiye turizmde hizmet kalitesi yüksek bir ülkedir.	6,08	5,49	1,151	1,446	,000
Türkiye tatil için ucuz bir ülkedir.	5,75	5,32	1,390	1,493	,001
Türkiye özgün kültür ve tarihi yapıya sahiptir.	6,19	5,62	,979	1,310	,000
Türkiye tatil için arzu edilen bir ülkedir.	5,79	5,43	1,310	1,306	,003
Türkiye güvenli bir tatil ülkesidir.	5,44	4,71	1,403	1,440	,000
Türkiye konuksever bir ülkedir.	5,88	5,23	1,240	1,356	,000

Tablo 85'de yer alan değişkenler ile katılımcıların Türkiye'ye gitme durumlarına göre *Turizm (Destinasyon) İmajına* ilişkin sorularda 0,05 önem seviyesinde anlamlı farklılar tespit edilmiştir. Buna göre Türkiye'ye en az bir defa giden katılımcılara göre hiç gitmeyen katılımcılar arasında *Türkiye'nin turizm hizmet kalitesine* yönelik anlamlı farklılık saptanmıştır. Türkiye'ye en az bir defa giden katılımcılar **6,08** ortalama ile Türkiye'ye hiç gitmeyen katılımcılara (5,49) göre Türkiye'nin turizmde hizmet kalitesinin daha yüksek olduğu yönünde bir değerlendirmelerde bulunmuşlardır. Aynı şekilde Türkiye'nin tatil için ucuz bir ülke olması sorgulaması, Türkiye'ye gidenler ile gitmeyenler arasında da tablo 85'de görüldüğü üzere anlamlı bir farklılık yaratmaktadır. Buna göre Türkiye'ye en az bir defa giden katılımcılar **5,75** ortalama ile Türkiye'ye hiç gitmeyen katılımcılara (5,2) göre daha çok *Türkiye'nin tatil için ucuz bir ülke* olduğu görüşüne sahiptirler.

*Turizm (Destinasyon) İmajına* ilişkin sorulardan “*Türkiye özgün kültür ve tarihi yapıya sahiptir*” sorusuna bakıldığında, Türkiye'ye en az bir defa giden katılımcılar ortalama **6,19** ortalama ile Hiç gitmeyenlere (5,62) göre Türkiye'nin daha çok özgün kültür ve tarihi yapıya sahip olduğunu ifade eden bir katılımda bulunmuşlardır.

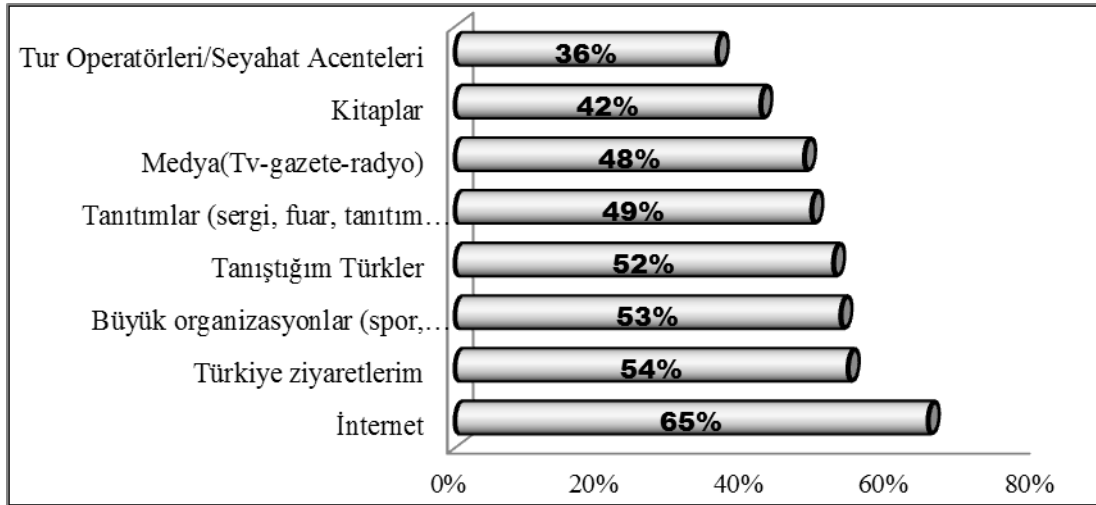


Türkiye'nin *tatil için arzu edilme* durumu ile ilgili de, Türkiye'ye en az bir defa giden katılımcılar ile Türkiye'ye hiç gitmeyen katılımcılar arasında da bir farklılık yaratmaktadır. Buna göre Türkiye'ye en az bir defa giden katılımcılar **5,79** ortalama ile Türkiye'ye hiç gitmeyen katılımcılara (5,43) göre daha çok tatil için arzu edilen bir ülke olduğu yönünde bir değerlendirmede bulunmuşlardır.

Türkiye'ye gitme durumu ile *Türkiye'nin güvenli bir tatil ülkesi* olma durumu arasında da anlamlı bir fark söz konusudur. Buna göre Türkiye'ye en az bir defa giden katılımcıların **5,44** ortalama ile hiç gitmeyen katılımcılara (4,71) göre daha çok Türkiye'nin güvenli bir tatil ülkesi olduğunu belirttikleri görülmüştür.

Aynı şekilde Türkiye'ye en az bir defa giden katılımcılar 5,88 ortalama ile hiç gitmeyen katılımcılara (5,23) göre daha çok *Türkiye'nin konuksever bir ülke* olduğu yönünde bir ifade de bulunmuşlardır.

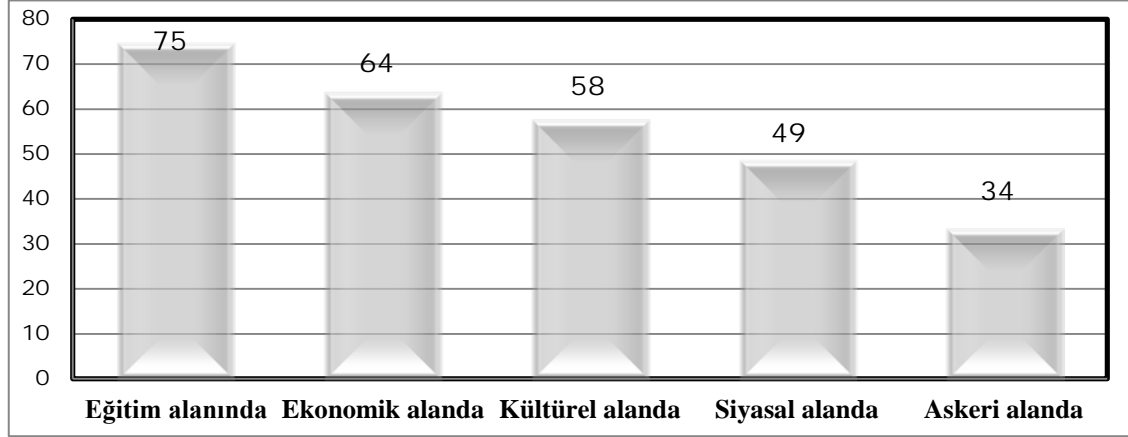
**Grafik 43.** Katılımcıların, Türkiye ile ilgili yargılarınızda aşağıdaki bilgi kaynakları hangi ölçüde etkili/etkisiz olmuştur sorusuna ilişkin değerlendirmeleri(%)



Grafik 43'de yer alan veriler Kırgızistan vatandaşlarının, *Türkiye ile ilgili yargılarındaki bilgi kaynaklarına* ilişkin soruların genel durumunu betimleyen değişkenlere karşı verdiği değerlendirmeleri içermektedir.

Grafik 43'de de görüldüğü üzere, katılımcıların Türkiye ile yargılarında en etkide bulunan internet olmuştur. Sonrasında Türkiye'ye ziyaretler, büyük organizasyonlar ve tanışılmış olunan Türkler gelmektedir. Katılımcıların Türkiye ile yargılarında en az etkili olan ise tur operatörleri olarak görülmektedir.

**Grafik 44.** Katılımcıların, Kırgızistan’da, Türkiye’nin Aşağıdaki Alanlarda Ne Derece Etkili/Etkisiz Olduğuna İlişkin Ortalama Katılım Düzeyi(%)



Grafik 44’de yer alan veriler Kırgızistan vatandaşlarının, *Türkiye’nin siyasal, ekonomik, askeri, kültürel ve eğitim alanlarında Kırgızistan’da ne derece etkili olup olmadığına* ilişkin soruların genel durumunu betimleyen değişkenlere karşı verdiği değerlendirmeleri içermektedir.

Araştırmaya katılan 611 kişiden 607 kişinin ortalama katılım düzeyi % 75 olan yukarıdaki grafik 44’de de görüldüğü üzere, Türkiye en çok Kırgızistan’da *eğitim alanında* etkili faaliyet gösterdiği görülmektedir. Söz konusu kategoride ikinci sırada, 605 katılımcının değerlendirmede bulunduğu ekonomik alan yer almaktadır. Türkiye’nin Kırgızistan’da *ekonomik alanda* etkili olarak faaliyet göstermesine % 64 oranında katılımı söz konusudur. 599 kişinin değerlendirmede bulunduğu bir başka alan ise kültürel alandır. Katılımcılar Türkiye’nin Kırgızistan’da *kültürel alanda* etkili olmasına ilişkin sorgulamada, % 58 düzeyinde bir katılımı etkili olduğunu belirtmişlerdir. Siyasal alanda Türkiye’nin Kırgızistan’da etki derecesine baktığımızda, grafik 44’de de görüldüğü üzere katılımcıların % 49 katılım düzeyinde bir değerlendirmede bulunduğu görülmektedir. Bir başka alan ise askeri alandır. 603 katılımcının Türkiye’nin Kırgızistan’da askeri alanda grafik 44’de de görüldüğü üzere % 34 katılım düzeyinde bir değerlendirmede bulunduğu görülmektedir.

Genel olarak Kırgızistan vatandaşlarının, *Türkiye’nin siyasal, ekonomik, askeri, kültürel ve eğitim alanlarında Kırgızistan’da ne derece etkili olup olmadığına* ilişkin sorulara yapmış oldukları değerlendirmelere bakıldığında, en çok etkili faaliyet alanını *eğitim alanı* olarak belirlemişlerdir. Araştırmaya katılan Kırgızistan vatandaşları

Türkiye'nin Kırgızistan'da en zayıf etkisi olduğu alanı ise, grafik 44'de de görüldüğü üzere *askeri alan* olarak belirlemiştir.

**Tablo 86.** Katılımcıların Yaşlarına Göre Türkiye'nin siyasi, ekonomik, askeri, kültürel ve eğitim alanlarında Kırgızistan'da ne derece etkili olup olmadığına ilişkin Değerlendirmelerin Farklılaşması(%)

Kategoriler	20-29	30-39	40-49	50-59	59 yaş üstü
Siyasal Alanda	37	43	45	51	51
Ekonomik Alanda	56	56	60	61	65
Askeri Alanda	28	37	36	40	41
Kültürel Alanda	57	56	58	65	68
Eğitim Alanında	72	68	70	70	75

Tablo 86'da katılımcıların yaşlarına göre *Türkiye'nin siyasi, ekonomik, askeri, kültürel ve eğitim alanlarında Kırgızistan'da ne derece etkili olup olmadığına* ilişkin sorularda farklılaşmaya baktığımızda, katılımcıların yaşları arttıkça Türkiye'nin Kırgızistan'da siyasi alanda daha etkili olduğu değerlendirilmesinin yapıldığı görülmektedir. Ekonomik alanda da çok farklılık söz konusu olmasa da katılımcıların yaşı arttıkça Kırgızistan'da Türkiye ekonomik alanda etkili olduğu şeklinde bir değerlendirme bulunabilir. Aynı şekilde askeri ve kültürel alanda da Türkiye Kırgızistan'da katılımcıların yaşları arttıkça çok olmasa da daha etkili şekilde değerlendirmelerle karşılaşmıştır.

Kırgızistan'da eğitim alanında Türkiye'nin ne derece yaşa göre farklılık gösterdiğine bakıldığında, tablo 86'da da görüldüğü üzere 20-29 yaş aralığında katılımcılar % 72 oranında ortalama katılım düzeylerini belirlerken, 30-39 yaş aralığında bu ortalama katılım % 68'e düşmüştür. Ancak daha sonra yaş arttıkça katılımcıların ortalama katılım düzeylerinin de arttığı tablo 86'da görülmektedir.

**Tablo 87.** Katılımcıların Türkçe Bilme Durumlarına Göre Türkiye'nin siyasi, ekonomik, askeri, kültürel ve eğitim alanlarında Kırgızistan'da ne derece etkili olup olmadığına ilişkin Değerlendirmelerin Farklılaşması(%)

Kategoriler	Hiç Bilmeme	Alt düzey	Orta Düzey	Üst Düzey
Siyasal Alanda	39	41	52	53
Ekonomik Alanda	52	61	63	67
Askeri Alanda	29	35	40	48
Kültürel Alanda	51	60	68	66
Eğitim Alanında	65	71	79	78

Tablo 87'de katılımcıların Türkçe bilme durumlarına göre *Türkiye'nin siyasi, ekonomik, askeri, kültürel ve eğitim alanlarında Kırgızistan'da ne derece etkili olup*

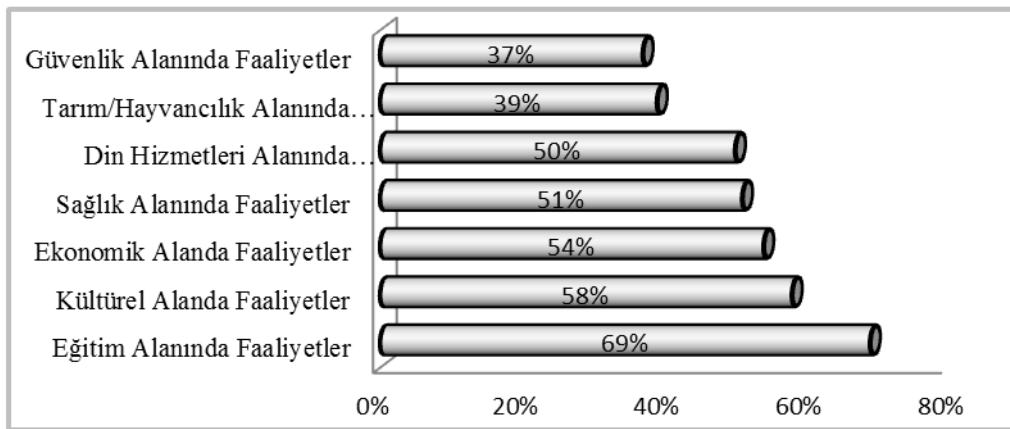
*olmadığına* ilişkin sorularda farklılaşmaya baktığımızda, katılımcıların dil bilme düzeyleri arttıkça Türkiye'nin Kırgızistan'da gerek siyasal alanda, gerek ekonomik alanda, gerek askeri alanda, gerek kültürel alanda, gerek ise eğitim alanında daha etkili olduğu tablo 87'de görülmektedir. Örneğin söz konusu siyasal alanda dil bilme düzeyi arttıkça katılımcıların ortalama katılım düzeylerinin de arttığı görülmektedir.

**Tablo 88.** Katılımcıların Türkiye'ye Gitme Durumuna Göre Türkiye'nin siyasal, ekonomik, askeri, kültürel ve eğitim alanlarında Kırgızistan'da ne derece etkili olup olmadığına ilişkin Değerlendirmelerin Farklılaşması(%)

Kategoriler	Hiç Gitmeme	Bir Kez	Birkaç Kez	Çok Kez
Siyasal Alanda	39	47	56	60
Ekonomik Alanda	55	59	66	76
Askeri Alanda	31	36	43	49
Kültürel Alanda	53	62	63	72
Eğitim Alanında	67	72	78	91

Tablo 88'de katılımcıların Türkiye'ye gitme durumlarına göre *Türkiye'nin siyasal, ekonomik, askeri, kültürel ve eğitim alanlarında Kırgızistan'da ne derece etkili olup olmadığına* ilişkin sorularda farklılaşmaya baktığımızda, katılımcıların Türkiye'ye gitme düzeyleri arttıkça Türkiye'nin Kırgızistan'da gerek siyasal alanda gerek ekonomik alanda gerek askeri alanda gerek kültürel alanda gerek ise eğitim alanında daha etkili olduğu tablo 88'de görülmektedir. Örneğin ekonomik alanda Türkiye'ye gitme düzeyi arttıkça katılımcıların ortalama katılım düzeylerinin de arttığı görülmektedir.

**Grafik 45.** Katılımcıların, Türkiye'nin Aşağıdaki alanlarda Kırgızistan'a Yönelik Yapmış Olduğu Faaliyetler ile İlgili Düşüncelerinizi Olumluluk/olumsuzluk Derecesine Göre Belirtiniz sorusuna İlişkin Katılım Düzeyleri(%)



Grafik 45’de görüldüğü üzere, Kırgızistan’a yönelik yapmış olduğu faaliyetler ile ilgili katılımcıların olumluluk/olumsuzluk derecelerine göre değerlendirmeleri yer almaktadır. Buna göre katılımcılar Türkiye’nin Kırgızistan’da faaliyet gösterdiği en olumlu alan olarak eğitim alanını belirlemişlerdir. Bir başka ifadeyle araştırmaya katılan Kırgızistan vatandaşları Türkiye’nin yapmış olduğu eğitim faaliyetlerine yönelik, % 69 ortalama katılım düzeyi ile, Kırgızistan’a yönelik yapılan en olumlu faaliyet alanı olarak ifadede bulunmuşlardır.

Eğitim faaliyetinden sonra Kırgızistan vatandaşlarının ikinci olarak Türkiye’nin yapmış olduğu kültürel faaliyetlere % 58 katılım düzeyi ile olumlu bulduklarına yönelik bir değerlendirme yaptıkları görülmektedir. Daha sonra ise sırayla, % 54 ortalama katılım düzeyi ile ekonomik faaliyetler, % 51 ortalama katılım düzeyi ile sağlık alanındaki faaliyetler, % 50 ortalama katılım düzeyi ile din hizmetleri alanındaki faaliyetler, % 39 ortalama katılım düzeyi ile tarım/hayvancılık alanındaki faaliyetler ve % 37 ve en düşük ortalama katılım düzeyi ile güvenlik alanındaki faaliyetler olumlu bulunmuştur.

Türkiye’nin Kırgızistan’a yönelik yapmış oldukları faaliyet alanlarına karşı katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine ilişkin, bir başka ifadeyle bağımsız değişkenlere göre ile Türkiye’nin Kırgızistan’a yönelik yapmış olduğu faaliyet alanlarına katılım düzeylerinin farklılaşmasına yönelik yapılan analiz sonuçlarından sadece Türkçe bilme durumuna ve Türkiye’ye gitme durumuna göre bir farklılaşmanın tespit edildiği belirtilmelidir. Diğer söz konusu bağımsız değişkenlerde herhangi bir farklılaşma saptanmadığından dolayı değerlendirmeye alınmamıştır.

**Tablo 89.** Katılımcıların Türkçe bilme durumuna göre Türkiye’nin Aşağıdaki alanlarda Kırgızistan’a Yönelik Yapmış Olduğu Faaliyetler ile İlgili Düşüncelerinizi Olumluluk/olumsuzluk Derecesine İlişkin Değerlendirmelerin Farklılaşması(%)

Kategoriler	Hiç Bilmeme	Alt düzey	Orta Düzey	Üst Düzey
Ekonomik Alanda Faaliyetler	49	53	62	59
Eğitim Alanında Faaliyetler	60	69	76	75
Sağlık Alanında Faaliyetler	46	52	58	60
Tarım/Hayvancılık Alanında Faaliyetler	35	40	48	48
Din Hizmetleri Alanında Faaliyetler	43	49	59	62
Güvenlik Alanında Faaliyetler	33	37	42	47
Kültürel Alanda Faaliyetler	50	58	67	69

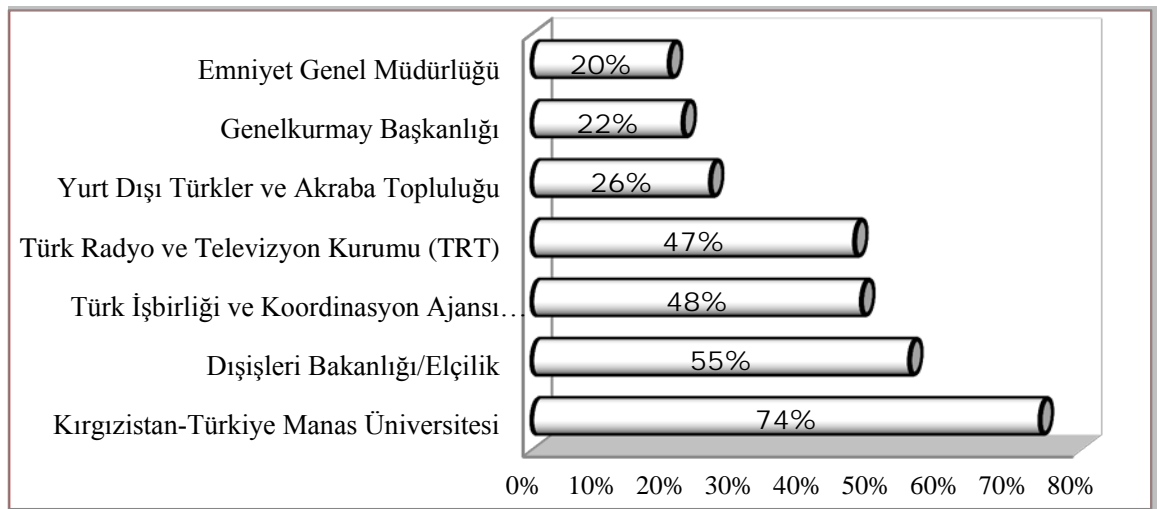
Tablo 89’de katılımcıların Türkçe bilme durumuna göre Türkiye’nin Kırgızistan’a yönelik yapmış oldukları faaliyetler ile ilgili olumluluk düşüncelerinin farklılaşması ile ilgili veriler yer almaktadır. Genel olarak tablo 89’e baktığımızda, faaliyet alanları ile Türkçe bilme düzeyleri arasındaki farklılaşma katılımcıların dil bilme düzeyi arttıkça söz konusu faaliyetler ile ilgili ortalama katılım düzeyleri yani olumluluk düzeylerinin arttığı görülmektedir.

**Tablo 90.** Katılımcıların Türkiye’ye Gitme Durumuna Göre Türkiye’nin Siyasal, Ekonomik, Askeri, Kültürel ve Eğitim Alanlarında Kırgızistan’da Ne Derece Etkili Olup Olmadığına İlişkin Değerlendirmelerin Farklılaşması(%)

Kategoriler	Hiç Gitmeme	Bir Kez	Birkaç Kez	Çok Kez
Ekonomik Alanda Faaliyetler	50	57	59	69
Eğitim Alanında Faaliyetler	63	70	75	88
Sağlık Alanında Faaliyetler	49	50	54	60
Tarım/Hayvancılık Alanında Faaliyetler	38	40	43	50
Din Hizmetleri Alanında Faaliyetler	45	54	58	70
Güvenlik Alanında Faaliyetler	36	37	39	43
Kültürel Alanda Faaliyetler	57	61	64	78

Tablo 90’da katılımcıların Türkiye’ye gitme durumuna göre Türkiye’nin Kırgızistan’a yönelik yapmış oldukları faaliyetler ile ilgili olumluluk düşüncelerinin farklılaşması ile ilgili veriler yer almaktadır. Genel olarak tablo 90’a baktığımızda, faaliyet alanları ile Türkiye’ye gitme durumuna göre, katılımcıların Türkiye’ye gitme düzeyi arttıkça söz konusu faaliyetler ile ilgili ortalama katılım düzeylerinin yani olumluluk düzeylerinin arttığı görülmektedir.

**Grafik 46.** Katılımcıların, Kırgızistan’da, Türkiye Adına Faaliyette Bulunan Aşağıdaki Türk Kamu Kurumlarının Faaliyetleri Hakkında Ne Kadar Bilgi Sahibisiniz Sorusuna İlişkin Katılım Düzeyleri(%)



Grafik 46’da yer alan veriler Kırgızistan vatandaşlarının, *Kırgızistan’da, Türkiye Adına Faaliyette Bulunan Türk Kamu Kurumlarının Faaliyetleri Hakkında Bilgi Sahibi*” olma durumlarına ilişkin sorgulamanın genel durumunu betimleyen değişkenlere karşı verdiği değerlendirmeleri içermektedir.

Grafik 46’daki söz konusu değerlendirmelere bakıldığında, Kırgızistan vatandaşları, Kırgızistan’da Türkiye adına faaliyette bulunan Türk kamu kurumu olarak bilgi sahibi oldukları en yüksek kurum olarak *Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi*’ni belirtmişlerdir. Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesinin faaliyetleri ile bilgi sahibi olduklarını % 74 ortalama katılım düzeyi ile belirlemişlerdir. Araştırma katılımcıları, Kırgızistan’da, Türkiye adına faaliyette bulunan ikinci düzeyde bilgi sahibi oldukları kurum olarak *T.C Bişkek Büyükelçiliği*’ni işaret etmişlerdir. Söz konusu kurumun faaliyetleri hakkında % 55 ortalama katılım düzeyi ile bir değerlendirmede bulunmuşlardır. Katılımcıların, Kırgızistan’da Türkiye adına faaliyette bulunan ve söz konusu kurumun faaliyetleri ile ilgili bilgi seviyesine karşın % 48 ortalama katılım düzeyi ile belirledikleri üçüncü kurum ise *Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı* (TİKA)’dır. Katılımcılar, Kırgızistan’da Türkiye adına faaliyette bulunan ve söz konusu kurumların faaliyetleri ile ilgili bilgi seviyesine yönelik en düşük katılım gösterdikleri kurumlar ise Emniyet Genel Müdürlüğü, Genelkurmay Başkanlığı ve Yurt Dışı Türkler ve Akraba Toplulukları olmuştur.

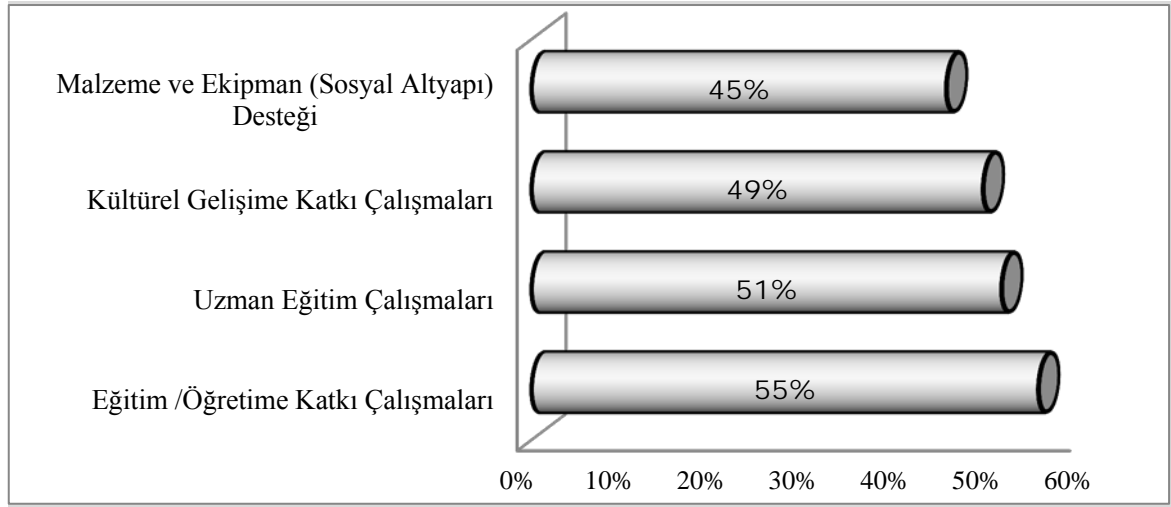
**Tablo 91.** Katılımcıların Türkçe Bilme Durumuna Göre Kırgızistan’da, Türkiye Adına Faaliyette Bulunan Türk Kamu Kurumlarının Faaliyetleri Hakkında Bilgi Sahibi olma Durumlarına İlişkin Değerlendirmelerin Farklılaşması(%)

Kategoriler	Hiç Bilmeme	Alt düzey	Orta Düzey	Üst Düzey
Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi	65	71	80	80
Dışişleri Bakanlığı/Elçilik	40	47	51	63
Türk İşbirliği ve Koordinasyon Başkanlığı (TİKA)	28	38	50	58
Türk Radyo ve Televizyon Kurumu (TRT)	33	43	54	57
Yurt Dışı Türkler ve Akraba Toplulukları	23	26	30	42
Genelkurmay Başkanlığı	23	26	31	34
Emniyet Genel Müdürlüğü	21	25	26	33

Tablo 91’de katılımcıların Türkçe bilme durumuna göre Kırgızistan’da, *“Türkiye Adına Faaliyette Bulunan Türk Kamu Kurumlarının Faaliyetleri Hakkında Bilgi Sahibi”* olma durumunun farklılaşması ile ilgili veriler yer almaktadır. Genel

olarak Tablo 91'e bakıldığında, *Kırgızistan'da*, Türkiye adına faaliyette bulunan Türk kamu kurumlarının faaliyetleri hakkında bilgi sahibi olması ile Türkçe bilme düzeyleri arasındaki farklılaşma görülmektedir. Katılımcıların Türkçeyi bilme düzeyi arttıkça söz konusu kurumların faaliyetleri hakkında bilgi sahibi olması ile ilgili ortalama katılım düzeylerinin de arttığı görülmektedir.

**Grafik 47.** Katılımcıların, Kırgızistan'da Türkiye Adına Faaliyette Bulunan Türk İşbirliği Ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı (TİKA)'nın Çalışmaları Hakkında Bilgi Sahibi İseniz Ne Derece Olumlu/Olumsuz Bulduğunuzu Belirtiniz Sorusuna Katılım Düzeyleri(%)



Grafik 47'de yer alan veriler Kırgızistan vatandaşlarının, *Kırgızistan'da Türkiye adına faaliyette bulunan Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı (TİKA)'nın çalışmaları hakkında bilgi sahibi iseniz ne derece olumlu/olumsuz* bulduklarına ilişkin sorgulamanın genel durumunu betimleyen değişkenlere karşı verdiği değerlendirmeleri içermektedir.

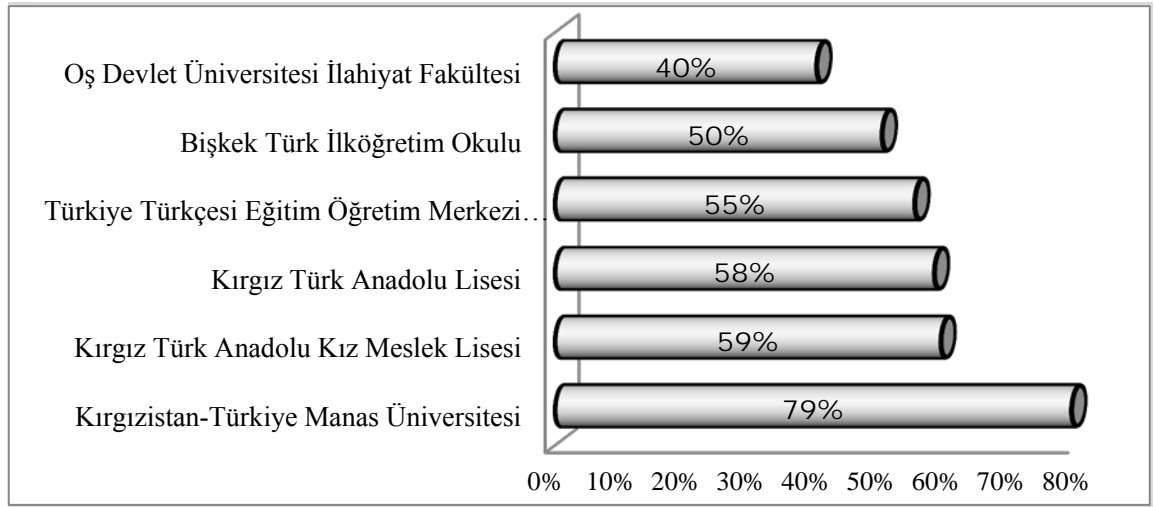
Söz konusu grafikte yer alan kategorilerde, katılımcıların en çok % 55 ortalama katılım düzeyi ile, TİKA'nın eğitim/öğretimle ilgili çalışmalarını olumlu buldukları görülmektedir. Katılımcılar % 51 ortalama katılım düzeyinde ise TİKA'nın uzman eğitim çalışmalarını olumlu bulduklarını, % 49 kültürel gelişime katkı çalışmalarını ve % 45 ortalama katılım düzeyinde ise malzeme ve ekipman desteği sağlamalarını olumlu bulduklarını ifade etmişlerdir.

Genel olarak TİKA'nın yapmış oldukları faaliyetlerle ilgili sonuçlar açısından, yukarıda grafik 46'daki *Kırgızistan'da Türkiye Adına Faaliyette Bulunan Türk Kamu*



*Kurumlarının Faaliyetleri Hakkında Bilgi Sahibi* olma durumlarına ilişkin sorgulamada da TİKA'nın üçüncü sırada yer aldığı görülmektedir. Bu durumda grafik 46 ile grafik 47'eki sorgulama sonuçlarına yönelik bir paralellik görmek mümkündür. Grafik 47'ye göre, katılımcıların TİKA'nın Kırgızistan'daki faaliyet alanlarında yürüttüğü çalışmalarla ilgili yüksek düzeyde bilgi sahibi olmadıkları anlaşılmaktadır.

**Grafik 48.** Katılımcıların, Kırgızistan'da Eğitim Faaliyetinde Bulunan Türk Kamu Eğitim Kurumlarının Çalışmaları Hakkında Bilgi Sahibi İseniz Ne Derece Olumlu/Olumsuz Bulduğunuzu Belirtiniz Sorusuna Katılım Düzeyleri(%)



Grafik 48'de yer alan veriler Kırgızistan vatandaşlarının, Kırgızistan'da eğitim faaliyetinde bulunan Türk kamu eğitim kurumlarının çalışmaları hakkında bilgi sahibi iseler ne derece olumlu/olumsuz bulduklarına ilişkin sorgulamanın genel durumunu betimleyen değişkenlere karşı verdiği değerlendirmeleri içermektedir.

Grafik 48'de görüldüğü üzere araştırmaya katılan Kırgızistan vatandaşları, Kırgızistan'da eğitim faaliyetinde bulunan kurumlar içerisinde en çok *Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesinin* çalışmalarını olumlu bulduklarını belirtmişlerdir. Söz konusu kuruma ortalama katılım düzeyi ise % 79'dur. Araştırmaya katılan Kırgızistan vatandaşları, Kırgızistan'da eğitim faaliyetinde bulunan *Kırgız-Türk Anadolu Kız Meslek Lisesinin* çalışmalarını % 59 ortalama katılım düzeyi ile olumlu bulduklarını belirtmişlerdir. Grafik 48'de söz konusu diğer kurumlara yönelik yaklaşımın, yani ortalama katılım düzeylerinin birbirine çok yakın olduğu görülmektedir. Genel olarak grafik 48'e bakıldığında, araştırmaya katılan Kırgızistan vatandaşlarının, Kırgızistan'da

Türkiye adına eğitim faaliyetinde bulunan *Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi*nin çalışmalarını yüksek düzeyde olumlu buldukları göze çarpmaktadır.

**Tablo 92.** Katılımcıların, Kırgızistan’da Eğitim Faaliyetinde Bulunan Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi ile İlgili Aşağıdaki İfadeler Hakkındaki Değerlendirmelerine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikleri Ve Kararsız Seçeneği ( 4 )’E Göre Farklılıkları

Sorular	N	Ort.	Std. Sapma	Önem Seviyesi
Eğitimde uluslararası bir markadır.	590	4.89	1,677	,000
Kurumsal bir cazibe merkezidir.	585	5.18	1,561	,000
Toplum ve iş dünyası için gerçek bir değerdir.	588	4.90	1,530	,000
Uluslararasılaşmada örnek bir üniversitedir.	588	5.6	1,535	,000
Dünya bilimine katkısı ile saygın bir üniversitedir.	587	4.61	1,572	,000
Orta Asya’nın en modern ve büyük kampus üniversitesidir.	585	5.15	1,585	,000
Türk dünyasının birlikteliğinde ve gelişmesinde etkin bir güçtür.	586	5.16	1,548	,000
Kırgızistan’ın eğitim ve öğretimine katkısı büyüktür.	590	5.9	1,381	,000

Tablo 92’de yer alan veriler Kırgızistan vatandaşlarının, Kırgızistan’da eğitim faaliyetinde bulunan *Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi*’ne ilişkin sorgulamaların genel durumunu betimleyen değişkenlere karşı verdiği değerlendirmeleri içermektedir.

7’li Likert ölçeğe ( Tamamen Katılıyorum-7, Katılıyorum-6, Kısmen Katılıyorum 5, Kararsızım-4, Kısmen Katılmıyorum-3, Katılmıyorum-2, Hiç Katılmıyorum-1) yanıt alınan sorguların genel değerlendirmeleri Tablo 92’de verilen ortalamalara göre yapılmıştır. Burada kararsız seçeneği olan “4” ortalamasına göre anlamlı farklılıklar tek örneklem “t” testiyle araştırılmıştır. Tablo 92’de bulunan sonuçların 0.05’ten küçük önem seviyesinde farkın anlamlı olduğu düşünülmüştür. Tüm yorumlar, bu önem seviyesi temel alınarak ve değişkenlere verilen değerlendirmelerin ortalamaları üzerinden yapılmıştır. Tablo 92’de yer alan Kırgızistan’da eğitim faaliyetinde bulunan *Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi*’ne ilişkin soruların özelliklerini betimleyen değişkenlere bakıldığında 0.05’ten küçük önem seviyesinde olduğu görülmektedir. Bu durum bütün değişkenlerin değerlendirmeye dahil edildiğini göstermektedir.

Katılımcıların, Manas üniversitesi “*Eğitimde uluslararası bir markadır*” sorusuna yönelik yapmış olduğu değerlendirmelere bakıldığında, Tablo 92’de de görüldüğü üzere 590 kişi değerlendirmede bulunmuş ve ortalama **4,89** çıkmıştır. Manas Üniversitesi’nin eğitimde uluslararası bir marka olduğuna ilişkin katılımcıların

görüşünün az da olsa katılım yönlü görülmüştür. Manas Üniversitesi “*Kurumsal bir cazibe merkezidir*” sorusuna katılımcıların değerlendirmesi tablo 92’de görüldüğü üzere **5,18** ortalama ile katılım yönlü olduğu şeklindedir. Manas Üniversitesine ilişkin bir başka sorgulama ise, “*Toplum ve iş dünyası için gerçek bir değerdir*” sorusudur. Söz konusu bu soruya katılımcılar **4,90** ortalama ile az da olsa katılım yönlü bir değerlendirmede bulunmuşlardır. Kırgızistan’da faaliyette bulunan Manas Üniversitesi’ne ilişkin bir diğer sorgulama olan, “*Uluslararasılaşmada örnek bir üniversitedir*” sorusuna bakıldığında ise araştırmaya katılanların **5,6** ortalama ile olumlu katılım gösterdikleri şekilde sonuç ile karşılaşılmaktadır.

Manas Üniversitesi “*Dünya bilimine katkısı ile saygın bir üniversitedir*” sorusuna katılımcılar **4,61** ortalama ile bir değerlendirmede bulunmuşlardır. Katılımcıların bu ortalama ile az da olsa katılım yönlü değerlendirmede bulunmuş olduklarını söylemek mümkün olabilir. Manas Üniversitesi ile ilgili bir başka soru “*Orta Asya’nın en modern ve büyük kampus üniversitesidir*” olduğu şeklindedir. Söz konusu bu soruya karşı araştırmaya katılan Kırgızistan vatandaşları **5,15** ortalama katılım göstermektedirler. Üniversiteye ilişkin bir diğer soru “*Türk dünyasının birlikteliğinde ve gelişmesinde etkin bir güçtür*” sorusudur. Söz konusu soruya katılımcılar **5,16** ortalama katılım ile değerlendirmelerde bulunmuşlardır. Kırgızistan vatandaşlarının Manas üniversitesine ilişkin en yüksek katılım gösterdikleri soru “*Kırgızistan’ın eğitim ve öğretimine katkısı büyüktür*” sorusudur. Söz konusu soruya katılımcıların **5,9** ortalama ile katılımında buldukları görülmektedir.

Genel olarak, *Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi*’ne ilişkin sorulara yönelik Kırgızistan vatandaşlarının yaklaşımlarını Tablo 92’de yer alan verilere bakarak olumlu şekilde okumak mümkündür.

#### **4.2.1.7. Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi’ne İlişkin Sorular ile Katılımcıların Sosyo- Demografik Özellikleri Arasındaki İlişkilere Ait Bulgular**

Araştırmanın bu kısmında, katılımcıların sosyo-demografik özelliklerini oluşturan, cinsiyet, medeni durum, Türkçeyi bilme ve gelir düzeyi durumları gibi bağımsız değişkenler ile bağımlı değişken olan kişilik özelliklerine ait sorular arasında 0.05 önem seviyesinde anlamlı farklılıklar bulunup bulunmadığı *Varyans Analizi (Anova)* ile araştırılarak tablolar halinde verilmekte ve değerlendirmeleri yapılmaktadır.

Soru formunda yer alan *Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi*'ne ilişkin soruların cinsiyete göre anlamlı farklılık gösterip göstermediği *Varyans Analizi (Anova)* tekniği ile yapılmış ancak, *Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi*'ne ilişkin değişkenlere yapılan değerlendirmelerde katılımcıların cinsiyetine göre *anlamlı farklılık olmadığı* tespit edilmiştir. Bir başka anlatımla, söz konusu *Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi*'ne ait değişkenler cinsiyete göre 0,05 önem seviyesinde *anlamlı farklılık* göstermemektedir.

**Tablo 93.** Türkçeyi Bilme Durumuna Göre Kırgızistan'da Eğitim Faaliyetinde Bulunan Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi'ne Ait Soruların Varyans Analizi (Anova)

Sorular	Ortalamalar		Std. Sapma		Önem Seviyesi
	En az alt düzey olması	Hiç Bilmeme	En az alt düzey olması	Hiç Bilme me	
Eğitimde uluslararası bir markadır.	5,15	4,60	1,646	1,667	,000
Kurumsal bir cazibe merkezidir.	5,49	4,82	1,447	1,615	,000
Toplum ve iş dünyası için gerçek bir değerdir.	5,11	4,65	1,499	1,532	,000
Uluslararasılaşmada örnek bir üniversitedir.	5,42	4,98	1,472	1,576	,001
Dünya bilimine katkısı ile saygın bir üniversitedir.	4,85	4,34	1,561	1,544	,000
Orta Asya'nın en modern ve büyük kampus üniversitesidir.	5,43	4,82	1,544	1,574	,000
Türk dünyasının birlikteliğinde ve gelişmesinde etkin bir güçtür.	5,37	4,92	1,518	1,551	,001
Kırgızistan'ın eğitim ve öğretimine katkısı büyüktür.	5,76	5,38	1,309	1,433	,001

Tablo 93'de yer alan değişkenler ile katılımcıların Türkçeyi bilme durumlarına göre *Kırgızistan-Türkiye Manas üniversitesine* ilişkin sorularda 0,05 önem seviyesinde anlamlı farklılar tespit edilmiştir. Buna göre Türkçeyi en alt düzey bilen katılımcılara göre, Türkçeyi hiç bilmeyen katılımcılar arasında *Kırgızistan-Türkiye Manas üniversitesine ilişkin* sorularda anlamlı farklılık saptanmıştır. Türkçeyi en alt düzey bilen katılımcılar, *Manas Üniversitesi eğitimde uluslararası bir markadır* sorusuna karşı **5,15** ortalama ile Türkçeyi hiç bilmeyen katılımcılara (4,60) göre daha fazla katılım yönünde bir değerlendirmelerde bulunmuşlardır. Türkçeyi en alt düzey bilen

katılımcılar **5,49** ortalama ile Türkçeyi hiç bilmeyen katılımcılara (4,65) göre Manas Üniversitesi'nin *kurumsal bir cazibe merkezi* olduğu yönünde daha katılımlı bir değerlendirmede bulunmuşlardır. Türkçeyi en az alt düzey bilen katılımcılar **5,11** ortalama ile Türkçeyi hiç bilmeyen katılımcılara (4,65) göre Manas Üniversitesi'nin daha fazla *toplum ve iş dünyası için gerçek bir değer* olduğunu belirtmişlerdir.

Tablo 93'de bir başka Manas Üniversitesi ile ilgili soruya bakıldığında, Türkçeyi en alt düzey bilen katılımcılar **5,42** ortalama ile Türkçeyi hiç bilmeyen katılımcılara (4,98) göre Manas Üniversitesi'ni daha çok *uluslararasılaşmada örnek bir üniversite* olarak değerlendirmelerde bulunmuşlardır. Türkçeyi en alt düzey bilen katılımcılar **4,85** ortalama ile Türkçeyi hiç bilmeyen katılımcılara (4,34) göre, Manas Üniversitesi'nin daha çok *dünya bilimine katkısı ile saygın bir üniversite* olduğuna yönelik bir değerlendirmede bulunmuşlardır.

Manas Üniversitesi ile ilgili bir başka soruya bakıldığında, Türkçeyi en alt düzeyde bilen katılımcıların **5,43** ortalama ile Türkçeyi hiç bilmeyen katılımcılara (4,82) göre Manas Üniversitesi'nin *Orta Asya'nın en modern ve büyük kampus üniversitesi* olduğuna yönelik daha katılımlı bir değerlendirmesi söz konusudur. Türkçeyi en alt düzey bilen katılımcılar **5,37** ortalama ile Türkçeyi hiç bilmeyenlere (4,92) göre daha katılımlı bir şekilde, Manas Üniversitesi'ni *Türk dünyasının birlikteliğinde ve gelişmesinde etkin bir güç* olarak değerlendirmede bulunmuşlardır.

Tablo 93'de Manas Üniversitesi ile ilgili bir başka sorgulamaya bakıldığında, Türkçeyi en alt düzey bilen katılımcılar **5,76** ortalama ile Türkçeyi hiç bilmeyenlere (5,38) göre Manas Üniversitesi'nin daha çok *Kırgızistan'ın eğitim ve öğretimine katkısı büyüktür* değerlendirmesinde bulunmuşlardır.

**Tablo 94.** Katılımcıların Bir Türk Arkadaşı Olma Durumuna Göre Kırgızistan'da Eğitim Faaliyetinde Bulunan Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi'ne Ait Soruların Varyans Analizi (Anova)

Sorular	Ortalamalar		Std. Sapma		Önem Seviyesi
	Var	Yok	Var	Yok	
Eğitimde uluslararası bir markadır.	5,25	4,71	1,638	1,669	,000
Kurumsal bir cazibe merkezidir.	5,52	5,01	1,475	1,577	,000
Toplum ve iş dünyası için gerçek bir değerdir.	5,30	4,69	1,508	1,502	,000
Uluslararasılaşmada örnek bir üniversitedir.	5,50	5,07	1,518	1,524	,002
Dünya bilimine katkısı ile saygın bir üniversitedir.	4,90	4,46	1,528	1,576	,002

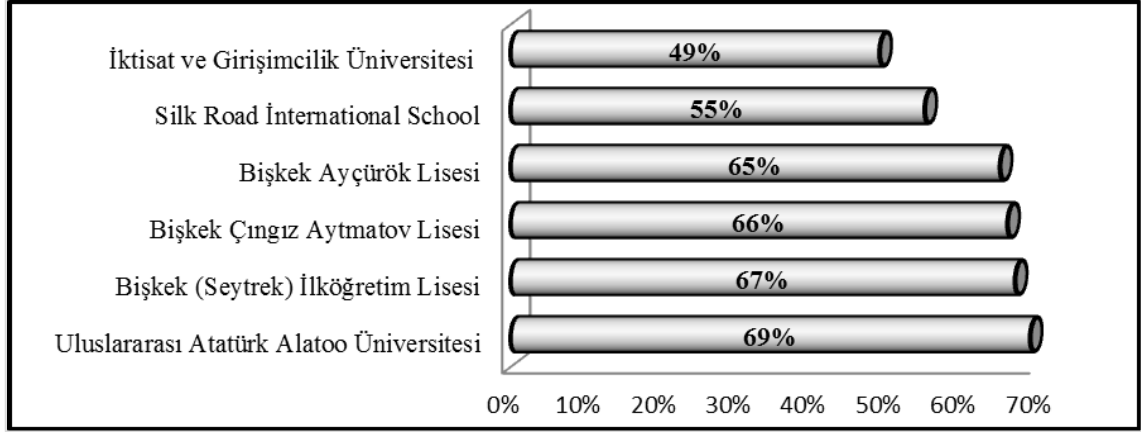
Orta Asya'nın en modern ve büyük kampus üniversitesidir.	5,53	4,95	1,504	1,593	,000
Türk dünyasının birlikteliğinde ve gelişmesinde etkin bir güçtür.	5,48	5,00	1,543	1,526	,001
Kırgızistan'ın eğitim ve öğretimine katkısı büyüktür.	5,85	5,45	1,365	1,371	,001

Tablo 94'de yer alan değişkenler ile katılımcıların Türk arkadaşı olma durumlarına göre *Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi'ne* ilişkin sorularda 0,05 önem seviyesinde anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Buna göre Türk arkadaşı olan katılımcılara göre Türk arkadaşı olmayan katılımcılar arasında *Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi'ne ilişkin* sorularda anlamlı farklılık saptanmıştır. Türk arkadaşı olan katılımcılar, Manas Üniversitesi *eğitimde uluslararası bir markadır* sorusuna karşı **5,25** ortalama ile Türk arkadaşı olmayan katılımcılara (4,60) göre daha fazla katılım yönünde bir değerlendirmede bulunmuşlardır. Türk arkadaşı olan katılımcılar **5,52** ortalama ile Türk arkadaşı olmayan katılımcılara (5,01) göre Manas Üniversitesi'nin daha çok *kurumsal bir cazibe merkezi* olduğunu yönünde bir değerlendirmede bulunmuşlardır. Türk arkadaşı olan katılımcılar **5,30** ortalama ile Türk arkadaşı olmayan katılımcılara (4,69) göre Manas Üniversitesi'nin daha fazla *toplum ve iş dünyası için gerçek bir değer* olduğunu belirtmişlerdir. Tablo 94'de bir başka Manas Üniversitesi ile ilgili sorgulamaya bakıldığında, Türk arkadaşı olan katılımcılar **5,50** ortalama ile Türk arkadaşı olmayan katılımcılara (5,07) göre Manas Üniversitesi'nin *uluslararasılaşmada örnek bir üniversite* yönünde daha çok katılımda buldukları görülmüştür. Türk arkadaşı olan katılımcılar **4,90** ortalama ile Türk arkadaşı olmayan katılımcılara (4,46) göre Manas Üniversitesi daha çok *dünya bilimine katkısı ile saygın* bir üniversite şeklinde bir değerlendirmede bulunmuşlardır.

Manas Üniversitesi ile ilgili bir başka sorgulamaya bakıldığında, Türk arkadaşı olan katılımcıların **5,53** ortalama ile Türk arkadaşı olmayan katılımcılara (4,95) göre Manas Üniversitesi'nin daha çok *Orta Asya'nın en modern ve büyük kampus üniversitesi* olduğuna yönelik bir değerlendirmesi söz konusudur. Türk arkadaşı olan katılımcılar **5,48** ortalama ile Türk arkadaşı olmayanlara (5,00) göre Manas Üniversitesi *Türk dünyasının birlikteliğinde ve gelişmesinde etkin bir güç* ifadesine daha katılımlı değerlendirmede bulunmuşlardır.

Tablo 94’de Manas Üniversitesi ile ilgili bir başka sorgulamaya bakıldığında, Türk arkadaşı olan katılımcılar **5,85** ortalama ile Türk arkadaşı olmayanlara (5,45) göre Manas Üniversitesi’nin daha çok *Kırgızistan’ın eğitim ve öğretimine katkısı büyüktür* değerlendirmesinde bulunmuşlardır.

**Grafik 49.** Katılımcıların, Kırgızistan’da Eğitim Faaliyetinde Bulunan Kırgız-Türk Özel ve Vakıf Eğitim Kurumlarının Çalışmaları Hakkında Bilgi Sahibi İseniz Ne Derece Olumlu/Olumsuz Bulduğunuzu Belirtiniz Sorusuna Katılım Düzeyleri(%)



Grafik 49’da yer alan veriler Kırgızistan vatandaşlarının, *Kırgızistan’da eğitim faaliyetinde bulunan Kırgız-Türk Özel ve Vakıf Eğitim Kurumlarının çalışmaları hakkında bilgi sahibi iseniz ne derece olumlu/olumsuz* bulduklarına ilişkin sorunun genel durumunu betimleyen değişkenlere karşı verdiği değerlendirmeleri içermektedir.

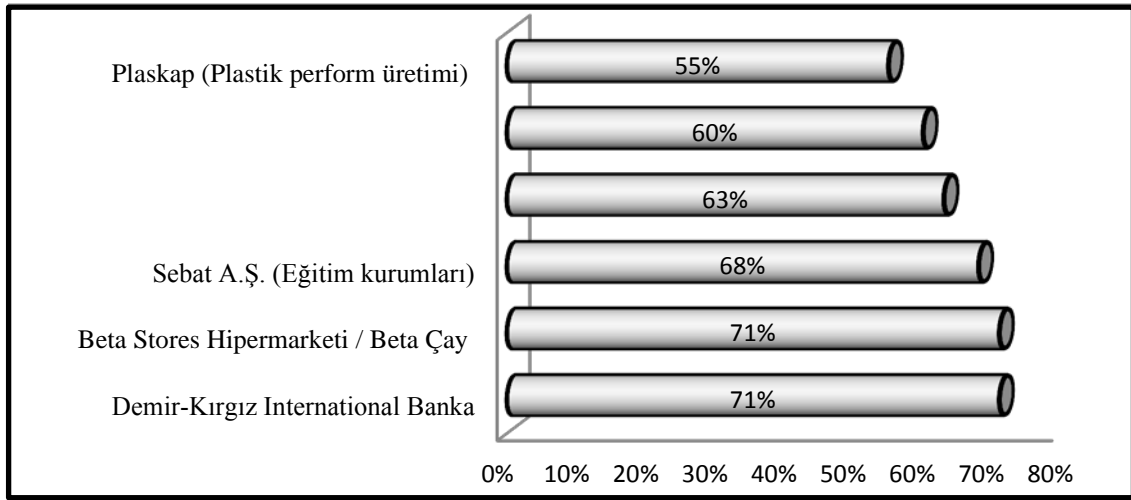
Grafik 49’da görüldüğü üzere *Kırgızistan’da Eğitim Faaliyetinde Bulunan Kırgız-Türk Özel ve Vakıf Eğitim Kurumlarının çalışmalarını ne derece olumlu/olumsuz* bulduklarına ilişkin değerlendirmeler yer almaktadır. Buna göre grafik 49’da görüldüğü üzere araştırmaya katılan Kırgızistan vatandaşları, Kırgızistan’da eğitim faaliyetinde bulunan *Kırgız-Türk Özel ve Vakıf Eğitim Kurumları* içerisinde en çok *Uluslararası Atatürk Alatoo Üniversitesi* çalışmalarını olumlu bulduklarını belirtmişlerdir. Söz konusu kuruma ortalama katılım düzeyi ise **% 69**’dur. Araştırmaya katılan Kırgızistan vatandaşları, Kırgızistan’da eğitim faaliyetinde bulunan *Bişkek (Setrek) İlköğretim Lisesinin* çalışmalarını **% 67** ortalama katılım düzeyi ile olumlu bulduklarını belirtmişlerdir.

Grafik 49’da söz konusu diğer kurumlara yönelik değerlendirmelere bakıldığında, katılımcılar **% 66** ortalama katılım düzeyi ile *Bişkek Çingiz Aytmatov Lisesinin* çalışmalarını olumlu bulduklarını, **% 65** ortalama katılım düzeyi ile *Bişkek*

Ayçürök Lisesinin çalışmalarını, % 55 ortalama katılım düzeyi ile *Silk Road International School*'un çalışmalarını ve % 49 ortalama katılım düzeyi ile de *İktisat ve Girişimcilik Üniversitesi*'nin çalışmalarını değerlendirmelerde bulunmuşlardır.

Genel olarak grafik 49'a bakıldığında araştırmaya katılan Kırgızistan vatandaşlarının, Kırgızistan'da Türkiye adına eğitim faaliyetinde bulunan Kırgız-Türk Özel ve Vakıf Eğitim Kurumlarından en çok çalışmalarını olumlu bulduğu kurum *Uluslararası Atatürk Alatoov Üniversitesi* olarak görülmektedir.

**Grafik 50.** Katılımcıların, Kırgızistan'da En Fazla Yatırımları Bulunan Aşağıdaki Türkiye Menşeli İşletmeler Hakkında Bilgi Sahibi İseniz Çalışmalarını Ne Derece Olumlu/Olumsuz Bulduğunuzu Belirtiniz Sorusuna Katılım Düzeyleri(%)



Grafik 50'da yer alan veriler Kırgızistan vatandaşlarının, *Kırgızistan'da En Fazla Yatırımları Bulunan Aşağıdaki Türkiye Menşeli İşletmelerin Çalışmalarını Ne Derece Olumlu/Olumsuz* bulduklarına ilişkin sorunun genel durumunu betimleyen değişkenlere karşı verdiği değerlendirmeleri içermektedir.

Grafik 50'de görüldüğü üzere, Kırgızistan'da en fazla yatırımları bulunan aşağıdaki Türkiye menşeli işletmelerin çalışmalarını ne derece olumlu/olumsuz bulduklarına ilişkin değerlendirmeleri sonucunda birinci sırayı, % 71 ortalama katılım düzeyi ile *Demir-Kırgız International Bank* ve *Beta Stores Hipermarketi/Beta Çay*'in çalışmaları almaktadır. Daha sonra grafik 50'de görüldüğü üzere % 68 ortalama katılım düzeyi ile *Sebat Eğitim* kurumlarının çalışmaları gelmektedir. % 63 ortalama katılım düzeyi ile *Kaynak Holding (Vefa Center Ticaret Merkezi)*, % 60 ortalama katılım düzeyi ile *Coca Cola (Anadolu Grubuna bağlı içecek üretimi)* ve son olarak ise % 55 ortalama



katılım düzeyi ile katılımcılar *Plaskap (Plastik perform üretimi)* firmasının çalışmalarına değerlendirmede bulunmuşlardır.

**Tablo 95.** Katılımcıların Türkçe Bilme Düzeylerine Göre, Kırgızistan'da En Fazla Yatırımları Bulunan Aşağıdaki Türkiye Menşeli İşletmelerin Çalışmalarını Ne Derece Olumlu/Olumsuz Bulduklarına İlişkin Değerlendirmelerin Farklılaşması(%)

Kategoriler	Hiç Türkçe Bilmeme Durumuna Göre	En Az Alt Düzey Türkçe Bilme Durumuna Göre
Sebat A.Ş (Eğitim Kurumları)	63	72
Coca Cola (Anadolu Grubuna Bağlı İçec.)	56	62
Kaynak Holding (AVM)	60	65
Plaskap (Plastik Perform Üretimi)	52	58
Beta Stores Hipermarketi / Beta Çay	70	71
Demir-Kırgız International Banka	70	72

Tablo 95'de Kırgızistan'da en fazla yatırımları bulunan Türkiye menşeli işletmelerin çalışmalarını ne derece olumlu/olumsuz bulduklarına ilişkin değerlendirmelerin Türkçe bilme düzeylerine göre farklılaşmasına bakıldığında, en alt düzeyde Türkçe bilen katılımcıların işletmelere yapmış oldukları değerlendirmeler ile hiç Türkçe bilmeyen katılımcıların değerlendirmeleri arasında farklılaşma söz konusudur. Yani Türkçe dilini bilme söz konusu işletmelerin çalışmalarına karşı değerlendirmelerde etkili olduğunu göstermektedir.

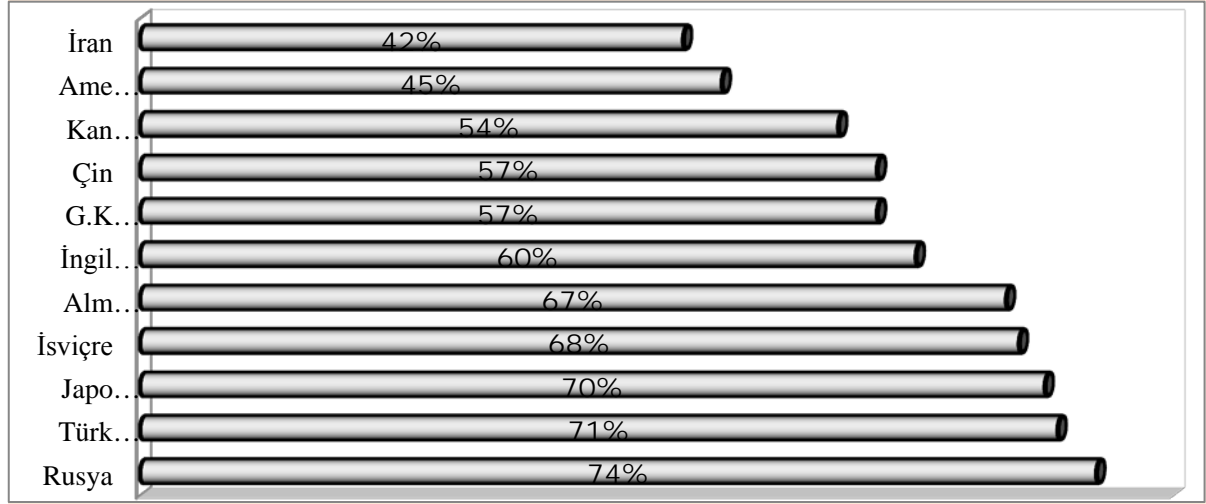
**Tablo 96.** Katılımcıların Türk Arkadaşı Olma Durumuna Göre Kırgızistan'da, Türkiye Adına Faaliyette Bulunan Türk Kamu Kurumlarının Faaliyetleri Hakkında Bilgi Sahibi Olma Durumlarına İlişkin Değerlendirmelerin Farklılaşması(%)

Kategoriler	Var	Yok
Sebat A.Ş (Eğitim Kurumları)	74	65
Coca Cola (Anadolu Grubuna Bağlı İçec.)	61	58
Kaynak Holding (AVM)	65	62
Plaskap (Plastik Perform Üretimi)	60	55
Beta Stores Hipermarketi / Beta Çay	76	68
Demir-Kırgız International Banka	75	69

Tablo 96'da Kırgızistan'da en fazla yatırımları bulunan Türkiye menşeli işletmelerin çalışmalarını ne derece olumlu/olumsuz bulduklarına ilişkin değerlendirmelerin katılımcıların Türk arkadaşı olma durumuna göre farklılaşmasına bakıldığında, Türk arkadaşım var diyen katılımcıların işletmelere yapmış oldukları değerlendirmeler ile Türk arkadaşım yok diyen katılımcıların değerlendirmeleri arasında farklılaşma söz konusudur. Bir başka ifadeyle, Türk arkadaşı olma durumunun

söz konusu işletmelerin çalışmalarına yönelik değerlendirmelerde etki yarattığını göstermektedir.

**Grafik 51.** Katılımcıların, Aşağıdaki Ükelere Karşı Sempatini Olumluluk/Olumsuzluk Derecelerine Göre Belirtiniz Sorusuna İlişkin Katılım Düzeyleri(%)



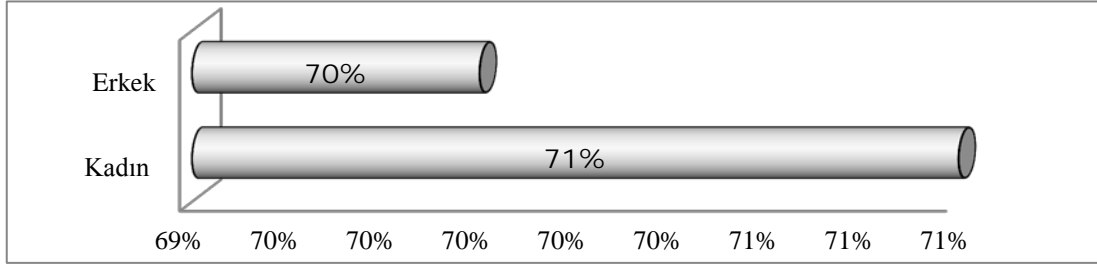
Soru formunda yer alan bir başka sorgulamada Kırgızistan vatandaşlarına, Kırgızistan ile ilişki içerisinde bulunan bir dizi ülkelere yönelik sempati düzeyleri sorulmuştur. Grafik 51’de görüldüğü üzere Kırgızistan vatandaşları % 74 ortalama katılım düzeyi ile sempati düzeyi en yüksek ülke olarak birinci sırada Rusya Federasyonu’nu işaret etmişlerdir.

Grafik 51’de görüldüğü üzere Kırgızistan vatandaşları sempati düzeyi olarak ikinci sırada % 71 ortalama katılım düzeyi ile Türkiye’yi belirlemişlerdir. Üçüncü olarak ise % 70 ortalama katılım düzeyi ile Japonya olarak tercihlerini yapmışlardır. % 68 ortalama katılım düzeyi ile İsviçre dördüncü sırada, % 67 ortalama katılım düzeyi ile ise Almanya beşinci sırada yer almaktadır.

Grafik 51’de yer alan ülkelerden araştırmaya katılan Kırgızistan vatandaşlarının en az sempati duydukları ülkelere bakıldığında ise, birinci sırada % 42 ortalama katılım düzeyi ile İran, ikinci sırada da % 45 ortalama katılım düzeyi ile Amerika Birleşik Devletleri gelmektedir. Yine Grafik 27’e göre, % 54 ortalama katılım düzeyi ile Kanada’nın da az sempati duyulan ülkeler arasında yer aldığı görülmektedir.

Aşağıda Grafik 52’de ise araştırmaya katılan Kırgızistan vatandaşlarının, Türkiye’ye karşı sempati düzeylerinde cinsiyete göre farklılaşma olup olmadığına dair yapılan analiz sonucuna ilişkin veriler yer almaktadır.

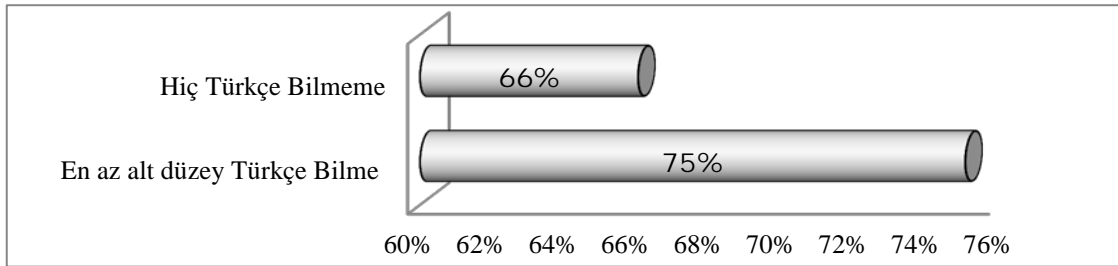
**Grafik 52.** Katılımcıların Cinsiyetine Göre Türkiye'ye Karşı Sempati Düzeyinin Farklılaşması(%)



Grafik 52’de araştırmaya katılan Kırgızistan vatandaşlarının değerlendirmede bulunduğu Türkiye’ye karşı sempati düzeylerinde, cinsiyete göre farklılaşma olup olmadığına dair saptamalar söz konusudur. Buna göre 314 kadın katılımcı, Grafik 52’e de bakıldığında, % 71 ortalama katılım düzeyi ile sempatilerini belirtirken, 279 erkek katılımcı % 70 ortalama katılım düzeyi ile sempatilerini ortaya koymuşlardır. Genel olarak kadın ve erkeklerin ortalama katılım düzeyinin birbirine çok yakın olması, araştırmaya katılan Kırgızistan vatandaşların cinsiyetine göre Türkiye’ye karşı sempati düzeyinde bir farklılaşmanın olmadığına yönelik sonuca götürmektedir.

Aşağıda Grafik 53’de araştırmaya katılan Kırgızistan vatandaşlarının, Türkiye’ye karşı sempati düzeylerinde Türkçe bilme durumuna göre farklılaşma olup olmadığına dair yapılan analiz sonucuna ilişkin veriler yer almaktadır.

**Grafik 53.** Katılımcıların Türkçe Bilme Durumuna Göre Türkiye'ye Karşı Sempati Düzeyinin Farklılaşması(%)

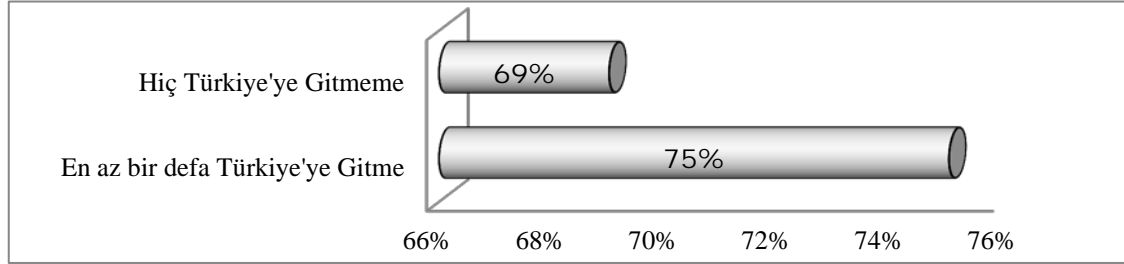


Grafik 53’de araştırmaya katılan Kırgızistan vatandaşlarının değerlendirmede bulunduğu Türkiye’ye karşı sempati düzeylerinde Türkçe bilme durumuna göre farklılaşma olup olmadığına dair değerlendirmeler söz konusudur. Buna göre Türkçe’yi hiç bilmeyen 312 katılımcının, Grafik 53’e bakıldığında % 66 ortalama katılım düzeyi ile, sempatilerini belirlerken, en alt düzeyde Türkçe bilen 279 katılımcının ise % 75 ortalama katılım düzeyi ile sempatilerini belirttikleri görülmüştür. Dolayısıyla, Türkçeyi hiç bilmeyen ile Türkçeyi en alt düzeyde bilen katılımcıların ortalama katılım düzeyi arasında farklılaşma söz konusudur. Buna göre araştırmaya katılan Kırgızistan

vatandaşların Türkçe bilme durumuna göre Türkiye'ye karşı sempati düzeyinde çok az da olsa farklılaşmanın olduğu şeklinde okuma yapılabilir.

Aşağıda Grafik 54'de araştırmaya katılan Kırgızistan vatandaşlarının, Türkiye'ye karşı sempati düzeylerinde Türkiye'ye gitme durumuna göre farklılaşma olup olmadığına dair yapılan analiz sonucuna ilişkin veriler yer almaktadır.

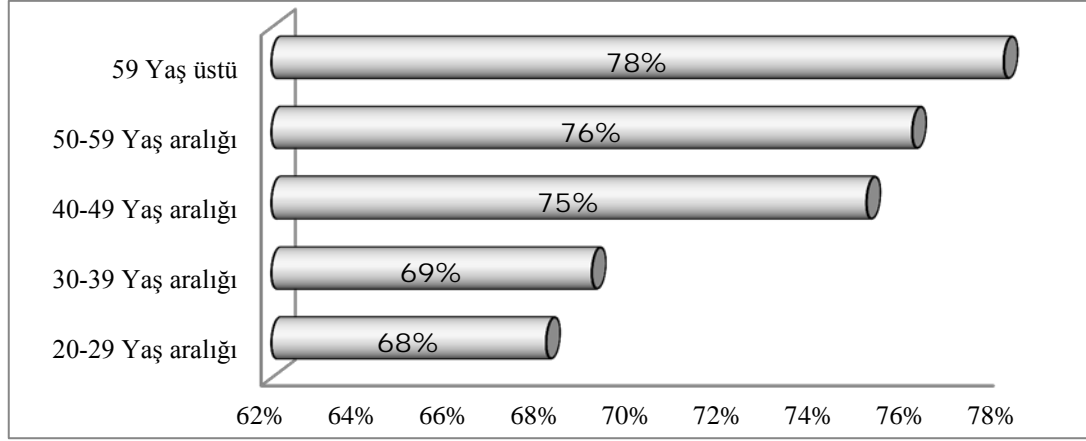
**Grafik 54.** Katılımcıların Türkiye'ye Gitme Durumuna Göre Türkiye'ye Karşı Sempati Düzeyinin Farklılaşması(%)



Grafik 54'de araştırmaya katılan Kırgızistan vatandaşlarının değerlendirmede bulunduğu Türkiye'ye karşı sempati düzeylerinde Türkiye'ye gitme durumuna göre farklılaşma olup olmadığına dair değerlendirmeler söz konusudur. Buna göre Türkiye'ye hiç gitmeyen 398 katılımcı, Grafik 30'a bakıldığında % 69 ortalama katılım düzeyi ile, sempatilerini belirtirken, en az bir defa Türkiye'ye giden 12 katılımcının ise % 75 ortalama katılım düzeyi ile sempatilerini belirtmiş oldukları anlaşılmaktadır. Genel olarak Türkiye'ye hiç gitmeyen ve Türkiye'ye en az bir defa giden katılımcıların ortalama katılım düzeyi arasında farklılaşma söz konusudur. Buna göre araştırmaya katılan Kırgızistan vatandaşların Türkiye'ye gitme durumuna göre Türkiye'ye karşı sempati düzeyinde az da olsa farklılaşmanın olduğu şeklinde yorumlamaya gidilmektedir.

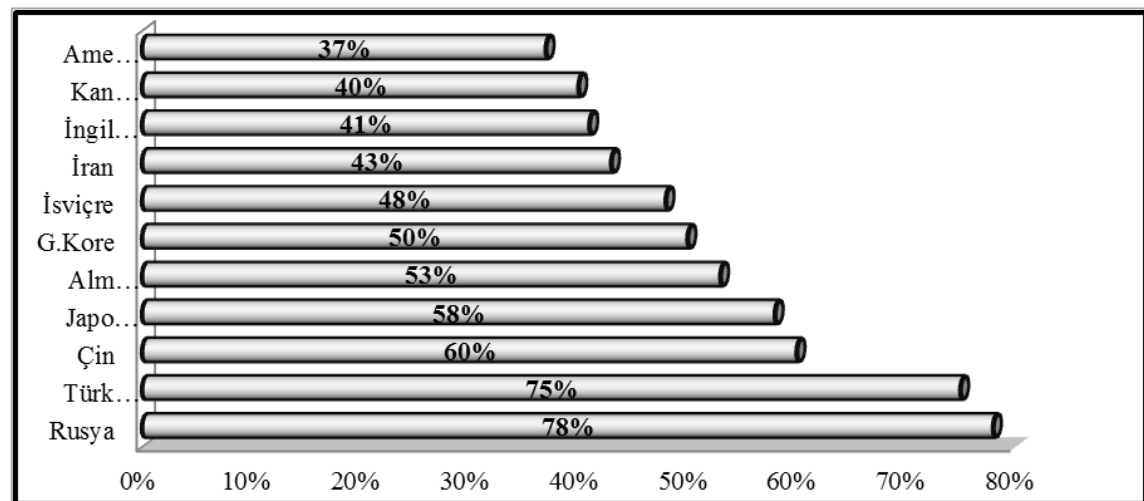
Aşağıda Grafik 55’de araştırmaya katılan Kırgızistan vatandaşlarının yaşlarına göre Türkiye’ye karşı sempati düzeylerinde farklılaşma olup olmadığına dair yapılan analiz sonucuna ilişkin veriler yer almaktadır.

**Grafik 55.** Türkiye’ye Karşı Sempati Düzeyinin Katılımcıların Yaşlarına Göre Farklılaşması(%)



Grafik 55’de araştırmaya katılan Kırgızistan vatandaşlarının değerlendirmede bulunduğu Türkiye’ye karşı sempati düzeylerinde katılımcıların yaşlarına göre farklılaşma olup olmadığına dair değerlendirmeler söz konusudur. Buna göre Grafik 55’de de görüldüğü üzere katılımcıların yaşları arttıkça sempati düzeyinin de arttığı görülmektedir.

**Grafik 56.** Katılımcıların, Aşağıdaki Ülkelerin Kırgızistan İle İlişkilerinde Ne Kadar Dostça Davrandığı İle İlgili Düşüncelerinizi Olumluluk/Olumsuzluk Derecelerine Göre Belirtiniz Sorusuna İlişkin Katılım Düzeyleri(%)



Soru formunda yer alan bir başka sorgulamada ise Kırgızistan vatandaşlarına, yukarıda Grafik 56’da yer alan Kırgızistan ile ilişki içerisinde bulunan ülkelerin bu sefer

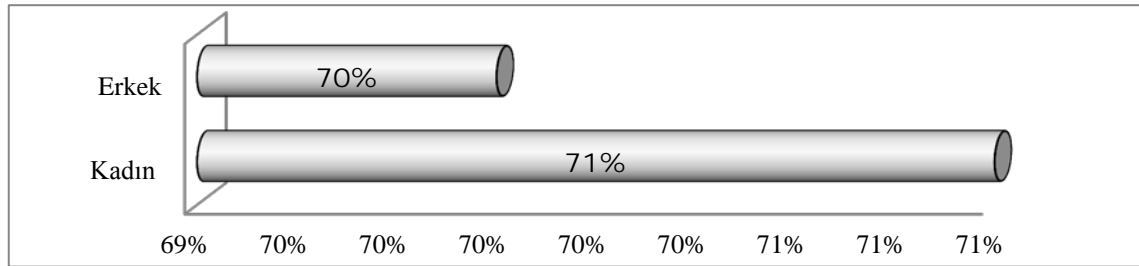
Kırgızistan ile ilişkilerinde ne kadar dostça davrandığı sorulmuştur. Grafik 56'de görüldüğü üzere Kırgızistan vatandaşları % 78 ortalama katılım düzeyi ile birinci sırada, yani Kırgızistan'la ilişkilerinde en çok dostça yaklaşan ülke olarak Rusya Federasyonu'nu işaret etmişlerdir.

Grafik 56'da görüldüğü üzere Kırgızistan vatandaşları ikinci sırada dostça yaklaşan ülke olarak % 75 ortalama katılım düzeyi ile Türkiye'yi belirlemişlerdir.

Grafik 56'da yer alan ülkelerden araştırmaya katılan Kırgızistan vatandaşlarının, en düşük ortalama katılımında buldukları ülkelere bakıldığında ise, % 37 Amerika Birleşik Devletleri ve % 40 ortalama katılım düzeyi ile Kanada şeklinde bir değerlendirmede buldukları görülmektedir.

Aşağıda grafik 57'de araştırmaya katılan Kırgızistan vatandaşlarının, Türkiye'nin Kırgızistan ile ilişkilerinde ne kadar dostça davrandığına dair değerlendirmelerinde cinsiyete göre farklılaşma olup olmadığına dair yapılan analiz sonucuna ilişkin veriler yer almaktadır.

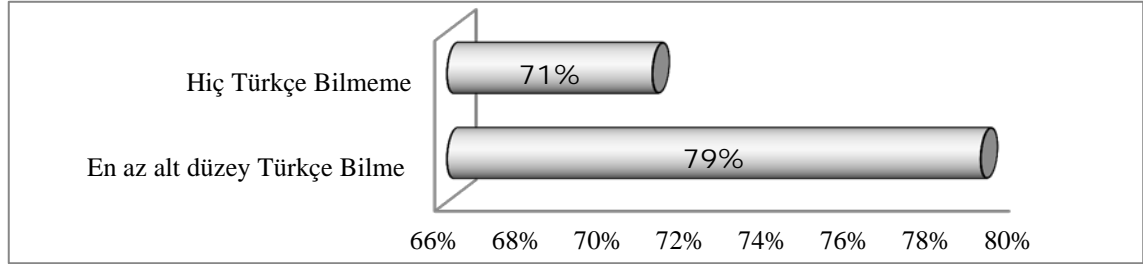
**Grafik 57.** Türkiye'nin Kırgızistan İle İlişkilerinde Ne Kadar Dostça Davrandığına Dair Değerlendirme Düzeyinin Katılımcıların Cinsiyetine Göre Farklılaşması(%)



Grafik 57'de araştırmaya katılan Kırgızistan vatandaşlarının, Türkiye'nin Kırgızistan ile ilişkilerinde ne kadar dostça davrandığına dair değerlendirme düzeylerinde cinsiyete göre farklılaşma olup olmadığına dair veriler yer almaktadır. Buna göre 307 kadın katılımcı Grafik 57'ye de bakıldığında, % 76 ortalama katılım düzeyi ile Türkiye'nin dostça davrandığını belirtirken, 273 erkek katılımcı % 75 ortalama katılım düzeyi ile Türkiye'nin dostça davrandığına yönelik görüş bildirmişlerdir. Dolayısıyla, kadın ve erkeklerin ortalama katılım düzeyinin birbirine çok yakın olmasından ötürü, araştırmaya katılan Kırgızistan vatandaşların cinsiyetine göre Türkiye'nin Kırgızistan ile ilişkilerinde ne kadar dostça davrandığına dair değerlendirme düzeylerinde bir farklılaşmanın olmadığı şeklinde okuma yapılabilir.

Aşağıda Grafik 57’de araştırmaya katılan Kırgızistan vatandaşlarının, Türkiye’nin Kırgızistan ile ilişkilerinde ne kadar dostça davrandığına dair değerlendirmelerinde Türkçe bilme durumlarına göre farklılaşma olup olmadığına dair yapılan analiz sonucuna ilişkin veriler yer almaktadır.

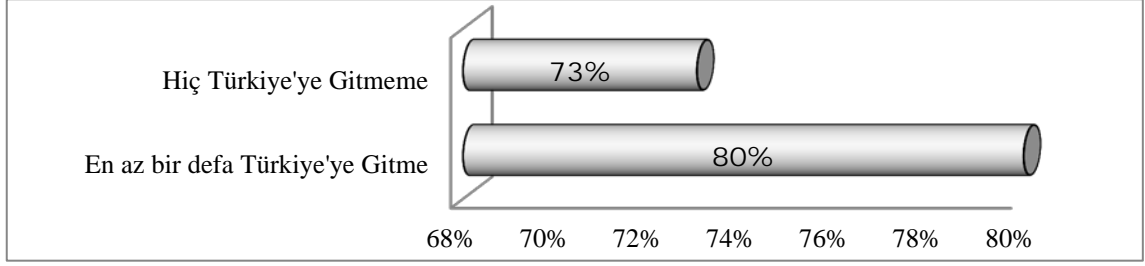
**Grafik 58.** Türkiye’nin Kırgızistan İle İlişkilerinde Ne Kadar Dostça Davrandığına Dair Değerlendirme Düzeyinin Katılımcıların Türkçe Bilme Durumlarına Göre Farklılaşması(%)



Grafik 58’de araştırmaya katılan Kırgızistan vatandaşlarının Türkiye’nin Kırgızistan ile ilişkilerinde ne kadar dostça davrandığına dair değerlendirme düzeylerinde Türkçe bilme durumlarına göre farklılaşma olup olmadığına dair veriler yer almaktadır. Buna göre Türkçeyi hiç bilmeyen 304 katılımcı Grafik 58’e de bakıldığında, % 71 ortalama katılım düzeyi ile dostça davrandığını belirtirken, en alt düzeyde Türkçe bilen 267 katılımcı da % 79 ortalama katılım düzeyi ile Türkiye’nin dostça davrandığını belirtmişlerdir. Genel olarak bakıldığında Türkçeyi hiç bilmeyen ve Türkçeyi en alt düzeyde bilen katılımcıların ortalama katılım düzeyi arasında farklılaşma söz konusudur. Buna göre Türkiye’nin Kırgızistan ile ilişkilerinde ne kadar dostça davrandığına dair değerlendirmelerde araştırmaya katılan Kırgızistan vatandaşlarının Türkçe bilme durumuna göre bir farklılaşmanın olduğu şeklinde okuma yapılabilir.

Aşağıda Grafik 59’da araştırmaya katılan Kırgızistan vatandaşlarının, Türkiye’nin Kırgızistan ile ilişkilerinde ne kadar dostça davrandığına dair değerlendirmelerinde Türkiye’ye gitme durumlarına göre farklılaşma olup olmadığına dair yapılan analiz sonucuna ilişkin veriler yer almaktadır.

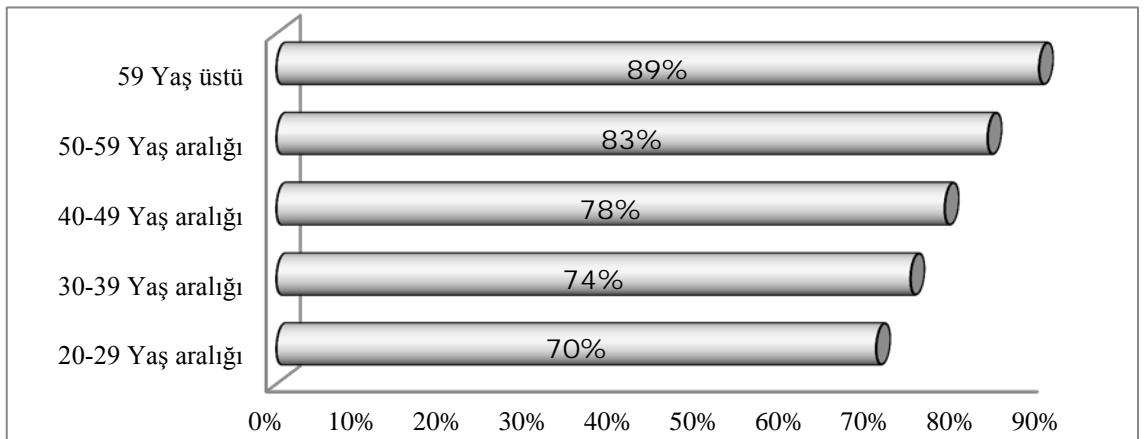
**Grafik 59.** Türkiye'nin Kırgızistan İle İlişkilerinde Ne Kadar Dostça Davrandığına Dair Değerlendirme Düzeyinin Katılımcıların Türkiye'ye Gitme Durumlarına Göre Farklılaşması(%)



Grafik 59'da araştırmaya katılan Kırgızistan vatandaşlarının Türkiye'nin Kırgızistan ile ilişkilerinde ne kadar dostça davrandığına dair değerlendirme düzeylerinde Türkçe bilme durumlarına göre farklılaşma olup olmadığına dair veriler yer almaktadır. Buna göre Türkiye'ye hiç gitmeyen 401 katılımcı Grafik 59'a de bakıldığında, % 73 ortalama katılım düzeyi ile Türkiye'nin dostça davrandığını belirtirken, en az bir defa Türkiye'ye giden 172 katılımcı ise % 80 ortalama katılım düzeyi ile Türkiye'nin dostça davrandığına yönelik görüş belirtmişlerdir. Dolayısıyla, Türkiye'ye hiç gitmeyen ve Türkiye'ye en az bir defa giden katılımcıların ortalama katılım düzeyi arasında farklılaşma söz konusudur. Buna göre Türkiye'nin Kırgızistan ile ilişkilerinde ne kadar dostça davrandığına dair değerlendirmelerde araştırmaya katılan Kırgızistan vatandaşların Türkiye'ye gitme durumuna göre bir farklılaşmanın olduğu şeklinde bir anlayışa ulaşılabilir.

Aşağıda grafik 60'da araştırmaya katılan Kırgızistan vatandaşlarının, Türkiye'nin Kırgızistan ile ilişkilerinde ne kadar dostça davrandığına dair değerlendirmelerinde yaş durumlarına göre farklılaşma olup olmadığına dair yapılan analiz sonucuna ilişkin veriler yer almaktadır.

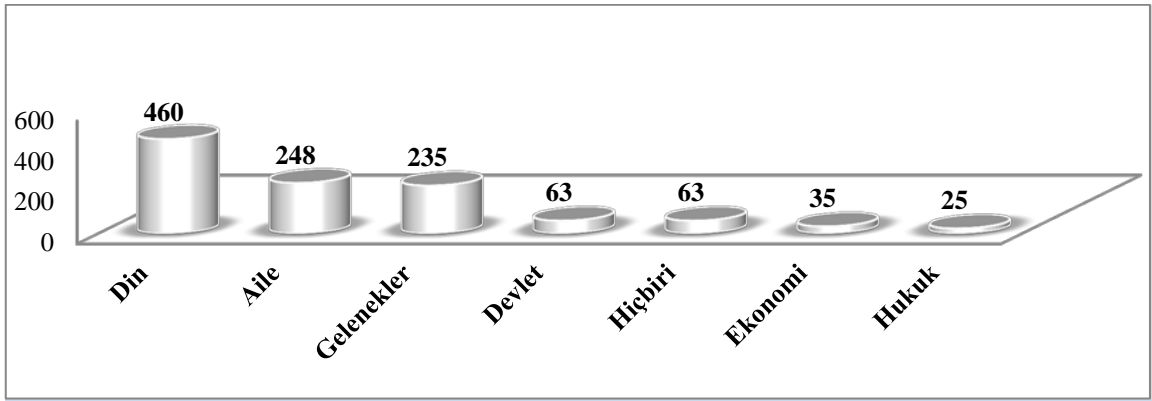
**Grafik 60.** Türkiye'nin Kırgızistan İle İlişkilerinde Ne Kadar Dostça Davrandığına Dair Değerlendirme Düzeyinin Katılımcıların Yaş Durumlarına Göre Farklılaşması(%)





Grafik 60'da araştırmaya katılan Kırgızistan vatandaşlarının Türkiye'nin Kırgızistan ile ilişkilerinde ne kadar dostça davrandığına dair değerlendirmelerinde, katılımcıların yaşlarına göre farklılaşma olup olmadığına dair veriler yer almaktadır. Buna göre, Grafik 60'da de görüldüğü üzere, katılımcıların yaşları artıkça Türkiye'nin Kırgızistan ile ilişkilerinde ne kadar dostça davrandığına dair değerlendirmelerinde de artma olduğu görülmektedir.

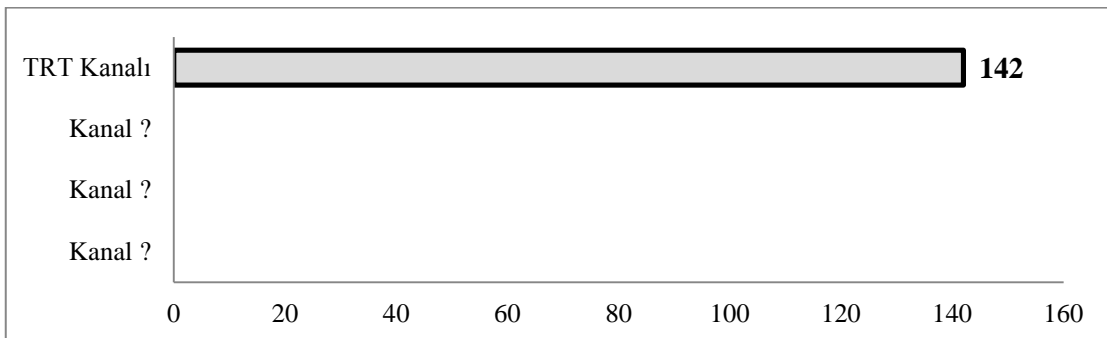
**Grafik 61.** Katılımcıların, Sizce Kırgızistan ve Türkiye Aşağıdaki Toplumsal Kurumlardan Hangilerinde Benzerlik Göstermektedir İlişkin Sorusuna Değerlendirmeleri



Grafik 61'de yer alan veriler katılımcıların, “Sizce Kırgızistan ve Türkiye Aşağıdaki Toplumsal Kurumlardan Hangilerinde Benzerlik Göstermektedir” sorusuna değerlendirmeleri içermektedir.

Anket formunda yer alan bu sorgulamaya ilişkin Grafik 61'de araştırmaya katılan Kırgızistan vatandaşlarının yapmış olduğu değerlendirmeler yer almaktadır. Buna göre, Kırgızistan ve Türkiye araştırmaya katılan Kırgızistan vatandaşlarına göre en çok *Din*, *Aile* ve *Gelenek* gibi toplumsal kurumlarda benzerlik göstermektedir.

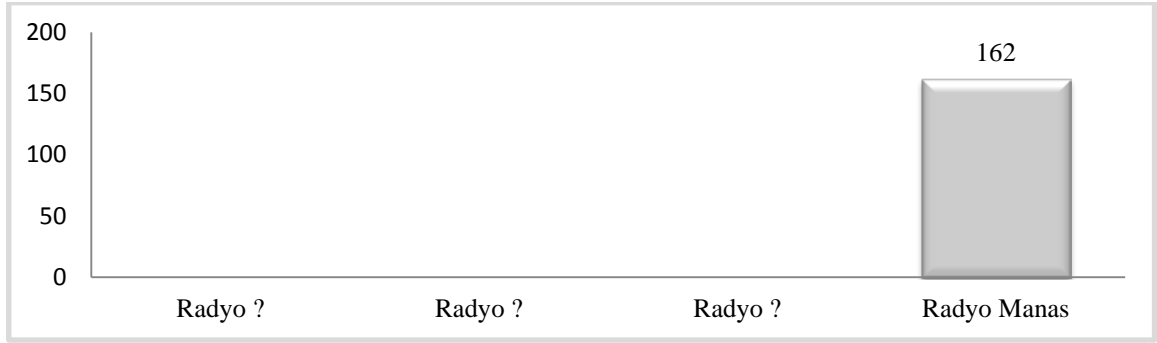
**Grafik 62.** İzlediğiniz Türk Televizyon Kanallarını Yazınız



Ankete katılan Kırgızistan vatandaşlarına soru formunda yer alan açık uçlu sorulardan “*İzlediğiniz Türk televizyon kanallarını yazınız*” sorusu sorulmuştur. Söz konusu soruya cevap verenlerin değerlendirmelerine bakıldığında, Grafik 62’de görüldüğü üzere, toplam 142 kişi TRT kanalını belirtmiştir. TRT kanalı olarak cevap verenlerin içerisinde TRT Avaz ve TRT Türk’te yer almaktadır.

Bunun dışında sayıları çok az olan, yani en fazla bir ya da iki defa belirtilen kanallara bakıldığında, Atv, Kanal D, Star Tv ve Samanyolu Tv de ankete katılan kişiler tarafından bu şekilde belirtilen kanallar olarak görülmüştür.

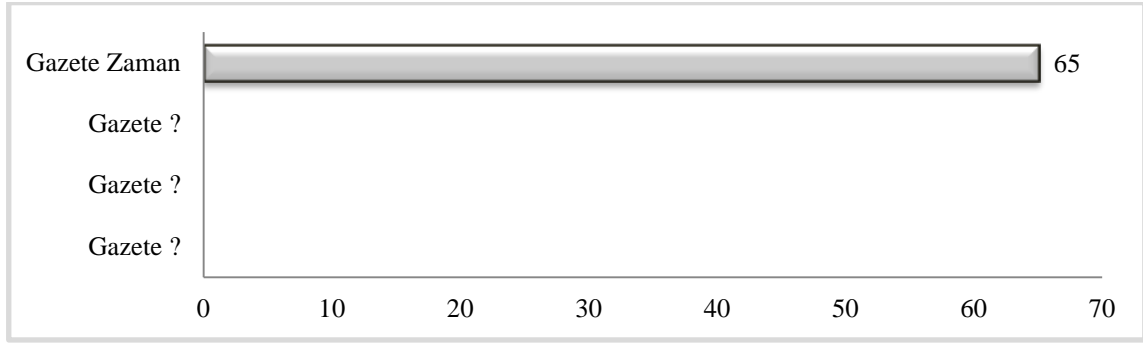
**Grafik 63.** Dinlediğiniz Türk Radyo Kanallarını Yazınız



Bir başka açık uçlu soru ise, “*Dinlediğiniz Türk radyo kanallarını yazınız*” şeklindedir. Söz konusu soruya araştırmaya katılan Kırgızistan vatandaşlarının değerlendirmelerine bakıldığında, Kırgızistan – Türkiye Manas Üniversitesi’nin bünyesinde hizmet veren Manas Radyosu’nu daha çok dinlemekte oldukları görülmektedir.

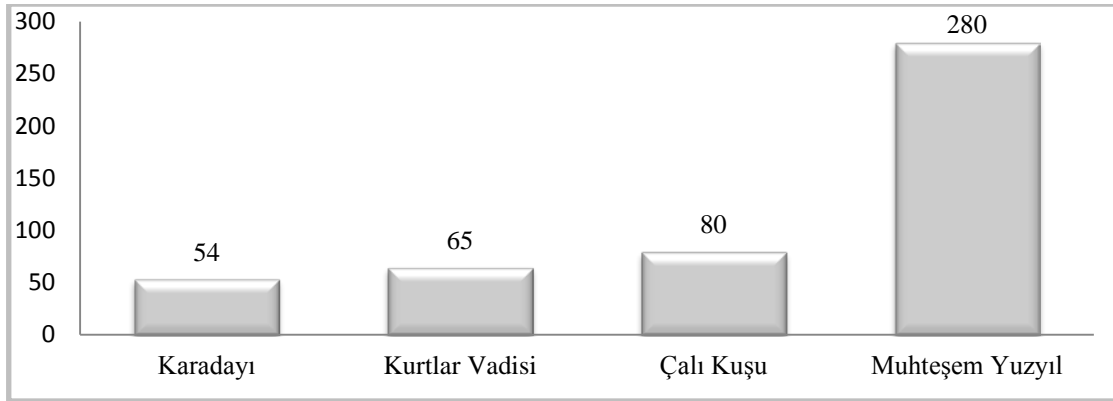
Aynı zamanda söz konusu bu açık uçlu soru içerisinde fazla olmamak şartı ile, yani birkaç defa yazılmış radyolar da söz konusudur. Bunlar ise Türkiye’nin Sesi Radyosu ile Kral Fm’dir.

**Grafik 64.** Okuduğunuz Türk Gazetelerini Yazınız



Grafik 64’de araştırmaya katılan Kırgızistan vatandaşlarının, “Okuduğunuz Türk gazetelerini yazınız” şeklinde sorulan açık uçlu soruya yapmış oldukları değerlendirmelere bakıldığında, en çok okunan gazete olarak Zaman Gazetesi’ni belirttikleri görülmektedir. Aynı zamanda sadece birkaç defa belirtilmişler de olsa Hürriyet ve Sabah Gazeteleri de cevaplar arasında yer almaktadır.

**Grafik 65.** İzlediğiniz Türk Film/Dizilerini Yazınız



Anket formunda yer alan son açık uçlu “İzlediğiniz Türk film/dizilerini yazınız” sorusuna araştırmaya katılan Kırgızistan vatandaşlarının yapmış olduğu değerlendirmelere bakıldığında, Grafik 65’de da görüldüğü üzere, en çok izlenen dizi olarak “Muhteşem Yüzyıl” dizisini izledikleri görülmektedir. Daha sonra en çok belirtilen, yani izlenme oranı en yüksek olan dizi ise “Çalı Kuşu” filmi olmuştur. Üçüncü olarak ise, “Kurtlar Vadisi” dizisini izlediklerini belirtmişlerdir. Son olarak ise, yani dördüncü sırada izlenen dizinin de “Karadayı” dizisi olduğu görülmüştür.

Söz konusu film/dizilerin araştırmaya katılan Kırgızistan vatandaşlarının cinsiyetine göre izlenme durumuna bakıldığında, “Muhteşem Yüzyıl” dizisini izleyen toplam 280 kişiden, 86’sını erkek izleyiciler, 194’ünü ise kadın izleyiciler oluşturmaktadır. “Çalı Kuşu” filmi izleyen 80 kişiden, 24’ünü erkek izleyiciler,

56'sını ise kadın izleyiciler oluşturmaktadır. “*Kurtlar Vadisi*” dizisini izleyen toplam 54 kişiden, 46'sını erkek izleyiciler, 8'ini ise kadın izleyiciler oluşturmaktadır. “*Karadayı*” dizisini izleyen 54 kişiden, 20'sini erkek izleyiciler, 34'ünü ise kadın izleyiciler oluşturmaktadır.

Söz konusu bu film ve dizilerin dışında Kırgızistan vatandaşlarının birkaç defa olmak üzere de olsa belirttikleri diziler de söz konusudur. Bunlar, “Kuzey-Güney”, “Sıla”, Lale Devri”, “Aşk-ı Memnu” gibi dizilerdir.

#### **4.3. Kırgızistan Medyasında Türkiye Haberlerine Yönelik Basın Analizi**

Türkiye'nin Kırgızistan'da yürüttüğü kamu diplomasisini incelemeyi ve elde edilecek bulgular aracılığıyla Türkiye'nin bu bölgeye yönelik kamu diplomasisinin modelini ortaya çıkarmayı hedefleyen ve sonuçta da ortaya çıkarılacak modellerle ilgili öneriler getirmeyi planlayan tez çalışması, tüm bu incelemeleri beraberinde kamu diplomasisi faaliyetlerinin Türkiye'nin imajına ne ölçüde etkide bulunduğuna ilişkin bir sondajı da amaç edinmiş bulunmaktadır. Bu çerçevede tezde amaca yönelik olarak hem niteliksel hem de niceliksel araştırma yöntemlerinden yararlanılmıştır. Türkiye'nin Kırgızistan'da yürüttüğü kamu diplomasisi niteliksel yöntemlerle (gözlem, görüşme vb.) tespit edilmiş, Kırgızistan'da hangi kurum ve kuruluşlarla ve ne şekilde bir kamu diplomasisi yapıldığı bulgulanmaya çalışılmıştır.

Aynı zamanda çalışmada niceliksel yönteme dayalı algı araştırması da yapılmıştır. Ve algı araştırmasıyla karşılaştırmak üzere Kırgızistan'ın kitle iletişim araçlarında Türkiye'nin nasıl haberleştirildiğini saptamaya yönelik içerik/basın analiziyle de veri elde edilmiştir.

Kitle iletişim araçlarının kamuoyu oluşturma ve kamuoyu üzerindeki etkileri ilgili literatüre de bakıldığında açık bir şekilde görülmektedir. Kitle iletişim araçlarının izleyici, dinleyici, okuyucuları üzerindeki etkileri üzerine alanda birçok çalışma söz konusudur. Bu durum kitle iletişim araçlarının kişilerin tutum, davranış ve düşünceleri üzerinde ne kadar etkili olduğunu göstermektedir. Kitle iletişim araçları toplumsal söylemi ve iletişim süreçlerini üst-belirler. Medya söylemi toplumun bilgisinin, tutumlarının, ideolojilerinin ana kaynağıdır.(van Dijk, 2000)

Hiç şüphesiz, kitle iletişim araçları bireylerin bilgi, kanaat, tutum, duygu ve davranışları üzerinde büyük oranda bir etkileme gücüne sahiptir. Yalnızca bireyler

değil, onların yanı sıra toplumsal gruplar, organizasyonlar, toplumsal kurumlar, kısacası bütün toplum ve kültür medyanın gücünün etkileme alanının sınırları içindedir. Klapper, medyanın toplumu değiştirme doğrultusundaki etkilerini 3 ana kategori içinde toplamaktadır: (Barrett & Braham, 1995: 84)

1. Değiştirip dönüştürme,
2. Önemsiz değişiklikler yapma,
3. Kuvvetlendirme.

McQuail'in de belirttiği gibi, bazı düşünürlere göre genelde kitle iletişim araçları (medya) ve özelde de televizyon, kurulu endüstriyel düzenin kültürel kolları gibidir.(Barrett & Braham, 1995: 100) Dolayısıyla kamu diplomasisine yönelik stratejik iletişim yönetiminde de ülkelerin ulusal kitle iletişim mecralarının işlevleri oldukça büyük önem taşımaktadır.

Bu perspektiften hareket edilerek, Kırgızistan medyasında yer alan Türkiye ile ilgili haberlerin içeriklerine bakılarak, Kırgızistan medyasının Türkiye'ye karşı yaklaşımını ortaya koymak hedeflenmektedir. Dolayısıyla söz konusu yaklaşımı belirlemek ve Türkiye adına faaliyette bulunan kurumların Kırgızistan'daki etkinliklerinin de ne derece kitle iletişim araçlarında yansıdığını göstermek amacıyla Kırgızistan'ın haber ajanslarında<sup>7</sup>, gazetelerinde<sup>8</sup> ve haber sitelerinde, Türkiye'ye

<sup>7</sup> Kırgızistan'da faaliyet gösteren haber ajansları;

Kabar.kg: 1937 yılında "Kırgız Telgraf Ajansı (КирТАГ)" olarak faaliyete başlamıştır. Daha sonra adını "Ulusal Veri Ajansı", "Kırgız Milli Veri Ajansı" olarak değiştirmiştir. Kırgızistan'ın bağımsızlığı sonrası 1992 yılında "Kırgız Haber", 1995 yılında "Kırgız Ulusal Telekomünikasyon ve Veri Ajansı" olarak ve şimdi ise "Haber" olarak faaliyette bulunmaktadır. Kabarajans (Haber) devlete ait bir kurum olarak faaliyetine devam etmektedir.

Knews.kg: 2011 yılında faaliyete başlamıştır. Özel mülkiyet olarak faaliyet gösteren haber ajansı Rus Dilinde faaliyetine devam etmektedir.

Kyrtag.kg:Kırgız Telegraf Ajansı adında özel mülkiyetle Rus Dilinde faaliyet göstermektedir.

24.kg; 2006 yılında faaliyete başlayan ajans özel mülkiyete bağlı Kırgız Dilinde ve Rus Dilinde faaliyetine devam etmektedir.

Akipress.org: Söz konusu haber ajansı özel mülkiyet olarak faaliyet gösteren haber ajansı Rus Dilinde faaliyetine devam etmektedir

<sup>8</sup> Kırgız Tuusu: Kırgız Cumhuriyeti'nin ilk resmi gazetesidir. 1924 yılında faaliyete başlamıştır Gazete haftada iki sayı çıkarmaktadır ve yayın dili Kırgızca'dır.

Erkin Too: Kırgız Cumhuriyeti'nin resmi gazetesidir. Gazete 1991 yılında meclis gazetesi olarak faaliyete başlamıştır. Haftada Salı ve Cuma günleri olmak üzere 2 defa yayın yapmaktadır. Yayın dili Kırgızca'dır.

Slova Kırgızistana: Gazete 1925'ten beri faaliyet göstermektedir. Slova Kırgızistana Rus dilinde yayım yapan resmi gazetedir.

Kut Bilim: 1953 yılında faaliyete başlamıştır. Bilimsel yayınlar yapmaktadır. Milli Eğitim Bakanlığı tarafından Kırgız dilinde çıkartılmaktadır.

Vecerniy Bishkek: 1974 yılında Kırgızistan Komünizm Partisi tarafından Rusça olarak kurulmuştur. Haftada üç sayı çıkarmaktadır. Şimdi gazete özel mülkiyet ile faaliyetine devam etmektedir. Aynı zamanda gazete vb.kg adında haber sitesi olarak ta faaliyet göstermektedir.

Azattik.kg: Haber sitesidir. Aynı zamanda Azattık Rasdyo olarakta yayım yapmaktadır.

Komsomolskaya Pravda: 1925 yılından beri faaliyet göstermektedir. Gazete günümüzde haftada iki defa yayım yapmaktadır. Özel mülkiyete sahip olan gazete Rus dilinde yayımlanmaktadır.

Alibi: Haftada bir sayı ile çıkan gazete özel mülkiyete bağlı ve Kırgız dilinde yayımlanmaktadır.

Argumenti ve Faktı: Söz konusu gazete aynı zamanda dünyanın 60 ülkesinde faaliyet göstermektedir. 1978 yılından beri faaliyet göstermektedir. Özel mülkiyete bağlı olan gazete Rus dilinde yayımlanmaktadır.

ilişkin haberlerin nasıl yansıtıldığını saptamak üzere, araştırmanın da amacına yönelik olarak 2014 yılında çıkan haberler üzerinden bir inceleme gerçekleştirilmiştir. Bu durum, 2014 yılında Türkiye'ye ilişkin çıkan bütün haberler, iki ülke arasındaki bu zamana kadar kurulan ilişkinin, yürütülen kamu diplomasisinin bir çıktısı olarak genel resmi görmeye yardımcı olacaktır.

Kırgızistan medyasında Türkiye'ye ilişkin çıkan haberler kendi içerisinde, *Türkiye- Kırgızistan ilişkileri, Türkiye Cumhuriyeti vatandaşları, Türkiye'nin iç siyaseti ve muhtelif haberler* hakkında diye üç kategoride sınıflandırılmıştır.

Bu bağlamda, T.C Bişkek Büyükelçiliği Basın Ateşeliği'nden temin edilen, 2014 yılında çıkan haberlerin toplamı 1120'dir. Bu haberlerin, 653 tanesi Türkiye-Kırgızistan ilişkileri bağlamında, 26 tanesi Türkiye Cumhuriyeti vatandaşlarına ilişkin ve geriye kalan 441 haber ise Türkiye'nin iç siyaseti ve muhtelif haberler hakkındadır. Söz konusu Türkiye'nin iç siyaseti ile ilgili çıkan haberler çalışmanın amacı dışında kalması nedeniyle analize tabi tutulmamıştır.

Türkiye-Kırgızistan ilişkileri bağlamında çıkan toplam 653 haberin, 156'sını Sosyo-Ekonomik İçerikli haberler, 117'sini Sosyo-Kültürel İçerikli Haberler, 97'sini Siyasal İçerikli Haberler, 89'unu Eğitim Alanına İlişkin çıkan haberler, 83'ünü Güvenlik Alanına İlişkin Haberler, 54'ünü Sağlık Sektörüne İlişkin Haberler, 28'ini Diplomatik Alana İlişkin Haberler, 18'ini Turizm Alanına İlişkin haberler ve 14'ünü ise Din Alanına İlişkin haberler oluşturmaktadır.

Araştırmanın amacına yönelik olarak 2014 yılında Kırgızistan Medyasında yer alan haberlerin, Türkiye-Kırgızistan ilişkilerine yönelik ve Türkiye Cumhuriyeti vatandaşlarına ilişkin çıkan haberler diye kategorize edilerek içerik analizine tabi tutulmuştur. Bu ilgili haberlerin değerlendirmeleri yapılırken özellikle içerik analizinin olumluluk (lehte) / olumsuzluk (alehte) tekniğinden yararlanılmış bulunmaktadır.

---

M.S.N: Haftalık olarak yayım yapan gazete özel mülkiyete bağlı Rus dilinde faaliyet göstermektedir. Ve aynı zamanda Ayat, Kerben, Fabula, De Fakto, Taza Col, Megapolis, Canı Ağım, Canı Ordo Haftalık olarak yayım yapan gazeteler de özel mülkiyete bağlı Kırgız dilinde faaliyet göstermektedir. Zaman Kırgızistan: Haftalık olarak Kırgızca yayımlanan gazetedir. Merkezi Türkiye'dedir.

**Tablo 97. Sosyo-Ekonomik İçerikli Haberler**

NO	HABER KANALI	TARİH	HABER BAŞLIĞI	OLUMLU/ OLUMSUZ
1	De fakto	24.01.14	Ayu Group Holding. Türkiye işbirliği.	Olumlu
2	Super.kg	24.01.14	Ayu Group Holding Türkiye ile işbirliği yapacak.	Olumlu
3	www.kabar.kg	28.01.14	Kırgızistan Ekonomi Bakanlığı İstanbul Uluslararası Forum'da Kırgızistan'daki mineral kaynak potansiyeli ile ilgili bilgi sundu.	Olumlu
4	www.rus.kg/news	06.02.14	Türk işadamları Kırgızistan'ın yatırım cazibesini takdir ettiler.	Olumlu
5	www.tazabek.kg/news	10.02.14	Bakan Sultanov: Ulaştırma Bakanlığı ile Türk Entes şirketi arasındaki Bişkek-Oş yolu rehabilitasyonu konusundaki dava devam ediyor.	Olumsuz
6	Vb.kg	05.03.14	LC Waikiki Türk şirketinin giysileri artık Kırgızistan'da.	Olumlu
7	Dengi i vlast	07.03.14	Dünyada başarılı ekonomik yeniden yapılanma konusunda beş başarılı ülke örneği.	Olumlu
8	Vb.kg	14.03.14	Ak Keme oteli sorununu çözmesi için Başbakanı çabuk davranmaya çağırdılar.	Olumsuz
9	Knews.kg	14.03.14	Hükümet Ak Keme oteli konusunda Türkiye ile yürüyen dava üzerinde gizlilik kararı uyguladı.	Olumsuz
10	Knews.kg	19.03.14	Kırgızistan'da kesin bir zaman standardı kurulacak.	Olumlu
11	Vesti.kg	19.03.14	Kırgızistan'da kesin bir zaman standardı kurulacak.	Olumlu
12	Mineconom.kg	19.03.14	Ekonomi bakanlığında kesin bir zaman standardının açılışı düzenlenecek.	Olumlu
13	Taza col	15.03.14	Yeni uçuş seferi açılacak.	Olumlu
14	Kyrtag.kg	20.03.14	Bugün Kırgızistan'da ulusal zaman standardı çalıştırılmaya başlanacak.	Olumlu
15	Tazabek.kg	20.03.14	Kırgızistan 2013 yılında Türkiye'ye 85,6 milyon dolar ihracat yaptı	Olumlu
16	Knews.kg	20.03.14	Ekonomi bakanlığında ulusal zaman standardı sisteminin açılışı yapıldı.	Olumlu
17	For.kg	20.03.14	Ekonomi bakanlığında ulusal zaman standardı sisteminin açılışı yapıldı.2	Olumlu
18	Ktrk.kg	20.03.14	Ekonomi bakanlığında ulusal zaman standardı sisteminin açılışı yapıldı.	Olumlu
19	24.kg	20.03.14	4 devlet kurumu binası önüne hassas zaman ölçüm aygıtı yerleştirildi.	Olumlu
20	Vb.kg	20.03.14	Kırgızistan kendi ulusal zaman standardı sistemine sahip oldu.	Olumlu
21	Vb.kg	20.03.14	Ekonomi bakanlığı binası önüne ulusal zaman standardı sistemi yerleştirildi.	Olumlu
22	Kabar.kg	20.03.14	Bişkek'te ulusal zaman standardı sistemi yerleştirildi.	Olumlu
23	Tazabek.kg	24.03.14	Kara keçe altın madeni ihalesini 670 bin dolar teklif ile Türk şirketi kazandı.	Olumlu
24	Zaman Kırgızistan	21.03.14	Ekonomi bakanlığında ulusal zaman standardı sisteminin açılışı yapıldı.	Olumlu

25	Tazabek.kg	24.03.14	Türk sistem mühendislik 'in ak keme oteli davası ile ilgili çalışma grubu hükümete mahkemelere itiraz hakkı yerine 569,3 milyon som alacağı temlik hakkına ilişkin teklif sundu.	Olumsuz
26	Vb.kg	25.03.14	Kırgız kumaş üreticileri İstanbul fuarına katılacak.	Olumlu
27	Ayat	27.03.14	Türkiye'nin marketlerinin raflarını dolduran Ayu Vodkaları.	Olumlu
28	Tazabek.kg	03.04.14	Megacom mts ve TürKCell'le ön ödemeli roaming başlattı.	Olumlu
29	Tazabek.kg	03.04.14	Manas uluslararası havaalanı ve Türkiye devlet hava meydanları işletmesi	Olumlu
30	Alibi	22.04.14	Devlet Antitröst düzenleme ajansı başkanı Ceenbekov: Pegasus havayolu şirketi fiyatları indirerek diğer şirketlerin iflasına sebep olabilir; bu durumda da fiyatları artırır.	Olumsuz
31	Kginform.com	22.04.14	Manas uluslararası havaalanı ve Türkiye devlet hava meydanları işletmesi genel müdürlüğü mutabakat zaptı imzaladılar.	Olumlu
32	Delo n	22.04.14	Manas havaalanı yatırımcıları çekiyor.	Olumlu
33	Azattyk.kg	22.04.14	Manas havaalanı Türk yatırımcılar ile görüşmeleri başlattı.	Olumlu
34	Tazabek.kg	30.04.14	Ak Keme müdürü Sarımsakov: Maliye Bakanlığı Türk şirketi sistem mühendislik ile görüşüyor.	Olumsuz
35	Veçerniy Bişkek	02.04.14	Bişkek Park'ın sahibi Kırgızistan'a yatırımcı akını olacağını hayal ediyor	Olumlu
36	Kabar.kg	01.05.14	2012.2013 yıllarında Türkiye Manas üniversitesine 56 milyon dolar yatırdı.	Olumlu
37	Tazabek.kg	05.05.14	Kırgızistan milli bankası Türkiye'den bankacılık sistemi konusunda teknik yardım istedi.	Olumlu
38	Knews.kg	07.05.14	Bişkek Park'ın sahibi: projemiz. Kırgızistan'da ticaretin Gelişebileceğinin iyi bir örneğidir.	Olumlu
39	Tazabek.kg	16.05.14	başbakan Otorbayev Türkiye başbakan yardımcısı Babacan'a: Kırgızistan'ın gümrük birliğine girdikten sonra Türk yatırımcılara 170 milyonluk bir pazar açılacak.	Olumlu
40	Tazabek.kg	16.05.14	Video, Foro: başbakan Otorbayev mevkidaşı Recep Tayyip Erdoğan ile Kırgızistan ve Türkiye arasındaki ekonomik işbirliği konularını görüştü.	Olumlu
41	Tazabek.kg	16.05.14	Kırgızistan ve Türkiye başbakanları Kırgızistan'ın gümrük birliğine girmesi çerçevesinde ekonomik işbirliğini görüştüler.	Olumlu
42	Azattyk.kg	16.05.14	Otorbayev Türkiye'ye çalışma ziyaretinde bulunuyor.	Olumlu
43	Kabar.kg	16.05.14	Kırgızistan başbakanı Türkiye başbakan yardımcısı ile İki ülke arasındaki ekonomik işbirliği konularını görüştü .	Olumlu
44	Slovo Kırgızstana	16.05.14	.... Gümrük birliğini dikkate alarak.	Olumlu
45	Kırgız Tuusu	20.05.14	Türkiye kredisi başarılı kullanıldı.	Olumlu
46	Tazabek.kg	03.05.14	Ulaştırma Bakanlığı: Bişkek.Oş yolunun yapımı konusunda ulaştırma bakanlığı ile "Entes" Türk şirketi arasındaki dava devam ediyor.	Olumsuz



47	Tazabek.kg	02.05.14	Kırgızistan Türkiye'nin verdiği hibeden ŞİÖ Kalkınma Bankası sermayesine katkı payı ödemesi yaptı.	Olumlu
48	Akipress.kg	04.06.16	Atambayev: Türkiye Bışkek'teki devlet tarih müzesinin <i>komple restorasyonuna</i> fon tahsis edecek.	Olumlu
49	Akipress.kg	04.06.14	Atambayev yardım için Türkiye'ye teşekkür etti.	Olumlu
50	Tazabek.kg	04.06.14	Türkiye Manas havaalanının yeniden yapılmasına katılmayı planlıyor.	Olumlu
51	Tazabek.kg	04.06.14	Kırgızistan Türkiye'ye Manas uluslararası havaalanına yatırım yapmayı teklif etti.	Olumlu
52	Tazabek.kg	04.06.14	Cumhurbaşkanı Atambayev: Kırgızistan ve Türkiye ticaret hacmini bir milyar dolara kadar çıkarmak niyetinde.	Olumlu
53	Akipress.kg	04.06.14	Kırgızistan ve Türkiye Ankara'da bir dizi anlaşma imzaladı (liste).	Olumlu
54	Kyrtag.kg	04.06.14	Cumhurbaşkanı Atambayev: Kırgızistan ve Türkiye ticaret hacmini bir milyar dolara kadar çıkarmak niyetinde.	Olumlu
55	Vb.kg	03.06.14	Milletvekilleri EİT ticaret ve kalkınma bankasına üyeliğini onayladılar.	Olumlu
56	Vb.kg	04.06.14	Milletvekilleri kadın girişimciliği konusundaki İstanbul zirvesine katıldılar.	Olumlu
57	Azattyk.kg	04.06.14	Bışkek.Ankara: işbirliğine istekliler, ama....	Olumlu
58	Fergananeews.com	02.06.14	Türk hava yolları: gelir, seferler ve hizmet kalitesinde dünya lideri.	Olumlu
59	Paruskg.info	04.06.14	Paçayı sıvadı.... Türkiye Kırgız Manas havaalanının sivil merkeze dönüştürülmesi işine katılmak niyetinde.	Olumlu
60	Barakelde.kg	04.06.14	Türkiye başbakanı Erdoğan Kırgızistan'ın gümrük birliğine girmesini destekliyor.	Olumlu
61	Barakelde.kg	04.06.14	Kırgızistan ile Türkiye Ankara'da bir dizi anlaşma imzaladı (liste).	Olumlu
62	Akipress.kg	06.06.16	Atambayev: Türkiye Bışkek'teki devlet tarih müzesinin restorasyonuna 15 milyon dolar tahsis etti.	Olumlu
63	Vb.kg	26.05.14	Belediye Türk kredisi ile yapımına başlanan yol onarımları hakkında rapor verdi.	Olumlu
64	Kyrtag.kg	28.05.14	Türkiye Kırgızistan aracılığıyla gümrük birliği ülkeleri piyasasına girmeyi planlıyor.	Olumlu
65	24.kg	28.05.14	İşbirliği yıllarında, Türkiye Kırgızistan'a hayır amaçlı 135 milyon dolar verdi.	Olumlu
66	Knews.kg	28.05.14	İşbirliği yıllarında, Türkiye Kırgızistan'a hayır amaçlı 135 milyon dolar verdi.	Olumlu
67	Knews.kg	28.05.14	Kırgızistan'ın Türk dili konuşan devletler İşbirliği Konseyi'ne üyelik aidatı Türkiye ödeyecek.	Olumlu
68	Knews.kg	28.05.14	Cogorku Keneş Türk dili konuşan ülkeler İşbirliği Konseyi'nin mali koşulları ile anlaştı.	Olumlu
69	Kyrtag.kg	27.05.14	Sultanov: Türk şirketi, Kırgızistan'da bütün sektörünü kontrol altına almaya çalışıyor.	Olumlu
70	Kyrtag.kg	29.05.14	Türkiye ekonomi ve eğitim alanlarındaki işbirliğinde Kırgızistan'a öncelik veriyor.	Olumlu
71	Barakelde.org	05.06.14	Cumhurbaşkanı Almazbek Atambayev:Türk konseyi zirvesi, karşılıklı ilişkilerin derinleşmesine, Ulaştırma, Ticaret, ve Kültür alanlardaki ilişkilerin geliştirilmesine olanak	Olumlu

			sağlamaktadır.	
72	Kırgız Tuusu	05.06.14	Kırgızistan Türkiye: Ticaret hacmi 1 milyar dolara ulaşacaktır.	Olumlu
73	Erkin Too	05.06.14	TİKA'dan teknik yardım	Olumlu
74	Delo n	18.06.14	Türkiye Kırgızistan ile bütün alanlarda işbirliği yapmaya hazır.	Olumlu
75	Kabar.kg	18.06.14	Türk dili konuşan ülkeler işbirliği konseyi ekonomi bakanları iv. Toplantısı Issık Göl'de yapılacak.	Olumlu
76	Alibi	20.06.14	Bişkek park Kırgızistanlılara istihdam imkanı sağlıyor.	Olumlu
77	Fabula	20.06.14	Kırgızistan.Türkiye iş forumu: verilen talimatlar yerine getiriliyor.	Olumlu
78	De fakto	20.06.14	Kırgızistan.Türkiye iş forumu: verilen talimatlar yerine getiriliyor.	Olumlu
79	Tazabek.kg	20.05.14	Milletvekili Abdikerimov: Türkiye ekonomi bakanı Kırgızistan'a ziyarette bulundu; bu iyi bir işaret.	Olumlu
80	Kabar.kg	23.06.14	Türkiye ekonomi bakanı: Türk Konseyi'nin ABD ve AB'nin transatlantik projeleriyle mücadele çarelerini arttırması gerekir.	Olumlu
81	Tazabek.kg	20.06.14	Milletvekili Bekboyev: Kırgızistan'da Türk iş çevresi iyi gelişiyor.	Olumlu
82	De fakto	11.07.14	Türkiye'den gelen işadamı Hasan Çiftçi Kırgızistan'da tekeli olmak istiyor mu?	Olumsuz
83	Vb.kg	18.07.14	Umetaliyeva "Ak Keme" üzerinde davasının yeniden açılması talebinde bulunuyor.	Olumsuz
84	Turmush.kg	21.04.14	Türk işadamları batken bölgesinden kayısı ithal etmeye hazır	Olumlu
85	Vb.kg	12.08.14	Centerra Kümtör ile ilgili görüşmeleri Türkiye'de yapılmasını teklif etti.	Olumlu
86	Komsomolskaya Pravda	28.08.14	Çağatay Özden, T.C. Bişkek büyükelçiliği ticaret müşaviri: ortak hedefimiz – ticaret hacmimizi 1 milyara dolara ulaştırmak .	Olumlu
87	Parusk.info	08.09.14	Hukukçu Umetaliyeva, Başbakan Otorbayev'i Kırgızistan'a zarar vererek Türk şirketinin menfaatine çalışmalar yürütmekle suçluyor: meclise başvuru.	Olumsuz
88	Kırgız Tuusu	19.09.14	Ekonomi forumuna katılım: cumhurbaşkanı istirahatte.	Olumlu
89	Tazabek.kg	03.10.14	Hükümet, Kırgızistan ve Türkiye arasındaki mali yardım sağlamaya dair tutanağı onayladı.	Olumlu
90	Tazabek.kg	29.10.14	Türkiye maliye bakanlığı Kırgızistan maliye bakanlığının maliye reformunu desteklemek konusunda istekli olduğunu ifade etti.	Olumlu
91	Akipress.kg	30.10.14	Büyük Türk şirketleri Kırgızistan'a yatırım için uygun bir ortam olduğu zaman gelecek.	Olumlu
92	Tazabek.kg	31.10.14	Türkiye ile Kırgızistan arasındaki ticaret hacmi Ocak- Ağustos 14 döneminde 320 milyon dolar oldu.	Olumlu
93	Tazabek.kg	30.10.14	Türkiye büyükelçisi: Türkiye ve Kırgızistan arasındaki işbirliğinin kurulmasından bu yana sağlanan destek kredisi daha ziyade hibe şeklinde oldu.	Olumlu
94	Erkin Too	25.11.14	Fasulye probleminin çözülmesine az kaldı.	Olumlu
95	De fakto	28.11.14	Fasulye fiyatı: dün ve bugün	Olumlu
96	Erkin Too	26.08.14	Müze onarımı için 200 000 som ayrıldı.	Olumlu

97	Vb.kg	02.12.2014	İstanbul'da 3. "Kırgızistan" iş forumu düzenlenecek.	Olumlu
98	Vb.kg	02.12.14	Maliye Bakanlığı Türkiye kredisinin bakiyesini ihalesiz sarf etmek niyetinde.	Olumlu
99	Tazabek.kg	11.12.14	Milletvekili D. Jumabekov, Başbakan J. Otorbayev'in Türkiye başbakanı ile Talas'taki fasulye konusunu görüşmesini rica etti .	Olumlu
100	Tazabek.kg	24.12.14	Ankara iş topluluğu Kırgızistan'ın vergi ve gümrük siyasetine ilgi gösterdi.	Olumlu
101	Knews.kg	24.12.14	Olga Lavrova'ya Türk şirketine ülke bütçesinden 11 milyon dolar ayırma konusunu soracaklar .	Olumlu
102	Kabar.kg	26.12.14	Hükümete göre, Kırgızistan ve Türkiye arasında ticaret alış verişinin çeşitlendirilmesi ve optimizasyonu üzerinde çalışmak lazım .	Olumlu
103	Tazabek.kg	26.12.14	Hükümete göre, Kırgızistan ve Türkiye arasında ticaret alış verişinin çeşitlendirilmesi ve optimizasyonu üzerinde çalışmak lazım	Olumlu
104	Kabar.kg	26.12.14	T. Sarpışev: Kırgızistan, ekolojik bakımdan temiz ürün türlerini üretmek ve ihraç etmek konusunda pek çok imkana sahip	Olumlu
105	Tazabek.kg	26.12.14	T. Sarpışev: Kırgızistan, ekolojik bakımdan temiz ürün türlerini üretmek ve ihraç etmek konusunda pek çok imkana sahip –	Olumlu
106	24.kg	26.12.14	T. Sarpışev: Kırgızistan, ekolojik bakımdan temiz ürün türlerini üretmek ve ihraç etmek konusunda pek çok imkana sahip –	Olumlu
107	Kabar.kg	26.12.14	Türkiye, Kırgızistan'la gazlı elektrik istasyonları kurma ve yeniden inşa etme konusunda işbirliği yapmaya hazır olduğunu bildirdi	Olumlu
108	Tazabek.kg	26.12.14	Türkiye, Kırgızistan'la gazlı elektrik istasyonları kurma ve yeniden inşa etme konusunda işbirliği yapmaya hazır olduğunu bildirdi	Olumlu
109	Knews.kg	26.12.14	Türkiye, Kırgızistan'la gazlı elektrik istasyonları kurma ve yeniden inşa etme konusunda işbirliği yapmaya hazır olduğunu bildirdi	Olumlu
110	Tazabek.kg	26.12.14	Türkiye ve Kırgızistan ticaret hacmini 1 milyar dolara ulaştırmak niyetinde	Olumlu
111	Azattyk.kg	26.12.14	Bişkek'te Kırgızistan.Türkiye hükümetlerarası komisyonunun ticari ve ekonomik işbirliğine dair 8. Oturumu düzenlenecek.	Olumlu
112	Kabar.kg	27.12.14	K. C. Başbakanı c. Otorbayev ve Türkiye başbakan yardımcısı n. Kurtulmuş ticari-ekonomik işbirliğinin geliştirilmesini ve ayrıca Talas'tan fasulye ihracatını konuştular	Olumlu
113	Vb.kg	27.12.14	K. C. Başbakanı c. Otorbayev ve Türkiye başbakan yardımcısı n. Kurtulmuş ticari-ekonomik işbirliğinin geliştirilmesini ve ayrıca Talas'tan fasulye ihracatını konuştular	Olumlu
114	Tazabek.kg	27.12.14	K. C. Başbakanı c. Otorbayev ve Türkiye başbakan yardımcısı n. Kurtulmuş ticari-ekonomik işbirliğinin geliştirilmesini ve ayrıca Talas'tan fasulye ihracatını konuştular .	Olumlu
115	Kabar.kg	21.04.14	Bişkek'te belediye ekmek fırını inşaatı başlıyor.	Olumlu

116	Tazabek.kg	21.04.14	Bugün Bişkek'te belediye ekmek fırınının temel atma töreni yapılacak. Genel müdürlüğü mutabakat zaptı imzaladılar.	Olumlu
117	Kginform.com	21.04.14	Bişkek belediye ekmek fırını inşaatının 14 ağustos ayında tamamlanması planlanıyor.	Olumlu
118	Kant.kg	21.04.14	Bişkek belediye ekmek fırını 135 günde inşa edeceklerine söz verdiler.	Olumlu
119	Vb.kg	22.04.14	Bişkek belediye ekmek fırını 135 günde inşa edeceklerine söz verdiler.	Olumlu
120	Tazabek.kg	22.04.14	Bişkek belediye ekmek fırını inşaatının 14 ağustos ayında tamamlanması planlanıyor.	Olumlu
121	Slovo Kırgızstana	21.04.14	Türkiye'nin yardımı.ekmek fırını.	Olumlu
122	Zaman Kırgızstan	23.04.14	Bişkek'te belediye ekmek fırının inşaatı başladı.	Olumlu
123	Kabar.kg	25.04.14	Kırgızistan ve Türkiye arasındaki ekonomik işbirliği mevcut siyasi işbirliğinin seviyesine çıkmalı.	Olumlu
124	Akipress.kg	03.06.14	Atamabayev: Türkiye dini alandaki durumun iyileştirilmesi için 10 milyon dolar tahsis etti.	Olumlu
125	Knews.kg	06.06.14	Bişkek'te Türk teknolojisi ile üretim yapacak belediye ekmek fırını açılacak.	Olumlu
126	Vb.kg	21.07.14	Bişkek belediye ekmek fırını sonbaharda çalışmaya başlayacak.	Olumlu
127	Vb.kg	04.09.14	Devlet inşaat ajansı Eylül'e kadar 26 bina inşaatının tamamladığını açıkladı	Olumlu
128	Slovo Kırgızstana	30.09.14	İstanbul forumu	Olumlu
129	Tazabek.kg	26.12.14	Kırgızistan ve Türkiye, hükümetlerarası meteoroloji alanında işbirliğine dair anlaşmanın gerçekleştirilmeye devam edilmesine karar verdiler.	Olumlu
130	Kabar.kg	26.12.14	Kırgızistan ve Türkiye, hükümetlerarası meteoroloji alanında işbirliğine dair anlaşmanın gerçekleştirilmeye devam edilmesine karar verdiler.	Olumlu
131	Akipress.kg	26.12.14	Kırgızistan ve Türkiye kurumları göçmen işçilerin korunmasına ilişkin anlaşma taslağı üzerinde çalışma grubu kurmaya karar verdiler	Olumlu
132	Fabula	18.04.14	'Beta' çok yüzsez.	Olumsuz
133	Veçerniy Bişkek	16.05.14	Ak keme : Türk gambidi oynadılar.	Olumsuz
134	Alibi	27.05.14	Doymayan Sünel tabaka, sosyal demokrat İbrayev veya çiftçilerin hakkını kim koruyacak?.	Olumsuz
135	Erkin Too	03.04.14	Gündemde.	Olumlu
136	Veçerniy Bişkek	04.06.14	Tütün var mı?.	Olumlu
137	Obşestvennyy reyting	29.05.14	Tütün sektörü nasıl işgal edilir.	Olumsuz
138	De fakto	06.06.14	Türkiye'nin de gazı ve petrolü yok, ama birbirini destekleyen halklarımız var.	Olumlu
139	Ca.news.org	18.06.14	İçişleri bakanlığı akademisinde yeni spor salonu açıldı.	Olumlu
140	Akipress.kg	18.06.14	İçişleri bakanlığı akademisinde yeni spor salonu açıldı.	Olumlu
141	Erkin Too	20.06.14	İçişleri bakanlığı akademisinde yeni salon.	Olumlu
142	Veçerniy Bişkek	16.07.14	Kırgız gökyüzü için mücadele.	Olumlu
143	Knews.kg	27.08.14	Tursunbek Akun : Kırgızistan vatandaşlarını Türkiye'ye çalışmaya götürüyorlar, sonra paralarını bile vermiyorlar.	Olumsuz
144	Ca.news.org	18.09.14	Cumhurbaşkanı Almazbek Atambayev	Olumlu

			Türkiye’de geçireceği kısa bir tatile çıktı .	
145	Kırgız Tuusu	30.09.14	Gelişmeyi amaçlayan dünya forumu –	Olumlu
146	Slovo Kırgızstana	30.09.14	Karşılıklı ilişkilerin üst düzeyi	Olumlu
147	Erkin Too	23.12.14	Başbakan yardımcısının bir günü.	Olumlu
148	azattyk.kg	23.12.14	Başsavcılık “Ak keme” tazminatının ödenmesini incelemeye aldı.	Olumsuz
149	vb.kg	24.12.14	Maliye bakanlığı elemanlarına “Kırgızaltın” paralarının aktarılması konusunu sordular .	Olumsuz
150	Obyektiv	25.12.14	Bina kirası karşılığı 5 milyon dolar .	Olumlu
151	akipress.kg	26.12.14	Kırgızistan ve Türkiye ormancılık alanında işbirliği anlaşmasının gerçekleştirilmesi için net adımlar atılmasına karar verdiler.	Olumlu
152	ca.news.org	26.12.14	Kırgızistan ve Türkiye ormancılık alanında işbirliği anlaşmasının gerçekleştirilmesi için net adımlar atılmasına karar verdiler.	Olumlu
153	vb.kg	26.12.14	Kırgızistan televizyon programlarını Türk uydusu aracılığıyla yayınlamayı teklif ettiler.	Olumlu
154	Alibi	18.03.14	Hem Türkiye hem de cumhurbaşkanı Atambayev ile ilişkisi iyi diye havalarından yanlarına varılmıyor.	Olumlu
155	Tazabek.kg	16.05.14	Kırgızistan’ın Türk Dili Konuşan Devletler İşbirliği Konseyi’ne 2013-2016 yılları arasındaki üyelik aidatı Türkiye’nin verdiği 6 milyon dolar hibeden ödenecek.	Olumlu
156	Www.tazabek.kg	28.03.14	Türk tarafı Bışkek’in güney mikrorayonunda kurulacak belediye ekmek fabrikasının projelerini verdi.	

Yukarıdaki tablo 97’de görüldüğü üzere Kırgızistan medyasının haber ajanslarında, haber sitelerinde ve gazetelerinde sosyo-ekonomik içerikli toplam 156 haber yer almıştır. Bu haberlerin 139’u olumlu, 17’si ise olumsuz olarak görülmektedir.

Genel olarak bakıldığında, Kırgızistan medyasında çıkan sosyo-ekonomik içerikli haberlerin çok az kısmının olumsuz olması, Türkiye’nin sosyal ve ekonomik yönden Kırgızistan’da güçlü anlaşıldığının, dolayısıyla da Kırgızistan kamuoyunda bu anlamda olumlu bir algı yarattığının göstergesi olabilmektedir.

**Tablo 98.** Sosyo-Kültürel İçerikli Haberler

NO	HABER KANALI	TARİH	HABER BAŞLIĞI	OLUMLU/ OLUMSUZ
1	Erkin Too	07.02.14	Türk dünyası aydınlık birliği kuruldu.	Olumlu
2	www.vb.kg	11.02.14	Toktogul Satılğanov yılı Ankara’da açılacak.	Olumlu
3	www.vb.kg	19.02.14	Kırgızistan şefleri Türkiye festivalinde gümüş ve bronz madalya kazandılar.	Olumlu
4	Zaman Kırgızistan	21.02.14	Türk dili konuşan ülkeler yazarlar birliği kuruldu.	Olumlu
5	Akipress.kg	03.03.14	Türkiye’nin üç şehrinde T. Satılğanov’la ilgili tematik fotoğraf sergisi düzenlenecek.	Olumlu
6	Akipress.kg	03.03.14	Türkiye’de Türk dünyası Toktogul Satılğanov Yılı’nın açılışı gerçekleşecek.	Olumlu
7	Kırgız Tuusu	07.03.14	“Göçebe Oyunları” Issık gölde düzenlenecek.	Olumlu
8	Akipress.kg	11.03.14	Kırgız film yapımcıları Türkiye’de eski filmler festivaline katıldılar.	Olumlu
9	24.kg	12.03.14	Türkiye ziyareti: Toktogul’a baş eğme.	Olumlu
10	Vb.kg	13.03.14	Toktogul Satılğanov’un 150. Yıldönümü Türkiye’de kutlandı.	Olumlu
11	Canı Ağım	14.03.14	Toktogul babamızın ruhu mutlu.	Olumlu
12	Kabar.kg	24.03.14	ABD’de Türksoy desteği ile düzenlenen bayrama Kırgız sanatçıları da katıldı.	Olumlu
13	Azattyk.kg	28.03.14	Salamat Sadıkova Türksoy ödülüne layık görüldü.	Olumlu
14	Akipress.kg	15.04.14	Kültür bakanı Taliyeva Türkiye’den gelen heyetle Atatürk parkının yeniden yapılması konusunu görüştü.	Olumlu
15	Vb.kg	15.04.14	Türk heyetine Atatürk parkının yeniden yapılması konusu anlatıldı.	Olumlu
16	Akipress.kg	16.04.14	Narın müzik, dram tiyatrosunun iki sanatçısı Türkiye ‘nevruz’ festivali ödülü kazandılar.	Olumlu
17	Vb.kg	16.04.14	Asia nur dans topluluğu izmir’de Kırgızistan’ı temsil edecek.	Olumlu
18	Kutbilim	18.04.14	Manaşçılar ‘Kara Corgo’ dansını sundu.	Olumlu
19	Akipress.kg	28.04.14	Taliyeva Türk yatırımcı ile Oş’ta bulunan "Sulamayman Too" tarih ve arkeoloji müzesi kompleksinin restorasyonu konusunu görüştü.	Olumlu
20	Vb.kg	28.04.14	Yonca Atar: Bişkek’teki konserden çok duygular bekliyorum.	Olumlu
21	Vb.kg	21.05.14	Türkiye Kırgızistan ressamlarını karikatür yarışmasına davet etti.	Olumlu
22	Ca.news.org	22.05.14	İzmir büyükşehir belediyesi "uluslararası barış ve çocuk" adlı uluslararası karikatür yarışması düzenliyor.	Olumlu
23	Vb.kg	22.05.14	Bişkek’te Türk filmler haftası gerçekleşecek.	Olumlu
24	24.kg	23.05.14	Bişkek’te Türk filmler haftası gerçekleşecek.	Olumlu
25	Knews.kg	23.05.14	Başkentte Türk filmleri haftası gerçekleşecek	Olumlu
26	Akipress.kg	04.06.14	Bişkek’te Türk filmleri haftası gerçekleşecek	Olumlu
27	Akipress.kg	03.06.14	Ankara’da yazar Cengiz Aytmatov’un heykeli açılacak.	Olumlu
28	Erkin Too	04.06.14	Kırgız halk yazarı Omor Sultanov: kardeş halkları yakınlaştırmak yazarlar birliğinin vazifesi	Olumlu
29	Akipress.kg	07.02.14	Ankara’da yazar Cengiz Aytmatov’un heykeli açıldı.	Olumlu
30	Akipress.kg	04.06.14	Cumhurbaşkanı Atambayev Aytmatov’un isminin bir caddeye verilmesi ve büstünün açılması nedeniyle Türkiye hükümetine ve Ankara şehir yönetimine teşekkür etti.	Olumlu
31	Barakelde.kg	04.06.14	Cumhurbaşkanı Atambayev Aytmatov’un isminin bir	Olumlu

			caddeye verilmesi ve büstünün açılması nedeniyle Türkiye hükümetine ve Ankara şehir yönetimine teşekkür etti.	
32	Vb.kg	05.06.14	Türk konseyi zirvesinde bodrum bildirisi imzalandı.	Olumlu
33	Akipress.kg	28.05.14	Türkiye Bişkek'e masraflarını kendisi üstlenerek Atatürk parkını donatmayı teklif ediyor (proje eskizleri)	Olumlu
34	Meken info	28.05.14	Türkiye Atatürk parkının restorasyonunu yapmayı teklif etti.	Olumlu
35	Ayat	29.05.14	Sanatçı Zamir Arikbayev: Kırgızistan'ı ne kadar seviyorsam, İstanbul'u da o kadar seviyorum.	Olumlu
36	Akipress.kg	05.06.14	Türk konseyi zirvesinde dönem başkanlığı Türkiye'ye geçti.	Olumlu
37	Barakelde.org	05.06.14	KC Cumhurbaşkanı Almazbek Atambayev:Türk konseyi zirvesi, karşılıklı ilişkilerin derinleşmesine, ulaştırma, ticaret, ve kültür alanlardaki ilişkilerin geliştirilmesine olanak sağlamaktadır.	Olumlu
38	Kırgız Tuusu	10.06.14	Cengiz Aytmatov bütün Türk Dünyası'nın önderiydi.	Olumlu
39	Vb.kg	13.06.14	Ceenbekov Türk mevkidaşı ile Türk dili konuşan ülkeler işbirliği konseyinin faaliyetlerini ele aldı.	Olumlu
40	Asya news	12.06.14	Tilek Niyazbek oğlu: Türkiye'de altın madalya kazandım.	Olumlu
41	Delo n	18.06.14	Türkiye Kırgızistan ile bütün alanlarda işbirliği yapmaya hazır.	Olumlu
42	Alibi	01.07.14	TİKA Bişkek koordinatörü Hakan Ergün: müzenin önüne camdan Boz Üy yerleştirilecek.	Olumlu
43	Vb.kg	02.07.14	Kültür bakanlığı tarih müzesinin rekonstrüksiyonu ile ilgili bilgi verdi.	Olumlu
44	Ca.news.org	11.08.14	Türkiye ve Kırgızistan cumhurbaşkanları Ankara'da bir Türk yetkilinin oğlunun düğününde tanıklık yaptılar.	Olumlu
45	Kırgız Tuusu	26.08.14	En iyi bölge yarışmasında Festival başarılı geçti.	Olumlu
46	Erkin Too	26.08.14	Müze onarımı için 200 000 som ayrıldı.	Olumlu
47	vb.kg	28.08.14	İstanbul'da göçebe oyunları uluslararası temsilcilik açıldı	Olumlu
48	Kyrtag	28.08.14	İstanbul'da göçebe oyunları uluslararası temsilcilik açıldı.	Olumlu
49	Akipress.kg	11.09.14	Dünya Göçebe Oyunları: 2.Kırgızistan KökBörü Takımı Finale Çıkmak İçin Türkiye'yle Oynayacak.	Olumlu
50	Dengi i vlast	31.10.14	Bişkek'te Türkiye günü.	Olumlu
51	Canı Agım	31.10.14	Türk dili konuşan ülkelerin aksakalları Bişkek'te buluştu.	Olumlu
52	Akipress.kg	31.10.14	Bakan Maksutov ve TİKA başkanı Süreyya devlet tarih müzesinin yeniden yapılması konusunu görüştüler.	Olumlu
53	Akipress.kg	24.11.14	Osmanlı İmparatorluğu'nda sultanlar ne yiyordu? Türkiye'den gelen aşçıbaşı Bişkek'te ders verdi –	Olumlu
54	Turmush.kg		Batken şehri ile Türkiye'nin Malatya ili kardeş oldular.	Olumlu
55	Azattyk.kg	24.11.14	Beklediğimiz film Ankara'ya geldi.	Olumlu
56	Vb.kg	21.12.14	Kurmancan Datka filmi İstanbul'da gösterildi.	Olumlu
57	Azattyk.kg	22.12.14	Türk müziği gecesi düzenlenecek.	Olumlu
58	Canı Agım	23.12.14	"Toktogul Şarkıları" adlı kitap Türkiye'de yayınlandı.	Olumlu
59	Vb.kg	25.12.14	"Toktogul Şarkıları" adlı kitap Türkiye'de yayınlandı.	Olumlu
60	Akipress.kg	25.12.14	"Toktogul Şarkıları" adlı kitap Türkiye'de yayınlandı.	Olumlu
61	Slovo Kırgızistana	25.12.14	Bosfor kıyalarından gelen film.	Olumlu
62	Canı Agım	25.12.14	Osmanlı dönemi ile eski ve yeninin sentezlendiği kültür merkezi	Olumlu
63	Turan	.14.06.14	Bodrum'da kardeş buluşması	Olumlu
64	Faza col	.14.06.14	Cumhurbaşkanı açılış törenine katıldı	Olumlu

65	Ayat	23.01.14	Bayanların aşkı Engin Akürek.	Olumlu
66	Asman press	23.01.14	İbrahim Paşa ve Hatice Sultanın aşkı	Olumlu
67	www.vb.kg	05.02.14	Futbol: Kırgızistan kaptanı vadim harçenko Türk kulübü için onuyor.	Olumlu
68	Asman press	13.02.14	Hürrem Sultan'ın (meryem uzerli) kızı oldu.	Olumlu
69	Canı Ağım	21.02.14	Türklerin sevdiği şarkıcı kız kim?.	Olumlu
70	Erkin Too	10.03.14	Manevi birliği ilişkileri güçlendirir	Olumlu
71	Kırgız Tuusu	10.03.14	"Yeni Ala Too" uluslararası düzeyde	Olumlu
72	Alibi	14.03.14	....kendi memleketim Türkiye'de de yaşasam da, ıssık göl beni 'kel' diye çağırdığında.	Olumlu
73	Super info	14.03.14	Kırgızistan'da sultan Süleyman mı var? .	Olumlu
74	knews.kg	17.03.14	Bişkek park Kırgız yetimlere yardım etmeye devam ediyor.	Olumlu
75	Kırgız Tuusu	25.03.14	Bermet'in inci gibi hikâyeleri.	Olumlu
76	Asya news	27.03.14	Eskişehir Eskizleri.	Olumlu
77	Asya news	27.03.14	Anjelika Ve Tügölbay Kazakov Türkiye'yi Ziyaret Etiler.	Olumlu
78	Asman press	27.03.14	İbrahim, Matrakçı Ve Hürrem.	Olumlu
79	Asman press	28.03.14	Efsanevi Ankara Şehri.	Olumlu
80	V kontse edeli	28.03.14	Moskava'dan Dubai'ye Kadar.	Olumlu
81	Alibi	28.03.14	Türkiye'de "kardeş kalemler" dergisinin Toktogul Satılganov özel sayısı yayınlandı.	Olumlu
82	Super info	28.03.14	Fahriye Evcen..	Olumlu
83	Super info	15.04.14	Selim Bayraktar: sümbül rolü beni ev sahibi yaptı.	Olumlu
84	Veçerniy Bişkek	15.04.14	Bişkekli Ankara .	Olumlu
85	knews.kg	18.04.14	Türkpa komisyonu tarafından Bişkek'te uluslararası ilişkiler ve sosyal sorunlar tartışılacak.	Olumlu
86	Asman press	18.04.14	Şehzade Mustafa	Olumlu
87	V kontsenedeli	27.03.14	Türkpa planları.	Olumlu
88	Veçerniy Bişkek	28.05.14	Kendi mutfağında küçük İstanbul'u kur.	Olumlu
89	Ayat	05.06.14	Eltr tv kanalının "Künserep" haber programı sunucusu Cıldız Coldoşbayeva: bıkmadan, usanmadan, alerji olsam da yine yerim.	Olumlu
90	Alibi	10.06.14	Atatürk'ün vatanında altı gün	Olumlu
91	vb.kg	11.06.14	İstanbul: Avrupa ve Asya arasında	Olumlu
92	Asman press	12.06.14	İstanbul dünyanın doğal başkenti.	Olumlu
93	Super info	20.06.14	Muhteşem Yüzyıl.	Olumlu
94	dengi i vlast	20.06.14	Alemin etrafında. Milletın Atası: en önemlisi, gözlerimin önünde her zaman Türkiye'nin al renkli bayrağı parlamalı.	Olumlu
95	Erkin Too	24.06.14	Benim gördüğüm Türkiye Ataların yürüdüğü yol.	Olumlu
96	Erkin Too	25.06.14	Türkiye'de duyulan "Manas fm" sesi	Olumlu
97	Super info	11.07.14	Muhteşem Yüzyıl	Olumlu
98	Asya news	10.07.14	Muhteşem Yüzyıl'ı Kırgızların görüşüyle.	Olumlu
99	Super info	18.07.14	Muhteşem Yüzyıl.	Olumlu
100	Super info	25.07.14	Muhteşem Yüzyıl	Olumlu
101	MSN	01.08.14	Yol geçiş kuralları	Olumsuz
102	Super info	01.08.14	Muhteşem Yüzyıl.	Olumlu
103	Super info	08.08.14	Muhteşem Yüzyıl	Olumlu
104	Kırgız Tuusu	17.10.14	Toktogul Türkçe konuştu .	Olumlu
105	Kutbilim	17.10.14	Toktogul Türkçe konuştu.	Olumlu
106	Fabula	17.10.14	Başka bir halkın içinde yer bulanlar.	Olumlu
107	Akipress.kg	25.04.14	Türkiye Bişkek büyükelçiliği Bişkek evsiz çocuklar rehabilitasyon merkezi için bir hayır etkinliği yapacak.	Olumlu
108	24.kg	25.04.14	Bişkek'te Türkiye çocuk bayramı düzenlenecek.	Olumlu



109	For.kg	25.04.14	Bişkek'te Türkiye çocuk bayramı düzenlenecek..	Olumlu
110	Ca.news.kg	28.04.14	Türkiye büyükelçiliği personeli tarafından Bişkek evsiz çocuklar rehabilitasyon merkezine hediye verildi.	Olumlu
111	Namba.kg	28.04.14	Türkiye büyükelçiliği personeli tarafından Bişkek evsiz çocuklar rehabilitasyon merkezine hediye verildi.	Olumlu
112	Akipress.kg	28.04.14	Türkiye büyükelçiliği personeli tarafından Bişkek evsiz çocuklar rehabilitasyon merkezine hediye verildi.	Olumlu
113	Kyrtag.kg	18.06.14	19 Kırgız yetim çocuk İstanbul'a gidiyor.	Olumlu
114	News.mir.kg	18.06.14	Türkiye yetim çocuklara moral destek veriyor.	Olumlu
115	Vesti.kg	18.06.14	Türkiye yetim çocuklara moral destek veriyor.	Olumlu
116	Erkin Too	24.06.14	çocukların İstanbul seyahati.	Olumlu
117	Turmush.kg	29.04.14	Kırgızistan'daki Türkiye büyükelçiliği Koçkor köy idaresine 2 milyon som tutarında çocuk parkı salınacağı hediye edecek.	Olumlu

Tablo 98'de görüldüğü üzere Kırgızistan medyasının haber ajanslarında, haber sitelerinde ve gazetelerinde sosyo-kültürel içerikli toplam 117 haber yer almıştır. Bu haberlerin 116'sı olumlu, 1 haber olumsuz görülmektedir. Genel olarak bakıldığında, Kırgızistan medyasında çıkan sosyo-kültürel içerikli haberlerin neredeyse hepsi olumlu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu durum Kırgız medyasının Türkiye ile ilgili kendi kamuoyunu oldukça olumlu etkilediği şeklinde yorumlanabilir. Dolayısıyla, Türkiye'nin sosyal ve kültürel içeriklerinin Kırgızistan medyası tarafından oldukça olumlu haber konusu yapılmasının, Kırgız kamuoyundaki Türkiye algısının da olumlu inşaa edilmesine yol açtığı şeklinde sonuca gidilebilir.

**Tablo 99.** Siyasal İçerikli Haberler

NO	HABER KANALI	TARİH	HABER BAŞLIĞI	OLUMLU/ OLUMSUZ
1	Knews.kg	03.04.14	Comert Otorbayev partisinin belediye seçimlerinde kazandığı zafer dolayısıyla Türkiye Başbakanını kutladı.	Olumlu
2	Akipress.kg	02.04.14	Comert Otorbayev partisinin belediye seçimlerinde kazandığı zafer dolayısıyla Türkiye Başbakanını kutladı.	Olumlu
3	Vb.kg	03.04.14	Otorbayev seçimlerdeki zaferi dolayısıyla Türkiye Başbakanını kutladı.	Olumlu
4	Knews.kg	14.05.14	Atambayev Türkiye'de madeninde meydana gelen kaza ile ilgili başsağlığı diledi.	Olumlu
5	Vb.kg	14.05.14	Atambayev Türkiye'de madeninde meydana gelen kaza ile ilgili başsağlığı diledi.	Olumlu
6	Akipress.kg	14.05.14	Başbakan Otoraya Türkiye Başbakanı Erdoğan'a soma madeninde meydana gelen kaza ile ilgili başsağlığı diledi.	Olumlu
7	Akipress. Kg	14.05.14	Atambayev Türkiye'de madeninde meydana gelen kaza ile ilgili başsağlığı diledi.	Olumlu
8	Akipress.kg	16.05.14	Cumhurbaşkanı Atambayev Kırgız Türk	Olumlu

			devletlerarası yüksek konseyi oturumuna katılmak üzere Türkiye'yi ziyaret edecek.	
9	Slovo Kırgızistan	20.05.14	Kırgızistan.Türkiye: Siyasi Diyalog Yüksek Düzeyde.	Olumlu
10	Akipress.kg	24.05.14	Cumhurbaşkanı Gül Bakan Abdıldayev ile yapılan görüşmede, Türkiye ve Kırgızistan'ın kurumları arasında daha yakın ilişkinin kurulması gerektiğini vurguladı.	Olumlu
11	Knews.kg	23.05.14	Ankara'da Kırgızistan ve Türkiye stratejik ortaklık ortak grubunun ilk oturumu gerçekleştirildi.	Olumlu
12	Vb.kg	24.05.14	Türkiye Cumhurbaşkanı ile Ankara'da işbirliği oturumu hakkında görüşüldü.	Olumlu
13	Vesti.kg	20.05.14	Kırgızistan Kuzey Kıbrıs'ın bağımsızlığını tanımaya hazır mı?	Olumsuz
14	Akipress.kg	03.06.14	Cumhurbaşkanı Atambayev resmi ziyaret için Ankara'ya geldi (foto).	Olumlu
15	Vb.kg	02.06.14	Cumhurbaşkanı Atambayev resmi ziyaret için Ankara'ya gitti.	Olumlu
16	Akipress.kg	02.06.14	Cumhurbaşkanı Atambayev Başkanlığındaki Kırgız heyeti Türkiye resmi ziyaretinde (heyet listesi) .	Olumlu
17	Ca.news.org	03.06.14	Cumhurbaşkanı Atambayev resmi ziyaret için Ankara'ya geldi (foto).	Olumlu
18	Azattyk.kg	02.06.14	Cumhurbaşkanı Atambayev resmi ziyaret için Ankara'ya gitti.	Olumlu
19	Knews.kg	02.06.14	Cumhurbaşkanı Atambayev resmi ziyaret için Ankara'ya gitti.	Olumlu
20	Akipress.kg	04.06.14	Atambayev'in Türkiye Başbakanı Erdoğan ile görüşmesi (foto raporu).	Olumlu
21	Akipress.kg	03.06.14	Almazbek Atambayev Türkiye Cumhurbaşkanı Abdullah Gül ile görüştü.	Olumlu
22	Tazabek.kg	04.06.14	Cumhurbaşkanı Atambayev: Türkiye Başbakanı Erdoğan Kırgızistan'ın Gümrük Birliği'ne girmek için attığı adımları destekliyor.	Olumlu
23	Knews.kg	03.06.14	Almazbek Atambayev Türkiye Cumhurbaşkanı Abdullah Gül ile görüştü.	Olumlu
24	Akipress.kg	05.06.14	Atambayev Türkiye Cumhurbaşkanı tarafından verilen gayri resmi akşam yemeğine katıldı.	Olumlu
25	Veçerniy Bişkek	06.06.14	Türkiye Gümrük Birliği'ne girmemizi destekledi.	Olumlu
26	Akipress.kg	13.06.14	TBMM Başkanı Cemil Çiçek: Türkiye Kırgızistan ile bütün alanlarda işbirliği yapmaya hazır.	Olumlu
27	Akipress.kg	08.08.14	Cumhurbaşkanı Atambayev Türkiye'ye iş ziyaretinde bulunacak.	Olumlu
28	Azattyk.org	11.08.14	Cumhurbaşkanı Atambayev Erdoğan'ı Türkçe kutladı.	Olumlu
29	Vb.kg, akipress. Kg	11.08.14	Atambayev Türkiye Cumhurbaşkanı seçimlerinde kazandığı zafer dolayısıyla Erdoğan'ı kutladı.	Olumlu
30	Paruskg.info, kabar.kg	09.08.14	Almazbek Atambayev: Türkiye zor günlerinde Kırgızistan'ı her zaman destekledi.	Olumlu
31	Knews.kg	11.08.14	Atambayev'in Türkiye'de seçimler sonrasında yaptığı konuşma twitter'da hararetli tartışmalara neden oldu.	Olumsuz
32	Komsomolskaya Pravda	14.08.14	Almazbek Atambayev Türkiye ve Rusya arasında.	Olumsuz
33	Azattyk.kg	17.08.14	Balkondaki Atambayev twitter'ı ürpertti.	Olumsuz
34	Azattyk.kg	25.08.14	Akun: Suriye'ye giden Kırgızistan vatandaşını aramaya Türkiye yardım edecek.	Olumlu
35	24.kg	25.08.14	İçişleri Bakanlığı Başyönetmenliği: Güney Kırgızistan vatandaşlarını Türkiye'de çalışma	Olumsuz

			bahanesiyle Suriye'ye götürüyorlar.	
36	Canews.org	28.08.14	Kırgızistan Parlamentosu ve Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanları Parlamentolararası ilişkilerin gelişim perspektiflerini konuştular.	Olumlu
37	Azattyk.kg	28.08.14	Ceenbekov Erdoğan'ın görev devir-teslim törenine katılıyor.	Olumlu
38	Ca.news.org	29.08.14	Cogorku Keneş Başkanı Asılbek Ceenbekov Türkiye Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın görev devir-teslim törenine katıldı.	Olumlu
39	Paruskg.info	09.09.14	Kırgızistan cumhurbaşkanı Türkiye'ye yaklaşarak ne istiyor?	Olumsuz
40	Akipress.kg	09.09.14	Türkiye cumhurbaşkanı recep Tayyip Erdoğan, dünya göçebe oyunları katılımcılarına kutlama mesajı yolladı –	Olumlu
41	Vb.kg	08.09.14	Atambayev, Türkiye'nin eski Cumhurbaşkanı Abdullah Gül'e "danaker" nişanı verdi –	Olumlu
42	Akipress.kg	08.09.14	Eski Türkiye cumhurbaşkanı Abdullah Gül, Kırgızistan Türkiye arasındaki ilişkilerin gelişmesine büyük katkı sağladığı için 'danaker' nişanıyla ödüllendirildi –	Olumlu
43	Vb.kg	11.09.14	Atambayev, Türkiye'nin Van ili valisini ağırladı.	Olumlu
44	Zaman Kırgızistan	05.09.14	Cumhurbaşkanı a. Atambayev a. Davutoğlu'nu T.C. Başbakanı olması dolayısıyla tebrik etti.	Olumlu
45	Erkin Too	09.09.14	Dünya göçebe oyunları katılımcılarına.	Olumlu
46	Kırgız Tuusu	15.09.14	Abdullah Gül'e "danaker"	Olumlu
47	Erkin Too	15.09.14	Abdullah Gül'e "danaker"	Olumlu
48	Mm kızmatı	30.09.14	Almazbek Atambayev Recep Tayyip Erdoğan ile görüştü.	Olumlu
49	Azattyk.kg	29.09.14	Atambayev Türkiye Başbakanı ile görüşecek.	Olumlu
50	Ca.news.org	29.09.14	Cumhurbaşkanı A. Atambayev Kırgız Türk ilişkilerinin perspektiflerini Türkiye Başbakanı Ahmet Davutoğlu ile görüştü.	Olumlu
51	Akipress.kg	29.09.14	Cumhurbaşkanı A. Atambayev Kırgız Türk ilişkilerinin perspektiflerini Türkiye Başbakanı Ahmet Davutoğlu ile görüştü .	Olumlu
52	Akipress.kg	29.09.14	Kırgızistan cumhurbaşkanı Almaz bek Atambayev Türkiye cumhurbaşkanı recep Tayyip Erdoğan ile görüştü.	Olumlu
53	Tazabek.kg	29.09.14	Kırgızistan cumhurbaşkanı Atambayev Türkiye başbakanı Davutoğlu ile ekonomik alanda işbirliği konuştu .	Olumlu
54	Erkin Too	03.10.14	Yeni başbakana başarılar diledi.	Olumlu
55	Akipress.kg	29.10.14	Cumhurbaşkanı Atambayev cumhurbaşkanı Erdoğan'ı Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşunun 91. Yılı dönümü dolayısıyla kutladı.	Olumlu
56	Kabar.kg	26.12.14	Kırgızistan ve Türkiye başbakan yardımcıları iki taraflı işbirliği konularını ele aldılar.	Olumlu
57	Tazabek.kg	26.12.14	Kırgızistan ve Türkiye başbakan yardımcıları iki taraflı işbirliği konularını ele aldılar.	Olumlu
58	Kabar.kg	27.12.14	Cumhurbaşkanı a. Atabeye Kırgız Türk ilişkilerinin dinamik bir şekilde geliştiğini belirtti.	Olumlu
59	http://kg.akipress.org/news	18.02.14	Türkiye Cumhurbaşkanı Abdullah Gül Atambayev'i TDK Zirvesi dolayısıyla Türkiye'ye davet etti.	Olumlu
60	Kabar.kg	09.04.14	Sasıkbayeva Türkiye'nin Avrupa birliği bakanı m. Çavuşoğlu ile görüştü.	Olumlu
61	Zaman Kırgızistan	11.04.14	Sasıkbayeva Türkiye'nin Avrupa birliği bakanı m. Çavuşoğlu ile görüştü.	Olumlu
62	Akipress.kg	14.05.14	Cogorku Keneş Başkanı Ceenbekov Türkiye	Olumlu

			parlamentosu başkanı Çiçek'e Soma'da meydana gelen kaza ile ilgili başsağlığı diledi.	
63	Azattyk.kg	14.05.14	Kırgızistan Türkiye'ye başsağlığı diledi.	Olumlu
64	Kırgız Tuusu	16.05.14	Kardeşlere başsağlığı dileği.	Olumlu
65	Knews.kg	16.05.14	Coomart Otorbayev Türkiye Başbakanı ile görüşti.	Olumlu
66	Vb.kg	16.05.14	Coomart Otorbayev Türkiye Başbakanı ile görüşti.	Olumlu
67	Akipress.kg	16.05.14	Coomart Otorbayev Türkiye Başbakanı ile görüşti.	Olumlu
68	Akipress.kg	19.05.14	Başbakan Otorbayev Türkiye Cumhurbaşkanı Gül'e Soma'da madende meydana gelen patlama dolayısıyla başsağlığı diledi.	Olumlu
69	Vb.kg	22.05.14	Erlan Abdıldayev iki günlük ziyaret için Türkiye'ye gitti.	Olumlu
70	Vb.kg	03.06.14	Almazbek Atambayev Türkiye Cumhurbaşkanı Abdullah Gül ile görüşti.	Olumlu
71	Kabar.kg	04.06.14	Atambayev: Kırgızistan -Türkiye yüksek düzeyli stratejik işbirliği konseyi oturumu sonucunda iyi çözümlere ulaşıldı.	Olumlu
72	Barakelde.org	07.06.14	Almazbek Atambayev: Türkiye cumhurbaşkanı ve başbakanı gelecekte birliği ile bir anlaşma imzalamayı düşünüyorlar.	Olumlu
73	Tazabek.kg	06.06.14	Almazbek Atambayev: Türkiye cumhurbaşkanı ve başbakanı gelecekte birliği ile bir anlaşma imzalamayı düşünüyorlar.	Olumlu
74	Kırgız Tuusu	30.09.14	Ahmet Davutoğlu ile görüşme .	Olumlu
75	Slovo Kırgızstana	20.05.14	Zor zamanlarda omuz omuza.	Olumlu
76	Erkin Too	20.05.14	Türkiye'de bir gün.	Olumlu
77	Erkin Too	03.04.14	Gündemde.	Olumlu
78	Akipress.kg	05.06.14	Kırgızistan ve Türkiye acil durumların önlenmesi ve ortadan kaldırılmasında işbirliği konusunda anlaştilar.	Olumlu
79	V kontse nedeli	06.06.14	lişkinin genişlemesi.	Olumlu
80	V kontse nedeli	06.06.14	Kırgızistan -Türkiye: ortak özelemlerin dokunulmazlığı .	Olumlu
81	Erkin Too	06.06.14	Maksatlar Bodrum'da netleşti.	Olumlu
82	Slovo Kırgızstana	10.06.14	Kaşıklarla icra edilen marş maziye karışıyor.	Olumlu
83	Obyektiv.delovoy Kırgızistan	12.06.14	Cumhurbaşkanının kafasına kaşıklarla vurarak marş çalınmaz.	Olumlu
84	Vb.kg	10.06.14	Milletvekili Abdıldayev gözlemcilik mucizesini gösterdi.	Olumsuz
85	Delo n	11.06.14	Atambayev'in Türk manevrası.	Olumlu
86	Slovo Kırgızstana	11.06.14	Bakü'de görüşme.	Olumlu
87	Alibi	05.08.14	Tursunbay Baakir uulu, Cogorku keneş milletvekili, Ar Namıs partisi: Atambayev'in Erdoğan'ın söylediğini desteklemesi yeterli....	Olumsuz
88	Mk asya	12.08.14	Atambayev'i alay ettiler.	Olumlu
89	Slovo Kırgızstana	12.08.14	Zor zamanlarda Türkiye her zaman yanımızda.	Olumlu
90	Alibi	12.08.14	Atambayev: yaşasın Türkiye, Allah Türkiye'yi korusun!.	Olumlu
91	Paruskg.info	09.08.14	"Çok Vektörlü"Kırgızistan Sem amcanın pençesi altında.	Olumlu
92	Azattyk.kg	11.08.14	Atamabyev'in hoş ziyareti.	Olumlu
93	Paruskg.info	21.08. 14	Cumhurbaşkanı Atambayev'e gelince, onun dil bilgisi büyük bir avantajdır... .	Olumlu
94	paruskg.info	18.09.14	Cumhurbaşkanı Almazbek Atambayev Türkiye'de geçireceği kısa bir tatile çıktı.	Olumlu
95	paruskg.info	02.10.14	Türkiye'yle olan tehlikeli oyunları Kırgızistan'ı nereye götürür?	Olumsuz

96	Slovo Kırgızstana	31.10.14	Kutlama.	Olumlu
97	Kırgız Tuusu	31.10.14	Maksadımız aynı.	Olumlu

Kırgızistan medyasının haber ajanslarında, haber sitelerinde ve gazetelerinde siyasal içerikli toplam 97 haber yer almıştır. Bu haberlerin 88'i olumlu, 9'u ise olumsuz olarak görülmektedir.

Genel olarak bakıldığında Kırgızistan medyasında çıkan siyasal içerikli haberlerin çok az kısmının olumsuz olmasının Türkiye adına oldukça olumlu yansımalara yol açacağı tartışmasız gözükmektedir. Dolayısıyla, medyanın kamuoyları üzerindeki etkileri düşünüldüğünde, Kırgız medyasında Türkiye adına çıkan ilgili tabloda yer alan haberlerin Kırgızistan'da Türkiye'nin ülke markasını güçlendirici rol oynadığı rahatlıkla söylenebilir.

**Tablo 100.** Eğitim Alanına İlişkin Haberler

NO	HABER KANALI	TARİH	HABER BAŞLIĞI	OLUMLU/ OLUMSUZ
1	kg.akipress.org/news	04.02.14	Kırgızistan hükümeti Kırgız Türk Manas üniversitesine ilişkin anlaşma yasa tasarısını onayladı.	Olumlu
2	vesti.kg	11.02.14	Yolsuzluğun geniş gerçeği: Özel Türk lisesi 1 500 000 gelirine karşılık, bina ve yer Kirası için bir som bile ödemiyor .	Olumsuz
3	www.vb.kg	17.02.14	Manas üniversitesi hakkındaki kanunu Türk tarafı lehine değiştirmek istiyorlar.	Olumlu
4	www.vb.kg/	17.02.14	Türkiye Kırgız-Türk Manas üniversitesine üç yılda 52 milyon dolar yatırdı.	Olumlu
5	www.ca.news.org/news	17.02.14	Cogorku keneş komitesi Kırgız-Türk Manas üniversitesine ilişkin anlaşma yasa tasarısını destekledi.	Olumlu
6	www.knews.kg	28.02.14	Kırgızistan sosyal demokratlar partisi Kırgız-Türk Manas üniversitesine ilişkin anlaşma yasa tasarısını onayladı.	Olumlu
7	kg.akipress.org	28.02.12	Eğitim bakanı Sadıkov: Kırgız-Türk Manas üniversitesinde eğitim gören 4 bin 570 öğrencinin yüzde 85'i Kırgızistan vatandaşı.	Olumlu
8	kg.akipress.org/news	28.02. 14	Kırgızistan sosyal demokratlar partisi Kırgız-Türk Manas üniversitesine ilişkin anlaşma yasa tasarısını onayladı.	Olumlu
9	kg.akipress.org/news	28.02. 14	Bakan: 2011.2013 yılları arasında Türkiye Manas üniversitesinin gelişimine 52 milyon 696 bin som Verdi	Olumlu
10	www.vb.kg	28.02. 14	Kırgızistan sosyal demokratlar partisi Manas üniversitesine ilişkin anlaşma yasa tasarısını destekledi	Olumlu
11	Akipress.kg	04.03.14	Milletvekilli Aknazarova, Kırgız-Türk Manas üniversitesi rektörünün Kırgızistan vatandaşı olması gerektiğini düşünüyor.	Olumsuz

12	Vb.kg	04.03.14	Parlamentoda bakan ve milletvekili Manas üniversitesi dolayısıyla tartıştı.	Olumsuz
13	Vb.kg	04.03.14	Kırgız-Türk Manas üniversitesi rektörünün Kırgız olması talep edildi.	Olumsuz
14	Knews.kg	04.03.14	Manas üniversitesinden çıkarılan öğretim üyesi. Kırgızistan vatandaşlarının personel haklarının ihlal edildiğini belirtti	Olumsuz
15	Akipress.kg	04.03.14	Kırgız lise öğrencileri Türk dünyası bilim olimpiyatlarına katılmak üzere Türkiye'ye davet edildi.	Olumlu
16	Kabar.kg	04.03.14	Türkiye Kırgız öğrencilere lisansüstü burslar tahsis etti	Olumlu
17	For.kg	12.03.14	Türkiye Kırgız öğrencilere lisansüstü burslar tahsis etti..	Olumlu
18	Knews.kg	24.03.14	Cogorku keleş uluslararası işler komitesi Kırgız-Türk Manas üniversitesine ilişkin yasa tasarısını onayladı.	Olumlu
19	Alibi	25.03.14	Kırgız-Türk Manas üniversitesi rektörünün yabancı ülke vatandaşı olması kanunsuz mu?.	Olumsuz
20	Vb.kg	09.04.14	Eğitim bakanlığı: Türkiye Manas üniversitesine üç yılda 52 milyon dolardan fazla yatırdı.	Olumlu
21	Vb.kg	09.04.14	Mamirova Manas üniversitesine ilişkin anlaşmayı eleştirdi.	Olumsuz
22	Knews.kg	09.04.14	Manas üniversitesine Türkiye 363 milyon dolar, Kırgızistan ise 1,8 milyon dolar yatırdı.	Olumlu
23	Knews.kg	09.04.14	Milletvekili Narınbek Moldobayev meslektaşlarına Manas üniversitesi ile ilgili anlaşmayı desteklemeleri çağrısında bulundu.	Olumlu
24	Akipress.kg	09.04.14	Kırgızistan'dan 11 öğrenci eğitim almak üzere Türkiye'ye gitti.	Olumlu
25	Kabar.kg	09.04.14	Kırgızistan'dan 11 öğrenci eğitim almak üzere Türkiye'ye gitti.	Olumlu
26	Namba.kg	09.04.14	Kırgızistan'dan 11 öğrenci eğitim almak üzere Türkiye'ye gitti.	Olumlu
27	Akipress.kg	10.04.14	Kırgızistan'daki Türkiye büyükelçisi, kültür ve demokrasi fikirlerini propaganda eden ve	Olumlu
28	Kutbilim	11.04.14	Oş devlet üniversitesinin merkez kütüphanesine elektronik tarayıcı robot yerleştirildi.	Olumlu
29	Kutbilim	11.04.14	Kırgız-Türk Manas üniversitesine ilişkin anlaşma oylanacak.	Olumlu
30	Zaman Kırgızistan	11.04.14	Kırgız öğrencileri Türkiye'de eğitim alacak.	Olumlu
31	Slovo Kırgızstana	15.04.14	Türkiye'ye eğitim almaya.	Olumlu
32	Akipress.kg	16.04.14	Kırgızistan ve Türkiye Türk dilleri günü düzenlenmesi, sözlük hazırlanması ve tercüman yetiştirilmesi konusunda anlaştılar.	Olumlu
33	Akipress.kg	16.04.14	Türkpa ve Kırgız-Türk Manas üniversitesi işbirliği anlaşması imzaladı.	Olumlu
34	Vb.kg	16.04.14	Türkpa ve Manas üniversitesi işbirliği konusunda anlaşmaya vardılar.	Olumlu
35	Knews.kg	16.04.14	Milletvekilleri Manas üniversitesinin faaliyetlerine ilişkin Kırgızistan ve Türkiye arasındaki yeni anlaşmayı onayladı.	Olumlu
36	Vb.kg	16.04.14	Milletvekilleri Manas üniversitesine ilişkin anlaşmayı onayladı.	Olumlu
37	Ca.news.org	24.04.14	Kırgızistan temsilcileri Türkiye'de düzenlenecek Türk dünyası bilim	Olumlu

			olimpiyatlarına katılacak.	
38	Kabar.kg	28.04.14	Balasagun Kırgız milli üniversitesi öğrencileri Türkiye'nin Kastamonu üniversitesinde eğitim görüyor.	Olumlu
39	Kabar.kg	28.04.14	Kırgız gümrük yetkililere Türk meslektaşları tarafından gümrük işlemleri konulu eğitim programı düzenlendi.	Olumlu
40	Tazabek.kg	28.04.14	Kırgız gümrük yetkililere Türk meslektaşları tarafından gümrük işlemleri konulu eğitim programı düzenlendi.	Olumlu
41	Vb.kg	30.04.14	Milletvekilleri Manas üniversitesine ilişkin anlaşma yasa tasarısını görüşüyorlar.	Olumlu
42	Vb.kg	30.04.14	Milletvekilli: Kırgız-Türk Manas üniversitesinde üstlenilen mali yükümlülükleri yerine getiremeyiz.	Olumlu
43	Vb.kg	30.04.14	Meclis başkanı rüşvetsiz üniversiteleri açıkladı.	Olumlu
44	Vb.kg	30.04.14	Milletvekilleri Manas üniversitesine ilişkin anlaşma yasa tasarısını onayladılar.	Olumlu
45	Akipress.kg	30.04.14	Parlamento Kırgız-Türk Manas üniversitesine ilişkin anlaşma yasa tasarısını onayladı.	Olumlu
46	Kutbilim	16.05.14	Türkiye'de burslu olarak üniversite eğitimi almak.	Olumlu
47	Vb.kg	21.05.14	Eğitim bakanlığı Kırgız-Türk Manas üniversitesinde 240 öğrencinin eğitimini sağlıyor.	Olumlu
48	Vb.kg	20.05.14	Manas üniversitesinde tıp fakültesi açılması konusunda çabuk davranmalı .	Olumlu
49	Akipress.kg	21.05.14	Foto: Kırgız heyeti Türkiye'de Türk dili konuşan topluluklar yazarları uluslararası kongresine katıldı.	Olumlu
50	Vb.kg	27.05.14	Türkiye ile imzalanan Manas üniversitesine ilişkin anlaşma yasası onaylandı.	Olumlu
51	Vb.kg	05.06.14	Atambayev Türk dili konuşan ülkeler konseyi zirvesine katılıyor.	Olumlu
52	Akipress.kg	27.05.14	Çevre ve orman yönetimi devlet ajansı ormancılık departmanı uzmanları Türkiye'de orman yönetimi becerilerini geliştiriyorlar	Olumlu
53	Kyrtag.kg	29.05.14	Türkiye ekonomi ve eğitim alanlarındaki işbirliğinde Kırgızistan'a öncelik veriyor.	Olumlu
54	Akipress.kg	30.05.14	Türkiye Kırgızistan yargı mensuplarına eğitim veriyor.	Olumlu
55	Ca.news.org	30.05.14	Türkiye Kırgızistan yargı mensuplarına eğitim veriyor.	Olumlu
56	Kutbilim	19.05.14	Manas üniversiteliler Atatürk'ü andılar	Olumlu
57	Vb.kg	06.06.14	Ata meken partisi Türk akademisi kurulmasına karşı değildir.	Olumlu
58	Canı Ağım	06.06.14	Kanatlarını geniş açan Türk bilim adamları.	Olumlu
59	Akipress.kg	13.06.14	Kırgızistan öğrencileri Türkiye eğitim festivaline katıldı	Olumlu
60	Knews.kg	27.06.14	Bişkek okulda beslenme organizasyonu konusunda Türkiye tecrübesinden faydalanacak.	Olumlu
61	Kabar.kg	30.06.14	39 Kırgız kız öğrenci bir aylık staj için Türkiye'ye gittiler.	Olumlu
62	Kırgız Tuusu	11.07.14	Dünya birincilerinden olan Kırgız-Türk Manas üniversitesi.	Olumlu
63	Knews.kg	21.07.14	Kırgız gazetecileri Türkiye cumhuriyeti eğitim	Olumlu

			programına katıldı.	
64	Tazabek.kg	25.07.14	Kırgızistan maliye bakanlığı personeli Türkiye devlet maliye sistemini incelediler.	Olumlu
65	Akipress.kg	08.09.14	Kırgızistanlı 10 eyalet ve devlet çalışanı Türkiye’de ücretsiz eğitim görecek.	Olumlu
66	Ca.news.org	25.09.14	İstanbul’da uluslararası uyuşturucu politikaları ve halk sağlığı sempozyumu düzenlenecek.	Olumlu
67	Akipress.kg	26.12.14	Kırgızistan ve Türkiye TİKA koordinatörlüğü altında teknik yardım ve eğitim programları düzenleyecek.	Olumlu
68	Ca.news.org	26.12.14	Kırgızistan ve Türkiye TİKA koordinatörlüğü altında teknik yardım ve eğitim programları düzenleyecek.	Olumlu
69	Akipress.kg	26.12.14	Kırgızistan ve Türkiye Kırgızistanlı öğrencilerin Türkiye’de eğitim görmelerine yardım etme konusunda anlaştılar .	Olumlu
70	Ca.news.org	26.12.14	Kırgızistan ve Türkiye Kırgızistanlı öğrencilerin Türkiye’de eğitim görmelerine yardım etme konusunda anlaştılar .	Olumlu
71	Zaman Kırgızistan	21.02.14	Türk dünyasının mimarlar ve mühendisler kurultayı düzenlenecek.	Olumlu
72	Alibi	11.02.14	Aldıklarında bedava, eğitim verdiklerinde karşılığını isteyen Türk kardeşler.	Olumsuz
73	www.vb.kg	27.02.14	AKChabar projesi startup Türkiye.14’de sunuldu.	Olumlu
74	Vb.kg	04.03.14	Mamirova Türk yerleşimi (anklav) ortaya çıkması tehdidi konusunda uyardı.	Olumsuz
75	Vb.kg	04.03.14	Ar Namışçıyı Türkiye için lobcilik yapmakla suçladı.	Olumsuz
76	Knews.kg	24.03.14	Dcoldşeva: bugün Manas üniversitesini, sonra Manas havaalanını, ardından da Manas ismini taşıyan her şeyi veririz.	Olumsuz
77	Kırgız Tuusu	11.04.14	Türk halklarının devlet yönetim gelenekleri.	Olumlu
78	Kutbilim	11.04.14	Türk halklarının dostluğu güçlenecek.	Olumlu
79	Erkin Too	11.04.14	Türk halklarının devlet yönetim tarihi zengin.	Olumlu
80	Slovo Kırgızstana	15.04.14	Türk halklarının dostluğu .	Olumlu
81	V V kontse nedeli	18.04.14	Tercümenin özellikleri.	Olumlu
82	Slovo Kırgızstana	21.05.14	Fikir birliğine varma yolunda.	Olumlu
83	Kırgız Tuusu	27.05.14	Türklerin desteklediği Cayıl Orman çiftliği.	Olumlu
84	V kontse nedeli	20.06.14	Bilgiye doğru adım.	Olumlu
85	Kırgız Tuusu	01.07.14	‘Manastan’ uçtu	Olumlu
86	Vb.kg	23.07.14	Türkiye mediasından neleri örnek alabiliriz?.	Olumlu
87	Vb.kg	05.06.14	Bakit Kalmuratov: işlerin iyi gidiyorsa, herkes sana ihtiyaç duyar.	Olumlu
88	azattyk.kg	23.12.14	Devlet adamı Karıbek Moldobekov vefat etti.	Olumlu
89	Zaman Kırgızistan	02.05.14	Parlamentoda Kırgızistan ve Türkiye arasındaki anlaşma tartışıldı.	Olumlu

Yukarıda tablo 100’de görüldüğü üzere Kırgızistan mediasının haber ajanslarında, haber sitelerinde ve gazetelerinde Eğitim Alanına İlişkin toplam 89 haber yer almıştır. Eğitim alanına ilişkin Kırgızistan mediasında çıkan haberlerin 78’i olumlu, 11’i ise olumsuz olarak görülmektedir.

Eğitim alanında çıkan haberlerin büyük çoğunluğunun olumlu olarak medyada yer alması eğitim alanında yapılan ikili ilişkilerin iyi yönlü olduğu ve bu şekilde



medyada yer alan haberlerin olumlu bir algı yarattığı şeklinde bir değerlendirmesi yapılabilir. Ayrıca, eğitim alanına yapılan yatırımların çıktılarının en iyi ihtimalle orta ve uzun vadelerde alındığı için de bu yöndeki ilişkilerin ülke markasının sürekliliği açısından da oldukça büyük önemi ve anlamı bulunduğunu belirtmek gerekmektedir.

**Tablo 101.** Güvenlik Alanına İlişkin Haberler

NO	HABER KANALI	TARİH	HABER BAŞLIĞI	OLUMLU/ OLUMSUZ
1	kg.akipress.org	27.01.14	Türk polis teşkilatı üst düzey polis müdürler heyeti Kırgızistan'ı ziyaret edecek.	Olumlu
2	kg.akipress.org/	29.01.14	Kırgızistan içişleri bakanlığı ve Türk polis teşkilatı temsilcileri suçla mücadele işbirliğini görüştüler.	Olumlu
3	www.vb.kg	29.01.14	Türk polis teşkilatı heyeti içişleri bakanlığını ziyaret etti.	Olumlu
4	kant.kg	28.01.14	Kırgızistan İçişleri Bakanlığı ve Türk polis teşkilatı temsilcileri suçla mücadele işbirliğini görüştüler	Olumlu
5	kabar.kg	28.01.14	Kırgızistan İçişleri Bakanlığı ve Türk polis teşkilatı temsilcileri suçla mücadele işbirliğini görüştüler	Olumlu
6	www.knews.kg	28.01.14	Kırgızistan İçişleri Bakanlığı Türk polis teşkilatı genel müdür yardımcısı ile görüştü	Olumlu
7	rus.kg/news	28.01.14	Kırgızistan İçişleri Bakanlığı ve Türk polis teşkilatı temsilcileri suçla mücadele işbirliğini görüştüler	Olumlu
8	ca.news.org/new	28.01.14	Kırgızistan İçişleri Bakanlığı ve Türk polis teşkilatı temsilcileri suçla mücadele işbirliğini görüştüler	Olumlu
9	kg.akipress.org/new	30.01.14	Milli güvenlik devlet komitesi antiterör merkezi, AGİT ve Türk polisi Kırgızistan'da terörle mücadele eğitimini düzeltmek niyetinde .	Olumlu
10	www.vb.kg	30.01.14	Milli güvenlik devlet komitesi ve Türk polisi ortak eğitim ile ilgili anlaşmaya vardılar.	Olumlu
11	kg.akipress.org/	30.01.14	AGİT ve Türk polis teşkilatı Kırgızistan'a terörizmle mücadele kapasitesini güçlendirme konusunda yardımcı olacak.	Olumlu
12	kabar.kg	30.01.14	Milli güvenlik devlet komitesi antiterör merkezi, AGİT ve Türk polisi Kırgızistan'da terörle mücadele eğitimini düzelterek.	Olumlu
13	kg.akipress.org	04.02.14	İçişleri bakanlığı akademisi başkanı ve Türk polis teşkilatı işbirliğinin geleceğini görüştüler.	Olumlu
14	Ca.news.org	12.04.14	Kırgızistan İçişleri Bakanlığı polis teşkilatı organize suçlar biriminden oluşan grup Türkiye'de eğitim görüyor.	Olumlu
15	Akipress.kg	12.04.14	Kırgızistan İçişleri Bakanlığı polis teşkilatı organize suçlar biriminden oluşan grup Türkiye'de eğitim görüyor.	Olumlu
16	Namba.kg	12.04.14	Kırgızistan İçişleri Bakanlığı polis teşkilatı organize suçlar biriminden oluşan grup Türkiye'de eğitim görüyor.	Olumlu
17	Rambler.ru	12.04.14	Kırgızistan İçişleri Bakanlığı polis teşkilatı organize suçlar biriminden oluşan grup Türkiye'de eğitim görüyor.	Olumlu
18	Mediareviews.ru	12.04.14	Kırgızistan İçişleri Bakanlığı polis teşkilatı organize suçlar biriminden oluşan grup Türkiye'de eğitim görüyor.	Olumlu

19	Ca.news.org	23.04.14	Türk askeri eğitimciler Kırgız özel kuvvetleri ile Ala Buka'daki tatbikatlarda teröristler ile mücadele deneyimlerini paylaşacaklar.	Olumlu
20	Akipress.kg	23.04.14	Türk askeri eğitimciler Kırgız özel kuvvetleri ile Ala Buka'daki tatbikatlarda teröristler ile mücadele deneyimlerini paylaşacaklar.	Olumlu
21	24.kg	23.04.14	Kırgız ve Türk askerleri ortak tatbikatlar düzenliyor.	Olumlu
22	Ktrk.kg	23.04.14	Kırgız ve Türk ortak askeri tatbikatları başlatıldı.	Olumlu
23	Akipress.kg	23.04.14	Türkiye askeri heyeti Kırgızistan'a geliyor.	Olumlu
24	Knews.kg	23.04.14	Türkiye askeri heyeti Kırgızistan'a geliyor.	Olumlu
25	Ca.news.org	23.04.14	Türkiye askeri heyeti Kırgızistan'a geliyor.	Olumlu
26	Tushtuk.kg	23.04.14	Türkiye askeri heyeti Kırgızistan'a geliyor.	Olumlu
27	Akipress.kg	23.04.14	Şu anda Türkiye'de askeri eğitim kurumlarında 20'den fazla Kırgızistanlı eğitim görüyor.	Olumlu
28	Vb.kg	23.04.14	Türkiye genelkurmay başkanı Kırgızistan'a geliyor.	Olumlu
29	Kabar.kg	23.04.14	Türkiye genelkurmay başkanı Kırgızistan'a geliyor.	Olumlu
30	Kabar.kg	23.04.14	Kırgızistan ve Türkiye savunma bakanlıkları birimleri Celal.Abad'da ortak tatbikat düzenledi.	Olumlu
31	Obşestvennyy reyting	24.04.14	Türkiye askeri heyeti Kırgızistan'a geliyor.	Olumlu
32	Akipress.kg	24.04.14	Bişkek'te Türkiye genelkurmay başkanlığı tarafından K.C Savunma bakanlığı dikimevine sağlanan dikiş ekipmanlarının teslim töreni yapılacak.	Olumlu
33	Akipress.kg	24.04.14	Kırgızistan temsilcileri Türkiye'de düzenlenecek Türk dünyası bilim olimpiyatlarına katılacak.	Olumlu
34	Akipress.kg	24.04.14	Cumhurbaşkanı Atambayev Türkiye genelkurmay başkanını kabul etti.	Olumlu
35	Vb.kg	24.04.14	Cumhurbaşkanı Atambayev Türkiye genelkurmay başkanını kabul etti.	Olumlu
36	Akipress.kg	24.04.14	Kırgızistan ve Türkiye genelkurmay başkanlıkları ikili askeri işbirliğinin geliştirilmesi ile ilgili konuları görüştüler.	Olumlu
37	Knews.kg	24.04.14	Bişkek'te Türkiye'den gelen askeri heyet ile görüşme.	Olumlu
38	Vb.kg	24.04.14	Türkiye K.C Savunma bakanlığı tesisine dikiş ekipmanı hediye etti.	Olumlu
39	Azattyk.kg	25.04.14	Bişkek'te Türkiye ve Kırgızistan genelkurmay başkanlıkları işbirliği ile ilgili konuları ele aldılar.	Olumlu
40	Kabar.kg	24.04.14	Türkiye K.C Savunma bakanlığı tesisine dikiş ekipmanı teslim etti.	Olumlu
41	Kabar.kg	24.04.14	Cumhurbaşkanı Atambayev Türkiye genelkurmay başkanını kabul etti.	Olumlu
42	Kabar.kg	24.04.14	Türkiye K.C Savunma bakanlığı tesisine dikiş ekipmanı verecek.	Olumlu
43	Ca.news.org	28.04.14	Türkiye genelkurmay başkanı özel: Türkiye Kırgızistan'a verdiği desteği sürdürmeye ve ilişkileri daha ileriye götürmeye kararlı.	Olumlu
44	Bashat.kg	28.04.14	Türkiye genelkurmay başkanı özel: Türkiye Kırgızistan'a verdiği desteği sürdürmeye ve ilişkileri daha ileriye götürmeye kararlı.	Olumlu
45	Akipress.kg	28.04.14	Türkiye genelkurmay başkanı özel: Türkiye Kırgızistan'a verdiği desteği sürdürmeye ve ilişkileri daha ileriye götürmeye kararlı.	Olumlu
46	Slovo Kırgızstana	29.04.14	Ordularımız ile dostluğumuz var.	Olumlu
47	Zaman Kırgızistan	5.04.14	Kırgızistan ve Türkiye genelkurmay başkanları görüştü.2	Olumlu
48	Knews.kg	22.05.14	18 hazirana kadar Türkiye Kırgız sınır muhafızlarına	Olumlu

			iletişim cihazları ve otomobil araçları verecek.	
49	Akipress.kg	22.05.14	Türkiye Kırgızistan sınır muhafızlarına bir milyon dolar tutarında yardımda bulunacak.	Olumlu
50	Vb.kg	22.05.14	Kırgızistan sınır muhafızları Türkiye'den iletişim cihazları ve otomobil alacak .	Olumlu
51	Kabar.kg	22.05.14	Türkiye Kırgızistan sınır muhafızlarına iletişim cihazları ve otomobil verecek.	Olumlu
52	Akipress.kg	27.05.14	Türkiye Kırgızistan içişleri bakanlığı trafik polisine 8 radar teslim etti (resim) .	Olumlu
53	Ca.news.org	27.05.14	Türkiye Kırgızistan içişleri bakanlığı trafik polisine 8 radar teslim etti (resim) .	Olumlu
54	Akipress.kg	02.06.14	Cogorku keneş komitesi Kırgızistan silahlı kuvvetleri mensuplarının Türkiye sağlık tesislerinde tedavi edilebilmesine dair protokol taslağını onayladı.	Olumlu
55	Vb.kg	02.06.14	Kırgızistan askerleri Türkiye'de tedavi görebilecek.	Olumlu
56	Ca.news.org	28.05.14	Türkiye'den gelen eğitim grubu Celal-Abad bölgesinde iki ay süre ile özel kuvvetler hareketi temel eğitimi icra etti.	Olumlu
57	Gazeta.kg	29.05.14	Türkiye özel hareketi Kırgızistanlı meslektaşlarına eğitim verdi.	Olumlu
58	Akipress.kg	28.05.14	Türkiye'den gelen eğitim grubu Celal-Abad bölgesinde iki ay süre ile özel kuvvetler hareketi temel eğitimi icra etti.	Olumlu
59	Kırgız Tuusu	06.06.14	Stratejik işbirliği üst düzeyde.	Olumlu
60	Kabar.kg	18.06.14	Türkiye Büyükelçisi Kırgızistan trafik polisi servisine 3 yeni nesil radar teslim etti.	Olumlu
61	Akipress.kg	16.06.14	Türk polisi Kırgız cumhuriyeti içişleri bakanlığına radar cihazı takımları teslim edecek.	Olumlu
62	Ca.news.org	16.06.14	Türk polisi Kırgız cumhuriyeti içişleri bakanlığına radar cihazı takımları teslim edecek.	Olumlu
63	Akipress.kg	16.06.14	Türk polis teşkilatı Kırgızistan milli güvenlik komitesi personeline toplumsal olaylara müdahale eğitimi verdi.	Olumlu
64	Ca.news.org	16.06.14	Türk polis teşkilatı Kırgızistan milli güvenlik komitesi personeline toplumsal olaylara müdahale eğitimi verdi.	Olumlu
65	Erkin Too	20.06.14	Türk polis teşkilatı uzmanları tarafından bizim koruma birimlerine kurs verdi.	Olumlu
66	Turmush.kg	11.08.14	Türk hükümeti Jeti Öğüz ilçesinde meydana gelen öğrenci cinayeti araştırmasına yardımcı olacak	Olumlu
67	Vb.kg	11.08.14	Kırgızistan trafik polisine Türk ve Çin meslektaşları yardım edecek.	Olumlu
68	Akipress.kg	19.08.14	Kırgızistan ve Türkiye ceza infaz sistemi meslektaşları ikili işbirliğini geliştirmek konusunda anlaştılar.	Olumlu
69	Akipress.kg	17.09.14	Kırgızistan hükümeti Türkiye ile askeri sağlık alanında işbirliğine dair protokolü onayladı.	Olumlu
70	Slovo Kırgızstana	23.09.14	Kırgızistan'a Türk askerlerinin indirilmesi bekleniyor!.	Olumlu
71	Akipress.kg	24.09.14	Türkiye milli savunma bakanı Bişkek'e gelecek.	Olumlu
72	Ca.news.org	24.09.14	Türkiye savunma bakanının Kırgızistan'a yapacağı resmi ziyaret sırasında askeri işbirliği ve askeri sağlık alanlarında anlaşmalar imzalanacak..	Olumlu
73	Ca.news.org	24.09.14	Savunma bakanı a. Kudayberdiyev: askeri işbirliği sırasında Türkiye hükümeti Kırgızistan'a 12 milyon dolar tahsis etti.	Olumlu
74	Vb.kg	24.09.14	Kırgızistan Cumhuriyeti ve Türkiye askeri mali iş	Olumlu

			birliğe dair anlaşmayı imzalayacaklar .	
75	Ca.news.org	26.09.14	Türkiye ve Kırgızistan savunma bakanları, askeri işbirliğine ve askeri sağlık alanında işbirliğine dair anlaşmaları imzaladılar.	Olumlu
76	Obşestvennyy reyting	26.09.14	Türkiye her sene Kırgızistan'a 1 milyon dolar tutarında hibe verecek.	Olumlu
77	Dengi i vlast	25.09.14	Türkiye Savunma Bakanı 1 milyon dolarla Kırgızistan'ı ziyaret etti.	Olumlu
78	Erkin Too	16.08.14	Kırgız askerleri Türkiye'de ücretsiz tedavi göreceklər	Olumlu
79	Zaman	26.09.14	Türkiye Milli Savunma Bakanı Kırgızistan'ı ziyaret etti .	Olumlu
80	Slovo Kırgızstana	30.09.14	Yüksek askeri düzeyde.	Olumlu
81	v konse nedeli	26.09.14	Gelişen ortaklık.	Olumlu
82	Kırgız Tuusu	26.09.14	İşbirliği geliyor.	Olumlu
83	V kontse nedeli	26.09.14	İşbirliğine destek...	Olumlu

Tablo 101'de görüldüğü üzere Kırgızistan medyasının haber ajanslarında, haber sitelerinde ve gazetelerinde güvenlik alanına ilişkin toplam 83 haber yer almıştır. Güvenlik alanına ilişkin Kırgızistan medyasında çıkan haberlerin hepsi olumlu olarak görülmektedir.

Bu durum Kırgızistan ve Türkiye arasında güvenlik alanında yapılan ilişkilerin ve faaliyetlerin iyi yönlü olduğu ve bu şekilde medyada yer alan haberlerin olumlu bir algı yarattığı şeklinde bir değerlendirmeye yol açmaktadır. Türkiye'nin Kırgızistan'a güvenlik alanında gerçekleştirdiği destekler ve iki ülke arasındaki ikili anlaşmalar Kırgız medyasında oldukça olumlu ele alınmış, dolayısıyla bu bağlamda yapılan haberlerin Kırgız kamuoyu üzerindeki yansımalarının da olumlu olmasını sağlayacağı tartışmasız gözükmektedir.

**Tablo 102.** Sağlık İçerikli Haberler

NO	HABER KANALI	TARİH	HABER BAŞLIĞI	OLUMLU/ OLUMSUZ
1	www.vb.kg	24.01.14	Bişkek'te 1 numaralı aile tıp merkezinde mamografi çalışmaları başladı.	Olumlu
2	Akipress.kg	03.03.14	Kırgızistan hükümeti Türkiye ile sağlık alanında anlaşmayı onayladı: her sene 25 Kırgız Türkiye'de tedavi olacak .	Olumlu
3	Knews.kg	03.03.14	Kırgızistan cumhurbaşkanının eşi kanser erken teşhis merkezinin açılışına katılacak	Olumlu
4	Vesti.kg	03.03.14	Yarın Türkiye devleti katkısıyla yapılan kanser erken teşhis merkezinin açılışı gerçekleşecek	Olumlu
5	For.kg	03.03.14	Kırgızistan cumhurbaşkanı eşi kanser erken teşhis merkezinin açılışına katılacak	Olumlu
6	Kabar.kg	05.03.14	Kırgızistan onkoloji hastanesinde kanser erken teşhis merkezi olacak.	Olumlu
7	Tazabek.kg	05.03.14	Türkiye'den milli onkoloji hastanesine gönderilen tıbbi malzemelerin teslim töreni yapıldı	Olumlu

8	turmush.kg	17.03.14	Oş belediye başkanı Kadirbayev TİKA Türk ajansı başkanı ile tıp alanında işbirliğinin sonuçlarını görüştü.	Olumlu
9	akipress.kg	19.03.14	Oş şehri 3. Aile tıp merkezi günde 300 kişiyi kabul ediyor .	Olumlu
10	Akipress.kg	27.03.14	Oş kardio tıp merkezinde Türkiye’den gelen profesörler ameliyat yapacaklar.	Olumlu
11	Vb.kg	18.04.14	Tedavi olamayan Kırgızlar Türkiye hastanelerine ulaşabilirler.	Olumlu
12	Knews.kg	27.04.14	Kulmatov: Bişkek’te 5.6 özel hastane kurulması planlanıyor.	Olumlu
13	Akipress.kg	13.05.14	Türkiye öğretmenleri Kırgız devlet tıp akademisi öğrencilerine eğitim verecek.	Olumlu
14	Vb.kg	02.06.14	Kırgızistan askerleri Türkiye’de tedavi görebilecek.	Olumlu
15	Akipress.kg	04.06.14	Bakan Saginbayeva: Bişkek’te Türkiye’nin desteği ile tanı merkezi kurulacak.	Olumlu
16	Akipress.kg	04.06.14	Atambayev: Türkiye yılda 100 Kırgız vatandaşının tedavisini ücretsiz sağlamayı kabul etti	Olumlu
17	Akipress.kg	04.06.14	Bakan Saginbayeva: Türkiye Kırgızistan’da sağlık haftası düzenleyecek.	Olumlu
18	Kabar.kg	04.06.14	Türkiye Bişkek’te sağlık haftası düzenleyecek.	Olumlu
19	Super info	06.06.14	Türkiye Bişkek’te tanı merkezi kuracak.	Olumlu
20	Akipress.kg	12.06.14	Kırgızistan ve Türkiye sağlık alanında işbirliği anlaşması imzaladı: yılda 100 Kırgızistanlı Türkiye’de tedavi görecektir.	Olumlu
21	Kırgız Tuusu	18.06.14	100 vatandaşımız Türkiye’de tedavi görecektir.	Olumlu
22	Kabar.kg	21.06.14	Türkiye hükümeti, Kırgızistan sağlık bakanlığına üç ambulans arabası teslim etti.	Olumlu
23	Akipress.kg	23.06.14	Türkiye hükümeti, Kırgızistan sağlık bakanlığına üç ambulans arabası teslim etti.	Olumlu
24	Vb.kg	20.06.14	Türkiye, Kırgızistan sağlık bakanlığına üç ambulans arabası teslim edecek.	Olumlu
25	Knews.kg	21.06.14	Bugün Türkiye, Kırgızistan Sağlık Bakanlığı’na üç ambulans arabası teslim edecek.	Olumlu
26	Erkin Too	24.06.14	Türkiye’den ambulans arabaları.	Olumlu
27	Akipress.kg	24.06.14	Sağlık bakanlığı Türkiye tarafından verilen ambulansın Bişkek acil yardım servisine tahsisinin başlangıçta planlanmadığını bildiriyor.	Olumlu
28	Alibi	24.06.14	Doktorlarımızı Türkiye’de eğiteceğiz.	Olumlu
29	Akipress.kg	15.08.14	Kırgızistan hükümeti Türkiye ile askeri sağlık alanında işbirliğine dair protokolü onayladı.	Olumlu
30	Azattyk.org	23.08.14	Oş: kadınlar arasında kanser hastalıkları çoğaldı.	Olumlu
31	Vb.kg	22.08.14	Oş onkoloji merkezine meme kanseri erken teşhis cihazları verildi.	Olumlu
32	Vb.kg	26.08.14	Sağlık bakanlığı Türkiye kontenjanları için hasta ölçütlerini hazırlayacak.	Olumlu
33	Akipress.kg	23.09.14	Kırgızistan hükümeti, Türkiye hükümeti ile sağlık ve tıp bilimleri alanında işbirliğine dair anlaşmayı onayladı –	Olumlu
34	Vb.kg	11.10.14	Türkiye doktorları Bişkek’te böbrek nakli alanındaki tecrübelerini paylaştı.	Olumlu
35	Akipress.kg	10.10.14	Sağlık bakanlığı, Türkiye’ye ücretsiz tedavi için Kırgızistanlıları göndermeye ilişkin anlaşma çerçevesindeki durumu yorumladı –	Olumlu
36	Vb.kg	02.12.14	Sağlık bakanlığının teklifi Türk holdinginin ilgisini çekti.	Olumlu
37	Vb.kg	05.12.14	Türkiye, Kırgızistanlıların Türkiye’de tedavi görmesine dair anlaşmanın onaylanma sürecini hızlandıracak.	Olumlu

38	Vb.kg	05.12.14	Türkiye, Kırgızistan'da sağlık haftası düzenlenmesine katkı sağlayacak.	Olumlu
39	Topnews.kg	05.12.14	Türkiye, Kırgızistan'da sağlık haftası düzenlenmesine katkı sağlayacak.	Olumlu
40	Akipress.kg	05.12.14	Türkiye hükümet temsilcileri Bakan T. Batıraliyev'e Kırgızistan sağlık sisteminde reformlar yapılması konusunda yardım etme sözü verdi.	Olumlu
41	Akipress.kg	05.12.14	Kırgızistan ve Türkiye sağlık bakanları Kırgızistanlı hastaların Türkiye'de tedavi görebilmesine dair anlaşmanın onaylanmasını hızlandırma konusunu ele aldılar.	Olumlu
42	Kabar.kg	05.12.14	Türkiye, Kırgızistanlı hastaları önümüzdeki sene başında kabul etmeye başlayacak.	Olumlu
43	Zaman Kırgızistan	09.12.14	Türkiyeli şirket, kalp kan damar merkezine yardım edecek.	Olumlu
44	Akipress.kg	12.12.14	Türkiye, TİKA hibe fonlarından Kırgızistan'da çok profilli hastane inşa edecek.	Olumlu
45	Vb.kg	19.02.14	Özel hizmetler Türkiye'den kaçak ilaç gelişini durdurdu .	Olumlu
46	Veçerniy Bişkek	28.03.14	Göğüs ağrısı uzak dursun.	Olumlu
47	Kutbilim	16.04.14	Manastan hediye.	Olumlu
48	Veçerniy Bişkek	10.06.14	32 diş.	Olumlu
49	Slovo Kırgızstana	12.06.14	Kaşıklarla icra edilen marş maziye karışıyor.	Olumlu
50	Obyektiv.del ovoy Kırgızistan	24.06.14	Cumhurbaşkanının kafasına kaşıklarla vurarak marş çalınamaz.	Olumlu
51	Alibi	10.07.14	Modern donanım çağdaşlarımız için.	Olumlu
52	Azattyk.kg	11.07.14	Son şansa hakk.	Olumlu
53	Akipress.kg	10.10.14	Bir uzman ile röportaj: Türkiye'nin nasıl en verimli ve şeffaf bir ilaç veri tabanı oluşturdu.	Olumlu
54	Mch	12.12.14	Önemli ziyaret .	Olumlu

Tablo 102'de görüldüğü üzere Kırgızistan medyasının haber ajanslarında, haber sitelerinde ve gazetelerinde sağlık alanına ilişkin toplam 54 haber yer almıştır. Sağlık alanına ilişkin Kırgızistan medyasında çıkan haberlerin hepsi olumlu olarak görülmektedir.

Bu durum Kırgızistan ve Türkiye arasında sağlık alanında yapılan faaliyetlerin ve yürütülmekte olan ilişkilerin iyi yönlü olduğu, dolayısıyla da Kırgız medyasında yer alan haberlerin olumlu bir algı yarattığı şeklinde bir değerlendirmeye ulaştırabilir. Tıpkı eğitim gibi sağlık alanında yapılan yatırımların da ülkenin geleceği ile ilgili en önemli faaliyetler arasında sayıldığı için, Türkiye adına yapılan bu alanlarla ilgili olumlu haberlerin Kırgız kamusunda uzun vadeli iyi izlenimler yaratacağı şeklinde güçlü varsayımlar yaratmaktadır.

**Tablo 103.** Diplomatik Alana İlişkin Haberler

NO	HABER KANALI	TARİH	HABER BAŞLIĞI	OLUMLU/ OLUMSUZ
1	Kg.akipress.org	22.01.14	Türkiye, İsviçre, Yeni Zelanda ve Bangladeş elçileri Kırgızistan cumhurbaşkanı Atambayev'e güven mektuplarını sundular.	Olumlu
2	www.knews.kg	22.01.14	Türkiye, İsviçre, Yeni Zelanda ve Bangladeş elçileri Kırgızistan cumhurbaşkanı Atambayev'e güven mektuplarını sundular.	Olumlu
3	De fakto	24.01.14	Kırgızistan Cumhurbaşkanı Atambayev yurt dışı devletler elçilerinin güven mektuplarını kabul etti.	Olumlu
4	Slovo Kırgızstana	24.01.14	Elçi günü.	Olumlu
5	Erkin Too	25.03.14	Kırgız Cumhuriyeti'ndeki Türkiye cumhuriyeti büyükelçisi Metin Kılıç: Kırgızistan doğal güzelliği eşsiz, insani değerleri ise çok yüksek bir ülkedir.	Olumlu
6	Delo n	23.04.14	İstanbul'da Kırgızistan genel konsolosluğunun yeni ofisi açıldı.	Olumlu
7	Knews.kg	25.04.14	Türkiye büyükelçiliği evsiz çocuklar için bayram organize edecek.	Olumlu
8	Akipress.kg	14.05.14	Acil durumlar bakanlığı Manisa'da meydana gelen kaza dolayısıyla Türkiye büyükelçisine başsağlığı diledi.	Olumlu
9	Vb.kg	26.05.14	Dışişleri bakanlığı Türkiye'ye girişin yeni kuralları hakkında hatırlatmada bulundu.	Olumlu
10	Akipress.kg	26.05.14	Dışişleri bakanlığı Türkiye'ye girişin yeni kuralları hakkında hatırlatmada bulundu.	Olumlu
11	Akipress.kg	13.06.14	Birleşmiş milletler nezdinde Kırgız cumhuriyeti daimi temsilcisi:Kırgızistan Irak'taki Türk başkonsolosluğuna saldırı olayını ve Türk diplomatların rehin alınmasını kınadı.	Olumlu
12	Akipress.kg	20.08.14	Kırgızistan'daki T.C. Büyükelçisi Metin Kılıç Oş ve Celalabad bölgelerini ziyaret edecek	Olumlu
13	Kabar.kg	23.08.14	Oş bölgesi tam yetkili hükümet temsilcisi vekili ile T.C. Büyükelçisi işbirliğini geliştirme konusunu görüştüler.	Olumlu
14	Komsomolskaya pravda	28.08.14	Türkiye'nin Kırgızistan büyükelçisi Metin Kılıç'ın bağımsızlık bayramı tebrik mesaj	Olumlu
15	Www.vb.kg	30.08.14	Türkiye zafer bayramı, Bişkek'te resepsiyonla kutlandı.	Olumlu
16	Akipress.kg	18.09.14	T. C. Başbakanlık TİKA Bişkek koordinatörü Hakan Ergün Kırgızistan'daki görevini tamamladı.	Olumlu
17	Ca.news.org	05.11.14	Türkiye Cumhurbaşkanı R. Erdoğan, Kırgızistan'ın Ankara büyükelçisi İ. Cunosov'un güven mektuplarını kabul etti.	Olumlu
18	Akipress.kg	05.11.14	Türkiye Cumhurbaşkanı R. Erdoğan, Kırgızistan'ın Ankara büyükelçisi İ. Cunosov'un güven mektuplarını kabul etti.	Olumlu
19	Vb.kg	05.11.14	Türkiye Cumhurbaşkanı R. Erdoğan, Kırgızistan'ın Ankara büyükelçisi İ. Cunosov'un güven mektuplarını kabul etti.	Olumlu

20	Akipress.kg	21.11.14	Kırgızistan ve Türkiye dış işleri bakanlıkları arasında Kırgız-Türk konsolosluk işleri istişare toplantılarının 5.si yapıldı.	Olumlu
21	Ca.news.org	21.11.14	Kırgızistan ve Türkiye dış işleri bakanlıkları arasında Kırgız-Türk konsolosluk işleri istişare toplantılarının 5.si yapıldı.	Olumlu
22	Kabar.kg	21.11.14	Kırgızistan ve Türkiye dış işleri bakanlıkları arasında Kırgız-Türk konsolosluk işleri istişare toplantılarının 5.si yapıldı .	Olumlu
23	Akipress.kg	12.12.14	Kırgızistan başkonsolosu ile İstanbul belediye başkanı, Bişkek ve Oş şehirlerine ilişkin farklı hizmetlerle ilgili İstanbul'da tecrübe alış verişi yapma konusunu ele aldılar	Olumlu
24	Delo n	22.10.14	Türkiye'ye gitmek isteyenler için.	Olumlu
25	Slovo Kırgızstana	20.12.14	Kırgızistan ve Türkiye'nin pozisyonları aynı	Olumlu
26	Msn	24.01.14	Sağlıklı bir yaklaşım.	Olumlu
27	Vb.kg	05.08.14	Türkiye askeri ataşesinin diplomatik misyonu sona erdi.	Olumlu
28	Ca.news.org	17.04.14	<i>Türkiye turist pasaportlarının geçerlik sürelerini arttırdı.</i>	Olumlu

Yukarıda tablo 103'de görüldüğü üzere, Kırgızistan medyasının haber ajanslarında, haber sitelerinde ve gazetelerinde diplomatik alana ilişkin toplam 28 haber yer almıştır.

Diplomatik alana ilişkin Kırgızistan medyasında çıkan haberlerin hepsi olumlu olarak görülmektedir. Dolayısıyla, Türkiye Cumhuriyeti'nin kamu kurumlarının Kırgızistan'da son derece anlamlı çalışmalar yürüttüğü anlaşılmaktadır. Türkiye'nin Kırgızistan Elçiliğinin bu anlamda Kırgızistan'daki faaliyetlerinin Kırgız medyası tarafından izlenmesi ve olumlu bir şekilde habere dönüştürülmüş olmasının önemi oldukça büyüktür. Bu anlamda, diplomatik alana ilişkin medyada yer alan haberlerin Türkiye adına olumlu bir algı yarattığı şeklinde bir değerlendirmeye gidilebilecektir.

**Tablo 104.** Turizm Alanına İlişkin Haberler

NO	HABER KANALI	TARİH	HABER BAŞLIĞI	OLUMLU/ OLUMSUZ
1	www.knews.kg	10.02.14	Kırgızistan turizmin geliştirilmesi alanında Türk deneyiminden yararlanacak	Olumlu
2	De fakto	14.02.14	Turizmin anayurdu Türkiye'ye seyahat.	Olumlu
3	Vb.kg	27.03.14	Turizm hizmeti gelirleri 149,7 milyon dolar arttı.	Olumlu
4	Kabar.kg	14.04.14	Türk keneşi üyesi ülkeler turizm bakanları işbirliği kararı imzaladı.	Olumlu
5	Kırgız Tuusu	15.04.15	Turizm alanında Türk birliği.	Olumlu
7	Kabar.kg	12.05.14	Kırgızistan turizm sektörünün temsilcileri Ankara'da uzmanlık eğitimi gördüler.	Olumlu
8	Vb.kg	16.05.14	Turizm sektörünün temsilcileri Ankara'da uzmanlık eğitimi gördüler.	Olumlu
9	Barakelde.org	05.06.14	K.C Cumhurbaşkanı Almazbek Atambayev Türk ülkelerinin tecrübe değişimi için her sene turizm	Olumlu



			fuurları dzenlemesini nderdi.	
10	Kırgız Tuusu	06.06.14	Almazbek Atambayev Türk dili konuşan ülkeler zirvesinde: Türk dnyasında turizmi geliştirmeye şartlar var.	Olumlu
11	Tazabek.kg	01.12.14	Bakan T. Sariyev 30. İslam işbirliği teşkilatı ekonomik ve ticari işbirliği daimi komitesi (isedak) toplantısı kapsamında gerçekleştirilen bakanlar çalışma oturumuna katıldı ve k. C. Turizm sektörünün potansiyelini anlattı.	Olumlu
12	Kabar.kg	01.12.14	Bakan T. Sariyev 30. İslam işbirliği teşkilatı ekonomik ve ticari işbirliği daimi komitesi (isedak) toplantısı kapsamında gerçekleştirilen bakanlar çalışma oturumuna katıldı ve K. C. Turizm sektörünün potansiyelini anlattı.	Olumlu
13	Taza col	12.12.14	Müslüman turizm merkezleri belirlendi.	Olumlu
14	Vb.kg	22.12.14	Türk iş adamlarına Kırgızistan'ın turizm potansiyelini anlattılar .	Olumlu
15	Argumentı i faktı	21.05.14	Türk gezisi.	Olumlu

Tablo 104'de grldği üzere, Kırgızistan medyasının haber ajanslarında, haber sitelerinde ve gazetelerinde Turizm alanına İlişkin toplam 15 haber yer almıştır.

Turizm alanına ilişkin Kırgızistan medyasında çıkan haberlerin hepsi olumlu olarak görülmektedir. Bu durum, Kırgızistan ve Türkiye arasında Turizm alanında yapılan ilişkilerin ve yürütülen faaliyetlerin olumlu sonuçlar yarattığı şeklinde yorumlanabilir. İki ülkenin de turizm önemli gelir kaynaklarından biridir, bu nedenle karşılıklı duyarlılıklar yaratma konusunda uygun bir alt yapı bulunmaktadır. Türkiye Kırgızistan'ın turizm gelirlerinin yükselmesi ve dnyada tanınır bir ülke olması adına etkili faaliyetler yürütmektedir. Dolayısıyla, bu faaliyetlerin ve işbirliklerin Kırgız medyasında yansımaları nın oldukça önemli olduğu görülmektedir. Böylelikle de Kırgızistan'da Türkiye markasına da anlamlı yatırımlarda bulunulduğu anlaşılmaktadır.

**Tablo 105.** Din Alanına İlişkin Haberler

NO	HABER KANALI	TARİH	HABER BAŞLIğI	OLUMLU/ OLUMSUZ
1	Erkin Too	21.02.14	Devlet ve din arasındaki ilişkiye dair dnyaya tecrübesi.	Olumlu
3	Akipress.kg	02.04.14	Kırgız uzmanlar Pakistan ve Türkiye'nin devlet – din ilişkileri tecrübesini öğrenecek.	Olumlu
4	Akipress.kg	18.04.14	Hazreti Muhammed'in 1443. Doğum yılı münasebetiyle başkent'in spor sarayında etkinlik dzenlendi.	Olumlu
5	Ca.news.org	18.04.14	Hazreti Muhammed'in 1443. Doğum yılı münasebetiyle başkent'in spor sarayında etkinlik dzenlendi.	Olumlu
6	Akipress.kg	06.06.14	Atamabayev: Türkiye dini alandaki durumun iyileştirilmesi için 10 milyon dolar tahsis etti.	Olumlu
7	Azattyk.org	06.06.14	Türkiye, dini konuları dzenlemeye yardım gösterecektir.	Olumlu
8	Akipress.kg	22.09.14	Kırgızistan din komisyonu başkanı ile Kırgızistan Müslümanlar dini idaresi başkanı resmi ziyaret	Olumlu

			çerçevesinde Türkiye’de bulundular .	
9	Asman press	25.09.14	Bişkek’te sultan Ahmed Camii’nin aynısı yapılıyor.	Olumlu
10	Kabar.kg	29.10.14	Aziret müftü Orhan Genç bey ile görüştü.	Olumlu
11	Tazabek.kg	03.12.14	Kırgızistan, İstanbul’da düzenlenen İstanbul İslam ticaret odası yönetim kurulu oturumuna katıldı –	Olumlu
12	Vb.kg	26.12.14	Türkiye Kırgızistan’a, İslam ülkeleri standartları ve metroloji Enstitüsü’ne (smıic) üye olmayı teklif etti.	Olumlu
13	Kırgız Tuusu	08.04.14	Sürekli verilen yardımlar, aynı atanın oğullarından....	Olumlu
14	Kırgız Tuusu	22.04.14	Aynı Türk atanın evlatları nihayet birbirine yakınlaşıyor.	Olumlu

Yukarıda tablo 105’de de görüldüğü üzere, Kırgızistan medyasının haber ajanslarında, haber sitelerinde ve gazetelerinde din alanına ilişkin toplam 14 haber yer almıştır.

İlgili tabloda din alanına ilişkin Kırgızistan medyasında çıkan haberlerin hepsi olumlu olarak görülmektedir. Bu durum, Kırgızistan ve Türkiye arasında din alanında yapılan ilişkilerin ve yürütülen faaliyetlerin olumlu bulunduğunu, Kırgız medyasının bu alandaki aktiviteleri olumlu şekilde haberleştirdiğini ifade etmektedir. Elbette bu şekilde de, Kırgız medyasının kendi kamuoyunda Türkiye adına olumlu izlenimler yarattığı söylenebilir.

**Tablo 106.** Kırgızistan Medyasında Türkiye Vatandaşlarına İlişkin Haberler

NO	HABER KANALI	TARİH	HABER BAŞLIĞI	OLUMLU/ OLUMSUZ
1	www.vb.kg	27.01.2014	Türkiye vatandaşı engelli dövdü ve sorumluluktan kaçmaya çalışıyor	Olumsuz
2	Bely parus	04.02.2014	Türk aksanlı Kırgız personelleri	Olumsuz
3	www.vb.kg	07.02.2014	İçişleri Genel Müdürlüğü: Kırgızistanlı bayanlar sık sık Türkiye ve birleşik Arap Emirlikleri’ne fuhuş için çağrılıyorlar	Olumsuz
4	www.vb.kg	12.02.2014	Dün gece Türkiye vatandaşının arabasının pahalı lastikleri çalındı.	Olumsuz
5	Veçerniy bişkek	14.02.14	Sevgililerin özel günü: Süleyman ve Elvira	Olumlu
6	Knews.kg	05.03.14	Bişkek Park: Dedikodu ve Gerçekler	Olumsuz
7	Canı agım	07.03.14	Beyler Hanımlara iyi bakmış olsalar onlar başka yere gitmez	Olumlu
8	Delo n	19.03.14	Boğaz kıyılarında memleketi nasıl sevmek gerekir?	Olumlu
9	Ayat	20.03.14	Kırgızları aptal gören Türkler veya Beta Stores’te dolandırıcılık	Olumsuz
10	Akipress.kg	25.04.14	Trafik kazasına karışan diplomatik plakalı aracın sürücüsü suçunu reddediyor.	Olumsuz
11	www.vb.kg	25.04.14	Trafik kazasına karışan diplomatik plakalı aracın sürücüsü suçunu reddediyor.	Olumsuz
12	Azattyk.kg	25.04.14	Trafik kazasına karışan diplomatik plakalı aracın sürücüsü suçunu reddediyor.	Olumsuz
13	Kloop.kg	25.04.14	Trafik kazasına karışan diplomatik plakalı aracın sürücüsü suçunu reddediyor.	Olumsuz

14	Akipress.kg	28.04.14	Kaza yapan Türk diplomatı etraftaki vatandaşlar tarafından saldırıya uğradı	Olumsuz
15	Veçerniy bişkek	04.06.14	Bulutların üzerinde öğle yemeği	Olumlu
16	Erkin too	19.09.14	Çalışkan Yiğit Vatanına Döndü	Olumlu
17	Vb.kg	10.11.14	Bişkek'te Bir Türkiye Vatandaşı 10 Aylık Çocuğu	Olumsuz
18	Vb.kg	11.11.14	Bişkek'te İki Kız, Türkiyeli "Damatlarına" Karşı Soygun Düzenlediler	Olumsuz
19	Veçerniy bişkek	14.11.14	Türk babası on aylık Samir'i "kaçırdı"	Olumsuz
20	Jashtar.kg	08.12.14	Bişkek'te Bir Türk Vatandaşı Tecavüz Şüphesiyle Tutuklandı	Olumsuz
21	Akipress.kg	08.12.14	Bişkek'te Bir Türk Vatandaşı Tecavüz Şüphesiyle Tutuklandı	Olumsuz
22	Vb.kg	08.12.14	Bişkek'te Bir Türk Vatandaşı Tecavüz Şüphesiyle Tutuklandı	Olumsuz
23	Akipress.kg	22.07.14	Çeşitli Suçlardan Şüpheli Olarak Aranan Bir Türk Vatandaşı Bişkek'te Interpol Görevlileri Tarafından Tutuklandı	Olumsuz
24	Vb.kg	30.10.14	Bişkekli Genç Kız Türkiye Vatandaşını Kendisine Tecavüz Girişiminde Bulunmakla Suçladı	Olumsuz
25	24.kg	29.12.14	Bişkek'te İki Türkiye Vatandaşı Hırsızlık Şüphesiyle Göz Altına Alındı	Olumsuz
26	Vb.kg	29.12.14	Bişkek'te İki Türkiye Vatandaşı Hırsızlık Şüphesiyle Göz Altına Alındı	Olumsuz

2014 yılı boyunca, tablo 106'da da görüldüğü üzere, Kırgızistan medyasının haber ajanslarında, haber sitelerinde ve gazetelerinde Türkiye vatandaşlarına ilişkin toplam 26 haber yer almıştır.

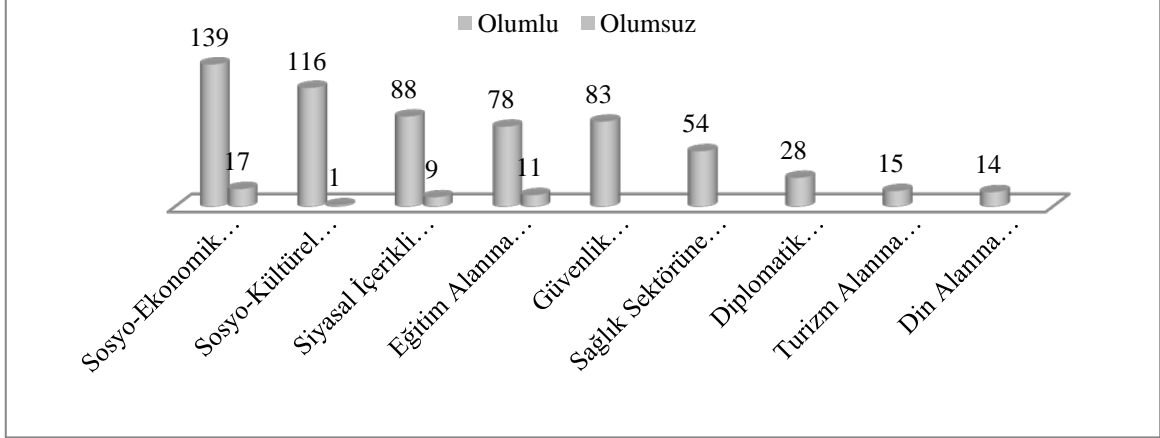
Türkiye vatandaşlarına ilişkin Kırgızistan medyasında çıkan haberlerin 5 tanesi olumlu, 21 tanesi olumsuz olarak görülmektedir. Bu içerikte haberlerin çok az sayıda olmasından ötürü, Kırgızistan'da genel bir olumsuz Türk algısına yol açabilecekleri düşünülemez. Daha çok yerel bazda, kişisel sorunlardan çıkan olumsuz nitelikte haberlerdir. Ancak, belirtildiği gibi, bir yıllık bir süre düşünüldüğünde hem sayıca çok az sayıda olması, hem de aynı yıl içerisinde oldukça çok fazla sayıda Türkiye üzerinde haber çıkmış olmasından ötürü de, söz konusu bu haberlerin etki oranının düşük olduğu var sayılabilmektedir.

### 4.3.1. Türkiye ve Kırgızistan İlişkileri Bağlamında Çıkan Haberlerin Genel Değerlendirmesi

**Tablo 107.** Türkiye-Kırgızistan İlişkileri Bağlamında Çıkan Haberlere İlişkin Sayısal Sonuçlar

Haber Kategorileri	Haber İçerikleri		Toplam
	Olumlu (lehte)	Olumsuz (alehte)	
Sosyo-Ekonomik İçerikli Haberler	139	17	156
Sosyo-Kültürel İçerikli Haberler	116	1	117
Siyasal İçerikli Haberler	88	9	97
Eğitim Alanına İlişkin Haberler	78	11	89
Güvenlik Alanına İlişkin Haberler	83	-	83
Sağlık Sektörüne İlişkin Haberler	54	-	54
Diplomatik Alana İlişkin Haberler	28	-	28
Turizm Alanına İlişkin Haberler	15	-	15
Din Alanına İlişkin Haberler	14	-	14
<b>Toplam</b>	<b>615</b>	<b>38</b>	<b>653</b>

**Grafik 66.** Türkiye-Kırgızistan İlişkileri Bağlamında Çıkan Haberlere İlişkin Sayısal Sonuçlar



Tablo 107’de ve Grafik 66’da tarih olarak 2014 yılını kapsayan bir yıllık sürede Türkiye – Kırgızistan ilişkileri bağlamında, Kırgızistan’ın haber ajanslarında, haber sitelerinde ve gazetelerinde, toplam haber sayısı yer almaktadır. Söz konusu haberler dokuz alt başlık altında aşağıdaki şekilde kategorize edilmiştir.

- Sosyo-Ekonomik İçerikli Haberler,
- Sosyo-Kültürel İçerikli Haberler,
- Siyasal İçerikli Haberler,
- Eğitim Alanına İlişkin Haberler,
- Güvenlik Alanına İlişkin Haberler
- Sağlık Sektörüne İlişkin Haberler,
- Diplomatik Alana İlişkin Haberler,
- Turizm Alanına İlişkin Haberler,
- Din Alanına İlişkin Haberler.

Bu kategorilerde Kırgızistan medyasında toplam 653 haber yer almaktadır. Medyada toplam 653 haberden 615'i olumlu, 38'i ise olumsuz olarak yansıtılmıştır. Grafikte görüldüğü üzere, *Sosyo-Ekonomik İçerikli Haberlere* ilişkin toplam 156 haberden sadece 17'si olumsuz haber olarak karşımıza çıkmaktadır. *Sosyo-Ekonomik İçerikli Haberlere* bakıldığında haberlerin büyük çoğunluğu Türkiye ve Kırgızistan arasında gerek Kırgızistan'da gerek ise Türkiye'de üst düzey kamu görevlilerinin ziyaretleri sırasında yapılan faaliyetler olarak görülmektedir.

Söz konusu bu ortak anlaşmaların, yürütülen faaliyetlerin daha çok yukarıda da ifade edildiği üzere, gerek iki ülke arasında yapılan üst düzey kamu görevlilerin ziyaretleri, gerek sempozyum, konferans, forum vb. etkinlikler aracılığıyla, gerek ise uzman eğitim seminerleri ile, Kırgızistan'ın sosyo-ekonomik alt yapısının gelişimine yönelik olduğunu görmekteyiz. Yukarıda *Sosyo-Ekonomik İçerikli Haber* kategorisine ilişkin haber başlıklarını içeren Tabloda görülen bir başka durum ise, Türk menşeli firmaların Kırgızistan'da yapmış oldukları ziyaretlerin ve araştırmaların büyük çoğunluğunun haberleştirilmiş olmasıdır. Dolayısıyla İlgili tabloda görüldüğü üzere Kırgızistan'da faaliyette bulunan Türk menşeli firmaların yapmış oldukları yatırım ve ticaret durumlarına ilişkin haberlerin Kırgızistan medyasında yer aldığını görmekteyiz.

*Sosyo-Ekonomik İçerikli* kategoride yer alan toplam 156 haber incelendiğinde, içeriklerine göre 17 olumsuz haber ile karşılaşmıştır. Söz konusu olumsuz haberlerin de daha çok Kırgızistan'da faaliyette bulunan Türk menşeli firmaların yaşadığı sorunlardan kaynaklandığı anlaşılmaktadır. Ancak genel olarak Kırgızistan medyasında 2014 yılında yer alan *Sosyo-Ekonomik İçerikli haberlerin* çoğunluğunun olumlu olduğu görülmektedir. Dolayısıyla, bu içerikteki haberlerle Türkiye adına olumlu adımlar atıldığı, anlamlı izlenimler yaratıldığı, gelecek yapılanması yapıldığı görülmektedir. Kırgız kamuoyunun bu şekilde oldukça olumlu bir şekilde etkide bırakıldığı sonucuna varılmaktadır, ki tüm bunların Türkiye'nin olumlu algı inşasına yönelik oldukça anlamlı katkılardır.

Bir başka kategori olan *Sosyo-Kültürel İçerikli Haberlere* ilişkin değerlendirmelere bakıldığında, toplam 117 haber ile karşılaşmaktadır. Bu haberlerin içeriklerine bakıldığında daha çok karşımıza Türkiye menşeli dizi/film üzerine yazılan haberler çıkmaktadır. Kırgızistan medyasında dizi/film üzerine en çok yazılan ise Muhteşem Yüzyıl dizisidir.

Söz konusu dizi üzerine çıkan haberlerin içerikleri incelendiğinde ise, dizinin Kırgızistan halkı tarafından çok benimsendiği anlaşılmaktadır. Aynı zamanda dizideki karakterler ile ilgili yorumlar da dikkati çekmektedir.

*Sosyo-Kültürel İçerikli Haberlere* ilişkin kategoride, karşılıklı olarak iki ülke arasında yapılan kültürel alandaki faaliyetler de oldukça göze çarpmaktadır. Sözelimi, Ankara şehrinde Kırgızistan'ın ünlü yazarı Cengiz AYTMATOV'un heykelinin açma töreni, ayrıca Ankara'da bir sokağa AYTMATOV adının verilmesi, Kırgızistan'ın ünlü ozanlarından Toktogul SATILGANOV adına Ankara'da bir etkinlik düzenlenmesi, TÜRKSOY kültür bakanları toplantısında 2014 yılının Toktogul SATILGANOV yılı olarak kutlanmasının teklif edilmesi, iki ülke arasında kardeş şehirler olması üzerine haberler dikkat çekicidir.

Bir başka göze çarpan faaliyet olarak, Kırgızistan'da gerek T.C Bışek Bükkelçiliği'nin gerek ise diğer özel sektörün sosyal yardımlarına ilişkin haberlerdir. Bu kategoride Kırgızistan medyasında 2014 yılında toplam 117 haberden sadece 1 haber olumsuz olarak karşımıza çıkmaktadır. Söz konusu olumsuz haberin içeriği incelendiğinde, haberi yazan kişinin İstanbul'da bulunduğu ve şehrin gündelik hayatı ve sorunları üzerine gözlemlerde bulunduğu anlaşılmaktadır. Haberin daha çok, İstanbul trafiğinde insanların agresifliğine dayandırıldığı görülmektedir.

Genel olarak bakıldığında, *Sosyo-Kültürel İçerikli Haberlerin* neredeyse tümüne yakınının olumlu olarak haber kanallarında yer aldığı görülmektedir. Dolayısıyla bu kategoride çıkan haberlerin büyük çoğunluğunun olumlu olması, Türkiye'nin Kırgızistan'daki ülke markasının güçlü bir şekilde inşaasına ve de süreklilik kazanmasına hizmet etmekte olduğu şeklinde okunabilir.

Kırgızistan medyasında 2014 yılında *Siyasal İçerikli Haberler* kategorisinde ise toplam 97 haberin yapıldığı görülmektedir. Haberlerin içeriğine bakıldığında iki ülkenin devlet yöneticilerinin karşılıklı ziyaretleri ve bu ziyaretlerdeki faaliyetleri üzerine haberler özellikle göze çarpmaktadır. Sözelimi, Kırgızistan Cumhurbaşkanı Almazbek ATAMBAYEV'in Türkiye Cumhuriyeti'nin 12. Cumhurbaşkanı olan Recep Tayyip ERDOĞAN'ı kazandığı seçimden dolayı ziyareti ve kutlaması, bunun yanı sıra Kırgızistan'ın devlet yöneticileri tarafından, Manisa'nın Soma ilçesinde meydana gelen

depremden dolayı taziyelerin dile getirilmesi vb. içeriklerde haberlerin yer aldığı görülmektedir.

*Siyasal İçerikli Haberlere* ilişkin toplam 97 haberden 9'u olumsuz olarak medyada yansıtılmıştır. Söz konusu bu olumsuz haberlerin içeriklerine bakıldığında, Kırgızistan Cumhurbaşkanı Almazbek ATAMBAYEV'in Türkiye'ye olan yakınlığı, T.C Cumhurbaşkanı Recep Tayyip ERDOĞAN ile ilişkisi eleştirilmekte ve Kırgızistan'ın Türkiye ile Rusya arasında siyaseten yaratılan ikilemleri üzerine haberler dikkat çekmektedir.

Kırgızistan medyasında 2014 yılında *Siyasal İçerikli Haberler* kategorisinde yer alan toplam 97 haberden 88 haberin olumlu içeriklere sahip olması oldukça önem taşımaktadır. Bir yıl gibi bir süre dikkate alındığında yoğunluklu bir şekilde Türkiye lehinde haberlerin yapılıyor olması güçlü bir ülke kimliği yaratımında Kırgız medyasının en önemli rolü oynadığının da göstergesi olmaktadır. Dolayısıyla, çok daha tartışmalı, ya da uzlaşının çok daha zor sağlanabildiği siyasetal konularda dahi Türkiye ile ilgili Kırgız medyasında çıkan haberlerin büyük çoğunluğunun olumlu içerikte yapılandırılmış olması Türkiye'nin ülke imajı adına büyük bir gelişmedir. Türkiye'nin 2014 yılı iç siyasetinde yaşanan sorunlarına karşın, yabancı bir kamu olarak nitelediğimiz Kırgızistan halkına Türkiye ilgili daha çok olumlu haberler yapan Kırgız medyasının, Türkiye'nin Kırgızistan'a yatırımlarını yakından takip ettiği, dolayısıyla kamu diplomasisine ilişkin faaliyetlerinden haberdar olduğu izlenimini ortaya çıkarmaktadır.

*Eğitim Alanına İlişkin Haberler* kategorisine bakıldığında da toplam 89 haber ile karşılaşmaktadır. Bu kategoride yer alan toplam 78 olumlu haberlerin içeriklerine bakıldığında ise, daha çok Kırgızistan vatandaşı öğrencilerin eğitim için Türkiye'ye gitmesi, aynı zamanda Kırgızistan'ın yargı, gümrük, ekonomi, çevre ve orman bakanlığı alanlarında çalışan kamu görevlilerinin Türkiye'ye uzman eğitimi için gittikleri üzerine yoğunlaşmış oldukları görülmektedir. Ayrıca, bu kategoride olumlu çıkan haber içeriklerinde Türkiye Cumhuriyetine bağlı Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi'nin faaliyetlerine ve değişen yönetmeliklerine de geniş yer verildiği görülmektedir.

2014 yılında Kırgızistan medyasında *Eğitim Alanına İlişkin Haberler* kategorisinde yer alan toplam 89 haberden 11 olumsuz içerikte yer alan haberlere

bakıldığında, Kırgızistan'da faaliyette bulunan özel/vakıf eğitim kurumları ile Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi üzerine olduğu görülmektedir. Ancak, eğitim alanında çıkan haberlerin birçoğunun olumlu olarak medyada yer alması eğitim alanında yapılan ikili ilişkilerin daha çok iyi yönlü olduğu izlenimini yaratmaktadır. Bu nedenle, medyada yer alan haberlerin Türkiye adına olumlu bir algı yarattığı şeklinde bir değerlendirmesi yapılabilir.

*Güvenlik Alanına İlişkin* kategoriye bakıldığında ise toplam 83 haberin medyada yer aldığı gözlemlenmektedir. Söz konusu haberlerin içeriğine incelendiğinde, daha çok öne çıkan gerek Kırgızistan'ın askeri alanında gerek emniyet teşkilatında çalışanlarına verilen uzman eğitimlerle ilgili, Türkiye'den üst düzey askeri yetkililerin ve T.C Milli Savunma Bakanı'nın ziyaretleriyle ilgili haberler göze çarpmaktadır. Yukarıda güvenlik alanı ile ilgili tabloda yer alan haberlerin tümünün olumlu içerikte olduğu görülmektedir. Türkiye adına ilgili uzman eğitimlerine yönelik faaliyetlerini düzenleyen TİKA başta olmak üzere, Milli Savunma Bakanlığı gibi diğer kamu kurumlarının da Kırgızistan'ın güvenliğine ilişkin yaptıkları destek faaliyetlerinin, bu anlamda ikili işbirliklerinin Kırgız medyasındaki yansımalarının çok olumlu olduğu sonucuna varılmaktadır. Dolayısıyla, Türkiye'nin Kırgızistan'a yönelik yürüttüğü kamu diplomasisinin yansımalarının yer bulduğu, Kırgız toplumunda Türkiye ile ilgili olumlu algı yaratmaya hizmet ettiği anlaşılmaktadır.

*Sağlık Sektörüne* ilişkin kategoride ise toplam 54 haber medyada yer almaktadır. 2014 yılında Kırgızistan Medyasının haber ajanslarında, haber sitelerinde ve gazetelerinde *Sağlık Sektörüne* ilişkin çıkan haberlerin içeriğine bakıldığında, öncelikli olarak Türkiye'nin Kırgızistan'ın sağlık sektörü alt yapısı için yapmış olduğu yardımlar göze çarpmaktadır. Yine aynı şekilde Türkiye'nin Kırgızistan'a yapacak olduğu sağlık sektörü ile ilgili projeler, sempozyum ve formlar ile ilgili de haber yapıldığı görülmektedir. Bunların dışında da, Kırgızistan vatandaşlarının Türkiye'de tedavi olmaları ile ilgili haberlerin medyada çok sık yer aldığı görülmektedir. Bu kategoride Kırgızistan medyasında çıkan haberlerin de tamamının olumlu içerikte olduğu anlaşılmaktadır. Sağlık alanı ile ilgili Türkiye'nin TİKA aracılığıyla sağladığı olanakların medyada yer bulması ve bu şekilde Kırgız kamuoyuna olumlu bir izlenimin sunulması, kamu diplomasisinin bir sonucu olarak okunmalıdır.



*Diplomatik Alana* ilişkin ise 2014 yılında toplam 28 olumlu haber medyada yer almıştır. Söz konusu alana ilişkin haberlerin içeriği incelendiğinde, her iki ülke elçilikleri ile bulunulan ülkede yapılan etkinlikler göze çarpmaktadır. Örneğin, her iki ülke Dışişleri Bakanlıkları arasında yapılan istişare toplantıları, T.C Bişkek Büyükelçisi'nin Kırgızistan Cumhurbaşkanı Almazbek ATAMBAYEV'e güven mektuplarını sunması, T.C Bişkek Büyükelçiliği'nin Türkiye'ye gidecek olan turistlere yönelik bilgilendirmeleri vb. duyuruları gibi oldukça olumlu haberler karşımıza çıkmaktadır.

Diplomatik haberlerin klasifiye edildiği tabloda da görüldüğü üzere, Kırgızistan medyasının haber ajanslarında, haber sitelerinde ve gazetelerinde *Diplomatik Alana* ilişkin toplam 28 haber yer almıştır. *Diplomatik Alana* ilişkin Kırgızistan medyasında çıkan haberlerin hepsi olumlu olarak görülmektedir. Dolayısıyla, Türkiye adına Kırgızistan'da faaliyette bulunan kamu kurumlarının çalışmalarının olumlu algılanıyor olması, Türkiye markası adına oldukça önem taşımaktadır.

*Turizm Alanına* ilişkin haberlerin toplam sayısı ise 15'dir ve olumlu içerikler taşımaktadır. Söz konusu bu olumlu haberlerin içeriğine bakıldığında, daha çok Türkiye'nin turizm deneyimleri, Kırgızistan turizmi için yapılan destek çalışmaları, TİKA tarafından verilen turizm alanı ile ilgili uzman eğitimleri vb. içeriklerle karşılaşmıştır. İlgili tabloda da görüldüğü üzere, bu kategorideki haberlerin tümünün olumlu içerikte olması Kırgızistan ve Türkiye arasında turizm alanında yapılan ilişkilerin ve faaliyetlerin iyi yönlü olduğu ve bu şekilde medyada yer alan haberlerin olumlu bir algı yarattığı şeklinde bir değerlendirmeye gidilebilir.

Kırgızistan medyasında *Din Alanına* ilişkin haberlerin toplam sayısı ise 14'dür ve bu haberlerin içeriğinin de olumlu olduğu görülmektedir. Medyada yer alan haberlerin içerikleri incelendiğinde, iki ülke arasında dini hizmetler alanındaki görüşmeler, Bişkek'te Türkiye tarafından yaptırılan camii ve T.C Bişkek Büyükelçiliği/Din Müşavirliği tarafından her yıl düzenlenen Hz. Muhammed'in doğum yılı nedeniyle düzenlenen etkinlik vb. içerikler göze çarpmaktadır. İlgili tabloda görüldüğü üzere, Kırgızistan medyasının haber ajanslarında, haber sitelerinde ve gazetelerinde din alanına ilişkin yer alan toplam 14 haber, Kırgızistan ve Türkiye arasında din alanındaki ilişkilerin ve yürütülen faaliyetlerin iyi yönlü algılandığı ve bu şekilde de Kırgız kamuoyuna Türkiye adına olumlu izlenimler aktarıldığı şeklinde bir değerlendirme yapılabilir.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

İkinci Dünya Savaşı sonrası kurulan iki kutuplu dünya sisteminin 1990 yıllarının başında Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği'nin dağılmasıyla radikal bir değişime uğraması sonrasında 'Yeni Dünya Sistemi' algısı ortaya çıkmıştır. Zbigniew Brzezinski *Büyük Satranç Tahtası*'nda dünya sistemindeki yeni oyun kuramından söz eder. Artık dünya, iki kutuplu düzenden tek kutuplu döneme evrilmektedir. Ancak bu yapının rasyonelitesini bugün 'çokkutuplu' olarak tanımla eğilimi ile de karşılaşılmaktadır. Bu yaklaşımı ise elbette küreselleşmenin bir boyutu olarak görmek gerekir.

Küreselleşme ile birlikte, uluslararası sistemde ve iç politikada yaşananları belirleyen aktörler, pazar hareketleri, çok uluslu şirketler ve devlet dışı aktörler olsa da, yine de uluslararası sistemin yapısını belirleyen temel aktör büyük güçlerdir.

Samuel Huntington'a göre de, küresel politika artık çok kutuplu ve çok medeniyetli bir duruma evrilmiştir. Bugün küresel sistemin ana konusu medeniyetler arasındaki farklılıklardır. Gerçekten de 1990'ların başında SSCB'nin dağılması ile dünya güç dengelerinde ciddi değişiklikler olmuş, İkinci Dünya Savaşı sonrası bölünen Almanya'nın birleşmesi, Sovyet ekseninden çıkan Balkan ve Doğu Avrupa ülkelerinin Batı yörüngesine girişi, dolayısıyla Varşova Paketi'nin dağılışı, NATO'nun yeni işlevi bu yeni düzenin belli başlı değişim odaklarına dönüşmüştür.

Özellikle 11 Eylül sonrasında ABD önderliğindeki uluslararası yapının tek kutuplu olmadığını AB, RF, Çin, Hindistan ve Japonya gibi ülkelerin küresel lider olma potansiyeli göstermektedir denilebilir. Bununla birlikte, bugün uluslararası şirketlerin dünyada yatırım, finans ve ticaret akımını bir şekilde düzenleyen ekonomik ilişkiler sistemini oluşturduğu bir döneme girildiği görülmektedir. Bu durum, devletlerarası düzeyde gerçekleşen entegrasyon süreçlerini hızlandırarak, farklı merkezlerin artmasına yol açmakta ve çok kutupluluğa da hizmet etmektedir.

Dolayısıyla, küreselleşen dünyada fordist üretimden esnek üretime, sanayi toplumundan bilgi toplumuna evrilen bir dönüşüm söz konusu olmaktadır. Bu çok yönlü dönüşüm süreci yönetim olgusunu da doğrudan etkilemektedir. Küresel yapıda özellikle 1990'lardan bu yana yaşanmakta olan bu hızlı değişim sürecinin sonucunda 'Yönetişim' yaklaşımının ağırlığını daha fazla hissettirmeye başladığı görülmektedir. Öyle ki, toplumdaki ekonomik, siyasal ve toplumsal aktörlerin etkileşiminden doğan bir

yönlendirme ve denetleme kalıbı olarak kabul gören yönetim, bugün artık devletlerarası entegrasyon sürecinin temel faktörüdür. Elbette, söz konusu yönetim modeli, uluslararası yapıda *neo-liberal* ekonomik politikaların hız kazanmasına da hizmet etmektedir. Dünya ekonomisinde çok uluslu şirketlerin artan etkisinin bu gelişmede hiç şüphesiz büyük payı bulunmaktadır. Ancak aynı zamanda, üretim metotlarındaki değişim, uluslararası ticaretin giderek genişlemesi, bilgi ve iletişim sistemlerindeki ilerleme, sermaye ve finans pazarlarının yeniden düzenlenmesi gibi faktörlerin de, söz konusu kavramın yaygınlaşmasında belirleyici bir etkide bulunduğu belirtilmektedir.

Hükümet dışı aktörleri de içeren esnek bir yapılanmayı hedefleyen yönetim, bu şekilde ortaya çıkan yönlendirme gücü sayesinde, küresel sistemde demokratiklik, açıklık, hesap verme, çoğulculuk, kararın ilgililere en yakın yerde verilmesi gibi ilkelere de işaret etmektedir. Bu durum da merkezi bir yönetimin yerine çok aktörlü yönetim sisteminin yaygınlık kazanmakta olduğuna işaret etmektedir. Ayrıca da, modernist planlama anlayışının yerini daha özgürleştirici bir planlama anlayışının almakta olduğunun göstergesi olmaktadır.

Marshall McLuhan'ın *Komünikasyonda Patlamalar* (1960) adlı kitabındaki 'global köy' teriminin kullanılmasıyla literatüre giren küreselleşme, bu yeni dünya düzenini tartışmasız en iyi anlatan kavram olma niteliğini taşımaktadır. Ve içinde değerlerin, düşüncelerin ve bilginin ayrıştığı, farklılaştığı, öznelleştiği ve de standartlaştığı bir dünyayı çağrıştıran, bütünleşen ama aynı zamanda parçalanan, evrensel yerelliğin birbirine geçtiği ve karıştığı bir dünya imgesini ifade etmektedir.

Aslında 16. Yüzyıldan itibaren kapitalizmin güçlenmesi ile bir anlamda küresel imparatorlukların yoğunluk kazanması küreselleşmeye zemin hazırlamıştır. Kavram bugün de, Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD), Uluslararası Para Fonu (IMF) gibi uluslararası kuruluşların çalışmaları ile etki alanını genişletmektedir. Bu bağlamda, çok uluslu şirketler gibi güçlü ve yeni aktörlerin siyasal sahneye girmesi, bilgisayar teknolojisinin iletişim ve enformasyon alanında hızlı yayılışı ve birçok ülkede yeniden düzenleme politikalarının benimsenmesi gibi unsurların da etkisiyle yaygınlaşma sürecini hızlandırmaktadır. Bu nedenle, günümüz küresel toplumu devlet egemenliğini sınırlayıcı demokratik bir siyasal kurumsal yapıyı ve karar alma süreçlerine etkisi ve katkısı olacak küresel sivil toplumsal örgütlenmeyi de bünyesinde taşımaktadır.

Söz konusu bu gelişmeler ve değişimler karşısında merkezinde kamuların yer aldığı bu yeni dönemin özelliklerinin '*kamu diplomasisi*' kavramı altında gelişim

göstermeye başladığı belirtilmektedir. Bu dönemde başta büyük güçler olmak üzere birçok devlet uluslararası amaçlarına ulaşmak için dış kamuların desteğini kazanma adına, kamu diplomasisine yönelmektedir.

B. Signitzer (2008)'in ifade ettiği gibi, küresel iletişim ağlarının demokratik kurumlar ile market amaçlı ekonomiyi birleştirmesi, ulusal ve uluslararası politikanın birbirine yakınlaşması, dış politikaya katılımın artması, politikanın medyalaşması gibi nedenler uluslararası ilişkilerin sınırlarını ulusal hükümetlerin ötesine taşımaktadır. Ve modern diplomasi anlayışını ve pratiğini de önemli ölçüde değiştirmeye devam etmektedir. Liberal demokrasi değerlerinin dünyaya yayılma politikası, düşünce özgürlüğü, ifade özgürlüğü, basın özgürlüğü gibi kavramlar kamu ve onların görüşünü oluşturan kamuoyu politikalarını da önemli ölçüde geliştirmekte, kamu diplomasi faaliyetlerinin bu kamularla iletişim kurulması, izlenen politikalara destek ve meşruiyet sağlanması gibi amaçlarla birlikte anılmasına yol açmaktadır.

'*Kamu diplomasisi / public diplomacy*' ancak 1972 yılında literatüre geçebilmiştir. Kavram uzun yıllar açık diplomasi terimi ile karşılanmıştır. Bugün artık, salt hükümetler değil hükümet dışı kurumlar, örgütler, STK'lar, vatandaşlar vb. aktörleri kapsayan geniş bir iletişimsel etkileşim alanını ifade etmektedir. C. M. Armstrong (2009)'a göre de, çağdaş anlamda kamu diplomasisi akıl ve irade için mücadele etmekten, akli ve kalpleri kazanmaya, bireyleri ve grupları anlamaya, etkilemeye dönük '*ince güç*'e dayanan bir konsepte evrilmiştir. J. S. Nye (2005) da, enformasyon çağının sonucu olarak teknolojinin hayatın her alanına girmesi ve toplumsal ilişkileri yeniden tanımlamasıyla, gücün de farklı bir boyuta girdiğini savunmaktadır. Ve bu görüşlerini daha sonra *Soft Power: The Means to Success in World Politics (İnce Güç: Dünya Siyasetinde Başarının Yolu)* adlı yapıtında genişletmiştir. N. Snow (2009)'a göre de, kamu diplomasisinin kaçınılmaz olarak güçle ilişkili olduğunu vurgulamak gerekmektedir. Elbette burada kamu diplomasisi için söz konusu olan ince güç temel olarak kültür, değerler, ideoloji gibi soyut ve dolaylı etki yaratan unsurlara dayandırılmaktadır.

Bu bağlamda, kamu diplomasisi demokratik politikaların esası olarak görülen ince gücün en önemli araçlarından biri olarak kabul edilmektedir. Öyle ki, bugün artık dış kamuların gündemini belirleyebilme yeteneği olarak da ifade edilen ince güç, hükümetlerin kontrol ettiği alanın daha da ötesine uzanabilmektedir. Güç kavramının askeri ve ekonomik tarafının yanı sıra ince güç unsurlarını da barındırdığını ifade eden Nye, bu ikisinin birleştirilmesiyle '*akıllı güç*' (smart power) denilen yeni bir güç

kategorisine geçilebileceğini de belirtmektedir. Bu perspektifte, kültürel, eğitimsel, ekonomik ve sosyal, teknolojik, askeri, dini ve uluslararası örgütler olarak kamu diplomasisinin uygulanmasında kullanılan araçların daha fazla önem taşınması gerektiği üzerinde durulmaktadır. G. Szondi (2009) de, günümüzde kamu diplomasisi pratiklerinin davranış değişikliğinden algılar boyutuna, monologtan diyaloga, iknadan ilişki yönetimine, kamuları yönetmekten, işbirliği konseptine doğru değişmesi gerektiğine vurgu yapmakta, böylelikle iletişim yönetimi olgusunu öne çıkarmaktadır.

Genel anlamda kamu diplomasisi ‘insanlarla ilişki’ olarak kabul görmekte, dünyadaki bütün aktörlerin ortak yaşam ve birbirlerine bağımlılığı sonucu ortaya çıkan bir olgu olarak görülmektedir. Öyle ki, son yarım yüzyılda yaşanan değişimler birbirine sosyal ve kültürel alanlarda entegre olmuş bir dünya toplumunu ve ekonomisini oluşturmuştur. B. Signitzer (2008)’e göre, bu yeni yapılanmada temel varsayım demokratik dünyada insanların seçilmiş hükümetleri, kurumları ve yetkilileri etkileme güçlerinin olduğudur. Bu anlamda, R. Zaharna (2009) da kamu diplomasisinin politik bir konu olduğu kadar aynı zamanda bir iletişim olgusu olduğunu belirtmektedir. Tüm bu değişimler aslında kamu diplomasisinin iki yüzünü belirginleştirmeye hizmet etmektedir. Biri, ‘*siyasal enformasyon*’, diğeri de ‘*kültürel iletişim*’dir. Buradaki kültürel ilişkilerde temel amaç da, ulusal toplumlar arasındaki karşılıklı yarar çerçevesinde anlayış ve işbirliği oluşturmaktır.

Kamu diplomasisinin bu şekilde iletişimle olan yakın ilişkisi, uluslararası iletişim bağlamında pek çok alt okumalar yaratmış durumdadır. Bu çerçevede de kamu diplomasisinin kültürel diplomasi, kültürel ilişkiler, ince güç, siyasal iletişim, algı yönetimi, propaganda, kültürlerarası diyalog, kültürel diyalog, medeniyetler diyalogu, kriz yönetimi, medya yönetimi, medya ilişkileri, halkla ilişkiler, kamusal ilişkiler, stratejik iletişim, küresel iletişim, stratejik etki, psikolojik hareket, bilgi işlemleri, medya operasyonları vb. kavramlarla birlikte kullanılmakta olduğu görülmektedir.

Bu bağlamda da, çoklu iletişim kanalları ve yöntemleri aracılığıyla hükümet destekli ve kamu-özel kurumların işbirlikleriyle yürütülen ülke markalama kampanyalarının önemli ölçüde artış gösterdiği belirtilmektedir. Konsept olarak da ‘*ülke markalaması*’, marka oluşturma ve pazarlama iletişimi tekniklerinin ulusların imajlarının artırılması için kullanılması bağlamında ortaya çıkmıştır. Szondi (2008), ülke markasının yer markalaması ile benzerlikler göstermekle birlikte en üst düzey amaç olarak kabul etmektedir. Ulusların imajlarının artırılması amacıyla kullanılan ‘*Ulus*

*markalaması*' (nation branding) Simon Anholt tarafından ilk olarak 1996 yılında kullanılmıştır. Bugün ülke markalaması kamu diplomasisinin ve ince gücün oldukça önemli bir parçasına dönüşmüştür. Dolayısıyla da artık, klasik diplomasinin sorunlarla uğraşan yapısının aksine, ülke markalaması ve dolayımında kamu diplomasisi değerlere ve kültüre odaklanarak kişisel ve kurumlar için yabancı kamularla ilişki ve diyalog sağlamada anahtar konuma yükselmiş durumdadır.

Bu perspektifler ışığında, Türkiye'nin de Yakın Doğu, Balkanlar, Kafkasya ve Orta Asya'da '*akıllı gücü*' uygulayabilecek çok iyi bir pozisyona sahip olduğu ileri sürülebilir. Tarihi ve coğrafi bölgeyle sınırlı olmayan aynı zamanda modern Batı toplumlarıyla da yaklaşık 200 yıllık bir ilişkisi bulunan Türkiye, tarihsel devlet deneyimleriyle birlikte modernleşme anlamında yürüttüğü reformlarla dünya kamuoyları üzerinde etki potansiyeli yüksek bir ülke konumundadır. Son dönemlerde de Türk dış politikasının önemli bir parçası haline gelen kamu diplomasisi kavramının ve uygulamalarının önemi konusunda ilgili kesimlerin yeterli farkındalık düzeyine sahipliliği tartışılmaktadır. Bu önemi en iyi ortaya koyan 2010 yılında Başbakanlık bünyesinde kurulan *Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü* olmuştur. Ondan önce de, 1990'lardan itibaren özellikle Balkanlarda ve Sovyet interlandında tarih birliğinden hareketle Türk imajını güçlendirmek amacıyla karşılıklı işbirlikleri içerisinde faaliyetler yürüten *Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı (TİKA)* gelmektedir. Tüm çerçeveyi belirtmek gerekirse, Türkiye'nin kamu diplomasisi faaliyetlerini yürüten kamu kuruluşları Cumhurbaşkanlığı, Başbakanlık ve Dışişleri Bakanlığı'ndan başlayarak Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT), Kültür ve Turizm Bakanlığı, Milli Eğitim Bakanlığı, Avrupa Birliği Genel Sekreterliği (ABGS), Yurtdışı Türkler ve Akraba Toplulukları Başkanlığı, Türk İşbirliği ve Kalkınma İdaresi Başkanlığı (TİKA), Basın Yayın ve Enformasyon Müdürlüğü, Anadolu Ajansı, Başbakanlık Tanıtım Fonu ve benzer faaliyetler yürüten diğer kuruluşlar olarak sıralanabilir. Elbette de günümüzde kamu diplomasisinin önemli aktörleri haline gelen sivil toplum örgütleri, yardım kuruluşları, özel eğitim kuruluşları, özel sektör temsilcileri, kültür sanat örgütleri vb. de belirtilmelidir.

Ancak, politik, ekonomik, hukuksal, medya sistemleri ve eylemsellik düzeyi Türkiye'nin kamu diplomasisi politikalarını ve sonuçlarını oldukça etkilemektedir. Türkiye'deki iç politik ve ideolojik çekişmelerin de etkili kamu diplomasisinin önündeki engellerden biri olduğu unutulmamalıdır. Komşularla sıfır sorun temelli

yaklaşım ve diplomasi anlayışının ortaya çıkan sorunları çözmekte bazen yetersiz kaldığı ve Türkiye'nin diplomasi söylemini etkilediği görülmektedir. Ayrıca, Türkiye'de kamu diplomasisinin olgu olarak yeni kurumsallaşıyor olması, bu bağlamda kurumsal yapı ve kaynak kapasitesi olarak henüz yeterli bir altyapıya ulaşılamamış olması da sorunların kaynağında yer alan unsurlar olarak vurgulanmalıdır. Dolayısıyla, bu yapısal yetersizlikler kamu diplomasisinde stratejik planlanmaya ve örgütlenmeye yönelik sınırlılıklar getirmekte, çalışmaların daha çok uygulamalarla kısıntılı tutulmasına yol açmaktadır.

Türkiye gibi jeopolitik konumu gereği sık sık uluslararası sorunlarla karşılaşan bir devletin dünya kamuoyuna ve çeşitli devletlerin tepkilerine karşı daha dikkatli ve duyarlı olması gerektiği açıktır. İşte bu tez çalışmasında da, Türkiye'nin kamu diplomasisi perspektifinde daha anlamlı derinlik kazanabilmesine hizmet edebilmek adına empirik bir altyapı sağlayabilmek öngörüsüyle hareket edilmiştir. Bu açıdan da, Orta Asya genelinden Kırgızistan özelinden Türkiye'nin uluslararası stratejik iletişimi çerçevesinde edindiği imajını ortaya çıkarmak adına niceliksel ve niteliksel araştırmalar gerçekleştirilmiştir.

Özetle tezin amacı, Kırgızistan'da kalkınma destekleri perspektifinde yürütülen kamu diplomasisi faaliyet düzeyi ile Kırgızistan'da Türkiye algısı arasında korelatif bir inceleme gerçekleştirmektir.

Türkiye, 16 Aralık 1991 tarihinde Kırgız Cumhuriyeti'nin bağımsızlığını tanıyan ilk ülke olmuştur. İki ülke arasında 29 Ocak 1992 tarihinden itibaren diplomatik ilişkiler kurulmaya başlanmış, 1992 yılı içerisinde de karşılıklı olarak Bıшкеk ve Ankara'da Büyükelçilikler açılmıştır. Dışişleri Bakanlığı verilerine göre Türkiye ile Kırgız Cumhuriyeti arasında bugüne kadar eğitim, kültür, ticaret ve ekonomik işbirliği, ulaştırma, iletişim, askeri ve diğer alanlarda 100'ü aşkın anlaşma ve işbirliği belgesi imzalanmıştır. Son olarak 2011 yılında imzalanan *Yüksek Düzeyli Stratejik İşbirliği Konseyi Kurulmasına İlişkin Ortak Açıklama*, bugünkü stratejik ortaklığın temel belgesi niteliğini taşımaktadır.

Ayrıca, uluslararası toplum tarafından "*Asya'daki demokrasi adası*" olarak nitelenen Kırgızistan'da parlamenter demokratik hayatın kurumsallaşması da uluslararası konjonktürde önemli bir gelişme olarak kaydedilmiştir. Türkiye için de bu gelişme Kırgızistan'ın kalkınması ve demokratikleşmesi adına desteklerini artırarak devam ettirmesi anlamında önemli bir gösterge olarak kabul edilmiştir. Dolayısıyla, tez

çalışmasında Kırgızistan'ın örneklem olarak seçilmesinin başlıca nedenini, 1991 sonrası Türkiye'nin Kırgızistan ile yüksek düzeydeki stratejik ortaklığı oluşturmuştur.

Tez çalışması ele alınan konuyu bu çerçevede dört ayrı bölümde incelemiştir. Uluslararası stratejik yönetim aracı olarak kamu diplomasisi bir ülkenin bir başka ülke toplumuna yönelik yürüttüğü bir algı çalışması, iletişimsel bir eylem niteliği taşıdığı için ilk bölümde stratejik iletişim yönetimi yaklaşımlarına, uluslararası halkla ilişkiler ve temel ilkelerine yer verilmiş, genişleyen işlevleri dolayısıyla uluslararası kamuoyu oluşturmada ilişki yönetimi paradigmaları irdelenmiştir. İkinci bölümde uluslararası yapı analizi yapılarak, bu bağlamda ulus-devletlerin kuruluşu ile birlikte gelişen yeni dünya düzeni; II. Dünya Savaşı sonrası kurulan Birleşmiş Milletler dönemi yeni küresel yapılanmaları ve neo-liberal küresel politikalarla gelişen kamu diplomasisi ve iletişim parametreleri irdelenmiş ve bugünkü gelinen aşamada Türkiye'nin uluslararası konumu sorgulanmıştır. 1990 sonrası yeni dünya düzeni ne oranda tek kutuplu ne oranda çok kutuplu tartışmalarında gelinen noktanın küreselleşme olgusuyla kesişmeleri ortaya konulmaya çalışılmış, Türkiye'nin bu perspektifte oynadığı uluslararası rolü belirlenmiştir. Ardından da yeni dünya yapılanmasında dış ilişkilerde ince güç olarak belirginlik kazanan kamu diplomasisine ilişkin tanım, kavram ve yaklaşımlar üzerinde durulmuştur.

Dünyada kamu diplomasisinin gelişim seyri ile Türkiye'nin dünyada uyguladığı kamu diplomasisi çalışmaları incelemeye alınmıştır. Bir uluslararası stratejik iletişim yöntemi olarak kamu diplomasisini klasik diplomasiden ayıran nitelikler ortaya konulmuştur. Tezin üçüncü bölümünde ise kalkınma yardımları çerçevesinde Türkiye'nin uluslararası stratejik etkinlik incelemesi yapılmıştır. Öncesinde uluslararası çerçevede kalkınma yardımlarının yıllara, bölgelere ve ülkelere göre dağılımları analiz edilerek, daha sonra da Türkiye'nin Orta Asya geneli Kırgızistan özeli jeopolitik stratejik planlamaları doğrultusunda Kırgızistan'da Türkiye'nin kamu diplomasisi ayrıntılı irdelenmiştir. Tezin dördüncü ve son bölümü ise saha araştırmasına ayrılmıştır. Kırgızistan'da Türkiye algısı anket tekniğiyle soruşturularak, Kırgızistan medyası üzerinden de bir nitel incelemeye gidilmiştir.

Bağımsızlığını ilk tanıyan ülke olarak Türkiye'nin Kırgız toplumunda oluşturduğu algı saptamasının ardından Türkiye'nin dış ülkelerde yaratmayı hedeflediği imaja yönelik algı yönetimi stratejileri tartışmaya tabi tutulmuştur. Tüm bu bulgulardan



hareketle de sonuçta uluslararası stratejik iletişim yönetiminin ülke imajına yarattığı etkiler analiz edilmiştir.

Tezde incelemeler sonucunda, bağımsızlıklarından itibaren Orta Asya ülkeleri içerisinde, uluslararası donör ülkelerden Kalkınma Programları çerçevesinde toplamda en çok desteği alan ülkelerin sırasıyla Kazakistan, Kırgızistan, Özbekistan, Tacikistan ve Türkmenistan olduğu görülmektedir. Bu destekler nüfusa orantılandığında en çok yardımı alan ülkenin *Kırgızistan* olduğu anlaşılmaktadır.

Kalkınma programları çerçevesinde Orta Asya ülkelerine bağımsızlıkları sonrası Türkiye'nin yapmış olduğu faaliyetlere bakıldığında, birinci sırada en çok 830.59 milyon dolar ile Kırgızistan'a destek verildiği, sonrasında ise, 513.57 milyon dolar ile Kazakistan'ın, 183.22 milyon dolar Türkmenistan'ın, 80.71 milyon dolar ile Özbekistan'ın ve 58.13 milyon dolar ile Tacikistan'ın geldiği anlaşılmaktadır. Orta Asya ülkelerine bağımsızlıkları sonrası ülkelerin sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel gelişimine destekte bulunan uluslararası donör ülkeler arasında Türkiye ilk sıralarda yer almaktadır. Bu durum çalışmanın başında soruna yönelik belirlenen geçici çözüm olarak "*Türkiye Orta Asya'da stratejik iletişimi/kamu diplomasisi faaliyetlerini önemsemektedir*" hipotezini doğrulamakta olduğunun göstergesi niteliğini taşımaktadır.

Kalkınma Programları çerçevesinde bağımsızlıkları sonrası Kırgızistan özelinde yapılan desteğe sırası ile bakıldığında, 873.84 milyon dolar ile Amerika Birleşik Devletleri'nin, 830.59 milyon dolar ile Türkiye'nin, 553.13 milyon dolar ile Japonya'nın, 329.58 milyon dolar ile Almanya'nın ilk sıralarda yer aldıkları saptanmıştır. Kırgızistan'a bağımsızlığı sonrası en çok kalkınma yardımlarında bulunan ilk iki ülke Amerika Birleşik Devletleri ve Türkiye'dir. Türkiye kalkınma programı çerçevesinde 830.59 milyon dolar ile *Orta Asya ülkeleri içerisinde en çok desteğini Kırgızistan'a sağlamıştır.*

Türkiye'nin genelde Orta Asya siyasal coğrafyasında özelinde de Kırgızistan'da yürüttüğü Kalkınma Programları çerçevesinde kamu diplomasisinin daha çok ülkenin sosyo-kültürel ve ekonomi-politik yapısına uygun olarak ekonomi, eğitim, sağlık, tarım/hayvancılık, din işleri, güvenlik, enerji, medya, bilişim vb. alanlarda planlama yaptığı görülmektedir.

Türkiye'nin kurumlar aracılığı ile doğrudan ve dolaylı olarak Kırgızistan ile yürütmüş olduğu faaliyetlere genel olarak bakıldığında, bağımsızlık sonrası ülkenin küresel sisteme entegre olması için *sosyo-ekonomik* alt yapısına ve her ülkenin gelişimi için vazgeçilmez olan *beşeri sermaye*ye çok önem verdiği görülmektedir.

Söz konusu bu durumlar göz önüne alındığında, "*Türkiye Kırgızistan'da etkili bir kamu diplomasisi faaliyeti yürütmektedir*" hipotezinin de doğrulandığı belirtilebilir.

Türkiye'nin Kırgızistan'ın bağımsızlığından günümüze kadar yapmış olduğu söz konusu faaliyetlerin ve ikili ilişkilerinin Kırgız toplumundaki karşılığını, bir başka ifadeyle dünden bugüne Türkiye-Kırgızistan ilişkilerinden hareketle insanların zihinlerinde yer etmiş Türkiye algısını saptamak amacıyla niceliksel yöntemle dayalı gerçekleştirilen araştırma sonuçlarına bakıldığında, sosyo-demografik açıdan katılımcıların % 53.4'ünü kadınların, % 46.6'sını ise erkeklerin oluşturduğu görülmektedir. Katılımcıların yaşları ile ilgili dağılımlara bakıldığında da, katılımcıların ağırlıklı olarak "*30-39 yaş*" aralığında toplandığı görülmektedir. Medeni durumları incelendiğinde ise, % 64.5'inin evli, % 35.5'inin ise bekar olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılan Kırgızistan vatandaşlarının eğitim seviyelerinin dağılımına göre ise % 64.5'inin lisans düzeyinde, % 10.1'inin lisans üstü düzeyde ve % 8.2'sinin ise lise düzeyinde bir eğitim seviyesinde olduğu görülmektedir. Dolayısıyla, katılımcıların büyük çoğunluğunun yükseköğretim seviyesinde bir eğitim görmüş olduğu anlaşılmaktadır. Bu durum da, Türkiye'nin Kırgızistan'a yönelik faaliyetlerinin katılımcılar tarafından gözlenmesi ve değerlendirilmesi bağlamında araştırmaya önemli bir değer katmaktadır.

Katılımcıların gelir düzeyi ile ilgili soruya yapmış olduğu değerlendirmelerde ise büyük çoğunluğun, % 62'sinin kendilerini orta gelir grubuna dahil ettiği farkedilmiştir. Katılımcıların % 20'si ise ortanın üstü ve üst gelir grubunda olarak kendilerini ifade etmişlerdir. Orta ve üstü gelir grubuna ait bir skalada veri toplanmış olması yine araştırmanın amaçları açısından önemli bir nitelik taşımaktadır.

Araştırmada çalışmanın amacı doğrultusunda sorulan Türkçe'nin hangi düzeyde bilindiğine ilişkin soruya bakıldığında ise, katılımcıların neredeyse yarısı, % 47.1'i Türkçeyi hiç bilmediklerini, % 31.3'nün alt düzey Türkçe biliyorum diyen

katılımcılardan oluştuğu, % 14.2'sinin orta düzey ve % 7.4'nün de üst düzey Türkçe biliyorum diyen katılımcılardan oluştuğu görülmektedir.

Yine araştırmanın amacına uygun olarak sorulan bir Türk ile tanışma durumlarına bakıldığında, katılımcıların % 63'ü bir Türk ile tanıştıklarını, % 37'si ise herhangi bir Türk ile tanışmadıklarını ifade etmişlerdir. Türkler ile arkadaşlık kurma durumuna bakıldığında, katılımcıların % 34'ü bir Türk ile arkadaşlık kuruyorum derken % 66'sı ise herhangi bir arkadaşlığının olmadığını belirtmiştir.

Genel Türkiye algısına yönelik sonuçlar incelendiğinde, öncelikli olarak Kırgızistan vatandaşlarının Türkler hakkında bilgi seviyesine ilişkin değerlendirmeleri % 52 oranında olmuştur. Katılımcıların Türkler ile bilgi sahibi olma durumlarının bağımsız değişkenlere göre farklılık taşıyıp taşımadığına bakıldığında ise, dil bilme seviyesi arttıkça Türkler hakkında bilgi seviyelerinin arttığı görülmüştür. Aynı şekilde katılımcıların Türk arkadaşı olma durumu ve Türkiye'ye gitme durumlarına göre de farklılık söz konusudur. Katılımcıların bir Türk arkadaşının olması ve Türkiye'ye bir ya da daha fazla gitmiş olması Türkler hakkında bilgi seviyesinin artmasına yol açmıştır. Bu durum katılımcıların Türkler ve Türkiye ile ne kadar çok iletişim/etkileşim içerisinde olurlarsa o kadar çok bilgi seviyesinin arttığını göstermektedir.

Katılımcıların Türkler ile ilgili olumluluk/olumsuzluk düzeyleri ile ilgili sorulan sorulara yönelik değerlendirmelerine bakıldığında ise, Kırgızistan vatandaşları Türkler ile ilgili olumluluk düzeyini % 61 oranında belirlemişlerdir. Bu durum katılımcıların yarısından fazlasının Türkler ile ilgili olumlu düşüncelere sahip olduğunu göstermektedir. Aslında Türkler ile ilgili olumlu düşünme durumu, katılımcıların Türkçeyi bilme durumu, Türkiye'ye gitme durumu ve Türk arkadaşı olma durumuna göre farklılık göstermektedir. Dolayısıyla iki ülke vatandaşları arasındaki ilişki düzeyi arttıkça olumlu bakış açısının da oluştuğu anlaşılmaktadır.

Katılımcılardan Türkler ile özdeşleştirilmesi istenilen 7'li Likert ile oluşturulan 0.05 önem seviyesinde kararsız seçeneği "4"e göre tanımlayıcı istatistiklerine bakıldığında, katılımcıların değerlendirmelerinin genel olarak olumlu yönde bir tablo çizdiğini söylemek mümkündür.

Söz konusu kişilik özelliklerine ilişkin sorular ile bağımsız değişkenlerin farklılık gösterip göstermediği tek yönlü varyans analizi ile yapılmıştır. Farklılık gösteren

değişkenlere bakıldığında da, kişilik özellikleri katılımcıların Türk arkadaşı olma durumu ve Türkiye'ye gitme durumuna göre farklılık göstermektedir. Türk arkadaşı olan ve Türkiye'ye giden katılımcıların kişilik özellikleri ile değerlendirmelerde olumlu yönde katılım gösterdikleri görülmektedir.

Katılımcıların Türkiye hakkında bilgi seviyelerine ilişkin değerlendirmeleri açısından elde edilen sonuçlar incelendiğinde ise, bu konuda % 57 oranında bir değer ile karşılaşılmıştır. Katılımcıların Türkçeyi bilme ve Türkiye'ye gitme durumuna göre Türkiye hakkında bilgi seviyesinin de arttığı farkedilmektedir.

Türkiye algısına ilişkin bir başka sorgulama ise, Türkiye'nin siyasal, ekonomik, yönetim ve yaşamsal/gelişmişlik gibi değerlere ilişkin 7'li Likert ölçekle oluşturulan 0.05 önem seviyesinde kararsız seçeneği "4" e göre tanımlayıcı istatistikleri elde edilen sorulardır. Bu çerçevede, katılımcılar Türkiye'nin demokrasisine (4.52), laik bir ülke oluşuna (4.71), insan haklarına karşı saygılı oluşuna (4.54), fikir özgürlüğü olan bir ülke oluşuna (4.44), farklı din, kültür ve kimliğe saygılı bir ülke oluşuna (4.75) ortalama ile katılım gösterdikleri görülmüştür. Aynı zamanda Türkiye'nin modern bir ülke oluşuna (5.47), ekonomik gelişmişliğinin yüksek oluşuna (5.45), eğitim seviyesinin yüksek olduğuna (5.11) ve bilimsel ve teknolojik olarak Türkiye'nin ileri olduğuna (5.21) ortalama ile değerlendirmelerde bulunmuşlardır. Genel olarak Türkiye'nin bu değerlerine ilişkin katılımcıların olumlu yönde bir yaklaşıma sahip olduğu anlaşılmaktadır.

Türkiye'nin siyasal, ekonomik, yönetim ve yaşamsal/gelişmişlik gibi değerlere ilişkin bağımlı değişkenler ile bağımsız değişkenler arasında 0.05 önem seviyesinde farklılık olup olmadığına bakıldığında, sadece katılımcıların Türkiye'ye gitme durumları ile farklılıkları saptanmıştır. Söz konusu Türkiye'ye ilişkin değerlerde, katılımcıların Türkiye'ye gitme durumu açısından, Türkiye'ye en az bir defa gidenin hiç gitmeyene göre daha çok katılım yönlü bir değerlendirmede bulunduğu görülmektedir.

Katılımcıların Türkiye algısına ilişkin 7'li Likert ölçekte oluşturulan Türk Menşeli ürünler hakkındaki düşüncelerine ilişkin sorgulamaların kararsız seçeneği "4" e göre tanımlayıcı istatistikleri incelendiğinde de, Türk menşeli ürünler yüksek prestijlidir (4.96), ürünler kalitelidir (5.27), ürünler ileri teknolojiye sahiptir (4.97), ürünler dayanıklıdır (4.82), ürünler ekonomiktir (4.55), ürünler ergonomiktir (4.52) ve ürünler

estetiktir (4.84) ile katılımlarının söz konusu olduğu saptanmıştır. Genel olarak katılımcıların Türk Menşeli ürünlere yapmış olduğu değerlendirmelerinin kararsız seçeneği “4”ün üstünde olması Türkiye’nin ürün imajına karşı olumlu bir izlenimde olduklarını ispat etmektedir.

Türk Menşeli ürün imajına karşı değerlendirmeler katılımcıların Türkçeyi bilme ve Türkiye’ye gitme durumuna göre farklılık göstermiştir. Tek yönlü varyans analizi ile test edilen sonuçlara bakıldığında, en az alt düzeyde Türkçe bilme durumunun hiç Türkçe bilmeyen katılımcıların değerlendirmelerine göre daha olumlu sonuçlar doğurmuş olduğunu göstermiştir. Aynı şekilde katılımcıların en az Türkiye’ye bir defa gitme durumunun hiç Türkiye’ye gitmeyenlere göre daha katılım yönlü sonuçlar yaratmış olduğu bulgulanmaktadır.

Katılımcıların Türkiye algısına ilişkin 7’li Likert ölçekte oluşturulan Türkiye’nin Turizm (Destinasyon) İmajı hakkında düşüncelerine ilişkin soruların kararsız seçeneği “4” e göre tanımlayıcı istatistiklerine ilişkin sonuçlar incelendiğinde ise, Türkiye turizmde hizmet kalitesi yüksek bir ülke (5.66), tatil için ucuz (5.44), özgün kültür ve tarihi yapıya sahip(5.78), tatil için arzu edilen bir ülke (5.53), güvenli bir tatil ülkesi (4.92) ve konuksever bir ülke (5.41) ortalamaları ile olumlu katılım yönlü tespit edilmiştir. Genel olarak bakıldığında Kırgızistan vatandaşlarının Türkiye’nin turizm (destinasyon) imajına ilişkin olumlu yaklaşımları açıkça görülmektedir.

Türkiye’nin turizm (destinasyon) imajına ilişkin değerlendirmeler yine katılımcıların Türkçeyi bilme ve Türkiye’ye gitme durumuna göre farklılık göstermektedir. Tek yönlü varyans analizi ile test edilen sonuçlara bakıldığında, en az alt düzeyde Türkçe bilen katılımcıların değerlendirmelerinin, hiç Türkçe bilmeyen katılımcıların değerlendirmelerine göre daha olumlu olduğu anlaşılmıştır. Aynı şekilde katılımcıların en az Türkiye’ye bir defa gitme durumunun hiç Türkiye’ye gitmeyenlere göre Türkiye’nin turizm imajına ilişkin daha katılım yönlü sonuçlar yarattığı sonucuna ulaşılmaktadır.

Araştırma sorgulamalarından bir diğeri ise, Kırgızistan’da Türkiye’nin hangi alanlarda daha etkili/etkisiz olduğu üzerinedir. Söz konusu alanlar, eğitim, ekonomi, kültür, siyasal ve askeri alanlardır. Kırgızistan vatandaşları Türkiye’nin Kırgızistan’da birinci derecede % 75 oranla eğitim alanında etkili olduğunu, % 64 ile ekonomi

alanında, % 58 oranında kültürel alanda, % 49 ile siyasi alanda ve % 34 oranında da askeri alanda etkili olduğunu belirtmişlerdir. Bu durumda Kırgızistan vatandaşları Türkiye'nin Kırgızistan'da '*eğitim alanı*'nda çok etkili olduğunu ifade etmektedirler.

Bir başka sorgulamada da, Türkiye'nin kültürel, ekonomik, sağlık, din hizmetleri, tarım/hayvancılık ve güvenlik alanlarında Kırgızistan'a yönelik yapmış oldukları faaliyetler ile ilgili düşünceleri araştırılmıştır. Genel anlamda, Kırgızistan vatandaşları, Türkiye'nin Kırgızistan'a yönelik yapmış olduğu eğitim alanındaki faaliyetlerinin çok olumlu olduğunu ifade etmişlerdir. Sırası ile kültür, ekonomi, sağlık, din hizmetleri, tarım/hayvancılık ve güvenlik alanlarındaki faaliyetleri değerlendirirken en düşük olumlu değerlendirmede buldukları alanlar ise tarım/hayvancılık ile güvenlik alanı olmuştur.

Ayrıca, Kırgızistan vatandaşlarına Kırgızistan'da Türkiye adına faaliyette bulunan Türk kamu kurumlarının faaliyetleri hakkında bilgi sahibi olup olmadıkları sorulmuştur. Söz konusu kurumlar ile ilgili değerlendirmelere bakıldığında, en çok bilgi sahibi olunan kurum % 75 oranında Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi'dir. Bir sonraki kurum ise % 55 oranında Dışişleri Bakanlığı/Bişkek Elçiliği çıkmıştır. % 48 oranında TİKA'nın, % 47 oranında TRT kurumunun, % 26 oranında Yurt Dışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı'nın (YTB) , % 22 oranında Genel Kurmay Başkanlığı'nın ve % 20 oranında da Emniyet Genel Müdürlüğü'nün faaliyetleri hakkında bilgi sahibi olduklarını belirtmişlerdir.

Kırgızistan'da eğitim faaliyetinde bulunan özel Kırgız-Türk eğitim kurumları ile Vakıf eğitim kurumlarının çalışmaları hakkındaki sorgulamada da en çok faaliyetleri hakkında bilgi sahibi olunan kurum Uluslararası Atatürk Alatoo Üniversitesi olmuştur. Katılımcıların Kırgızistan'da en fazla yatırımları olan Türkiye menşeli işletmelerin faaliyetleri hakkında bilgi sahibi oldukları işletmeler ise, ilk sırada Demir-Kırgız Uluslararası Bankası ve Beta Stores Hipermarketi/Beta Çay gelmiştir. İkinci sırada ise Sebat Eğitim Kurumu yer almaktadır.

Anket Formunun son kısmında yer alan açık uçlu sorulara bakıldığında da, en çok izlenen Türk kanalı olarak TRT'nin, en çok dinlenen Türk radyosu olarak Manas Fm'nin, en çok okunulan Türk gazetesi olarak Zaman Gazetesi'nin –Kırgızistan'da

basılan–, en çok izlenen Türk film/dizisi olarak ise sırası ile Muhteşem Yüzyıl, Çalı Kuşu, Kurtlar Vadisi ve Karadayı'nın geldiği saptanmıştır.

Algı araştırmasının tüm bu sonuçlarından hareketle, çalışmanın başında da ortaya koyulan *“Türkiye'nin Kırgızistan'da yürütmüş olduğu uluslararası stratejik iletişimi olarak kamu diplomasisi faaliyetlerinin bu ülkedeki Türkiye algısını ve dolayısıyla imajını olumlu yönde etkilemektedir”* hipotezinin doğrulandığı anlaşılmıştır.

Aynı zamanda çalışmada algı araştırmasıyla korelatif sonuçlara ulaşabilmek amacıyla Kırgızistan'ın kitle iletişim araçlarında Türkiye'nin nasıl haberleştirildiğini saptamaya yönelik içerik/basın analizi de gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda yapılan basın analizinde, 2014 yılında Türkiye-Kırgızistan ilişkileri çerçevesinde ve Türkiye vatandaşları hakkında toplam 679 haber çıkmıştır. Söz konusu haberlerin 620'sinin Türkiye adına olumlu (lehte) olarak haber üretmiş olduğu görülmektedir, ki bu sonuç oldukça dikkate değerdir.

Dolayısıyla yukarıda değinilen çerçevede algı araştırması sonrası çıkan sonuçlara ve kitle iletişim araçlarında Türkiye'nin nasıl haberleştirildiğini saptamaya yönelik içerik/basın analiziyle elde edilen verilere genel olarak bakıldığında, ülke imajına yönelik olumsuz bir algının olmadığını söylemek mümkündür. Aksine çıkan sonuçlar Türkiye'nin Kırgızistan'da aktif olarak doğrudan ve dolaylı olarak faaliyet gösteren kurumlarının faaliyetlerinden haberdar olduğu ve bu faaliyetlere yönelik yaklaşımların da olumlu yönde olduğu üzerinedir. Dolayısıyla, bu veriler *“Türkiye'nin Kırgızistan'da yürütmüş olduğu uluslararası stratejik halkla ilişkiler çerçevesinde imajı olumlu yöndedir”* hipotezini doğrulamaktadır.

Genel olarak bakıldığında da çalışmanın bütün çıktılarından anlaşılacağı üzere, *“Etkili stratejik iletişim yönetimi olarak kamu diplomasisi faaliyetleri dış ülkelerde algıyı olumlu etkilemektedir”* hipotezinin de kabul görmüş durumda olduğunu söylemek mümkündür.

Araştırma bulgularından ulaşılan sonuçlar her ne kadar Türkiye'nin Kırgızistan'daki faaliyetlerinin Türkiye adına Kırgızistan vatandaşlarında olumlu algı ve imaja yönelik tespitleri ortaya koymuş olmasına karşın, aslında Türkiye'nin özellikle 3. Bölümde ayrıntılı ortaya konulan Kırgızistan'daki yatırım ve faaliyet potansiyeli dikkate alındığında olması gereken ölçülerde sonuçlara ulaşıldığını söylemek olası

gözükmemektedir. Kırgızistan'da Türkiye ve Türkler ile ilgili olumsuz düşünce, görüş ve kanaate ulaşılmadığı anlaşılrsa da, sonuçların olumluluk derecesinin –varsayımların ötesinde– yüksek düzeyde olmadığı da açıkça görülmüştür. Kırgızistan özelinden hareket edilse de, burada şu önemli açıklamayı yapmadan geçmemek gerekmektedir. Türkiye'de bireysel özgürlükleri artırmak suretiyle sivil toplumu güçlendirmeye yönelik atılacak adımlar kamu diplomasisine de olumlu yansıtacaktır. Türkiye'de insanların yaşam kalitesi arttıkça ülkenin demokratik olgunluğu ve ince gücü de artmaya devam edecektir. Bu da doğal olarak Türkiye'nin uluslararası konjonktürdeki aktörel gücünü yükseltmeye etkili zemin oluşturacaktır.

Öyle ki, yukarıda verilen oranlara bakıldığında sözü edilmekte olan ortalama düzey rahatlıkla farkedilebilecektir. Bu nedenle, bu konuda mutlaka bir iyileştirmeye gidilmesi gerekmektedir. Yatırım ve faaliyet indeksi ile algı ve imaj indeksi arasında yüksek düzeyde koşutluktan söz edilememesi bu durumun düzeltilmesi adına aşağıdaki gibi adımların atılması gerektiğini düşünmeye yönlendirmelidir.

- Türkiye'nin Kırgızistan'da var olma kapasitesi ile farkındalığındaki mesafe maalesef olması gerektiği ölçülerde yakın değildir. Kırgız halkının önemli bir kesimine seslenen çalışmalar yürüten, bu bağlamda Orta Asya ülkelerinin bağımsızlıklarından, yaklaşık 1990'lardan bu yana, bölgede ve Kırgızistan'da oldukça faal çalışan kamu ve özel kurum ve kuruluşlarının varlığına karşın hala Türkiye algısının olması gerektiği yüksek değerlerde olmaması oldukça dikkat çekici bir durumdur. Büyük olasılıkla bu durumu yaratan varlık gösterilen alanlardaki yatırım ve faaliyetlerle ilgili yeterli düzeyde tanıtımın yapılmıyor olmasıdır. Türkiye'nin sosyo-kültürel, politik ve ekonomik değerlerinin Kırgızistan'da çok daha fazla ve çok daha yoğun anlatılmasının Türkiye imajına olumlu katkılar yaratacağı tartışılmazdır. Ülke tanıtımı konusunda daha profesyonel çalışmalara yönelmenin gerekliliği ortadadır. Bu durum kamu diplomasisi alanında iletişim perspektifinin önemini oldukça açık bir şekilde ortaya koymuştur. Kamu diplomasisi aracı olarak ülkenin sosyo-kültürel tanıtım stratejisinin kalitesi ve sürekliliği için *'iletişim alanındaki uzmanlık alt yapısı'*ndan yararlanılması gerekmektedir. Bu nedenle, uluslararası stratejik iletişimin bilimsel alt yapısı 1. Bölümde ayrıntılı ele alınmıştır. Tezin 2. Bölümünde de yine aynı perspektife ışık tutacak şekilde kamu diplomasisinin iletişim altyapısını açıklayan ayrıntılı bir



analiz gerçekleştirilmiştir.

- Araştırmalarda Türkiye'nin sosyo-politik değerlerinin düşük düzeyde algılandığı, ancak ekonomik gelişmişlik açısından ise modern bir ülke olarak algılanmış olması, işbirliklerinin daha çok ekonomi tandanslı gerçekleştirilmiş olduğuna işaret etmektedir. Oysa ki, Türkiye bulunduğu jeo-stratejik konumu dolayısıyla dünya ülkeleri arasında ilk sıralarda gösterilecek başarılı sosyo-politik değerlere ulaşmış bir ülkedir. Bu nedenle bugün artık Yabancı kamularda da, kültürel ve siyasal demokrasisindeki gelişmeler, insan hakları konusunda doğal hukuk anlayışına göre atılan adımlar, eğitim alanındaki laik uygulamalar ülkenin sosyal sermayeye verdiği öneme ilişkin okunabilmelidir. Bunun için kamu diplomasisi bugünün uluslararası konjonktürü açısından büyük önem taşımaktadır. Ülkeler günümüz küresel anlayışta, her alanda diğer dünya ülkeleriyle işbirliğini kurmaya ve aynı zamanda istikrarlı bir şekilde sürdürmeye ihtiyaç duymaktadırlar. Küresel sosyal, kültürel, siyasal ve sosyal sermayeye yönelik yatırımları artırmak için '*ince güç*'ü artırmak ve daha fazla yararlanmayı başarmak gerekmektedir. Bu günümüz ülke yönetiminin en rasyonel yöneylemlerinden sayılmaktadır.
- Yukarıda belirtilen durumları iyileştirmek ve süreç yönetiminde istisnasız en iyi ülke konumuna ulaşabilmek için radikal adımları zaman kaybetmeden atmak gerekir. Bu bağlamda da, Türkiye'nin gerek Orta Asya'daki konumunu gerek incelediğimiz ülke olarak Kırgızistan'daki konumunu sergilemekte olduğu potansiyeline göre daha yukarıya çekebilmek için kurumsal kimlikle hareket edilmesi gerekmektedir. Bu anlamda Türkiye'nin başlattığı en önemli uygulamalardan biri *Yunus Emre Enstitüsü*'dür. Türkiye'nin hem dilini hem de kültürü dış kamulara tanıtmayı erek edinen bu kurumsal yapı oldukça önem taşımaktadır. Oysa, bu kadar yoğun ilişkiler yürütülen Kırgızistan'da bu enstitünün henüz açılmadığı görülmektedir.
- Salt ekonomik işbirlikleri düzleminde ve siyasal yönetim düzleminde hareket etme odaklı kurgulanan klasik diplomasi artık tek başına yeterli olamamaktadır. Hatta bu sayılan kendi amaçlarına ulaşabilmesi anlamında bile artık klasik diplomasinin yeterli olmadığı anlaşılmış durumdadır. O nedenle, hem ekonomik hem politik hem sosyo-kültürel işbirlikleri küresel manteliteyi var kılmaktadır. Ve hatta ekonomik işbirlikleri açısından da zorunlu koşula dönüşmüştür. Bu gerçeklikleri gerektiğince dikkate almayan ülkeler asla günümüz uluslararası aktörleri konumuna yükselmez.

Bu bağlamda yabancı kamularla özellikle *'eğitim odaklı faaliyetler'*i artırarak daha etkin iletişime geçerek sosyal sermayeye yatırım yapmak gerekmektedir. Bu şekilde gerçekleştirilecek beşeri yatırımlarla hem iç kamuoyunun hem de dış kamuoylarının ülke algısı daha olumlu yönde yükselecek, bu itibarla da ülkeler dünya barışına, dünya kalkınmasına her yönden daha fazla katkı sağlayabileceklerine ilişkin etkili bir imaja ulaşabileceklerdir.

- Kırgızistan'da Türkiye'nin yatırımları ve araştırma verilerinden elde edilen bulgular düşünüldüğünde tüm bu noktaların ne kadar çok dikkate alınması gerektiği bir kez daha ortaya çıkmış olur. Gerçekten de Kırgızistan'da Türkiye'nin en büyük yatırımı eğitim alanında olmuştur, bu bağlamda en güçlü yatırımı *'KT Manas Üniversitesi'*dir. Araştırma sonuçları da bunu doğrulamıştır. Ancak bu güçlü yatırımın olması gerektiği ölçülerde kullanılmadığına Türkiye'nin bölgede önemli yatırım faaliyetlerini, işbirliklerini yürüten özellikle TİKA ve TRT gibi büyük kurumlarının hakkındaki bilgilenim ve farkındalık düzeyinin araştırmalarda olması gerektiği ölçülerde saptanmamış olması kanıt niteliği taşımaktadır. Dolayısıyla, Üniversite Türkiye'nin bölgedeki varlığını görünür kılmada daha aktif çalışmalar yürütebilmelidir. Kırgızistan'da Türkiye farkındalığını olumlu şekilde yükseltmek amacıyla bu yatırımdan daha etkili yararlanmak gerektiği açıktır. Bu bağlamda, Üniversite bünyesinde kurulmuş olan *'Orta Asya Araştırma Merkezi'* ile *'Türk Uygarlığı Araştırma ve Uygulama Merkezi'*nin daha çok saha çalışmalara yönelmesi, bu stratejik planlamayla hareket etmesi sonucunda elde edilecek verilerle Türkiye'nin Kırgızistan'da ve Orta Asya'da daha rasyonel adımlar atması sağlanabilecektir.
- Kırgızistan'da Türkiye ile ilgili bilgilenimin daha çok geleneksel medyadan, özellikle televizyondan -diziler aracılığıyla- ve de dijital medyadan edinilmiş olduğu görülmüştür. Oysa ki dizi filmler sonuçta kurgusal yapılardır, bazen iç kamuoylarının bile algısını farklı yönere çekebilmektedir. O nedenle özellikle dış tanıtımlarda medyanın salt eğlence fonksiyonunu kullanmak rasyonel bir tutum değildir. Bu yapıların yanında Türkiye'nin TRT gibi en güçlü kamu kurumunun alt yapısından gerek Türkçe'nin daha iyi kullanılması gerekse de Türkiye'deki tüm farklı kültürel değerlerin aktarımı konusunda daha etkin yararlanabilecek şekilde stratejik iletişim yönetimi planlamasına gidilmelidir. Bu bağlamda, TRT üzerinden hareketle *'Türkiye uluslararası yayıncılık kapasitesi'*ni güçlendirmelidir. Öyle ki,

o kadar güçlü yatırımlarının bulunduğu Kırgızistan'da dahi TRT'den çok KT Manas Üniversitesi'ne bağlı çalışan Manas FM Radyosu ve Televizyonu daha etkili yayın yapabilmektedir. Bunların yanında, Türkiye'nin dijital yayıncılık konusuna da ayrıca ağırlık vermesinde büyük yarar bulunduğunu belirtmek gerekir. Türkiye için **'Dijital Diplomasi'** kanallarını da kullanma yoluna gitmek hem dünyadaki varlığını hem de Kırgızistan gibi genç nüfusun yoğun olduğu ülkelerdeki varlığını güçlendirmek adına **'olmazsa olmaz'** adımlardan sayılmalıdır. Bu nedenle, ülkede **'Kamu Diplomasisi 2.0'** altyapısının geliştirilmesi büyük önem taşımaktadır.

- Kırgızistan medyasında Türkiye'nin nasıl haberleştirildiğine ilişkin yapılan basın analizinde de yukarıda belirtilen benzer sonuçlarla karşılaşılmıştır. Öyle ki, Türkiye Kırgız medyasında daha çok üst düzey yöneticilerinin ziyaretleri ve yine bir kısım ekonomik işbirlikleri düzleminde faaliyet alanları ile gündeme gelmektedir. Oysa ki, Kırgız medyası ile ilişkilerin çok daha geliştirilmesi ve Türkiye ya da Türk toplumu ile ilgili daha fazla kapsanmanın sağlanması olumlu imajı artıracak bir altyapı sağlayabilir. Medyanın bugün en önemli kanaat inşa eden mecra olduğu tartışılmazdır, o nedenle Türkiye yaptığı yatırımların dolayımında Kırgızistan'da amaçladığı **'insani gelişmişliğe, sosyal sermayeye yönelik destek çalışmaları'**nı Kırgız medyası üzerinden daha fazla tanıtabilmelidir. Aynı zamanda, Türkiye iç kamuoyundaki gelişmeleri de daha gerçekçi aktarabilmelidir ki yurt dışındaki algı inşasında **'tesadüf'**leri ortadan kaldırılsın, gelişmiş ülke seviyesine çıkarak gerek ulusal gerekse de uluslararası düzlemde **'stratejik medya yönetimi'**nde başarılı uygulamalar ortaya koyabilsin.
- Türkiye ile Kırgızistan halkının **'ortak geleneksel değerleri, inanç yapıları'** bulunmaktadır. Aile yaşantısından tutun da tüm sosyal ilişkilerde benzer yaklaşımlara sahip iki toplum yapısı gözlemlenmektedir. Bu sosyal değerlerin daha fazla göz önünde bulundurularak gerçekleştirilecek algı inşasında Türkiye çok daha anlamlı sonuçlara ulaşabilecektir. Söz konusu sosyo-kültürel etkileşimin sağlanabilmesi için Orta Asya'da ve Kırgızistan'da etkin faaliyette bulunan **'Türkçe Öğretim Merkezi'** (TÖMER)'nin çalışmaları desteklenmeli, gerek bölgede gerekse de Kırgızistan genelinde daha yaygın Türkçe eğitimi sağlayacak şekilde kuruma gerekli altyapısal destek sağlanmalıdır.

Sonuç olarak, Kırgızistan üzerinden yapılan araştırma bulgularına göre, Türkiye kamu diplomasisi faaliyetlerine önem vermeye başlamış olmakla birlikte, süreç yönetiminde *'uluslararası stratejik iletişim yönetimi'*ni daha rasyonel kullanabilmeli, bu şekilde de *'ilişki yönetimi'* inşası için daha yaratıcı modeller yaratabilmeli, bugüne kadar gözlemlenmekte olan statik yapısını değiştirerek kamu diplomasisinde daha *'prodüktif bir yönetim'* anlayışı benimsemelidir. Bu parametreler doğrultusunda da kamu diplomasisini salt *'diplomatik iletişim'* olarak algılayan anlayıştan uzaklaşarak, pek çok alanda kurulacak, faaliyet halinde olacak sivil toplum örgütleri, stratejik araştırma merkezleri (SAM), kamuoyu araştırma şirketleri, medya, kanaat önderleri, üniversiteler, eşgüdüm programları, dernek ve vakıflar gibi devlet dışı sivil araçların kullanılmasına daha fazla önem atfetmek gerekmektedir. *Türkiye ancak bu birimler arasında oluşturabileceği stratejik koordinasyonla kamu diplomasisi yönetiminde anlamlı bir model ortaya koyabilir.*

Aynı zamanda, bu şekilde ortaya konulacak *'holistik (bütüncül) yaklaşım'* çerçevesinde benimsenecek kamu diplomasisi stratejisini belirli bir coğrafya, bölge ya da etnik grupla sınırlı tutmamayı da küresel aktörel bir tavır olarak geliştirebilmek büyük önem taşımaktadır.

Bunların yanında, tezde uygulanan saha çalışmalarından yola çıkarak, alanda yapılan empirik araştırmaların eksikliğine de vurgu yapmakta yarar görülmektedir. Ne yazık ki, literatür taramasında kamu diplomasisi bağlamında ülke algısı inşasına yönelik yeterli sayıda empirik araştırmaya rastlanılamamıştır. İlgili çalışmaların daha kuramsal çerçevede kaldığı gözlemlenmiştir. Dolayısıyla, Türkiye'nin kamu diplomasisinde daha etkili ve yaratıcı olabilmesi, paralelinde de daha güçlü bir algıya sahip olabilmesi, bunun da ilgili hedef kitleler üzerinde çok daha olumlu bir imaj atfı yaratabilmesi için, öncelikle Türk hinterlandında, daha sonra da dünyanın pek çok farklı bölgesinde saha çalışmalarını artırmak gerekli koşul niteliği taşımaktadır.

Bilindiği üzere, günümüzde kamu diplomasisi kalkınma yardımları üzerinden daha etkili yürütülmektedir. Bu nedenle, bugün barışa ve gelişime uygun *'küresel ortamlar'* bölgesel işbirliklerini geliştirmeyi hedefleyen kalkınma yardımları ile olası olabilecektir.

Sonuçta kalkınma yardımları, uluslararası ilişkilerde bir “**algı**” konusudur. Bu konudaki bir teorik değerlendirme (Jervis 1976:13), dış yardımların uluslararası algılar çerçevesindeki interaktif durumuna ilişkin akıl yürütme imkanı sunmaktadır: “Mantık, psikolojik ortam (bireyin gördüğü dünya) ile operasyonel çevreyi (politikanın uygulandığı dünya) ayırt etmemize imkan verir. Mantık bize aynı zamanda politika ve kararların, devlet adamlarının hedefleri, hesapları ve algılarıyla şekillenmiş olması gerektiğini ileri sürme imkanı da verir”. Bu tespitten hareketle, politikaların uygulandığı operasyonel çevre, esasen algıların şekillendiği zemindir. Dış yardım politikalarının, operatif nitelikli bir eylem olduğu dikkate alındığında, psikolojik ortamın örgülenmesinde dış yardımların da etkili olduğu ortaya çıkmaktadır. Diğer bir ifadeyle, devlet adamlarının bu yöndeki karar ve uygulamalarında ulusal strateji ve algıların önemli faktörler olduğu çıkarımında bulunmak mümkündür. Bununla birlikte dış yardımların yönlendirildiği operasyonel çevrede, bir algı psikolojisinin teşkil edildiği de görülmektedir. Netice itibarıyla bir devletin dış politikası, dış yardımları ve ulusal algı arasındaki etkileşim, yardım ve işbirliği tesis edilen ülke(ler)de, yani operasyonel çevrede yansıma zemini bulmaktadır.(Akçay 2012:10)

Artık, **‘Kalkınma İçin Küresel Ortaklık Anlayışı’**ni geliştirmeyi hedefleyen küresel çabalar uluslararası politikaların *vazgeçilemez* araçları konumuna gelmişlerdir. Gelişim odaklı bu yardım destekleri aslında ülkeler arasında uzun vadeli ekonomi-politik ve sosyo-kültürel işbirliklerine de altyapı hazırlamaya hizmet etmektedir. Ayrıca, uluslararası konjonktürde küresel aktör rolünü hedefleyen ülkeler için de stratejik nitelik taşımaktadır. Öyle ki, kalkınma yardımları çerçevesinde yürütülen kamu diplomasisi aracılığıyla ülkelerin uluslararası alanda görünürlüğü artmakta, algısı güçlenmekte, böylelikle de imajının olumlu bir şekilde yapılanması sağlanmaktadır. Bu perspektifte, Türkiye’nin dünya çapında kamu diplomasisinde **‘güçlü bir model’** olabilmesi amacıyla;

- ✓ *İnsanlığın ortak değeri olan temel hak ve özgürlüklere ve demokrasiye gereken önem verilmeli,*
- ✓ *Vatandaşlarının yaşam kalitesinin yüksekliği sağlanmalı,*
- ✓ *Vatandaşların karar alma süreçlerine katılımı olması gereken düzeye yükseltilebilmeli,*
- ✓ *Her alanda toplum sivilleşebilmeli, sivil toplum örgütleri aktif olabilmeli,*
- ✓ *Uluslararası örgütlerdeki etkinlik artırılmalı,*
- ✓ *Yükseköğretim sisteminde dünyanın önde gelen üniversitelerin eğitim ve öğretim seviyesine ulaşılmalı,*
- ✓ *Üniversitelerarası ortak projeler ile Türkiye’nin bilimsel düzeyi tanıtılmalı ve*

*güçlendirilmeli,*

- ✓ *Yabancı öğrencilere verilen burs olanakları daha çok güçlendirilerek, dünyadan daha fazla yabancı öğrencinin yükseköğretim için Türkiye'yi tercih etmesi sağlanmalı,*
- ✓ *Bilim ve teknoloji üretimi artırılarak uluslararası rekabet gücü artırılmalı,*
- ✓ *Ticaret ve sanayide marka yaratımı yüksek oranda sağlanmalı,*
- ✓ *Sporun her dalında ülkenin temsil edilebilmesi için sporcular desteklenmeli, dünya ve olimpiyat yarışmalarında başarılı sonuçlar almaya odaklı çalışmalar yapılmalı,*
- ✓ *Turizm sektöründe de kalite geliştirilmeli, daha çok sayıda turist ziyaretinin sağlanması için gerekli güçlü yatırımlar yapılmalı,*
- ✓ *Türk sineması ve televizyon endüstrisi desteklenmeli, etkili, kaliteli yapımlarla Türk kültür ve medeniyeti daha iyi tanıtılmalı,*
- ✓ *Etkin bir kamu diplomasisi için çocuklar, öğrenciler, geleceğin liderler ve yöneticileri, sanatçılar, gazeteciler, aydınlar, sporcular vs. her farklı konumdan hedef kitle iyi tanınmalı ve her birine ilişkin etkili programlar üretilebilmeli,*
- ✓ *Bölgesel ve küresel barışa ve istikrara katkı yüksek oranda sağlanmalı,*
- ✓ *Hedeflere ulaşmak için hem sert hem de yumuşak güçle oluşturulan entegre bir stratejinin - akıllı güç - geliştirilmesine gereken hassasiyet gösterilmelidir.*

Sonuçta, kamu diplomasisinde yukarıdaki bu perspektifi hayata geçirebilmek için stratejik yönetim planına göre hareket etmenin öneminin altını bir kere daha çizmek gerekmektedir. Bu çerçevede, özellikle ülkeyi yabancı toplumlarda temsil etmek üzere görevlendirilecek kamu görevlilerinin yukarıdaki modellemede ortaya konulan vizyonu ve misyonu temsil edebilecek altyapıya sahip olmasına yönelik insan kaynakları anlayışını geliştirmek en önemli konuların başında gelmektedir. Bu amaçla, yurt dışında görevlendirilecek farklı kamu görevlilerinin, görev ayrımı yapmadan gidilecek ülkenin öncelikle dilini biliyor olmaları **'temel bir ölçüt'** olarak uygulamaya konmalıdır. Ya da gidilecek ülkenin dilini öğrenmelerine, daha sonra da kültürünü edinmelerine yönelik eğitim programlarından geçirilmeleri stratejik yönetim anlayışının önemli uzantılarından birini oluşturmalıdır. Türkiye için bugüne kadar yurt dışı görevlendirmelerde bu stratejik ölçütün geçerliliğinden söz etmek oldukça güçtür. Aynı zamanda, stratejik yönetim planlamasında önemli bir diğer adım olarak, yabancı

toplumlarda uzun süreler yaşamakta olan Türkiye vatandaşlarının altyapılarından – *mesleki deneyim, eğitim ve dil düzeyi, kültürel etkileşim gücü*– yararlanabilecek bir matrisi de hesaplayarak hareket etmenin değerinden söz etmek gerekmektedir. Ve ancak bu şekildeki rasyonel yaklaşımlarla küresel planda Türkiye'nin temsil gücünü artırmanın anlamlı gelişiminden söz edilebileceğini vurgulamak gerekmektedir.

Esas olarak, son sözde, kamu diplomasisinde tüm bu çabalar etkileşimli ve erdemli bir süreç olarak işlevsel olabilmeli, süreklilik taşımalı ve bu uğurda yapılanmalar daha çok *'dünya değerler inşasına miras'* bırakabilmek adına düşünülmelidir..

## EKLER

### EK 1. Türkçe Anket Formu

#### ANKET FORMU

Sayın Katılımcılar;

“Uluslararası Stratejik İletişim Yönetimi Olarak Kamu Diplomasisinin Ülke İmajına Etkileri [Türkiye’nin Kırgızistan’daki Kamu Diplomasisi ve Algısı Üzerinden]” konu başlıklı Doktora Tez çalışması kapsamında hazırlanan aşağıdaki anket sorularını hassasiyetle yanıtlamak için göstereceğiniz ilgi ve harcayacağınız zamana şimdiden en samimi teşekkürlerimi iletmek isterim.

#### SOSYO-DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERE İLİŞKİN SORULAR

##### **Soru 1** Cinsiyetinizi belirtiniz.

1) Kadın  2) Erkek

##### **Soru 2** Yaşınız ile ilgili uygun olan seçeneği işaretleyiniz.

a)20 yaş altı  b) 20 – 29  c) 30 – 39  d) 40 – 49  e) 50 – 59  f) 59 yaş üstü

##### **Soru 3** Medeni haliniz ile ilgili uygun olan seçeneği işaretleyiniz.

1) Bekar  2) Evli

##### **Soru 4** Aldığınız en yüksek eğitim seviyesi hangisidir?

1) Liseden daha düşük  2) Lise  3) Lisans  4)Yüksek Lisans  5) Doktora ve üstü

##### **Soru 5** Gelir düzeyiniz bakımından kendinizi aşağıdaki gelir düzeyi gruplarından hangisine ait görüyorsunuz?

1) Alt gelir grubu  2) Orta gelir grubu  3) Ortanın üstü gelir grubu  4) Üst gelir grubu

##### **Soru 6** Türkçeyi hangi düzeyde biliyorsunuz?

1) Alt düzey  2) Orta düzey  3) Üst düzey  4)Hiç bilmiyorum

##### **Soru 7** Türkiye’ye gittiniz mi?

1) Bir kez  2) Birkaç kez  3) Çok Kez  4) Hiç gitmedim

##### **Soru 8** Eğer Türkiye’ye gitmiş iseniz lütfen hangi amaçla olduğunu belirtiniz?

(Birden çok seçenek işaretleyebilirsiniz.)

1) Turistik  2) İş  3) Eğitim  4)Diğer  (lütfen belirtiniz.....)

##### **Soru 9** Bir Türk ile tanıştınız mı?

1) Evet  2) Hayır

##### **Soru 10** Türk arkadaşınız var mı?

1) Evet  2)Hayır

#### TÜRKİYE ALGISINA İLİŞKİN SORULAR

##### **Soru 11**

Türkler hakkında bilgi seviyeniz.

	0’den (oldukça bilgisiz) 10’a (oldukça bilgili) kadar uygun olanı işaretleyiniz.										
Türkler hakkında kendinizi ne kadar bilgili sayıyorsunuz?	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

##### **Soru 12**

Genel olarak Türkler ile ilgili görüşünüz.

	0’den (oldukça olumsuz) 10’a (oldukça olumlu) kadar uygun olanı işaretleyiniz.										
Genel olarak Türkler ile ilgili olumluluk/olumsuzluk düzeyinizi belirtiniz.	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

##### **Soru 13**

Türklerin hangi kültüre daha yakın olduğunu düşünüyorsunuz?

Avrasya (Avrupa ve Asya) <input type="checkbox"/>	Avrupa <input type="checkbox"/>	Ortadoğu <input type="checkbox"/>	Orta Asya <input type="checkbox"/>	Asya <input type="checkbox"/>
---	---------------------------------	-----------------------------------	------------------------------------	-------------------------------



**Soru 14**

Aşağıdaki kişilik özelliklerinin Türklere uygunluk ölçüsünü belirtiniz.							
Aşağıdaki ifadelerin Türklere uygunluk ölçüsünü belirtiniz. Tamamen Katılmıyorum (1), Kısmen Katılmıyorum(2), Katılmıyorum(3), Kararsızım(4), Katılıyorum(5), Kısmen Katılıyorum(6), Tamamen Katılıyorum(7)	Tamamen Katılmıyorum(1)	Katılmıyorum(2)	Kısmen Katılmıyorum(3)	Kararsızım(4)	Kısmen Katılmıyorum(5)	Katılıyorum (6)	Tamamen Katılıyorum(7)
Türk insanı samimidir.	1	2	3	4	5	6	7
Türk insanı mütevazidir.	1	2	3	4	5	6	7
Türk insanı dürüsttür.	1	2	3	4	5	6	7
Türk insanı güveniliridir.	1	2	3	4	5	6	7
Türk insanı eğitilidir.	1	2	3	4	5	6	7
Türk insanı akılcıdır.	1	2	3	4	5	6	7
Türk insanı duygusaldır.	1	2	3	4	5	6	7
Türk insanı gelenekçidir.	1	2	3	4	5	6	7
Türk insanı dindardır.	1	2	3	4	5	6	7
Türk insanı ırkçidir.	1	2	3	4	5	6	7
Türk insanı misafirperverdir.	1	2	3	4	5	6	7
Türk insanı nazik / kibardır.	1	2	3	4	5	6	7
Türk insanı disiplinlidir.	1	2	3	4	5	6	7
Türk insanı saygılıdır.	1	2	3	4	5	6	7
Diğer(Lütfen belirtiniz.....)	1	2	3	4	5	6	7

**Soru 15**

Türkiye hakkında bilgi seviyeniz											
	0'dan (oldukça bilgisiz) 10'a (oldukça bilgili) kadar uygun olanı işaretleyiniz.										
Türkiye hakkında kendinizi ne kadar bilgili sayıyorsunuz?	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

**Soru 16**

Türkiye nüfusunun çoğunluğunun sahip olduğunu düşündüğünüz inanç türünü işaretleyiniz?					
Müslümanlık <input type="checkbox"/>	Hıristiyanlık <input type="checkbox"/>	Budizm <input type="checkbox"/>	Yahudilik <input type="checkbox"/>	Ateizm <input type="checkbox"/>	Diğer <input type="checkbox"/>

**Soru 17**

Türkiye'yi hangi coğrafi bölge içerisine dahil edersiniz?					
Avrupa ve Asya (Avrasya) <input type="checkbox"/>	Avrupa <input type="checkbox"/>	Ortadoğu <input type="checkbox"/>	Arabistan <input type="checkbox"/>	Afrika <input type="checkbox"/>	Asya <input type="checkbox"/>

**Soru 18**

Türkiye ile ilgili sizi en çok etkileyen durum/olayları belirtiniz. (Birden çok seçenek işaretleyebilirsiniz.)				
Ülkenizde yaşayan Türkler <input type="checkbox"/>	Tarih <input type="checkbox"/>	Terör olayları <input type="checkbox"/>	Medya <input type="checkbox"/>	Uluslararası olaylar (Festival, yarışma, spor etkinlikleri vb.) <input type="checkbox"/>

**Soru 19**

Aşağıdaki (siyasal, ekonomik ve yaşamsal/gelişmişlik) değerleri Türkiye ile ne derece özdeşleştirdiğinizi belirtiniz.							
Aşağıdaki ifadeleri Türkiye ile ne derece özdeşleştirdiğinizi belirtiniz. Tamamen Katılmıyorum (1), Kısmen Katılmıyorum(2), Katılmıyorum(3), Kararsızım(4), Katılıyorum(5), Kısmen Katılıyorum(6), Tamamen Katılıyorum(7)	Tamamen Katılmıyorum(1)	Katılmıyorum(2)	Kısmen Katılmıyorum(3)	Kararsızım(4)	Kısmen Katılmıyorum(5)	Katılıyorum (6)	Tamamen Katılıyorum(7)
Türkiye gelişmiş demokrasiye sahiptir.	1	2	3	4	5	6	7
Türkiye insan haklarına saygılı bir ülkedir.	1	2	3	4	5	6	7
Türkiye fikir özgürlüğü olan bir ülkedir.	1	2	3	4	5	6	7
Türkiye farklı din, kültür ve kimliğe saygılı bir ülkedir.	1	2	3	4	5	6	7
Türkiye laik bir ülkedir.	1	2	3	4	5	6	7
Türkiye modern bir ülkedir.	1	2	3	4	5	6	7
Türkiye'nin ekonomik gelişmişliği ve toplumsal refahı yüksektir.	1	2	3	4	5	6	7
Türkiye'de eğitim seviyesi yüksektir.	1	2	3	4	5	6	7
Türkiye bilimsel ve teknolojik olarak ileridir.	1	2	3	4	5	6	7
Türkiye çevre bilincine sahiptir.	1	2	3	4	5	6	7
Diğer (lütfen belirtiniz.....)	1	2	3	4	5	6	7

**Soru 20**

<b>Türk Menşeli Ürünler hakkında düşüncelerinizi belirtiniz.</b>							
<i>Aşağıdaki ifadelerin Türk menşeli ürünlere uygunluk ölçüsünü belirtiniz.</i>	Tamamen Katılmıyorum(1)	Katılmıyorum(2)	Kısmen Katılmıyorum(3)	Kararsızım(4)	Kısmen Katılmıyorum(5)	Katılıyorum (6)	Tamamen Katılıyorum(7)
<i>Tamamen Katılmıyorum (1), Kısmen Katılmıyorum(2), Katılmıyorum(3), Kararsızım(4), Katılıyorum(5), Kısmen Katılıyorum(6), Tamamen Katılıyorum(7)</i>							
Türk menşeli ürünler yüksek prestijlidir.	1	2	3	4	5	6	7
Türk menşeli ürünler kalitelidir.	1	2	3	4	5	6	7
Türk menşeli ürünler ileri teknolojiye sahiptir.	1	2	3	4	5	6	7
Türk menşeli ürünler dayanıklıdır.	1	2	3	4	5	6	7
Türk menşeli ürünler ekonomiktir.	1	2	3	4	5	6	7
Türk menşeli ürünler ergonomiktir.	1	2	3	4	5	6	7
Türk menşeli ürünler estetikdir.	1	2	3	4	5	6	7
Diğer(lütfen belirtiniz.....)	1	2	3	4	5	6	7

**Soru 21**

<b>Türkiye'nin Turizm (Destinasyon) İmajı hakkında düşüncelerinizi belirtiniz.</b>							
<i>Aşağıdaki ifadelerin Türkiye'nin destinasyon imajına uygunluk ölçüsünü belirtiniz.</i>	Tamamen Katılmıyorum(1)	Katılmıyorum(2)	Kısmen Katılmıyorum(3)	Kararsızım(4)	Kısmen Katılmıyorum(5)	Katılıyorum (6)	Tamamen Katılıyorum(7)
<i>Tamamen Katılmıyorum (1), Kısmen Katılmıyorum(2), Katılmıyorum(3), Kararsızım(4), Katılıyorum(5), Kısmen Katılıyorum(6), Tamamen Katılıyorum(7)</i>							
Türkiye turizmde hizmet kalitesi yüksek bir ülkedir.	1	2	3	4	5	6	7
Türkiye tatil için ucuz bir ülkedir.	1	2	3	4	5	6	7
Türkiye özgün kültür ve tarihi yapıya sahiptir.	1	2	3	4	5	6	7
Türkiye tatil için arzu edilen bir ülkedir.	1	2	3	4	5	6	7
Türkiye güvenli bir tatil ülkesidir.	1	2	3	4	5	6	7
Türkiye konuksever bir ülkedir.	1	2	3	4	5	6	7
Diğer (lütfen belirtiniz.....)	1	2	3	4	5	6	7

**Soru 22**

<b>Türkiye ile ilgili yargılarınızda aşağıdaki bilgi kaynakları hangi ölçüde etkili/etkisiz olmuştur.</b>											
<b>Bilgi Kaynakları;</b>	<b>0'dan (oldukça etkisiz) 10'a (oldukça etkili) kadar uygun olanı işaretleyiniz.</b>										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Medya(Tv-gazete-radyo)	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
İnternet	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Kitaplar	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Tanıştığım Türkler	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Türkiye ziyaretlerim	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Büyük organizasyonlar (spor, müzik vb. faaliyetler)	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Tanıtlar (sergi, fuar, tanıtım kitabı, broşür vb.)	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Tur Operatörleri/Seyahat Acenteleri	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Diğer (lütfen belirtiniz.....)	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

**Soru 23**

<b>Kırgızistan'da, Türkiye'nin aşağıdaki alanlarda ne derece etkili/etkisiz olduğunu belirtiniz.</b>											
<i>Aşağıdaki alanlarda Türkiye'nin Kırgızistan'da etki derecesini vandaki skalada belirtiniz.</i>	<b>0'dan (oldukça etkisiz) 10'a (oldukça etkili) kadar uygun olanı işaretleyiniz.</b>										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Siyasal alanda	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ekonomik alanda	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Askeri alanda	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Kültürel alanda	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Eğitim alanında	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

**Soru 24**

<b>Türkiye'nin resmi olarak Kırgızistan'a yönelik yapmış olduğu faaliyetler ile ilgili düşüncelerinizi olumluluk/olumsuzluk derecelerine göre belirtiniz.</b>											
<b>Faaliyet Alanları;</b>	<b>0'dan (oldukça olumsuz) 10'a (oldukça olumlu) kadar uygun olanı işaretleyiniz.</b>										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ekonomik alanda yapılan faaliyetler	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Eğitim alanında yapılan faaliyetler	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Sağlık alanında yapılan faaliyetler	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Tarım/hayvancılık alanında yapılan faaliyetler	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Din hizmetleri alanında yapılan faaliyetler	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Güvenlik alanında yapılan faaliyetler	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Kültürel alanda yapılan faaliyetler	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

**Soru 25**

<b>Ülkenizde, Türkiye adına faaliyette bulunan aşağıdaki Türk kamu kurumlarının faaliyetleri hakkında ne kadar bilgi sahibisiniz?</b>											
<b>Kurumlar;</b>	<b>0'dan (oldukça bilgisiz) 10'a (oldukça bilgili) kadar uygun olanı işaretleyiniz.</b>										
Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı (TİKA)	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Yurt Dışı Türkler ve Akraba Topluluğu	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Türk Radyo ve Televizyon Kurumu (TRT)	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Dışişleri Bakanlığı/Elçilik	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Genelkurmay Başkanlığı	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Emniyet Genel Müdürlüğü	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

**Soru 26**

<b>Ülkenizde Türkiye adına faaliyette bulunan Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı (TİKA)'nın çalışmaları hakkında bilgi sahibi iseniz ne derece olumlu/olumsuz bulduğunuzu belirtiniz.</b>											
<b>Faaliyet Alanları;</b>	<b>0'dan (oldukça olumsuz) 10'a (oldukça olumlu) kadar uygun olanı işaretleyiniz.</b>										
Uzman Eğitim Çalışmaları	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Eğitim /Öğretime Katkı Çalışmaları	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Kültürel Gelişime Katkı Çalışmaları	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Malzeme ve Ekipman (Sosyal Altyapı) Desteği	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

**Soru 27**

<b>Ülkenizde eğitim faaliyetinde bulunan Türk kamu eğitim kurumlarının çalışmaları hakkında bilgi sahibi iseniz ne derece olumlu/olumsuz bulduğunuzu belirtiniz.</b>											
<b>Kurumlar;</b>	<b>0'dan (oldukça olumsuz) 10'a (oldukça olumlu) kadar uygun olanı işaretleyiniz.</b>										
Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Türkiye Türkçesi Eğitim Öğretim Merkezi (TÖMER)	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Kırgız Türk Anadolu Lisesi	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Kırgız Türk Anadolu Kız Meslek Lisesi	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Bişkek Türk İlköğretim Okulu	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Oş Devlet Üniversitesi İlahiyat Fakültesi	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

**Soru 28**

<b>Ülkenizde eğitim faaliyetinde bulunan Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi ile ilgili aşağıdaki ifadeler hakkındaki görüşünüzü belirtiniz.</b>							
<i>Aşağıdaki ifadeleri Manas Üniversitesi ile ne derece özdeşleştirdiğinizi belirtiniz. Tamamen Katılmıyorum (1), Kısmen Katılmıyorum(2), Katılmıyorum(3), Kararsızım(4), Katılıyorum(5), Kısmen Katılıyorum(6), Tamamen Katılıyorum(7)</i>	<b>Tamamen Katılmıyorum(1)</b>	<b>Katılmıyorum(2)</b>	<b>Kısmen Katılmıyorum(3)</b>	<b>Kararsızım(4)</b>	<b>Kısmen Katılıyorum(5)</b>	<b>Katılıyorum (6)</b>	<b>Tamamen Katılıyorum(7)</b>
<b>Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi;</b>							
Eğitimde uluslararası bir markadır.	1	2	3	4	5	6	7
Kurumsal bir cazibe merkezidir.	1	2	3	4	5	6	7
Toplum ve iş dünyası için gerçek bir değerdir.	1	2	3	4	5	6	7
Uluslararasılaşmada örnek bir üniversitedir.	1	2	3	4	5	6	7
Dünya bilimine katkısı ile saygın bir üniversitedir.	1	2	3	4	5	6	7
Orta Asya'nın en modern ve büyük kampus üniversitesidir.	1	2	3	4	5	6	7
Türk dünyasının birlikteliğinde ve gelişmesinde etkin bir güçtür.	1	2	3	4	5	6	7
Kırgızistan'ın eğitim ve öğretimine katkısı büyüktür.	1	2	3	4	5	6	7

**Soru 29**

<b>Ülkenizde eğitim faaliyetinde bulunan Kırgız-Türk Özel ve Vakıf Eğitim Kurumlarının çalışmaları hakkında bilgi sahibi iseniz</b>											
---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

ne derece olumlu/olumsuz bulunduğunuzu belirtiniz.												
Özel ve Vakıf Eğitim Kurumları;	0'dan (oldukça olumsuz) 10'a (oldukça olumlu) kadar uygun olanı işaretleyiniz.											
Uluslararası Atatürk Alatoo Üniversitesi	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Bişkek Çingiz Aytmatov Lisesi	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Bişkek Ayçürök Lisesi	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Bişkek (Seytrek) İlköğretim Lisesi	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Silk Road International School	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
İktisat ve Girişimcilik Üniversitesi Türk Dünyası Sosyal Bilimler Enstitüsü	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	

**Soru 30**

Ülkenizde en fazla yatırımları bulunan aşağıdaki Türk işletmeler hakkında bilgi sahibi iseniz çalışmalarını ne derece olumlu/olumsuz bulunduğunuzu belirtiniz.												
İşletmeler;	0'dan (oldukça olumsuz) 10'a (oldukça olumlu) kadar uygun olanı işaretleyiniz.											
Sebat A.Ş. (Eğitim kurumları)	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Coca Cola (Anadolu Grubu'na bağlı, içecek üretimi)	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Kaynak Holding (Vefa Center Ticaret Merkezi)	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Plaskap (Plastik perform üretimi)	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Beta Stores Hipermarketi / Beta Çay	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Demir-Kırgız International Banka	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	

**Soru 31**

Aşağıdaki ülkelere karşı sempatinizi olumluluk/olumsuzluk derecelerine göre belirtiniz.												
Ülkeler;	0'dan (oldukça olumsuz) 10'a (oldukça olumlu) kadar uygun olanı işaretleyiniz.											
Amerika	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Çin	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Rusya	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Türkiye	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Almanya	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
İsviçre	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
İngiltere	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Kanada	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
İran	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
G.Kore	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Japonya	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	

**Soru 32**

Aşağıdaki ülkelerin Kırgızistan ile ilişkilerinde ne kadar dostça davrandığı ile ilgili düşüncelerinizi olumluluk/olumsuzluk derecelerine göre belirtiniz.												
Ülkeler;	0'dan (oldukça olumsuz) 10'a (oldukça olumlu) kadar uygun olanı işaretleyiniz.											
Amerika	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Çin	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Rusya	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Türkiye	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Almanya	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
İsviçre	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
İngiltere	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Kanada	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
İran	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
G.Kore	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Japonya	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	

**Soru 33**

Sizce Kırgızistan ve Türkiye aşağıdaki toplumsal kurumlardan hangilerinde benzerlik göstermektedir? (Birden çok seçenek işaretleyebilirsiniz.)						
Devlet <input type="checkbox"/>	Din <input type="checkbox"/>	Ekonomi <input type="checkbox"/>	Hukuk <input type="checkbox"/>	Gelenekler <input type="checkbox"/>	Aile <input type="checkbox"/>	Hiçbiri <input type="checkbox"/>

**Soru 34**

Lütfen, bildiğiniz kadarıyla aşağıdaki soruları yanıtlayınız.

1) İzlediğiniz Türk televizyon kanallarını yazınız.

2) Dinlediğiniz Türk radyo kanallarını yazınız.

3) Okuduğunuz Türk gazetelerini yazınız.

4) İzlediğiniz Türk film/dizilerini yazınız.

Zaman ayırıp emek sarfettiğiniz için tekrar teşekkür ederim.

**ЕК 2. Kırgızca Anket Formu****АНКЕТА**

Урматтуу респондент,

Бул изилдөө “Эл аралык стратегиялык коммуникация методу катары коомдук дипломатиянын мамлекеттин имиджине тийгизген таасири [Кыргызстандагы Түркиянын коомдук дипломатиясы жана анын кабылданышы]” аттуу темадагы докторлук диссертациянын негизинде жүргүзүлүүдө. Сиздерден анкетабыздын төмөндөгү суроолоруна жооп беришиңиздерди суранып, алдын ала ыраазычылык билдирүү менен,

**СОЦИАЛДЫК-ДЕМОГРАФИЯЛЫК ӨЗГӨЧӨЛÜКТӨР ТУУРАЛУУ СУРООЛОР****Суроо 1** Жынысыңыз?

1) Аял  2) Эркек

**Суроо 2** Жашыңыз?

а) 20 жаштан төмөн  б) 20 – 29  в) 30 – 39  г) 40 – 49  д) 50 – 59  ж) 59 жаштан жогору

**Суроо 3** Үй - бүлөлүк абалыңыз?

1) Бойдок  2) Үйлөнгөм/турмушка чыккам

**Суроо 4** Билимиңиз?

1) Толук эмес орто билимдүү  2) Орто билимдүү  3) Жогорку билимдүү (бакалавр)  4) Магистратура  5) Аспирантура ж.б.

**Суроо 5** Айлык кирешениз?

1) Төмөн  2) Орто  3) Ортодон жогору  4) Жогору

**Суроо 6** Түрк тилин канчалык деңгээлде билесиз??

1) Төмөнкү деңгээлде  2) Орто деңгээлде  3) Жогорку деңгээлде  4) Такыр билбейм

**Суроо 7** Түркия мамлекетине бардыңыз беле?

1) Бир жолу  2) Бир нече жолу  3) Көп жолу  4) Барган эмесмин

**Суроо 8** Эгер Түркия мамлекетине барган болсоңуз, барган максатыңызды көрсөтүңүз. (Бирден көп жооп белгилесениз болот)

1) Турист  2) Жумуш боюнча  3) Билим алуу  4) Башка себептер

**Суроо 9** Түрк улутунун өкүлү менен тааныштыңыз беле?

1) Ооба  2) Жок

**Суроо 10** Түрк досторунуз барбы?

1) Ооба  2) Жок

**Суроо 11**

Түрктөр тууралуу жалпы көз карашыңыз.

	0 санынан (такыр маалыматым жок) 10 санына (көп маалыматка ээ) чейин тандасаңыз болот										
Түрктөр тууралуу өзүңүздү канчалык маалыматка ээмин деп эсептейсиз	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

**Суроо 12**

Жалпысынан түрк өкүлдөрүнө көз карашыңыз.											
	0 санынан (абдан терс) 10 санына (абдан жакшы) чейин тандасаңыз болот										
Жалпы түрктөр тууралуу он/терс көз карашыңыз	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

**Суроо 13**

Түрктөрдү кайсы маданиятка жакын деп ойлойсуз?				
Евразия (Европа ж/а Азия) <input type="checkbox"/>	Европа <input type="checkbox"/>	Жакынкы Чыгыш <input type="checkbox"/>	Орто Азия <input type="checkbox"/>	Азия <input type="checkbox"/>

**Суроо 14**

Төмөндө көрсөтүлгөн сапаттар түрктөргө канчалык деңгээлде туура келет?							
<i>Толугу менен макул эмесмин (1), макул эмесмин(2), бир аз макул эмесмин(3), айта албайм(4), Бир аз макулмун(5), Макулмун(6), Толугу менен макулмун(7)</i>	Толугу менен макул эмесмин (1)	Макул эмесмин (2)	Бир аз макул эмесмин (3)	Айта албайм (4)	Бир аз макул мун (5)	Макулмун (6)	Толугу менен макулмун (7)
Түрктөр жайдары келишет	1	2	3	4	5	6	7
Түрктөр жөнөкөй болушат.	1	2	3	4	5	6	7
Түрктөр чынчыл болушат.	1	2	3	4	5	6	7
Түрктөр ишеничтүү келишет.	1	2	3	4	5	6	7
Түрктөр билимдүү болушат.	1	2	3	4	5	6	7
Түрктөр рационалдуу болушат.	1	2	3	4	5	6	7
Түрктөр эмоционалдуу болушат.	1	2	3	4	5	6	7
Түрктөр консервативдүү келишет.	1	2	3	4	5	6	7
Түрктөр динчил болушат.	1	2	3	4	5	6	7
Түрктөр үлүтчүл болушат.	1	2	3	4	5	6	7
Түрктөр меймандос келишет.	1	2	3	4	5	6	7
Түрктөр сылык болушат.	1	2	3	4	5	6	7
Түрктөр тартиптүү болушат.	1	2	3	4	5	6	7
Түрктөр ызаат-сыйлуу болушат.	1	2	3	4	5	6	7
Ж.б. (.....)	1	2	3	4	5	6	7

**Суроо 15**

Түркия мамлекети боюнча маалыматыңыз											
	0 санынан(такыр маалыматым жок) 10 санына (көп маалыматка ээ) чейин тандасаңыз										
Түркия мамлекети боюнча маалыматыңыз	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

**Суроо 16**

Түркия эли негизинен кайсы динге ишенишет?						
Ислам <input type="checkbox"/>	Христиан дини <input type="checkbox"/>	Буддизм <input type="checkbox"/>	Иудаизм <input type="checkbox"/>	Атеизм <input type="checkbox"/>	Ж.б <input type="checkbox"/>	

**Суроо 17**

Түркияны кайсы географиялык аймакка кошосуз?					
Европа ж-а Азия (Евразия) <input type="checkbox"/>	Европа <input type="checkbox"/>	Жакынкы Чыгыш <input type="checkbox"/>	Аравия <input type="checkbox"/>	Африка <input type="checkbox"/>	Азия <input type="checkbox"/>

**Суроо 18**

Түркия тууралуу сизге таасир калтырган окуя/абал (Бирден көп жооп берсениз болот)				
Мамлекетиңизде жашаган түрктөр <input type="checkbox"/>	Тарых <input type="checkbox"/>	Терроризм <input type="checkbox"/>	ММК <input type="checkbox"/>	Эл аралык иштер (фестивалдар, конкурстар, спорттук иш чаралар ж.б.) <input type="checkbox"/>

**Суроо 19**

Төмөндө көрсөтүлгөн (саясий, экономикалык жана жашоо-турмушка байланыштуу) аныктамалар канчалык даражада Түркия мамлекетине тиешелүү экенин белгилениз.											
<i>Толугу менен макул эмесмин (1), Макул эмесмин(2), Бир аз макул эмесмин(3), Айта албайм(4), Бир аз макулмун(5), Макулмун(6), Толугу менен макулмун(7)</i>	менен макул эмесмин	Макул эмесмин	Бир аз макул эмесмин	Айта албайм	Бир аз макулмун	Макулмун	Толугу менен макулмун				

Түркия мамлекети өнүккөн демократияга ээ.	1	2	3	4	5	6	7
Түркия мамлекети адам укугун коргойт.	1	2	3	4	5	6	7
Түркия – ой-пикир эркиндиги корголгон мамлекет.	1	2	3	4	5	6	7
Түркия мамлекети ар кандай, маданият жана улуттарды урматтайт	1	2	3	4	5	6	7
Түркия – светтик/секулярдык мамлекет.	1	2	3	4	5	6	7
Түркия – заманбап мамлекет.	1	2	3	4	5	6	7
Түркия мамлекети экономикалык жана социалдык камсыздоо жагынан өнүккөн.	1	2	3	4	5	6	7
Түркия мамлекетинде билим деңгээли жогору.	1	2	3	4	5	6	7
Түркия мамлекети билим жана технология жактан алдыда.	1	2	3	4	5	6	7
Түркия мамлекети экологияга аң- сезимдүүлүк м-н мамиле кылат.	1	2	3	4	5	6	7
Ж.б. (.....)	1	2	3	4	5	6	7

**Суроо 20**

Түркия мамлекетинде өндүрүлгөн товарлар тууралуу ой-пикириңиз.							
<i>Толугу менен макул эмесмин (1), Макул эмесмин(2), Бир аз макул эмесмин(3), Айта албайм(4), Бир аз макулмун(5), Макулмун(6),Толугу менен макулмун(7)</i>	Толугу менен макул эмесмин (1)	Макул эмесмин (2)	Бир аз макул эмесмин (3)	Айта албайм (4)	Бир аз макулмун (5)	Макулмун (6)	Толугу менен макулмун (7)
Түрк товарларынын аброю чоң.	1	2	3	4	5	6	7
Түрк товарлары сапаттуу.	1	2	3	4	5	6	7
Түрк товарлары заманбап технологияга ээ.	1	2	3	4	5	6	7
Түрк товарлары бышык.							
Түрк товарлары үнөмдүү.	1	2	3	4	5	6	7
Түрк товарлары эргономикалуу (бардык жагынан төп келет)	1	2	3	4	5	6	7
Түрк товарлары эстетикалуу.	1	2	3	4	5	6	7
Ж.б.(.....)	1	2	3	4	5	6	7

**Суроо 21**

Түркиядагы туризм тууралуу ой-пикириңиз.							
<i>Толугу менен макул эмесмин (1), макул эмесмин(2), бир аз макул эмесмин(3), Айта албайм(4), Бир аз макулмун(5), Макулмун(6),Толугу менен макулмун(7)</i>	Толугу менен макул эмесмин (1)	Макул эмесмин (2)	Бир аз макул эмесмин (3)	Айта албайм (4)	Бир аз макулмун (5)	Макулмун(6)	Толугу менен макулмун (7)
Түркия туризмде тейлөө кызматы жагынан өнүккөн.	1	2	3	4	5	6	7
Түркияда эс алуу арзан.	1	2	3	4	5	6	7
Түркия – өзгөчө маданиятка жана тарыхка ээ мамлекет.	1	2	3	4	5	6	7
Түркия – эс алуу боюнча артыкчылык берилген өлкө.	1	2	3	4	5	6	7
Түркия эс алуу үчүн коопсуз өлкө	1	2	3	4	5	6	7
Түркия меймандос өлкө	1	2	3	4	5	6	7
Ж.б. (.....)	1	2	3	4	5	6	7

**Суроо 22**

Төмөндөгү булактардын кайсынысы Түркия тууралуу сын-пикириңизге таасирин тийгизди/тийгизген жок.											
Алынган булактар;	0 санынан (эч таасирин тийгизген жок) 10 санына (абдан чоң таасир тийгизди) чейин тандасаныз болот.										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ММК	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Интернет	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Китеп	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Тааныш түрктөрдөн улам	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Түркияга болгон саякатым.	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Чоң иш-чаралар (спорт, музыка ж.б. иш-чаралар)	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Таанытуу/реклама иш-чаралары, басылмалар (көргөзмө, жарманке, таанытуу китепчеси, брошюра ж.б.).	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Турк операторлор/Саякат агенттиктери.	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ж.б (.....)	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

**Суроо 23**

<b>Түркия Кыргызстандагы мамлекети кайсы тармакта таасирдүү/таасирдүү эмес деп ойлойсуз.</b>											
<i>Түркия Кыргызстандагы кайсы тармактарга таасирин тийгизе алды/алган жок.</i>	<b>0 санынан (эч таасирдүү эмес) 10 санына (абдан таасирдүү) чейин тандасаңыз болот.</b>										
	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
Саясатка	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Экономикага	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Аскердик тармакка	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Маданий тармакка	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Билим берүү тармагына	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

**Суроо 24**

<b>Кыргызстанда жүргүзүлгөн Түркиянын расмий ишмердүүлүктөрүнө болгон көкөрашыңыз (оң/терс)</b>											
<b>Иш-чаралар:</b>	<b>0 санынан (абдан терс) 10 санына (абдан жакшы) чейин тандасаңыз болот.</b>										
	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
Экономика жаатында жасалган иш-чаралар	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Билим берүү жаатында жасалган иш-чаралар	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ден соолук жаатында жасалган иш-чаралар	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Айыл-чарба/мал-чарбачылыгы жаатында жасалган иш чаралар	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Диний иш-чаралар	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Коопсуздук иштери боюнча иш-чаралар	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Маданий иш-чаралар	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

**Суроо 25**

<b>Кыргызстандагы Түрк мамлекеттик уюмдардын иштери тууралуу канчалык маалыматыңыз бар</b>											
<b>Уюмдар:</b>	<b>0 санынан (такыр маалыматым жок) 10 санына (көп маалыматка ээ) чейин тандасаңыз болот.</b>										
	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
Түрк кызматташуу жана өнүктүрүү агенттигинин башкармалыгы (ТИКА )	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Чет мамлекеттеги Түрктөр ж-а тектеш калктардын коому	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Түрк радио жана телевидение коому (TRT)	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Кыргыз-Түрк “Манас” университети	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Тышкы иштер министрлиги /Элчилик	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Түркиянын куралдуу күчтөр башкармалыгы	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Түркиянын ички иштер министрлиги	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

**Суроо 26**

<b>Эгерде Сиздин, Кыргызстандагы Түркиянын атынан иштеп жаткан ТИКАнын ( Түрк кызматташуу жана өнүктүрүү агенттигинин башкармалыгы) ишмердүүлүгүнө болгон маалыматыңыз бар болсо оң/терс белгисин белгилениз.</b>											
<b>Иш-чаралар:</b>	<b>0 санынан (абдан терс) 10 санына (абдан жакшы) чейин тандасаңыз болот.</b>										



	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Адистерди даярдоо иштери	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Билим берүүгө кошкон салымы	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Маданиятты өнүктүрүү иштерине салымы	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Социалдык инфраструктурага кошкон салымы (материалдар жана жабдыктар)	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

**Суроо 27**

<b>Эгерде Сиздин, Кыргызстандагы мамлекеттик Түрк билим берүү мекемелеринин ишмердүүлүгү тууралуу маалыматыңыз бар болсо позитивдүү/негативдүү белгисин белгилениз.</b>											
<b>Мекемелер:</b>	<b>0 санынан (абдан терс) 10 санына (абдан жакшы) чейин тандасаңыз болот.</b>										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Кыргыз-Түрк “Манас” университети	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Түрк тилин үйрөтүү борбору (TÖMER)	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Кыргыз-Түрк Анадолу лицейи	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Кыргыз-Түрк Анадолу кесиптик кыздар лицейи	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Бишкек Түрк башталгыч мектеби	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ош мамлекеттик университетинин теология факультети	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

**Суроо 28**

<b>Эгерде Сиздин, Кыргызстандагы Кыргыз-Түрк “Манас” университети тууралуу маалыматыңыз бар болсо ой-пикириңизди белгилениз.</b>							
	Толугу менен макул эмесмин (1)	Макул эмесмин (2)	Бир аз макул эмесмин (3)	Айта албайм (4)	Бир аз макулмун (5)	Макулмун (6)	Толугу менен макулмун (7)
<i>Толугу менен макул эмесмин (1), Макул эмесмин(2), Бир аз макул эмесмин(3), Айта албайм(4), Бир аз макулмун(5), Макулмун(6), Толугу менен макулмун(7)</i>							
<b>Кыргыз-Түрк “Манас” университети:</b>							
Билим берүүдө эл аралык бренд	1	2	3	4	5	6	7
Билим берүү борбору катары өзүнө тарткан мекеме	1	2	3	4	5	6	7
Коомго жана бизнес чөйрөсү нө пайдасын тийгизүүдө.	1	2	3	4	5	6	7
Интернационализацияда үлгүлүү университет.	1	2	3	4	5	6	7
Дүйнөлүк илимге салым кошкон абройлуу университет.	1	2	3	4	5	6	7
Борбордук Азиянын заманбап студенттик шаарчасына ээ болгон университет.	1	2	3	4	5	6	7
Түрк дүйнөсүнүн биримдүүлүгү жана өнүгүүсү үчүн чоң мааниге ээ университет.	1	2	3	4	5	6	7
Кыргызстандын билим берүү тармагына кошкон салымы чоң.	1	2	3	4	5	6	7

**Суроо 29**

<b>Кыргызстанда билим берүү ишмердүүлүгүн жүргүзгөн ар түрдүү кыргыз-түрк жеке менчик билим берүү мекемелерине көз карашыңыз. (жакшы/жаман)</b>											
<b>Жеке менчик билим берүү мекемелери:</b>	<b>0 санынан (абдан терс) 10 санына (абдан жакшы) чейин тандасаңыз болот.</b>										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Эл аралык Ататүрк Ала-Тоо университети	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Бишкек Ч. Айтматов атындагы лицей	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Бишкек Айчүрөк лицейи	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Бишкек Сейтек башталгыч мектеби	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Эл аралык Силк Родд мектеби	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Экономика ж-а ишкердүүлүк университети Түрк дүйнөсү коомдук илимдер институту	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
--	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

**Суроо 30**

Эгерде Сиздин, Кыргызстандагы эң көп инвестицияларды жасаган төмөндөгү уюмдардын ишмердүүлүгү тууралуу маалыматыңыз бар болсо аларды кандай кабыл аласыз. оң/терс белгисин тандаңыз.											
Ишканалар:	0 санынан (абдан терс) 10 санына (абдан жакшы) чейин тандасаңыз болот.										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Себат А.О. (Билим берүү боюнча)	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Соса Сола компаниясы	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Кайнак Холдинг («Вефа» соода борбору)	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Пласкап (пластик товарларды чыгаруу)	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Бета Сторес гипермаркети / Бета чай	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Демир-Кыргыз Интернэшнл Банк	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

**Суроо 31**

Төмөндө көрсөтүлгөн мамлекеттерден кайсы мамлекет жагат/жакпайт											
Мамлекеттер	0 санынан (эч жакпайт) 10 санына (абдан жагат) чейин тандасаңыз болот.										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Америка	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Кытай	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Россия	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Түркия	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Германия	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Швейцария	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Англия	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Канада	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Иран	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Түштүк Корея	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Япония	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

**Суроо 32**

Төмөндөгү өлкөлөрдүн Кыргызстан менен болгон мамилелеринде канчалык деңгээлде достук мамиле түзгөндүгүн ойлойсуз (жакшы/жаман)											
Мамлекеттер	0 санынан (абдан терс) 10 санына (абдан жакшы) чейин тандасаңыз болот.										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Америка	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Кытай	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Россия	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Түркия	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Германия	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Швейцария	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Англия	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Канада	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Иран	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Түштүк Корея	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Япония	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

**Суроо 33**

Сиздин оюңузча, Кыргызстан менен Түркия кайсы жагы менен окшош (Бирден көп жооп белгилесеңиз болот.)						
Мамлекет <input type="checkbox"/>	Дин <input type="checkbox"/>	Экономика <input type="checkbox"/>	Укук <input type="checkbox"/>	Салт <input type="checkbox"/>	Үй-бүлөө <input type="checkbox"/>	Эч кайсы <input type="checkbox"/>

**Суроо 34**

**Сураныч төмөндө берилген суроолорго мүмкүнчүлүгүңүзгө жараша жооп бериңиз**

- 1) Өзүңүз көргөн түрк каналдарынан үчөөнү атаңыз.  
.....
- 2) Өзүңүз уккан түрк радиосунан үчөөнү атаңыз.  
.....
- 3) Өзүңүз окуган түрк гезиттери болсо, үчөөнү жазыңыз.  
.....
- 4) Өзүңүз көргөн түрк кино же сериалдын аттарын жазыңыз.  
.....

*Убакыт бөлгөнүнүздөр үчүн чоң ыракмат!*

**EK 3. Rusça Anket Formu**

**АНКЕТА**

Уважаемые респонденты,  
Данное исследование проводится в рамках докторской диссертации на тему :“Влияние общественной дипломатии на имидж страны как метод международной стратегической коммуникации [на примерах общественной дипломатии Турции в Кыргызстане и ее восприятие обществом]”. Просим Вас внимательно изучив вопросы ответить на них. Заранее благодарим за проявленный интерес.

**СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ РЕСПОНДЕНТА**

- Вопрос 1** Пол  
1) Женский  2) Мужской
- Вопрос 2** Сколько Вам лет?  
а) менее 20  б) 20 – 29  в) 30 – 39  г) 40 – 49  д) 50 – 59   
ж) более 59
- Вопрос 3** Ваше семейное положение?  
1) холост/не замужем  2) женат/замужем
- Вопрос 4** Уровень вашего образования?  
1)Неполное среднее  2) Среднее  3) Высшее  4)Магистратура   
5) Аспирантура и выше
- Вопрос 5** Укажите уровень Вашего денежного дохода  
1) Низкий доход  2) Средний доход  3) Выше среднего   
4) Высокий доход
- Вопрос 6** Укажите Ваш уровень владения турецким языком  
1) Низкий уровень  2) Средний уровень  3) Высший уровень   
4) Не владею
- Вопрос 7** Бывали ли Вы в Турции?  
1) Один раз  2) Несколько раз  3) Много раз  4) Не был
- Вопрос 8** Если Вы были в Турции, пожалуйста укажите с какой целью (Могут быть выбраны несколько вариантов ответа)  
1)Туризм  2) По работе  3) Образование  4)Другое   
(пожалуйста, укажите.....)
- Вопрос 9** Есть ли среди Ваших знакомых турки?  
1)Да  2) Нет
- Вопрос 10** Есть ли среди Ваших друзей турки?  
1)Да  2)Нет

**ВОПРОСЫ О ВОСПРИЯТИИ ТУРЦИИ РЕСПОНДЕНТОМ**

**Вопрос 11**

Насколько Вы осведомлены о Турках?											
	0 (совсем не осведомлен) - 10 (вполне осведомлен)										
Оцените по 10-ти балльной шкале Ваш уровень осведомленности о турках	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

**Вопрос 12**

Общее мнение о турках											
	0 (весьма негативно) - 10 (весьма положительно)										
Оцените по 10-ти балльной шкале насколько	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

положительно/отрицательно Вы относитесь к туркам?												
---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

**Вопрос 13**

Как Вы думаете, к какой культуре наиболее близка культура турок ?				
Евразийская (Европа и Азия) <input type="checkbox"/>	Европейская <input type="checkbox"/>	Культура Ближнего Востока <input type="checkbox"/>	Культура Средней Азии <input type="checkbox"/>	Азиатская <input type="checkbox"/>

**Вопрос 14**

Укажите, пожалуйста, насколько близки туркам нижеперечисленные свойства характера.							
<i>Полностью не согласен (1), Не согласен (2), Частично не согласен (3), Затрудняюсь ответить (4), Частично согласен (5), Согласен (6), Полностью согласен(7)</i>	Полностью не согласен (1)	Не согласен (2)	Частично не согласен (3)	Затрудняюсь ответить (4)	Частично согласен (5)	Согласен (6)	Полностью согласен (7)
	Турки искренние.	1	2	3	4	5	6
Турки скромные.	1	2	3	4	5	6	7
Турки честные.	1	2	3	4	5	6	7
Турки надежные.	1	2	3	4	5	6	7
Турки образованные.	1	2	3	4	5	6	7
Турки рациональные.	1	2	3	4	5	6	7
Турки эмоциональные.	1	2	3	4	5	6	7
Турки консервативные.	1	2	3	4	5	6	7
Турки религиозные.	1	2	3	4	5	6	7
Турки расисты.	1	2	3	4	5	6	7
Турки гостеприимные.	1	2	3	4	5	6	7
Турки вежливые.	1	2	3	4	5	6	7
Турки дисциплинированные.	1	2	3	4	5	6	7
Турки почтительные.	1	2	3	4	5	6	7
Другое (Пожалуйста, укажите.....)	1	2	3	4	5	6	7

**Вопрос 15**

Ваш уровень осведомленности о Турции?											
Оцените по 10-ти балльной шкале	0 (совсем не осведомлен) - 10 (вполне осведомлен).										
Насколько Вы осведомлены о Турции?	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

**Вопрос 16**

Как Вы думаете, какую веру исповедует большинство населения Турции?					
Мусульманство <input type="checkbox"/>	Христианство <input type="checkbox"/>	Буддизм <input type="checkbox"/>	Иудаизм <input type="checkbox"/>	Атеизм <input type="checkbox"/>	Другое <input type="checkbox"/>

**Вопрос 17**

К какому географическому региону Вы бы отнесли Турцию?					
К Евразии <input type="checkbox"/>	К Европе <input type="checkbox"/>	К Ближнему Востоку <input type="checkbox"/>	К Аравии <input type="checkbox"/>	К Африке <input type="checkbox"/>	К Азии <input type="checkbox"/>

**Вопрос 18**

Какое событие/обстоятельство, связанное с Турцией, оказало на Вас наибольшее влияние? (Могут быть выбраны несколько вариантов ответа)				
Турки, которые проживают на территории Вашей страны <input type="checkbox"/>	История <input type="checkbox"/>	Террористические акты <input type="checkbox"/>	Медиа <input type="checkbox"/>	События международного уровня (фестивали, конкурсы, спортивные мероприятия и др.) <input type="checkbox"/>

**Вопрос 19**

Укажите, пожалуйста, насколько нижеперечисленные ценности (политические, экономические, общественной жизни) соотносятся с Турцией?
--

<i>Полностью не согласен (1), Не согласен (2), Частично не согласен (3), Затрудняюсь ответить (4), Частично согласен (5), Согласен (6), Полностью согласен(7)</i>	<b>Полностью не согласен (1)</b>	<b>Не согласен (2)</b>	<b>Частично не согласен (3)</b>	<b>Затрудняюсь ответить (4)</b>	<b>Частично согласен (5)</b>	<b>Согласен (6)</b>	<b>Полностью согласен (7)</b>
Турция – страна с развитой демократией.	1	2	3	4	5	6	7
В Турции уважают права человека.	1	2	3	4	5	6	7
В Турции есть свобода мысли.	1	2	3	4	5	6	7
В Турции уважительно относятся к другим культурам, религиям и национальностям.	1	2	3	4	5	6	7
Турция – светская страна.	1	2	3	4	5	6	7
Турция – современная страна.	1	2	3	4	5	6	7
Турция – страна с развитой экономикой и социальным обеспечением.	1	2	3	4	5	6	7
Турция – страна с высоким уровнем образования.	1	2	3	4	5	6	7
Турция – передовая страна в сфере науки и технологий.	1	2	3	4	5	6	7
Турция – страна, которая заботится об экологической обстановке.	1	2	3	4	5	6	7
Другое (Пожалуйста, укажите.....)	1	2	3	4	5	6	7

#### **Вопрос 20**

<b>Что Вы думаете о продукции, страной-производителем которой является Турция?</b>							
<i>Полностью не согласен (1), Не согласен (2), Частично не согласен (3), Затрудняюсь ответить (4), Частично согласен (5), Согласен (6), Полностью согласен(7)</i>	<b>Полностью не согласен (1)</b>	<b>Не согласен (2)</b>	<b>Частично не согласен (3)</b>	<b>Затрудняюсь ответить (4)</b>	<b>Частично согласен (5)</b>	<b>Согласен (6)</b>	<b>Полностью согласен (7)</b>
Турецкая продукция очень престижная.	1	2	3	4	5	6	7
Турецкая продукция качественная.	1	2	3	4	5	6	7
Турецкая продукция высокотехнологичная.	1	2	3	4	5	6	7
Турецкая продукция долговечная.	1	2	3	4	5	6	7
Турецкая продукция экономичная.	1	2	3	4	5	6	7
Турецкая продукция эргономичная.	1	2	3	4	5	6	7
Турецкая продукция эстетичная.	1	2	3	4	5	6	7
Другое (Пожалуйста, укажите.....)	1	2	3	4	5	6	7

#### **Вопрос 21**

<b>Что Вы думаете о туризме и пребывании в Турции?</b>							
<i>Полностью не согласен (1), Не согласен (2), Частично не согласен (3), Затрудняюсь ответить (4), Частично согласен (5), Согласен (6), Полностью согласен(7)</i>	<b>Полностью не согласен (1)</b>	<b>Не согласен (2)</b>	<b>Частично не согласен (3)</b>	<b>Затрудняюсь ответить (4)</b>	<b>Частично согласен (5)</b>	<b>Согласен (6)</b>	<b>Полностью согласен (7)</b>
Турция – страна с высоким качеством услуг в сфере туризма.	1	2	3	4	5	6	7
Турция является одной из самых доступных стран для отдыха.	1	2	3	4	5	6	7
Турция – страна с уникальной культурой и историей.	1	2	3	4	5	6	7
Турция – наиболее предпочтительная страна для отдыха.	1	2	3	4	5	6	7
Турция является безопасным местом для отдыха.	1	2	3	4	5	6	7
Турция –гостеприимная страна.	1	2	3	4	5	6	7
Другое (Пожалуйста, укажите.....)	1	2	3	4	5	6	7

#### **Вопрос 22**

Оцените по 10-ти балльной шкале уровень влияния нижеперечисленных источников информации на Ваше мнение о Турции											
Источники информации:	0 (менее повлиял) - 10 (более всего повлиял)										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Медиа, СМИ (ТВ-газеты-радио)	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Интернет	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Книги	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Знакомые турки	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Поездки в Турцию	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Крупные мероприятия (культурные, спортивные, музыкальные и др.)	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Промо-кампании (выставки, экспозиции, брошюры и др.)	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Туроператоры/Туристические агентства	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Другое (Пожалуйста, укажите.....)	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

**Вопрос 23**

Оцените по 10-ти балльной шкале уровень влияния Турции в нижеперечисленных сферах Кыргызстана											
	0 (менее всего влиятельна) - 10 (более всего влиятельна)										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
В сфере политики	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
В сфере экономики	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
В военной сфере	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
В сфере культуры	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
В сфере образования	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

**Вопрос 24**

Оцените по 10-ти балльной шкале уровень деятельности Турции в Кыргызстане											
Сферы деятельности:	0 (весьма негативна) - 10 (весьма положительна)										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Деятельность в сфере экономики	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Деятельность в сфере образования	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Деятельность в сфере медицины	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Деятельность в сфере сельского хозяйства	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Религиозная деятельность	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Деятельность в сфере безопасности	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Деятельность в сфере культуры	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

**Вопрос 25**

Оцените по 10-ти балльной шкале Ваш уровень осведомленности о деятельности турецких общественных учреждений в Кыргызстане											
Учреждения:	0 (совсем не осведомлен) - 10 (очень осведомлен)										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Турецкое Управление по сотрудничеству и развитию (ТИКА)	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Сообщество турок за рубежом	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Телерадиокомпания Турции (ТРТ)	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Кыргызско-Турецкий университет "Манас"	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Министерство иностранных дел/Посольство	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Управление вооруженными силами Турции	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Министерство внутренних дел Турции	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

**Вопрос 26**

Если Вы обладаете какой-либо информацией, оцените по 10-ти балльной шкале деятельность Турецкого управления по сотрудничеству и развитию (ТИКА) в Кыргызстане											
Сфера деятельности:	0 (негативно) - 10 (весьма положительно)										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Деятельность в сфере	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

специального образования											
Вклад в образование и обучение	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Вклад в культурное развитие	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Поддержка социальной инфраструктуры	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

**Вопрос 27**

Если вы обладаете какой-либо информацией, оцените по 10-ти балльной шкале деятельность турецких государственных образовательных учреждений в Кыргызстане											
Учреждения:	0 (негативно) - 10 (весьма положительно).										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Кыргызско-Турецкий университет "Манас"	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Турецкий Образовательный Центр (ТОМЕР)	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Кыргызско-Турецкий лицей Анадолу	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Кыргызско-Турецкий Женский Профессиональный лицей Анадолу	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Турецкая начальная школа в Бишкеке	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Факультет теологии Ошского Государственного университета	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

**Вопрос 28**

Укажите, насколько нижеперечисленные высказывания соотносятся с образовательной деятельностью Кыргызско-Турецкого университета "Манас" в Кыргызстане.							
Полностью не согласен (1), Не согласен (2), Частично не согласен (3), Затрудняюсь ответить (4), Частично согласен (5), Согласен (6), Полностью согласен(7)	Полностью не согласен (1)	Не согласен (2)	Частично не согласен (3)	Затрудняюсь ответить (4)	Частично согласен (5)	Согласен (6)	Полностью согласен (7)
Международная марка в образовании.	1	2	3	4	5	6	7
Организация, привлекающая внимание.	1	2	3	4	5	6	7
Имеет ценность для общества и сферы бизнеса.	1	2	3	4	5	6	7
Образцовый университет среди других международных университетов.	1	2	3	4	5	6	7
Университет, вносящий большой вклад в развитие мировой науки.	1	2	3	4	5	6	7
Современный университет с самым большим и современным студенческим городком в Центральной Азии.	1	2	3	4	5	6	7
Университет, вносящий большой вклад в развитие и единство Тюркского мира.	1	2	3	4	5	6	7
Университет, вносящий большой вклад в сферу образования Кыргызстана.	1	2	3	4	5	6	7

**Вопрос 29**

Если Вы обладаете какой-либо информацией, оцените по 10-ти балльной шкале уровень Вашего отношения к частным турецким образовательным учреждениям в Кыргызстане.											
Частные образовательные учреждения:	0 (негативно) - 10 (весьма положительно)										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Международный Университет Ататюрк Алатао	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Бишкекский Кыргызско-Турецкий мужской лицей им. Ч. Айтматова	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Бишкекский Кыргызско-Турецкий женский лицей Айчурок	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Бишкекский Кыргызско-Турецкий лицей Сейтек	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Международная школа Силк Роад	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Институт социальных наук тюркского мира Университета экономики и редпринимательства	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

**Вопрос 30**

Если Вы обладаете какой-либо информацией, оцените по 10-ти балльной шкале деятельность нижеперечисленных компаний, которые являются крупными инвесторами в Кыргызстане
--

Компании:	0 (негативно) - 10 (весьма положительно)										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Себат (Сеть образовательных учреждений)	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Кока-Кола (в составе Анадолу-Холдинг, производство напитков)	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Кайнак Холдинг (Торговый центр Вефа)	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Пласкап (Производство пластиковой продукции)	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Гипермаркет Бета Сторес / Бета Чай	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Демир-Кыргыз Интернэшнл Банк	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

### Вопрос 31

Оцените по 10-ти балльной шкале уровень Вашей симпатии к нижеперечисленным старанам.

Страны:	0 (негативно) - 10 (весьма положительно)										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
США	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Китай	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Россия	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Турция	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Германия	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Швейцария	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Англия	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Канада	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Иран	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Южная Корея	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Япония	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

### Вопрос 32

Оцените по 10-ти балльной шкале уровень дружелюбности нижеперечисленных стран по отношению к Кыргызстану

Страны:	0 (совсем не дружелюбна) - 10 (весьма дружелюбна)										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
США	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Китай	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Россия	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Турция	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Германия	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Швейцария	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Англия	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Канада	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Иран	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Южная Корея	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Япония	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

### Вопрос 33

В какой сфере, на Ваш взгляд, схожи Кыргызстан и Турция?  
(Могут быть выбраны несколько вариантов ответа)

Государственный строй <input type="checkbox"/>	Религия <input type="checkbox"/>	Экономика <input type="checkbox"/>	Законодательство <input type="checkbox"/>	Традиции <input type="checkbox"/>	Семейные ценности <input type="checkbox"/>	Ни один из вариантов <input type="checkbox"/>
--	----------------------------------	------------------------------------	---	-----------------------------------	--	---

### Вопрос 34

Пожалуйста, постарайтесь ответить на следующие вопросы.

- 1) Укажите турецких телеканалов, которые Вы смотрите.
- 2) Укажите турецких радиостанций, которые Вы слушаете..
- 3) Укажите турецкие газеты, которые Вы читаете.
- 4) Укажите название турецких фильмов/сериалов, которые Вы смотрели.

Благодарю Вас за потраченное время и уделенное внимание!



## KAYNAKÇA

### Kitaplar

- ADDA, Jacques. (2007). Ekonominin Küreselleşmesi. İstanbul. İletişim Yayınları.
- ADİL, İdris. (1991). Haberde Dışa Bağımlılık . İstanbul. Gazeteciler Cemiyeti Yay. : 30.
- ADLER, Alfred. (2002). Sosyal Duygunun Gelişiminde Bireysel Psikoloji. Çev. Halis Özgü. İstanbul. Hayat Yayınları.
- AKGÜL, Fatih. (2009). Rusya ve Türkiye’de Avrasyacılık. IQ Kültür Sanat Yayınları.
- AKSU, Fuat. (2008). Zorlayıcı Diplomasi: Türk Dış Politikasında. Ankara. Bağlam Yayınları.
- ALEMDAR, Korkmaz ve ERDOĞAN, İrfan. (1990). İletişim ve Toplum. İstanbul. Bilgi Yayınları.
- ALTINTAŞ, Ersin ve GÜLTEKİN, Mücahit. (2005). Psikolojik Danışma Kuramları. İstanbul. Alfa Yayınları.
- ANSBACHER, Heinz. ve ANSBACHER Rowena R.. (1956). The Individual Psychology of Alfred Adler. Ed. H. Perennial.
- ARGÜDEN, Yılmaz. (2002). Kurumsal Sosyal Sorumluluk. İstanbul. ARGE Danışmanlık Yayınları.
- ..... (2003). İtibar Yönetimi. İstanbul. ARGE Yayınları.
- ARI, Tayyar. (2009). Uluslararası İlişkiler ve Dış Politika. İstanbul. MKM Yayıncılık.
- ..... (2010). Orta Asya ve Kafkasya: Rekabetten İşbirliğine. MKM Yayınları.
- ..... (2010). Uluslararası İlişkilere Giriş. MKM Yayınları.
- ..... (1999). Uluslararası İlişkiler ve Dış Politika. İstanbul. Alfa Yayınları.
- ARISTOTELES. (1990). Politika. 3. Baskı. İstanbul. Remzi Kitabevi Yayınları.
- AZİZ, Aysel. (2011). Siyasal İletişim. 3. Baskı. Ankara. Nobel Yayın Dağıtım. 2011
- BARRETT& Braham (1995). Media. Knowledge and Power. London: Routledge.
- BAUMAN, Zygmunt. (2000). Siyaset Arayışı. Çev. Tuncay Birkan. İstanbul. Metis Yayınları.
- .....(2010). Küreselleşme (Toplumsal Sonuçları). İstanbul. Ayrıntı Yayınları.
- BECERİKLİ, Sema Yıldırım. (2005). Uluslararası Halkla İlişkiler. Ankara. Nobel Yayınları.
- BEKTAŞ, Arsev. (2002). Siyasal Propaganda. İstanbul. Bağlam Yayınları.
- BERKER, Nimet. (2009). Çatışmadan Uzlaşmaya: Kuramlar. Süreçler Uygulama. İstanbul. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- BIÇAKÇI, İlker. (2002). İletişim ve Halkla İlişkiler-Eleştirel Bir Yaklaşım. İstanbul. MediaCat Yayınları.
- BİLGİN, Nuri. (2000). Sosyal Psikolojiye Giriş. İzmir. Ege Üniversitesi Yayınları 48.
- BONGRAND, Michel. (1990). Le Marketing Politique. Paris. PUF.
- BOSTANCI, Meltem. (2012). Kamu Diplomasisinde Medyanın Rolü ve Önemi. İstanbul Anahtar Kitaplar Yayınevi.
- CAM, Esat. (1990). Politika Bilimine Giriş. İstanbul. Der Yayınları.
- CASTELLS, Manuel. (2013). Ağ Toplumunun Yükselişi / Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür. 1. Cilt. İstanbul. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- CERTO, Samuel & Peter, J. Pau. (1991). Stratejik Management. Second Edition. New York. Mc Graw Hill Int. Edition.
- CHARON, Jean-Marie. (1992). Medya Dünyası. İstanbul. İletişim Yayınları.
- CHOMSKY, Noam. (1993). Medya Denetimi. İstanbul. Tüm Zamanlar Yayıncılık.
- COOMBS, W. Timothy vd.. (2010). PR Strategy and Application. United Kingdom. Wiley Blackwell.
- CORM, Georges. (2008). 21. Yüzyılda Din Sorunu. çev. Şule Sönmez. İstanbul. İletişim Yayınları.
- CULL, Nicholas J. (2009). Public Diplomacy: Lessons from the past. Los Angeles. Figueroa Press.
- CURTIN, Patricia A. vd.. (2007). International Public Relations: Negotiating Culture. Identity and Power. California. Publications.
- CUTLIP, Scott M. vd. (2000). Effective Public Relations. New Jersey: Prentice Hall.
- ÇAM, Esat. (1993). Siyasal Sistemler. İstanbul. Der Yayınları.
- ÇAPOĞLU, Gökhan. (2010). Küresel Güç Dengesi ve Türkiye. Anadolu Stratejik Araştırmalar Vakfı Yayınları.
- ÇOLAKOĞLU, Selçuk. (2009). Uluslararası İlişkilerde Kuzeydoğu Asya. Ankara. USAK Yayınları.
- DAVER, Bülent. (1969). Siyaset ve Rejimler. Ankara. Doğan Yayınevi.
- DAVIS, Keith & Blomstrom, Robert L.. (1871). Business Society and Environment. Social Power and Social Response. 2. Ed. New York. McGraw Hill Book Company.
- DAVUTOĞLU, Ahmet. (2010). Stratejik Derinlik / Türkiye’nin Uluslararası Konumu. İstanbul. Küre Yayınları. 49. Basım.
- DE GOUVEIA, Philip Fiske & PLUMRİDG Hester. (2005). European Infopolitik: Developing EU Public Diplomacy Strategy. UK.

- DEMİR, Vedat. (2012). Kamu Diplomasisi ve Yumuşak Güç. İstanbul. Beta Yayınları.
- DİNÇER, Osman Bahadır. (2010). Yeni Dönemde Türk Dış Politikası. Ankara. USAK Yayınları.
- DİNÇER, Ömer. (2004). Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası. 7. Baskı. İstanbul. Beta Yayınları.
- DOMENACH, Jean-Marie. (1965). La Propagande Politique. Paris. PUF.
- DRUKER, Peter F. (1994). Kapitalist Ötesi Toplum. İstanbul. İnkılap Kitabevi Yayınları.
- DUVERGER, Maurice. (1964). Politikaya Giriş. İstanbul. Varlık Yay..
- ..... (1982). Siyaset Sosyolojisi. İstanbul. Varlık Yay..
- EAGLETON, Terry. (2011). Kültür Yorumları. İstanbul. Ayrıntı Yayınları.
- ELLUL, Jacques. (1962). Propagandes. Paris. A. Colin.
- ERDEM, Tevfik. (2009). Feodaliteden Küreselleşmeye Temel Kavram ve Süreçler. İstanbul. Lotus Yayınları.
- ERDOĞAN, İrfan. (1995). Uluslararası İletişim. Kaynak Yayınları.
- ..... (2006). Teori ve Pratikte Halkla İlişkiler. Ankara. Erk Yayınevi
- ERGİN, Feridun. (1989). Uluslararası Politika Stratejileri. İstanbul. İ. Ü. İktisat Fakültesi Yayınları.
- ..... (ty). Uluslararası Politika Stratejileri. İstanbul. Güryay Matbaası.
- ERTEM, Sadri. (1942). Propaganda. İstanbul. Vakıf Yayınları.
- ERTÜRK, Özkan. (2010). Küreselleşme Ekseninde Halkla İlişkiler. Ankara. Birleşik Kitabevi.
- ESSER Frank & PFETSCH Barbara. (2004). Comparing Political Communication: Theories. Cases. And Challenges. Cambridge University Press.
- EVANS, Graham vd. (2007). Uluslararası İlişkiler Sözlüğü. Çev. H. Gökkuşbuca Yayınları. İstanbul.
- FAURE, Guy Olivier & RUBIN, Jeffrey Z.. (1993). Culture and Negotiation. London. Sage Pub..
- FİDAN, Yahya. ( ). İşletme Vizyonu ve Stratejisi. Konya. KTO Yönetici Eğitim Merkezi Yayınları.
- FITZPATRICK, Kathy R.. (2011). U. S. Public Diplomacy In a Post-9/11 World: From Messaging to Mutuality. Figueroa Press.
- ..... (2009). The Future of U. S. Public Diplomacy: An Uncertain Fate. Leiden. Martinus Nijhoff Publishers.
- ..... (2007). Advancing the New Public Diplomacy-A Public Relation Perspective. De Paul University. Netherlands.
- FORTNER, Robert. (1993). International Communication. Wadsworth Publishing.
- FOUTS, Joshua S.. (2006). Public Diplomacy Practitioners. Policy Makers. and Public Opinion Forum. Washington D. C..
- FRANK, Andre Gunder. (2010). Yeniden Doğu(Asya Çağında Küresel Ekonomi). Ankara. İmge Yayınları.
- FREİTAG, Alan R. & Stokes Ashli Quesinberry. (2009). Global Public Relations. U. S. A. Routledge.
- FREUD, Sigmund. (1993). Toplum Psikolojisi. Çev.. Kemal Saydam. İstanbul. Düşünen Adam Yayınları.
- GEÇİKLİ Fatma. (2008). Halkla İlişkiler ve İletişim. İstanbul. Beta Yayınları.
- GERSTLE, Jacques. (1992). La Communication Politique. Paris. PUF.
- GIDDENS, Antony. (2010). Modernite ve Bireysel Kimlik (Geç Modern Çağda Benlik ve Toplum). İstanbul. Say Yayınları.
- GILBOA Eytan. (2000). Mass Communication and Diplomacy: A Theoretical Framework. Communication Theory. London. The Foreign Policy Center.
- GONESH, Ashvin. vd.. (2005). Public Diplomacy: Improving Practice. Netherlands Institute of International Relations. Clingendael.
- GÖNLÜBOL, Mehmet. (1969). Dış Politika: İç Etkiler Açısından Bir Dış Politika İncelemesi. Ankara. Ulusal Basımevi Yayınları.
- ..... (2000). Uluslararası Politika. Ankara. Siyasal Kitabevi..
- GRIFFITHS, Martin. (2010). Uluslararası İlişkilerde Temel Düşünürler ve Teoriler. Ankara. Nobel Yayınları.
- GRUNIG, James E.. Todd Hunt. (1984). Managing Public Relations. Chicago. Holt. Rinehart and Winston Inc..
- GRUNİG, James E. (der). (2005). Halkla İlişkiler ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik. İstanbul. Rota Yayınları.
- GUNARATNE, Shelton A.. (2005). Public Diplomacy. Global Communication and World Order: An Analysis Based on Theory of Living Systems. SAGE.
- GÜRBÜZ, Yaşar. (1980). Siyasal Sistemler. İstanbul. May Yayınları.
- GÜRÜN, Kamuran. (1983). Dış İlişkiler ve Türk Dış Politikası. Ankara. A. Ü. S. B. Fak. Yayınları.
- HARRİS, Thomas L. & Whalen Patricia T.. (2009). 21. Yüzyılda Pazarlama Profesyonellerinin Halkla İlişkiler El Kitabı. Rota Yayınları.

- HATİBOĞLU, Zeyyat. (1986). İşletmelerde Stratejik Yönetim. İstanbul: İrfan Yayıncılık.
- HAYNES, Jeff. (2011). Religion. Politics and International Relations. Routledge Yayınları.
- HAZAR, Numan. (2009). Uluslararası Politika ve Uygulamalar. USAK (Uluslararası Stratejik Araştırmalar Kurulu) Yayınları.
- HOFSTEDDE, Geert. (1980). Culture's Consequences: International Differences in Work Related Values. London. Sage Publications.
- HUNTINGTON, Samuel P.. (1993). Üçüncü Dalga. Ankara. Türk Demokrasi Vakfı Yayınları.
- İNAN, Kamuran. (1993). Dış Politika. İstanbul. Ötüken Yayınları.
- İNCEOĞLU, Metin. (2011). Tutum Algı İletişim. İstanbul. Siyasal Kitabevi Yayını.
- İSKİT, Temel. (2007). Diploması. Tarihi. Teorisi. Kurumları ve Uygulamaları. İstanbul. Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- KADİBEŞEGİL, Salim. (2006). İtibar Yönetimi. İstanbul. Mediacat Yayınları.
- KAİD, Lynda Lee. (2004). Handbook of Political Communication Research. Routledge.
- KALAYCIOĞLU, Ersin. (1984). Çağdaş Siyasal Bilim. 3. Baskı. İstanbul. Beta Yayınları.
- ..... (1990). Çağdaş Siyasal Bilim (Teori. Olgu ve Süreçler). İstanbul. Der Yayınları.
- KAPANİ, Münci. (1987). İnsan Haklarının Uluslararası Boyutları. İstanbul. Bilgi Yayınları.
- ..... (1992). Politika Bilimine Giriş. İstanbul. Bilgi Yayınları.
- KARPAT, Kemal H. (2003). Türkiye ve Orta Asya. Çev. Hakan Gür. Ankara. İmge Kitabevi Yayınları.
- KAZANCI, Metin. (2007). Kamuda ve Özel Kesimde Halkla İlişkiler. 7. Basım. Ankara.
- KEANE, John. (1993). Medya ve Demokrasi. İstanbul. Ayrıntı Yayınları.
- KENNEDY, Paul. (1991). Büyük Güçlerin Yükseliş ve Çöküşleri. 3. Baskı. Ankara. Türkiye İş Bankası Yayınları.
- KİSSİNGER, Henry. (2007). Diploması. Çev. İbrahim H. Kurt. İstanbul. İş Bankası Yayınları.
- KOÇ, Erdoğan. (2011). Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri/Global ve Yerel Yaklaşım. Ankara. Seçkin Yayınları.
- KOÇEL, Tamer. (2007). İşletme Yöneticiliği. 11. Baskı. İstanbul. Arıkan Yayınları.
- KÖNİ, Hasan. (1982). Genel Sistem Kuramı ve Uluslararası Örgütlerde Karar Verme. Ankara. A. Ü. İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Yayınları
- KUTANİS, Rana (2006). Özen. Örgüt Kültürü Ders Notları. Sakarya. Sakarya Kitabevi.
- LASSWELL, Harold D.. (1927). Propaganda Technique in The World War. London.
- LE BON Gustave. (1999). Kitleler Psikolojisi. Çev.. Tolga Sağlam. İstanbul. Timaş Yayınları.
- LEONARD, Mark & Aleksan V. (2000). Going public: Diplomacy for the Information Society. London: The Foreign Policy Centre.
- LEONARD, Mark. STEAD, Catherina & SNEWING, Conrad. (2002). Public Diplomacy. The Foreign Policy Center.
- LEONARD, Mark. (2002). Public Diplomacy. London. Foreign Policy Center.
- LETANG, Jacquie. (2009). Public Relations and Diplomacy in a Globalized World: An Issue of Public Communication. Sage.
- LIPPMANN, Walter. (1997). Public Opinion. Third Edition. New York. Free Press Paperbacks.
- LIPSET, Seymour M. (1986). Siyasal İnsan. Ankara. 2. Baskı. Teori Yayınları.
- LIPSON, Leslie. (1978). Politika Biliminin Temel Sorunları. Ankara. A. Ü. Hukuk Fak. Yayınları.
- MALONE, Gifford. (1998). Political Advocacy and Cultural Communications. Lanheim. University of America.
- MANHEİM, Jarol B.. (1990). Strategic Public Diplomacy: The Evolution of Influence. NY. Oxford University Press.
- MELISEN, Jan. (2005). Wielding Soft Power: The New Public Diplomacy. Netherlands Institute of International Relations. Clingendael.
- ..... (2007). The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations. Second Edition. New York. Palgrave Macmillan.
- MICHAEL, A. Hogg. (1988). Social Identifications: A Social Psychology of Intergroup Relations and Group Processes. London. Routledge.
- MİTCHELL, J. H.. (1986). International Cultural Relations. London. Allen and Unwin.
- MOON, Michael ve Millison, Doug. (2003). Ateşten Markalar-İnternet Çağında Marka Sadakati Yaratmanın Yolları. MediaCat Yayınları.
- MORGENTHAU, Hans. (1970). Uluslararası Polika- Güç ve Barış Mücadelesi. Çev. Baskın Oran. Ünsal Oskay. C. I-II. Ankara. Sevinç Matbaası.
- MUTLU, Erol. İletişim Sözlüğü. Bilim Sanat Vakfı Yayınları. İstanbul. t. y.

- MUTLU, Mustafa. (2003). Vietnam'dan Körfez'e Savaşlarda Kamuoyu Oluşumu. Okumuş Adam Yayınları. İstanbul.
- MÜTERCİMLER, Erol. (1997). 21. Yüzyıl ve Türkiye "Yüksek Strateji". İstanbul. Erciyaş Yayınları.
- NYE, Joseph S.. (2005). Yumuşak Güç. Ankara. Elips Kitap.
- OKAY, Vahat. (1962). Modern Propaganda. İstanbul. İ. Ü. İktisat Fak. Gazetecilik Enstitüsü Yayınları.
- OKTAY, Mahmut. (2002). Politikada Halkla İlişkiler. İstanbul. Derin Yayınları.
- OSKAY, Ünsal. (1985). Kitle Haberleşme Teorisine Giriş. Ankara. A. Ü. Basın-Yayın Yüksekokulu Yayınları.
- ÖNEN, Mesut. (1988). Uluslararası İlişkiler Dersleri. İstanbul. Beta Yayınları.
- ÖZDAL, Hasibe. (2011). Mülakatlarla Türk Dış Politikası. USAK (Uluslararası Stratejik Araştırmalar Kurulu) Yayınları.
- ABDULLAH, Özkan. (2009). Halkla İlişkiler Yönetimi. İstanbul. İTO Sosyal Yayınları.
- ÖZKAYA, Orhan. (2012). Küreselleşme ve Ulusal Devletler. İstanbul. Asya Şafak Yayınları.
- PARASIZ, İlker. (2003). İkinci Kuşak Kalkınma Politikaları ve Reformlar. Bursa. Ezgi Kitabevi Yayınları.
- PELTEKOĞLU-BALTA, Filiz. (2001). Halkla İlişkiler Nedir? İstanbul. Beta Yayınları.
- POSTMAN, Neil. (2006). Teknopoli Yeni Dünya Düzeni. İstanbul. Paradigma Yayınları.
- POTYEMKİN, Vladimir. (2009). Uluslararası İlişkiler Tarihi. 4 Cilt. İstanbul. Evrensel Yayınları.
- RITZER, George. (2011). Küresel Dünya. İstanbul. Ayrıntı Yayınları.
- RUGH, William. (2011). Practice of Public Diplomacy: Confronting Challenges Abroad. Palgrave Yayınları.
- SANLI, Leyla. (2005). Politik Kültür ve Toplumsal Hareketler. İstanbul. Yeni Alan Yayıncılık.
- SARGUT, A. Selami. (2001). Kültürler Arası Farklılaşma ve Yönetim. İmge Kitabevi. Ankara.
- SAYDAM, Ali. (2005). Algılama Yönetimi. İstanbul. Rota Yayınları.
- SEN, Amarthya. (2004). Özgürlükle Kalkınma. İstanbul. Ayrıntı Yayınları.
- SEZER, Duygu. (1972). Kamu Oyu ve Dış Politika. Ankara. A. Ü. S. B. Fak. Yay..
- SOYSAL, İsmail. (1976). Tanıtma ve Türkiye'nin Tanıtılması. Ankara. Unesco Türk Milli Komisyonu Yayınları.
- SÖNMEZOĞLU, Faruk. (1989). Uluslararası Politika ve Dış Politika Analizi. İstanbul. Filiz Kitabevi Yayınları.
- ..... (2005). Uluslararası İlişkilere Giriş. İstanbul. Der Yay.
- SRIRAMESH, Krishnamurthy vd.. (2009). The Global Public Relations Handbook: Theori. Research and Practice. Routledge. Newyork.
- STUART, John Mill. (2000). Özgürlük Üstüne. İstanbul. Belge Uluslararası Yayınları.
- SZONDI, Gyorgy. (2008). Public Diplomacy and Nation Branding. Clingendael. Nederland Institute of International Relations.
- ŞENSES, Fikret. (2009). Neoliberal Küreselleşme ve Kalkınma. İstanbul. İletişim Yayınları.
- TACK, Philip B. (1994). Kriz Zamanı Yönetim. Çev. Yakut Güneri. İstanbul. İlgi Yayıncılık.
- TANİLLİ, Server. (1996). Devlet ve Demokrasi. İstanbul. Çağdaş Yayınları.
- TENCH, Ralph & Yeomans, Liz. (2006). Exploring Public Relations. England. Prentice Hall.
- THEAKER Alison. (2008). Halkla İlişkilerin El Kitabı. İstanbul. MediaCat Kitapları.
- TODD, Emmanuel. (2004). İmparatorluktan Sonra: Amerikan Sisteminin Çöküşü. çev. Gülser Çetin. 1. Baskı. Ankara. Dost Yayınevi.
- TOKGÖZ, Oya. Siyasal İletişimi Anlamak. Ankara. İmge Kitabevi. 2008
- TÖRENLİ, Nurcan. (2011). Küreselleşmenin Yol Haritaları. Tekno-Siyasal Paradigmalar. Ankara. Ütopya Yayınları.
- TUCH, Hans N. (1990). Communicating ith the World: U.S. Public Diplomacy Overseas. St. Martin's Press Inc.
- TUNCER, Hadiye ve TUNCER Hüner. (1997). Osmanlı Diplomasisi ve Sefaretnameler. Ankara. Ümit Yayıncılık. Anakara.
- TUNCER, Hüner Eski ve Yeni Diploması. Ankara. Ümit yay.. 2005(1991)
- TUNCER, Hüner. (2005). Eski ve Yeni Diploması. Ankara. Ümit Yayıncılık.
- ..... (2009). Diplomasinin Evrimi-Gizli Diplomasiden Küresel Diplomasıye. İstanbul. Kaynak Yayınları.
- TURAN, İter. (1983). Siyasal Sistem ve Siyasal Davranış. İstanbul. Der. Yayınları.
- TURNER John. vd. (1987). Rediscovering Social Group: A Self-Categorization Theory. Oxford. Blackwell.
- UNUTKAN, Göksel A. (1995). İşletmelerin Yönetimi ve Örgüt Kültürü. İstanbul. Türkmen Kitabevi.

- URAL-GÜZELCİK, Ebru. (2006). Stratejik Halkla İlişkiler Uygulamaları. İstanbul. Birsen Yayımevi..
- UYSAL, Birkan. (1998). Siyaset, Yönetim, Halkla İlişkiler. Ankara. TODAİE Yayınları.
- UZGEL, İlhan. (2004). Ulusal Çıkar ve Dış Politika. İmge Kitabevi. Ankara.
- ÜLGEN, Hayri ve MİRZE, Kadri. (2004). İşletmelerde Stratejik Yönetim. 3. Baskı. İstanbul. Literatür Yayınları.
- VALANTIN, Jean Michel. (2006). Küresel Stratejinin Üç Aktörü: Hollywood. Pentagon ve Washington. çev. Ömer Faruk Turan. İstanbul. Babıali Kültür Yayınları.
- VERGİN, Nur. (2004). Siyasetin Sosyolojisi (Kavramlar. Tanımlar. Yaklaşımlar). İstanbul. Bağlam Yayınları.
- WALLAS, Ruth A. ve Wolf Alison. (2012). Çağdaş Sosyoloji Kuramlar. Ankara. Doğu Batı Yayınları.
- WALLER, Michael. (2008). The Public Diplomacy Reader. Washington. The Institute of World Politics Press.
- WALTZ, Kenneth & Quester, George H. (1982). Uluslararası İlişkiler Kuramı ve Dünya Siyasal Sistemi. Ankara. A. Ü. SBF Yayınları.
- WELLS G. Ronald. (1993). Yetki Devri. (Çev: Vedat Üner). İstanbul. Kişisel Gelişim ve Yönetim Dizisi 5. Rota Yay.. .
- WILCOX, Dennis L. & Cameron, Glen T.. (2006). Public Relations Strategies and Tactics. 8. Basım. Boston. Allyn and Bacon.
- WILLIMAS, Raymond. (1958). Culture and Society 1780-1950. London. Chatto and Windus.
- YAVAŞGEL, Emine. (2004). Siyasal İletişim / Kavramlar ve Ardındakiler. Ankara. Babil Yayınları.
- ZAHARNA, Rhonda. (2010). Battles to Bridges. New York. Palgrave Macmillan.

## Makaleler

- AKBAŞ, Zafer. (2012). “Orta Doğu’da Değişim Süreci ve Türk Dış Politikası”. Akademik Yaklaşımlar Dergisi (Journal of Academic Approaches). Cilt 3. Sayı 1.
- AKÇADAĞ, Emine. (2011). “ABD’nin Kamu Diplomasisi Stratejisi: Akıllı Güç”. Kamu Diplomasi Enstitüsü. İstanbul.
- ..... (2012). “Yükselen Güç Çin’in Kamu Diplomasisi”. Kamu Diplomasi Enstitüsü. İstanbul.
- AKGÖNENÇ, Oya. (2009). “Dış Politikada Diplomasinin Rolü, Önemi ve Metodları”. Jeopolitik. Ekim
- AKGÜN, Mensur ve Gündoğar Sabiha Senyücel. (2011). “Ortadoğu’da Türkiye Algısı 2011”. TESEV Dış Politika Programı. TESEV Yayınları.
- AKTAN, Coşkun Can. (1998). “Geleceği Kazanmanın Yolu: Stratejik Yönetim”. Yeni Türkiye. Ocak-Şubat.
- AMSTRONG, Matthew. C. (2009). “Operationalizing Public Diplomacy”. Handbook of Public Diplomacy. Ed. Nancy Snow and Philip M. Taylor. New York. Routledge. 2009.
- AYDIN, Mustafa. (1996). “Uluslararası İlişkilerde Teori. Yaklaşım ve Analiz”. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi 50 (3-4): 71-114.
- AYDIN, Mustafa. (1994). “Liderlik”. Malatya İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi. Cilt 1. Sayı 1.
- BAYRAKTAR, Zulfikar. (2012). “Türkiye’nin Balkanlardaki Yumuşak Gücü Türk Kültürü”. Karadeniz Araştırmaları Dergisi.
- BERNAYS, Edward. (1988). “Social Responsibility of Business”. Presicison Public Relations. New York. Longman.
- CANBOLAT, İbrahim S.. (2010). “Tarihten Dersle Alternatif Diplomasi”. Kamu Diplomasi Enstitüsü. İstanbul.
- ..... (2009). “Türk Dış Politikasının Avrupa İle İlişkileri Çerçevesinde Geleceği”. Türk Dış Politikası -Uluslararası III. Türk Dış Politikası Sempozyumu Tebliğleri. Ankara. Uluslararası Stratejik Araştırmalar Yayınları.
- CHITTY, Naren. (2009). “Australian Public Diplomacy”. Handbook of Public Diplomacy. Ed. Nancy Snow. Philip M. Taylor. New York. Routledge.
- COHEN, J. (1999). “Strateji ya da Kimlik: Yeni Teorik Paradigmalar ve Sosyal Hareketler”. Yeni Sosyal Hareketler. (ed. ) K. Çayır. İstanbul. Kaknüs Yayınları.
- CULBERTSON, Hugh M. “Introduction”. International Public Relations. Ed. Hugh M. Culbertson. Ni Chen. 2. Basım. New York. Routledge. 2009
- CULL, Nicholas J. (2009). “Public Diplomacy Before Gullion”. Handbook of Public Diplomacy. Ed.

- Nancy Snow. Philip M. Taylor. Routledge.
- ÇOŞKUN-BALAMIR, Beren. (2012). "Güvenlik Sorunları ve Kamu Diplomasisi". Kamu Diplomasisi. İstanbul. Tasam Yayınları.
- DEMİR, Vedat. (2011). "Public Diplomacy And The Contributions Turkey Has Mad in the Relationships Among Its'Neighboring Countries". Kamu Diplomasi Enstitüsü. İstanbul.
- DEVİRAN, Yusuf. (2012). "Türk Tarihi Perspektifinden Kamu Diplomasisine Bakış ya da Tarihi Potansiyeli Yeniden Düşünmek". Kamu Diplomasisi. İstanbul. Tasam Yayınları.
- DOĞAN, Erhan. (2012). "Kamu Diplomasisinin Sunduğu Fırsatla ve Kısıtlar Üzerine". Kamu Diplomasisi. İstanbul. Tasam Yayınları.
- DUFFEY, Joseph. (2009). "How Globalization Became U. S. Public Diplomacy at the End of the Cold War ". Handbook of Public Diplomacy. Ed. Nancy Snow. Philip M. Taylor. Routledge.
- DURŞUN, İbrahim Taha. (2013). "Örgüt Kültürü ile Stateji İlişkisi: Hofstede'nin Boyutları Açısından Bir Değerlendirme". Siyaset. Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi. Yıl 1. Cilt 1. Sayı 4.
- EFEĞİL, Ertan. (2011). "Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi". Kamu Diplomasi Enstitüsü. İstanbul.
- EFEĞİL, Ertan. (2012). "Kamu Diplomasisine İlişkin Görüşler ve Türk Dış Politikasının Durumu. Ak Parti ve MHP'nin Söylemlerinin Karşılaştırılması". Kamu Diplomasisi. İstanbul. Tasam Yayınları.
- ERDAĞ, Ramazan. (2013). "Türkiye'nin Stratejik Kültürü ve Dış Politikada Yansıması". Akademik İncelemeler Dergisi.
- ERHAN, Çağrı. (1996). "Ortaya Çıkışı ve Uygulanışıyla Marshall Planı". Ankara. A.Ü. SBF Dergisi.
- ERZEN, Meltem Ünal. (2012). "Kamu Diplomasisini kapsamı ve Geleceği". Kamu Diplomasisi. Tasam Yayınları. İstanbul.
- FİŞHER, Ali. (2009). "Four Seasons in One Day". Handbook of Public Diplomacy. Ed. Nancy Snow. Philip M. Taylor. Routledge.
- GASS, Robert H.. (2009). "Credibility and Public Diplomacy". Handbook of Public Diplomacy. Ed. Nancy Snow. Philip M. Taylor. Routledge.
- GILBOA, Eytan. (2008). "Searching for a Theory of Public Diplomacy". The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science . 616.
- GILES, Scott-Smith. (2009). "Exchange Programs and Public Opinion". Handbook of Public Diplomacy. Ed. Nancy Snow. Philip M. Taylor. New York. Routledge.
- GÖKBAŞ, Seval. (2011). "Çok Kutuplu Yeni Uluslararası Sistemde 'Güvenlik' Algısı". Kamu Diplomasi Enstitüsü. İstanbul.
- GÖKÇE, Orhan ve Şahin Ali. (2012). "21. Yüzyılda Türk Bürokrasisinin Sorunları ve Çözüm Önerileri". SU İİBF Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi.
- GÖKİRMAK, Mert. (2012). "Küreselleşen Dünyada Diplomasi: Kamu Diplomasisi". Kamu Diplomasi Enstitüsü. İstanbul.
- GÖZEN, Ramazan. (2010). "Son Dönem Türk Dış Politikasının Analizi: Kimlik. Strateji ve Siyaset". Yükselen Değer Türkiye. MÜSİAD. İstanbul.
- GRUNIG, James E. ve GRUNIG Larissa A.. (2005). "Halkla İlişkiler ve İletişim Modelleri". Halkla İlişkiler ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik. (der. ) E. James Grunig. İstanbul. Rota Yayınları.
- GRUNIG, James E. (1997). "Public Relations Management in Government and Business". Handbook of Administrative Communication. NY: Marcel Dekker.
- GÜÇLÜ, Nezahat. (2003). "Stratejik Yönetim". G. Ü. Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi. Cilt 23. Sayı 2
- GÜRÜN, Kamuran. (1983). Dış İlişkiler ve Türk Dış Politikası. Ankara. A. Ü. S. B. Fak. Yayınları.
- HEATH, Robert L. (1942). "A Rhetorical Enactment Rationale for Public Relations". Handbook of Public Relations. Robert L. Heath. Sage Publication Inc.. 2001
- ISAR, Yudhishthir Raj. (2012). "Kültür Diplomasisi: Şişirilmiş bir İtibar Peşinde mi?". Kamu Diplomasisi. İstanbul. Tasam Yayınları.
- İNAN Ece. (2012). "Kamu Diplomasisi ve Halkla ilişkiler Eksenine". Kamu Diplomasisi. İstanbul. Tasam Yayınları.
- KADIBEŞEĞİL, Salim. (2011). "Kurumsal Sosyal Sorumluluk Diye Bişey Yoktur!". Marketin Türkiye Dergisi.
- KALEAĞASI, Bahadır. (2012). "Türkiye'nin Geleceğinin İnşası İçin Jeo-Stratejik Önem Yetmez". Kamu Diplomasi Enstitüsü. İstanbul.
- KALIN, İbrahim. (2010). "Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi. Daha güçlü Bir Türkiye". Yükselen Değer Türkiye. Haz. MÜSİAD. İstanbul.
- ..... (2011). "Soft Power and Public Diplomacy in Turkey". Perceptions. Vol:16. No:1.
- ..... (2012). "Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi". Kamu Diplomasisi. Tasam Yayınları. İstanbul.

- KARACASULU, Nilüfer. (2008). "Dış Politika Nedir?". Türk Dış Politikası. 1919-2008. Ed. Haydar Çakmak. Ankara. Platin Yayınları.
- KAYADOR, Vakur. (2004). "Dünden Bugüne Rusya; Rusya'nın Genel Politikaları". 2023Dergisi. S:42. 15 Ekim 2004. s. 34.
- KODAMAN, Timuçin ve Akçay, Ekrem Yaşar. (2010). "Kuruluşta Yıkılışa Kadar Osmanlı Diploması Tarihi ve Türkiye'ye Bıraktığı Miras". SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi. Sayı 22. Aralık
- KRAUSE, Peter & Van Evera, Stephen. (2009). "Public Diplomacy: Ideas For The War of Ideas". Middle East Policy. Vol. XVI. No. 3. Fall
- KULAKLIKAYA, Musa. (2010). "Yükselen Donör Ülke Türkiye ve TİKA'nın Türkiye Kalkınma Yardımlarındaki Rolü". Yükselen Değer Türkiye. İstanbul. MÜSİAD
- KUYUCU Burcu Akar. (2003). "Kurumlarda Başarılı ve Etkili İtibar Yönetimi". İtibar Yönetimi. İstanbul. ARGE Yayınları.
- KÜRKCÜOĞLU, Ömer. (2004). "The Adoption and Use of Permanent Diplomacy". Ottoman Diplomacy: Conventional or Unconventional. A. Nuri Yurdusev (ed. ). New York. Palgrave Macmillan.
- L'ETANG Jacquie. (2002). "Diploması Olarak Halkla İlişkiler". Halkla İlişkilerde Eleştirel Yaklaşımlar. (der. ) Jacquie L'Etang ve Magda Pieczka. Ankara. Vadi Yayınları.
- LEONARD, Mark. and Small Andrew T.. (2003). "Norwegian Public Diplomacy". The Foreign Center. London.
- CASTELLS, Manuel. (2008). "The New Public Sphere: Global Civil Society. Communication Networks. and Global Governance". The Annals of the Academy of Political and Social Science. Vol: 616. No:1.
- AMSTRONG, C. Matthew. (2009). "Operationalizing Public Diplomacy." Handbook of Public Diplomacy. Ed. Nancy Snow. Philip M. Taylor. New York. Routledge.
- MAY, Robert D.. Edmond R. Gray. James E. Gates. Business and Society: Cases and Text. Cincinnati. West Chicago: South Western Publishing. 1976
- McNAIR, Brian. (2002). "Politikada Temsil ve Temsilin Politikası". Halkla İlişkilerde Eleştirel Yaklaşımlar. Ed. Jacquie L'etang & Magda Pieczka Çev.. Sema Yıldırım Becerikli. Ankara. Vadi Yayınları.
- MENGÜ-ÇAKAR, Seda ve Yıldırım, Gonca. (2012). "Halkla İlişkilerin Kamu Diplomasisinde Etkin Kullanımı". Kamu Diplomasisi. Tasam Yayınları. İstanbul.
- NELSON, Richard & İzadi, Foad. (2009). "Ethical and Social Issues in Public diplomacy. Innovations". Handbook of Public Diplomacy. Routledge.
- NYE, Joseph S. (2004). "Soft Power". Public Affairs. New York.
- OGAWA, Tadashi. (2009). "Origin and Development of Japan's Public Diplomacy". Handbook of Public Diplomacy. Routledge.
- ÖZCAN, Mesut. (2010). "Türkiye'nin Ortadoğu Politikasının Dönüşümü". Yükselen Değer Türkiye. İstanbul. MÜSİAD
- ÖZCAN, Ufuk. (1995). "Wilson Prensipleri Üzerine". İ. Ü. Sosyoloji Dergisi. Cilt 3. Sayı 4.
- ÖZER, Yunus Emre. (2011). "Küresel Rekabet-Bölgesel Kalkınma ajansları ve Türkiye". SDÜ Sosyal Bilimler Dergisi.
- ÖZEV, Muharrem Hilmi. (2011). "İKT Üyesi Ülkeler ve Kamu Diplomasisi". Kamu Diploması Enstitüsü. İstanbul.
- ÖZKAN, Abdullah. (2011). "Medyanın Kamu Diplomasisi Rolü". Kamu Diploması Enstitüsü. İstanbul.
- ..... (2012). "Türkiye'nin Kalkınma Yardımlarında Kamu Diplomasisi Perspektifi". Kamu Diploması Enstitüsü. İstanbul.
- ÖZÜPEK, M. Nejat. (2008). "Sosyal Sorumluluk". Halkla İlişkiler. Der: Ahmet Kalender. Mehret Fidan. Konya. Tablet Yayınları.
- ÖZYÜKSEL, Murat. (2004). "Abdülhamit Dönemi Dış İlişkileri". Türk Dış Politikasının Analizi. Ed. Faruk Sönmezoglu. İstanbul. Der Yayınları.
- PETERSON, Peter G.. (2008). "Public Diplomacy and the War on Terrorism". Foreign Affairs. Vol. 81. No: 5. 2002
- PIRA, Aylın ve Sohodol Cibil. (2004). Kriz Yönetimi: Halkla İlişkiler Açısından Bir Değerlendirme. İstanbul. İletişim Yayınları.
- PRATKANİS Anthony. (2009). "Public Diplomacy in International Conflicts- A Social Influence Analysis". Handbook of Public Diplomacy. Ed. Nancy Snow & Philip M. Taylor. Routledge.
- YILMAZ, Sait. (2012). "Amerika Birleşik Devletlerinde ve Avrupa Birliği'nde Kamu Diplomasisi ve

- Güç Projeksiyonu". Kamu Diplomasisi. İstanbul. Tasam Yayınları.
- SALHA, Samir. (2012). "Kamu Diplomasisi Perspektifinden Kalkınma Yardımlarının Analizi". Kamu Diplomasisi Enstitüsü. İstanbul.
- SANDER, Oral. (2004). "Yeni Bir Bölgesel Güç Olarak Türkiye'nin Dış Politika Hedefleri". Türk Dış Politikasının Analizi. Ed. Faruk Sönmezoğlu. İstanbul. Der Yayınları.
- SARIGÜL, Soner. (2013). "Türkiye'nin Balkanlardaki 'Yumuşak Güç' Perspektifi: TİKA". Girişimcilik ve kalkınma Dergisi.
- SCHNEIDER, Cynthia P.. (2007). "Culture Communicates: US Diplomacy That Works". Jan Melissen(der.). The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations. 2. Baskı. Hampshire. Palgrave Macmillan Yayınları.
- SIDI, Victor. "Stratejik Yönetim ve Liderlik". 21. Yüzyılda Liderlik Sempozyumu. İstanbul. 5-6 Haziran 1997
- SIGNITZER, Benno & Coombs, Timothy. (1992). "Public Relations and Public Diplomacy: Conceptual Covergences". Public Relations Review 18(2): 137-147.
- SIGNITZER, Benno & Wamser, Carola. (2006). "Public Diplomacy: A Specific Governmental Public Relation Function". Carl H. Botan & Vincent Hazleton. (Eds.) Lawrence Erlbaum Associates.
- SIGNITZER, Benno. (2008). "Public Relations and Public Diplomacy: Some Conceptual Explorations". Public Relations Research. Netherlands.
- SNOW, Nancy. (2009). "Rethinking Public Diplomacy". Handbook of Public Diplomacy. Ed. Nancy Snow. Philip M. Taylor. NY. Routledge.
- SÖNMEZOĞLU Faruk. (2004). "Kurtuluş Savaşı Diplomasisi". Türk Dış Politikası. Ed. Faruk Sönmezoğlu. İstanbul. Der Yayınları.
- SZONDI, Gyorgy.(2008). "Public Diplomacy and Nations Branding: Conceptual Similarities and Differences". Discussion Papers in Diplomacy. Netherlands.
- ..... (2009). "Central and Eastern European Public Diplomacy". Handbook of Public Diplomacy. Ed. Nancy Snow & Philip M. Taylor. Routledge.
- TADASHI, Ogawa. (2009). "Origin and Development of Japan's Public Diplomacy". Handbook of Public Diplomacy. Ed. Nancy Snow. Philip M. Taylor. New York. Routledge.
- TAYLOR, Philip M.. (2009). "Public Diplomacy and Strategic Communications". Handbook of Public Diplomacy. Ed. Nancy Snow. Philip M. Taylor. Routledge.
- TICHY, N. M. & Virich, D. O.. (1984). "The Leadership Challenge: A Look for the Transformational Leader", Sloan Management. Review. 4 (26).
- TURAN İlter ve Barlas, Dilek. (2004). "Batı İttifakına Üye Olmanın Türk Dış Politikası Üzerine Etkileri". Türk Dış Politikasının Analizi . Ed. Faruk Sönmezoğlu. İstanbul. Der Yayınları.
- TUTAR, Hüseyin. (2010). "Bir Kültürel Diplomasisi Örneği Olarak Büyük Öğrenci Projesi". Yeni Dönemde Türk Dış Politikası. Uluslararası IV. Türk Dış Politikası. Ed. Osman Bahadır Dinçer. Habibe Özdal. Hacali Necefoğlu. USAK.
- USUL, Ali Resul. (2010). "Türkiye: Yükselen Uluslararası Bir Değer". Yükselen Değer Türkiye. İstanbul. MÜSİAD.
- WILSON, Ernest J.. (2008). "Hard Power. Soft Power. Smart Power". The Annals of the Academy of Political and Social Science. No: 616.
- YAĞMURLU, Aslı. (2007). "Halkla İlişkiler Yöntemi Olarak Kamu Diplomasisi". İletişim Araştırmaları Dergisi. Ankara. A. Ü. İLEF Yayınları.
- YAVAŞGEL, Emine. (2012). "Saygınlık Siyaseti: İletişim ve Dış Siyasa İlişkiselliği". Kamu Diplomasisi Enstitüsü. İstanbul.
- YILMAZ, Sait. (2012). "Amerika Birleşik Devletlerinde ve Avrupa Birliği'nde Kamu Diplomasisi ve Güç Projeksiyonu". Kamu Diplomasisi. İstanbul. Tasam Yayınları.
- YİNANÇ, Refet. (2008). "Osmanlı İmparatorluğunun Dış Politika Anlayışı ve Uygulamaları". Türk Dış Politikası 1919-2008. Ankara. Platin Yayınları.
- YURDUSEV, A. Nuri. (2010). "Osmanlı Mirası ve Türk Dış Politikası Üzerine". Son Dönemde Türk Dış Politikası. Uluslararası IV. Türk Dış Politikası. USAK.
- ZAHARNA, Rhonda. (2009). "Mapping out a Spectrum of Public Diplomacy Initiatives- Information and Relational Communication Frameworks". Handbook of Public Diplomacy. Ed. Nancy Snow and Philip M. Taylor. New York. Routledge.
- ZALEZNIK, Abraham. (1994). "Lider ve Yönetici: Aralarında Fark Var mı?". StratejikYönetim ve Liderlik. İstanbul. İz Yayıncılık.
- ZÖLLNER, Olivier. (2009). "German Public Diplomacy -The Dialogue of Cultures". Handbook of Public Diplomacy. Ed. Nancy Snow. Philip M. Taylor. Routledge.



## Tezler

- AKÇAY, Engin. (2012). “Bir Dış Politika Enstrümanı Olarak Türk Dış Yardımları”. *Yayımlanmamış Doktora Tezi*. Ankara. Turgut Özal Üniversitesi SBE.
- ARPACIOĞLU, Kenan. (2012). “Bir Yumuşak Güç Aracı Olarak Kamu Diplomasisinin Terörle Mücadelede Uygulanması”. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Ankara. Polis Akademisi/Güvenlik Bilimleri Enstitüsü
- BAŞAR, Hatice. (2011). “Türkiye'nin Kamu Diplomasisi: Bir Örnek Çalışma TRT”. İstanbul. Beykent Üniversitesi SBE.
- ESERCAN, Kemal. (2006). “Soğuk Savaş Sonrası Yeni Diplomasi Anlayışı”. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Sakarya. Sakarya Üniversitesi SBE.
- GÜNEK, Abdülsemet. (2011). “Ortadoğu Basını Örneğinde Türk Dış Politikasında Kamu Diplomasisi Ve Yumuşak Güç Söylemi”. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Elazığ. Fırat Üniversitesi SBE.
- KAMAY, Erna. (2012). “Osmanlı Devleti'nde Kamu Diplomasisi(1839-1876)”. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Ankara. Bilkent Üniversitesi SBE.
- KARADAĞ, Haluk. (2012). “Bir Dış Politika Tekniği Olarak Kamu Diplomasisi: Karar Verme Süreci Üzerine Etkisi”. *Yayımlanmamış Doktora Tezi*. Ankara. Gazi Üniversitesi SBE.
- KÖKSOY, Ergün. (2013). “Halkla İlişkiler Bağlamında Kamu Diplomasisi Yönetimi (Türkiye'nin Kamu Diplomasisindeki Yetkinlik İncelenmesi)”. *Yayımlanmamış Doktora Tezi*. İ.Ü. SBE
- SAĞLAM, Çağrı. (2012). “Soğuk Savaş Sonrası Türk-Rus İlişkilerinde Kamu Diplomasisinin Yeri”. İstanbul. Harp Akademileri Komutanlığı / Stratejik Araştırmalar Enstitüsü
- SANCAR, Aslı Gaye. (2012). “Uluslararası Halkla İlişkiler Yöntemi Olarak Kamu Diplomasisi: Türkiye İçin Bir Model Önerisi”. *Yayımlanmamış Doktora Tezi*. İstanbul. Galatasaray Üniversitesi SBE.
- SIRT, Erhan. (2013). “İsrail'in Mavi Marmara Baskınına Kamu Diplomasisi Aracılığıyla Meşrulaştırma Çabaları”. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Ankara. Gazi Üniversitesi SBE.
- WATSON, Forrest. (2007). “Türkiye'deki Amerika Karşıtlığının Kamu Diplomasisi ile Azaltılması”. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Ankara. Bilkent Üniversitesi SBE.
- YILMAZ, Burcu. (2012). “Türkiye'nin Güvenliği Bağlamında Kamu Diplomasisi: Irak Örneği 2012”. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul. Harp Akademileri Komutanlığı / Stratejik Araştırmalar Enstitüsü.

## Elektronik Kaynaklar

- “Bir Bakışta AB” <http://www.abgs.gov.tr>. 18 Ağustos 2014.
- “Kuruluşundan Bugüne Anadolu Ajansı” <http://www.aa.com.tr>. 21 Kasım 2014.
- ABDULLAH, Özkan. “Kamu Diplomasisi Seferberliği” <http://www.kamudiplomasisi.org>. 25 Ekim 2014.
- ABDULLAH, Özkan. “Medyanın Kamu Diplomasisi Rolü” <http://www.kamudiplomasisi.org>. 28 Mart 2014
- ABGS. “Avrupa Birliği Stratejisi” <http://www.abgs.gov.tr>. 17 Temmuz 2014
- ABGS. “Türkiye'nin AB İletişim Stratejisi (ABİS)” <http://www.abgs.gov.tr>. 11 Haziran 2014
- AKÇADAĞ Emine. “Avrupa Kamuoyunda Türkiye'nin İmajı ve Kamu Diplomasisinin Önemi” <http://www.kamudiplomasisi.org>. 29 Haziran 2014
- AKÇADAĞ Emine. “Dünyada ve Türkiye'de Kamu Diplomasisi”. <http://www.kamudiplomasisi.org>. 18 Haziran 2014
- ARIBOĞAN Deniz Ülke. “Dış Politikada İlkeler” <http://www.aksam.com.tr>. 27 Ağustos 2014
- CANBOLAT İbrahim S. “Tarihten Dersle Alternatif Diplomasi” <http://www.kamudiplomasisi.org>. 23 Ekim 2014
- CASTELLS Manuel. “The Sociology Elders on The Social Movements in Tunisia and Egypt” [http://globalsociology.com/\(07.02.2011\)](http://globalsociology.com/(07.02.2011))
- ÇOŞKUN, Beren Balamir. “Güvenlik Sorunları ve Kamu Diplomasisi” <http://www.kamudiplomasisi.org>. 24 Aralık 2012
- DEMİR, Vedat. “Kamu Diplomasisi ve Türkiye'nin Komşu Ülkelerle İlişkilerine Katkısı” <http://www.siyasaliletisim.org>. 8 Ekim 2011
- DOĞAN Erhan. “Kamu Diplomasisi ve Türkiye”. <http://www.kamudiplomasisi.org/pdf/kamudiplomasisiveturkiye.pdf>. 20 Şubat 2012
- EFEĞİL Ertan. “Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi” <http://www.kamudiplomasisi.org>. 08 Aralık 2014
- GÖKIRMAK Mert. “Küreselleşen Dünyada Diplomasi: Kamu Diplomasisi” <http://www.kamudiplomasisi.org>. 16 Nisan 2015

GÜZER Osman Cenk. “Uluslararası Siyasette Başarının Sırrı: ‘Yumuşak Güç’”  
<http://www.ekopolitik.org>. 24 Mayıs 2015

KDK. <http://kdk.gov.tr/kurumsal/kurulus/7>. 24 Aralık 2014

KÜRKÇÜOĞLU, Ömer. “Dış Politika Nedir? Türkiye’deki Dünü ve Bugünü”  
<http://dergiler.ankara.edu.tr>. 19 Eylül 2014

ÖZDEMİR, Haluk. “Uluslararası İlişkilerde Güç: Çok Boyutlu Bir Değerlendirme”.  
<http://siyasaliletisim.org/pdf/uluslararasıiliskilerdeguc.pdf>. 24 Temmuz 2012

SALHA, Samir. “Kamu Diplomasisi Perspektifinden Kalkınma Yardımlarının Analizi”  
<http://www.kamudiplomasisi.org>. 15 Ekim 2014

SETA Analiz-2010’da Türkiye. <http://www.setav.org/ups/05> Temmuz 2012

TİKA. “Koordinatörlükler”. <http://www.tika.gov.tr>. 07 Haziran 2014

Türk Dışişleri Bakanlığı. “Yurtdışındaki Üniversiteler Bünyesinde Kurulan Türkiye İle İlgili  
Kürsüler” <http://www.mfa.gov.tr>. 19 Ağustos 2014

Yunus Emre Enstitüsü. <http://yunusemreenstitusu.org>. 26 Haziran 2015

Yurt Dışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı (YTB). <http://www.ytb.gov.tr>. 14 Temmuz 2015

<http://www.ekopolitik.org/public/news.aspx?id=940>. 24 Temmuz 2014

<http://www.abgs.gov.tr/abis/index.php=29&l=1>. 27 Şubat 2015

<http://www.kamudiplomasisi.org>. 19 Ekim 2014

<http://www.pbs.org/newshour/multimedia/social-revolution>. 18 Ekim 2014

<http://www.tuicplatform.org>. 18 Eylül 2015

<http://www.un.org/en/humanitarian>. 25 Şubat 2015

<http://www.trt.net.tr>. 27 Kasım 2014

<http://www.tusiad.org>. 14 Ekim 2014