KAMU DİPLOMASİSİ VE ÜLKE İMAJI BAĞLAMINDA GLOBAL ARAŞTIRMA EĞİLİMLERİNİN BİBLİYOMETRİK AĞ HARİTALANMASI İLE İNCELENMESİ

Medine DELAL

Yüksek Lisans Tezi
Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı
Doç. Dr. Meryem OKUMUŞ
2025
Her Hakkı Saklıdır

T.C.
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANA BİLİM DALI

Medine DELAL

KAMU DİPLOMASİSİ VE ÜLKE İMAJI BAĞLAMINDA GLOBAL ARAŞTIRMA EĞİLİMLERİNİN BİBLİYOMETRİK AĞ HARİTALANMASI İLE İNCELENMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

TEZ YÖNETİCİSİ
Doç. Dr. Meryem OKUMUŞ

ERZURUM-2025

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Graduate School of Social Sciences

TEZ BEYAN FORMU

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

BİLDİRİM

Atatürk Üniversitesi Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Uygulama Esaslarının ilgili maddelerine göre hazırlamış olduğum **"KAMU DİPLOMASİSİ VE ÜLKE İMAJI BAĞLAMINDA GLOBAL ARAŞTIRMA EĞİLİMLERİNİN BİBLİYOMETRİK AĞ HARİTALANMASI İLE İNCELENMESİ "** adlı tezin/raporun tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin/raporumun kâğıt ve elektronik kopyalarının aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım.

Gereğini bilgilerinize arz ederim *.

☐ Tezimin/Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

☐ Tezimin/Raporumun makale için **altı ay,** patent için **iki yıl** süreyle erişiminin ertelenmesini istiyorum.

28.05.2025

Medine DELAL

Aslı Islak İmzalıdır

*** LİSANSÜSTÜ TEZLERİN ELEKTRONİK ORTAMDA TOPLANMASI, DÜZENLENMESİ VE ERİŞİME AÇILMASINA İLİŞKİN YÖNERGE**

.....

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

Çeşitli ve Son Hükümler

Lisansüstü tezlerin erişime açılmasının ertelenmesi MADDE 6– (1) Lisansüstü tezle ilgili **patent başvurusu yapılması veya patent alma sürecinin devam etmesi durumunda**, tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulu **iki yıl süre ile tezin erişime açılmasının ertelenmesine karar verebilir.**

(2) Yeni teknik, materyal ve metotların kullanıldığı, henüz **makaleye dönüşmemiş veya patent gibi yöntemlerle korunmamış** ve internetten paylaşılması durumunda 3. şahıslara veya kurumlara haksız kazanç imkanı oluşturabilecek bilgi ve bulguları içeren tezler hakkında tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulunun gerekçeli kararı ile **altı ayı aşmamak üzere tezin erişime açılması engellenebilir.**

Gizlilik dereceli tezler MADDE 7– (1) Ulusal çıkarları veya güvenliği ilgilendiren, emniyet, istihbarat, savunma ve güvenlik, sağlık vb. konulara ilişkin lisansüstü tezlerle ilgili gizlilik kararı, tezin yapıldığı kurum tarafından verilir. Kurum ve kuruluşlarla yapılan işbirliği protokolü çerçevesinde hazırlanan lisansüstü tezlere ilişkin gizlilik kararı ise, ilgili kurum ve kuruluşun önerisi ile enstitü veya fakültenin uygun görüşü üzerine üniversite yönetim kurulu tarafından verilir. Gizlilik kararı verilen tezler Yükseköğretim Kuruluna bildirilir.

(2) Gizlilik kararı verilen tezler gizlilik süresince enstitü veya fakülte tarafından gizlilik kuralları çerçevesinde muhafaza edilir, gizlilik kararının kaldırılması halinde Tez Otomasyon Sistemine yüklenir.

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Graduate School of Social Sciences

TEZ KABUL TUTANAĞI

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Doç. Dr. Meryem OKUMUŞ danışmanlığında, Medine DELAL tarafından hazırlanan bu çalışma 28/05/2025 tarihinde aşağıda isimleri yazılı jüri tarafından. Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan	: Doç. Dr. Derya ÇAKMAK KARAPINAR	İmza;	Aslı Islak İmzalıdır
Jüri Üyesi	: Doç. Dr. Meryem OKUMUŞ	İmza:	Aslı Islak İmzalıdır
Jüri Üyesi	: Dr. Öğrt. Üyesi Bilge ÇAĞLAR DEMİR	İmza:	Aslı Islak İmzalıdır

Prof. Dr. Hanifi ŞAHİN
Enstitü Müdürü
Aslı Islak İmzalıdır

İÇİNDEKİLER

ÖZET ..... **V**
ABSTRACT ..... **VI**
KISALTMALAR DİZİNİ ..... **VII**
TABLOLAR DİZİNİ ..... **VIII**
ŞEKİLLER DİZİNİ ..... **X**
ÖNSÖZ ..... **XII**
GİRİŞ **1**

BİRİNCİ BÖLÜM
KAVRAMSAL OLARAK KAMU DİPLOMASİSİ

1.1. DİPLOMASİ KAVRAMI **4**
1.1.1. Diplomasi Türleri 5
1.2. KAMU DİPLOMASİSİ KAVRAMI **6**
1.2.1. Geleneksel Diplomasi ve Kamu Diplomasisi Arasındaki Benzerlikler ve Farklılar 8
1.3. KAMU DİPLOMASİSİ AKTÖRLERİ **11**
1.3.1. Sivil Toplum Örgütleri 12
1.3.2. Üniversiteler ve Okullar 12
1.3.3. Kanaat Önderleri 12
1.3.4. İç Hedef Kitle 13
1.3.5. Medya ve Haber Ajansları 13
1.3.6. Özel Sektör Temsilcileri ve Küresel Şirketler 13
1.3.7. Uluslarası Aktörler 13
1.3.8. Baskı Grupları 14
1.4. KAMU DİPLOMASİSİ ARAÇLARI **14**
1.4.1. Kültürel Araçlar 15
1.4.2. Eğitim İle İlgili Araçlar 16
1.4.3. Sosyal ve Ekonomik Araçlar 16
1.4.4. Teknolojik Araçlar 17
1.4.5. Askeri Araçlar 17
1.4.6. Dini Araçlar 17

1.5. KAMU DİPLOMASİSİ MODELLERİ 18
1.5.1. Kelley 'in Savunuculuk ve Danışma Modeli 18
1.5.2. Zaharna'nın Enformasyonel ve İlişkisel Modeli 19
1.5.3. Gilboa'nın Temel Soğuk Savaş-Ulusaşırı Devlet Dışı-İç Halkla İlişkiler Modeli 20
1.6. DÜNYADA KAMU DİPLOMASİ ÖRNEKLERİ 21
1.6.1. Amerika Kıtasında Kamu Diplomasisi 22
1.6.2. Avrupa Kıtasında Kamu Diplomasisi 23
1.6.3. Asya Kıtasında Kamu Diplomasi 24
1.6.4. Afrika Kıtasında Kamu Diplomasisi 26
1.7. TÜRKİYE'NİN YUMUŞAK GÜCÜ VE TÜRK KAMU DİPLOMASİ FAALİYETLERİ 27

İKİNCİ BÖLÜM
KAMU DİPLOMASİSİ PERSPEKTİFİNDE ÜLKE İMAJI İNŞASI

2.1. KAVRAMSAL OLARAK İMAJ 35
2.1.2. İmajın Öğeleri 36
2.1.3. İmaj Türleri 37
2.2. KAVRAMSAL OLARAK ÜLKE İMAJI 39
2.2.1. Ülke İmajı Oluşumunda Kamu Diplomasisinin Rolü 42
2.3. ULUS MARKALAMA KAVRAMI 44

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
KAMU DİPLOMASİSİ VE ÜLKE İMAJI BAĞLAMINDA GLOBAL ARAŞTIRMA EĞİLİMLERİNİN BİBLİYOMETRİK AĞ HARİTALANMASI İLE İNCELENMESİ

3.1. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ 48
3.1.1. Araştırmanın Evren ve Örneklemi 49
3.1.2. Araştırmanın Modeli 50
3.1.3. Verilerin Toplanması 50
3.1.4. Araştırmanın Sınırlılıkları 53
3.2. ARAŞTIRMANIN BULGULARI 53

3.2.1. Kamu Diplomasisi ve Ülke İmajı Konulu Çalışmaları Kıtalara Göre Dokümanların Bibliyometrik Analizi....53
3.2.1.2. Amerika Kıtası'nda Yapılan Çalışmaların Doküman Analizi....54
3.2.1.3. Avrupa Kıtası'nda Hazırlanan Çalışmaların Doküman Analizi....56
3.2.1.4. Asya Kıtası'nda Hazırlanan Çalışmaların Doküman Analizi....59
3.2.1.5. Afrika Kıtası'nda Hazırlanan Çalışmaların Doküman Analizi....61
3.2.1.6. Avustralya Kıtası'nda Hazırlanan Çalışmaların Doküman Analizi....64
3.2.2. Kamu Diplomasisi ve Ülke İmajı Konulu Çalışmaların Kıtalara Göre Anahtar Kelimelerin Bibliyometrik Analizi....68
3.2.2.1. Amerika Kıtası'nda Yapılan Çalışmaların Anahtar Kelime Analizi....69
3.2.2.2. Avrupa Kıtasında Hazırlanan Çalışmaların Anahtar Kelime Analizi: 71
3.2.2.3. Asya Kıtası'nda Hazırlanan Çalışmaların Anahtar Kelime Analizi....74
3.2.2.4. Afrika Kıtası'nda Hazırlanan Çalışmaların Anahtar Kelime Analizi....77
3.2.2.5. Avustralya Kıtası'nda Hazırlanan Çalışmaların Anahtar Kelime Analizi....80
3.2.3. Kamu Diplomasisi ve Ülke İmajı Konulu Çalışmaların Kıtalara Göre Yazar-Atıflarının Bibliyometrik Analizi....83
3.2.3.1. Amerika Kıtasında Hazırlanan Çalışmaların Yazar-Atıf Analizi:....83
3.2.3.2. Avrupa Kıtasında Hazırlanan Çalışmaların Yazar-Atıf Analizi....85
3.2.3.3. Asya Kıtası'nda Hazırlanan Çalışmaların Yazar-Atıf Analizi....88
3.2.3.4. Afrika Kıtası'nda Hazırlanan Çalışmaların Yazar-Atıf Analizi....91
3.2.3.5. Avustralya Kıtası'nda Hazırlanan Çalışmaların Yazar-Atıf Analizi....93
3.2.4. Kamu Diplomasisi ve Ülke İmajı Konulu Çalışmaların Kıtalara Göre Ülke Atıflarının Bibliyometrik Analizi....97
3.2.4.1. Amerika Kıtası'nda Hazırlanan Çalışmanın Ülke-Atıf Analizi: 97
3.2.4.2. Avrupa Kıtası'nda Hazırlanan Çalışmaların Ülke-Atıf Analizi 100
3.2.4.3. Asya Kıtası'nda Hazırlanan Çalışmaların Ülke-Atıf Analizi....102
3.2.4.4. Afrika Kıtası'nda Hazırlanan Çalışmaların Ülke-Atıf Analizi....105
3.2.4.5. Avustralya Kıtası'nda Hazırlanan Çalışmaların Ülke-Atıf Analizi....108
3.2.5. Türkiye'de Hazırlanmış Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi....110
3.2.5.1. Türkiye'deki Tezlerin Niceliksel Analizi....111
3.2.5.2. Tezlerin Türlerine Göre Dağılımı....111
3.2.5.3. Tezlerin Erişilebilirlik Durumu....111

3.2.5.4. Tezlerin Yazıldıkları Dillere Göre Dağılımı 112
3.2.5.5. Tezlerin Yıllara Göre Dağılımı..... 112
3.2.5.6. Tezlerin Sayfa Sayılarına Göre Dağılımı 113
3.2.5.7. Tezlerin Yayımlandıkları Ana Bilim Dallarına Göre Dağılımı..... 114
3.2.5.8. Tezlerin Yayımlandıkları Üniversitelere Göre Dağılımı..... 115
3.2.5.9. Tezlerin Danışman Unvanlarına Göre Dağılımı..... 115
3.2.5.10. Tezlerde Kullanılan Veri Toplama Teknikleri 116

SONUÇ..... 117
KAYNAKÇA 127
ÖZGEÇMİŞ..... 134

ÖZET

YÜKSEK LİSANS TEZİ

KAMU DİPLOMASİSİ VE ÜLKE İMAJI BAĞLAMINDA GLOBAL ARAŞTIRMA EĞİLİMLERİNİN BİBLİYOMETRİK AĞ HARİTALANMASI İLE İNCELENMESİ

Medine DELAL

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Meryem OKUMUŞ

2025, 134 Sayfa

Jüri: Doç. Dr. Meryem OKUMUŞ
Doç. Dr. Derya ÇAKMAK KARAPINAR
Dr. Öğr. Üyesi Bilge ÇAĞLAR DEMİR

Diplomasi, devletlerarası ilişkileri antlaşmaları yapan devletleri temsil etme görevini ifade eder. Diplomasi kavramı geçmişten günümüze kadar pek çok değişim ve dönüşüm geçirmiş bu sürece paralel diplomatik ilişkilerde kullanılan araçlara yenileri eklenmiş ve politikayı şekillendiren aktörler de bir değişim meydana gelmiştir. Küreselleşen günümüz dünyası pek çok yeni kavramın ülkeler için önemli hale gelmesini sağlamıştır. Uluslararası halkla ilişkiler, kamu diplomasisi, imaj gibi kavramlar bu kavramlardan yalnızca birkaçını oluşturmaktadır. Söz konusu kavramlardan kamu diplomasisi, halkla ilişkiler uygulamaları ülkelerin imaj algılarını da etkileyeceği, son yıllarda dünya üzerinde geleneksel kamu diplomasisi anlayışının aksine yeni diplomasi anlayışının ülkelerin imaj oluşumunda önemli etkene sahip olduğu görülmektedir.

Ülke İmajının kamu diplomasisi aracılığıyla güçlendirilmesiyle birlikte dış kamuların zihninde daha olumlu bir imaj oluşumu sağlanabilmektedir. Bu güçlü imaj sayesinde ise ülkeler diğer ülkelerle olumlu ilişkiler geliştirebilir ve olası bir olumsuz durum daha düşük zararla atlatılmaktadır.

Bu çalışmada, kamu diplomasisi ve ülke imajı anahtar kelimeleri kullanılarak, 2000 yılı ile 2025 yılları arasında yapılmış olan Web of Science ve Ulusal Tez Merkezi veri tabanında bulunan çalışmaların bibliyometrik analizi gerçekleştirilmiştir. Bibliyometrik analiz ile ülke imajı ve kamu diplomasisi konusu ile ilgili yapılan çalışmaların bir düzen içerisinde elde edilerek ve genel çerçeve içerisinde bir bakış sağlanması amaçlanmaktadır. Araştırmanın analizi kapsamında VOSviewer programı kullanılmıştır. Web Of Science veri tabanından alınan veriler VOSviewer programına aktarılarak analiz edilmiştir. Programa aktarılmasından sonra ağ haritalanması uygulanmıştır**.** Ulusal Tez Merkezi veri tabanından erişilen lisansüstü tezlerin ise; tezlerin türü, erişilebilirlik durumu, yazıldıkları diller, yayımlandıkları yıllar, sayfa sayısı, yayımlandıkları ana bilim dalı, yayımlandıkları üniversite, danışman unvanı ve veri toplama teknikleri olmak üzere dokuz başlık altında analizi gerçekleştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kamu Diplomasisi, Ülke İmajı, Bibliyometrik Analiz, Bibliyometrik Ağ Haritalaması

ABSTRACT

MASTER'S THESIS

EXAMINING GLOBAL RESEARCH TRENDS IN THE CONTEXT OF PUBLIC DIPLOMACY AND COUNTRY IMAGE VIA BIBLIOMETRIC NETWORK MAPPING

Medine DELAL

Advisor: Assoc. Prof. Dr. Meryem OKUMUŞ

2025, 134 Pages

Jury: Assoc. Prof. Dr. Meryem OKUMUŞ
Assoc. Prof. Dr. Derya ÇAKMAK KARAPINAR
Assist. Prof. Dr. Bilge ÇAĞLAR DEMİR

Diplomacy refers to the duty of representing the states that make agreements on interstate relations. The concept of diplomacy has undergone many changes and transformations from past to present. In parallel with this process, new tools have been added to the tools used in diplomatic relations and a change has occurred in the actors shaping the policy. Today's globalizing world has made many new concepts become important for countries. Concepts such as international public relations, public diplomacy, and image are just a few of these concepts. Among the concepts in question, public diplomacy and public relations practices will also affect the image perception of countries, and in recent years, it is seen that the new understanding of diplomacy, unlike the traditional understanding of public diplomacy in the world, has an important factor in the image formation of countries.

By strengthening the country's image through public diplomacy, a more positive image can be created in the minds of external publics. Thanks to this strong image, countries can develop positive relations with other countries and a possible negative situation is overcome with less damage.

In this study, bibliometric analysis of the studies in the Web of Science and National Thesis Center database, conducted between 2000 and 2025, was carried out using the keywords public diplomacy and country image. With bibliometric analysis, it is aimed to obtain an overview of the studies on the country's image and public diplomacy in an orderly manner and within the general framework. VOSviewer program was used within the scope of the analysis of the research. Data taken from the Web Of Science database were transferred to the VOSviewer program and analyzed. After it was transferred to the program, network mapping was applied. Postgraduate theses accessed from the National Thesis Center database are; The analysis was carried out under nine headings: the type of the theses, their accessibility, the languages they were written in, the years they were published, the number of pages, the department they were published in, the university they were published in, the title of the advisor and data collection techniques.

Keywords: Public Diplomacy, Country Image, Bibliometric Analysis, Bibliometric Network Mapping

KISALTMALAR DİZİNİ

AA	Anadolu Ajansı
AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
AFAD	Afet ve Acil Durum Yönetimi Kurumu
BM	Birleşmiş Milletler
DİB	T.C. Başbakanlık Diyanet İşleri Başkanlığı
IPRA	Uluslararası Halkla İlişkiler Derneği
NATO	Kuzey Atlantik Antlaşması Örgütü
STK	Sivil Toplum Kuruluşları
TASAM	Türk Asya Stratejik Araştırmalar Merkezi
TDK	Türk Dil Kurumu
THY	Türk Hava Yolları
TİKA	Türk İşbirliği ve Koordinasyon Kurumu
TRT	Türkiye Radyo Televizyon Kurumu
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
TÜRKSOY	Uluslararası Türk Kültürü Teşkilatı
UNESCO	Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü
Ünv.	Üniversite
Vb.	Ve benzeri
vd.	Ve diğerleri
YTB	Başbakanlık Yurtdışı Türkler ve Akraba Toplulukları Başkanlığı
Yy.	Yüzyıl

TABLOLAR DİZİNİ

Tablo 1.1. Geleneksel ve Yeni Kamu Diplomasisi 9
Tablo 1.2. Savunma ve Danışma Modeli 19
Tablo 1.3. Enformasyon ve İlişkisel İletişim Modeli 20
Tablo 2.1. İmaj Türleri 38
Tablo 3.1. Doküman Analizi Tablosu 54
Tablo 3.2. Doküman Analizi Tablosu 56
Tablo 3.3. Doküman Analizi Tablosu 59
Tablo 3.4. Doküman Analizi Tablosu 62
Tablo 3.5. Doküman Analizi Tablosu 65
Tablo 3.6. Anahtar Kelime Analizi Tablosu 69
Tablo 3.7. Anahtar Kelime Analizi Tablosu 72
Tablo 3.8. Anahtar Kelime Analizi Tablosu 75
Tablo 3.9. Anahtar Kelime Analizi Tablosu 78
Tablo 3.10. Anahtar Kelime Analizi Tablosu 81
Tablo 3.11. Yazar-Atıf Analizi Tablosu 83
Tablo 3.12 . Yazar-Atıf Analizi Tablosu 86
Tablo 3.13. Yazar-Atıf Analizi Tablosu 88
Tablo 3.14. Yazar-Atıf Analizi Tablosu 91
Tablo 3.15. Yazar-Atıf Analizi Tablosu 94
Tablo 3.16 . Atıf Yapılan Ülkelere Göre Dağılım Tablosu 97
Tablo 3.17. Atıf Yapılan Ülkelere Göre Dağılım Tablosu 100
Tablo 3.18. Atıf Yapılan Ülkelere Göre Dağılım Tablosu 103
Tablo 3.19. Atıf Yapılan Ülkelere Göre Dağılım Tablosu 106
Tablo 3.20. Atıf Yapılan Ülkelere Göre Dağılım Tablosu 108
Tablo 3.21. Tezlerin Türlerine Göre Dağılımı Tablosu 111
Tablo 3.22. Tezlerin Erişilebilirlik Durumu Tablosu 112
Tablo 3.23. Tezlerin Yazıldıkları Dillere Göre Dağılımı Tablosu 112
Tablo 3.24 . Tezlerin Yıllara Göre Dağılımı Tablosu 113
Tablo 3.25. Tezlerin Sayfa Sayılarına Göre Dağılımı Tablosu 114
Tablo 3.26. Tezlerin Yayımlandıkları Ana Bilim Dallarına Göre Dağılımı Tablosu 114
Tablo 3.27. Tezlerin Yayımlandıkları Üniversitelere Göre Dağılımı Tablosu 115

Tablo 3.28. Tezlerin Danışman Unvanlarına Göre Dağılımı Tablosu 115
Tablo 3.29. Tezlerde Kullanılan Veri Toplama Teknikleri Tablosu 116

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 2.1. Kamu Diplomasisi Araçları 15
Şekil 2.1. İmajın Öğeleri 37
Şekil 2.2. Ülke İmajının 4 Boyutu 40
Şekil 2.3. Ülke İmajını Etkileyen Faktörler 40
Şekil 2.4. Ulus Markalama ve Kamu Diplomasisi Yaklaşımları 46
Şekil 3.1. Doküman Analizi Ağ Haritası 55
Şekil 3.2. Doküman Analizinin Yıllara Göre Katman Dağılımı 56
Şekil 3.3. Doküman Analizi Ağ Haritası 57
Şekil 3.4. Doküman Analizinin Yıllara Göre Katman Dağılımı 58
Şekil 3.5. Doküman Analizi Ağ Haritası 60
Şekil 3.6. Doküman Analizinin Yıllara Göre Katman Dağılımı 61
Şekil 3.7. Doküman Analizi Ağ Haritası 62
Şekil 3.8. Doküman Analizinin Yıllara Göre Katman Dağılımı 64
Şekil 3.9. Doküman Analizi Ağ Haritası 66
Şekil 3.10. Doküman Analizinin Yıllara Göre Katman Dağılımı 68
Şekil 3.11. Anahtar Kelime Analizi Ağ Haritası 70
Şekil 3.12. Anahtar Kelime Analizinin Yıllara Göre Katman Dağılımı 71
Şekil 3.13. Anahtar Kelime Analizi Ağ Haritası 73
Şekil 3.14. Anahtar Kelime Analizinin Yıllara Göre Katman Dağılımı 74
Şekil 3.15. Anahtar Kelime Analizi Ağ Haritası 76
Şekil 3.16. Anahtar Kelime Analizinin Yıllara Göre Katman Dağılımı 77
Şekil 3.17. Anahtar Kelime Analizi Ağ Haritası 79
Şekil 3.18. Anahtar Kelime Analizinin Yıllara Göre Katman Dağılımı 80
Şekil 3.19. Anahtar Kelime Analizi Ağ Haritası 81
Şekil 3.20. Anahtar Kelime Analizinin Yıllara Göre Katman Dağılımı 82
Şekil 3.21. Yazar- Atıf Analizi Ağ Haritası 84
Şekil 3.22. Yazar-Atıf Analizinin Yıllara Göre Katman Dağılımı 85
Şekil 3.23. Yazar- Atıf Analizi Ağ Haritası 86
Şekil 3.24. Yazar-Atıf Analizinin Yıllara Göre Katman Dağılımı 87
Şekil 3.25. Yazar- Atıf Analizi Ağ Haritası 89

Şekil 3.26. Yazar-Atıf Analizinin Yıllara Göre Katman Dağılımı 90
Şekil 3.27. Yazar- Atıf Analizi Ağ Haritası..... 92
Şekil 3.28. Yazar-Atıf Analizinin Yıllara Göre Katman Dağılımı 93
Şekil 3.29. Yazar- Atıf Analizi Ağ Haritası..... 95
Şekil 3.30. Yazar-Atıf Analizinin Yıllara Göre Katman Dağılımı 96
Şekil 3.31. Atıf Yapılan Ülkeler Analizi Ağ Haritası..... 98
Şekil 3.32. Atıf Yapılan Ülke Analizinin Yıllara Göre Katman Dağılımı..... 99
Şekil 3.33. Atıf Yapılan Ülkeler Analizi Ağ Haritası..... 101
Şekil 3.34. Atıf Yapılan Ülke Analizinin Yıllara Göre Katman Dağılımı..... 102
Şekil 3.35. Atıf Yapılan Ülkeler Analizi Ağ Haritası..... 104
Şekil 3.36. Atıf Yapılan Ülke Analizinin Yıllara Göre Katman Dağılımı..... 105
Şekil 3.37. Atıf Yapılan Ülkeler Analizi Ağ Haritası..... 106
Şekil 3.38. Atıf Yapılan Ülke Analizinin Yıllara Göre Katman Dağılımı..... 107
Şekil 3.39. Atıf Yapılan Ülkeler Analizi Ağ Haritası..... 109
Şekil 3.40. Atıf Yapılan Ülke Analizinin Yıllara Göre Katman Dağılımı..... 110

ÖNSÖZ

Yüksek lisans eğitimim ve tez yazma sürecimde desteğini her zaman hissettiğim, sabırla sorularıma cevap veren, motivasyonumu yükselten, en zor zamanlarda bile bana kolaylık sağlayan, tecrübelerinden ve bilgi birikiminden faydalandığım kıymetli hocam ve danışmanım Doç. Dr. Meryem OKUMUŞ'a, tez savunma jürimde yer alarak çalışmama katkı sağlayan kıymetli hocalarım Doç. Dr. Derya ÇAKMAK KARAPINAR'a ve Dr. Öğr. Üyesi Bilge ÇAĞLAR DEMİR'e teşekkür ederim.

Araştırma ve yüksek lisans eğitim süreci boyunca bilgi ve deneyimleriyle beni aydınlatan, yardımcı olan ve ilham kaynağı olan bütün hocalarıma,

Beni destekleyen, maddi manevi her koşulda yanımda olan, dualarını benden esirgemeyen, sevgilerini her zaman hissettiğim sevgili annem Bahar DELAL'e, sevgili babam İbrahim DELAL'e, kıymetli kardeşlerime, değerli amcam Muzaffer DELAL'e beni her zaman destekleyen ve motivasyon kaynağı olan canım arkadaşlarıma çok teşekkür ediyorum.

Bu zorlu süreçte hep yanımda olan, sevgisini desteğini hiç esirgemeyen, sabırla ve anlayışla işimi kolaylaştıran, her türlü özveride bulunan benim için çok kıymetli Mehmet Onur DEMİREL'e ve ailesine sonsuz teşekkür ediyorum.

Erzurum- 2025 **Medine DELAL**

GİRİŞ

Diplomasi, devletlerarası ilişkileri antlaşmaları yapan devletleri temsil etme görevini ifade eder. Diplomasi kavramı geçmişten günümüze kadar pek çok değişim ve dönüşüm geçirmiş bu sürece paralel diplomatik ilişkilerde kullanılan araçlara yenileri eklenmiş ve politikayı şekillendiren aktörler de bir değişim meydana gelmiştir. Geleneksel diplomasi anlayışında devlet birinci sırada yer alan önemli bir aktördür. Yeni diplomasi anlayışında ise devlet aktörü yerini kanaat önderleri, sivil toplum kuruluşları, uluslarası işletmeler gibi aktörlere bırakmıştır. Geleneksel diplomasi anlayışında devletlerarası resmi ilişkileri sistematize eden askeri, ekonomik, ticari güç ile tek yönlü iletişim hâkim olduğu diplomasi anlayışı yerini yumuşak güç olgusu, yeni kamu diplomasi anlayışına bırakmıştır.

Yumuşak güç kavramı ülkelerin kültürel değerlerini barındıran ve küreselleşme ile beraber dijitalleşen günümüz dünyasında dünya ülkelerinin dikkatini çeken kavramlar arasındadır. Ülkelerin diplomasi anlayışındaki sert güçten yumuşak güce evrilmesinin en önemli faktörü dijitalleşme, küreselleşmedir. Mc Luhan'ın deyimiyle dünya *küresel köy* haline gelmekle beraber, iletişim teknolojilerinde zaman-mekân kavramının ortadan kalkması küreselleşme kavramını ortaya çıkarmış. Küreselleşme süreci beraberinde diplomasi alanında kullanılan araçları da değiştirmiş, dönüştürmüştür. 20 yüzyılda geleneksel kitle iletişim araçları; gazete, radyo, dergi ve televizyon ile gerçekleştirilen geleneksel kamu diplomasi anlayışı, 21. yüzyılda internetinde ortaya çıkmasıyla beraber yerini yeni iletişim teknolojilerine bırakmış, yeni kamu diplomasi anlayışında da kullanılmaya başlanmıştır. İletişim alanında gerçekleşen bu dönüşüm diplomasi anlayışına sirayet etmiştir. Yeni medyanın ülkeler arası diplomaside kullanılması vazgeçilmez hale gelmiştir. Küreselleşmenin vuku bulmasıyla beraber, devletlerin ve paydaşların negatif algılarını sonsuza denk yok etmesi değer kazanan bir durum haline gelmiştir.

Diplomasi kavramı, (Nye, 2005: 2) geleneksel olarak devletlerarası ilişkileri tanımlarken küreselleşen dünyamızda diplomasinin sadece devletlerarası ilişkileri değil bireyler arası ilişkilere de odaklandığı gözlemlenmektedir. Yenidünya düzenin de çift yönlü iletişim, ikna ve etkileşim, kamuoyu kavramları değerli hale gelmiştir.21. yy'da, kamu diplomasisi, diğer ülkeler ve toplumlarda etkili biçimde iletişim ve bağlantı kurmak

için en kolay araçlardan biri olarak kabul edilmektedir. Var olan yumuşak gücün, (eğitim, kültür, spor vb.) ülkeler kamu diplomasisi uygulamalarını sayesinde kendilerini diğer ülkelere/dış kamuları benimsemelerine neden olmuştur.

Ülkelere bakıldığı zaman her ülkenin bir imajı vardır. Bu imaj iyi veya kötü olmakla beraber, zaman içerisinde de değişikliğe de uğrayabilmektedir. Bu değişiklik ülkelerin izledikleri yol ile de şekillenebilir.

İletişim alanında yaşanan değişimin diplomasi alanında da vuku bulmasıyla beraber eğitim, spor, turizm gibi birçok vasıtayla uluslarası anlamda diğer ülkelerin kamuların zihinlerindeki ülke imajı algısı, ön yargıların kırılması önemli hale gelmiş ve iletişim teknolojileri sayesinde bireylerin ülkelerin kültürlerine erişimi kolaylaşmıştır. Yapılacak olan bu çalışmada kamu diplomasisi ve ülke imajı kavramları konu edilecek ve çeşitli analizler ile açıklanacaktır.

Kamu diplomasisi pratikleriyle ortaya çıkan ve yumuşak güç kavramı ile birlikte gelişen ülke imajı kavramı, nesnenin insan zihnindeki şekli olarak ifade edildiği için belirgin bir imaj anlayışının varlığından söz edilemez. Bunun yerine toplamın ortalaması olarak açıklanır bu sebeple değişken ve geçicidir. Ortalama algı olarak ölçülebileceği için zamana bağlı bir veri akışı sağlandığında imaj hakkında fikir alınabilir. Bu nedenle yumuşak güç olgusu, kamu diplomasisi ve imajın çeşitliliği ve ilişkilerinin açıklanması sürecinde yol haritası oluşmasında ve etkilerinin ortaya konmasında önemli bir yer kapsamaktadır.

Ülkeler, kamuoyunun zihninde oluşan izlenimlerini kabullenmekten ziyade imajını olumlu bir şekilde yönlendirerek eskisine oranla daha iyi bir izlenim bırakmak istemektedir. Çünkü bu izlenimler ülkelerin imajlarını oluşturmaktadır. Bu imaj, bir ülkeyi diğerinden farklı kılmakta, olumlu imaj oluşmasına yardımcı olmaktadır. Bu açıdan bakıldığı zaman da aslında ülkeleri somut bir sonuca ulaştırmaktadır. Oluşturulan iyi bir imaj ülkelerin sermayesi olarak kabul edilmektedir.

"Kamu Diplomasi ve Ülke İmajı Bağlamında Global Araştırma Eğilimlerinin Bibliyometrik Ağ Haritalanması İle İncelenmesi" adlı tez çalışması üç bölümden oluşmaktadır. "Ülke İmajı Oluşumdaki Etken Kamu Diplomasisi" başlığı çalışmanın birinci bölümünü oluşturmakta ve diplomasi, kültür, sert güçten yumuşak güce geçiş sürecinde yaşanan değişimler, geleneksel diplomasi anlayışından yeni kamu diplomasi

anlayışına geçiş süreci, geleneksel diplomasi ve kamu diplomasisi arasındaki benzeşen ve farklılaşan durumlar incelenmiştir. Kamu diplomasi aktörleri, araçları, modelleri açıklanmakta Türkiye'de ve dünyadaki kamu diplomasi uygulamaları incelenmiştir.

Tezin "Kamu Diplomasisi Perspektifinde Ülke İmajı İnşası" başlıklı ikinci bölümünde ise ülke imajı kavramı çerçevesinde ülke imajı türlerine, öğelerine, ülke imajının önemine, ülke imajı oluşumunda kamu diplomasisinin yeri önemine, ulus markalama kavramına, ulus markalama kavramının işlev ve amaçlarına odaklanılmış ve kamu diplomasisi ve ülke imajı ilişkisi sorgulanmaktadır.

Analiz yapılan ve "Kamu Diplomasisi ve Ülke İmajı Bağlamında Global Araştırma Eğilimlerinin Bibliyometrik Ağ Haritalanması İle İncelenmesi" başlıklı üçüncü bölümde ise Web of Science ve Ulusal Tez Merkezi veri tabanından erişilen çalışmaların bibliyometrik analizi gerçekleştirilmiştir. Web of Science veri tabanından erişilen 416 çalışma ve Ulusal Tez Merkezi veri tabanından erişilen 4 çalışmanın analizi gerçekleştirilmiştir. Web of Science veri tabanından erişilen çalışmaların doküman dağılımı, anahtar kelime dağılımı, yazar-atıf ilişkisi ve ülke-atıf ilişkisi olmak üzere VOSviewer programı ile bibliyometrik analizi gerçekleştirilmiştir. Ulusal Tez Merkezi veri tabanından erişilen 4 lisansüstü tezin ise; tezlerin türü, erişilebilirlik durumu, yazıldıkları diller, yayımlandıkları yıllar, sayfa sayısı, yayımlandıkları ana bilim dalı, yayımlandıkları üniversite, danışman unvanı ve veri toplama teknikleri olmak üzere dokuz başlık altında analizi gerçekleştirilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL OLARAK KAMU DİPLOMASİSİ

Kamu Diplomasisi ve Ülke İmajı Bağlamında Global Araştırma Eğilimlerinin Bibliyometrik Ağ Haritalaması İle İncelemesi adlı çalışmanın birinci bölümünde diplomasi ve kamu diplomasisi kavramı, türleri, geleneksel ve kamu diplomasisi arasındaki benzerlik ve farklılıklar, kamu diplomasisi aktörleri, araçları ve kamu diplomasisi modelleri, Kavramsal olarak kamu diplomasisi adlı birinci bölümde açıklanmıştır.

1.1. DİPLOMASİ KAVRAMI

Türk Dil Kurumu diplomasi kavramını, devletlerarası ilişkileri düzenleme faaliyetini gerçekleştiren, dünya üzerinde yapılan önemli toplantılarda ülkenin temsil edilmesine yarayan ve becerikliliği ifade etmektedir. Diplomasiyi geleneksel bir bakış açısıyla Gönlübol (1993: 116), diplomasiyi, bir devletin seçilmiş konulardaki görüş ve düşüncelerini uluslarası anlamda devletler için önemli nitelikte olan kişilere aktarılma süreci olarak tanımlamakta ve üst yetkililer arasında gerçekleştiği ifade etmektedir. Bu tanımlamaya göre diplomasi diplomatların yerine getirdiği bir meslek olarak ifade edilmektedir.

Tarihsel süreçte diplomasi uygulamaları, Antik Yunanlılar dönemine kadar dayanmaktadır. Belli bir sistem üzerinde gerçekleşen düzen içerisinde gerçekleşen diplomasinin ilk örneği Kadeş anlaşmasıdır (Jönsson ve Hall'dan akt. Ekşi, 2014: 47).

İskit (2015: 9)' a göre modern anlamda diplomasinin yapı taşları 15. yüzyılda Avrupa kıtasında atılmış olmasıyla beraber ilk örnekler ise 17. ve 18. yüzyılda rastlanmıştır. İtalyanlar tarafından geliştirilen haber- mektup sistemi 1455 tarihinde geliştirilmiş ve ilk daimi diplomatik misyonu kurulmuştur. Müslüman ülkeler ve Avrupa'da bulunan Hristiyanlar ile resmi bağlantılar kurulmaya başlanmıştır. Kamuoyu faktörü 17. yüzyılda ülkeler için önemli hale gelmekle beraber bu tarih sonrasında diplomasi tarihinde önemli değişimler yaşanmıştır. Klasik modern diplomasinin temelleri 17. yy'de atılmaya başlamıştır

"Diplomasi kavramı modern anlamda ise ilk 1796 yılında politika insanı Edmund Burke tarafından kullanıldığı görülmektedir" (Özdal ve Karaca, 2015: 37). Burke; diplomasiyi "ülkelerarası ilişkiler ve görüşmelerin yürütülmesinde uygulanan yetenek ve strateji" olarak tanımlamakla beraber "diplomatik kurul" kavramını ilk kez kullanan

siyaset bilimci olarak yer almaktadır (Özdal ve Karaca, 2015: 38). Devletlerin temel hedefleri diplomasi vasıtasıyla diğer devletlerle temel ilişkiler inşa etmek olan diplomatik faaliyetlerini iki prensip ile yürütmektedir. Bu iki prensip; (i) ülkelerin resmi temsilcileri olarak bulunan diplomatları ile gerçekleştirdikleri ilişkiler ve (ii) bir devletin dış siyasette kullanmış olduğu siyasal etkileme becerileridir.(Bostancı, 2012: 23). Temel amacı olarak, diplomasi vasıtasıyla diğer devletlerle sağlam ilişkiler oluşturmak olan ülkeler, diplomatik faaliyetlerini bu iki prensiple yürütmektedirler (Bostancı, 2012: 23).

Uluslarası anlamda yaşanan değişimlere paralel olarak diplomasi kavramında da değişimler meydana getirmiştir. Önceleri diplomatların icra ettiği bir meslek iken gelişen dünyamızla beraber sadece diplomatların mesleği olmaktan ziyade sıradan vatandaşlar da ülkeler için önem kazanmış ve diplomasi artık tek boyutlu olmaktan çıkmış çift boyutlu iletişim benimsenmiştir.

1.1.1. Diplomasi Türleri

Tarihsel süreç, içerisinde birçok diplomasi pratiği uygulanmıştır. Literatür incelendiğinde birçok diplomasi türü bulunmaktadır. Bunlardan bazıları aşağıdaki şekilde özetlenebilir.

Geçici Diplomasi: İlk kullanılan diplomasi faaliyeti olarak yer almaktadır. Uluslarası kurum ve ülkeler amaç ve görevlerini yerine getirmek için kullandığı bir diplomasi olarak görülmektedir (Özdal ve Karaca, 2015: 52). Tek taraflı bir süreci ifade etmekle beraber uluslarası hukuk ve diplomasi lisanında bilgi sunmaktadır (Tuncer, 2009: 20).

Sürekli Diplomasi: Devletlerin diplomatik kurallar ve daimi elçilik barındırmak koşuluyla yürütülen diplomasi çeşididir.

Gizli/Kapalı Diplomasi: Bu diplomasi anlayışında her basamak dışa kapalı bir şekilde gerçekleştirilmekte. Bundan dolayı bölge halkı diğer ülkelerin hâkimiyeti sonlandığında sonradan bilgi sahibi olunmaktadır. Gizli/Kapalı Diplomasi anlayışında Avrupa diplomasisinin en belirgin özelliği gizliliktir (Okumuş, 2018: 58).

Açık Diplomasi: Özdal ve Karaca, (2015: 52)'e göre Gizli diplomasi, farklı bir tercih olarak ortaya çıkmış siyasi görüşmeler ile tarafların kabulleneceği hak ve sorumlulukların kamuoyu bilgilendirilerek denetime tabi tutulmaktadır.

Parlamenter Diplomasi: İki ya da daha fazla parlamentonun dışında bir araya gelinerek oluşturulan bir dinamik olan parlamenter diplomasi, uluslarası kuruluşlar sayesinde yürütülen devamlı konferans diplomasisi ya da uluslarası kuruluşlar haricinde ülkelerin parlamentoları ve grupları ya da üyeleri arasında gerçekleşen diplomasiyi ifade etmektedir (Bostancı, 2012: 25-26).

İnsani Diplomasi: Olumsuz koşullar sebebiyle(çatışmalar, afetler, savaş durumlarında vb.) sivil halkın yerlerinden edilme durumunda devlet ve devlet dışı kuruluşların o bölgedeki halkı etkileme yönlendirme gücü yüksek olan kanaat önderlerini etki altına alarak söz konusu insanlara yardımı hedeflemekle yapılan diplomatik giriş olarak tanımlamaktadır. Mağdurların yardımlarının giderilmesi olarak açıklanmaktadır. İsrail ve Filistin savaşı bu duruma örnek gösterilmektedir. Oradaki sivillerin diğer ülke yurttaşları tarafından düşünülerek gerçekleşen faaliyetler olarak ifade edilebilir (Okumuş, 2018: 59).

Kültürel Diplomasi: Devletlerin birbirlerini etkilemek için kullandıkları diplomasi türüdür. Kültürel diplomasinin temelinde kültürel olarak yakınlık siyasal etkileşimi de kolaylaştıracağı varsayımı vardır. Kültürel diplomasi anlayışını kullanarak devletlerin önem verdiği iki alan "dil" ve "eğitim "alanıdır. Ülkelerin hedef gördüğü ülkede kendi dilini yaygınlaştıracak ölçüde etkili olma avantajını barındırmaktadır.

Kamu Diplomasisi: 1960' lı yıllara gelindiğinde, ABD'li eski siyasetçi Edmund Gullion' un modern olarak ifade edilmeye başlanan kamu diplomasisi kavramını, Amerika Birleşik Devletleri (ABD) Dışişleri Bakanlığı, *"diğer ülkelerde yer alan kamuların görüşlerini belirlemek veya etkilemek amacıyla oluşturulan hükûmet destekli faaliyetler" olarak ifade edilmektedir (*Wolf ve Rosen, 2004: 3).

1.2. KAMU DİPLOMASİSİ KAVRAMI

Kavram ilk defa 1965 yılında Tufts Üniversitesi'nde Fletcher School of Law and Diplomacy'nin Dekanı Edmund Gullion tarafından kullanılmıştır (Akçadağ, 2014: 2).

"*Kamu Diplomasisi… Dış politikaların yürütülmesi ve oluşturulması üzerinde halkın tutumlarını etkilemek ile ilgilenir. Diğer ülkelerde kamuoyunun devletler tarafından, o ülkedeki özel grupların ve çıkar odaklarının başka devlet ile etkileşimi, dış ilişkilerin hazırlanması ve beraberinde siyasete etkisi, kişilerin aralarındaki iletişim*

(diplomat ve yabancı muhabir gibi) ve kültürlerarası iletişim süreci gibi geleneksel diplomasinin üzerinde uluslararası iletişimin boyutlarını kapsar" (Gullion, Akt. Cull, 2008: 39).

Bu kavramın daha önce de varlığını aktaran Cull (2008: 40) ilk olarak London Times'ta yayınlanan makalenin başlığı olduğunu ifade etmektedir. Gullion'dan önce New York Times'da bir röportajda "açık, kamu diplomasisi" şeklinde bir ibarenin geçtiğini belirtir. Bu durumda Gullion bu ismi ilk kez kullanan kişi değil günümüzde kullanıldığı anlamıyla ilk tanımlayan kişi olmuştur.

Kamu diplomasisi, farklı dillerde İngilizce 'de 'public diplomacy' Fransızca 'da ise 'la diplomatie publique' olarak ifade edilmektedir. Başlangıçta 'kamusal diplomasi' ve 'kamuoyu diplomasisi' olarak kullanılan ve günümüzde alan yazın incelendiğinde 'kamu diplomasisi' olarak tanımlanmaktadır (Sancar, 2012: 79). Oxford English Dictionary'de ise kamu diplomasisi kavramı, "Dış kamuları siyasi hedefler için etkileyerek hizmet veren resmi faaliyetlerin tamamı" olarak ifade edilmektedir. Türkçe Sözlük TDK'ye göre ise kavram; Bir devletin fikirlerini, güncel siyaset anlayışını kültürel değerlerinin dış ülkelere anlatılmak amacıyla gerçekleştirilen politikayı ifade etmektedir. İlk ele alınabilecek izlere örnek gösterilebilecek Soğuk Savaş döneminde Batılı değerlerin ve Batı'nın kurallarının "Demirperde" olarak ifade edilen Doğu Avrupa ülkelerine yayılmasına yönelik ikna çabaları gösterilmektedir (Bostancı, 2012: 40).

Literatürde kamu diplomasi kavramına ait ek çok tanımlamaya rastlamak mümkündür. Kamu diplomasisinin temel prensibini, temel ilişkiler oluşturmak olarak tanımlamaktadır. Diğer ülkelerin ihtiyaçlarını, kültürlerini, yurttaşlarını anlamak; bakış açılarını paylaşmak, istenmeyen izlenimleri düzeltmek, ortak zemin oluşturmak kamu diplomasisinin birincil hedefi arasında yer almaktadır. Kamu diplomasisi, bir ülkenin mevcut imajının ve tanınırlığının, bireysel etkileşim için ideal bir ortam oluşturulabilecek bir güç unsuru olduğu varsayımına dayanmaktadır. Küreselleşen süreç içerisinde doğal bir unsuru olarak varlığını gösteren kamu diplomasisi, gelişen ve değişen iletişim teknolojileri sayesinde yumuşak güç olgusunun temel prensipleri arasında yer almaktadır (Şahin ve Çevik, 2015: 5).

Kamu diplomasisi, devletlerin ya da iktidar oluşumlarının diğer ülkeler ile politik ilişkilerinin beraberinde yabancı kamularla iletişim gerçekleştirme bununla beraber

etkileme faaliyetleri olarak bilinmektedir (Manheim, 1990: 4) Uluslarası anlamda gerçekleştirilen bu faaliyetler; gündem belirleme, gündem değiştirme, kamuoyu oluşturarak kendinden taraf olunması gibi yararlar sağlamayı amaçlamaktadır. Ülkelerin yerlerini demokratik oluşumlara bırakması kamu diplomasisinde geleneksel anlayışında değişim yaşamış bu anlayışla beraber kamu diplomasi pratiği önem kazanmıştır.

Günümüz politika pratiklerinde kamu diplomasisi yalnızca diğer devletlerle bağlantılar kurma, saygınlık ve olumlu izlenim oluşturmak olarak görülmekten çok daha farklılaşmaktadır. Kamu diplomasisi, bakıldığında sadece yabancı devletler olmamakla beraber, ilk olarak STK'lar ve sivil halk amaçlı, ülke fikirlerinin yanı sıra çoğunlukla farklı görüşler ile de ortaya konan etkileşim olarak tanımlanmaktadır (Manheim, 1990: 4). Literatüre bakıldığında sıklıkla halkla ilişkiler alanında tanımlamalar yapılmıştır bu ifadeler kamuların fikir ve tutumlarını olumlu yönde etki edecek faktörlere yoğunlaşılmıştır.

Kamu diplomasisi Melissen 'in tanımlamasıyla, "farklı kültür ve davranışları anlayabilmek için; ülkeler tarafından kendi faydalarını ve değerlerini yükseltmek amaçlı kullanılan bir araçtır" (Melissen, 2013: 436). Günümüzde kamu diplomasisi, geleneksel diplomasi anlayışından farklılaşmaktadır. Kamu diplomasi kavramı geleneksel anlayışta siyaset adamlarının ve büyükelçilerin başlıca davranışlarını gerçekleştirmek amacıyla siyasi ilişkilerde aktif bir role sahipken yeni kamu diplomasisi anlayışında geleneksel anlayıştan farklı olarak kamuya yönelik çalışmalar ve devlet dışı prensipler ortaya çıkmaktadır. Bu farklılaşma simetrik ilişkiler oluşmasının temellerini oluşturmaktadır.

1.2.1. Geleneksel Diplomasi ve Kamu Diplomasisi Arasındaki Benzerlikler ve Farklılar

Kamu diplomasisinin günümüzdeki yapısı, (Melissen, 2007: 5)'e göre geleneksel diplomasi pratiklerinden ayrışmaktadır. Geleneksel kamu diplomasi anlayışı, siyasetçilerin ve büyükelçilerin belli başlı davranışların gerçekleşmesiyle birlikte siyasi ilişkilerde tanımlayıcı rol oynarken değişim sonucunda yeni kamu kamu diplomasisinde kamuya ithafen faaliyetler ve devlet dışı unsurların da devreye girdiği görülmektedir. Geleneksel diplomasi anlayışında halkların hedef kitle olmadığı görülürken kamu diplomasisi faaliyetlerinde tüm sivil unsurlar hedef olarak görülmektedir.

Dünyada yaşanan değişmeler ve gelişmeler küreselleşme sürecinin sonunda sert güçle unsurları ile birlikte yumuşak güç unsurlarının da kullanımı zorunlu duruma gelmiştir, politikadaki değişimler vuku bulmasına sebep olmuş ve geleneksel diplomasinin yeterli gelmemesi sebebiyle kamu diplomasisi pratiğini kaçınılmaz hale getirmiştir. Bu nedenle kamu diplomasisi kavramının ortaya çıkma sürecinde sadece devlet olmaktan ziyade birçok unsurun etken olmaktadır. Nitekim günümüz dünyasında ülkelerin kendi başlarına geliştirmiş oldukları ilişkilerde problemler çözüme ulaşamamakta ve çözüme muhtaç problemler ortaya çıkan aktörlerin sürece dâhil edilmesiyle çözülmesi amaçlanmaktadır. Klasik diplomasi anlayışının tam tersi yeni diplomasi anlayışı ikna sürecine dayanmaktadır. Bu sebeple ikna güç unsurunu kabiliyetini bünyesinde barındıran ülkeler daha güçlü iletişim gerçekleştirebilmektedir. Başka söylemle 21. yüzyılda söyleme ve kontrol etme gücünü barındıran kamu diplomasisinin başarı durumu yeni aktörlerle birlikte kullanılarak ne kadar da etkili gerçekleştirdiğiyle ilintilidir (Sancar, 2010: 13-14). Snow, geleneksel diplomasi ile yeni kamu diplomasisinin farklarını Tablo 1.1'de yer aldığı şekliyle özetlemiştir:

Tablo 1.1. Geleneksel ve Yeni Kamu Diplomasisi

GELENEKSEL KAMU DİPLOMASİ	**YENİ KAMU DİPLOMASİSİ**
Hükümet ve dışişleri uzmanları	Hükümet dışı uygulayıcılar
Resmi, bilimsel titiz	Resmi olmayan, gayri resmi
Pasif kamu veya izleyici	Aktif kamu
Kavrama	Karşılıklı anlaşılma
Tek yönlü ve bilgiye dayalı	Diyaloğa dayalı
Tek yönlü, asimetrik	İki yönlü asimetrik
Davranış değişikliği hedefi yok	Davranış değişikliği hedefi yoktur

Kaynak: (Snow, 2009: 8).

Tablo 1.1'de yer aldığı şekliyle kamu diplomasisi zaman içerisinde tek yönlü anlayış yerine toplumsal pratikler önem kazanmıştır. Hükümetler artık diplomatik ilişkilerini kamunun fikirlerinden bağımsız olarak gerçekleştirememektedir. Geleneksel kamu diplomasisi anlayışında kamular pasif olarak yer almakta, tek yönlü iletişim sürecinde yer almakla beraber; yeni kamu diplomasisi anlayışında kamular her zamana

aktif durumundadır bununla beraber çift yönlü iletişim süreci içerisinde yer almaktadır. Geleneksel kamu diplomasisi anlayışında kamuların davranışının değişip değişmesini umursamazken kamu diplomasisinde farklı olarak ana hedef konumundadır (Koyuncu, 2018: 15).

Günümüz dünyasında pek çok ortamda yaşanmış olan değişim ve dönüşümler ülkelerin uluslarası anlamda kullanmış faaliyetleri de dönüşmesine sebep olmaktadır. Ülkeler, sert güç olgularının yanında yumuşak güç pratikleri devreye sokulduğu görülmekte ve düzlemde sert güçten yumuşak güç algısının değişmiş olan yapısının da incelenmesi gereklidir. Uluslarası halkla ilişkiler, kamu diplomasisi, uluslararası ilişkiler ve diplomasinin kavramlarının bağlantılı olduğu yumuşak güç olgusu, Joseph S. Nye tarafından alan yazına kazandırılmıştır.

Nye (1990: 31-32)'e göre, yumuşak güç ve sert gücü *emredici güç* ile *katılımcı güç* kavramlarını kullanarak incelemiştir. İlk kavram olan emredici güç, doğrudan güç unsurları içerinde yer alan askeri ve ekonomi gibi doğrudan güç unsurlarından oluşurken, ikinci kavram ise katılımlı güç, bir tür dolaylı gücü tanımlamakta, öğeleri ise kültür ve ideolojiyi içermektedir. Nye'nin 2004 yılında yayınlandığı "Soft Power " isimli kitabıyla yumuşak güç kavramı yerleştirmiştir.

Tarihsel süreçte Amerika Birleşik Devletleri, yumuşak gücü etkili bir şekilde kullanan ilk ülke kategorisinde olması sebebiyle Amerikan kültürünün varlık oluşturmasına odaklanılmış ve diplomasi vasıtasıyla uluslarası alanda oluşturulmaya çalışılan bu kültürü geniş alanlara yayma politikasını benimsemektedir. Günümüz iletişim teknolojilerinde yaşanan ilerlemenin sosyal medya ve yeni medya kavramlarının varlığını göstermeye başlamasıyla, medyanın güç unsuruda artış göstermektedir. Bütün alanlarda önemli araçların başında yer alan medya, uluslararası ilişkilerin de vazgeçilmez araçları arasında yer almaktadır. Ülkeler, dünya siyaset anlayışında hedeflerine ulaşabilir, çünkü onun sahip olduğu değerlere, refah seviyesine hayran ve bahsi olan ülkeyle benzemeyi arzulayan diğer ülkeler de o ülkeye karşı sempati oluşturabilir. Bu anlam içerisinde, gündem belirlenmesi ve dünya üzerinde diğer ülkeleri kendine çekmek için ve ekonomik veya askeri silahların kullanımı ve ya tehdit boyutu sadece değişime zorlama nedeniyle önemli ve yeterli olabilmektedir. Yumuşak güç vasıtasıyla asıl amaç ise insanları zor

kullanarak faaliyetler gerçekleştirmek yerine razı ederek benimsenen amaç ve hedeflerine yöneltebilmektir.

Başarılı bir kamu diplomasisi yönetiminde, iki yaklaşım düzen içesinde olmak kaydıyla gerçekleşebilir. Kamu diplomasisinin iki temel prensibi bulunmaktadır. Bu prensipler; devletlerin siyaset anlayışını ifade etmek ve toplumu tanıtmayı ifade etmektedir (Signitzer ve Coombs, 1992: 141). Birinci prensip genel olarak siyasal bilgilendirme faaliyetlerin barındırmaktayken, ikinci prensip kültürel faaliyetleri kapsam alanına almaktadır.

Neticesinde, kamu diplomasisi uygulamaları birden fazla şekilde gerçekleşebilir. Genel olarak dış kamulara yönelmiş olmakla birlikte ülkelerin kendi iç kamularını da kapsam alanına alabilmektedir. Tek yönlü olma durumuyla sadece bilgi vermek ve ikna etmeyi barındırabileceği gibi çift yönlü olarak diyalog amaçlanarak da uygulanabilmektedir. Yalnızca bir ülkeye yönelik olabilme ihtimali gibi, birden fazla ülkeye yönelik olarak da gerçekleştirilebilir (Szondi, 2008: 6). Fakat göz önünde olmayı amaçlayan, bütün bu yaklaşımların ülkelerin ulusal anlamda kendilerine yarar sağlayacak hizmet etmeyi amaçladığı ve sonucunda fikirlerine daha çok destek sağlayarak, uluslararası düzlemde etkilerini yönelme durumudur (Gonesh ve Melissen, 2005: 5). Kamu diplomasi ile ilgili olan bu yaklaşımların bir denge içerinde yürütülmesi elbette başarı getirecek durumdur.

1.3. KAMU DİPLOMASİSİ AKTÖRLERİ

Kavramın ortaya çıkışında temelde devletler tarafından gerçekleştirilen olguydu. Gelişen süreç içerinde küreselleşme iletişim teknolojilerindeki gelişmelerden dolayı artık kaynağının sadece devlet olması durumumdan uzaklaşmış ve devlet dışında kaynaklar da yer almaya başlamıştır. Kamu diplomasi kavramının aktörlerinin sıralanmasında literatür incelendiğinde pek çok yaklaşımın ortak noktası ilk olarak STK'lar kamu diplomasisinin aktörleri içerisinde yer almaktadır. Beraberinde üniversiteler ve okullar kanaat önderleri, iç hedef kitle, medya ve haber ajansları, özel sektör temsilcileri ve küresel şirketler, uluslarası aktörler ve baskı grupları başlıca aktörler olarak kabul edilmektedir.

1.3.1. Sivil Toplum Örgütleri

Son dönemlerde kamu diplomasisi, devletlerin resmi kuruluşlarının yanı sıra sivil toplum kuruluşlarının da ön planda olmasıyla toplumsal olarak ulaşılmamış olan durumlara da imkân sağlaması açısından da önem barındırmaktadır.

Geleneksel klasik diplomasi anlayışının etkin olarak görülmediği durumlarda kamu diplomasisi sadece destek sağlayan bir unsur olmaktan ziyade, başlıca bir siyaset gerçekleştirme biçimi olarak ön plana çıkmaktadır (Gökırmak, 2011:7-42). Son yıllarda sivil toplum örgütlerinin önemi de aşikâr olduğu görülmektedir.

1.3.2. Üniversiteler ve Okullar

Kamu diplomasisi uygulamalarına bakıldığı zaman üniversite ve okullar, arge süreçlerine sağlamış oldukları fayda sayesinde kültürel diplomasi uygulayıcısı olmakla beraber önem verilen araçlar arasındadır. Üniversiteler içerisinde mevcut olan araştırma merkezleri ise, raporlar, analizler ile kamu diplomasisi pratiklerine fayda sağlamaktadır. Kamu diplomasisi bu araç kullanımı sayesinde sağlıklı şekilde aktarılmasına katkı sağlamaktadır. Mesajların aktarım sürecinde düzenlenen konferanslar, seminerler, kongre ve çalıştaylardır. Bilim insanlarının olumlu imajları oldukça etkili bir kamu diplomasisi araç özelliği taşımaktadır (Sancar, 2012, 92). Ülkelerin sıklıkla tercih ettiği eğitim alanındaki faaliyetler stratejik ilişkiler gelişmesinde oldukça önemlidir.

1.3.3. Kanaat Önderleri

Kamu Diplomasisi daha çok ülkenin karar vericilerine etkileme ve yönlendirme bakımından ülke yurttaşlarını etkileme potansiyeli olan kanaat önderlerine ithafen yapılmaktadır. Hedef alınan ülkelerin kanaat önderlerini etkilemek aslında o ülkenin yurttaşlarından dolaylı bir şekilde etkileneceği bir diplomasi uygulamasıdır. Kanaat önderleri vasıtasıyla hedef kitleye verilecek mesajlar ile etkileme ve hedef kitleye ulaşım sürecinde iki aşamalı akış teorisi kullanılan bir süreci ifade etmektedir. Sahip olunan kanaat önderleri, ödül almış sanatçılar ve edebiyatçılar ülkelerin sahip olduğu yumuşak güç avantajlarına örnek verilebilir (Sancar, 2012: 95).

1.3.4. İç Hedef Kitle

Kamu diplomasisinde iç hedef kitle önemli yer kapsamaktadır. Devler için kamu diplomasi faaliyeti ilk olarak kendi ülkesinin içerisinden başlamaktadır. Kendi ülkesi içerisinde halkın demokratik anlayışla yaşamaları, özgür olabildikleri insani haklarını koruyan bir ülke olabilmesi diğer ülkeler tarafından da cazibeli hale gelmektedir. Dış kamuya verilen imajın mesajların inandırıcı olabilmesi için öncelikle kendi iç hedef kitlede bu yansımanın yaşanmış olması gerekmektedir. (Sancar, 2012:91).

1.3.5. Medya ve Haber Ajansları

Kamuoyu inşa etme sürecinde kullanılan araçlardır. Kamuoyunda kanaat oluşmasında önemli rol oynamaktadır. Kamu diplomasi süreci yöneltilirken ülkeler kamu diplomasi sürecinde etkin olmak istiyorsa kitle iletişim araçlarına gerekli değeri göstermek durumundadırlar. Yalnızca ülke içindeki bulunan kitle iletişim araçları değil uluslarası anlamda stratejik olarak ele alınması gerekmektedir. (Sancar, 2012:91).

1.3.6. Özel Sektör Temsilcileri ve Küresel Şirketler

Özel sektör temsilcileri ve dünyada varlık gösteren şirketler de kamu diplomasinin önem verilen aktörlerindendir. Ulusal şirketlerin yaptırım gücünün artması kamu diplomasi sayesinde daha da ivme kazanmıştır, bu durum kamu diplomasisi uygulamasının potansiyelinde de artış göstermesini sağlamakla beraber kamu diplomasisi potansiyel gücünü de artırmaktadır. Diğer ülkelerin kendilerine ait kültürlerini, değer yargılarını söz konusu şirketler vasıtasıyla yayabilmektedir Ülkelerin imaj oluşum süreci ve beraberinde gelişmesinde faal olan küresel ölçekli şirketler, ulaşılmak istenen ülkeler, diğer ülkelerin kamularına ihracat, ithalat, iletişim alanındaki faaliyetleriyle ulaşmak istemektedir. Örnek olarak Apple şirketi, Coco Cola, gibi merkezi Amerika Birleşik Devletleri olan ülkeler imaj yönetim sürecinde katkı sağlamaktadır. (Sancar, 2012:91).

1.3.7. Uluslarası Aktörler

Devlet üstü kuruluş olan uluslarası aktörler kamu diplomasisinde gün geçtikçe etkin hale gelmiştir. NATO, BM gibi küresel örgütler uygulamalara destek vermektedir.

Günümüz dünyasında kamu diplomasisi faaliyetlerinin aktif olan aktörleri arasında yer alan bir aktör de devlet üstü kuruluşlardır Bu aktörler yalnızca bir hedefe yönelik oluşabileceği gibi bir den çok hedefi de barındırarak küresel ve bölgesel oluşacak yeni oluşumlara birden çok çeşitle açıklanmaktadır. (Sancar, 2012:91).

1.3.8. Baskı Grupları

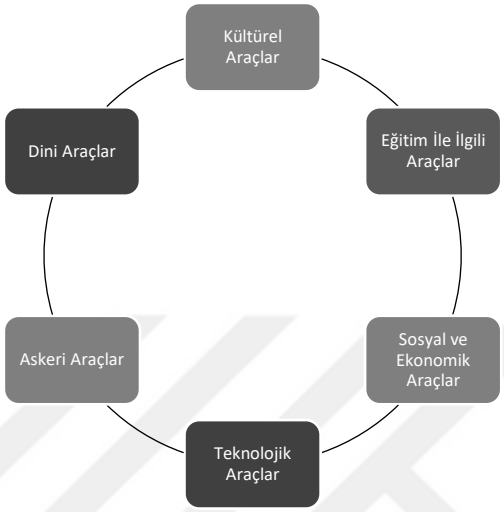
Kamu diplomasisi araçları içerisinde yer alan diğer bir aktör devletin dışında olan aktörlerden birisi olan baskı grupları yer almaktadır.

Baskı grupları, belirlenen bir hedef için bir arada toplanmış, devleti ve resmi mecralarının çıkarlarını yararına etkilemeyi amaçlayan topluluk olarak tanımlanmaktadır. Tanımlanan bu hedefler bağlamında baskı grupları, arzularını yönetim hedefi taşımadan, siyasal yönetimi etkileyerek sahip olmayı amaçlamaktadır. Neticesinde, kamu diplomasisi aktörleri zamanla farklılaşmaya başlamış. Kamu diplomasisi yalnızca devletin etken olduğu bir disiplin olmaktan ziyade asıl amaçlanan, bu kadar çeşitli aktörü, ortak bir hedef için organize edebilmektir. (Sancar, 2012:91).

1.4. KAMU DİPLOMASİSİ ARAÇLARI

Günümüz dünyasında teknolojik gelişmelerin ilerlemesiyle beraber, devletlerden bir tanesinde cereyan eden durumlar hızlıca bütün dünyaya sirayet etmiştir. Sirayet eden bu olaylar, uluslararası anlamda oluşan ilişkileri düzenlemek ve ihtimal olan istenmeyen durumlarda güvenliği sağlamak hedefiyle ülkeler arası politik ilişkilerin önemini işaret eder niteliktedir. Bu durum devletlerarasında diplomasi kavramına yönelime sebep olmaktadır. Gelişen teknolojiyle beraber ülkelerin diplomasi görüşünde de değişim yaşanmıştır. Devletler sorunlarını artık sert güç kullanımı şeklinde tek yönlü bir iletişim hâkim olduğu bir anlayışa değil barışçıl yumuşak güç olgusu, Kamu diplomasisi olarak tanımlanan yeni anlayış ile ülkelerin, diğer devletlerin kamularını etkilemek koşuluyla kamular üzerinde daha stratejik bir rol üstlenme yöntemi olarak ifade edilmektedir. Özellikle bir devletin küresel alanda olumlu izleniminin artması ya da mevcut prestijin sabit tutulması için, diğer devletlerden üstün olduğunu göstermesi gerekmektedir. Bu duruma verilebilecek en güzel örnek ülkelerin güç olgusuyla gerçekleştirmesiyle olan ilişkileridir. (Kocabıyık, 2019: 177)

Bunun nedeni her ülkenin günümüz dünyasında mevcut prestijlerini ve imajını diğer ülkelere oranla daha yukarıda tutmak isteyecektir. Bu durumu başarabilmenin ideal yolu ise mevcut güç kaynaklarıdır. Bununla birlikte mevcut güç unsurları kimi zaman gücün kendisini tanımlarken kimi zamanda kamu diplomasisi araçlarını işaret etmektedir.



Şekil 2.1. Kamu Diplomasisi Araçları
Kaynak: Kocabıyık, 2019: 177 'den uyarlanmıştır.

Kamu Diplomasi uygulamalarında kullanılan araçlar genel olarak aşağıdaki şekildeki gibi altı başlık altında toplanabilir**.**

1.4.1. Kültürel Araçlar

Bir toplumu etkilemek toplum üzerinde iz bırakmak için öncelik o toplumun kültürünü öğrenmek gerekmektedir. Kamu diplomasi uygulamasında sınıflandırılmış araçlar arasında en önemlisi kültürel araçlardır. Kültürel araçlar; yazılı ve görsel basın, sinemalar, filmler, müzik, yabancı dil eğitimi gibi uygulama pratiklerini kapsamaktadır. Kültüre özgü bir yemeğe, müziğe veya danstan kaynaklanabileceği gibi, kültürün diğer toplumlar için gizemli olan birçok unsuruyla da ilişkilendirilebilir. Kültürel olarak mili değerlerin aktarılması süreci olarak ifade etmek mümkündür. (Kocabıyık, 2019: 177)

Kültürel diplomasi, genellikle kültür enstitüleri aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Kamu diplomasisinin uygulama araçlarında en önde geldiği varsayılmaktadır. İlk kültür enstitüleri 1934 tarihli British Council ve 1954 tarihli Goethe Enstitüsüdür. Modern kamu diplomasisinin tarihçesi ise 1965'te gündeme gelmiştir. Özellikle 21. yüzyılda, internetin

hayatımızdaki yerinin de etkisiyle kültürel diplomasi dünyaca daha büyük bir önem ve nitelik kazanmıştır. Bununla birlikte 1991 yılında İspanya, 2004 yılında Çin, 2008 yılında Rusya kültür enstitülerini faaliyete geçirmiş ve nihayetinde ise 2009 yılında Türkiye Yunus Emre Enstitüsü ile bu alanda yer almıştır (Ekşi, 2015: 347-350).

1.4.2. Eğitim İle İlgili Araçlar

Kamu diplomasisi araçları arasında yer alan bir diğer araç ise eğitim ile ilgili olan araçlardır. Örnek faaliyetler, öğrenci ve beraberinde akademisyen programları ülkelerin bünyesinde yer alan özel kuruluşları verilen burslar vb. uygulamalar bu lar bir kaçını oluşturmaktadır. Eğitim faaliyetlerini yalnızca öğrenci değişim programlarıyla sınırlamak yanlış olacaktır; öğrencilerin başka ülkelerde bilimsel araştırmalar yapmalarına, konferanslar ve seminerlere katılmalarına yardımcı olur. Devletlerin akademik düzlemdeki temsilcisi olan üniversitelerin, hedef ulusların gençlerine ulaşması ve hitap etmesi bu noktada önem atfetmektedir. Üniversitelerin kaynak ve imkânlarından faydalanan öğrenciler uzun vadede kendi ülkelerinde önemli makamlarda bulunmaları durumunda, eğitimini gördüğü devlete karşı barışçıl bir davranış ve sempati oluşmasına neden olacaktır (Varol, 2019: 16).

1.4.3. Sosyal ve Ekonomik Araçlar

Maddi ve manevi yapılan yardımlar insani yardım amaçlı faaliyetler, sivil toplum kuruluşları ve siyasi partiler tarafından gerçekleştirilen uygulamalar, sosyal faaliyetler, sağlık alanında yapılan faaliyetler kamu diplomasisi araçları arasında yer alan sosyal ve ekonomik araçları tanımlayacak faaliyetlerdir.

Yukarıdaki paragrafta belirtilen uluslararası alanda yapılan spor etkinlikleri, müsabakalar, festivaller ve ulusların kendini temsil ettiği çeşitli sanatsal faaliyetlerle meydana gelmektedir. Bunlarla birlikte sınır ötesi geliştirilen ilişkiler imaj oluşturma, marka yaratma, algı oluşturma gibi diplomatik stratejiler uygulanmaktadır. Uluslararası sosyal faaliyetler hem ekonomik bağlamda hem de ilişkilerin geliştirilmesine katkı sağlamaktadır. Dünyada geçirdiğimiz COVID-19 sürecindeki ülkelerin sergilemiş oldukları tutumları örnek göstermek mümkündür. Ülkelerin kendisini göstermesi adına fırsat sunmaktadır. (Varol, 2019: 16).

1.4.4. Teknolojik Araçlar

Yazılım sektöründe yaşanan gelişmeler teknolojik araçların kullanımıyla birlikte bir kamu diplomasi aracı kılmaktadır. Kamu diplomasisi imaj oluşmasında, imaj yenileme faaliyetlerinde teknoloji kullanımını önemli hale getirmektedir. Teknolojik araçlar kullanılarak diğer ülkelerin kamuları kısa sürede etkileyebilir, kamuoyu oluşturulabilir. Dijitalleşme süreci, iletişim araçlarında yaşanmakta olan gelişmeler ile beraber kamu diplomasisi uygulamalarında da varlığını hissettirdiği bir gerçekliktir. Dijitalleşme ile beraber, devletlerin diğer ülkelerin kamularıyla etkileşim halinde olmasıyla beraber herhangi bir kaynak sınırlılığın oluşmasını engellemektedir. Dijitalleşme süreciyle itibar alanında bilgi ve rekabet ortamının yanı sıra halkların kendi fikir ve tutumlarının oluşmasına zemin oluşturmuştur (Yücel, 2016: 758-759). Bu durumdan ötürü, dijitalleşme bilgi çarpıtma ve stratejik algı geliştirme süreçleri açısından yeni oluşum sağlayan bir araç niteliğindedir.

1.4.5. Askeri Araçlar

Askeri güç, yalnızca sert güç olgusunun içeriği olmaktan ibaret olmamakla beraber.Özellikle küresel örgütler açısından oluşturulmuş olan barış gücü unsurları, ülkelerarası ilişkiler ile gerçekleşen askeri anlamda eğitim, ve benzer faaliyetler itibariyle kamu diplomasisi pratiğinin askeri araçları olarak görülmektedir. Bahsi geçen faaliyetler ile beraber iletişim sağlanan halkların sempatisini kazanma ile birlikte olumlu imaj oluşturulması olağandır. Askeri kuruluşların yurt dışındaki faaliyetleri, kuruluşların mensup olduğu ülkenin kamu diplomasisine katkı sağlamaktadır. Burada öne çıkan faktör, askeri gücün ne şekilde ve ne amaçla kullanıldığı olmaktadır. Askeri güç, bir ülkenin imajını olumsuz yönde etkileyebileceği gibi olumlu yönde de etkilemektedir. Türk askerinin çeşitli bölgelerde görev almaları; bölgesel ve küresel ölçekte manevi değer oluşturarak çeşitli değerlerin kazanıldığı kamu diplomasisi uygulamalarına örnek olacak niteliktedir (Yücel, 2016: 758-759).

1.4.6. Dini Araçlar

Din diplomasisi, alan yazın incelendiğinde çok fazla uygulanan kamu diplomasisi araçları arasında yer almadığı görülse de yüzyıllar boyunca kullanılan kamu diplomasisi

aracı olarak yer almaktadır. Batı dünyası, Yahudi-Hristiyan dünyası ve Arap Müslüman dünyası gibi nitelemelerin bulunması dini araçların ifadesi olarak görülmektedir. Dini açıdan otorite sahibi olanlar mevcut inançlarını diğer toplumlara aktarmak için elçileri vasıta olarak kullanmışlardır. Bu durum ise ülke çıkarlarını destekleyecek niteliktedir.

Kamu diplomasisi, araçlarının kullanılmasındaki en önemli etken hangi aracın kullanılacağına karar vermek ve belirlemektir. Günümüz dünyasında dış politika ve ilişkilerin temelinin oluşturulmasında kamu diplomasisi faaliyetleri kaçınılmaz bir disiplin olduğu görülmektedir. (Yücel, 2016: 758-759).

1.5. KAMU DİPLOMASİSİ MODELLERİ

Kamu diplomasi kavramına ait pek çok model literatürde görülmektedir. Aşağıdaki tabloda modellerden temel olarak nitelendirebileceğimiz modeller ele alınmaktadır.

1.5.1. Kelley 'in Savunuculuk ve Danışma Modeli

Kelley, Savunuculuk ve Danışma Modelini üç farklı şekilde sınıflamaktadır.

Bilgilendirme Yaklaşımı: Ortaya çıkan sorunlarda bilgi yönetimi ve bilginini dağıtılması ile beraber kısa süreli etkinlikleri içermektedir.

Etkileme Yaklaşımı: Bu yaklaşımda asıl hedef iknanın gerçekleşmesidir. Hedef kitlede tutum ve davranışların değiştirmesi amaçlanarak uzun süreli çalışmalar olarak tanımlanmaktadır.

Katılım (Dâhil Olma) Yaklaşımı: İlişki kurulması, güven oluşumu, küresel çapta devamlılığı sağlanabilecek ilişkilerin gerçekleştirilmesini ifade etmektedir.

Kelley bu modeli aşağıdaki tabloda görüldüğü gibi üç kategoriye ayırmış ve bunlar iletişim biçimi, zaman aralığı ve proaktif ya da reaktif olma durumlarına göre incelemiştir. (Okumuş, 2018: 86-88).

Tablo 1.2. Savunma ve Danışma Modeli

	Savunuculuk Modeli		**Danışma Modeli**
	Enformasyon Bilgilendirme	**Etkileme**	**Dâhil Etme**
İletişim Biçimi	Şeffaf	Propagandacı	Şeffaf
Zaman Aralığı	Uzun dönemli /Kısa dönemli	Uzun dönemli/ Kısa dönemli	Uzun Dönemli
Durum Yönelimi (Posture Orientation)	Reaktif / Proaktif	Proaktif	Reaktif/Proaktif

Kaynak : (Kelley, 2009: 80)

Tablo 1.2'de görüldüğü üzer Kelley tarafından gerçekleştirilen modelinin sınıflaması yer almaktadır. Danışma modeline örnek olarak öğrenci değişim programları hedef ve içerik olarak ifade edilen modeli oluşturmaktadır.

1.5.2. Zaharna'nın Enformasyonel Ve İlişkisel Modeli

Zaharna, kamu diplomasisi alanına katkı sağlamıştır. Geliştirmiş olduğu model ile enformasyonel ve ilişkisel olarak iki çerçevede çalışılmıştır. Aşağıda bu iki model açıklanmaktadır.

Enformasyonel Model: İkna ve denetimin yaygın olduğu bu modelde; kamu diplomasisi olgusu siyasi hedeflere ulaşılmak için hazırlanan mesajların tasarlanarak iletiminin sağlanması bilgi dağıtımı gibi algı yönetim mekanizması olarak görülmekte. Merkezinde bilgi tasarlama ve dağıtma olan bu modelde imaj geliştirme, saygınlık oluşumunu sağlama politik ve kişisel amaçlara ulaşmak için kamunun sahil olmasını ifade eder. *"Enformasyonun modelinin temel sorusu; "Mesajımız nedir ve bu mesajları nasıl dışarıya ulaştırırız?"dır. Mesajlar enformasyon içeriğini oluşturduğundan beklenen etkiyi oluşturması da enformasyonun seçimine, tasarımına ve sunumuna bağlı olmaktadır"* (Zaharna, 2009 akt: Okumuş, 2018: 86-88).

İlişkisel Model: Modelin geliştiren Zaharna 'ya göre bu modelde politik hedeflerin şekillenmesi için sosyolojik yapı kurlumu esas alınmaktadır. Kökeni iletişim alanına uzanan bu modelde ilişkiler üzerinde durulmuş, ilişki kurulumu ve ilişkilerin kimliklerinin belirlenmesine odaklanmaktadır. Sadece bir milletin imaj faaliyetlerini

değil beraberinde iyi bir küresel ortamın oluşturulması için fayda sağlamaktadır. İlişkisel model, kamuların ortak ilgi duydukları alanı tespit edip sonrasında onları farklı kişilerarası iletişim metotlarıyla birleştirme metodudur (Zaharna, 2009 den akt: Okumuş, 2018: 91).

Tablo 1.3. Enformasyon ve İlişkisel İletişim Modeli

Enformasyonel Çerçeve	**İlişkisel Çerçeve**		
	1.Düzey İlişki İnşa Etme Uygulamaları	2. Düzey İlişki İnşa Etme Uygulamaları	3. Düzey İlişki İnşa Etme Uygulamaları
Propaganda	Kültürel ve Eğitimsel Değişim Programları	Kültür ve Dil Enstitüleri	Politik Ağlar Oluşturma ve Koalisyon İnşa Etme
Ulus Markalama	Lider Ziyaretleri	Kalkınma Yardım Projeler	
Medya İlişkileri		Kardeş Şehir/Ülke Anlaşmaları	
Uluslarası Yayıncılık		İlişki İnşa Etme Kampanyaları	
Bilgilendirme Kampanyaları		Politik Olmayan Ağ Toplulukları	

Kaynak: (Zaharna, 2009: 86-96)

1.5.3. Gilboa'nın Temel Soğuk Savaş-Ulusaşırı Devlet Dışı-İç Halkla İlişkiler Modeli

Alana katkı sunan Gilboa üç tane kamu diplomasisi modeli geliştirmiştir. Modellerin ilki temel soğuk savaş, ikincisi Ulusaşırı devlet dışı, üçüncüsü ise iç halkla ilişkiler modeli olmak üzere modeller ise: (Gilboa, 2008: 59-60).

Temel Soğuk Savaş Modeli:

Temel soğuk savaş modeli ve uygulanması, amacı hedefte olan kamunun, hükümet iç propagandasına karşı tepki koymasının sağlanmasıdır. Soğuk savaş döneminde fazlaca kullanılan bir modeldir. Nükleer silah ve bombaların yıkım etkisiyle kamuoyunu bilgilendirme beraberinde ikna faaliyetleri bu iki mükemmel gücün uluslarası ölçekte etkin olduğu görülmektedir. Ülkelerin kamu diplomasisi uygulamalarını dış topluluklar

üzerinde uzun vadede sonuç alabilmek için kamu diplomasisi önem verilen uygulamalar arasındadır. Hedef alınan kamuların fikirleri, diğer devletlerin olumlu izlenim konusunda razı edilebilmesi, toplumun kendi devleti üzerinde saldırgan siyasetin değiştirilmesi durumuna erişim sağlanır (Gilboa, 2008: 59-60).

Devlet Dışı Ulus aşırı Model:

Kamu diplomasisi aktörleri, ülke dışı organizasyonlar ve benzer aktörlerin katılmasıyla bu aktörlerin birbirleriyle etkileşim halinde olması gereken ve soğuk savaş modelinde değişime gidilmiştir. Gilboa 'ın geliştirdiği bu model de küresel sınırların ötesinde STK'lar be kişilerin kamu diplomasisi uygulamalarını inceleyebileceği model olarak geliştirilmiştir.

Geliştirilen bu model, yeni aktörlerin hedeflerine erişme noktasında küresel yarar sağlayabilmek nedeniyle uluslararası haber kanallarını ve medya faaliyetlerini uygulamaktadır. Örnek olarak dış güçler vasıtasıyla Çin devleti, demokratik yenilikler yapmak için zorlamıştır (Gilboa, 2008: 59-60).

İç Halkla İlişkiler Modeli:

Modelde devlet yetkilileri, hedefinde olan ülkelerde amaçlarına erişebilmek için halkla ilişkiler ya da lobicilik faaliyetlerini beraber uygulamaktadır.

İç Halkla İlişkiler Modeli uygulayan devlet yetkilileri, doğrudan devletlerin desteklediği kamu diplomasisi uygulamalarından ziyade daha inandırıcı ve etkileyici olduğunu savunmaktadır. Talep edilen hedeflere nasıl ulaşılacağının daha iyi bildiğinden desteklerinin bulunması, hedef ülkedeki gerçekleştirilen kampanyaların geçerlilik ve kabul edilebilirlik açısından zora koymaktadır (Gilboa, 2008: 60).

Kamu diplomasisi modelleri arasından yukarıda yer alan başlıca modellere yer verilmiştir.

1.6. DÜNYADA KAMU DİPLOMASİ ÖRNEKLERİ

Akçadağ, İletişim dünyasının zorunluluğu olmakla beraber bireyler, topluluklar arası veri akışı ivedi şekilde gerçekleşmekte bu durum kültürlerarası alışverişi geliştirmektedir. Toplumların hem birbirlerini hem de diğer kültürleri tanımasına fırsat tanıyan iletişim çağında artık kamu diplomasisi bir uluslarası iletişim çeşidi

tanımlamasıyla karşımıza çıktığı görülmektedir. Devletlerin dünyadaki tanınma durumu, saygınlık ve beraberinde gücü ve siyaset anlayışı farklı olmasından ötürü kamu diplomasisi faaliyetleri de değişmektedir. Kamu diplomasi anlayışı ülkelere göre farklılık göstermektedir elbette ama bütün ülkelerin tamamı yerine kıtalar içinde "güç" olarak algılanan ülkeler bu çalışmanın konusu olmuştur.

1.6.1. Amerika Kıtasında Kamu Diplomasisi

Kıtalar arasında ilk olarak Amerika kıtasına bakacak olursak kavramın ilk ortaya çıkış "ihraç ülkesi" demek doğru olacaktır. Tarihsel süreç içerinde yaşanan Birinci Dünya Savaşı beraberinde İkinci Dünya Savaşının bitişiyle beraber ABD, dünyada "süper güç "olarak algılanmada önemli olan etmenleri çok iyi bilen bir ülkedir. ABD, yaşanan savaş süreçlerinin ardından bu süreç içerinden ülkesi adına olumsuz izlenim oluşmadan nasıl sıyrıldığı aslında bizi kamu diplomasisi kavramıyla karşılaştırılıyor.

Ekonomik olarak dünyanın en büyük ekonomisine sahip olması, dünya çapında en büyük şirketlerin Amerika'da olması gücünü elbette kullanmakta ve bunu güç olarak kullanıldığı açıkça ortadadır ."Elbette Amerika Birleşik Devletleri, dünyanın "*mükemmel çocuğu*" değildir. Fakat bilim dünyası ve teknolojik gelişmeler konusunda gelişmelerin merkez noktası olması nedeniyle *"popüler kül- tür" olgularının dünyada büyük etki yaratması, fikirlerinin ve geleneklerinin yayılması Amerika'nın çekici özellikleri olarak önümüze çıkmaktadır"*(Nye, 2005: 42). Güç potansiyeli yüksek olan ABD, yaşanan olumsuz gelişmeleri imajını zedelemeden atlatmaktadır. Kavramın geliştiricilerinden (Nye, 2005: 42) "*Günümüz dünyasında küreselleşmenin menşei olarak bilinen Amerika'nın kamu diplomasisini üç önemli yumuşak güç öğesini barındırmaktadır. Birincisi kültür, ikincisi yerel değerler üçüncüsü ise politikalar ve sonuncusu dış politikadır".*

Hollywood, ABD'nin kültürünü sunmak için kullanılan araçlardan en önemlisidir. Amerika kültürünün dünyaya aktarılmasında önemli yere sahip olan Hollywood insanlara oradaki yıldız isimler gibi yaşama arzusu sunmaktadır. Medya kurum ve kuruluşları da bu görevi üstlenerek CNN, MTV örnek verilebilecek kuruluşlar arasında önemli rol oynamaktadır. Amerika'da kamu diplomasisi faaliyetlerini üç kuruluş yürütmektedir.

Bunlardan birincisi Dışişleri Bakanlığı, ikincisi Beyaz Saray ve üçüncüsü ise Savunma Bakanlığı gibi kurumlardır.

Fakat 11 Eylül tarihi sonrasında; Afganistan, Irak ve Suriye politikası bununla beraber hali hazırdaki Rusya-Ukrayna savaşındaki tutumu, 7 Ekim 2023 tarihinde başlayan bölgeye yayılan İsrail ve Filistin arasındaki savaş ve adeta soykırım gerçekleştiren İsrail devletini destekleyici tavır sergileyen ABD'nin bu süreçteki tutumu gerek kendi kamuları tarafından gerekse diğer ülkelerin zihninde orta ve uzun vadede olumsuz imaj oluşması tahmin edilebilecek bir gerçektir (Demir, 2012: 134-135).

1.6.2. Avrupa Kıtasında Kamu Diplomasisi

Almanya

Almanya'da uluslararası eğitim programlarını, değişim faaliyetlerini yürüten Alman Akademik Değişim Servisi (DAAD), uzmanlar akademisyenler, öğrenciler için önemli burs programları düzenlemektedir. Kuruluş yabancı ülkelerde Kurulan Alman işbirlikçi eğitim kurumları içinde ciddi olanak sağlamıştır. Almanya'nın kamu diplomasisi temelini oluşturma aşamasında medyanın etkisi de iyi bilmekte ve Deutsche Welle devlet adına bu görevi üstlenmektedir. 1953 yılında Nazi Almanya'sı dönemi sonrasında yeni Almanya hakkında kamuya bilgi aktarmak için bir radyo programı olarak kurulmuş olan Deutsche Welle şuan dünyada en büyük yayın organları arasında yer almaktadır (Demir, 2012: 134-135).

Fransa

Fransa, kamu diplomasisi açısından incelendiğinde dünyada önde bulunan ülkeler arasında yer almaktadır. Fransızcanın bir dönem dünya dili olarak kullanılması ülkeye olumlu olarak katkı sağlamıştır. Kültürel olarak bakıldığında ülke sınırlarında bulunan Paris şehri dünyada insanların en çok tercih ettiği, romantizm ile bilenen "Eyfel Kulesi (Fransızca: La tour Eiffel)" ziyaretçilerin en çok ziyaret edilmek istenen hatta ilk tercih edilen şehirlerarasında yer almaktadır. Bu durum Fransa'ya hem kültürünü yerinde tanıma avantajı hem de kamu diplomasisi açısından önemli katkı sağlamaktadır (Nye, 2005: 80). Bünyesindeki bulunan Ghanel, Dior, Guerlain, Louis Vuitton gibi ünlü markalarda Fransa'ya önemli bir imaj kazandırmaktadır. Ülkenin tanıtım görevini yerine getiren Allianca Françaıs ve Instituts Françaıs Fransa kamu diplomasi örnekleri açısından

önemli görülmektedir. Bununla beraber yabancı devletlerde varlık gösteren Fransız liseleri de Fransız kültürünün eğitim alanında varlığını sürdürmesi yabancı gençlere sunulan ve beraberinde Fransa'nın prestijine önemli fayda sağlayan kurumlar arasında yer almaktadır.

İngiltere

İngiltere ülkesi, kamu diplomasisi pratiklerinin değerini ne kadar propaganda olgusu altında kullanım sağlasa da Birinci Dünya Savaşı sırasında keşfetmiş devamında ise yıllar içerisinde temelleri sağlam bir kamu diplomasisi oluşturmuştur. O yıllarda Almanya dünya ya doğru olmayan haber aktarmasına bir tepki göstermek için Wellington House ismiyle propaganda yürütme merkezi kurulmuş bunula beraber İngiltere'yi dünyaya aktarma amacı verilerek kamu diplomasisi nezdinde ilk resmi adım atılmıştır (Sancar, 2012: 235). İngiltere gittikçe zor hale gelen kamu diplomasisi faaliyetlerini şu kurumlar aracılığıyla gerçekleştirmektedir. Bu kuruluşlar; İngiliz Dışişleri Bakanlığı, Birleşik Krallık Yabancılar ve Milletler Topluluğu Ofisi, Kamu Diplomasisi Grubu, Kamu Diplomasisi Strateji Heyeti, British Council ve BBC olmak üzere (Demir, 2012: 126-129). İngiltere'nin kamu diplomasisi anlamında başarısını konuşacağımız bir konuda elbette İngilizcedir. Ülkenin tanıtılması için önemli bir rol üstlenmiştir. British Council eğitim açısından BBC World ise tüm dünyaya haber aktarımı açısında İngiltere için önemli kamu diplomasisi kuruluşları arasında yer almaktadır.

1.6.3. Asya Kıtasında Kamu Diplomasi

İsrail

Asya kıtasına bakıldığı zaman, bu kıtada öne çıkan ülkelerden ilki İsrail'dir. Dünya genelinde mevcut imajını her daim olumlamaya çalışan İsrail Asya kıtasında diğer ülkelere oranla kamu diplomasisi uygulamalarına en çok önem veren ülke olduğu görülmektedir. Bu durumun nedeni, İsrail ülkesine ilişkin yanlış olduğu ifade edilen bazı düşünceler dünya genelinde ortaya çıkarma isteğidir. Nitekim kıtasında kamu diplomasisi uygulamalarına fazlaca değer veren devlet olması da bu durumu açıklayacak niteliktedir (Sancar, 2012: 241). Literatür incelendiğinde kamu diplomasisinin başarısı önce kendi yurttaşlarına karşı inanç oluşturmakla başladığı görülmektedir. İsrail hâlâ devam eden Filistin ile savaşında dünya gündeminde yer alan zulüm ve imaj zedeleyecek haberleri yalanlaması bununla beraber gelecek yıllar içerinde ülkesi için dünyada, hatta kendi

halkına karşı bile oluşturmuş olduğu olumsuz algının nasıl değişeceği, şekil alacağı, mevcut imajını olumlamaya çalışan İsrail bu süreci nasıl yöneteceği merak konusudur. İsrail ülkesinde hatırı sayılır zengin iş insanı tarafından kurulan Yeni Medya Diplomasi Enstitüsü, Amerika ülkesi ve İsrail ülkesi arasındaki ilişkilerde görevli Amerikan-İsrail Kamu İşleri Komitesi ve muhtelif Yahudi cemaatleri İsrail için kamu diplomasisi faaliyetlerini yürüten kurumlar olarak görülmektedir. Bu kurumların ortak hedefi İsrail'in günümüze kadar yürüttüğü politikalarla inşa ettiği imajı olumlu yöne çekmektir. Bu noktada samimiyetine inanılmadığı nokta ise kamu diplomasisi anlayışında da önemli destek sağlayan en önemli müttefiki Amerika ile bile sürekli çatışma halinde olmasıdır (Ünal Erzen, 2014: 91).

Rusya

Kamu diplomasi açısından incelenmesi gerekli olan bir ülkede Rusya'dır. Rusya, kamu diplomasisi olarak benimsemiş olduğu anlayış sorunludur. Rusya'nın kamu diplomasi algısı sert güç olgusuna gerçekçi bir görüşe dayanmaktadır. Rusya'da kamu diplomasisi pratiği devlet vasıtasıyla yürütülmesi propaganda izlenimi oluşturmaktadır. Devlet-merkezli ve üstten alta bir şeklide gerçekleştirilen kamu diplomasisi hedeflenen olumlu izlenimleri ve başarıyı gerçekleştirememektedir. Fakat Rusya Nye'ın belirttiği üzere *"yumuşak güç ve kamu diplomasisini temel uygulayıcıları hükümet-dışı aktörlerden oluşmaktadır*" (Nye, 2004: 99). Kamu diplomasisi özelinde bakıldığında durum Rusya'da farklılık göstermekte, kamu diplomasi anlayışı dünyada olumlu izlenime sahip olmaktan öte mevcut güç kaynaklarıyla varlığını kabul ettirme durumu mevcuttur. Rusya mevcut enerji kaynaklarını başarılı bir şekilde kullanıp günümüzde de pek çok ülkenin bağımlı olduğu ülke olarak yer almaktadır.

Çin

Kamu diplomasi özelinde incelenmesi gereken diğer ülke Çin Halk Cumhuriyeti' dir. Çin, gün geçtikçe büyüyen ekonomisi bununla paralel pazar payı yer altığı kıtada ve dünyada gün geçtikçe değerinin arttığı görülmektedir. Mevcut ön yargıları ortadan kaldırmak ve değişimini dünyada görünür kılmak için çabalayan Çin, sahip olduğu kültür ve tanıtım kullanarak dünyaya güvenilir, işbirliğini benimseyen, barışçıl ve gelişmişliği barındıran ülke imajı sunmaya hedeflemektedir. Buna paralel olarak küreselleşme ile Çin, artık kamu diplomasinde habersiz kalamamıştır. Bu uygulamaların ve kamu

diplomasisinin devamlılığının sağlanması özelinde bir değişiklik dikkat çekmektedir. Çin'in ülkelerden ayrışan özelliği Çin Komünist Partisi Propaganda Ofisi ve beraberinde Devlet Konseyi Enformasyon Ofisi kamu diplomasisi politikalarını oluşturma görevini Dışişleri Bakanlığı ile beraber yürütmektedir (Akçadağ, 2011: 1-4).

Kamu diplomasisi faaliyeti olarak Konfüçyüs Enstitüleri, Çin kültür değerlerinin tanıtılmasının üstlenmiş kamu diplomasisi araçlarının ilk önce gelenleri arasında yer almaktadır. Eğitim olarak yabancı ülkelerde varlığını devam ettiren Çin, film sektörü, mutfak kültürünün aktarımı ve China Radio ile kamu diplomasi uygulamalarını yürütmektedir.

Japonya

Dünyamızda ekonomik güç unsurlarını elinde bulunduran Japonya devleti, kamu diplomasi alanında önemli ölçüde girişimlerde bulunarak, bu girişimlerin yürütme mercii olarak Dışişleri Bakanlığı ve Japon Vakfı ile birlikte yürütülmektedir. Asya ülkelerinin içerisinde Japonya'nın yumuşak güç unsurlarına sahip olmaları ve modernleşmesine erişme metoduyla mevcut kültürünü koruyarak farklılaşması nedeniyle Asya ülkeleri arasında önemli konumda yer almaktadır. Örnek olarak Sony, Toyota, gibi markalarla ulus markalama unsurunun kullanımıyla beraber kültürel değer ve çekicilik boyutunda ön planda olan ülke konumundadır (Nye, 2005: 88-89). Amerika'ya benzer olarak film sektöründe Japon filmleri önemli yere sahiptir gençlerin yıllarca boyunca dikkatini çeken Japon filmleri kültürel diplomasi için önemli bir örnek olarak gösterilebilir. Batılı kültür ile karşılaştırıldığında daha içedönük ve hatları belirgin kültüre sahip olması, kültürünü küresel ölçekte tanıtmasında Japonya'nın dezavantajı olarak görülmektedir.

1.6.4. Afrika Kıtasında Kamu Diplomasisi

Afrika kıtasında yer alan ülkeler kamu diplomasisi uygulamaları için önemli faaliyetleri bulunmadığından tek tek değerlendirme yapılması olası değildir. Bölgedeki ülkeler içerisinde yer alan Arap Baharı sürecinde öne çıkmış ülke olan Mısır, kamu diplomasisi faaliyetlerini Dış İşleri Bakanlığı ile Diplomatik Çalışmalar Enstitüsü olmak üzere iki kurum ile gerçekleştirmektedir. Batının BBC, CNN gibi kanallardan çok daha fazla izlenen Al Jazeere televizyon kanalı, ön planda tuttuğu; dürüstlük, adalet, bağımsızlık vb. özellikleri arasındadır. 2006 yılında artık İngilizce yayın yapmaya da

başlayan bu bölgedeki bütün haberleri tüm dünyaya yayma hızı önemli değer arz etmektedir. Mısır bölgesinde büyük bir itibara sahip olan kanal olarak yer almaktadır (Koçgündüz, 2011: 85-87). Bölgede medya aracı olarak sınıflandırılan ve bu bölgeyi tüm dünyaya aktardığı için değerli bir kamu diplomasisi aracı olarak görülmektedir (Yılmaz, 2011: 5)

1.7. TÜRKİYE'NİN YUMUŞAK GÜCÜ VE TÜRK KAMU DİPLOMASİ FAALİYETLERİ

Dünyada yaşanan değişim ve gelişmeler paralelinde Türkiye yeni yeni önem vermeye başlamıştır. Türkiye'de kamu diplomasisi faaliyetlerini yerine getiren kuruluş, Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü kuruluş yılı 1800 yıllardır.

Geçmişteki adıyla Matbuat Müdürlüğüdür. 1920 yılına gelindiğinde Matbuat ve İstihbarat Müdüriyeti olarak isim almıştır. 1984' de günümüzdeki adıyla Basın Yayın Enformasyon Müdürlüğü (BYEGM) şekliyle görülmektedir. Bu kurum iç ve dış kamuoyuna seslenmek için kurulan Türkiye'nin kamu diplomasisi anlamında ilk kurumu olarak yer almaktadır. Günümüze geldiğimiz zaman kamu diplomasisi uygulamaları 2010 yılında T.C. Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü varlığını farkındalık oluşturmaya başlamıştır.

Kamu diplomasisi kavramını isminde barındıran ilk kurumun kurulduğu görülmektedir. Türkiye'de kamu diplomasisi faaliyetlerini gerçekleştirmek için kurum ve kuruluşlara yer verilmiştir. Bu kuruluşlar aşağıdaki şekliyle sıralanmaktadır;

- T.C. Cumhurbaşkanlığı Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü
- T.C. Cumhurbaşkanlığı Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı (TİKA)
- Yunus Emre Enstitüsü
- Türk Asya Stratejik Araştırmalar Merkezi (TASAM)
- Uluslararası Türk Kültürü Teşkilatı (TÜRKSOY)
- T.C. Cumhurbaşkanlığı Yurtdışı Türkler ve Akraba Toplulukları Başkanlığı (YTB)
- Kamu Diplomasisi Enstitüsü
- Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT)

- Anadolu Ajansı (AA)
- Kızılay
- Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı (AFAD)
- Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı (AFAD)
- Türk Hava Yolları(THY)
- Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü (BYEGM)
- T.C. Dışişleri Başkanlığı

T.C. Cumhurbaşkanlığı Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü

Koordinatörlük 30 Ocak 2010 yılında kurulmuştur. Türkiye'nin kamu diplomasisi faaliyetlerini v iletişim çalışmalarını etkili ve başarılı bir şekilde ülkenin milli çıkarlarını, benimsemiş olduğu sorumluluklarını, sahip olunan güçlü mirası, son dönemde dünya siyasetinde söz sahibi olma etkisini benimseyerek Türkiye Devletini başarılı bir şekilde anlatmak ve çift yönlü iletişim çalışmaları gerçekleştirmek amaç ve vizyonunu oluşturmaktadır.

Misyonu; Küresel ölçekte kamuoyunda göz önünde olma Türkiye'yi etkin ve doğru bir biçimde tanıtım ve bilgilendirme nedeniyle kamu kurumları ve beraberinde sivil toplum örgütleri ile koordinasyon oluşturmaktadır (www.kdk.gov.tr).

T.C. Cumhurbaşkanlığı Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı (TİKA)

Bağımsızlığını tanımış pek çok Türk Devletlerini ilk tanıyan ülke konumda olan Türkiye Türkmenistan, Azerbaycan, Özbekistan, Kazakistan ve Kırgızistan'ın da yer aldığı bu ülkeler ile ortak dil, tarih, hafıza ve beraberinde ortak bir kültüre sahip olunması hem ikili hem de bölgesel anlamda ilişkiler güçlü hale gelmesine zemin oluşturmaktadır. Türkiye'nin dili, Türkçe konuşan ülkeler ile arasındaki ilişkiler ile Türkiye'nin tarihsel süreç içerisinde küresel anlamda değişmeyen vizyonunu oluşturmaktadır. Bu kuruluşun misyonunu ise; Türkiye'nin küresel anlamda tarihini, kültürel değerlerini, ekonomik iş birlikleri düzeyinde devamlılığı sağlanabilecek çalışmaları ve faaliyetleri yerine getirmektir. Bu kurumun ofislerinin bulunduğu devletler ile 5 kıta içerisinde kalkınma amaçlı faaliyetler gerçekleştirilmektedir. Türkiye, TİKA vasıtasıyla pek çok ülkeyle bilgi ve tecrübe paylaşımı yapmaktadır (www.tika.gov.tr).

Yunus Emre Enstitüsü

05.05.2007 yılında kuruluşu gerçekleşen bir vakıf olan Yunus Emre Vakfı; Türk dili, tarihi, kültürü ve sanatını tanıtım amaçlı ve beraberinde bunlarla ilgili dokümanları dünya istifade etmek için sunan, kültürel alışverişin artmasına ve dostluğu pekiştirmek amacıyla kurulmuştur. Yunus Emre Enstitüsü ise, bu vakfa bağlı bir kuruluş olmakla beraber yabancılara Türkçe dilini öğretme ile ilgili çalışmalarla Türkiye'nin kültürünü ve sanatsal çalışmalarını aktarma ve bilimsel olarak yapılan çalışmalara katkı sunmaktadır. Enstitünün vizyonu; Türkiye ile dost olan ve ilişki kuran kişi sayını artırmak, misyonu; uluslarası anlamda Türkiye'nin bilinirlik düzeyini güvenilir olmasını ve saygınlığını artırmaktır (www.yee.org.tr).

Türk Asya Stratejik Araştırmalar Merkezi (TASAM)

Dünyada yaşanan gelişmelerin takibini yaparak, Türkiye'nin küresel ilişkilerine; tarihi, kültürel, siyasi, iktisadi, hukuki, sosyolojik ve jeopolitik yapısına; içteki siyasi, ekonomik, sosyokültürel sorunlarına yönelik bilimsel nitelikli çalışmalar, incelemeler, analizler ve değerlendirmeler gerçekleştirerek, karar alan kişilerle gerçekçi, dinamik, yaratıcı, etkin çözümler ve seçenekler oluşturmaktır. Çalışma metodu olarak; Küresel ve bölgesel tabanlı faaliyetleriyle eş güdümlü T.C. Cumhurbaşkanlığı denetiminde ülkenin 81 ilde yürüttüğü 'Türkiye'nin Stratejik Vizyonu 2023' gibi birçok ulusal proje yapmış olan TASAM; 'açılım-kazanım spektrumu' kapsamında 'sonuç bildirileri', 'stratejik raporları', 'hakemli dergisi', 'kitapları', 'anlaşmaları', 'enstitüleri', 'ağları', 'platformları' ve 'internet siteleri' ile açılımlarını somut kazanımlara dönüştürmektedir. Bu kazanımlar kamu diplomasisi ile en alttan en üste bilinçlenme ve etkileşimi oluştururken, bir yandan da ilgili söz sahibi karar alıcılara etkin bilgi, fikir ve öneriler sunmakta; nihayetinde güç ve adalet temelinde bir medeniyet perspektifine yönelik, anlamlı faydalar sağlamaktadır (www.tasam.org).

Uluslararası Türk Kültürü Teşkilatı (TÜRKSOY)

Uluslarası Türk Kültürü Teşkilatı, 1993 yılında Türkiye Cumhuriyeti kültür bakanları ve Azerbaycan Kırgızistan, Türkmenistan, Özbekistan, Kazakistan ülkeleri tarafından imzalanan anlaşma ile kurulmuştur. Kuruluşundan bu güne kadar Türk devletleriyle kardeşlik bağlarını kuvvetli hale getirmek, Türk kültürünün gelecek olan nesillere aktarma amacı ile dünyaya tanıtmak için kurulmuştur. Türk Devletleri Teşkilatı,

Uluslararası Türk Akademisi, Türk Parlamenterler Asamblesi ve Türk Kültür ve Mirası Vakfı, Türksoy'un birlik içinde çalıştığı kardeş kuruluşlardır. Uluslarası Türk Kültürü Teşkilatı'nın diğer bir amacı, aynı ilke ve hedefleri paylaştığı, UNESCO ve ISESCO gibi uluslararası örgütlerin yanı sıra pek çok belediye, üniversite ve sivil toplum kuruluşları ile iş birlikleri gerçekleştirmektedir (www.turksoy.org).

T.C. Cumhurbaşkanlığı Yurtdışı Türkler ve Akraba Toplulukları Başkanlığı (YTB)

Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı; yurt dışında yaşayan Türk vatandaşları, soydaşlarımız ve akrabalarımız ile ülkemizde yükseköğrenim eğitimi alan uluslararası öğrencilere ilişkin faaliyetler gerçekleştirmektir. Ülkemizde eğitim aldıktan sonra dünyada sayısı 150 bin olan Türkiye Mezunları çatısı altında olan öğrenciler ülkemiz ve kendi ülkeleri arasındaki ilişkiler açısından her anlamda katkı sağlamaktadır. Türkiye'nin siyaset anlayışında kamu diplomasisi uygulamaları açısından YTB önemli değerler kazandırmaktadır (www.ytb.gov.tr).

Kamu Diplomasisi Enstitüsü

Görev tanımı: Türkiye'nin yenidünya düzeni çerçevesinde adapte olmasına, verimliliğinin artması, küresel ve bölgesel hedeflere erişmek için ihtiyaç olan araç ve metotların kullanılması, Türkiye ile ilgili izlenimler bütünü yönetmesi ve verilen doğru mesajlar ile tanıtımını gerçekleştirecek çalışmalar misyonunu oluşturmaktadır. Enstitü, Türkiye'nin mevcut stratejik olarak sahip olmuş olduğu gücünü çok daha etkin bir şekilde kullanabilmesini, dolayısıyla ulusal barış ve iş birliğine fayda sağlayabilmesi çok önemli görülmektedir. Bu konuda oluşturulacak yol haritası çalışmalarıyla destek vermeyi de kendisine görev tanımaktadır. Enstitünün amacını ise: Türkiye'nin değerini artırmak, kamu diplomasisi faaliyetlerinin faal olarak kullanılmasına destek olmak, bu bağlamda ülkemizin mevcut imkânlarının stratejik olarak gerçekleştirilmesine zemin oluşturmaktır (www.kamudiplomasisi.org).

Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT)

Uluslararası mecralarda, üyesi ve yönetim kadrosunda olan ve uluslararası yayın kanalları olan, TRT World ve TRT Arabi gibi uluslararası televizyon kanallarıyla ve TRT Russian, TRT Deutsche, TRT Français, TRT Balkan, TRT İspanyolca ve TRT Afrika gibi dijital haber platformlarıyla, uluslararası etki vizyonuyla güçlü bir şekilde dünyaya

yansıtıyor. Üyesi bulunduğu Avrupa Yayın Birliği'nin yanı sıra Afrika Yayın Birliği'nin ortak statüsünde üyesi. Yine üyesi olduğu Asya Pasifik Yayın Birliği'nin (ABU) Yönetim Kurulu Başkanlığına bu yıl oybirliği ile TRT seçildi. Uluslararası platformlarda Türkiye'nin kamu yayıncısı özelliği ile başarılı bir şekilde temsil etmekle beraber, yayınlarda yönetim seviyesinde yer alarak karar alma mekanizmalarında söz sahibi konumundadır. *"TRT hem bellektir, hem de gelecek"* Söylemi ile bir kamu kuruluşu olarak hizmet vermekte ve kamu diplomasi faaliyetlerini destekleyici niteliktedir (www.trt.net.tr).

Anadolu Ajansı (AA)

Ajansın tarihi, Türkiye Cumhuriyeti'nin tarihi ile adeta özdeş durumdadır. Türkiye Büyük Millet Meclisi henüz açılmadan 17 gün önce 6 Nisan 1920 tarihinde kurulan Anadolu Ajansı, Kamu diplomasisine farklı dilde yaptığı yayınlarla, anında habercilik anlayışıyla medyanın yönetme, gündem belirleme, işlevlerini yerine getirirken dış kamu nezdinde de bu faaliyetleri gerçekleştirmektedir. Bunlara paralel olarak uluslarası anlamda Türkiye ile ilgili algıları yönetmek için önemli kamu diplomasisi kuruluşları arasında yer almaktadır (www.aa.com.tr) .

Kızılay

Türk Kızılay'ının misyonu henüz bir problem olmadan önce süreç yürüten bir kurum olmakla beraber afet durumlarında ve olağan dönem içerisinde ihtiyaç sahiplerine yönelik yardım amacıyla, toplumda yardımlaşmanın gelişmesi, güvenli kan teminini gerçekleştirebilmek ve zarar görme durumunu azaltmak Kızılay'ın misyonunu oluşturmaktadır. Vizyonu, Türkiye'de ve dünyada, insani yardım hizmetlerinde esas alınan, insanların en zor anlarında yanındaki bir kuruluş olmak olarak ifade edilmektedir. Kuruluş tarihi 1868 yılı olan Türk Kızılay'ı, Toplumsal düzeyde dayanışmayı sağlayabilmek, sosyal anlamda refahın oluşmasına fayda sağlamak, yoksul ve muhtaç insanlara barınma, beslenme ve sağlık yardımı ulaştırmak için önemli görevler üstlenmekte kan, doğal olaylar, uluslararası yardım, göç ve mülteci hizmetleri, sosyal hizmetler, sağlık, ilk yardım, eğitim, gençlik ve mineralli su işletmeleri alanlarında çalışmalar yapmaktadır. Türk Kızılay'ı benimsemiş olduğu misyonu ile yardıma ihtiyacı olan kişilerin yanında olarak uluslarası anlamda da misyonunu yerine getirmekte ve önemli bir yumuşak güç araçları arasında yer almaktadır.

Türk Kızılay'ı Dünyada gelişmekte olan bölgesel savaşlarda tarafsız olarak ihtiyaç sahibi ülkelere faaliyetlerini sürdürmekte uzatılan bu yardım eli önem arz eden kamu diplomasisi uygulamalarından gösterilebilir. Ülkemiz dışında komşu ülkelerde yaşanan olumsuz hadiselerde Türk Kızılay'ının yer alması ülkemiz adına önemli bir itibar kazandırmaktadır (www.kizilay.org.tr).

Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı (AFAD)

Vizyonu; Afet ve acil durumlar gibi çalışmalarda devamlılığı sağlanabilir kalkınmayı temel alan ve risk odaklı, etkin, etkili ve güvenilir hizmet sunan uluslararası anlamda örnek alınabilecek yönlendirici ve koordinatör bir kurum olabilmek vizyonunu oluşturmakta. Misyonu ise yaşanan doğa olaylarında direnç içerisinde bir toplum oluşturabilmektir. Gerek ülkemizde yaşanan afet ve acil durumlarda gerekse uluslarası anlamda desteğe ihtiyacı olan ülkelere hizmet sunmakta ve AFAD tarafından gerçekleştirilen hizmetler uluslarası anlamda olumlu izlenim oluşturmaktadır. Ülkemizde yaşanan üzücü 16 Şubat depremi ve yaşanan bu depremin dünya basınında yer alması ve AFAD'ın orada gerçekleştirmiş olduğu her faaliyet ve komşu ülkelerimizde yaşanan olumsuz koşullarda ülkemizin görevli ekipler göndermesi de kamu diplomasisi uygulamaları arasında yer almaktadır.

Diyanet İşleri Başkanlığı (DİB)

Diyanet İşleri Bakanlığı ülkemizin önemli kamu diplomasisi kurumları arasında yer almaktadır. Dünyada dinin hedef alınan kitleleri anlık olarak etkileme ve harekete geçirme potansiyeli sebebiyle Başkanlığın, gerçekleştirmiş olduğu çalışmalar dünyada karşılığını bulmaktadır. Başkanlık, ülkemizde bakanlık düzeyinde görevlerini icra etmektedir. Başkanlığın amacı, ülkemizde olmayan vatandaşlarımızın aile birliğine, eğitim durumlarına, kültürel anlamda olan ihtiyaçlarına ve sosyal güvencelerinin sağlanmasında ve ülkemizle olan bağlarının korunma ve anavatanlarına dönme süreçlerinde yardımcı olan koşulları sağlama ve bu anlamda Türk vatandaşlarının yanında olma amacıdır. Dindaşlık vasıtasıyla, yalnızca Türkler için değil bütün Müslüman ülkeler hedef kitle içerisinde yer almaktadır(www.diyanet.gov.tr) .

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

Bakanlığın misyonu, Türkiye'nin evrensel kültürünü, sanat ve turizm değerlerini koruma altına alarak tanıtımını sağlamak toplumsal anlamda bir bilin oluşturmak ve

bilgiye ulaşmayı kolay hale getirmek ve beraberinde ülkemizin dünya turizminde sahip olabileceği payı artırmak. Bakanlığın vizyonu ise, önemli kültürel mirasımızın, hem ulusal hem de uluslarası alanda ülkemizi turizm alanında dünyada önde gelen ülkeler arasında yer almasını ve ülkemizin ilk sıralarda olmasını hedefleyen, itibar sahibi vazgeçilmez bir kurum olarak bulunmaktır(www.kultur.gov.tr). Bakanlık uluslarası faaliyetleriyle kamu diplomasisi uygulamaları arasında yer almaktadır.

Türk Hava Yolları (THY)

THY'nin, 1933 'de kuruluşu gerçekleşmiştir. THY 1955 yılında önemli başarıları sayesinde ismimizi Uluslararası Hava Taşımacılığı Birliği üyelerinin içerisinde dâhil olmayı başarmıştır. Dünyada yer alan havayolları içerisinde en iyi olma sıfatına sahip olmuştur. Dünyada bir marka haline gelerek Türkiye'nin dış kamuoyunda mevcut prestijine ve saygınlığına değer katmıştır. THY'nin politikası; hem ulusal hem de uluslarası yasalar ve mevzuatların standartları doğrultusunda mevcut ekonomik değerinin yanında sosyo-kültürel ve insani değerleri ile çalışan kadrosunun, müşterilerinin, bütün iş ortakları ve diğer paydaşları ile beraber memnuniyet algısını, şikâyet yönetim süreci ve kaliteli hizmet algısı ile devamlı bir şekilde verimli yönetim ile yaklaşım olarak mükemmeliyetçiliği sağlamaktadır (www.turkishairlines.com).

Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü (BYEGM)

Tarihine bakıldığında Genel Müdürlük, Ülkemizde en eski kurumlar arasında yer almaktadır. Haber merkezi olarak hizmet veren kurum yirmi dört saat basın nöbeti ile gündem takibi yapmaktadır. Ülkemiz adına çıkan haberlerin 40 lisana çevirisi yapılmaktadır. Medyada yer alan haberler hızlı ve doğru bir şekilde ilgili kurumlara aktarılmaktadır.

Genel müdürlüğün misyonu, ülkemizde ve küresel çapta medyayı yakinen takip ederek zamanlama olarak doğru zamanda ve doğru içeriklerle sunmak, devletin yapmış olduğu faaliyetleri ve yapılan hizmetleri hem içi hem de dış kamuoyuna etkili şeklide aktarmak; basın alanında basın mensuplarının ve basında yaşanan gelişmelere fayda sağlamaktır. Türkiye'nin tanıtım faaliyetlerinde diğer kurumlarla iş birliği içerisinde bir iletişim stratejisi geliştirmektir. Genel müdürlüğün vizyonu ise Dünya çapında ülkemiz için gerçek anlamda bir algısının oluşması, ülkemizde de refah içerisinde özgür bir basın ortamı yaratan kurum olmaktır(www.byegm.gov.tr).

T.C. Dışişleri Bakanlığı

Uluslararası anlamda tanıtım faaliyetleri o ülkenin dünyada diğer ülkelerin zihinlerdeki imajı, sosyal medya ı, amaçlanan uluslarası politikada verimliliği açısından değerli bir payı bulunmaktadır. Bundan ötürü, Türkiye'de Dışişleri Bakanlığına benzer tanıtım faaliyetleriyle ilgilenen kurum ve kuruluşlar, sivil toplum örgütleri, özel sektör ve akademik ortam, etkileşim içinde faaliyetler yürütmektedir.

Bölümü özetleyecek olursak; Günümüz dünyasında kamu diplomasi pratiklerinin gün geçtikçe arttığı gözlemlenmektedir. Kamu diplomasisi, geleneksel diplomasinin aksine yabancı kamuları etkileyebilme faaliyeti olarak tanımlanmaktadır. Tek aktörden oluşan geleneksel diplomasinin aksine birçok aktörün dâhil olduğu kamu diplomasisi artık sürece hâkim olmaktadır. Kamu diplomasisi ülkelerin hedeflerini yerine getirmesinde ciddi yarar sağlamaktadır. Uluslarası halkla ilişkilerin uygulama alanlarında kamu diplomasisi faaliyeti etkili bir şekilde rol almakta ve yabancı kamuların zihninde olumlu izlenim bırakma, prestij sağlama gibi faydalar sağlamaktadır.

Gelişen iletişim teknolojileriyle beraber Mc Luhan'ın deyimiyle dünya "evrensel bir köy "haline gelmiştir. Teknolojide yaşanan değişmeler artık dünyada uzaklık kavramının ortadan kalkmasıyla beraber ülkeler politikalarını uluslarası anlamda simetrik bir iletişim benimsemesiyle, beraberinde de ilişki geliştirme, fayda sağlama, diğer kamularının zihninde prestij sağlamak adına kamu diplomasisi faaliyetlerine özen göstermiştir. Yabancı kamuların zihinlilerinde oluşturulmak istenen imaj aslında kamu diplomasisin temelinde yer almaktadır. Bu bağlamda tezin ikinci bölümünde ülke imajı kavramına, önemine, kategorilerine, ülke imajı ve kamu diplomasisi ilişkisine yer verilecektir.

İKİNCİ BÖLÜM

KAMU DİPLOMASİSİ PERSPEKTİFİNDE ÜLKE İMAJI İNŞASI

Kamu Diplomasisi ve Ülke İmajı Bağlamında Global Araştırma Eğilimlerinin Bibliyometrik Ağ Haritalaması İle İncelenmesi adlı çalışmanın ikinci bölümünde imaj kavramı, türleri, etkileyen unsurlar, ülke imajı kavramı ve ülke imajı oluşumunda kamu diplomasisinin önemi başlıklar halinde verilmiştir. Kamu diplomasisi, ülke İmajı yönetilmesi sürecinde aktif olarak rol oynamaktadır. Ülkelerin kamu diplomasisi stratejileri, kamu diplomasisi bağlamında ülke imajı oluşum süreci, ülke imajı oluşumunda kamu diplomasisinin önemi; Kamu Diplomasisi perspektifinde ülke imajı inşası adlı ikinci bölümde açıklanmıştır.

2.1. KAVRAMSAL OLARAK İMAJ

Literatürü incelediğimizde imaj kavramı ile birçok tanımlama yer almaktadır. Genel hatlarıyla imajı ele alırsak; Türkçemize image kelimesinden geçmiş olan imaj kavramı TDK'ye göre imge olarak ifade edilmektedir. Kelimenin sözlük karşılığı ise "zihinde tasarlanan ve gerçekleşmesi özlenen şey, genel görünüş, izlenim" şeklinde tanımlanmaktadır (https: //sozluk.gov.tr/). İmaj kavramı ilk aşamalarda yalnızca kurumun ismini, logosunu rengi gibi öğeleri tanımlarken yıllar içerisinde imaj grafik tasarım olarak görülmekteydi. Günümüz dünyasının küreselleşen yapısı ile sadece bu görsel unsurlar yeterli gelmemektedir.

İmaj oluşumunda görsel öğelerin fazlaca faktörü olsa da bu öğeler tek başına yeterli gelmemektedir. Günümüzde imaj, gerçek değerlerini, inançlarını, çalışanlarını, ürünlerini ve markalarının hepsini yansıtan bir kavram olarak görülmektedir (Güzelcik, 1999: 143-147). İmaj kavramı, kurum ile ilintili tüketicinin zihninde oluşmuş olan fonksiyonel ve psikolojik özelliklerin bir tamamıdır (Türkal & Geçikli, 2012:5). Kotler'in tanımına göre imaj kavramı ülkeler özelinde, insanlarda oluşmuş olan düşünce ve duyguların tamamını tanımlamaktadır. İmaj, çok kapsamlı kavramların bir araya getirilmesi ile meydana gelmektedir. Herhangi bir ülkeye veya yerlere ait algılar bütünüdür (Levy, 1999: 234), İmajın içeriği şu maddelerden oluşur:

- Teknik konular hakkında bilgi sahibi olmak, insanların bir markayı tanımlamasına yardımcı olur.
- Diğer özellikler hakkında farkındalık özneldir, ancak insanlara nesnel gelir. Tecrübe ile denenmiş ya da denenmemiş olsun imajın bir parçası haline gelir.
- Nesnenin değeri hakkındaki inançlar onun imajının bir parçası haline gelir.
- Markanın uygunluğuna dair yargılar, imaja etki eder.

Görülüyor ki imaj insanların nesne hakkında bildiği doğruları tanımlamakta ancak bu doğrular her zaman gerçek ile ilişkili olmayabilir.

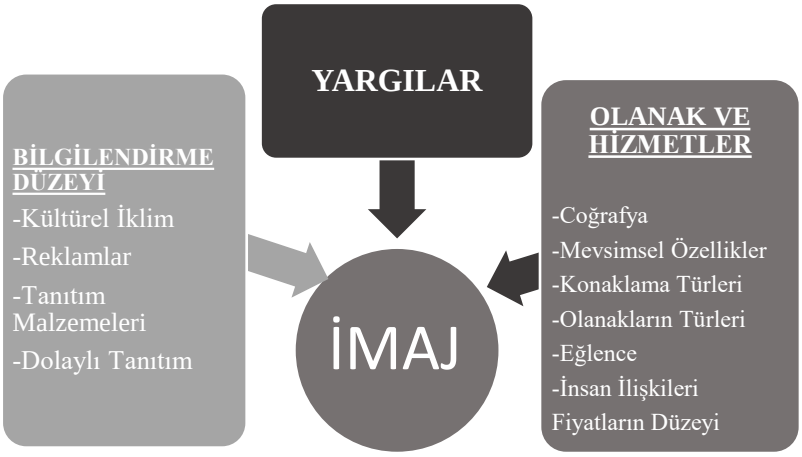
Kavram eş değer nitelikte bazı unsurların artırımının sağlanması içinde kullanılmıştır bu unsurlar; marka oluşumu, ülke markası, pazarlama iletişimi teknikleri olarak tanımlanmaktadır (Szondi 2008: 5). Kavram "ülke markası", "yer markalama" benzer özellikler göstermekle beraber üst düzey bir amaç olarak görülmektedir. Kavramsal olarak ülke markası, klasik kamu diplomasisi problemiyle ilgilenen dinamik yerine kültürel özelliklere, değerler bütününe, bireyler ve kuruluşlar için dış kamularla ilişki ve diyalog geliştirmede kilit rol görmektedir. Tanımlanan bu özelliği ile ülke markalama kavramı veya kamu diplomasisinin önem verilen pratiği olarak görülmektedir.

Oluşturulmak istenen imaj çalışmaları köken olarak çok eskilere kadar dayanmaktadır. İki kavram arasındaki bu benzerlikler; kitle iletişimi, ilişkiler oluşturma, sembol üretme gibi konularda sıklıkça kullanıldığı belirtilmektedir.

Ülkeler (Zaharna 2010: 90), çok çeşitli kanallar arasında yer alan reklamcılık alanı, halkla ilişkiler alanı ve doğrudan pazarlama gibi süreçleri aktarılmak istene mesaj gönderiminde kullanmaya başlamasıyla birlikte devlet destekli ve karma olan kamu-özel kuruluşların markalama kampanya süreçlerinde ciddi derecede arttığı görülmektedir.

2.1.2. İmajın Öğeleri

İmajın öğelerini üç başlık altında incelemek mümkündür. Bunlar Şekil 2.1'de görüleceği gibi bilgilendirme düzeyi, yargılar, olanak ve hizmetler olmak üzere sınıflandırılmaktadır.



Şekil 2.1. İmajın Öğeleri
Kaynak: (Tolungüç, 1999: 24)' den uyarlanmıştır.

Bilgilendirme düzeyi, bu başlıkta insanların reklam, kampanya, sosyal çevre gibi birçok kanal aracılığıyla elde ettiği bilgilerden oluşmaktadır. Yargılar, insanların herhangi bir konu, insan veya nesneye ait olan tutumlarını oluşturmaktadır bu tutumlar zamanla değişebilir. Olanak ve Hizmetler ise, birçok kavramdan oluşmaktadır. Bunlar tarih, coğrafya, ekonomi, siyasal sistem vb. olarak görülmektedir. İmaj genel olarak izlenim yoluyla elde edilen hafızalardaki bilgilerin görselleştirmesinde sonuç olarak nesne, kavram, durum, sembol ve resimler olarak ifade edilmektedir(Bakan, 2005: 11).Kamu diplomasi ve ülke imajı perspektifinden bakıldığında devletlerin tanıtım faaliyetleri imaj kavramı açısından oldukça önemli bir yere sahiptir. Yapılmış olan araştırmalarda güç ve finansal anlamda eş değer düzeyde olan ülkeler ve beraberinde ülkelerin turist sayılarındaki ciddi farkların olması ülkelerin mevcut imaj, devletlerin tanınırlık düzeyi gibi durumlarda "moda ülke" değerine sahip olmalarında ciddi faktördür.

2.1.3. İmaj Türleri

İmaj kavramı ile ilgili literatürde birçok sınıflama söz konusu bu başlık altında genel olarak imaj türlerinin çeşitlerine yer verilmiştir. Kavramsal olarak imaj, disiplinler arasında yalnızca birine ait değildir. Çok farklı alanlarda farklı yönleriyle sınıflandırılmış, kimi zaman ise bu çeşitlilik değişik şekillerde isim almıştır. İmaj kavramı altı çeşitte sınıflandırılmıştır. Birincisi zamana göre, ikincisi algılayana göre, üçüncüsü imajı oluşturan mesajın niteliğine göre, dördüncü ise algılanan imajın niteliğine göre, beşinci

tür, imaj algısının düzeylerine göre son ve altıncı tür ise imaj algısının oluşmasındaki başat faktörlere göre olmak üzere sınıflandırılmıştır. Tablo 2.1.'de görüleceği üzere çalışma açısından önemli olan imaj çeşitleri yer almaktadır.

Tablo 2.1. İmaj Türleri

Zamana Göre	• Şimdiki (mevcut)İmaj • İstenen (İdeal)İmaj
Algılayana Göre	• İç İmaj • Dış İmaj
İmajın Oluşturan Mesajın Niteliğine Göre	• Somut İmaj • Soyut İmaj
Algılanan İmajın Niteliğine Göre	• Olumlu İmaj • Olumsuz İmaj
İmaj Algısının Düzeylerine Göre	• Kişisel İmaj • Grup İmajı • Bölüm İmajı • Örgütsel İmajı • Kurum İmajı • Sistem İmajı
İmaj Algısının Oluşmasındaki Başat Faktörlere Göre	• Ürün İmajı, Marka İmajı • Transfer İmaj, Şemsiye İmajı

Kaynak: (Polat, Arslan, 2015: 14)

Tablo 2.1.' de görüldüğü üzere imaj genel olarak 6 başlık altında toplanmaktadır. Her imaj başlığıda kendi içinde sınıflanmaktadır. Bu sınıflamada kapsamında birinci sınıflamada zamana göre (şimdiki (mevcut) imaj) ve (istenen imaj), ikinci sınıflama ise algılayana göre (iç imaj, dış imaj), olmak üzere iki çeşit üçüncü sınıflamada, İmajı oluşturan mesajın niteliğine göre (somut imaj, soyut imaj) olmak üzere iki çeşit, dördüncü sınıflamada ise algılanan imajın niteliğine göre (olumlu imaj, olumsuz imaj) olarak iki çeşit, beşinci sınıflamada imaj algısının düzeylerine göre (kişisel imaj, grup imajı, bölüm imajı, örgütsel imaj, kurum imajı, sistem imajı) altı çeşit, altıncı ve son sınıflama da ise imaj algısının oluşmasındaki başat faktörlere göre (ürün imajı, marka imajı, transfer imaj, şemsiye imajı) dört çeşit olmak üzere sınıflanmaktadır. İmaj algısı, süreç öğelerinden olan kaynak ve nesne boyutuyla örtüşme sağlamayabilir. Özet olarak imaj bir toplumda

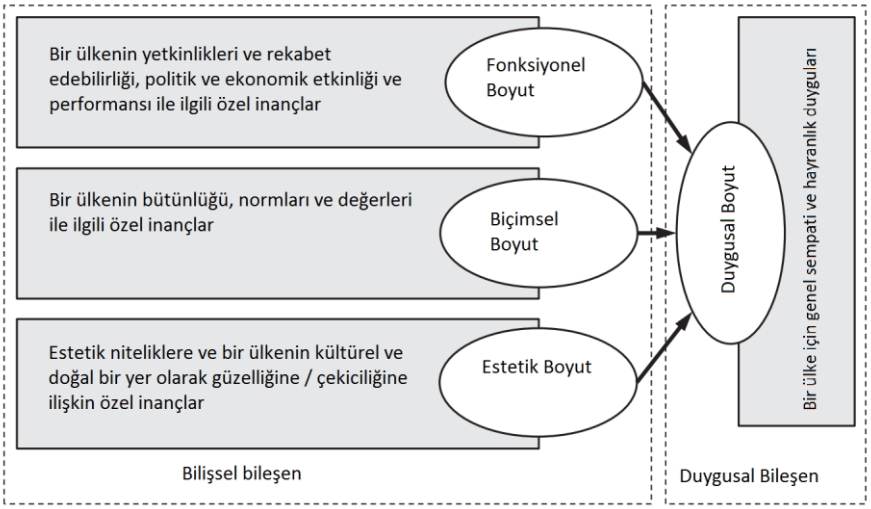
algılanan her şey olarak tanımlanmaktadır. Diğer bir ifadeyle algılanan imaj neyse gerçeği de o ifade etmektedir. Hedef kitlenin üzerinde gerçekleşmiş olan etkiler ve sınıflamaların bütün hepsi imajı oluşturacağı ifade edilmektedir.

2.2. KAVRAMSAL OLARAK ÜLKE İMAJI

Ülkelerin kendine ait bir adı ve kimliği olduğuna göre bir imajı da olacaktır. Ülke imajı kavramı Anholt'un 1990 yılındaki çalışmalarına dayanmaktadır.Ancak Anholt *"marka" ile "markalama"* arasındaki ayrıma sürekli dikkat çekmekte; imajın marka ile üretilen bir şey olmadığını, ülke imajlarının olumlu ya da olumsuz bir marka yarattığını ifade etmektedir (Anholt, 2006: 104, 2010: 1). Bu sebeple de "*insanlar ne söylediğinize değil ne yaptığınıza bakar"* demektedir: İmaj bir marka fikrini doğurur ancak markalama çalışması imajı üretmez yahut geliştiremez. 19. yüzyıl İngiliz yazarı John Ruskin şunları söylemiştir: *"Büyük uluslar otobiyografilerini üç el yazmasıyla yazarlar: eylemlerinin kitabı, sözlerinin kitabı ve sanatlarının kitabı"* Quelch & Jocz, 2005: 231).

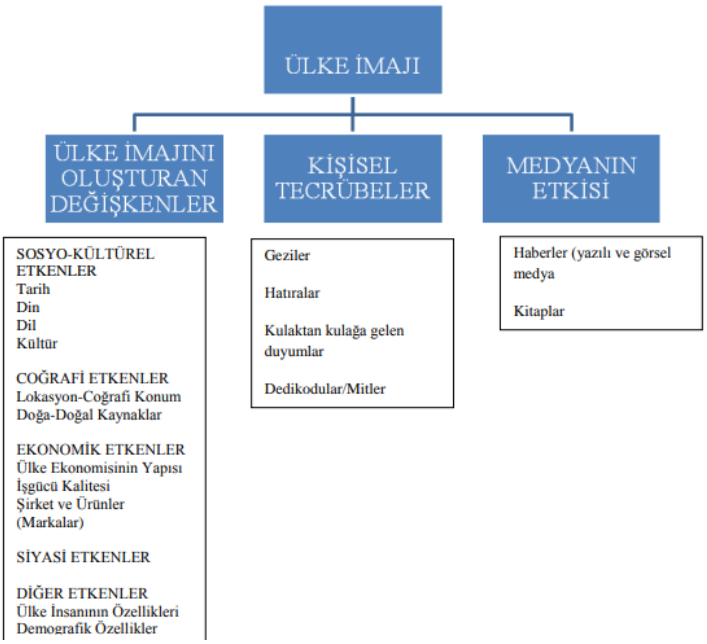
Ülke imajı, finansal ve siyasi gelişim, tarihsel süreçteki olaylar ve gerçekleşmiş ilişkiler, sanayileşme vb. verilerin toplamında geliştirilmiş genel olan bir imaj olarak ifade edilirken bir devlete ait değerler bütünü olarak da tanımlanabilir.

Ülkeler birbirinden farklı özellikleriyle görünürde olmaktadır. Japonya ülkesi, elektronik ürünleriyle, uzay teknolojileriyle Amerika Birleşik Devleti, moda sektöründe ön planda olan İtalya, çikolatası ile Belçika otomotiv ve makine sanayinde Almanya ön plana çıkmaktadır (Onay,2008:102-112). Ülke imajı kavramının daha başarılı ve tercih edilir olması, etikette ve markaların tanıtımında ülke orijinin daha önemli biçimde yer alması anlamına gelmektedir. Buhmann ve Ingenhoff tarafından kişilerde oluşan ülke imajı, algısının nelerden etkilendiğine dair bir şekil geliştirilmiştir. Buhmann ve Ingenhoff' un hazırlamış olduğu ülke imajı bileşenleri Şekil 2.1'de yer almakta, incelendiğinde satın alma kararına indirgenebilen herhangi bir bileşenin yer almadığı anlaşılacaktır.



Şekil 2.2. Ülke İmajının 4 Boyutu
Kaynak: (Buhmann ve Ingenhoff, 2015: 67)

Ülke imajı konusunda Buhmann (2016: 29-34), ülke bileşenlerini duygusal, fonksiyonel, biçimsel, estetik boyut olmak üzere dört ana başlığa ayırmıştır.



Şekil 2.3. Ülke İmajını Etkileyen Faktörler
Kaynak: Melih Özsöz, Avrupa Birliği Türkiye'ye Karşı (mı?) Türkiye Avrupa Birliği'ne Karşı (mı?), İktisadi Kalkınma Vakfı, 6-9 Kasım 2008, İstanbul.)

Şekil 2.3'te şekilde görüldüğü gibi ülke imajını etkileyen faktörler üçe ayrılıyor. Bu faktörler; ülke imajını oluşturan değişkenler, kişisel tecrübeler ve medyanın etkisi olmak üzere ilk sınıflama sosyo-kültürel etkenler, coğrafi etkenler, ekonomik etkenler, siyasi

etkenler ve ülke insanın özellikleri son olarak demografik özellikleri yer almakta. İkinci etken ise kişisel tecrübeler yapılmış geziler, hatıralar kulaktan kulağa söylentiler, dedikodular ve mitler. Üçüncü ve son etken ise medyanın etkisi şeklindedir. Bu etken özelinde baktığımızda herhangi bir ülke ile ilgili imaj oluşumuna bakıldığında bu etkenler özelinde açıklamak mümkündür. Ülkelerin asıl amacı olumlu imaj oluşturup bu faktörlerin güçlü yönleriyle olumlu imaj oluşturmak diğer kamular zihninde bir olumsuz algı var ise yumuşak güç pratikleriyle bu algıyı uzun vadede olumlu kılmaktır.

Ülke imajı alanının öncü çalışmalarını gerçekleştirmiş olan Nagashima, kavramı herhangi bir ulusun geçmiş tarihi, söz konusu olan ülkede üretimi yapılan ürünlerin kalite algıları, o ülkede yaşamlarını sürdüren karakter yapıları gibi birçok faktörden etkilendiğini ifade etmektedir. Nagashima 'ya göre ülke imajının küresel ölçekte; milletler ve toplumlararası ilişkilerde, bireysel tecrübelerde ve ülke yönetiminde olan kişilerce söz konusu olan ülkeye yönelik düşüncelerinin oluşumunda kuvvetli bir etkisi varlığını göstermektedir (Roth ve Romeo, 1992: 480). Ülke imajının, bireylerin herhangi bir ülkeye dair mevcut tecrübelerini, devletlerin ürettiği ürünlerin, oluşturmuş olduğu değerlerin ve küresel ölçekte sahip olduğu ekonomik, askeri, politik gücünü toplamı sonucunda oluşmuş olduğunu ifade etmektedir.

Kotler, Haider ve Rein, (1993: 35-38)'e göre ülke imajı kavramını, pozitif ülke imajı, zayıf ülke imajı, negatif ülke imajı, karma ülke imajı, tutarsız ülke imajı ve çekici ülke imajı olmak üzere altı şekilde ele almıştır. Devletler imajların değişimine süreç içerisinde ihtiyaç duymaktadır, bu nedenle imajların değişen koşullara ve politika anlayışlarına göre güncellenmesi gerekmektedir. Bir ülkenin ulusal ve uluslarası ölçekte imajının zayıf olması daha çok uluslararası tanıtım, pazarlama ve halkla ilişkiler çalışmalarının yeterli anlamda yürütülememesiyle açıklanabilmektedir. Ayrıca bir ülkenin dikkati çekici kültürel değerlerinin ve ürünlerinin olmaması da zayıf imajı destekleyecek niteliktedir. Günümü dünyasında küresel ölçekte zayıf imajı olan ülkeler, uluslarası anlamda siyaset geliştirebilme kabiliyeti bulunmayan devletler olarak görülmektedir. Negatif ülke imajı en kritik imaj çeşidi olarak ifade edilmektedir. Bir ülkenin uluslararası düzeyde negatif imajı bulunuyorsa ilk önce oluşmuş olan bu negatif imaja yol açan nedenleri tespit etmek ve bu nedenleri ortadan kaldırmaya yönelik programlı çalışmalar yürütmeleri gerekmektedir (Ateşoğlu & Türker, 2014: 10).

Karma imaj sınıflaması ise hem olumlu hem de olumsuz izlenimler yer almaktadır. Düzgün planlama yapılmış iletişim faaliyetleriyle olumlu algılar olumsuz algılara oranla daha çok ön plana çıkarılarak ulaşılmak istenen pozitif imaj oluşu oluşturabilmektedir.

Diğer bir imaj çeşidi olan tutarsız imaj da ise bir taraf açısından olumlu algılanan imajlar başka bir açısından olumsuz algılanmaktadır. Bundan ötürü tutarsız imajların idare edilebilmesi güçtür. Çekici imaja sahip olan ülkeler ise, uluslarası anlamda diğer toplumlar ve yönetimlerde takdir toplayan, arzulanan ve ilgi duyulan imajlara sahip ülkelerdir. Fakat altını çizmek gereken husus ülke imajları genellikle dengesiz ve olaylara, durumlara göre değişebilmektedir. Bu açıdan bir ülke açısından yapılması gereken, toplumlar ve yönetimlerdeki pozitif ve negatif algıları tespit ederek negatif olan yönlerinin revize edilmesi gereken planlı ve sürekli devam eden çalışmalar gereklidir.

Ülkelere ait imaj ilk olarak, kendi yurttaşları öncelik olarak finansal yapıları, inançları, gelenek ve görenekler, kültürel sistemleri, spor alanındaki faaliyetleri ve elde etmiş oldukları başarı öyküleri, sanatsal faaliyetleri ve devletlerin geçmiş tarihi gibi pe çok çeşitli unsurun bir araya getirilmesi ile meydana gelebilmektedir. Nihayetinde bireylerin bir ülkeye, yurttaşlarına ve o ülkede üretimi gerçekleştirilen ürünlere ait fikirlerini pozitif ve negatif şekilde etkilemektedir (Ateşoğlu & Türker, 2014: 10). Literatürden elde edildiği gibi ülke imajı, bireylerin sahip olduğu bilgi ve deneyimlerin yanı sıra ülke coğrafyası, yurttaşların davranışları, inançları, dil, ırk, ekonomik ve siyasi yapı, o ülkenin tarihi, kültürel ve sanatsal unsurları, dış siyaset, endüstri, o ülkede üretilen ve talep edilen ürünler gibi pek çok değerler dizisi ile ifade edilebilmektedir.

2.2.1. Ülke İmajı Oluşumunda Kamu Diplomasisinin Rolü

Cull (2009: 19)'a göre kamu diplomasisi kavramının uygulama metodu *kültürel diplomasi, uluslarası yayıncılık, değişim programları, uluslarası yayıncılık, dinleme ve savunma" olmak üzere beş şekilde sınıflama üzerinde oluşturulmaya ve kültürel diplomasiyi, bir ulusun sahip olduğu kaynak potansiyelini ve başarılarını ülke dışında bilinir duruma getirmek kültürel aktarım sayesinde küresel ortamda yönetim* olarak tanımlanmıştır. Ülkelerin temel isteği adeta kendi kimliklerinin olumlu hatırlanmasıdır. Nasıl ülke liderleri anlaştığı liderler ile olumlu ilişkiler geliştirebiliyorsa olumlu izlenimi olan kamular da o ülke ile ilgili aynı çıkarsamayı yapıyor. Kamu diplomasisi faaliyetleri,

ülkelerin yumuşak güç kaynaklarını kullanarak bu süreci başarılı bir şekilde yürütmektir. Kamu diplomasisi eğitim, sanat, sağlık, spor, eğlence gibi başat faktörlerin kullanılmasıyla gerçekleştirilir. Tarihsel süreç içerisinde bakıldığında da ülkeler algılanan bu olumsuz imajı değiştirmek için faaliyetler gerçekleştirmiştir. Örnek olarak Alman hükümetinin en önemli faaliyetlerinden birisi de Nazi Almanya'sı Hitler algısını değiştirmek unutturmaktır. "Kalp kazanma sanatı " olarak literatürde kamu diplomasisine atfedilen bu cümle aslında olumlu imaj oluşumu gerçekleşirken ülkelerin asıl amacını ifade etmektedir.

Önceleri imaj kavramı yalnızca ürünler, hizmetler, kurumlar ve kişiler için kullanılırken, zamanla iletişim, siyaset, ekonomi gibi farklı alanları da kapsayacak şekilde şehirler, belirli bölgeler ve ülkeler için kullanılmaya başlandı. Uluslararası ilişkiler, propaganda faaliyetleri ve kamu diplomasisi gibi bilinçli çabalarla yürütülen yumuşak güç faaliyetleri, ülkelerin imajlarının oluşturulmasına, değiştirilmesine ve geliştirilmesine katkıda bulunmuştur. Çağımızda rekabet, sadece mallar veya kuruluşlar arasında değil devletler ve şehirlerarasında da gözlemlenmektedir (Özdemir & Karaca, 2009: 114).

Kamu diplomasisi, ülkelerin değerlerinin, fikirlerin, ideallerinin diğer ülke kamuların açıklanması, bu kamularla olumlu ilişkiler gerçekleştirilmesi ve devlet hakkındaki genel algıların yönetilmesi ile ilişkili olduğu ifade edilmektedir. Devletler farklılaşmış iletişim, pazarlama ile markalama yöntemlerini kullanarak kendilerine özgü değerleri ön plana çıkarmaya, bu değerler ile beraber diğer ülkelerden farklılaşmaya çalışmaktadır. Olumlu ülke imajı geliştirebilmenin yolu dış ülke kamularıyla olumlu ilişkiler gerçekleştirmek ve onların zihninde olumlu iz bırakabilmek ile mümkündür. Anholt (2006: 30)' a göre *"insanlar, yerlerin itibarının nasıl işlediğini ne kadar iyi anlarlarsa, güçlü bir marka imajını kazanmanın ve hak etmenin ne anlama geldiğini ve kendi davranışlarının veya rekabetin davranışlarının en değerli varlıkları nasıl tehdit ettiğini o kadar çabuk öğreneceklerdir"*. Özellikle son yıllarda ülkelerin imajlarına yönelik yaptıkları çalışmalar bu durumu destekleyecek niteliktedir.

Küreselleşen dünya, ülkeleri yeni olgularla tanıştırmıştır. Uluslarası halkla ilişkiler çalışmaları, kamu diplomasisi faaliyetleri, imaj yönetimi stratejik halkla ilişkiler bu olgulardan sadece birkaçını oluşturmaktadır. İmaj oluşumu özelinde incelendiğinde ülkeler diğer ülkelerin kamularının zihninde olumlu imaj oluşturmak istemektedir.

Ülkelerin olumlu imaj oluşturma isteğinde kullandığı pratik olarak kamu diplomasisi faaliyetleri önemli ve aktif rol üstlenmektedir. Bunlara paralel olarak dünyada yaşanan değişim ve gelişmelerle beraber ülke imajı oluşumda kamu diplomasisi faaliyetlerinin önemini aşikâr hale getirmektedir. Yumuşak gücün uluslararası alandaki cazibesi olarak işaret edilen kavram ülke imajı kavramıdır. (Fan, 2010: 98).

Ülke imajı ile ilgili çalışmalarda menşei ülkenin önemi de oldukça değerlidir. Bu durum ürün satmayı kolaylaştırmak ile ilgili olsa da sadece bu durumdan ibaret değildir. Bu gibi birçok kavram ve imaj ülkelerin ürettikleri ile yakın ya da benzer nitelikte ise ülkenin imajı güçlü hale gelir. Eğer farklılıklar var ise ülkelerin imajlarının ortalamasından üretilir. Menşei ülke etkisi önemli bir bileşendir. Çoğu kişi için Almanya Volkswagen'dir, Volkswagen ise Almanya'dır. Markalarla ile ülke imajı örtüşmektedir durumu ortaya konmaktadır (Fan, 2010: 98).

Farklı bir örnek olarak, Japon otomobillerini beğenen bir kişi için daha önce hiç Japonya'da bulunmamış dahi olsa da bir Japon bireyle tanışmamış olsa dahi Japonya hakkında iyi bir imaja sahip olabilir. Bu olumlu imajın etkisiyle Japonya 'ya seyahat etme konusunda diğer ülkelere göre daha çok tercihi olabilir. Bu bağlamda ülke imajının önemi çok yönlü olarak değerlendirilebilir ve ülke imajını etkileyebilecek birçok farklı unsurun birbirlerine sirayet ettiği olabilir (Fan, 2010: 98).

2.3. ULUS MARKALAMA KAVRAMI

Ulus markalama kavramını tarihsel süreçte ilk defa Simon Anholt 1996 yılında alınyazına eklenmiştir. Ulus markalama (nation branding) kavramının literatürde birçok tanımı yer almaktadır. Yazar bu kavramı "pazarlama iletişimi yoluyla ülkelerin olumlu imajlarını yaratma eylemi" olarak ifade etmektedir.

Anholt'a (2007: 11) göre ulus markalama, kamu diplomasisi ve yumuşak güç uygulamalarının aktif bir biçimde devamlılığının sağlanabilmesi için kullanılan stratejik bir süreçtir. Anholt beraberinde, ülkeler üzerinde pazarlama stratejilerinin kullanılmasının, ülkelerin ürüne benzer nitelikte kullanılamayacağına vurgu yapmaktadır. Çünkü ulus markalama olgusu, sadece bir ürün veya hizmet markalaşmasından ibaret olmamakla ulusal bir kimlikle ve rekabet edebilirliğin politika ve ekonomik boyutuyla ilgili bir yönetim anlayışını gerekli kılmaktadır. Ulus markalama, markaların ve

firmaların pazarlama yöntemlerinden daha geniş bir organizasyona ihtiyaç duymaktadır. Bu bağlamda ulusları, bir pazarlama öğesi şeklinde ele almak yanlış olacaktır.

Bolin ve arkadaşları ulus markalamayı, iktidarların bir ulus devlet imajı yaratmak için planlı çalışmaları şeklinde tanımlamıştır. Ayrıca duygusal özellikler çerçevesinde yapılandırılmış, farklı hallerde diğer insanlarca sözlü ve görsel bir şekilde sembolize edilebilen ve basitçe idrak edilebilen, ayırt edici fikirler oluşturmak olarak da tanımlanmaktadır. Ulus markalama, uluslarını ve ulusal olarak insanların zihninde çağrıştırdıkları şeyleri marka yapmak maksadıyla yürütülen bütün çalışmaların belirli metotlar kapsamında tek merkezden yönetilmesi ve koordineli olarak sürdürülmesidir. Bu süreci doğru idare edebilen devletler, yumuşak güç kazanarak sürdürmeyi amaçladıkları politikaları askeri ve ekonomik güç (sert güç) kullanmadan da yerine getirebilecektir (Balçıner, 2019: 66).

Devletlerin imaj yönetim süreçlerini gerçekleştirebilmeleri için başlıca dört neden sunmaktadır. Bu nedenlerden ilki, "turistleri ülkeye çekmek; ikinci neden, ülkede üretilen mallara değer katmak; üçüncü neden ise, yabancı yatırımı çekmek ve son olarak dördüncüsü ise, nitelikli insan gücünü ülkeye çekmek olarak sıralanmıştır". Bir ülkeye ait olan imaj, uluslararası yatırımcıları ve gezginleri ülkeye çekme konusunda önemli ve başat faktör olarak kabul edilmektedir. Rekabet küresel ölçekte varlığını sürdürmekte ve başarılı olmak için şehirlerin, bölgelerin ve ülkelerin farklı kendine has olması ve imajlarını güçlendirmesi, yani kendilerini markalamaları bir gerekliliktir. Ülkeler sadece soyut ve somut özellikleri bakımından değil aynı zamanda bir *"marka"* olarak da değerlendirilmektedir (Fan, 2006:97-103).

Devletlerin ulus markalama çalışmalarında devamlılıktan ziyade bazı dönemlerde ülkenin ön plana çıkarılması arzulanan unsurları pazarlama iletişimi sürecini ve tekniklerini iç ve dış hedef kitlelere sunmaktadır. Kamu diplomasisinde ise devamlılık dış siyasette amaçların ve ilişki oluşturma sürecinin başarılı bir şekilde gerçekleşmesi için oldukça önemlidir. Her iki alanda da ikna edici iletişim yaklaşımı bakımından temel noktaya odaklanıldığında ulus markalamanın reklam ve pazarlama faaliyetleri odaklı olduğu kamu diplomasisi ise halkla ilişkiler yaklaşımına benzer nitelikte hedef kitlede sempati oluşturma devletlerini etkileyerek belli bir kamuoyu oluşturmak amaçlanmaktadır (Yağmurlu, 2019: 134).

(Szondi, 2008: 16)'e göre kamu diplomasisi ve ulus markalama arasında beş çeşit yaklaşım bulunmaktadır. Şekil 2.4' te bu yaklaşımlar gösterilmiştir.



Şekil 2.4. Ulus Markalama ve Kamu Diplomasisi Yaklaşımları
Kaynak: (Szondi, 2008: 14, 15)

Şekil 2.4'de görüldüğü üzere ilk yaklaşım kamu diplomasi ve ulus markalama kavramı ile ilgili ayrı ayrı sınıflama olduğunu göstermektedir. Buna göre her iki kavramın ortak bir paydası bulunmamakta ve aralarında ilgileri olmadığı görülmektedir. Bu görüşün savunucularına göre amaç, strateji ve araçlar birbirinden farklıdır. Marka stratejisi imaj ağırlıklı bir yapıya sahiptir. Bu durum, tek yönlü iletişime atıf yapmaktadır. Yeni kamu diplomasisi anlayışı ile çift yönlü simetrik iletişim simetrik olsa da kamu diplomasisi tek yönlü ve çift yönlü olarak kullanılabilmektedir. Ulus markalamada Szondi (2008:16)'e göre ülkenin benzersiz özellikleri bir rekabet unsuru iken kamu diplomasisinde, ilişki geliştirmek için benzerliklere öncelik verilir. İkinci yaklaşım, kamu diplomasisinin kavramının ulus markalama kavramının parçası olduğu görüşüdür.

Bundan hareketle, ulus markalama olgusu daha detaylı bir olgudur ve kamu diplomasisi ulus markalamanın bir parçasıdır. Anholt da ulus marka yaklaşımını temellendirdiği tanımda kamu diplomasisini ulus markalamanın bir parçası olarak ifade etmektedir. Sonrasında tercih ettiği rekabetçi kimlik yaklaşımında kamu diplomasisi ulus markalama yaklaşımına göre daha öncelikli olarak ifade edilmiştir. Marka yönelimli yaklaşımın kamu diplomasisine uygulamanın olumlu ve olumsuz yönünü barındırmaktadır. Örnek olarak uluslarası anlamda iletişimi daha bütünleşmiş ve stratejik yapabilir. Küresel anlamda rekabet ortamını artırır. Fakat bir yandan da ulus markalamanın kısa vadeli etkisi devletler için gerçekçi bulunmayabilir. Ulus markalama, (Szondi, 2008: 21, 22) "*imaj odaklı olduğu için gerçeklik haricinde imaj bütünlüğüne aşırı vurgu yapılabilir*". Üçüncü yaklaşım ise ulus markalamasının kamu diplomasisinin bir parçası olduğu şeklinde ifade edilmektedir. Bu yaklaşıma göre, ulus markalama yabancı kamulara ulaşmada etkili olan bir kamu diplomasisi aracı olarak değerlendirilmektedir. Bu bağlamda ulus markalama, kamu diplomasisinin ekonomik durumunu ifade etmektedir. "*Bu yaklaşımın uygulanmasında güçlükler görülebilmektedir. Örneğin; resmi görevliler ulus markalamayı propaganda ve ya reklam olarak eksik ya da yanlış anlaması söz konusu olabilir*" (Szondi, 2008: 25). Dördüncü yaklaşım, diğer yaklaşımlardan farklı fakat benzeşen kavramlar olduğu şeklindedir. Buna göre, her iki yaklaşımın örtüşen yönleri bulunmakla birlikte ayrı olgular olduğu fikri hâkimdir. Önde olan temsilcisi Jan Melissen'dir. Ulus markalama ve kamu diplomasisi kavramları birbirinden farklı kavramlar olmakla beraber benzeşen noktaları da bulunmaktadır en iyi durumu birlikte kullanıldıklarında vuku bulmaktadır. Sonuncu yaklaşım ise, ulus markalama ve kamu diplomasisinin aynı olgular olduğu fikridir. Szondi bunun çok az faydası olan bir yaklaşım olduğunu belirterek farklılıkların göz ardı edilmesi ile potansiyellerinin doğru açıklanabileceği tanımlamaktadır (Szondi, 2008: 29).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KAMU DİPLOMASİSİ VE ÜLKE İMAJI BAĞLAMINDA GLOBAL ARAŞTIRMA EĞİLİMLERİNİN BİBLİYOMETRİK AĞ HARİTALANMASI İLE İNCELENMESİ

Tez çalışmasının bu bölümünde kamu diplomasisi ve ülke imajı ilişkisini incelemeyi amaçlayan bibliyometrik analiz ile ilgili, elde edilen verilerin analiz sonuçları verilmiş ve ilgili literatür ışığında bulgular yorumlanmıştır.

3.1. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırma kapsamında kamu diplomasisi, ülke imajı alanında yayınlanmış olan lisansüstü tezler ve Web of Science veri tabanından yer alan çalışmaların bibliyometrik analizinin yapılması üzere betimsel bir araştırma modeli kullanılmıştır.

Web of Science (WoS), bilimsel yayınların kapsamlı bir şekilde taranmasına, atıf analizlerinin yapılmasına ve akademik alandaki araştırma eğilimlerinin belirlenmesine olanak sağlayan uluslararası bir veri tabanıdır (Ertekin, 2022). Betimsel araştırma, mevcut veya geçmişten gelen bir olgunun standartlar çerçevesinde değerlendirerek, olaylar arasındaki mevcut olan durumun açıklanması olarak ifade edilmektedir. Araştırmanın analizi kapsamında VOSviewer programının kullanımı sağlanmıştır. Web Of Science veri tabanından alınan veri dosyaları VOSviewer programına aktarılarak analizleri gerçekleştirilmiştir. Analiz için kullanılan VOSviewer programı, elde edilmiş olan verilerin ağ haritasının oluşturulup elde edilen bu verilerin renk ve görsellerle açıklamaya fayda sağlayan bir programdır. Web Of Science veri tabanından alınan veri dosyaları analiz yapılan VOSviewer programında kullanılma durumuna uygun olduğu içi farklı bir işlem yapılmadan programa aktarımı sağlanmıştır. Bu programa aktarımının sağlanmasının ardından ağ haritalanması uygulanmıştır. Çalışma kapsamında bibliyometrik analiz yöntemi kullanılmıştır. Bibliyometri, belirli bir zaman içerisinde yayınlanmış olan bilimsel araştırmaların birbirinden farklı parametreler (yazar, atıf, konu vb.) doğrultusunda istatistiksel olarak incelenmesine yarayan bir bilim dalıdır.

Çalışma kapsamında elde edilen bibliyometrik veriler VOSviewer yazılımı ile görselleştirilerek analizleri yapılmıştır. VOSviewer yazılım programı, bilimsel

çalışmaların verilerini analiz ederek görsel bir çerçevede araştırmacıların genel olarak tercih ettiği, Leiden Üniversitesi bünyesinde geliştirilen bir yazılım programıdır. VOSviewer, atıflar ve referanslar arasındaki ilişkileri analiz etmek için çeşitli veri kaynaklarına erişim sağlanabilir. VOSviewer yazılımı araştırmacılara; yazarlar, dergiler, konular, kurumlar ve atıflar gibi bibliyometrik öğeler arasındaki ilişkileri görselleştirerek farklı grafikler ve ağlar sunar (Ünsaçar 2023, 72).

Bibliyometrik analiz sayesinde Web of Science ve Ulusal Tez Merkezi veri tabanında yer alan çalışmaların bibliyometrik göstergeler neticesinde değerlendirilmesi sonucu ile elde edilen verilerin ortaya konulması bu araştırmanın temel amacını oluşturmaktadır. Söz konusu analiz neticesinde; 2000-2025 yılları arasında Web Of Science ve Yök Tez veri tabanından elde edilen çalışmaların bibliyometrik analizi sonucunda genel bir veri elde edebilmek için araştırma soruları oluşturulmuştur. Web Of Science 'da yer alan çalışmalarda "public diplomacy (kamu diplomasisi)" ve "country image (ülke imajı)" anahtar kelimeleri "public diplomacy and country image" şeklinde aratılmıştır. Yök Tez'de de "kamu diplomasisi ve ülke imajı" anahtar kelimeleri aratılmıştır. Elde edilen çalışmalar ışığında oluşturulan araştırma soruları aşağıda yer almaktadır.

AS1- Kıtalarda yapılan çalışmaların doküman dağılımı nasıldır?

AS2- Kıtalarda yapılan çalışmaların anahtar kelimelere göre dağılımı nasıldır?

AS3- Kıtalarda yapılan çalışmaların ülkelere göre atıf dağılımı nasıldır?

AS4- Kıtalarda yapılan çalışmaların yazarlara göre atıf dağılımı nasıldır?

AS5-Türkiyedeki tezlerin türlerine, erişilebilirlik durumuna, yazıldıkları dillere, yayımlanan yıllara, sayfa sayılarına, yayımlandıkları ana bilim dallarına, yayımlandıkları üniversitelere, kullanılan veri toplama tekniklerine, danışman unvanlarına göre dağılımı nasıldır?

3.1.1. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Çalışma kapsamında "public diplomacy (kamu diplomasisi), country ımage (ülke imajı)" anahtar kelimeleri aratılarak 2000 yılı ile 2025 yılları arasında yapılmış olan Web of Science ve Ulusal Tez Merkezi veri tabanında yer alan çalışmaların bibliyometrik

analizi yapılmıştır. Yapılan analiz ile "kamu diplomasisi" ve "ülke imajı" alanının; hangi düzeyde verimli olduğunun ortaya konması, bu konu ile ilgili yapılan çalışmaların bir disiplin içerisinde ulaşılarak ve genel bir düzlem içerisinde bir bakış sağlanması hedeflenmektedir. Bu araştırmanın çalışma evrenini, "kamu diplomasisi" ve "ülke imajı" alanında 2000 yılı ile 2025 yılları arasında yapılan ve Web of Science veri tabanında bulunan 416 çalışma içerisinden 382 makale ve Ulusal Tez Merkezi veri tabanında yer alan 4 çalışma, toplamda da 386 çalışma oluşturmaktadır.

3.1.2. Araştırmanın Modeli

Araştırma kapsamında "kamu diplomasisi" ve "ülke imajı" alanında yayınlanmış olan lisansüstü tezler ve Web of Science veri tabanında yer alan çalışmaların bibliyometrik analizi yapılmakla beraber betimsel araştırma modeli kullanılmıştır. Betimsel araştırma mevcut ya da geçmişten gelen bir olgunun standartlar üzerinden değerlendirerek, olaylar arasındaki var olan durumun açıklanması olarak ifade edilmektedir. Betimsel araştırma modelinin kullanıldığı bu çalışmada Web of Science ve Ulusal Tez Merkezi veri tabanına, "kamu diplomasisi" ve "ülke imajı" (public diplomacy, country image) anahtar kelimeleri "public diplomacy and country image" şeklinde filtrelenerek aranmış, bu kavramlar ile ilgili yayınlanan çalışmalar listelenerek yapılmıştır. Erişim sağlanmış olan çalışmaların bibliyometrik analizinin yapılmak üzere anahtar kelimeler, yayınların yılı, atıf durumu, doküman analizi, ülkelere göre dağılımı olacak şekilde sınıflanlanmıştır. Tez çalışması kapsamında bu çalışma ile bundan sonraki yapılacak olan araştırmalar nezdinde nitelikli verilere ulaşılması hedeflenmiştir.

3.1.3. Verilerin Toplanması

Web of Science ve Ulusal Tez Merkezi veri tabanında yer alan çalışmaların bibliyometrik analizinin yapıldığı bu çalışmada "kamu diplomasisi" ve "ülke imajı" anahtar kelimeleri ile arama gerçekleştirilmiştir. Yapılan arama neticesinde Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Ulusal Tez Merkezi veri tabanında "Kamu Diplomasisi ve Ülke İmajı" konulu 416 adet çalışmaya erişilmiştir. Erişim sağlanan çalışmalar gerekli olan düzlemler bağlamında incelemeleri yapılmıştır. Web of Science veri tabanında "Public Diplomacy ve Country Image" anahtar kelimeleri filtrelenerek

yapılan arama sonucunda; 136 adet Amerika Kıtası, 157 Avrupa Kıtası, 7 Afrika Kıtası, 89 Asya Kıtası, 20 Avustralya Kıtası olmak üzere toplamda 416 çalışmaya erişim sağlanmıştır. Web of Science veri tabanından erişilen 416 çalışma içerisinden 382 makale Ulusal Tez Merkezi veri tabanından erişim sağlanan 4 çalışmanın tamamı araştırmaya dâhil edilmiştir. İlgili çalışmalar Web of Science veri tabanından indirme işleminden sonrasında bibliyometrik analiz için VOSviewer programı ile inceleme yapılmıştır.

Kamu diplomasisi ve ülke imajı anahtar kelimeleri beraber kullanılanarak yapılan arama sonucunda çalışmaların erişim sağlanan belgeler açısından bakıldığında; Article (makale) 382 makale, proceeding paper (devam eden belge) 22, early access (erken erişim) 10, book chapters (kitap bölümleri) 7, review article (gözden geçirilecek makale) 7, editorial material (editaryöl makale) 5, book review (kitap incelemesi) 2 çalışmaya ulaşılmıştır ve çalışma kapsamında 382 makale analize dâhil edilmiştir.

Web of Science veri tabanına kamu diplomasisi ve ülke imajı anahtar kelimeleri filtreleme yapılınca çalışmaların; İngilizce 328, Rusça 3, İspanyolca 10, Türkçe 2, Ukraynaca 2, Fransızca 1, Almanca 1, Portekizce 1 dillerine ait olduğu sonucuna ulaşılmıştır ve tamamı çalışmaya dahil edilmiştir.

Kamu diplomasisi ve ülke imajı anahtar kelimeleri beraber kullanılanarak yapılan arama sonucunda çalışmaların kategori olarak bakıldığında;

- Hospitality Leisure Sport Tourism Misafirperverlik Eğlence Spor Turizm 127
- Communication (İletişim) 60
- International Relations (Uluslarası İlişkiler) 54
- Political Science (Siyaset Bilimi) 43
- History (Tarih) 41
- Area Studies (Alan Çalışmaları) 28
- Business (İşletme) 27
- Humanities Multidisciplinary (Beşeri Bilimler Multidisiplinler)13
- Sociology (Sosyoloji) 12
- Social Sciences Interdisciplinary (Sosyal Bilimler Disiplinlerarası) 10
- Management (Yönetmek) 7
- Geography (Coğrafya) 5
- Multidisciplinary Sciences (Çok Disiplinli Bilimler) 4

- Demoghraphy (Demokrasi) 3
- Economics (Ekonomi) 3
- Asian Studies (Asya Çalışmaları) 2
- Cultural Studies (Kültürel Çalışmalar) 2
- Education Education Research (Eğitim Eğitim Araştırması) 2
- Film Radio Television (Film Radyo Televizyon) 2
- History Philosophy Of Science (Tarih ve Bilim Felsefesi) 2
- Public Environmental Occupation Health (Kamu Çevre Mesleki Sağlık) 2
- Antropology (Antropoloji) 1
- Archaeology (Arkeoloji) 1
- Art (Sanat) 1
- Biotechnology Applied Microbiology (Biyoteknoloji Uygulamalı Mikrobiyoloji) 1
- Business Finance (İşletme Finansı) 1
- Computer Science Informatioan Systems (Bilgisayar Bilimi Bilgi Sistemleri) 1
- Development Studies (Gelişme Çalışmaları) 1
- Environmental Sciences (Çevre Bilimleri) 1
- Environmental Studies (Çevre Çalışmaları) 1
- Green Sustainable Science Technology (Yeşil Sürdürülebilir Bilim Teknoloji)1
- Literature (Edebiyat) 1
- Mathematics Interdisciplinary Applications (Matematik Disiplinler Arası Uygulamalar) 1
- Medicine General Internal (Tıp Genel Dahili) 1
- Psychology Clinical (Psikoloji Klinik) 1
- Public Administration (Kamu Yönetimi) 1
- Religion (Din) 1
- Social Sciences Mathematical Methods (Sosyaşl Bilimler Matematiksel Yöntemler) 1
- Sport Sciences (Spor Bilimleri) 1

Web of Science programından elde edilen bilgiler neticesinde kategori olarak bakıldığında yukarıda yer alan verilere ulaşılmıştır.

3.1.4. Araştırmanın Sınırlılıkları

Çalışma kapsamında kamu diplomasi, ülke imajı anahtar kelimelerinin kullanımı sağlanarak, Alana ilişkin çalışmaların yoğunlaştığı 2000 yılı ile 2025 tarihleri arasında yapılmış olan Web of Science ve Ulusal Tez Merkezi veri tabanında yer alan çalışmaların bibliyometrik analizi yapılmıştır. Bu çalışmanın sınırlılıkları bağlamında Web of Science veri tabanından 2000 yılı ile 2025 tarihleri arasında 416 çalışmaya erişim sağlanmış çalışmalar içerisinden 382 makalenin tamamı analize dâhil edilmiştir. Ulusal Tez Merkezi veri tabanında ise 2010 yılı ile 2025 tarihleri arasında 4 çalışmaya erişim sağlanmış ve bu çalışmalar da araştırmaya dâhil edilmişti

3.2. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Araştırma kapsamında Web of Science veri tabanından erişim sağlanan çalışmaları, Amerika Kıtası, Avrupa Kıtası, Asya Kıtası, Afrika Kıtası ve Avustralya Kıtası olmak üzere beş kıta şeklinde ayrımı sağlanmıştır. Yayımlandıkları kıtalara göre sınıflandırılan çalışmalar, doküman, anahtar kelime, yazar-atıf ve ülke-atıf olmak üzere dört farklı şekilde bibliyometrik analizi gerçekleştirilmiştir. Ulusal Tez Merkezi'nden erişim sağlanan lisansüstü çalışmaların ise; tezlerin türü, erişilebilirlik durumu, yazıldıkları diller, yayımlandıkları yıl, sayfa sayısı, yayımlandıkları ana bilim dalı, yayımlandıkları üniversite, danışman unvanı ve veri toplama teknikleri olmak üzere 9 farklı başlık özelinde incelenmesi yapılmıştır

3.2.1. Kamu Diplomasisi ve Ülke İmajı Konulu Çalışmaları Kıtalara Göre Dokümanların Bibliyometrik Analizi

Web of Science veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda Kamu Diplomasisi ve Ülke imajı konulu erişim sağlanan çalışmaların analizi gerçekleştirilmiştir Dokümanlar; doküman analizi tablosu, doküman analizi ağ haritası ve doküman analizinin yıllara göre katman dağılımı olmak üzere üç başlıkta incelenmiştir.

3.2.1.2. Amerika Kıtası'nda Yapılan Çalışmaların Doküman Analizi

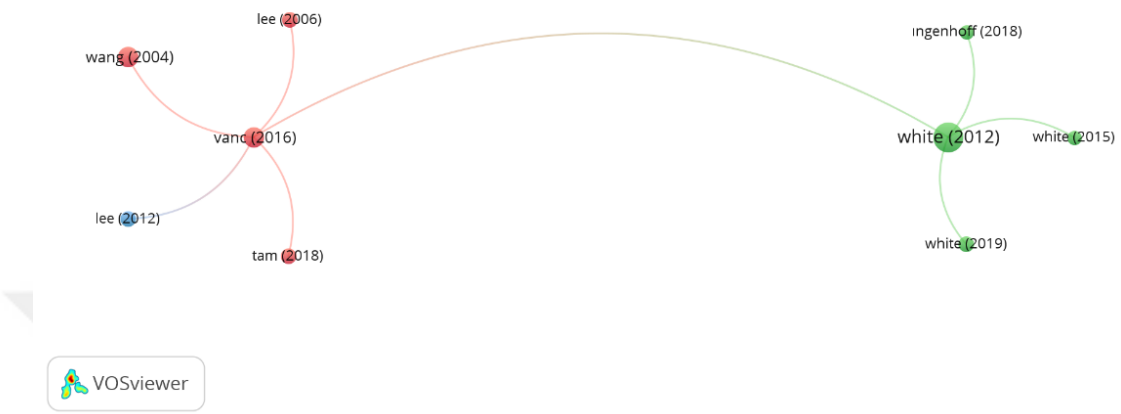
Web of Science veri tabanından elde edilen dokümanlar doğrultusunda Amerika Kıtası'nda kamu diplomasisi ve ülke imajı konulu 136 çalışmaya erişim sağlanmıştır. Erişim sağlanan çalışmaların doküman analizleri gerçekleştirilmiştir. Dokümanlar; doküman analizi tablosu, doküman analizi ağ haritası ve doküman analizinin yıllara göre katman dağılımı olmak üzere üç başlıkta incelenmiştir.

Tablo 3.1. Doküman Analizi Tablosu

Doküman	Atıf	Toplam Bağlantı Gücü
White (2012)	**71**	**3**
Lee (2023)	**67**	**1**
Lee (2021)	**52**	**3**
Quelch (2005)	**40**	**2**
Vanc (2016)	**34**	**3**
Dubinsky(2019a)	**34**	**2**
White (2019)	**21**	**1**
Lee (2006)	**21**	**1**
Tam (2018)	**20**	**1**
Dubinsky (2019c)	**19**	**3**
White (2015)	**16**	**1**
Dubinsky (2023)	**13**	**3**
Lee (2022)	**20**	**0**
Dubinsky (2019b)	**11**	**2**
Kim (2021)	**10**	**2**

Tablo 3.1'de Amerika Kıtasında yapılan çalışmaların atıf sayılarına göre sıralanan doküman dağılımına ilişkin tablo bulunmaktadır. Tablo içerisinde 15 adet yazarın dokümanı belirtilmektedir. Tablonun birinci sırasında yer alan White tarafından hazırlanan ve 2021 yılında yayınlanan çalışmaya (71) atıf yapılmıştır. Toplam bağlantı gücü (3) olarak görülmektedir. Tablonun ikinci sırasında bulunan Lee tarafından 2023 yılında yayınlanan çalışmaya (67) atıf yapılmış toplam bağlantı gücü ise (1) olarak görülmektedir. Tablonun 9. sırasında yer alan Tam tarafından (2018) yılında yayınlanan

çalışmaya (20) atıf yapılmış toplam bağlantı gücü ise (1) olarak görülmekte Tablonun 15. Sırasında yer alan aynı yazar Kim tarafından (2021) yılında yayınlanan çalışma (10) atıf yapılmış bağlantı gücü ise (2) olarak görülmekte Bu durumdan hareketle, toplam bağlantı gücü ile atıf arasında doğru orantı bulunmadığı sonucu ortaya çıkmaktadır.

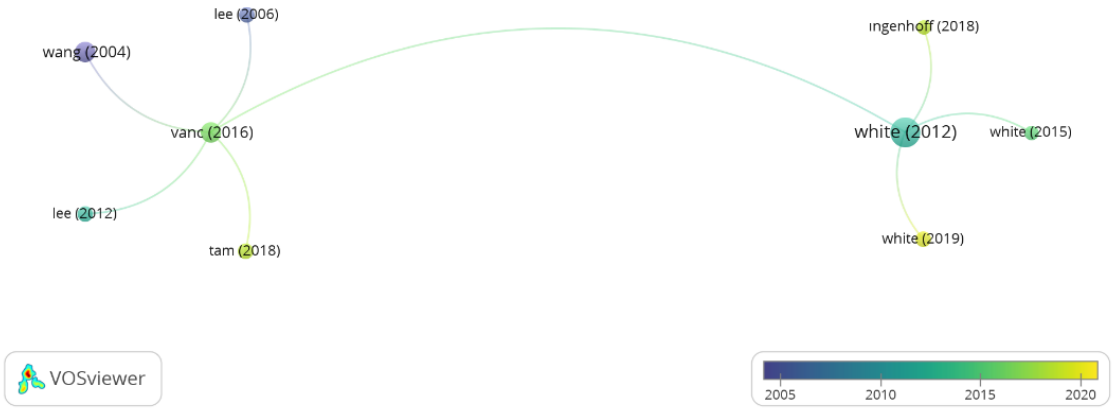


Şekil 3.1. Doküman Analizi Ağ Haritası

Şekil 3.1'de doküman analizi ağ haritası yer almaktadır. Şekil 3.1'e göre doküman analizi kırmızı, mavi ve yeşil olmak üzere 3 kümeden oluşmaktadır. Yeşil küme en çok atıf sayısına sahip olan kümedir. Çalışmanın toplam bağlantı gücü (5) olarak görülmektedir. Yeşil kümede bulunan White tarafından yapılan çalışma (2012) kırmızı küme içerisinde atıfı en fazla olan dokümandır (71) atıfa sahiptir ve en fazla (3) bağlantı gücüne sahiptir. Yeşil kümede yer alıp White tarafından (2019) yılında yayınlanan çalışmanın atıf sayısı (21) bağlantı gücü ise (1) dir. Aynı küme içerisinde yer alan White tarafından (2015) yılında yayınlanan çalışmanın atıf sayısı (16) bağlantı gücü ise (1)dir.

Ağ haritasında kırmızı renk ile gösterilen ikinci kümedir. Kırmızı kümenin toplam bağlantı gücü (5) olarak incelenmiştir. Kırmızı küme içerisinde bulunan Wanc tarafından (2016) yılında yayınlanan çalışma yeşil kümenin atıf sayısı en yüksek olan çalışmasıdır atıf sayısı (34) bağlantı gücü ise (3) dir. Lee tarafından (2006) yılında yayınlanan çalışmanın atıf sayısı (21) bağlantı gücü ise (1) dir. Tam tarafından (2018) yılında gerçekleşen çalışmanın atıf sayısı (20) bağlantı gücü ise (1) dir.

Ağ haritasında mavi renk ile gösterilen üçüncü kümedir. Mavi kümede bulunan Lee tarafından (2012) yılında yayınlanan çalışma mavi kümede yer alan tek çalışmadır



Şekil 3.2. Doküman Analizinin Yıllara Göre Katman Dağılımı

Şekil 3.2'de doküman analizinin yıllara göre katman dağılımı görülmektedir. Şekilde açık renkle belirtilen kümeler daha güncel dokümanları içerirken renk maviye doğru koyulaştıkça dokümanlar güncelliğini kaybetmektedir. White (2012), Wanc (2016), Lee (2021) yazarların çalışmaları yıl aralığı incelendiğinde ne çok eski ne de güncel yıllara ait olmayan çalışmalar olarak en çok atıf alan çalışmalar arasında yer almaktadır.

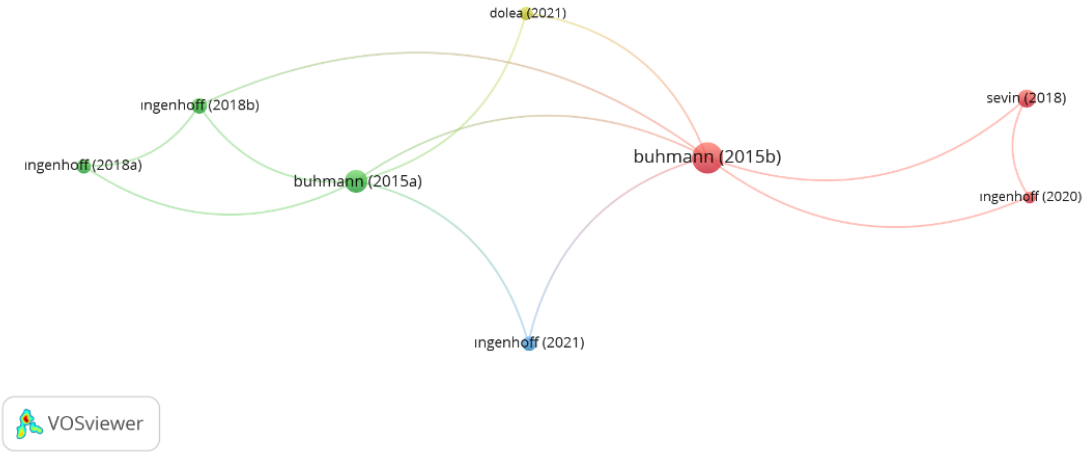
3.2.1.3. Avrupa Kıtası'nda Hazırlanan Çalışmaların Doküman Analizi

Web of Science veri tabanından erişim sağlanan Avrupa Kıtası'nda hazırlanan (157) çalışmanın doküman analizi gerçekleştirilmiştir. Dokümanlar; doküman analizi tablosu, doküman analizi ağ haritası ve doküman analizinin yıllara göre katman dağılımı olmak üzere üç başlık altında incelenmiştir.

Tablo 3.2. Doküman Analizi Tablosu

Doküman	Atıf	Toplam Bağlantı Gücü
Buhmann (2015b)	71	**6**
Hartig (2016)	58	**1**
Buhmann (2015a)	38	**5**
Sevin(2018)	23	**2**
Ingenhoff(2018b)	18	**3**
Ingenhoff(2021)	17	**2**
Ingenhoff(2018a)	16	**2**
Dolea(2021)	13	**2**
Ingenhoff (2020)	11	**2**
Morales (2024)	1	**1**

Tablo 3.2'de Avrupa Kıtası'nda ait çalışmaların doküman dağılımına ilişkin tablo yer almaktadır. Tablo içerisinde atıf sayılarına göre sıralanan 10 çalışma mevcuttur. Dokümanların atıf sayılarına göre sıralanan tabloda en fazla atıfa sahip olan çalışma Buhmann (2015b) olarak görülmektedir. Buhmann tarafından hazırlanan ve (2015) yılında yayınlanan çalışma (71) atıfa sahipken toplam bağlantı gücünün (6)olduğu görülmektedir. Tablonun ikinci sırasında yer alan Hartig tarafından (2016) yılında yayınlanan çalışma ise (58) atıfa ve (1) toplam bağlantı gücüne sahiptir. Tabloda üçüncü sırada yer alan Buhmann tarafından hazırlanan **(**2015) yılında yayınlanan çalışmanın (38) atıfı bulunurken çalışmanın toplam bağlantı gücü ise (5) olarak görülmektedir. Ingenhoff (2018b)tarafından hazırlanan çalışma (3) bağlantı gücü ile listede kendinden önce kişilere oranla daha sonra sırada yer almaktadır. Bu durumdan hareketle toplam bağlantı gücü ile atıf sayısı arasında doğru orantı bulunmadığı sonucu ortaya çıkmaktadır.



Şekil 3.3. Doküman Analizi Ağ Haritası

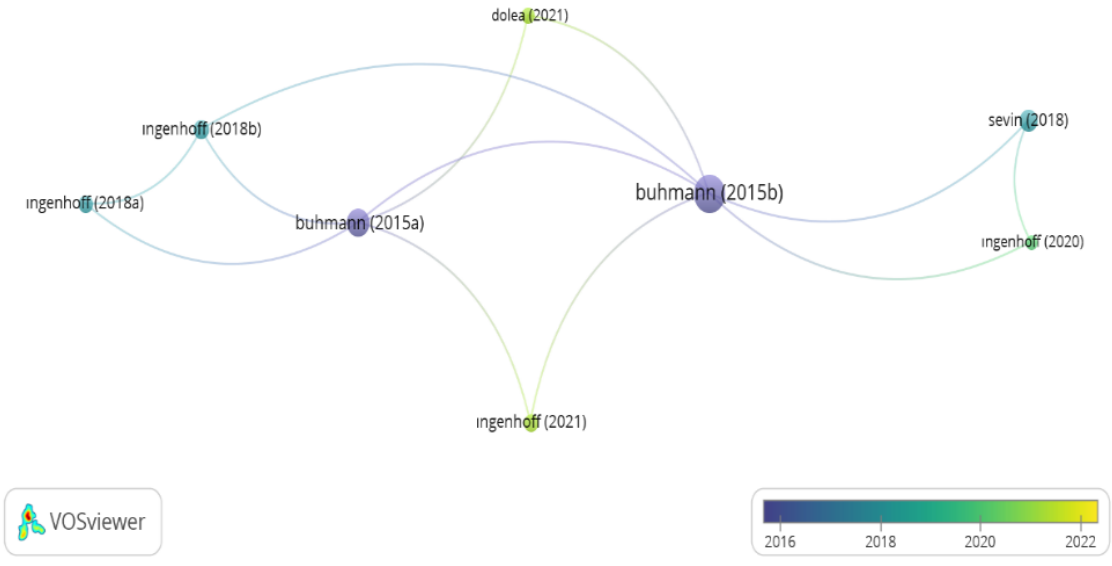
Şekil 3.9'da doküman analizi ağ haritası yer almaktadır. Şekil 3.9'a göre doküman analizi kırmızı ve yeşil olmak üzere 4 farklı kümeden oluştuğu görülmektedir. Ağ haritasında kırmızı renk ile gösterilen birinci küme 3 farklı, ikinci küme yeşil küme ise 3 farklı dokümandan üçüncü küme mavi ve dördüncü küme sarı küme 1 er dokümandan oluşmaktadır. Kırmızı kümenin en fazla atıf yapılan dokümanı olarak gösterilen Buhmann tarafından (2015b) yılında yayınlanan (71) atıf sayısı bulunan ve toplam bağlantı gücü (6) olan doküman bulunmaktadır. Kırmızı kümede yer alan ve 2. Sırada yer alan çalışma Sevin tarafından (2018) yılında yayınlanan (23) atıf sayısı ve (2) bağlantı

gücü bulunan çalışmadır. Kırmızı kümede bulunan ve 3. Sırada yer alan son çalışma ise Ingenhoff tarafından (2020) yılında yayınlanan (11) atıf sayısı bulunan bağlantı gücü ise (2) olan çalışmadır.

Ağ haritasının yeşil renk ile gösterilen ikinci kümesi 3 farklı dokümandan oluşmaktadır. Yeşil kümenin en çok atıf yapılan dokümanı olarak gösterilen Buhmann tarafından hazırlanan ve (2015a) yılında yayınlanan (38) atıfa sahipken, toplam bağlantı gücü ise (5) dir. Yeşil kümede bulunan 2. Çalışma ise Ingenhoff tarafından (2018b) yılında yayınlanan ve (13) atıfa sahip olan bağlantı gücü ise (2) olan çalışmadır. Yeşil kümede bulunan ve 3. Sırada yer alan son çalışma ise Ingenhoff tarafından (2018a) yılında yayınlanan (16) atıf sayısı bulunan bağlantı gücü ise (2) olan çalışmadır.

Ağ haritasının mavi renk ile gösterilen üçüncü kümesinde 1 doküman yer almaktadır. Ingenhoff tarafından (2021) yılında yayınlanan (17) atıf sayısı bulunan bağlantı gücü ise (2) olan çalışmadır.

Ağ haritasının sarı renk ile gösterilen üçüncü kümesinde 1 doküman yer almaktadır. Dolea tarafından (2021) yılında yayınlanan (13) atıf sayısı bulunan bağlantı gücü ise (2) olan çalışmadır.



Şekil 3.4. Doküman Analizinin Yıllara Göre Katman Dağılımı

Şekil 3.10'da doküman analizi üzerine oluşturulan ağ haritasının yıllara göre katman dağılımı yer almaktadır. Dağılım incelendiğinde açık renk ile gösterilen kelimeler

daha güncel olduğu görülmektedir. Oluşturulmuş olan kümelerin ortalama başlangıcı 2015 yılı olarak kabul edilmiştir. Bu bağlamda; Buhmann (2015b), Bahman (2015a) adlı yazar tarafından hazırlanan dokümanlar daha eski yıllarda yayınlaşmışken, bu çalışmaların atıf sayısının diğer çalışmalara nazaran daha fazla olduğu görülmektedir. 2017 ve 2018 yılları arasında Sevin (2018) Ingenhoff (2018b), Ingenhoff (2018a) yazarların ise çalışmalarının atıf sayıları düşük olmasına rağmen bağlantı güç değerleri neredeyse benzerdir. Bu dokümanlar, ağ haritasında gösterilen dokümanlarla bağlantısı daha fazla olduğu görülmektedir. Yeni ve güncel olan dokümanların diğer dokümanlardan yararlanma imkânı olduğundan ötürü bağlantılarının daha fazla olduğu görülmektedir.

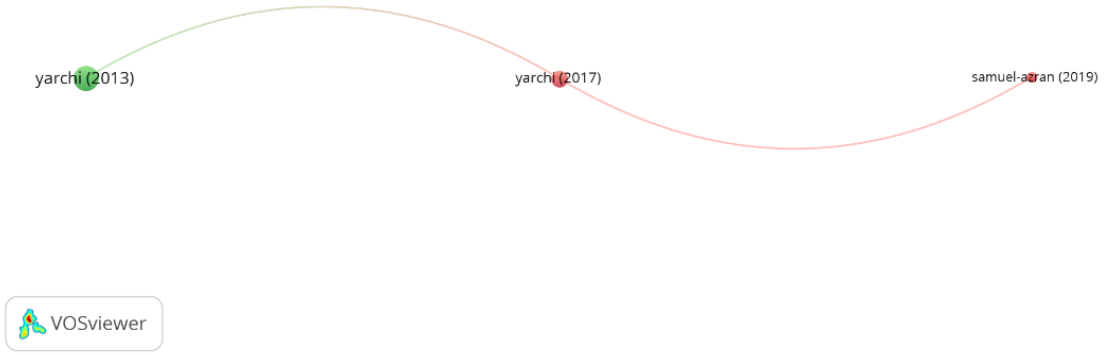
3.2.1.4. Asya Kıtası'nda Hazırlanan Çalışmaların Doküman Analizi

Web of Science veri tabanından erişim sağlanan Asya Kıtası'nda hazırlanan (89) çalışmanın doküman analizi gerçekleştirilmiştir. Dokümanlar; doküman analizi tablosu, doküman analizi ağ haritası ve doküman analizinin yıllara göre katman dağılımı olmak üzere üç başlık altında incelenmiştir.

Tablo 3.3. Doküman Analizi Tablosu

Doküman	Atıf	Toplam Bağlantı Gücü
Yarchi (2013)	39	1
Bose (2020)	25	0
Yarchi (2017)	17	2
Kemming(2007)	17	0
Yousaf (2017)	16	0
Sun (2008)	14	0
Varpahovskis (2022)	12	1
Choi (2018)	11	0
Samual-azran (2019)	8	1
Jindal (2023)	6	0
Lee (2021)	5	1
Alzubaidi (2019)	2	0
Lewis (2024)	1	0
Butyrin (2022)	1	0

Tablo 3.3'de Asya Kıtası'nda yer alan çalışmaların doküman dağılımına ilişkin tablo yer almaktadır. Tablo içerisinde toplam 50 yazar içerisinden, atıf sayılarına göre sıralanan ilk 14 çalışma mevcuttur. Dokümanların atıf sayılarına göre sıralanan tabloda en fazla atıfa sahip olan çalışma Yarchi (2013) olarak görülmektedir. Yarchi Moran tarafından hazırlanan ve Media War and Conflict dergisinde 2013 yılında yayınlanan çalışma (39) atıfa sahipken toplam bağlantı gücü (1) olarak görülmektedir. Tablonun ikinci sırasında yer alan Bose (2020) tarafından hazırlanan ve yayınlanan çalışma ise (25) atıf ve (0) toplam bağlantı gücüne sahiptir**.** Tabloda üçüncü sırada yer alan Yarchi (2017), Yarchi tarafından hazırlanan ve 2017 yılında yayınlanan çalışma (17) atıfa sahipken toplam bağlantı gücü (2) olarak görülmektedir. Tabloda belirtilen dokümanların toplam bağlantı gücü sıralaması ise Yarchi (2013) tarafından hazırlanan çalışma (1) toplam bağlantı gücü ile ilk sırada yer alırken; Yarchi (2017) (2) toplam bağlantı gücü ile üçüncü sırada bulunmaktadır. Bu durumdan hareketle toplam bağlantı gücü ile atıf sayısı arasında doğru orantı bulunmadığı sonucu ortaya çıkmaktadır.

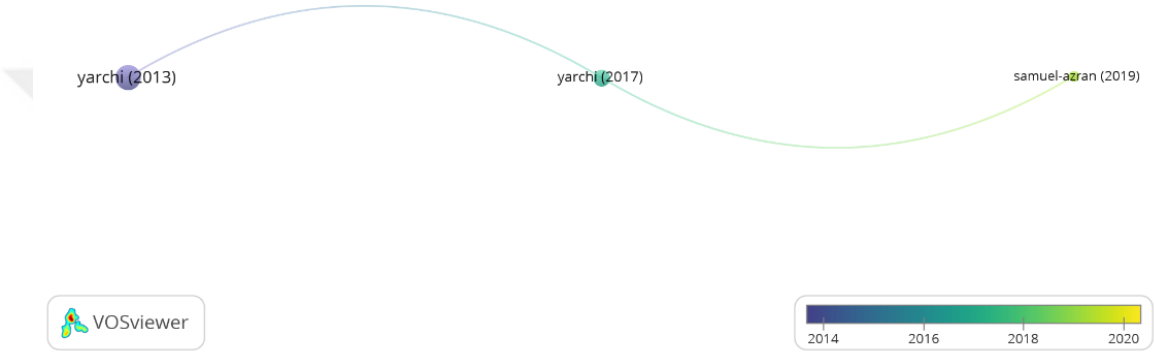


Şekil 3.5. Doküman Analizi Ağ Haritası

Şekil 3.5'de doküman analizi ağ haritası verilmiştir. Şekil 3.5'e göre doküman analizi kırmızı, mavi ve yeşil olmak üzere 2 farklı kümeden oluşmaktadır. Ağ haritasında yeşil renk ile gösterilen birinci küme yazar çalışmasından oluşmaktadır. Yeşil kümenin en fazla atıf yapılan doküman olarak gösterilen Yarchi Moran tarafından hazırlanan Media War and Conflict'de 2013 yılında yayınlanan çalışma Yarchi (2013) (39) atıfa sahipken toplam bağlantı gücü ise (1) dir. Yeşil kümeyi oluşturan tek yazar olduğu görülmektedir.

Ağ haritasında kırmızı renk ile gösterilen ikinci küme 2 farklı yazarın çalışmasından oluşmaktadır. Yeşil kümenin en fazla atıf yapılan dokümanı olarak gösterilen Moran

Yarchi tarafından hazırlanan ve Place Branding and Public Diplomacy (Yer Markalama ve Kamu Diplomasisi) de 2017 yılında yayınlanan çalışma (Yarchi 2017) (17) atıfa sahipken, çalışmanın (2) farklı yazarın çalışması ile bağlantısı bulunmaktadır. Bağlantılı olunan çalışmalar Samuel Azran (2019)tarafından hazırlanan çalışmadır. Çalışmanın toplam bağlantı gücü (1) dir. Kırmızı kümenin ikinci en çok atıfa sahip olan dokümanı Tal Samuel Azran tarafından hazırlanan ve Place Branding and Public Diplomacy (Yer Markalama ve Kamu Diplomasisi) de 2019 yılında yayınlanan (8) atıfı vardır. Samuel Azran'nın çalışması (1) bağlantı gücüne sahip olduğu görülmektedir.



Şekil 3.6. Doküman Analizinin Yıllara Göre Katman Dağılımı

Şekil 3.6'da doküman analizi bağlamında oluşturulan ağ haritasının yıllara göre dağılımı görülmektedir. Bu dağılıma göre açık renk ile ifade edilen kelimeler daha güncel olduğu belirtilmektedir. Oluşturulan kümelerin ortalama başlangıç yılı 2014 olarak kabul edilmiştir. Bu kapsamda Moran Yarchi (2013), Moran Yarchi (2017) dokümanlar daha eski yıllarda ortaya konarken Bu çalışmaların atıf sayısı diğer çalışmalara nazaran daha fazla olduğu görülmektedir. 2018-2020 yılları arasında hazırlanan dokümanlara bakıldığında Tal Samuel Azran (2019) adlı yazarın atıf sayısı eski yıllara nazaran çalışma dokümanlarına bakıldığında atıf sayısı ve bağlantı gücü az olduğu görülmektedir.

3.2.1.5. Afrika Kıtası'nda Hazırlanan Çalışmaların Doküman Analizi

Web of Science veri tabanından erişim sağlanan Afrika Kıtası'nda hazırlanan (7) çalışmanın doküman analizi gerçekleştirilmiştir. Dokümanlar; doküman analizi tablosu, doküman analizi ağ haritası ve doküman analizinin yıllara göre katman dağılımı olmak üzere üç başlık altında incelenmiştir.

Tablo 3.4. Doküman Analizi Tablosu

Doküman	Atıf	Toplam Bağlantı Gücü
Abbafati (2020)	2808	0
Peden (2022)	38	0
Sarwal (2019)	4	0
Ameyaw-Brobbey (2024)	1	0
Ayanew (2024)	0	0
Chokera (2024)	0	0
Ghanem (2024)	0	0

Tablo 3.4'de Afrika Kıtası'nda yapılan çalışmaların doküman dağılımına ilişkin tablo görülmektedir. Tablo içerisinde atıf sayılarına göre sıralanan 7 çalışma mevcuttur. Dokümanların atıf sayılarına göre sıralanan tabloda en fazla atıfa sahip olan çalışma adlı Abbafati (2020), Cristiana ABBAFATİ yazarın çalışması olarak görülmektedir. Yayınlanan çalışma (2808) atıfa sahipken toplam bağlantı gücü (0) olarak görülmektedir. Tablonun ikinci sırasında yer alan Peden (2022),Amy E PEDEN tarafından 2022 yılında hazırlanan çalışma (38) atıfa sahipken toplam bağlantı gücü (0) olarak görülmektedir. Tablonun üçüncü sırasında yer alan Sarwal (2019), Amir SARWAL tarafından 2019 yılında hazırlanan çalışma (4) atıfa sahipken toplam bağlantı gücü (0)'dır. Tabloda dördüncü sırada yer alan Ameyaw-Brobbey (2024), Thomas AMEYAW-BROBBEY tarafından (2024) yılında hazırlanan çalışma (1) atıfa sahipken toplam bağlantı gücü (0)'dır



Şekil 3.7. Doküman Analizi Ağ Haritası

Şekil 3.7'de doküman analizi ağ haritası yer almaktadır. Şekil 3.25'e göre doküman analizi mor, turuncu, koyu mavi, açık mavi, kırmızı, koyu yeşil açık yeşil renk 7 renk sınıflamasından oluşmaktadır. Ağ haritasında yer alan renk sınıflamalarında her renk bir yazarı temsil etmektedir. Mor renk ile gösterilen birinci kümede Abbafati (2020), yazarın çalışması olarak görülmektedir. Yayınlanan çalışma (2808) atıfa sahipken toplam bağlantı gücü (0) olarak görülmektedir. Şekil 3.25'te görüldüğü üzere en fazla atıf sayısına sahip olan yazarın başka bir yazarla bağlantılı olduğu çalışma bulunmamaktadır.

Ağ haritasında turuncu renk ile gösterilen ikinci küme Peden (2022), tarafından 2022 yılında hazırlanan çalışma (38) atıfa sahipken toplam bağlantı gücü (0) olarak görülmektedir. Yazarın bağlantılı olduğu her hangi bir yazar bulunmadığı görülmektedir.

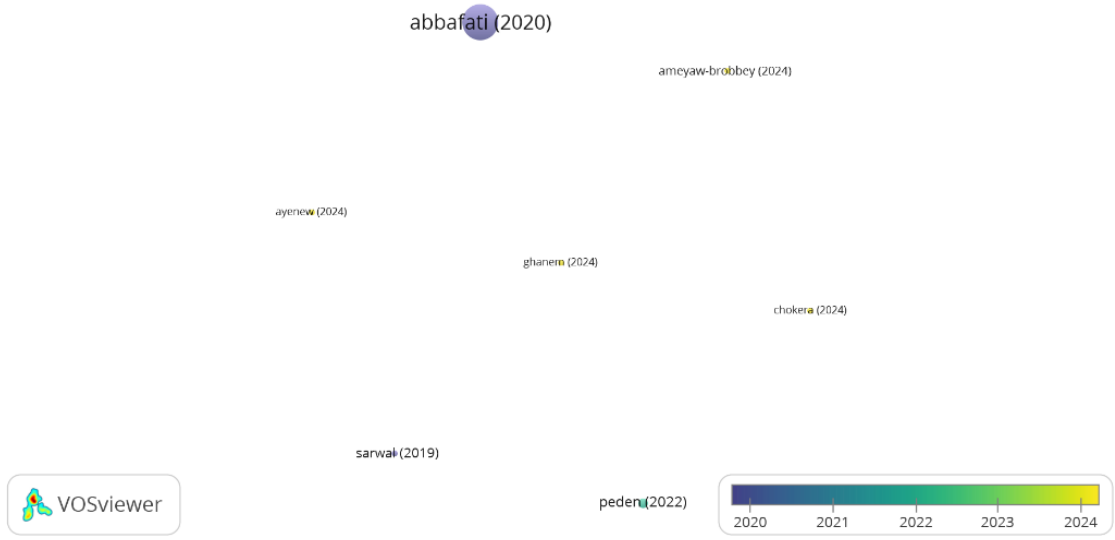
Ağ haritasında koyu mavi renk ile gösterilen üçüncü yazar Sarwal (2019), tarafından 2019 yılında hazırlanan çalışma (4) atıfa sahipken toplam bağlantı gücü (0)'dır. Yazarın bağlantılı olduğu her hangi bir yazar bulunmadığı Şekil 3.25'te görülmektedir.

Ağ haritasında koyu yeşil ile gösterilen dördüncü yazar Ameyaw-Brobbey (2024), tarafından (2024) yılında hazırlanan çalışma(1) atıfa sahipken toplam bağlantı gücü (0)' dır. Yazarın bağlantılı olduğu her hangi bir yazar bulunmadığı görülmektedir.

Ağ haritasında kırmızı ile gösterilen beşinci yazar Ayanew (2024), tarafından (2024) yılında hazırlanan çalışma (0) atıf ve toplam bağlantı gücü ise (0)'dır. Yazarın bağlantılı olduğu her hangi bir yazar bulunmadığı görülmektedir.

Ağ haritasında açık yeşil renk ile gösterilen altıncı yazar Chokera (2024), tarafında (2024) yılında hazırlanan çalışma (0) atıf ve toplam bağlantı gücü ise (0)'dır. Yazarın bağlantılı olduğu her hangi bir yazar bulunmadığı görülmektedir.

Ağ haritasında açık mavi renk ile gösterilen yedinci yazar Ghanem (2024), tarafından (2024) yılında hazırlanan çalışma (0) atıf ve toplam bağlantı gücü ise (0)'dır. Yazarın bağlantılı olduğu her hangi bir yazar bulunmadığı görülmektedir.



Şekil 3.8. Doküman Analizinin Yıllara Göre Katman Dağılımı

Şekil 3.8'de Afrika Kıtası'nda hazırlanan çalışmaların doküman analizi üzerine oluşturulan ağ haritasının yıllara göre katman dağılımı görülmektedir. Bu dağılıma göre açık renk ile ifade edilen kelimeler daha güncel olduğu belirtilmektedir. Oluşturulan kümelerin ortalama başlangıç yılı 2020 olarak kabul edilmiştir. Bu kapsamda Amir SARWAL (2019), Cristiana ABBAFATİ (2020), Amy E PEDEN (2022) tarafında ortaya koyulan dokümanlar daha eski yıllarda yayınlanmışken atıf sayısının diğer dokümanlara nazaran daha fazla olduğu görülmektedir.2024 yıllında yayınlanan, Thomas AMEYAW-BROBBEY(2024), Misgara Yifiru AYANEW (2024), Fainos CHOKERA (2024), Salma GHANEM (2024) adlı dokümanların ortalama olarak atıf sayıları az hatta bazı yazarların atıf sayısı 0 olduğu Şekil 3.26'da dokuman analizinin yıllara göre katman dağılımında görülmektedir.

3.2.1.6. Avustralya Kıtası'nda Hazırlanan Çalışmaların Doküman Analizi

Web of Science veri tabanından erişim sağlanan Avustralya Kıtası'nda hazırlanan (20) çalışmanın doküman analizi gerçekleştirilmiştir. Dokümanlar; doküman analizi tablosu, doküman analizi ağ haritası ve doküman analizinin yıllara göre katman dağılımı olmak üzere üç başlık altında incelenmiştir.

Tablo 3.5. Doküman Analizi Tablosu

Doküman	Atıf	Toplam Bağlantı Gücü
Abbafati (2020)	4888	0
Dinnie (2010)	65	0
Godsmith(2014)	60	1
Peden (2022)	47	0
Tam(2018)	20	1
Tam(2021)	7	1
Wood (2017)	6	0
Ittefaq(2023)	4	0
Goldsmith(2023)	3	1
Durrani(2022)	1	0

Tablo 3.17'de Avustralya Kıtası'nda yapılan çalışmaların doküman dağılımına ilişkin tablo yer almaktadır. Tablo içerisinde atıf sayılarına göre sıralanan 10 çalışma görülmektedir. Dokümanların atıf sayılarına göre sıralanan tabloda en fazla atıfa sahip olan çalışma Abbafati (2020) adlı yazarın çalışması olarak görülmektedir. Cristiana ABBAFATI tarafından hazırlanan ve 2020 yılında yayınlanan çalışma (488) atıfa sahipken toplam bağlantı gücü (0) olarak görülmektedir. Tablonun ikinci sırasında yer alan Dinnie (2010), Keith DINNIE tarafından hazırlanan International Marketing Review (Uluslararası Pazarlama İncelemesi)'de 2010 yılında yayınlanan çalışma (65) atıfa sahipken toplam bağlantı gücü (0) olarak görülmektedir. Tablonun üçüncü sırasında yer alan Godsmith (2024), Benjamin GODSMITH tarafından hazırlanan ve Quarterly Journal of Political Science (Üç Aylık Siyaset Bilimi Dergisi)'de 2024 yılında yayınlanan çalışma (60) atıfa sahipken toplam bağlantı gücü (1) olarak tabloda belirtilmiştir. Tabloda gösterilen diğer dokümanlar ve atıf sayıları ise şöyledir: Peden (2022) (48) atıf, Tam (2018), (20) atıf, Godsmith (2023) (3) atıf, Durrani (2022) (1) atıf.



Şekil 3.9. Doküman Analizi Ağ Haritası

Şekil 3.9'da doküman analizi ağ haritası verilmiştir. Şekil 3.33'e göre doküman analizi kırmızı, yeşil, mavi, sarı, mor ve turuncu olmak üzere 8 farklı renk kümesinden oluşmaktadır. Ağ haritası (10) dokümandan oluşmaktadır. Ağ haritasında kırmızı renk ile gösterilen birinci küme 2 farklı dokümandan oluşmaktadır. Kırmızı kümenin en fazla atıf yapılan dokümanı olarak gösterilen Tam (2018), Lisa TAM tarafından hazırlanan Public Relations Review (Halkla İlişkiler İncelemesi)'de 2018 yılında yayınlanan çalışmanın (20) atıfa sahipken 1 farklı doküman ile bağlantı içerisinde olduğu görülmektedir. Kırmızı küme içerisinde yer alan ikinci doküman ise Tam (2021), Lisa TAM tarafından hazırlanan Politics & Policy (Politika ve Politika)'de 2021 yılında yayınlanan çalışmanın (7) atıfa sahipken toplam bağlantı gücü (1) olarak görülmektedir.

Ağ haritasında yeşil renk ile gösterilen ikinci küme 2 dokümandan oluşmaktadır. Yeşil kümenin en fazla atıf yapılan dokümanı olarak gösterilen Godsmith (2014), Benjamin E. GODSMITH tarafından (2014) yılında Quarterly Journal of Political Science (Üç Aylık Siyaset Bilimi Dergisi)'de yayınlanan çalışmanın (60)atıfa sahipken toplam bağlantı gücü ise (1) olarak görülmektedir. Yeşil küme içerisinde yer alan diğer doküman ise Goldsmith (2023) Benjamin E. GODSMITH tarafından (2023) yılında European Journal of International Relations (Avrupa Uluslararası İlişkiler Dergisi)'de

yayınlanan çalışmanın (3)atıfa sahipken toplam bağlantı gücü ise (1) olarak görülmektedir.

Ağ haritasında açık mavi renk ile gösterilen küme üçüncü kümedir ve 1 dokümandan oluşmaktadır. Keith Dinnie tarafından (2020) yılında yayınlanan çalışmanın (65) atıfa sahipken toplam bağlantı gücü (0) olarak görülmektedir.

Ağ haritasında koyu mavi renk ile gösterilen diğer doküman ise Wood tarafında (2017) yılından yayınlanan çalışma (6) atıfa sahip iken toplam bağlantı gücü ise (0) olarak görülmektedir.

Ağ haritasında turuncu renk ile gösterilen ve bu kıta içerisinde en fazla atıf sayısına sahip olan doküman Abbbafati tarafından (2020) yılında yayınlanan çalışma (4888) atıfa sahipken toplam bağlantı gücü (0) olarak görülmektedir.

Ağ haritasında mor renk ile gösterilen dördüncü küme 1 dokümandan oluşmaktadır. Mor kümenin dokümanı olarak görülen Durrani (2010), Sameera DURRANI tarafında 2010 yılında yayınlanan çalışma (1) atıfa sahipken toplam bağlantı güce ise (0) olarak görülmektedir.

Ağ haritasında sarı renk ile gösterilen beşinci küme 1 dokümandan oluşmaktadır. Ittefaq tarafından 2010 yılında hazırlanan çalışma (64)atıfa sahipken toplam bağlantı gücü ise (0) olduğu görülmektedir.

Ağ haritasında pembe renk ile gösterilen altıncı küme 1 dokümandan oluşmaktadır. Peden (2023) yılında yayınlanan çalışma (4) atıfa sahipken toplam bağlantı gücü (0) olduğu görülmektedir.



Şekil 3.10. Doküman Analizinin Yıllara Göre Katman Dağılımı

Şekil 3.10'da doküman analizi üzerine oluşturulan ağ haritasının yıllara göre katman dağılımı görülmektedir. Bu dağılıma göre açık renk ile ifade edilen kelimeler daha güncel olduğu belirtilmektedir. Oluşturulan kümelerin ortalama başlangıç yılı 2014 olarak kabul edilmiştir.

Bu kapsamda Dinnie (2010), Goldsmith (2014), Wood (2017), Abbafati (2020), dokümanları daha eski yıllarda ortaya konarken bu dokümanların özellikle atıf sayılarının yüksek olduğu görülmektedir. 2022-2024 yılları arasında yayımlanan Peden (2022), Durrani (2022), Goldsmith (2023) ve Kim (2024) dokümanlarının atıf sayılarının, daha eski yıllarda yayımlanan dokümanlar kadar fazla olmadığı görülmektedir.

3.2.2. Kamu Diplomasisi ve Ülke İmajı Konulu Çalışmaların Kıtalara Göre Anahtar Kelimelerin Bibliyometrik Analizi

Web of Science veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda kamu diplomasisi ve ülke imajı konulu erişim sağlanan çalışmaların analizi gerçekleştirilmiştir Anahtar kelimeler anahtar kelime tablosu, anahtar kelime analizi ağ haritası ve anahtar kelime analizinin yıllara göre katman dağılımı olmak üzere üç başlıkta incelenmiştir.

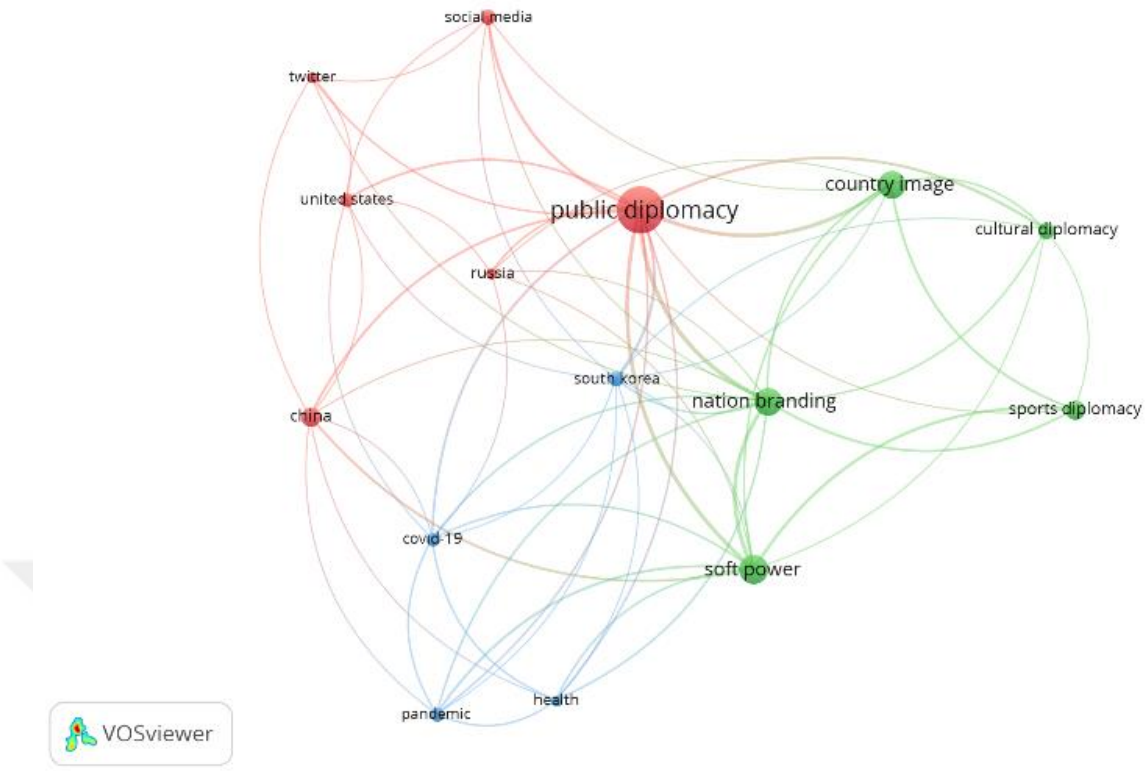
3.2.2.1. Amerika Kıtası'nda Yapılan Çalışmaların Anahtar Kelime Analizi

Web of Science veri tabanından elde edilen dokümanlar doğrultusunda Amerika Kıtası'nda kamu diplomasisi ve ülke imajı konulu 136 çalışmaya erişim sağlanmıştır. Erişim sağlanan çalışmaların anahtar kelime analizleri gerçekleştirilmiştir. Anahtar kelimeler; anahtar kelime tablosu, anahtar kelime analizi ağ haritası ve anahtar kelime analizinin yıllara göre katman dağılımı olmak üzere üç başlıkta incelenmiştir.

Tablo 3.6. Anahtar Kelime Analizi Tablosu

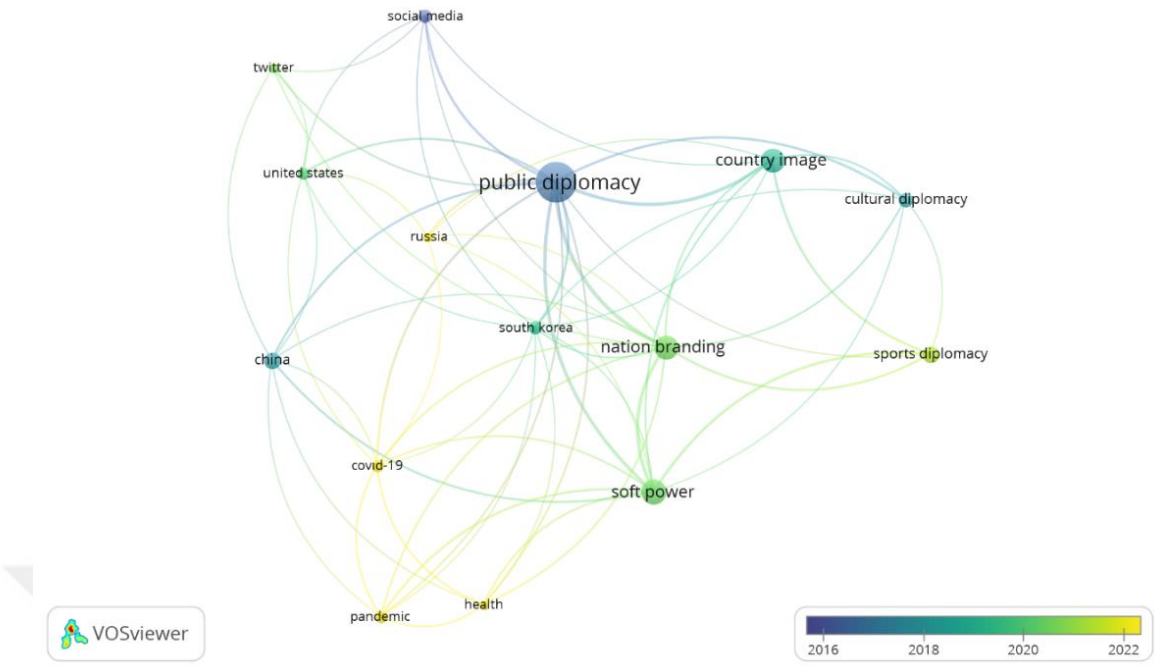
Anahtar Kelime	**Atıf**	**Toplam Bağlantı Gücü**
Public Diplomacy	35	53
Soft Power	14	33
Nation Branding	13	35
China	6	12
Sports Diplomacy	6	12
Cultural Diplomacy	5	11
South Korea	4	14
Pandemic	3	13
United States	3	9
Health	2	12
Russia	2	7
Twitter	2	6

Tablo 3.6'da Amerika Kıtasında analizi yapılan çalışmaların anahtar kelime sınıflamasına ait tablo yer almaktadır. Tabloyu incelediğimizde 15 adet anahtar kelime ön plana çıktığı görülmektedir. Tablodan yola çıkarak public diplomacy (kamu diplomasisi) en çok kullanılan ve diğer kelimelerle bağlantı halinde olan anahtar kelime olduğu görülmektedir. Tablo içerisinde ikinci sırada yer alan soft power (yumuşak güç) çalışmaların içerisinde (14) defa anahtar kelime olarak kullanılmış ve toplam bağlantı gücü (33) olduğu görülmektedir. Kamu diplomasi faaliyetlerinin sonucu ülkelerin oluşturmaya çalıştıkları ülke imajı kavramı ise 4. Sırada yer almakta (12) kere çalışmalarda kullanılmış ve bağlantı gücü ise (19) olduğu görülmektedir.



Şekil 3.11. Anahtar Kelime Analizi Ağ Haritası

Şekil 3.11'de görüldüğü gibi anahtar kelime analizi ağ haritası yer almaktadır. Şekil 3.11'e göre anahtar kelime analizi birden fazla farklı renk kümesinden oluştuğu görülmektedir. Oluşan küme neticesinde; public diplomacy (kamu diplomasisi) anahtar kelimesi en fazla bağlantı gücüne sahip olan anahtar kelime olarak görülmektedir. Public diplomacy (kamu diplomasisi), soft power (yumuşak güç), nation branding (ulus markalaşması), country image (ülke imajı) anahtar kelimeleriyle ilişki içinde ve beraber kullanılmaktadır.



Şekil 3.12. Anahtar Kelime Analizinin Yıllara Göre Katman Dağılımı

Şekil 3.12'de anahtar kelimelerin analizi sonucunda oluşturulan ağ haritasının yıllara göre dağılımı yer almaktadır. Bu dağılım neticesinde, açık renk ile gösterilen kelimeler daha güncel olduğu yer almaktadır. Kamu diplomasi kavramı yukarıdaki şekilden hareketle en eski kullanılan ve en çok araştırılan konular arasında yer almaktadır. Tarihsel süreç içerisinde ülkelerin kamu diplomasisi anlayışında yaşanan değişim ve dönüşüm bu anlayışın "soft power" ve "united states" anahtar kelimeleriyle ilişki içerisindedir, bu değişim çıkış ülkesi olarak ABD yine yıllara göre zaman içerisinde en çok kullanılan başlıklardan olduğu görülmektedir. "Nation branding ve cultural diplomacy kavramları ve dünyada her alanda ciddi değişim ve dönüşüme neden olan "covid – 19", "twitter" ve "health" anahtar kelimeleri çalışmalara şekil veren gelişmeler arasında olmakla beraber son yıllarda araştırmalara konu edilen anahtar kelimelerdir. 2020 yılı başlarından itibaren son yıllara kadar olan çalışmaların anahtar kelimeleri tekrar bir değişikliğe uğrayarak günümüzde daha çok hayatımıza dâhil olan kelimeler olarak şekillenmiştir.

3.2.2.2. Avrupa Kıtasında Hazırlanan Çalışmaların Anahtar Kelime Analizi:

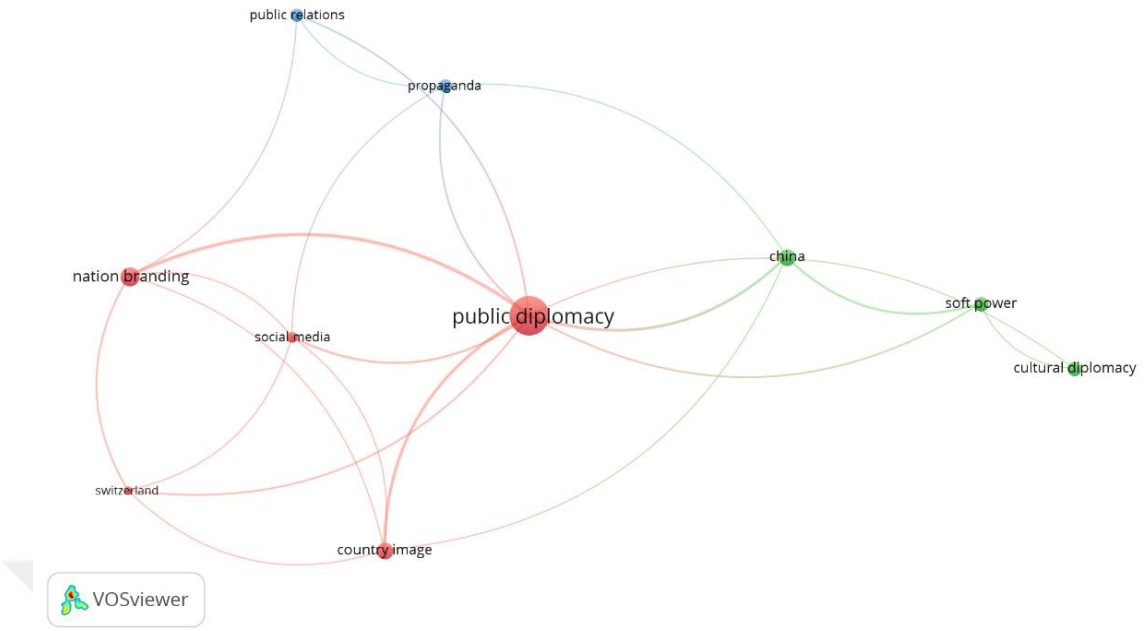
Web of Science veri tabanından erişim sağlanan Avrupa Kıtası'nda hazırlanan (157) çalışmanın anahtar kelime analizi gerçekleştirilmiştir. Anahtar kelimeler; anahtar

kelime analizi tablosu, anahtar kelime analizi ağ haritası ve anahtar kelime analizinin yıllara göre katman dağılımı olmak üzere üç başlık altında incelenmiştir.

Tablo 3.7. Anahtar Kelime Analizi Tablosu

Anahtar Kelime	**Atıf**	**Toplam Bağlantı Gücü**
Public Diplomacy	**35**	**30**
Nation Branding	**9**	**12**
China	**7**	**10**
Country Image	**7**	**10**
Soft Power	**5**	**6**
Cultural Diplomacy	**5**	**2**
Propaganda	**4**	**5**
Public Relations	**4**	**4**
Social Media	**3**	**7**
Switzerland	**2**	**6**

Tablo 3.7'de Avrupa Kıtasında yapılan çalışmaların doküman dağılımına ilişkin tablo yer almaktadır. Tablo incelendiğinde 10 adet anahtar kelimenin ön planda olduğu görülmektedir. Bu tablodan hareketle public diplomacy (kamu diplomasisi), en fazla kullanılan ve diğer kelimelerle bağlantı halinde olan anahtar kelime olarak görülmektedir. (35) farklı çalışmada kullanılmış ve toplamda (30) bağlantı gücü bulunmaktadır. Tablonun ikinci sırasında yer alan nation branding (ulus markalaşması) (9) farklı çalışmada anahtar kelime olarak kullanılmış ve (12) toplam bağlantı gücü bulunmaktadır. Üçüncü sırada bulunan China (Çin) anahtar kelimesi ise (7) farklı çalışmada kullanılmış ve (10) toplam bağlantı gücü olduğu görülmektedir. Dördüncü sırada bulunan country ımage (ülke imajı) anahtar kelimesi ise (7) farklı çalışmada kullanılmış ve (10) toplam bağlantı gücü olduğu görülmektedir.

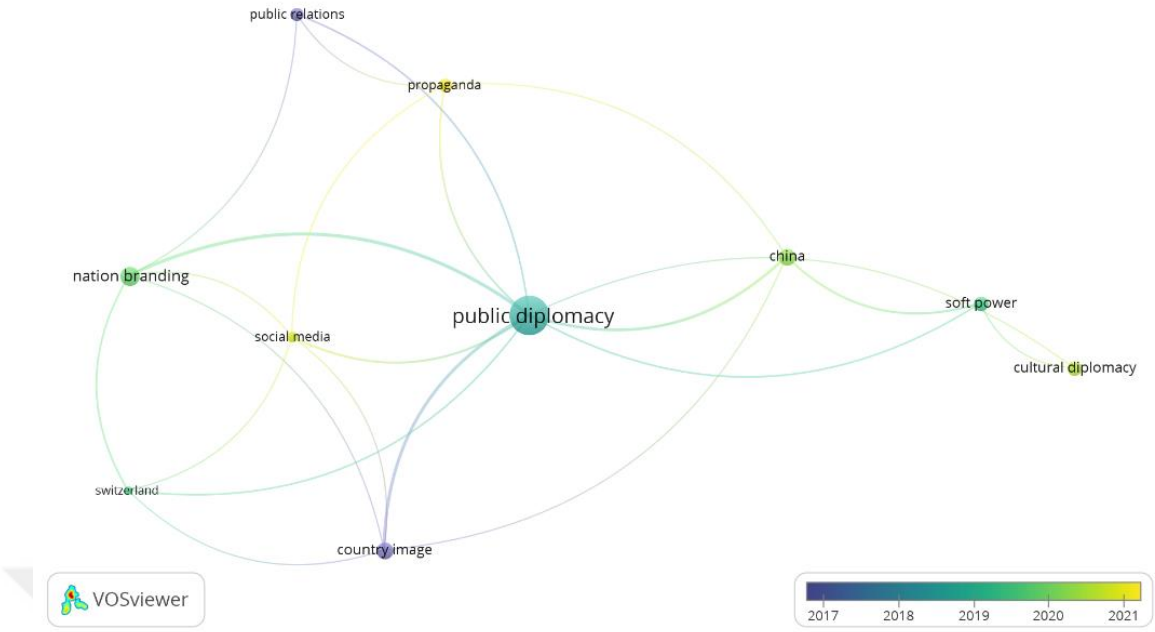


Şekil 3.13. Anahtar Kelime Analizi Ağ Haritası

Şekil 3.13'de anahtar kelime analizi ağ haritası verilmiştir. Şekil 3.13'e göre anahtar kelime analizi 3 farklı renk kümesinden oluşmaktadır. Oluşan kümeler sonucunda public diplomacy (kamu diplomasisi) anahtar kelimesi en fazla tekrar edilen ve bağlantı gücüne sahip olan anahtar kelime olarak görülmektedir. Public diplomacy, Şekil 3.13'de bulunan (35) anahtar kelimeden (30) tanesi ile bağlantısı bulunmaktadır. Public diplomacy (kamu diplomasisi), country image (ülke imajı), nation branding (ulus markalaşması), social media (sosyal medya), Switzerland (İsviçre) gibi başlıca anahtar kelimeler ile bir arada kullanılmaktadır.

Ağ haritasında en fazla kullanılan ikinci anahtar kelime olan ise nation branding (ulus markalaşması), 6 farklı anahtar kelime ile bağlantı içerisinde olduğu görülmektedir. Başlıca bağlantılı olduğu kelimeler ise şöyle sıralanmaktadır; public relations (halkla ilişkiler), social media (sosyal medya), public diplomacy (kamu diplomasisi), Switzerland (İsviçre), country image (ülke imajı).

Ağ haritasında gösterilen anahtar kelimelerin birbiriyle bağlantısı içerisinde en çok bağlantı içeren public diplomacy (kamu diplomasisi) iken diğer kelimelerle en az bağlantı içeren cultural diplomacy (kültürel diplomasi) anahtar kelimesi olduğu görülmektedir.



Şekil 3.14. Anahtar Kelime Analizinin Yıllara Göre Katman Dağılımı

Şekil 3.14'de anahtar kelimeler özelinde oluşturulmuş olan ağ haritasının yıllara göre katman dağılımı görülmektedir. Dağlıma göre açık renk ile ifade edilen kelimeler daha güncel olduğu belirtilmektedir. Oluşturulan kümelerin ortalama başlangıcı 2017 yılı olduğu görülmektedir.

Bu bağlamda country image, public relations, Switzerland, daha eski yıllarda araştırmalara konu olduğu görülürken zaman içerisinde araştırmaların konu başlıkları değişim yaşamış ve 2017-2018 yılları arasında bu anahtar kelimeler yerini Public diplomacy, 2019 yılı başlarından itibaren son yıllara kadar olan çalışmaların anahtar kelimeleri tekrar bir değişikliğe uğramış ve günümüzde daha çok hayatımıza dâhil olan kelimeler Social media, propaganda, cultural diplomacy olarak şekillenmiştir. Diplomasi kavramı ve ülkelerin diplomasi anlayışı zaman içerisinde değişikliğe uğradığı için bu durum yapılan çalışmaları da süreç içerisinde değişime dâhil etmiştir son yıllarda araştırmalara konu olarak ön plana çıkan anahtar kelimeler olduğu Şekil 3.14'de görülmektedir.

3.2.2.3. Asya Kıtası'nda Hazırlanan Çalışmaların Anahtar Kelime Analizi

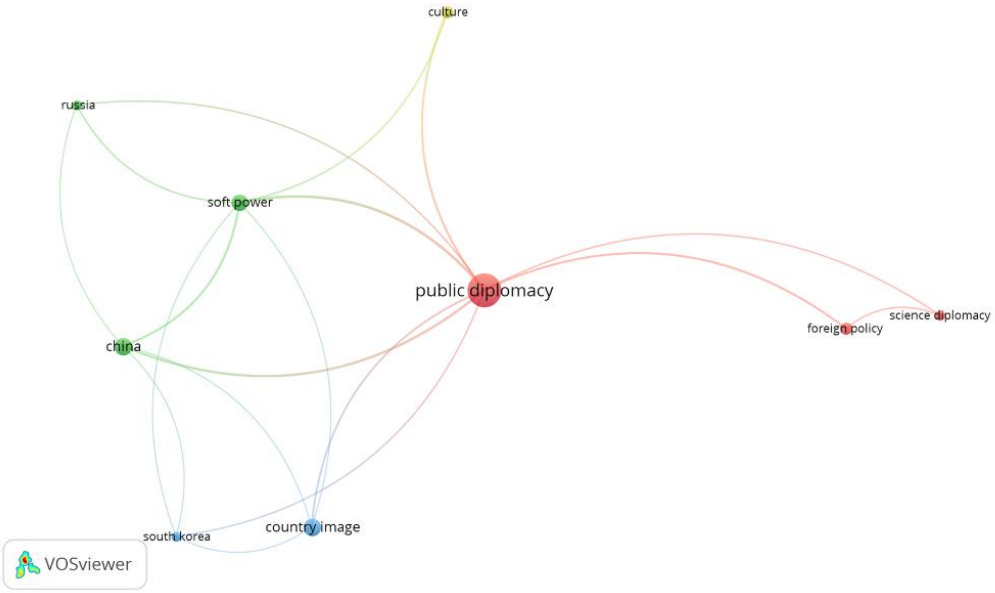
Web of Science veri tabanından erişim sağlanan Asya Kıtası'nda hazırlanan (89) çalışmanın anahtar kelime analizi gerçekleştirilmiştir. Anahtar kelimeler; anahtar kelime

analizi tablosu, anahtar kelime analizi ağ haritası ve anahtar kelime analizinin yıllara göre katman dağılımı olmak üzere üç başlık altında incelenmiştir.

Tablo 3.8. Anahtar Kelime Analizi Tablosu

Anahtar Kelime	**Atıf**	**Toplam Bağlantı Gücü**
Public diplomacy	33	28
China	9	12
Country image	9	6
Soft power	8	16
Culture	4	6
Foreign Policy	4	6
Russia	3	5
South Korea	3	5
Science Diplomacy	3	4

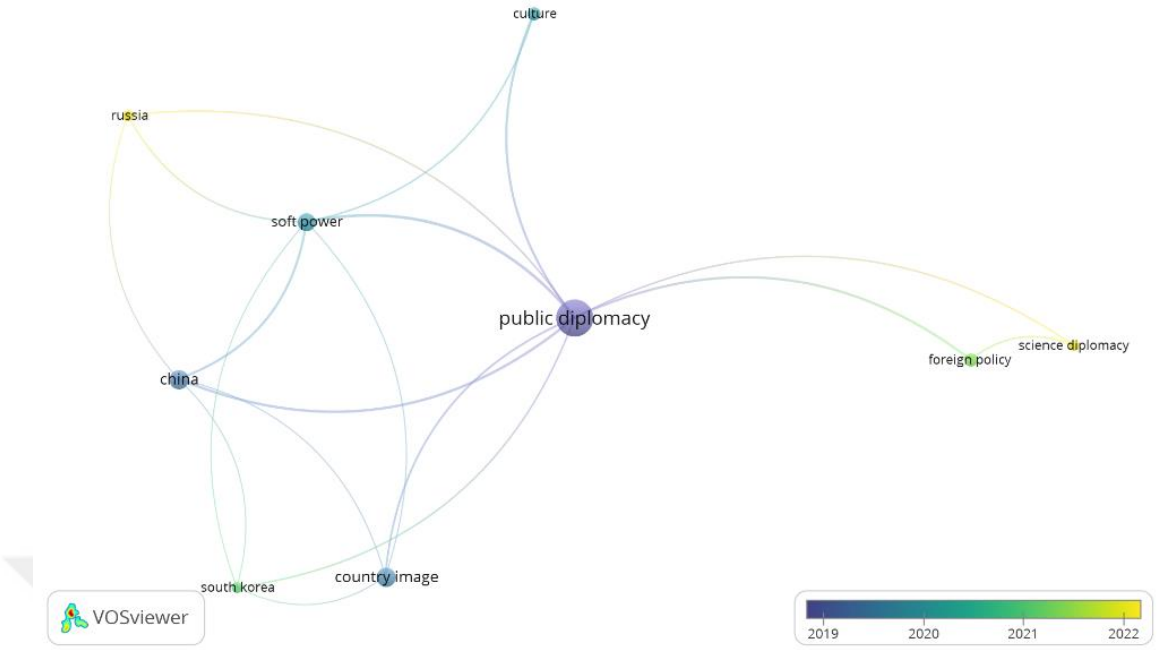
Tablo 3.8'de Asya Kıtası'nda analizi yapılan doküman dağılımına ilişkin tablo görülmektedir. Tablo incelendiğinde 9 anahtar kelime ön plana çıkmaktadır. Bu tablodan hareketle Public diplomacy (kamu diplomasisi), en fazla kullanılan ve diğer kelimelerle bağlantı halinde olan anahtar kelime olarak görülmektedir. 33 farklı çalışmada kullanılmış ve (28) toplam bağlantı gücü bulunmaktadır. Tablo içerisinde ikinci sırada yer alan China (Çin) 9 farklı çalışmada anahtar kelime olarak kullanılmış ve (12) toplam bağlantı gücü bulunmaktadır. Üçüncü sırada bulunan country image (ülke imajı) anahtar kelimesi ise 9 farklı çalışmada kullanılmış ve 6 farklı çalışma ile bağlantısı bulunmaktadır.



Şekil 3.15. Anahtar Kelime Analizi Ağ Haritası

Şekil 3.15'de anahtar kelime analizi ağ haritası verilmiştir. Şekil 3.19'a göre anahtar kelime analizi konularına göre 4 farklı renk kümesinden oluşmaktadır. Oluşan kümeler sonucunda public diplomacy (kamu diplomasisi) anahtar kelimesi en fazla tekrar edilen ve bağlantı gücüne sahip olan anahtar kelimedir. Corporate reputation (kurumsal itibar) Şekil 3.15'de bulunan (33) anahtar kelimeden (28)'u ile bağlantısı bulunmaktadır ve 39 farklı çalışmada kullanıldığı görülmektedir. Public diplomacy (kamu diplomasisi), soft power (yumuşak güç), country image (ülke imajı), culture (kültür), China (Çin), South Korea (Güney Korea), Russia (Rusya), foreign policy (dış diplomasi), science diplomacy (bilim diplomasisi) gibi başlıca anahtar kelimeler ile bağlantısı bulunmaktadır ve bir arada kullanıldığı görülmektedir. Ağ haritasında en fazla kullanılan ikinci anahtar kelime olarak olan China (Çin) ise (9) farklı anahtar kelime ile bağlantı içerisinde olduğu görülmektedir. Başlıca bağlantılı olduğu anahtar kelimeler ise şöyle sıralanmaktadır; (kamu diplomasisi) public diplomacy, (yumuşak güç) soft power, (ülke imajı) country image, Güney Kore (South Korea), Rusya (Russia).

Ağ haritasında en çok kullanılan üçüncü anahtar kelime olarak görülen country ımage (ülke imajı) 4 farklı anahtar kelime ile bir arada kullanıldığı görülmektedir. Country Image anahtar kelimesinin 4 farklı anahtar kelime ile bağlantı içerisinde olduğu Şekil 3.19'da ağ haritasında görülmektedir. Bunlar: public diplomacy (kamu diplomasisi), soft power (yumuşak güç), China (Çin), South Korea (Güney Kore).



Şekil 3.16. Anahtar Kelime Analizinin Yıllara Göre Katman Dağılımı

Şekil 3.16'da anahtar kelimeler üzerine oluşturulan ağ haritasının yıllara göre katman dağılımı görülmektedir. Bu dağılıma göre açık renk ile ifade edilen kelimeler daha güncel olduğu belirtilmektedir. Oluşturulan kümelerin ortalama başlangıç yılı 2019 olarak kabul edilmiştir. Bu kapsamda: public diplomacy (kamu diplomasisi), anahtar kelimelerinin daha eski yıllarda araştırmalarda kullanıldığı görülmektedir. Özellikle 2019 yılı ve sonrasında araştırmalara konu olan anahtar kelimelerin değişikliğe uğradığı görülmektedir. Ülkelerin diplomasi anlayışı değişmekte öneminin giderek artması ile beraber yıllar içerisinde araştırmaların konularını da değişikliğe uğratmıştır. 2020-2021 yılları arasında yoğun olarak kullanılan anahtar kelimeler ağ haritasında şöyle gösterilmektedir: soft power (yumuşak güç), culture (kültür), country image (ülke imajı), 2020-2021 yılları arasında sıklıkla kullanılan anahtar kelimelerin olduğu şekil 3.16'da görülmektedir. 2021 yılı sonrasında anahtar başlıca anahtar kelimeler ise şöyle gösterilmektedir: foreign policy (dış politika), South Korea (Güney Kore), Russia (Rusya), science diplomacy (bilim diplomasisi).

3.2.2.4. Afrika Kıtası'nda Hazırlanan Çalışmaların Anahtar Kelime Analizi

Web of Science veri tabanından erişim sağlanan Afrika Kıtası'nda hazırlanan (7) çalışmanın anahtar kelime analizi gerçekleştirilmiştir. Anahtar kelimeler; anahtar kelime

analizi tablosu, anahtar kelime analizi ağ haritası ve anahtar kelime analizinin yıllara göre katman dağılımı olmak üzere üç başlık altında incelenmiştir.

Tablo 3.9. Anahtar Kelime Analizi Tablosu

Anahtar Kelime	**Atıf**	**Toplam Bağlantı Gücü**
Public Diplomacy	2	5
China	1	13
China Model	1	13
China-Afrika Public Relations	1	13
Chinise global leadership	1	13
Diplomacy	1	13
Foreign Policy	1	13
Image –building	1	13
International public perception	1	13
Mediated public diplomacy	1	13
Nigeria	1	13
Sino-african Relations	1	13
Soft Power	1	13
Valence	1	13
Visibility	1	13
India –Australia Relations	1	5
Colombo Plan	1	5
Media Broker Diplomacy	1	5
White Australia Policy	1	5
Cross-Cultural Relations	1	5

Tablo 3.9 ‘da Afrika Kıtası’nda yapılan çalışmaların doküman dağılımına ilişkin tablo görülmektedir. Afrika Kıtası’nda hazırlanan 7 çalışmada toplamda 31 anahtar kelime kullanıldığı görülmektedir. Çalışmalar içerisinde en fazla kullanılan 20 anahtar kelime Tablo 3.9’da belirtilmiştir. Bu tablodan hareketle public diplomacy (kamu diplomasisi), iki doküman sayısına sahip olmasına rağmen diğer kelimelerle en az bağlantı halinde olan anahtar kelimelerden biri olduğu görülmektedir. Afrika Kıtası’nda

hazırlanan 7 çalışmadan 2'sinde Kamu Diplomasisi anahtar kelimesi kullanılmıştır. Tablo içerisinde yer alan diğer kelimeler birer kere çalışma yapılmıştır. China (Çin) anahtar kelimesi 1 dokümanda kullanıldığı görülmektedir. China Model (Çin Modeli) anahtar kelimesi 1 dokümanda kullanıldığı görülmektedir. China Model anahtar kelimesinin toplam bağlantı gücü ise (13)'dür. Soft power (yumuşak güç) anahtar kelimesi 1 dokümanda kullanıldığı görülmektedir. Soft Power anahtar kelimesinin toplam bağlantı gücü ise (13)'dür. Image building (İmaj Oluşturma) ve media broker diplomacy (medya komisyoncusu diplomasisi) anahtar kelimeleri Afrika Kıtası'nda diğer kıtalara nazaran farklı olarak kullanılan anahtar kelimelerdir. Anahtar kelime seçimi yaşanılan Kıta'nın gelişmişlik düzeyine göre de değişiklik gösterebildiği görülmektedir.



Şekil 3.17. Anahtar Kelime Analizi Ağ Haritası

Şekil 3.17'de anahtar kelime analizi ağ haritası verilmiştir. Şekil 3.17'ye göre anahtar kelime analizi tek renk olan kırmızı kümeden oluşmaktadır. Oluşan küme sonucunda Şekil 3.17'de görüldüğü gibi anahtar kelimelerin ortak bağlantı gücünün (13) ve (5) olduğu görülmektedir. Toplam bağlantı gücü (13) olan anahtar kelimeler; China, China Model, China-Afrika public relations, Chinise global leadership, diplomacy, foreign policy, image–building, international public perception, mediated public diplomacy, Nigeria, Sino-african Relations, Soft Power, Valence, visibility.

Toplam bağlantı gücü (5) olan anahtar kelimeler ise;iki dokümana sahip olan Public Diplomacy ve tek doküman bulunan India–Australia Relations, Colombo Plan, Media Broker Diplomacy, White Australia Policy, India Australia Relations.



Şekil 3.18. Anahtar Kelime Analizinin Yıllara Göre Katman Dağılımı

Şekil 3.18'de anahtar kelimeler üzerine oluşturulan ağ haritasının yıllara göre katman dağılımı görülmektedir. Bu dağılıma göre açık renk ile ifade edilen kelimeler daha güncel olduğu belirtilmektedir. Oluşturulan kümelerin başlangıç yılı 2019 olarak kabul edilmiştir. Bu kapsamda; India–Australia Relations (Hindistan–Avustralya İlişkileri), Colombo plan (Kolombo planı), media broker diplomacy (medya komisyoncusu diplomasisi), White Australia policy (Beyaz Avustralya politikası), cross-cultural relations (kültürlerarası ilişkiler), public diplomacy (kamu diplomasisi) anahtar kelimeleri daha eski yıllarda hazırlanan araştırmalarda kullanılan anahtar kelimeler olarak görülmektedir. 2020 yılı sonrasında anahtar kelimeler China (Çin), China model (Çin modeli), China-Afrika Public Relations (Çin-Afrika halkla İlişkiler), Chinise global leadership(Çin'in küresel liderliği), diplomacy (diplomasi), foreign policy (dış politika), ımage –building (imaj oluşturma), ınternational public perception (uluslararası kamuoyu algısı), mediated public diplomacy (Aracılı kamu diplomasisi), Nigeria (Nijerya), Sino-african Relations (Çin-Afrika ilişkileri), soft power (yumuşak güç), valence (değerlik), visibility (görünürlük) anahtar kelimeleri çalışmalarda yoğun olarak kullanılmaya başlanmıştır. 2022 yılı sonrasından günümüze kadar hazırlanmış olan çalışmalar içerisinde de yukarıdaki anahtar kelimelerin son yıllarda araştırmalara konu olarak ön plana çıkan anahtar kelimeler olduğu Şekil 3.18'de görülmektedir.

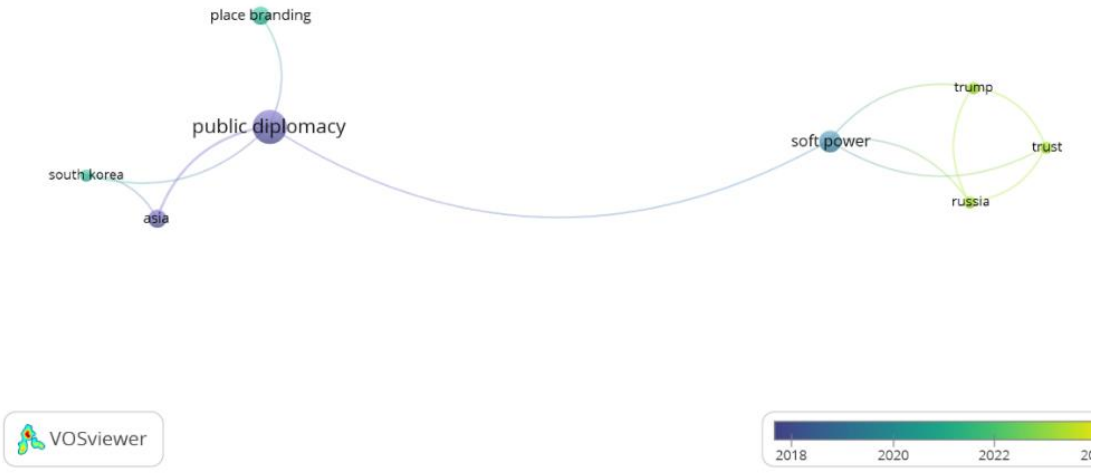
3.2.2.5. Avustralya Kıtası'nda Hazırlanan Çalışmaların Anahtar Kelime Analizi

Web of Science veri tabanından erişim sağlanan Avustralya Kıtası'nda hazırlanan (20) çalışmanın anahtar kelime analizi gerçekleştirilmiştir. Anahtar kelimeler; anahtar kelime analizi tablosu, anahtar kelime analizi ağ haritası ve anahtar kelime analizinin yıllara göre katman dağılımı olmak üzere üç başlık altında incelenmiştir.

Tablo 3.10. Anahtar Kelime Analizi Tablosu

Anahtar Kelime	Atıf	Toplam Bağlantı Gücü
Public Diplomacy	7	5
Soft Power	3	4
Asia	2	3
Place Branding	2	1
Russia	1	3
Trump	1	3
Trust	1	3
South Korea	1	2
Public Opinion	1	1
Us Foreing Policy	1	1

Tablo 3.10'da Avustralya Kıtası'nda yapılan çalışmaların doküman dağılımına ilişkin tablo görülmektedir. Tablo 3.10 anahtar kelime içerisinden en fazla kullanılan 10 anahtar kelimeden oluşmaktadır. Tabloda ön plana çıkan 10 anahtar kelime görülmektedir. Bu tablodan hareketle public diplomacy (kamu diplomasisi) 7 çalışmada anahtar kelime olarak kullanılmış ve toplam bağlantı gücü (5) olarak görülmektedir. Tabloda ikinci sırada yer alan soft power (yumuşak güç) ise 3 çalışmada anahtar kelime olarak kullanılmıştır. En fazla kullanılan üçüncü anahtar kelime olan Asia (Asya) anahtar kelimesi ise iki farklı çalışmada kullanılmıştır.

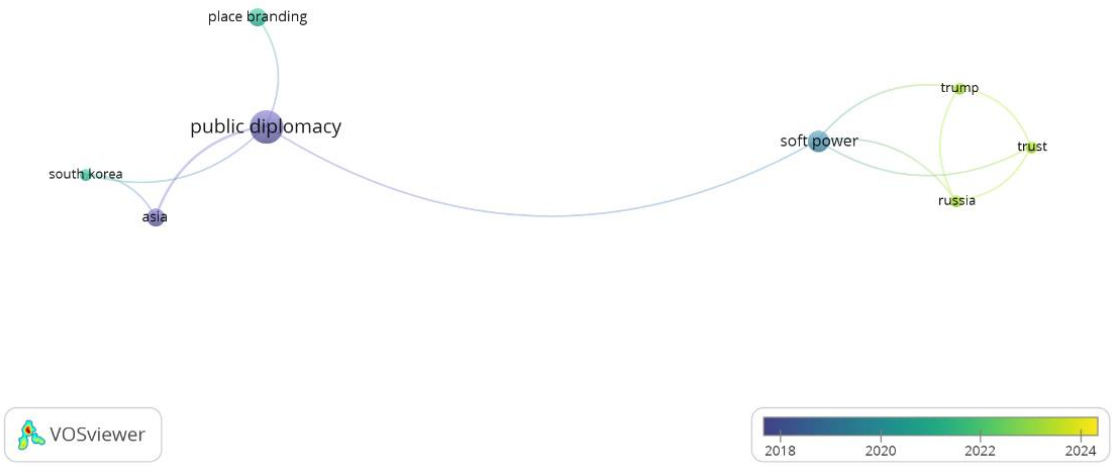


Şekil 3.19. Anahtar Kelime Analizi Ağ Haritası

Şekil 3.19'da anahtar kelime analizi ağ haritası verilmiştir. Şekil 3.19' a göre anahtar kelime analizi konularına göre 2 farklı renk kümesinden oluşmaktadır. Oluşan kümeler sonucunda public diplomacy (kamu diplomasisi) anahtar kelimesi en fazla tekrar edilen ve bağlantı gücüne sahip olan anahtar kelimedir. Public diplomacy (kamu diplomasisi) Şekil 3.19'da gösterilen 5 anahtar kelimeden 5'i ile bağlantı içeresindedir ve 7 çalışmada kullanılmıştır. Public diplomacy (kamu diplomasisi); place branding (yer markalama), South Korea (Güney Kore), Asia (Asya) anahtar kelimeleri bağlantısı bulunmakta ve bir arada kullanıldığı görülmektedir.

Ağ haritasında en fazla kullanılan ikinci anahtar kelime olan soft power (yumuşak güç) ise 4 farklı anahtar kelime ile birlikte ve 3 farklı çalışmada anahtar kelime olarak kullanılmıştır. Soft power (yumuşak güç)'ın başlıca bağlantılı olduğu anahtar kelimeler ise şöyledir: Trust (güven) Trump ve Rusya.

Ağ haritasında en fazla kullanılan anahtar kelimeler olarak public diplomacy (kamu diplomasisi) ön plana çıkmaktadır. Bu anahtar kelimeler araştırmanın konusunu oluşturduğu için en fazla kullanılan anahtar kelimeler olarak görülmektedir.



Şekil 3.20. Anahtar Kelime Analizinin Yıllara Göre Katman Dağılımı

Şekil 3.20'de anahtar kelimeler üzerine oluşturulan ağ haritasının yıllara göre katman dağılımı görülmektedir. Bu dağılıma göre açık renk ile ifade edilen kelimeler daha güncel olduğu belirtilmektedir. Oluşturulan kümelerin ortalama başlangıç yılı 2018 olarak kabul edilmiştir.

Bu kapsamda; public diplomacy (kamu diplomasisi), Asia (Asya), soft power (yumuşak güç) anahtar kelimeleri 2018-2020 yılları arasında yoğun olarak kullanılmıştır. 2021 yılında place branding (yer markalama), South Korea (Güney Kore) anahtar kelimelerinin kullanıldığı Şekil 3.20'de görülmektedir.

2021 yılı ve sonrasında kullanılan anahtar kelimeler ise: Trump, Rusya, Trust (Güven), son yıllarda kullanılan anahtar kelimeleri olarak şekil 3.20'de görülmektedir.

3.2.3. Kamu Diplomasisi ve Ülke İmajı Konulu Çalışmaların Kıtalara Göre Yazar-Atıflarının Bibliyometrik Analizi

Web of Science veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda Kamu diplomasisi ve ülke imajı konulu erişim sağlanan çalışmaların analizi gerçekleştirilmiştir Yazar-atıf analizi; yazar-atıf analizi tablosu, yazar-atıf analizi ağ haritası ve yazar-atıf analizinin yıllara göre katman dağılımı olmak üzere üç başlık altında incelenmiştir.

3.2.3.1. Amerika Kıtasında Hazırlanan Çalışmaların Yazar-Atıf Analizi

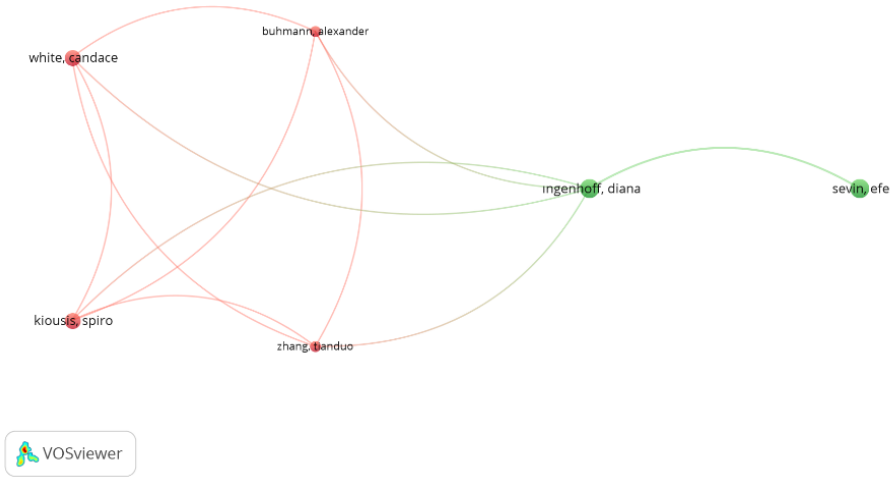
Web of Science veri tabanından elde edilen dokümanlar hareketle Amerika Kıtası'nda kamu diplomasi ve ülke imajı konulu 136 çalışmaya erişim sağlanmıştır. Erişim sağlanan 136 çalışmanın yazar-atıf analizi gerçekleştirilmiştir. Yazar- atıf analizi; yazar-atıf analizi tablosu, yazar-atıf analizi ağ haritası ve yazar-atıf analizinin yıllara göre katman dağılımı olmak üzere üç başlık altında incelenmiştir.

Tablo 3.11. Yazar-Atıf Analizi Tablosu

Yazar	Doküman	Atıf	Toplam Bağlantı Gücü
White, Candace I.	4	104	3
Ingenhoff, Diana	3	58	6
Sevin, Efe	3	40	2
Kiousis, Spiro	2	44	4
Fitzpatrick, Kathy r.	2	43	2
White, Candace	2	34	4
Lee, Hyelim	2	17	0
Buhman, Alexander	1	18	4
Zhang,Tianduo	1	18	4

Tablo 3.11'de Amerika Kıtasında yapılan çalışmaların yazar-atıf analizi dağılımına ilişkin tablo yer almaktadır. Tablo içerisinde en fazla atıfa sahip olan 10 yazar sıralanmaktadır. White Candace I yazarın (4) yayını ve (104) atıf almıştır bağlantı gücü ise (3) dür. Ingenhoff, Diana yazarın (3) yayını ve (58) atıf aldığı görülmekte bağlantı gücü ise (6) olarak görülmektedir. Sevin Efe adlı yazarın (3) yayını (40) atıf sayısı (2) toplam bağlantı gücü sayısı olduğu görülmektedir.

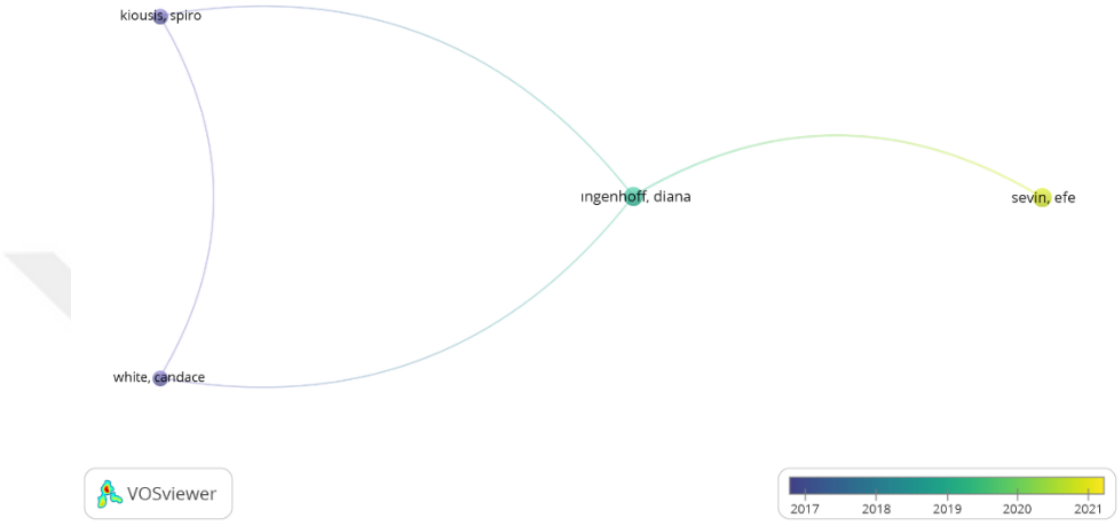
Kiousis Spiro adlı yazarın, (2) yayını ve (44) atıfı bulunurken bu yazarın bağlantı gücü ise (4) olarak gösterilmiştir. Tablonun 8. Sırasında yer alan Buhmann Alexander adlı yazarın (1) yayını ve bu yayınlar toplamda (18) atıf almıştır. Toplam bağlantı gücü ise (4) olarak görülmektedir. Bu durum sonucunda atıf ile bağlantı gücü arasında doğrusal bir bağlantı olmadığı görülmektedir.



Şekil 3.21. Yazar- Atıf Analizi Ağ Haritası

Şekil 3.21'de yazar-atıf analizi ağ haritasına yer verilmiştir. Şekil 3.21'e göre yazarların atıf sayılarına göre oluşturulan tablo 2 farklı renk kümesinden meydana gelmektedir. Ağ haritasında yer alan kümeler yazarların birbirleriyle bağlantı durumuna göre oluşturulmuştur. Kırmızı küme içerisinde bulunan White Candace adlı yazarın, toplamda (2) yayını (34) atıf almış ve bağlantı gücü ise (4) olarak görülmektedir. Kırmızı küme içerisinde yer alan diğer bir yazar ise Buhmann Alexander, yazarın (1) yayını toplamda (18) atıf alırken bağlantı gücü ise (4) dir. Kırmızı kümede bulunan üçüncü yazar olan Kiousis Spiro, (2) yayını (44) atıf almış, bağlantı güce ise (2) olarak görülmektedir. Kırmızı kümede yer alan son yazar ise Zhang Tianduo adlı yazarın, (1) yayını (18)atıf almıştır, bağlantı gücü ise (4) olarak görülmektedir.

Ağ haritasında yer alan yeşil küme ile gösterilen ikinci küme iki yazardan oluşmaktadır. Yeşil kümede yer alan Ingenhoff Diana adlı yazarın (3) yayını, (58) atıf almıştır, toplam bağlantı gücü ise (6) olarak görülmektedir. Yeşil kümede yer alan ikinci ve son yazar ise Sevin Efe isimli yazardır. Yazarın (3) yayını (40) atıf aldığı ve toplam bağlantı gücünün ise (2) olduğu görülmektedir.



Şekil 3.22. Yazar-Atıf Analizinin Yıllara Göre Katman Dağılımı

Şekil 3.22'de yazar-atıf analizi üzerine oluşturulan ağ haritasının yıllara göre katman dağılımı yer almaktadır. Buna göre yazarların ortalama olarak yayın yıllarına göre çeşitli renklerle verilmiş harita gösterilmektedir. Ortalama yayın yılı 2014 yılı ve öncesinde olan çalışmalar koyu lacivert ile gösterilmektedir ve yayın yılı günümüze yaklaştıkça sarı renk ile gösterilmiştir. Bu haritanın renklerine bakıldığı zaman 2015 ve öncesinde hazırlamış oldukları çalışmalarla, Spiro Kiousis, Candace White gibi yazarların yayınlarının atıf sayısının yüksek olduğu görülmektedir**.** Bu durumla beraber tablodaki açık renkler göz önünde bulundurulduğu zaman son yıllarda White Candace**,** Efe Sevin tarafından hazırlanan çalışmaların atıf sayılarının da yüksek olduğu görülmektedir.

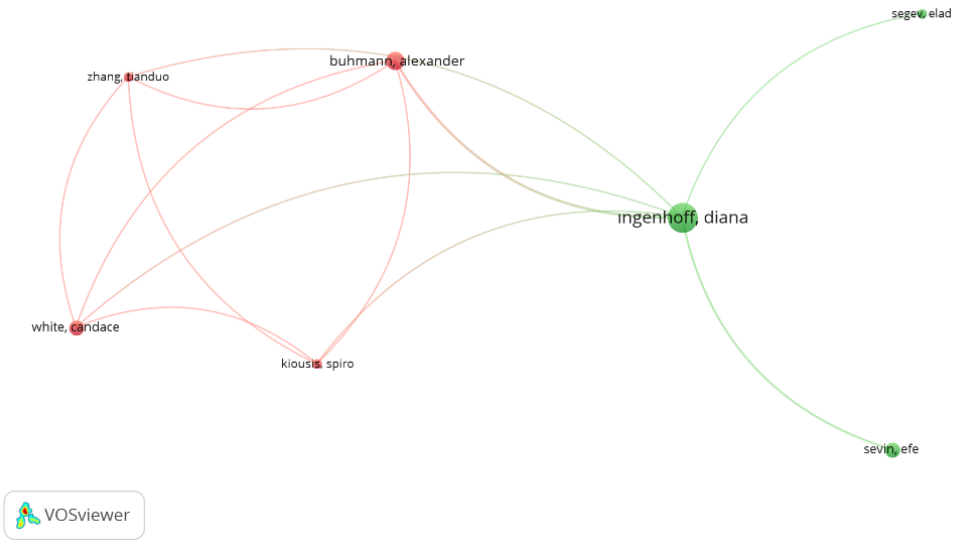
3.2.3.2. Avrupa Kıtasında Hazırlanan Çalışmaların Yazar-Atıf Analizi

Web of Science veri tabanından erişim sağlanan Avrupa Kıtası'nda hazırlanan (157) çalışmanın yazar-atıf analizi gerçekleştirilmiştir. Yazar-atıf analizi; yazar-atıf analizi tablosu, yazar-atıf analizi ağ haritası ve yazar-atıf analizinin yıllara göre katman dağılımı olmak üzere üç başlık altında incelenmiştir.

Tablo 3.12. Yazar-Atıf Analizi Tablosu

Yazar	Doküman	Atıf	Toplam Bağlantı Gücü
Ingenhoff, Diana	8	207	9
Buhmann, Alexander	3	127	6
White,Candace	2	34	4
Sevin,Efe	2	40	2
Kiousis, Spiro	1	18	4
Zhang, Tianduo	1	18	4
Pamment,James	1	4	1
Segev,Elad	1	11	1
Smedberg,Martina	1	4	1
Muller,Stefan	1	1	0
Tepeciklioğlu,Ali Onur	1	1	0
Watkins,Sarah	1	15	0

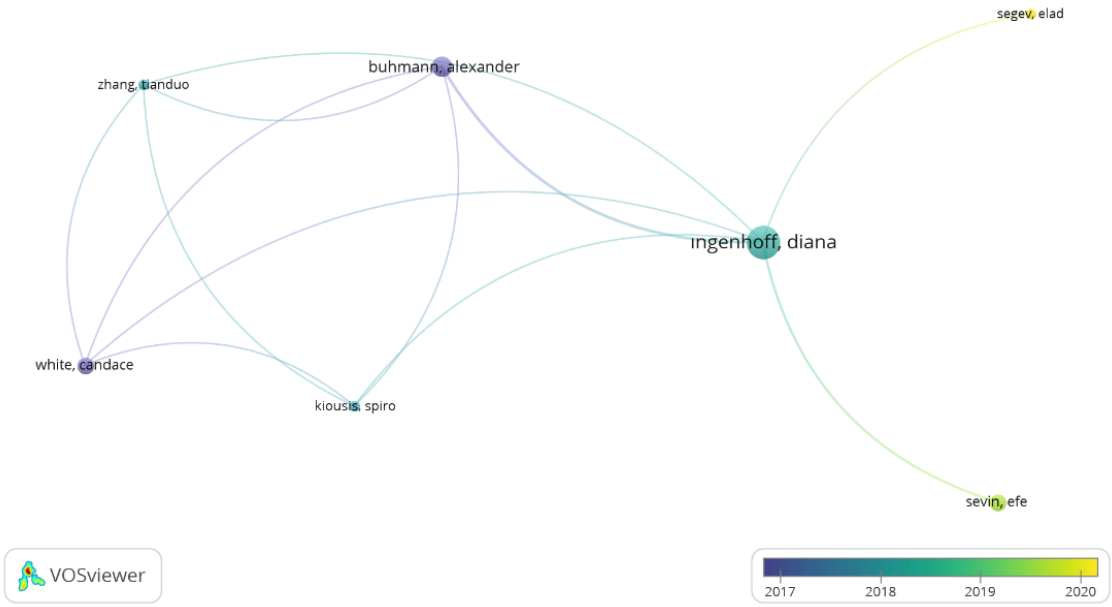
Tablo 3.12'de Avrupa Kıtası' nda yer alan çalışmaların yazar-atıf analizi dağılımına ait tablo yer almaktadır. Tablo içerisinde bulunan ve en fazla atıfa sahip olan 10 yazarın sıralaması yapılmaktadır. Diana Ingenhoff adlı yazarın 8 adet yayını olduğu görülmektedir. Bu yayınların (207) atıfı olduğu ve toplamda (9) bağlantı gücünün olduğu görülmektedir. Buhmann, Alexander (3) dokümanı (127) atıf sayısı ve (6) toplam bağlantı gücü bulunmaktadır. Bu tabloda en fazla atıf sayısına sahip diğer 5 yazar: Sevin Efe(40), Candace White (34), Kiousis Spiro(18), Zhang Tianduo (18), Segev Elad (11)' dır.



Şekil 3.23. Yazar- Atıf Analizi Ağ Haritası

Şekil 3.23'te yazar-atıf analizi ağ haritası yer almaktadır. Şekil 3.23'e göre yazarların atıf sayısına göre oluşturulan tablo 2 farklı renk kümesinden oluşmaktadır. Oluşturulan ağ haritası 10 yazar değerlendirilerek oluşturulmuştur. Ağ haritasında görülen kümeler yazarların konularına göre oluşturulmuş ve atıf durumuna göre mod büyüklüğü gösterilmiştir**.** Şekil 3.23'e göre en fazla çalışmacı sayısına sahip olan küme kırmızı kümedir ve 4 yazardan oluşmaktadır**.** Bu küme içerisinde bulunan Diana Ingenhoff (207) atıfı ve (9) toplam bağlantı gücü bulunmaktadır. (3) farklı yazar ile bağlantısı bulunmaktadır. Yazarın ilişkili olduğu başlıca yazarlar: Zhang, Tianduo, White Candace, Kiousis, Spiro 'dur.

Şekil 3.23'e göre en fazla çalışma sayısına sahip olan ikinci küme yeşil kümedir ve 3 yazardan oluşmaktadır. Bu küme içerisinde bulunan Ingenhoff, Diana (207) atıfı ve (9) toplam bağlantı gücü bulunmaktadır. Yazar, ağ haritası içerisindeki (2) farklı yazarla bağlantı içerisindedir. Başlıca bağlantılı olunan yazarlar: Sevin Efe ve Segev Elad 'dır.



Şekil 3.24. Yazar-Atıf Analizinin Yıllara Göre Katman Dağılımı

Şekil 3.24'te yazar-atıf analizi ile oluşturulmuş olan ağ haritasının yıllara göre dağılımı yer almaktadır. Bu şekle göre yazarların ortalama olarak yayın yıllarına göre farklı renklerle verilmiş harita gösterimi yer almaktadır. Ortalama yayın yılı 2019 ve öncesinde olan çalışmalar koyu lacivert ile gösterilmektedir ve yayın yılı günümüze yaklaştıkça sarı renk ile gösterilmiştir. Alexander Buhmann Iulia Kolesnikov ve Candace White, haritanın renklerine bakıldığında ortalama yayın yılı 2018-2019 yılları arasında

olduğu görülmektedir. Yazarların eski yıllarda gerçekleştirmiş olduğu çalışmalar diğer çalışmalar ile daha fazla bağlantı içerisinde olduğu görülmektedir. Ağ haritasına ve çalışmaların mod büyüklüğüne bakıldığında çalışmaların atıf sayılarının ortalama yükseklikte olduğu görülmektedir. 2017-2018 yılları arasında yapılan çalışmalar göz önüne alındığı zaman Sevin Efe ve Segev Elag daha yeni yıllarda gerçekleştirilmiş çalışmalar olmasından dolayı diğer çalışmalarla daha az bağlantı içerisinde oldukları ve yazarların atıf sayılarının çok da yüksek olmadığı dikkat çekmektedir.

3.2.3.3. Asya Kıtası'nda Hazırlanan Çalışmaların Yazar-Atıf Analizi

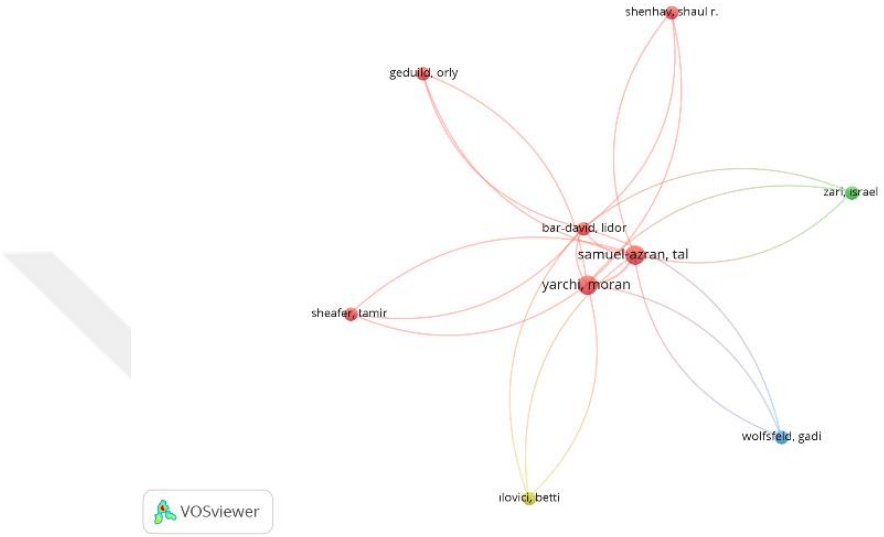
Web of Science veri tabanından erişilen Asya Kıtası'nda hazırlanan (89) çalışmanın yazar-atıf analizi gerçekleştirilmiştir. Yazar-atıf analizi; yazar-atıf analizi tablosu, yazar-atıf analizi ağ haritası ve yazar-atıf analizinin yıllara göre katman dağılımı olmak üzere üç başlık altında incelenmiştir.

Tablo 3.13. Yazar-Atıf Analizi Tablosu

Yazar	Doküman	Atıf	Toplam Bağlantı Gücü
Yarchi, Moran	2	56	9
Sheafer, Tamir	1	39	3
Shenhav, Shaul.r.	1	39	3
Wolfsfeld, Gadi	1	39	3
Samuel-Azran, Tal	2	25	9
Bar-David, Lidor	1	17	8
Varpahovskis, Eriks	1	12	0
Gediud, Orly	1	8	3
Zari, Israel	1	8	3
Ilovici, Betti	1	8	3

Tablo 3.13'de Asya Kıtası'nda analizi yapılan çalışmaların yazar-atıf analizi dağılımına ilişkin tablo görülmektedir. Tablo içerisinde en fazla atıfa sahip olan 10 yazar sıralanmaktadır. Moran YARCHI adlı yazarın 2 çalışması olduğu görülmektedir ve bu çalışmanın (56) atıfı bulunmaktadır. Atıf sıralamasına göre hazırlanan tabloda ilk dört sırada bulunan yazarların birinci yazar hariç diğer üç yazarın atıf sayılarının aynı olduğu

görülmektedir. Bu yazarlar: Tamir SHEAFER, Shaul. r. SHENHAV ve Gadi WOLFSFELD'dır. Bu yazarların atıf sayıları tabloda 39 olarak görülmektedir. Toplam bağlantı sayıları ise (3)'tür. En fazla atıf sayısına sahip olan diğer 3 yazar ise şöyledir: Tal SAMUEL-AZRAN (25), Lidor BAR-DAVID (17) ve Eriks VARPAHOVSKIS (12) atıf sayısına sahiptir.



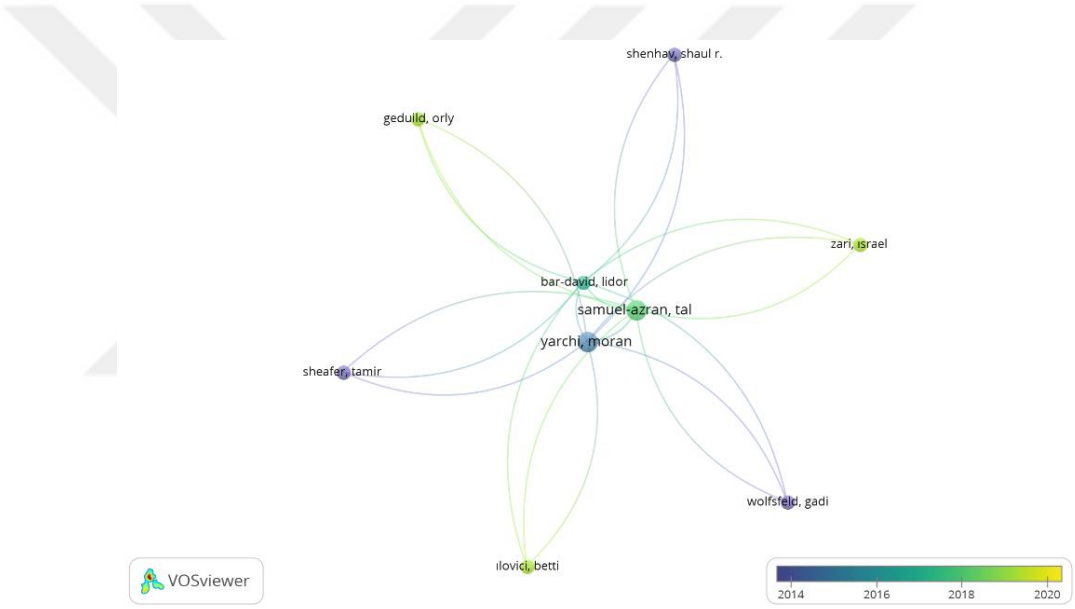
Şekil 3.25. Yazar- Atıf Analizi Ağ Haritası

Şekil 3.25'te yazar-atıf analizi ağ haritası verilmiştir. Şekil 3.25'e göre yazarların atıf sayılarına göre oluşturulan tablo 4 farklı renk kümesinden meydana gelmektedir. Oluşturulan ağ haritası 25 yazar değerlendirilerek oluşturulmuştur. Ağ haritasında görülen kümeler yazarların konularına göre oluşturulmuş ve atıf durumuna göre mod büyüklüğü gösterilmiştir. Şekil 3.25'e göre en fazla çalışmacı sayısına sahip olan küme kırmızı kümedir ve 6 yazardan oluşmaktadır**.** Bu küme içerisinde bulunan Moran YARCHI (56) atıfı ve (2) toplam bağlantı gücü bulunmaktadır. Yazarın ilişkili olduğu başlıca yazarlar; Tal SAMUEL-AZRAN, Lidor BAR-DAVID, Orly GEDIUD, Shaul.r. R SHENHAV ve Tamir SHEAFER 'dir.

Şekil 3.25'e göre 1 çalışmacı sayısına sahip olan küme mavi kümedir ve tek yazardan oluşmaktadır. Bu küme içerisinde bulunan Gadi WOLFSFELD, (39) atıfı ve (3) toplam bağlantı gücü bulunmaktadır. Yazar-ağ haritası içerisindeki (3) farklı yazarla bağlantı içerisindedir. Başlıca bağlantılı olunan yazarlar: Lidor BAR-DAVID, Tal SAMUEL-AZRAN ve Moran YARCHI'dir.

Şekil 3.25'e göre 1 çalışmacı sayısına sahip olan küme sarı renk olarak gösterilmiştir ve tek yazardan oluşmaktadır. Betti ILOVICI, (8) atıfı ve (3) bağlantı gücü bulunmaktadır. Yazar-ağ haritasında gösterilen (3) farklı yazar ile bağlantısı bulunmaktadır. İlişkili olduğu başlıca yazarlar: Lidor BAR-DAVID, Tal SAMUEL-AZRAN ve Moran YARCHI' dir.

Şekil 3.25'e göre 1 çalışmacı sayısına sahip olan küme yeşil renk olarak gösterilmiştir ve tek yazardan oluşmaktadır. Israel ZARI (8) atıfı ve (3) bağlantı gücü bulunmaktadır. Yazar-ağ haritasında gösterilen (3) farklı yazar ile bağlantısı bulunmaktadır. İlişkili olduğu başlıca yazarlar: Lidor BAR-DAVID, Tal SAMUEL-AZRAN ve Moran YARCHI' dir.



Şekil 3.26. Yazar-Atıf Analizinin Yıllara Göre Katman Dağılımı

Şekil 3.26'da yazar-atıf analizi üzerine oluşturulan ağ haritasının yıllara göre katman dağılımı bulunmaktadır. Bu şekle göre yazarların ortalama olarak yayın yıllarına göre çeşitli renklerle verilmiş harita gösterilmektedir. Ortalama yayın yılı 2016 ve öncesinde olan çalışmalar koyu lacivert ile gösterilmektedir ve yayın yılı günümüze yaklaştıkça sarı renk ile gösterilmiştir. Bu haritanın renklerine bakıldığı zaman Gadi WOLFSFELD, Shaul. r. SHENHAV, Tamir SHAFER ve Moran Yarchi ortalama yayın yılı 2013-2017 yılları arasında görülmektedir. Yazarların eski yıllarda ortaya koymuş olduğu çalışmalar diğer çalışmalar ile daha fazla bağlantı içerisinde olduğu görülmektedir. Ağ haritasına ve çalışmaların mod büyüklüğüne bakıldığı zaman

çalışmaların atıf sayılarının yüksek olduğu görülmektedir. 2018-2022 yılları arasında yapılan çalışmalar göz önüne alındığı zaman Lidor BAR-DAVID, Tal SAMUEL-AZRAN, Orly GEDIUD, Israel ZARI ve Betti ILOVICI daha yeni yıllarda ortaya koyulan çalışmalar olmasından dolayı diğer çalışmalarla fazla bağlantı içerisinde oldukları görülmektedir. Yazarların çalışmalarının toplam bağlantı gücünün de fazla olduğu ağ haritasında belirtilmektedir.

3.2.3.4. Afrika Kıtası'nda Hazırlanan Çalışmaların Yazar-Atıf Analizi

Web of Science veri tabanından erişim sağlanan Afrika Kıtası'nda hazırlanan (7) çalışmanın yazar-atıf analizi gerçekleştirilmiştir. Yazar-atıf analizi; yazar-atıf analizi tablosu, yazar-atıf analizi ağ haritası ve yazar-atıf analizinin yıllara göre katman dağılımı olmak üzere üç başlık altında incelenmiştir.

Tablo 3.14. Yazar-Atıf Analizi Tablosu

Yazar	Doküman	Atıf	Toplam Bağlantı Gücü
Sarwal, Amit	1	4	0
Ghanem, Salma	1	0	0
Khalifa, Marwa	1	0	0
Masengu, Reason	1	0	0
Mashingaidze, Mugove	1	0	0
Mudzimba, Edward	1	0	0

Tablo 3.14'de Afrika Kıtası'nda yapılan çalışmaların yazar-atıf analizi dağılımına ilişkin tablo görülmektedir. Tablo içerisinde en fazla atıfa sahip olan 25 yazar içerisinden ilk 6 yazar sıralanmaktadır. Tablo yazarların atıf sayısına göre oluşturulmuştur. Amit SARWAL'ın (1) dokümanı olduğu görülmekte ve bu dokümanların(4) atıf sayısı bulunmaktadır. Yazarın toplam bağlantı gücü ise (0) olarak görülmektedir. Tablo yer alan diğer yazarların bir adet dokümanları bulunmakta ve toplam bağlantı gücü değerleri ise (0) olarak görülmektedir. Tablonun içerisinde yer alan diğer yazarlar ise şöyledir; Salma GHANEM, Marwa KHALIFA, Reason MASENGU, Mugove MASHINGAIDZE ve Edward MUDZIMBA'dır,



Şekil 3.27. Yazar- Atıf Analizi Ağ Haritası

Şekil 3.27'de yazar-atıf analizi ağ haritası verilmiştir. Şekil 3.27'ye göre yazarların bağlantı gücü kullanılarak oluşturulmuş olan tablo 6 farklı renk kümesinden meydana gelmektedir. Oluşturulan ağ haritası 25 yazar değerlendirilerek oluşturulmuştur. Ağ haritasında görülen kümeler yazarların konularına göre oluşturulmuş ve atıf durumuna göre mod büyüklüğü gösterilmiştir. Şekil 3.27'ye göre her küme tek çalışmacıya sahiptir.

Şekil 3.27'ye göre açık mavi ile gösterilen yazar Amit SARWAL (4) atıfı toplam bağlantı gücü ise (0) dır.

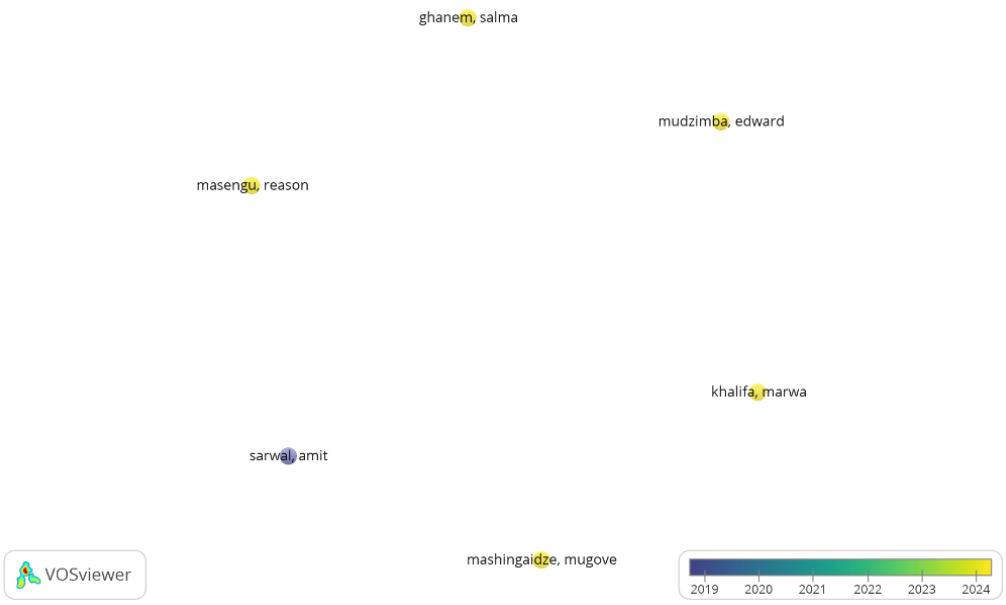
Ağ haritasında koyu mavi renk ile gösterilen yazar Reason MASENGU (0) atıfı toplam bağlantı gücü ise (0) dır.

Şekil 3.27'ye göre kırmızı renk ile gösterilen yazar Salma GHANEM (0) atıfı toplam bağlantı gücü ise (0) dır.

Ağ haritasında mor renk ile gösterilen yazar Edward MUDZIMBA0) atıfı toplam bağlantı gücü ise (0) dır.

Şekil 3.27'ye göre yeşil renk ile gösterilen yazar Marwa KHALIFA (0) atıfı toplam bağlantı gücü ise (0)dır

Ağ haritasında sarı renk ile gösterilen yazar Mugove MASHINGAIDZE (0) atıfı toplam bağlantı gücü ise (0) dır.



Şekil 3.28. Yazar-Atıf Analizinin Yıllara Göre Katman Dağılımı

Şekil 3.28'de Yazar-atıf analizi üzerine oluşturulan ağ haritasının yıllara göre katman dağılımı görülmektedir. Bu şekle göre yazarların ortalama olarak yayın yıllarına göre çeşitli renklerle verilmiş harita gösterilmektedir. Ortalama yayın yılı 2020 ve öncesinde olan çalışmalar koyu lacivert ile gösterilmektedir ve yayın yılı günümüze yaklaştıkça sarı renk ile gösterilmiştir. Bu haritanın renklerine bakıldığı zaman Amit SARWAL tarafından hazırlanan çalışmanın yayın yılı 2019 olduğu görülmektedir. Şekil 3.28'de yazarın tablo içerinde atıf sayısı olan tek yazar olduğu görülmektedir.

Ağ haritasında belirtilen renkler göz önünde bulundurulduğu zaman 2024 yılında yaptıkları çalışmalar ile Salma GHANEM, Marwa KHALIFA, Reason MASENGU, Mugove MASHİNGAIDZE ve Edward MUDZIMBA adlı yazarların birer çalışması mevcut ancak atıf sayısı ve toplam bağlantı güçleri (0) olarak görülmektedir.

3.2.3.5. Avustralya Kıtası'nda Hazırlanan Çalışmaların Yazar-Atıf Analizi

Web of Science veri tabanından erişim sağlanan Avustralya Kıtası'nda hazırlanan (20) çalışmanın yazar-atıf analizi gerçekleştirilmiştir. Yazar-atıf analizi; yazar-atıf analizi tablosu, yazar-atıf analizi ağ haritası ve yazar-atıf analizinin yıllara göre katman dağılımı olmak üzere üç başlık altında incelenmiştir.

Tablo 3.15. Yazar-Atıf Analizi Tablosu

Yazar	Doküman	Atıf	Toplam Bağlantı Gücü
Dinnie,Keith	1	65	3
Malewar, t.c	1	65	3
Musa,Ghazali	1	65	3
Seidenfuss,kai-uwe	1	65	3
Horiuchi,yusaku	2	63	0
Tam,Lisa	5	31	2
Bose, Sunny	1	28	2
Bang nguyen	1	28	2
Roy,Sanjit kumar	1	28	2
Kim, Jeong-nam	2	20	2

Tablo 3.15'de Avustralya Kıtası'nda yapılan çalışmaların yazar-atıf analizi dağılımına ilişkin tablo görülmektedir. Tablo içerisinde en fazla atıfa sahip olan 10 yazar sıralanmaktadır. Tabloda en fazla atıfa sahip olan 4 yazarın (65) atıf ve toplam bağlantı gücü (3) olduğu görülmektedir. Yazarlar; Dinnie Keith, MALEWAR t.c, Musa GHAZALI, Seidenfuss KAI-UWE. Tabloda belirtilen diğer 6 yazar; Horiuchi YUSAKU, adlı yazarın (63) atıf, Tam LISA (31) atıf, Bose SUNNY (28) atıf, Bang NGUYEN, adlı yazarın (28) atıf, Roy SANJIT KUMAR, adlı yazarın (28) atıf, Kim JEONG-NAM adlı yazarın (20) atıf olduğu görülmektedir. Tabloda en fazla doküman Tam LISA adlı yazara ait olup 5 adet dokümanı olduğu görülmektedir.



Şekil 3.29. Yazar- Atıf Analizi Ağ Haritası

Şekil 3.29'da yazar-atıf analizi ağ haritası yer almaktadır. Şekil 3.29'a göre atıf durumlarına göre oluşturulan tablo tek renk kümesinden meydana gelmektedir. Oluşturulan ağ haritası 32 yazar değerlendirilerek oluşturulmuştur. Ağ haritasında görülen kümeler yazarların konularına göre oluşturulmuş ve atıf durumuna göre mod büyüklüğü gösterilmiştir. Şekil 3.29. 'a göre 4 renk kırmızı, mavi, yeşil, sarı olmak üzere sınıflamasından oluşmaktadır.

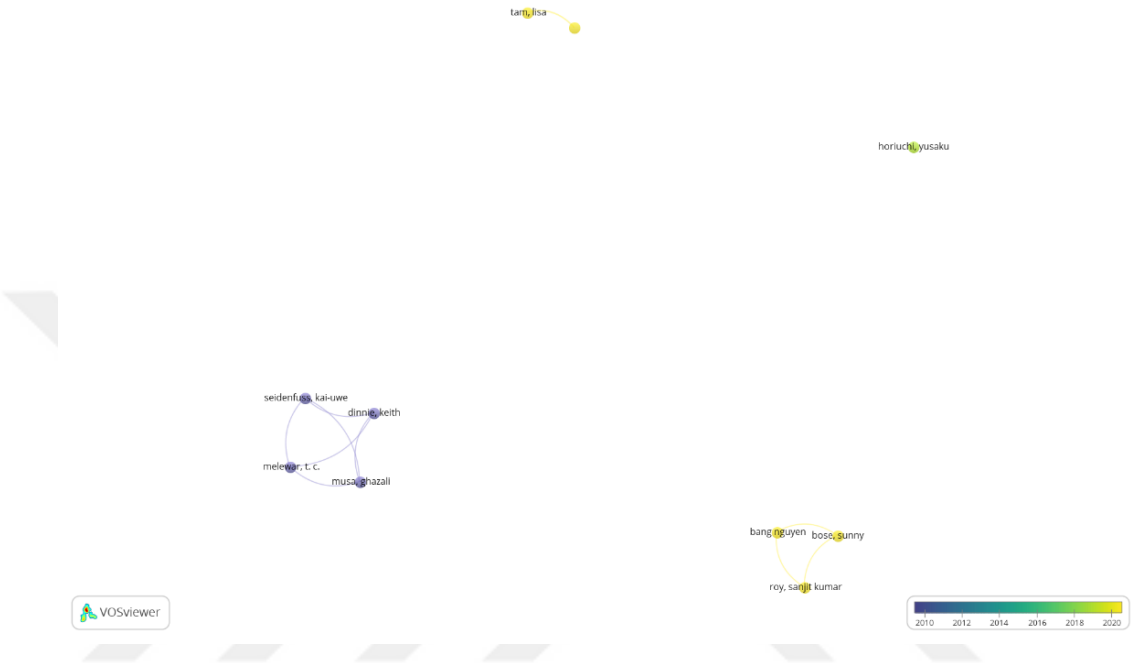
Kırmızı küme içerisinde bulunan 4 yazar bulunmaktadır. Bu kümedeki bütün yazarların atıf gücü (65) toplam bağlantı gücü(3) olduğu görülmektedir. Kırmızı kümede bulunan yazarlar; Dinnie KEITH, Malewar t.c, Musa GHAZALI, Seidenfuss KAI-UWEDIR.

Şekil 3.29'a göre yeşil renk ile gösterilen ikinci kümede 3 yazar yer almaktadır. Yazarların atıflarının (289 toplam bağlantı gücü ise (2) olduğu görülmektedir. Yazarlar; Bose SUNNY, Bang NGUYEN, Roy SANJIT KUMAR' dır.

Ağ haritasında gösterilen mavi ile gösterilen kümede 2 yazar yer almaktadır. Tam, Lisa adlı yazarın (31) atıfı sayı (2) bağlantı gücü bulunmaktadır. Mavi kümede yer alan

ikinci yazar, Kim JEONG-NAM ADLI yazardır atıf sayısı (20) toplam bağlantı gücü ise (2) dir.

Ağ haritasında gösterilen sarı ile gösterilen yazar Horiuchi, Yusaku yazarın atıf sayısı (63) toplam bağlantı gücü ise (0) dır.



Şekil 3.30. Yazar-Atıf Analizinin Yıllara Göre Katman Dağılımı

Şekil 3.30'da Yazar-atıf analizi üzerine oluşturulan ağ haritasının yıllara göre katman dağılımı görülmektedir. Bu şekle göre yazarların ortalama olarak yayın yıllarına göre çeşitli renklerle verilmiş harita gösterilmektedir. Ortalama yayın yılı 2014 ve öncesinde olan çalışmalar koyu lacivert ile gösterilmektedir ve yayın yılı günümüze yaklaştıkça sarı renk ile gösterilmiştir. Bu haritanın renklerine bakıldığı zaman Dinnie Keith MALEWAR t.c, Musa GHAZALI, Seidenfuss KAI-UWEDIR.

Yazarların eski yıllarda ortaya koymuş olduğu çalışmalar diğer yazarlar ile bağlantısının çok yüksek olmadığı görülmektedir. Ağ haritasına ve çalışmaların mod büyüklüğüne bakıldığı zaman çalışmaların atıf sayılarının yüksek olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

2018 yıllında Horiuchi, Yusaku adlı yazarın çalışması olduğu görülmektedir.

2019-2020 yılları arasında ise Bose, SUNNY, Bang NGUYEN, Roy, SANJIT KUMAR, Tam LISA, Kim JEONG-NAM, Horiuchi YUSAKU adlı yazarların çalışmalarının daha güncel oldukları görülmektedir.

3.2.4. Kamu Diplomasisi ve Ülke İmajı Konulu Çalışmaların Kıtalara Göre Ülke Atıflarının Bibliyometrik Analizi

Web of Science veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda Kamu Diplomasisi ve Ülke imajı konulu erişim sağlanan çalışmaların analizi gerçekleştirilmiştir Ülke-atıf analizi; yazar-atıf analizi tablosu, Ülke-atıf analizi ağ haritası ve yazar-atıf analizinin yıllara göre katman dağılımı olmak üzere üç başlık altında incelenmiştir.

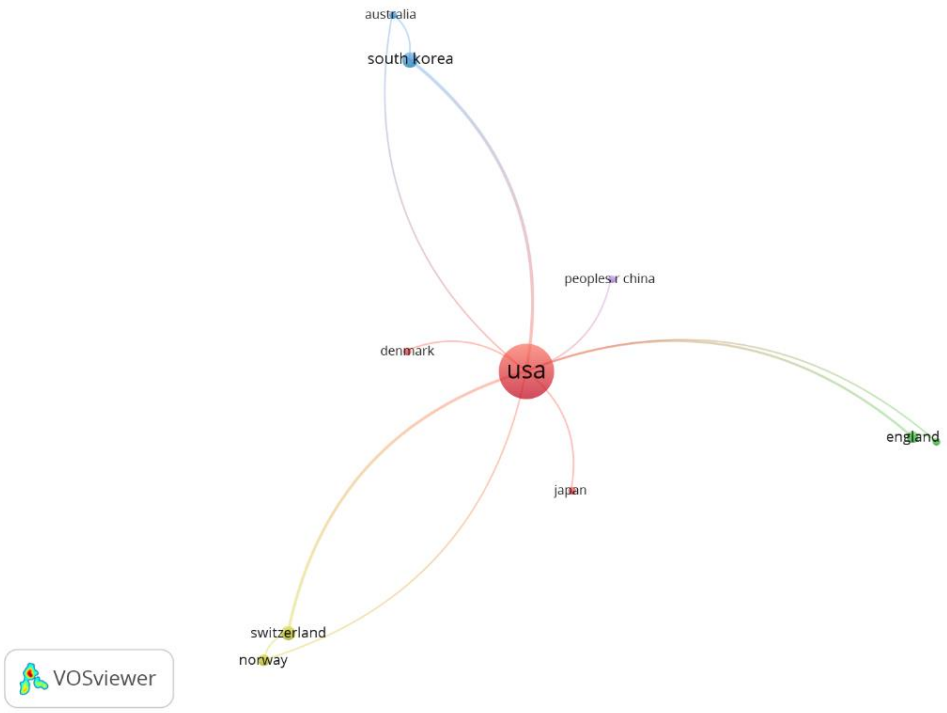
3.2.4.1. Amerika Kıtası'nda Hazırlanan Çalışmanın Ülke-Atıf Analizi

Web of Science veri tabanından erişim sağlanan Amerika Kıtası'nda hazırlanan 136 çalışmanın ülke-atıf analizi gerçekleştirilmiştir. Ülke-atıf; ülke-atıf analizi tablosu, ülke-atıf analizi ağ haritası ve ülke-atıf analizinin yıllara göre katman dağılımı olmak üzere üç başlık altında inceleme yapılmıştır.

Tablo 3.16 . Atıf Yapılan Ülkelere Göre Dağılım Tablosu

Ülke	Doküman	Atıf	Toplam Bağlantı Gücü
Usa	45	777	15
South Korea	4	87	5
Swithzerland	3	58	4
England	2	47	3
Norway	2	33	2
Australia	1	20	2
Denmark	1	16	1
Italy	1	7	2
Japan	1	6	1
Peoples r China	1	0	1

Tablo 3.16'da Amerika Kıtası'nda yer alan çalışmaların atıf durumlarının ülkelere göre dağılımına ilişkin tablo görülmektedir. Amerika Kıtası'nda yapılan bu çalışmaların ülkelere göre atıf dağılımında birinci sırada USA/Amerika Birleşik Devletleri yer almaktadır. ABD'de toplam 45 çalışma mevcuttur. Bu çalışmaların (777) atıf sayısı olduğu görülmektedir. ABD'de yapılan çalışmaların toplam bağlantı gücü ise (15) olarak belirtilmektedir. Tabloya bakıldığı zaman, Amerika Kıtası'nda yapılan çalışmaların yoğun bir bölümü farklı kıta ülkelerinden atıf barındırmaktadır. Amerika kıta ülkeleri çalışmaları: USA; (46) çalışma ve (743) atıf, olduğu görülmektedir. Avrupa ülkeleri çalışmaları: İsviçre (3) çalışma ve (58) atıf, İngiltere; (2) çalışma ve (47) atıf, Norveç; (2) çalışma ve (33) atıf, Danimarka (1) çalışma (16) atıf, İtalya (1) çalışma ve (7) atıf Asya ülkeleri çalışmaları: Güney Korea (4) çalışma (87) atıf, Japonya (1) çalışma ve (6) atıf ve Çin (1) çalışma ve (0) atıf olduğu görülmektedir. Avustralya ülkesi çalışması ise (1) çalışma ve (20) atıf ve Afrika ülkelerine ait her hangi bir atıf yapılmadığı görülmektedir.



Şekil 3.31. Atıf Yapılan Ülkeler Analizi Ağ Haritası

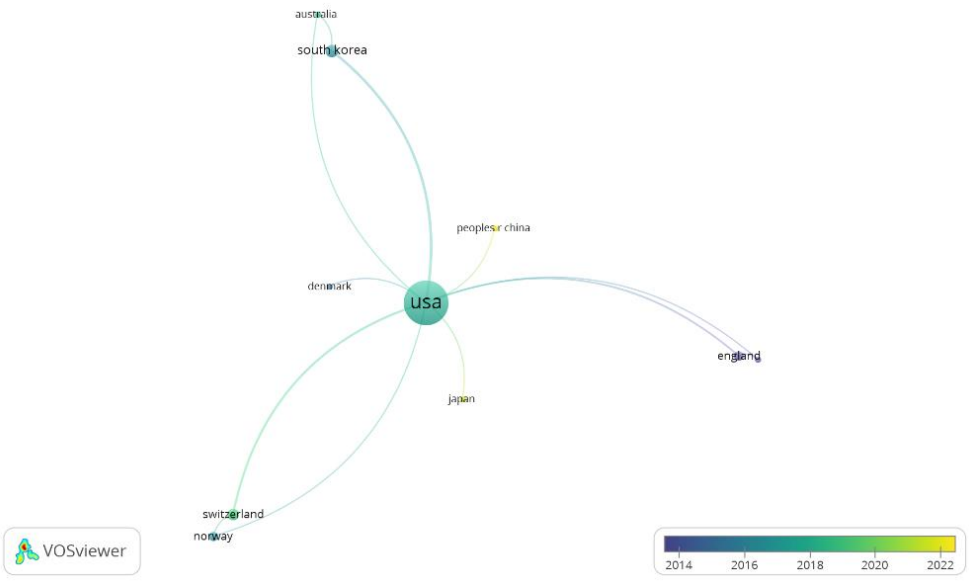
Şekil 3.31'de ülke-atıf analizi ağ haritası yer almaktadır. Şekilden hareketle, Amerika Kıtası'nda yer alan çalışmaların 10 farklı ülkeye atıflarının kümelenmesi gösterilmiştir. Ülkeler 5 farklı renkle kümelenmiştir. 1. küme 3 ülkeden meydana gelmekte ve kırmızı renk ile gösterilmektedir. Bu ülkeler: USA bağlantısı (15) atıfı (777),

Danimarka bağlantısı (1) atıfı (16),Japonya bağlantısı (1) atıfı ise (6) olarak görülmektedir.2.küme iki ülkeden oluşmakta ve mavi renk ile gösterilmektedir. Bu ülkeler: Güney Kore bağlantı gücü (4) atıf sayısı ise (87), Avustralya bağlantı gücü (1) atıf sayısı ise(20) olarak görülmektedir. 3. Küme ise 2 ülkeden oluşmakta ve yeşil renk ile gösterilmektedir. Bu ülkeler; İngiltere bağlantı gücü (3), atıf sayısı (47), İtalya bağlantı gücü (2) atıf sayısı ise (7).

4. küme iki ülkeden oluşmakta ve sarı renk ile gösterilmektedir. Bu ülkeler Norveç bağlantı gücü (2) atıf sayısı (33),İsviçre bağlantı gücü(3) atıf sayısı ise (58) olarak görülmektedir. Son ve 5.küme ise Çin'den oluşmakta bağlantı gücü (1) atıf sayısı (0) olduğu görülmektedir.

5. Küme bir ülkeden oluşmakta ve mor renk ile gösterilmektedir. Bu ülke Çin bağlantı gücü (1) atıf sayısı ise (0) dır.

Elde edilen veriler neticesinde diğer ülkelerle en fazla bağlantı içerisinde olan Amerika Birleşik Devletleri bu bağlantıyla birlikte en çok atıf yapılan ülke olduğu ortaya çıkmaktadır. Amerika Birleşik Devletleri'nin en çok bağlantılı olduğu ülkeler sırasıyla; Çin, Japonya ve Danimarka'dır.



Şekil 3.32. Atıf Yapılan Ülke Analizinin Yıllara Göre Katman Dağılımı

Şekil 3.32'de yazar-atıf analizi üzerine oluşturulan ağ haritasının yıllara göre katman dağılımı yer almaktadır. Şekilden hareketle, yazarların ortalama olarak yayın

yıllarına göre farklı renklerle verilmiş harita gösterilmektedir. Ortalama yayın yılı 2016 yılı ve öncesinde yer alan çalışmalar mavi ile gösterilmektedir ve yayın yılı günümüze yaklaştıkça sarı renk ile gösterilmiştir. Kamu diplomasisi ve ülke imajı alanında yapılan ilk çalışmaların (2014-2018) yoğunlukla İngiltere ve Danimarka olduğu ve bu ülkelere atıf yapıldığı görülmektedir. Bu durumdan hareketle ülkelerin Kamu diplomasisi ve ülke imajı bileşenlerine verdiği önem ortaya çıkmaktadır. Amerika Birleşik Devletleri, Güney Kore, İsviçre, Norveç ise 2018-2020 yılları arasında yoğun olarak çalışmalarını sürdürdükleri görülmektedir. Yakın tarihe bakınca Çin ve Japonya Kamu diplomasisi ve ülke imajı alanında güncel çalışmalar yaptığı görülmektedir.

3.2.4.2. Avrupa Kıtası'nda Hazırlanan Çalışmaların Ülke-Atıf Analizi

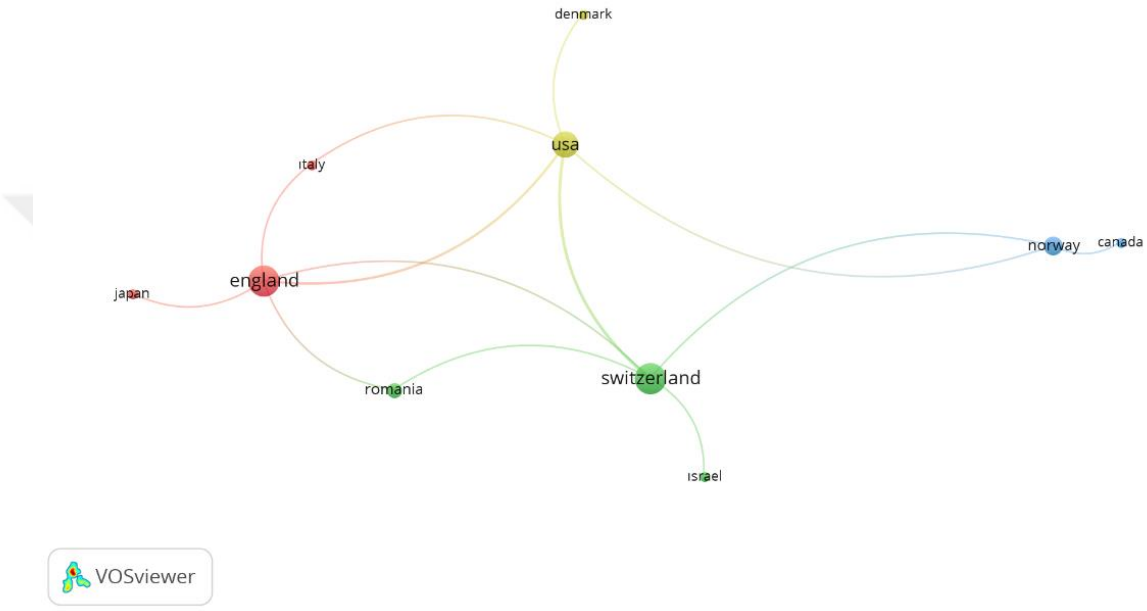
Web of Science veri tabanından erişim sağlanan Avrupa Kıtası'nda hazırlanan (157) çalışmanın ülke-atıf analizi gerçekleştirilmiştir. Ülke-atıf analizi; ülke-atıf analizi tablosu, ülke-atıf analizi ağ haritası ve ülke-atıf analizinin yıllara göre katman dağılımı olmak üzere üç başlık altında incelenmiştir.

Tablo 3.17. Atıf Yapılan Ülkelere Göre Dağılım Tablosu

Ülke	Doküman	Atıf	Toplam Bağlantı Gücü
Switzerland	8	207	7
England	8	95	6
Usa	6	121	8
Norway	3	56	3
Romania	2	13	2
Italy	1	7	2
Canada	1	15	1
Denmark	1	16	1
Japan	1	10	1
Israel	1	11	1

Tablo 3.17'de Avrupa Kıtası'nda yapılmış olan çalışmaların atıf durumlarının ülkelere göre dağılımına ilişkin tablo görülmektedir. Tabloda minimum belge sayısı 1 alınarak oluşturulan toplam 10 ülke bulunmaktadır. Tablo ülke sıralamaları atıf sayılarına

göre oluşturulmaktadır. Avrupa Kıtası ülkeleri içerisinde yapılan çalışmaların atıf durumlarına bakıldığı zaman ilk sırada İsviçre yer almaktadır. İsviçre'nin (8) çalışması, (207) atıfı ve (7) toplam bağlantı gücü bulunmaktadır. Söz konusu tabloda ikinci sırada yer alan İngiltere, (8) çalışma ile (95) atıfı ve (6) toplam bağlantı gücü bulunmaktadır. Tabloda doküman sayısı üçüncü sırada yer almasına atıf sayısı yüksek olan ülke USA (6) doküman sayısına (121) atıf sayısına ve (8) bağlantı gücüne sahip olduğu görülmektedir.



Şekil 3.33. Atıf Yapılan Ülkeler Analizi Ağ Haritası

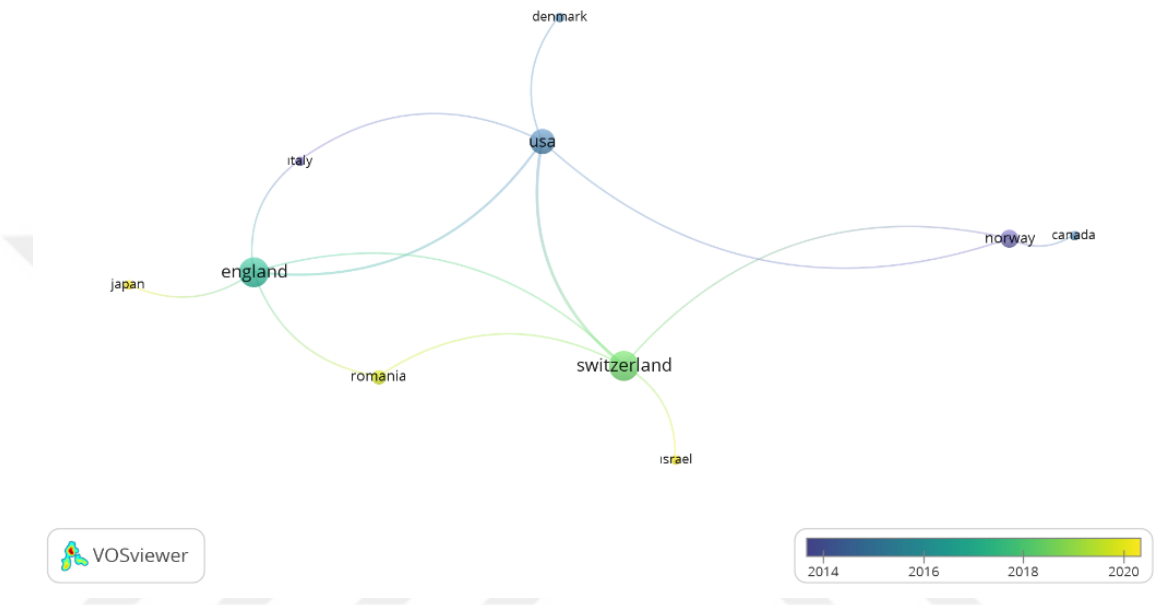
Şekil 3.33'de yazar-atıf analizi ağ haritası görülmektedir. Şekilden hareketle, Avrupa Kıtası'nda hazırlanmış olan çalışmaların 10 farklı ülke ile atıf ve toplam bağlantı gücüne göre kümelenme durumları görülmektedir. Ülkeler 4 farklı renkle kümelenmiştir**.** Birinci küme kırmızı renkten oluşmuştur ve içerisinde 3 farklı ülke bulunmaktadır. Bu ülkeler: England (6) toplam bağlantı gücü, Italy (2) ve Japan (1) toplam bağlantı gücü olarak görülmektedir. Kırmızı kümede yer alan ülkelerin bağlantı olduğu başlıca diğer ülkeler; Romanya, Danimarka ve ABD'dir

Ağ haritasında gösterilen yeşil renkli küme ikinci kümeyi oluşturmaktadır. Küme 3 ülkeden meydana gelmektedir. Romanya (13), İsviçre (207), Romanya(13) atıf sayısı bulunmaktadır.

Mavi renk ile gösterilen küme üçüncü kümedir Norveç ve Kanada olmak üzere 2 ülkeden oluşmaktadır. Mavi kümede bulunan ülkeler: Norveç: (56) atıf ve (3) toplam

bağlantı gücü bulunmaktadır. Kanada ağ haritasında gösterilen (15) atıf ve (1) bağlantı gücü bulunmaktadır.

Sarı renk ile gösterilen dördüncü küme: Danimarka ve ABD'dir. Sarı kümede bulunan ülkeler Danimarka (16) atıf sayısı (1) bağlantı gücü bulunmaktadır. ABD ağ haritasında gösterilen (121) atıf sayısı (8) bağlantı gücü bulunmaktadır.



Şekil 3.34. Atıf Yapılan Ülke Analizinin Yıllara Göre Katman Dağılımı

Şekil 3.34'de Yazar-atıf analizi üzerine oluşturulan ağ haritasının yıllara göre katman dağılımı görülmektedir. Bu şekle göre yazarların ortalama olarak yayın yıllarına göre farklı renklerle verilmiş harita gösterilmektedir. Ortalama yayın yılı 2015 ve öncesinde olan çalışmalar koyu lacivert ile gösterilmektedir ve yayın yılı günümüze yaklaştıkça sarı renk ile gösterilmiştir. Kamu diplomasisi ülke imajı alanında atıf yapılan ilk çalışmaların yoğun olarak ABD ve Norveç ülkelerinde olduğu görülmektedir. 2017-2018 yılları arasında İngiltere, Kanada daha yeni çalışmalara sahip olmasına rağmen, atıf sayısı ve bağlantılarının yüksek olduğu görülmektedir. 2018 yılı sonrası Japonya, Romanya ve İsrail son yıllarda yayınlanan çalışmalar olarak görülmektedir.

3.2.4.3. Asya Kıtası'nda Hazırlanan Çalışmaların Ülke-Atıf Analizi

Web of Science veri tabanından erişim sağlanan Asya Kıtası'nda hazırlanan (89) çalışmanın ülke-atıf analizi gerçekleştirilmiştir. Ülke-atıf analizi; ülke-atıf analizi tablosu,

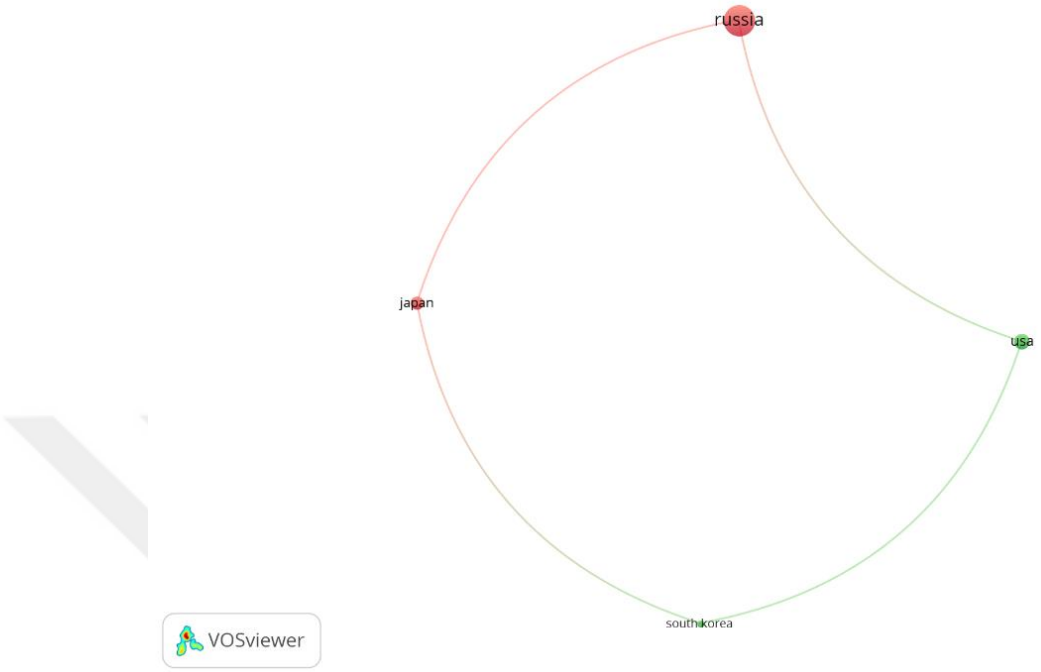
ülke-atıf analizi ağ haritası ve ülke-atıf analizinin yıllara göre katman dağılımı olmak üzere üç başlık altında incelenmiştir.

Tablo 3.18. Atıf Yapılan Ülkelere Göre Dağılım Tablosu

Ülke	Doküman	Atıf	Toplam Bağlantı Gücü
Peoples r China	13	145	0
Israel	6	76	0
Singapore	2	66	0
Russia	16	34	2
India	2	31	0
Japan	3	27	2
Usa	4	22	2
Turkey	3	19	0
Germany	1	17	0
Pakistan	1	16	0
Malaysia	2	15	0
South Korea	1	12	2
Switzerland	1	10	0
Indonesia	3	3	0
Kazakhstan	1	0	0

Tablo 3.18'de Avrupa Kıtası'nda yapılan çalışmaların atıf durumlarının ülkelere göre dağılımına ilişkin tablo görülmektedir. Tabloda minimum belge sayısı 1 ve minimum atıf sayısı 0 alınarak oluşturulan toplam 15 ülke bulunmaktadır. Söz konusu tablo ülke sıralamaları atıf sayılarına göre oluşturulmuştur. Avrupa Kıtası ülkeleri içerisinde yapılan çalışmaların atıf durumlarına bakıldığı zaman ilk sırada Çin yer almaktadır. Çin'in (13) çalışması, (145) atıfı ve (0) toplam bağlantı gücü bulunmaktadır. Tabloda ikinci sırada yer alan İsrail, (6) çalışma ile (76) atıfı ve (0) toplam bağlantı gücü bulunmaktadır. Tablo içerisinde sıralanan diğer 10 ülke sıralaması şöyledir; Singapur ; (2) doküman ve (66) atıf, Rusya; (16) doküman ve (34) atıf, Hindistan; (2) doküman ve (31) atıf, Japonya; (3) doküman ve (27) atıf, Rusya; (4) doküman ve (22) atıf, Türkiye;

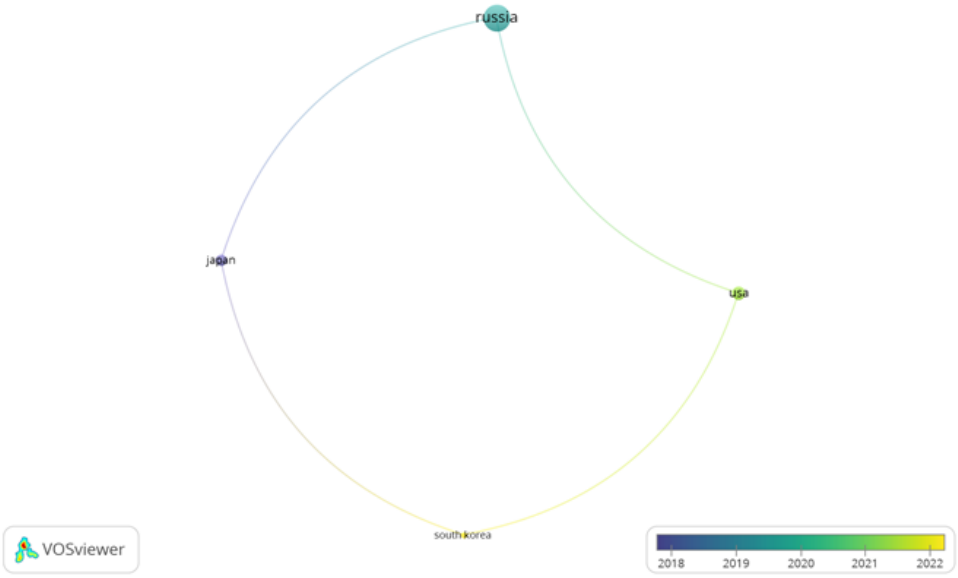
(3) doküman ve (19) atıf, Almanya; (1) doküman ve (17) atıf, Pakistan; (1) doküman ve (16) atıf, Malezya; (2) doküman ve (15) atıf, Güney Kore; (1) doküman ve (12) atıf.



Şekil 3.35. Atıf Yapılan Ülkeler Analizi Ağ Haritası

Şekil 3.35'de yazar-atıf analizi ağ haritası yer almaktadır. Bu şekilden hareketle Avrupa Kıtası'nda hazırlanan çalışmaların 15 farklı ülke ile atıf ve toplam bağlantı gücüne göre kümelenmesi gösterilmiştir. Ülkeler 2 farklı renkle kümelenmiştir. Birinci küme kırmızı renkten oluşmakta ve içerisinde 2 farklı ülke bulunmaktadır. Bu ülkeler: Rusya; (2) toplam bağlantı gücü bulunurken ağ haritasında gösterilen ülkelerin 1'i ile bağlantısı bulunmaktadır. Bağlantılı olduğu ülke olan Japonya (27) atıf ve (3) toplam bağlantı gücüne sahiptir.

Ağ haritasında gösterilen yeşil renkli küme ikinci kümeyi oluşturmaktadır. Küme 2 ülkeden meydana gelmektedir. Bu ülkeler ve atıf sayıları: Amerika (22) atıf ve toplam bağlantı gücü (2) ve Güney Kore (12) atıf ve (2) toplam bağlantı gücü ile iki ülkeden oluşmaktadır.



Şekil 3.36. Atıf Yapılan Ülke Analizinin Yıllara Göre Katman Dağılımı

Şekil 3.36'da Yazar-atıf analizi üzerine oluşturulan ağ haritasının yıllara göre katman dağılımı görülmektedir. Söz konusu şekle göre yazarların ortalama olarak yayın yıllarına göre çeşitli renklerle verilmiş harita gösterilmektedir. Ortalama yayın yılı 2019 ve öncesinde olan çalışmalar koyu lacivert ile gösterilmektedir ve yayın yılı günümüze yaklaştıkça sarı renk ile gösterilmiştir. Oluşturulan ağ haritasından hareketle: kamu diplomasisi ve ülke imajı alanında atıf yapılan ilk çalışmaların yoğun olarak Japonya ve Rusya ülkelerinde olduğu görülmektedir. 2020-2022 yılları arasında Güney Kore ve Amerika daha yeni çalışmalara sahip olmasına rağmen atıf sayısı ve bağlantılarının yüksek olduğu görülmektedir. Bu durumdan hareketle ülkelerin kamu diplomasisi ve ülke imajı bileşenlerine verdiği önem ortaya çıkmaktadır.

3.2.4.4. Afrika Kıtası'nda Hazırlanan Çalışmaların Ülke-Atıf Analizi

Web of Science veri tabanından erişim sağlanan Afrika Kıtası'nda hazırlanan (7) çalışmanın ülke-atıf analizi gerçekleştirilmiştir. Ülke-atıf analizi; ülke-atıf analizi tablosu, ülke-atıf analizi ağ haritası ve ülke-atıf analizinin yıllara göre katman dağılımı olmak üzere üç başlık altında incelenmiştir.

Tablo 3.19. Atıf Yapılan Ülkelere Göre Dağılım Tablosu

Ülke	Doküman	Atıf	Toplam Bağlantı Gücü
Fiji	1	4	0
Ghana	1	1	0
Egypt	1	0	0
Ethiopia	1	0	0
Oman	1	0	0
Zimbabwe	1	0	0

Tablo 3.19'da Afrika Kıtası'nda yapılan çalışmaların atıf durumlarının ülkelere göre dağılımına ilişkin tablo yer almaktadır. Tablo, 7 ülkeden, minimum belge sayısı 1 ve minimum atıf sayısı 0 alınarak oluşturulan toplam 6 ülke bulunmaktadır. Tablo 3.19'da ülke sıralamaları atıf sayılarına göre oluşturulmuştur. Afrika Kıtası ülkeleri içerisinde yapılan çalışmaların atıf durumlarına bakıldığı zaman ilk sırada Fiji yer almaktadır. Fiji'nin (1) çalışması, (4) atıfı ve (0) toplam bağlantı gücü bulunmaktadır. Tabloda ikinci sırada yer alan Gana (1) dokümanı, (1) atıfı ve (0) toplam bağlantı gücü bulunmaktadır. Tablo içerisinde yer alan diğer ülkelerin ise atıf sayıları ve toplam bağlantı güçlerinin (0) olduğu görülmektedir Söz konusu ülkeler ise Mısır, Etiyopya, Umman ve Zimbabve'dir.



Şekil 3.37. Atıf Yapılan Ülkeler Analizi Ağ Haritası

Şekil 3.37'de yazar-atıf analizi ağ haritası verilmiştir. Bu şekle göre Afrika Kıtası'nda hazırlanan çalışmaların 7 farklı ülke ile atıf sayısına göre kümelenmesi gösterilmiştir. Ülkeler 6 farklı renkle kümelenmiştir. Şekil 3.37' ye göre her küme tek çalışmacıya sahiptir.

Şekil 3.37'ye göre koyu mavi ile gösterilen ülke Fiji (4) atıfı toplam bağlantı gücü ise (0) dır.

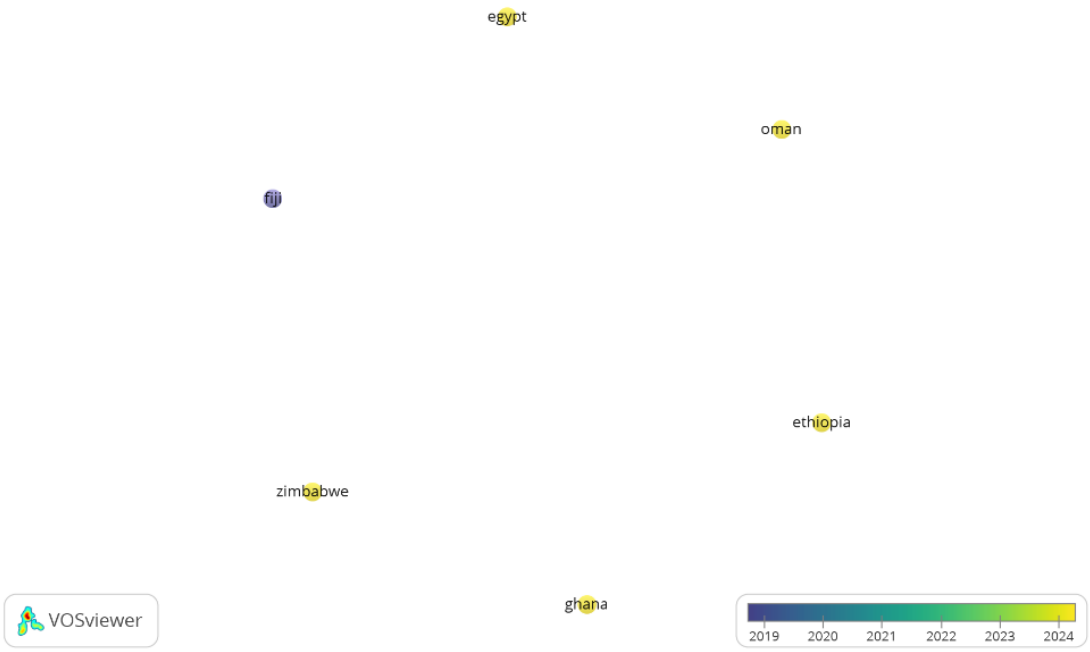
Ağ haritasında sarı renk ile gösterilen ülke Gana (1) atıfı toplam bağlantı gücü ise (0) dır.

Şekil 3.37'ye göre açık mavi ile gösterilen ülke Zimbabve (0) atıfı toplam bağlantı gücü ise (0) dır.

Ağ haritasında kırmızı renk ile gösterilen ülke Mısır (0) atıfı toplam bağlantı gücü ise (0) dır.

Şekil 3.37'ye göre mor renk ile gösterilen ülke Umman (0) atıfı toplam bağlantı gücü ise (0) dır.

Şekil 3.37'e göre yeşil renk ile gösterilen ülke Etiyopya (0) atıfı toplam bağlantı gücü ise (0) dır.



Şekil 3.38. Atıf Yapılan Ülke Analizinin Yıllara Göre Katman Dağılımı

Şekil 3.38'de Afrika Kıtası'nda hazırlanan çalışmaların ülke-atıf analizi üzerine oluşturulan ağ haritasının yıllara göre katman dağılımı görülmektedir. Bu şekle göre yazarların ortalama olarak yayın yıllarına göre çeşitli renklerle verilmiş harita gösterilmektedir. Ortalama yayın yılı 2021 ve öncesinde olan çalışmalar koyu lacivert ile gösterilmektedir ve yayın yılı günümüze yaklaştıkça sarı renk ile gösterilmiştir. Şekil 3.38'e göre 2019 Fiji ülkesi en eski çalışmanın olduğu ülke olarak görülmektedir. Mor renk ile gösterilmektedir. Atıf sayısı ise (4) dür. 2024 yılına ait olan sarı renk ile gösterilen çalışmalar ise Mısır, Etiyopya, Umman, Zimbab ve Gana ülkeleridir atıf sayısı ve bağlantı güçleri bulunmamaktadır.

3.2.4.5. Avustralya Kıtası'nda Hazırlanan Çalışmaların Ülke-Atıf Analizi

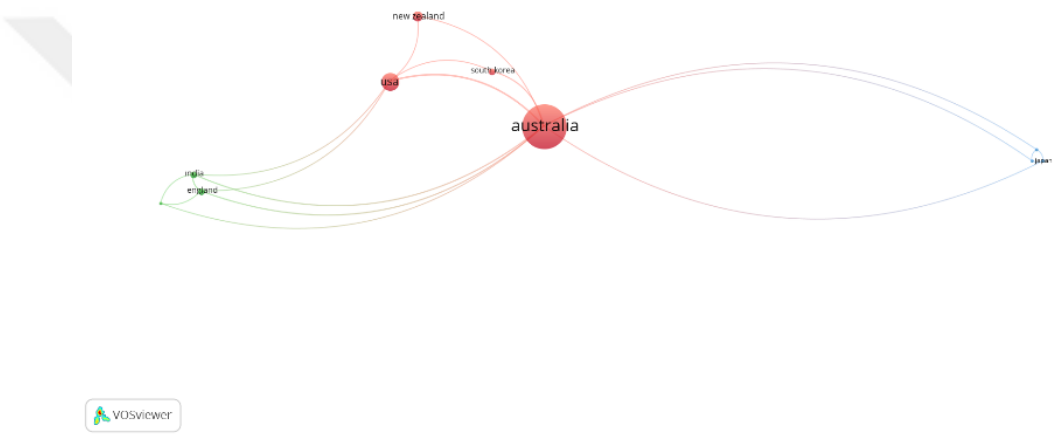
Web of Science veri tabanından erişim sağlanan Avustralya Kıtası'nda hazırlanan (20) çalışmanın ülke-atıf analizi gerçekleştirilmiştir. Ülke-atıf analizi; ülke-atıf analizi tablosu, ülke-atıf analizi ağ haritası ve ülke-atıf analizinin yıllara göre katman dağılımı olmak üzere üç başlık altında incelenmiştir.

Tablo 3.20. Atıf Yapılan Ülkelere Göre Dağılım Tablosu

Ülke	Doküman	Atıf	Toplam Bağlantı Gücü
Australia	16	250	17
Usa	6	94	10
Japan	1	65	3
Malaysia	1	64	0
Switzerland	1	65	3
England	2	35	6
India	2	35	6
Peoples R China	1	28	3
South Korea	2	27	3
New Zealand	3	8	2

Tablo 3.20'de Avustralya Kıtası'nda yapılan çalışmaların atıf durumlarının ülkelere göre dağılımına ilişkin tablo görülmektedir. Tablo, minimum belge sayısı (1) ve minimum bağlantı gücü sayısı (0) alınarak oluşturulan toplam 10 ülke bulunmaktadır.

Tablo 3.20'de ülke sıralamaları atıf sayılarına göre oluşturulmuştur. Avustralya Kıtası ülkeleri içerisinde hazırlanan çalışmaların atıf durumlarına bakıldığı zaman ilk sırada Avustralya yer almaktadır. Avustralya'nın (16) dokümanı ve (250) atıfı bulunmaktadır. Toplam bağlantı gücü is (17) olarak görülmektedir. Tablonun ikinci sırasında yer alan ABD'nin (6) dokümanı ve (94) atıfı (10) toplam bağlantı gücü bulunmaktadır. Üçüncü sırada 3 ülke bulunmakta atıf sayıları (65) toplam bağlantı gücü sayısı ise (3) olarak görülmektedir. Üçüncü sırada yer alan ülkeler ;Japonya, Malezya ve İsviçre'dir. Tabloda sıralanan diğer ülkelerin atıf sayıları şöyledir: İngiltere(35) atıf, Hindistan (35) atıf, Çin (25) atıf, Güney Kore (24) atıf, Yeni Zelanda (8) atıf sayısı bulunmaktadır.

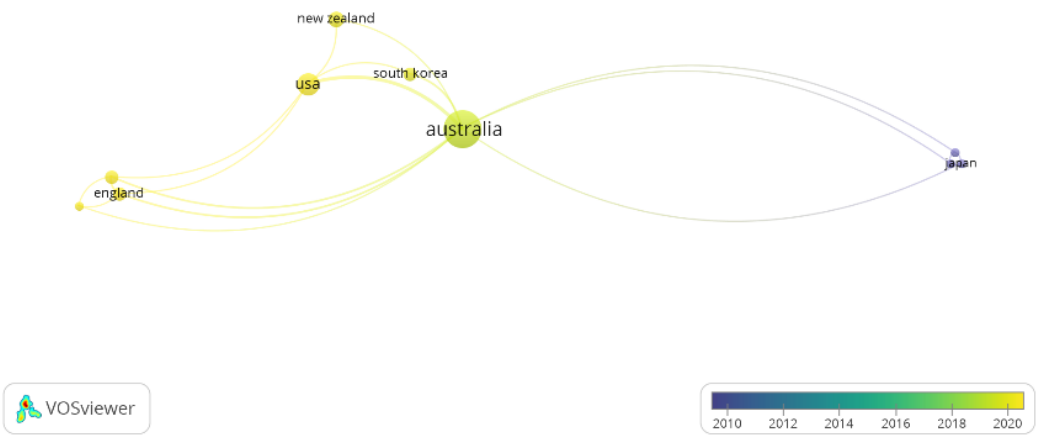


Şekil 3.39. Atıf Yapılan Ülkeler Analizi Ağ Haritası

Şekil 3.39'da yazar-atıf analizi ağ haritası verilmiştir. Bu şekle göre Avustralya Kıtası'nda hazırlanan çalışmaların 10 farklı ülke ile atıf sayısına göre kümelenmesi gösterilmiştir. Ülkeler 3 farklı renkle kümelenmiştir. Birinci küme kırmızı renkten oluşmuştur ve içerisinde 4 ülke bulunmaktadır. Bu ülkeler: Avustralya, Yeni Zelanda, Güney Kore ve ABD'dir. Olmak üzere Avustralya en çok atıf alan ülke konumundadır.

Ağ haritasında ikinci küme yeşil renk ile ifade edilmiştir. Yeşil küme İngiltere, Çin ve Hindistan olmak üzere üç ülkeden oluşmaktadır.

Ağ haritasında mavi renk ile ifade edilen küme üçüncü kümedir ve Japonya ve İsviçre olmak üzere iki ülkeden oluşmaktadır. Avusturalya ülkesi en çok atıf sayısına sahip olan ülke konumundadır.



Şekil 3.40. Atıf Yapılan Ülke Analizinin Yıllara Göre Katman Dağılımı

Şekil 3.40'da Avustralya Kıtası'nda hazırlanmış olan çalışmaların ülke-atıf analizi üzerine oluşturulan ağ haritasının yıllara göre katman dağılımı görülmektedir. Bu şekle göre yazarların ortalama olarak yayın yıllarına göre çeşitli renklerle verilmiş harita gösterilmektedir. Ortalama yayın yılı 2014 ve öncesinde olan çalışmalar koyu lacivert ile gösterilmektedir ve yayın yılı günümüze yaklaştıkça sarı renk ile gösterilmiştir. Kamu diplomasisi ve ülke imajı alanında atıf yapılan çalışmaların yoğun olarak Avusturalya, ABD, Japonya ve Malezya ülkeleri olduğu görülmektedir. 2010 yılında İsviçre, Japonya, ülkeleri yer almakta ve Şekil 3.40'da mor renk ile gösterilmektedir. Şekil 3.40'da yeşil renk ile gösterilen ülke olan ve en fazla atıf sayısına sahip olan ülke ise Avusturalyadır.2019 yılı ve sonrasına ait olan ve sarı renk ile gösterilen ülkeler ise şöyledir; Güney Kore, Yeni Zelanda, ABD, İngiltere, Hindistan, ve Çin'dir. Ağ haritasının mod büyüklüğü ve renkleri göz önünde bulundurulduğu zaman, son yıllarda atıf yapılan ülkelerin atıf sayılarının az olduğu fakat diğer ülkelerle bağlantılarının nispeten fazla olduğu görülmektedir.

3.2.5. Türkiye'de Hazırlanmış Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi

Kamu diplomasisi ve ülke imajı konulu tezlerin analizi kapsamında Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi'nin https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/ bağlantı adresi kullanılmıştır. Bu kapsamda belirtilmiş olan bağlantı adresinden erişim sağlanan tezler haricinde herhangi bir tez analize dâhil edilmemiştir. Tez Merkezi'nde kamu diplomasisi ve ülke imajı konulu 4 adet çalışmaya erişim sağlanmıştır.

3.2.5.1. Türkiye'deki Tezlerin Niceliksel Analizi

Erişim sağlanan çalışmalar, tezlerin türü, yazıldıkları dil, erişilebilirlik durumu, yıl dağılımları, sayfa sayıları, ana bilim dalları, üniversite dağılımları, danışman unvanı ve kullanılan veri toplama tekniklerine göre analizi aşağıdaki tablolarda gösterilmiştir.

3.2.5.2. Tezlerin Türlerine Göre Dağılımı

Ulusal Tez Merkezi veri tabanından erişilen lisansüstü tezlerin türlerine göre dağılımı gerçekleştirilmiştir. Erişilen 4 lisansüstü tez, Doktora ve Yüksek Lisans tezi olmak üzere sayısal dağılımı incelenmiştir.

Tablo 3.21. Tezlerin Türlerine Göre Dağılımı Tablosu

Türü	***n***	**%**
Yüksek Lisans	1	25
Doktora	3	75
Toplam	**4**	**100**

Tablo 3.21'de kamu diplomasisi ve ülke imajı konulu Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi'nden elde edilen tarama sonucunda, 4 adet tez çalışması olduğu görülmektedir. Tarama sonucunda erişilen tezlerin 1tanesi yüksek lisans (%25) ve 3'ü doktora (%75) tezidir.

3.2.5.3. Tezlerin Erişilebilirlik Durumu

Ulusal Tez Merkezi veri tabanından erişilen lisansüstü tezlerin erişilebilirlik durumuna göre dağılımı gerçekleştirilmiştir. Analize dâhil edilen 4 lisansüstü tezin erişilebilirlik durumu doktora ve yüksek lisans olmak üzere sayısal ve oransal olarak analiz edilmiştir.

Tablo 3.22. Tezlerin Erişilebilirlik Durumu Tablosu

Erişebilirlik	Yüksek Lisans		Doktora		Toplam	
	N	*%*	*n*	*%*	*n*	*%*
Erişilebilir Tez	1	100	3	100	4	100
Erişilemeyen Tez	-	-	-	-	-	-
Toplam	**1**	**100**	**3**	**100**	**4**	**100**

Tablo 3.22'de tarama sonucunda Tez Merkezi'nde tezlerin ulaşılabilirlik durumuna ilişkin dağılım görülmektedir 3 doktora tezi ve 1 yüksek lisans tezinin tamamına erişim sağlanabilmektedir.

3.2.5.4. Tezlerin Yazıldıkları Dillere Göre Dağılımı

Ulusal Tez Merkezi veri tabanından erişilen lisansüstü tezlerin yazıldıkları dillere göre dağılımının analiz edilmiştir. Bu kapsamda doktora ve yüksek lisans tezlerinin Türkçe ve İngilizce olmak üzere sayısal ve oransal dağılımı analiz edilmiştir.

Tablo 3.23. Tezlerin Yazıldıkları Dillere Göre Dağılımı Tablosu

Tez Dili	Yüksek Lisans		Doktora		Toplam	
	N	***%***	***n***	***%***	***n***	***%***
Türkçe	1	100	3	100	4	100
İngilizce	-	-	-	-	-	-
Toplam	**1**	**100**	**3**	**100**	**4**	**100**

Tablo 3.23'de erişilen tezlerin yazıldıkları dillere göre dağılımı görülmektedir. Tablo 3.23'e göre 4 doktora tezinin ve 1 yüksek lisans tezinin ise tamamı Türkçe yazılmıştır.

3.2.5.5. Tezlerin Yıllara Göre Dağılımı

Ulusal Tez Merkezi veri tabanından erişilen lisansüstü tezlerin yayımlandıkları yıllara göre dağılımının analiz edilmiştir. Bu kapsamda doktora ve yüksek lisans tezlerinin 2016 yılı ve 2024 yılları arasındaki sayısal ve oransal dağılımı analiz edilmiştir.

Tablo 3.24 . Tezlerin Yıllara Göre Dağılımı Tablosu

Yıl	Yüksek Lisans		Doktora		Toplam	
	N	***%***	***n***	***%***	***n***	***%***
2016	-	-	1	33,3	1	25
2017	-	-	-	-	-	-
2018	-	-	-	-	-	-
2019	-	-	-	-	-	-
2020	-	-	-	-	-	-
2021	1	100	-	-	1	25
2022	-	-	-	-	-	-
2023	-	-	-	-	-	-
2024	-	-	2	66,7		75
Toplam	**1**	**100**	**3**	**100**	**4**	**100**

Tablo 3.24'de araştırma kapsamına dâhil edilen tezlerin tamamlanma yıllarına göre dağılımları gösterilmektedir. Araştırma kapsamına dâhil edilen doktora tezlerinin 3 tane olduğu ve yıllara göre yoğunluğunun olmadığı görülmektedir. 2016 yılında bir, 2024 yılında ise iki tane kamu diplomasisi ve ülke imajı konulu doktora tezinin yayımlanmadığı Tablo 3.24'de görülmektedir. Yüksek lisans tezinin yıllara göre dağılımında ise 2016 yılında yapılan çalışmadan sonra çalışma yapılmadığı 2020 yılından sonra artış olduğu tespit edilmiştir.

3.2.5.6. Tezlerin Sayfa Sayılarına Göre Dağılımı

Ulusal Tez Merkezi veri tabanından erişilen lisansüstü tezlerin sayfa sayılarına göre dağılımının analiz edilmiştir. Bu kapsamda doktora ve yüksek lisans tezlerinin 0-600 sayfa aralığında sayısal ve oransal dağılımı analiz edilmiştir.

Tablo 3.25. Tezlerin Sayfa Sayılarına Göre Dağılımı Tablosu

Sayfa Sayısı	Yüksek Lisans		Doktora		Toplam	
	N	*%*	*n*	*%*	*n*	*%*
0-150	**1**	**100**	-	-	**1**	**25**
151-300	-	-	**1**	**33,3**	**1**	**25**
301-450	-	-	**1**	**33,3**	**1**	**25**
451-600	-	-	**1**	**33,3**	**1**	**25**
Toplam	**1**	**100**	**3**	**100**	**4**	**100**

Tarama sonucunda araştırmaya dâhil edilen tezlerin sayfa sayıları Tablo 3.25'de belirtilmiştir. Bu kapsamda; 3 doktora tezinin %33,3'ü 151-300 sayfa, %33,3'ü 301-450, %33,3'ü 451-600 sayfa aralığında bulunmaktadır.1 adet yüksek lisans tezinin ise 0-150 sayfa aralığında olduğu görülmektedir.

3.2.5.7. Tezlerin Yayımlandıkları Ana Bilim Dallarına Göre Dağılımı

Ulusal Tez Merkezi veri tabanından erişilen 4 lisansüstü tezin yayımlandıkları ana bilim dallarına göre dağılımının analiz edilmiştir. Doktora ve yüksek lisans tezlerinin 2 ana bilim dalına göre sayısal ve oransal dağılımı analiz edilmiştir.

Tablo 3.26. Tezlerin Yayımlandıkları Ana Bilim Dallarına Göre Dağılımı Tablosu

Ana Bilim Dalı	Yüksek Lisans		Doktora		Toplam	
	N	*%*	*n*	*%*	*n*	*%*
Halkla İlişkiler ve Tanıtım	1	100	2	66,6	3	75
Medya ve İletişim Çalışmaları	-	-	1	33,3	1	25
Toplam	1	100	3	100	4	100

Tablo 3.26'da kamu diplomasisi ve ülke imajı konulu yüksek lisans ve doktora tezlerinin yayımlandıkları ana bilim dallarına göre dağılımı verilmiştir. Tarama sonucunda ulaşılan 4 tezin 3 tanesi (%75) Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı'nda, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı alanında yazılan 3 tezin ise 2 tanesi doktora 1 tanesi yüksek lisans tezi olduğu tespit edilmiştir. (%25) Medya ve İletişim çalışmaları Ana Bilim Dalı'nda ise 1 tane doktora çalışması yapıldığı görülmektedir.

3.2.5.8. Tezlerin Yayımlandıkları Üniversitelere Göre Dağılımı

Ulusal Tez Merkezi veri tabanından erişilen 4 lisansüstü tezin yayımlandıkları üniversitelere ilişkin dağılımı gösterilmiştir. Doktora ve yüksek lisans tezlerinin 3 üniversiteye göre sayısal ve oransal dağılımı analiz edilmiştir.

Tablo 3.27. Tezlerin Yayımlandıkları Üniversitelere Göre Dağılımı Tablosu

Üniversite	**Yüksek Lisans**		**Doktora**		**Toplam**	
	n	***%***	***n***	***%***	***n***	***%***
Ankara Hacı Bayram Veli	1	100	1	33,3	2	50
İstanbul Ticaret Üniversitesi	-	-	1	33,3	1	25
Erciyes Üniversitesi	-	-	1	33,3	1	25
Toplam	1	100	3	100	4	100

Tarama sonucunda ulaşılan tezlerin üniversitelere göre dağılımı Tablo ’da görülmektedir. Kamu diplomasisi ve ülke imajı konulu lisansüstü tezlerinin çoğunluğunun Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesinde hazırlandığı görülmektedir. 1’i doktora, 1’i yüksek lisans olmak üzere toplam 2 tez mevuttur. İstanbul Ticaret Üniversitesi 1 doktora, Erciyes Üniversitesi’nin ise 1 doktora tez çalışması bulunmaktadır.

3.2.5.9. Tezlerin Danışman Unvanlarına Göre Dağılımı

Ulusal Tez Merkezi veri tabanından erişilen 4 lisansüstü tezin danışman unvanlarına ilişkin dağılımı gösterilmiştir. Doktora ve yüksek lisans tezlerinin profesör ve doçent doktor unvanlarına göre dağılımı sayısal ve oransal olarak analiz edilmiştir.

Tablo 3.28. Tezlerin Danışman Unvanlarına Göre Dağılımı Tablosu

Danışman	**Yüksek Lisans**		**Doktora**		**Toplam**	
	N	***%***	***n***	***%***	***n***	***%***
Doç.Dr.	-	-	1	33,3	1	25
Prof.	1	100	2	66,6	3	75
Toplam	1	100	3	100	4	100

Lisansüstü tezlerin danışman unvanlarına ilişkin dağılımı Tablo 3.28'de görülmektedir. Söz konusu tablo kapsamında doktora tezinden 2'i (%66,6) profesör ve 1'i (%33,3) doçent unvanlı öğretim üyeleri tarafından danışmanlık yapılmıştır. 1adet bulunan Yüksek lisans tezi ise profesör unvanına sahip olan öğretim üyesi tarafından danışmanlık yapılmıştır.

3.2.5.10. Tezlerde Kullanılan Veri Toplama Teknikleri

Ulusal Tez Merkezi veri tabanından erişilen 4 lisansüstü tezde kullanılan veri toplama tekniklerine ilişkin dağılımı gösterilmiştir. Doktora ve yüksek lisans tezlerinin 4 tekniğe ilişkin sayısal ve oransal dağılımı analiz edilmiştir.

Tablo 3.29. Tezlerde Kullanılan Veri Toplama Teknikleri Tablosu

Veri Toplama Tekniği	**Yüksek Lisans**		**Doktora**		**TOPLAM**	
	n	***%***	***n***	***%***	***n***	***%***
İçerik Analizi	1	100	-	-	1	25
Anket	-	-	1	33,3	1	25
Derinlemesine Mülakat	-	-	1	33,3	1	25
Görüşme	-	-	1	33,3	1	25
TOPLAM	1	100	3	100	4	100

Tarama sonucunda erişilen tezlerin veri toplama tekniklerine ilişkin dağılım tablo 3.29'da gösterilmiştir. Tabloya göre 3 doktora tezinin 1tanesi, (%33,3) anket çalışması, 1'i görüşme (%33,3)ve 1'i görüşme (33,3), 1 yüksek lisans tezinin ise içerik analizi metodolojisi kullanılmıştır.

SONUÇ

Kamu diplomasisi, diplomasi ve iletişim alanının kesiştiği en önemli kavramlardan olan uluslararası halkla ilişkilerin de en etkili uygulama alanlarından biridir. Kamu diplomasisi, bir devletin kendi ideallerini, hedeflerini ve siyaset anlayışını yabancı ülkelere, farklı kültürlere anlatma amacını taşıyan faaliyetlerin tamamını ifade eden bir iletişim süreci olarak ifade edilmektedir.

Diplomasi olgusu yalnızca ülkelerarası ilişkileri tanımlarken çok boyutlu yapısıyla kamu diplomasisi farklı devletlerin kendilerini etkileme sürecini de tanımlamaktadır. Kamu diplomasisi sürecinde sadece alanında uzman kişiler aktifken diplomasi alanında sadece devletlerin dış politika uzmanları ve diplomatları faaliyet gerçekleştirmektedir.

Diplomasi birden çok devletin birbiriyle olan ilişkilerini ifade ederken kamu diplomasisi devletin ve halkın farklı ülkelerin bireyleriyle olan ilişkisini ifade etmektedir. Kamu diplomasisinin ulus markalama, halkla ilişkiler ve stratejik iletişim faaliyetleri ile birlikte çalışması geleneksel diplomasinin önüne geçirmiştir. Çünkü artık yabancı kamuoylarını etkilemek, algı yönetimi yapabilmek, hedef kitleleri yönetmek uluslararası ilişkilerde öncül hale gelmiştir. Ciddi kayıpların yaşandığı Birinci ve İkinci Dünya Savaşının ardından devletlerin artık savaşmak istememeleri beraberinde kamu diplomasisi uygulamaları Soğuk Savaş ile birlikte önem kazanmıştır. Bununla birlikte yumuşak güç, sert güç gibi kavramlar uluslararası ilişkiler literatüründe önem verilen ve üzerinde ısrarla durulan analiz alanları haline gelmiştir.

Başarılı bir kamu diplomasisi yönetiminde, kamu diplomasisi uygulamaları birden fazla şekilde gerçekleşebilir. Gilboa (2021), kamu diplomasisinin henüz kendi sınırları ve teorik çerçevesi tam olarak belirlenmemiş bir alan olduğunu ifade etmektedir. Genel olarak dış kamulara yönelmiş olmakla birlikte ülkelerin kendi iç kamularını da kapsam alanına alabilmektedir. Tek yönlü olma durumuyla sadece bilgi vermek ve ikna etmeyi barındırabileceği gibi çift yönlü olarak diyalog amaçlanarak da uygulanabilmektedir. Yalnızca bir ülkeye yönelik olabilme ihtimali gibi, birden fazla ülkeye yönelik olarak da gerçekleştirilebilir (Szondi, 2008: 6). Fakat göz önünde olmayı amaçlayan, bütün bu yaklaşımların ülkelerin ulusal anlamda kendilerine yarar sağlayacak hizmet etmeyi amaçladığı ve sonucunda fikirlerine daha çok destek sağlayarak uluslararası düzlemde

etkilerini yönelme durumudur. Dolasıyla imaj oluşturma süreçleriyle de doğrudan ilintili olduğu görülmektedir.

Çalışma kapsamında kamu diplomasisi ve ülke imajı konulu Web of Science veri tabanı kullanılarak elde edilen veriler ve Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Ulusal Tez Merkezi'nde erişilebilen çalışmaların bibliyometrik analizi gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında Web of Science veri tabanında 2000-2025 yılları arasında erişilebilen çalışmalar ve Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi'nden erişilebilen 4 lisansüstü tez dâhil edilmiştir.

Web of Science veri tabanında kamu diplomasisi ve ülke imajı konulu 416 çalışmaya erişim sağlanmıştır. Erişim sağlanan çalışmalar Amerika, Avrupa, Asya, Afrika ve Avustralya olmak üzere kıtalarına göre ayrılmıştır.

Erişilen çalışmaların kıtalara göre ayrılması sonucunda; Kamu diplomasisi ve Ülke İmajı konulu çalışmaların Amerika Kıtasında 136, Avrupa Kıtasında 157, Asya Kıtasında 89, Afrika Kıtasında 7 ve Avustralya Kıtası'nda ise 20 çalışmanın olduğu görülmektedir. Erişim sağlanan çalışmalar içerisinden 382 makalenin tamamının analizi gerçekleştirilmiştir.

Çalışma kapsamı oluşturulurken kullanılmış olan bibliyometrik analizler, mevcut durumun ortaya konması, ilgili alanın sistematik bir şekilde taranarak derlenmesi ve bilimsel verimlilik durumu ile ilgili alana yönelik olarak geniş bir bakış açısı sunarak ilgili alana yarar sağlayacağı düşünülmektedir.

Kıtalarda hazırlanan çalışmaların doküman analizi incelendiğinde; Amerika Kıtası'nda hazırlanan ilk çalışmaların 2005 yılında ve diğer kıtalara nispeten daha eski yıllarda yapıldığı ve bu kıta üzerinde kamu diplomasisi ve ülke imajı konularına daha fazla önem verildiği görülmektedir. Bu duruma kavramın ilk ortaya çıkış yeri Amerika olması önem taşımaktadır. Amerika Kıtası'nda hazırlanan dokümanların atıf sayılarının yüksek olduğu ve çalışmaların birbirleriyle bağlantılarının ise çok yüksek olmadığı görülmektedir. Amerika Birleşik Devletleri'nin literatürdeki baskın konumu, bu ülkenin kültürel, ekonomik ve siyasi yumuşak güç stratejilerine yaptığı yatırımları ve bu stratejilerin akademik literatüre yansımalarını yansıtmaktadır (Zubair, 2023). Bu durumu analiz sonucunu destekleyecek niteliktedir. Avrupa Kıtası'nda ise hazırlanan dokümanların atıf sayılarının ve toplam bağlantılarının daha az olduğu görülmektedir.

Avrupa Kıtası'nda hazırlanan çalışmaların başlangıç yılı ise 2015 olarak görülmektedir. Bu durumdan hareketle Avrupa Kıtası, Amerika Kıtasına nispeten kamu diplomasisi ve ülke imajı konularında daha sonra yıllarda çalışmalar yaptığı görülmektedir. Asya Kıtası'nın doküman analizi incelendiğinde; ilk dokümanların yayın yılının ortalama olarak 2013 yılında olduğu ve Asya Kıtası'nın da Avrupa Kıtası dokümanları gibi atıf sayılarının yüksek olduğu görülmektedir. Asya Kıtası dokümanlarının atıf sayıları ve toplam bağlantı güçlerinin Avrupa Kıtası'ndan daha az olduğu görülmektedir. Afrika Kıtası doküman analizinde ise dokümanların atıf sayılarının bir hayli az olduğu sadece bir yazarın atıf sayısı çok yüksek diğerleri ise çok düşük ve Afrika Kıtası dokümanlarının yayın yılı başlangıcının 2010 olduğu fakat dokümanların ağırlıklı olarak 2020 yılı ve sonrasında toplandığı görülmektedir. Yapılan analizin son kıtası konumunda olan Avustralya Kıtası doküman analizi incelendiğinde dokümanların atıf sayılarının ortalama düzeyde olduğu, fakat yapılan ilk çalışmaların 2014 yılına ait olduğu görülmektedir. Çalışmaların başlangıç yıllarında ülkelerin gelişmişlik düzeylerinin etkili olduğu görülmektedir.

Kamu diplomasisi ve ülke imajı konulu çalışmaların anahtar kelime analizi incelendiğinde; Amerika Kıtası'nda hazırlanan çalışmaların public diplomacy (kamu diplomasisi), soft power (yumuşak güç), nation branding (ulus markalaşması), country ımage (ülke imajı) ve sports diplomacy (spor diplomasisi) etrafında yoğunlaştığı görülmektedir. Covid-19, cultural diplomacy (kültürel diplomasi), South Korea (Güney Kore) ve China (Çin) anahtar kelimelerinin de ön planda olduğu görülmektedir. Amerika Kıtası'nda hazırlanan çalışmaların anahtar kelimelerinin yıllara göre dağılımında ise public diplomacy (kamu diplomasisi), soft power (yumuşak güç), country image (ülke imajı) ve anahtar kelimelerinin ortalama 2018-2019 yılları arasında kullanıldığı görülmektedir. Nation branding (ulus markalaşması), sports diplomacy (spor diplomasisi), digital diplomacy (dijital diplomasi), covid 19 anahtar kelimelerinin ise 2020 yılı sonrasında Amerika Kıtası'nda yoğun olarak kullanıldığı görülmektedir.

Avrupa Kıtası'nda hazırlanan çalışmaların anahtar kelimeleri analiz edildiğinde; public diplomacy (kamu diplomasisi), country image (ülke imajı), nation branding(ulus markalaşması), soft power(yumuşak güç) anahtar kelimelerinin Avrupa Kıtası'nda en çok kullanılan anahtar kelimeler olarak görülmektedir. Cultural diplomacy (kültürel diplomasi), china (çin), russia (rusya), social media (sosyal medya) anahtar kelimelerinin

araştırmalara dâhil edilmiştir. Avrupa Kıtası'nda hazırlanan çalışmaların anahtar kelimelerinin yıllara göre dağılımında ise ortalama başlangıç yılı 2017 olarak görülmektedir. 2017-2018 yılları arasında bulunan anahtar kelimeler; cultural diplomacy (kültürel diplomasi), nation branding (ulus markalaşması), China (Çin), public relations (halkla ilişkiler) ve country image (ülke imajı) daha eski yıllarda görülmekte anahtar kelimeleri ilk olarak kullanılan kelimelerdir.

Asya Kıtası'nda hazırlanmış olan çalışmaların anahtar kelimelerinin analizi sonucunda, public diplomacy (kamu diplomasisi), China (Çin), country image (ülke imajı) ve soft power (yumuşak güç) anahtar kelimeleri ön plana çıkmaktadır. Fakat Asya Kıtası'nda foreign policy (dış politika), science diplomacy (bilim diplomasisi) anahtar kelimeleri diğer kıtalardan farklı olarak görülmektedir. Public diplomacy (kamu diplomasisi), China (Çin), country image (ülke imajı) ve soft power (yumuşak güç) 2019 yılı sonrasında çalışmalara konu olduğu görülmektir. Anahtar kelimelerin yıllara göre dağılımında 2019-2022 yılları arasında olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

Afrika Kıtası'nda hazırlanan çalışmaların anahtar kelimeleri incelendiğinde ilk sırada yine public diplomacy (kamu diplomasisi) anahtar kelimesinin olduğu görülmektedir. Fakat Afrika Kıtası'nda hazırlanan çalışmaların anahtar kelimelerinde dikkat çeken bazı kelimeler görülmektedir. Bunlar: image building (imaj oluşturma), media broker diplomacy (medya komisyoncusu Diplomasisi) anahtar kelimeleridir. Afrika Kıtası'nda hazırlanan çalışmaların anahtar kelimelerinin yıllara göre dağılıma bakıldığı zaman özellikle China (Çin), China model (Çin Modeli), China-Afrika public relations (Çin-Afrika halkla ilişkiler), Chinise global leadership (Çin'in küresel liderliği), diplomacy (diplomasi), foreign policy (dış politika), image building (imaj oluşturma) ve international public perception (uluslararası kamuoyu algısı) anahtar kelimelerinin 2022 yılı ve sonrasında araştırmalara konu edildiği görülmektedir. Bu durumdan hareketle daha az gelişmiş olan kıta ülkelerinin ülke imajı kavramına daha az önem verdiği ve araştırmalarına dâhil etmediği görülmektedir.

Avustralya Kıtası'nda hazırlanan çalışmaların anahtar kelimelerinin analizi sonucunda; public diplomacy (kamu diplomasisi), soft power (yumuşak güç), Asia (Asya) ve place branding (yer markalama) anahtar kelimeleri en fazla kullanılan anahtar kelimeler olarak görülmekte ve Russia (Rusya), Trump, trust (güven), South Korea

(Güney Kore), public opinion (kamuoyu) ve US Foreign Policy (ABD Dış Politikası) anahtar kelimeleri de Avustralya Kıtası'nda hazırlanan araştırmaların konu başlıkları olarak görülmekte ve bu durumdan hareketle kamuların tutumlarınına önem verildiği sonucuna ulaşılmaktadır.

Anahtar kelime analizi incelendiğinde yıllar içerinde kavramlarda değişim yaşandığı görülmektedir. Bunun nedeni globalleşen dünya ve yumuşak güç çalışmalarının artmasına neden olan olaylardır. Gelişen dünya ile iletişim araçlarında yaşanan değişim, ülkelerin kamu diplomasisi alanında yapmış oldukları faaliyetlerinde de yenilikler sağlamıştır. Örneğin Çin' in 2004 yılında Konfüçyüs Enstitüsü ile yumuşak güç çalışmalarının artması, dünyayı etkileyen Arap Baharı gibi olayların vuku bulması ile 2010' lu yıllarda dünyada dijital diplomasinin kullanılmaya başlanması, sosyal medya aracı Facebook'un yoğunlukla kulllanıldığı bir dönem olmuştur. Medyanın kamu diplomasisindeki rolü, literatürde önemli bir yer tutmaktadır. Entman (2008), kamu diplomasisini, hükümetlerin yabancı medya kanalları üzerindeki söylem çerçevelerini kontrol etme çabası olarak tanımlar. Son yıllarda, dijital diplomasi ve sosyal medya kamu diplomasisinin önemli bir unsuru haline gelmiştir.

Çalışmada yapılan analizler neticesinde ilk yıllarda kavram olarak kamu diplomasisi kavramı hâkim iken yıllar içerisinde birçok kavramla bağlantılı olarak yeni kavramlar kullanılmaya başlanmıştır. Söz konusu kavramların yumuşak güç, ulus markalama, imaj oluşturma, dış politika, bilim diplomasisi, sağlık diplomasisi, kültürel diplomasi olduğu görülmektedir. Daha önce yapılmış olan "Kamu Diplomasisi Literatürünün Bibliyometrik Analizi: Teorik Çerçeve ve Akademik Eğilimler" adlı çalışmada; özellikle ABD, Çin Halk Cumhuriyeti, Güney Kore gibi ülkeler, küresel sahnedeki stratejik rollerini güçlendirmek için kamu diplomasisine yönelik akademik çalışmalara odaklanmış sonucuna ulaşılmıştır (Kılavuz, 2024). Çin'in artan ekonomik gücünü kültürel diplomasi yoluyla desteklemesi ve Güney Kore'nin K-Pop, K-Drama gibi kültürel ihracatlarla uluslararası imajını güçlendirmesi (Kim & Akıllı, 2023; Suratmi, 2024), bu stratejilerin literatürdeki yansımalarına örnek teşkil etmektedir. Çalışma kapsamında yapılan analizler sonucunda kıtalarda kullanılan anahtar kelimeler, doküman sayılarının fazla olması, yazarların ve ülkelerin atıf sayıları incelendiğinde Güney Kore, Çin ve ABD gibi ülkelerin akademik çalışmalarda fazlaca yer alması analiz sonuçları ile literatürü destekleyecek niteliktedir.

Amerika, Avrupa, Asya, Afrika ve Avustralya Kıtaları ’nda hazırlanan çalışmaların yazar atıf analizi sonucunda Avrupa Kıtası’nda hazırlanan çalışmaların yazarlarının diğer kıtalara göre fazla olduğu görülmektedir. Avrupa Kıtası’nda hazırlanan çalışmaların daha eski yıllara dayanması, atıf sayısının fazla olmasını desteklediği görülmektedir. Yazarların atıf sayılarına göre Amerika Kıtası en fazla atıfa sahip olan ikinci kıta durumundadır. Üçüncü sırada ise Avusturalya Kıtası bulunmaktadır. Asya Kıtası dördüncü ve son olarak Afrika Kıtası ise beş ve sonuncu sırada olduğu görülmektedir. Ülkelerde hazırlanan çalışmaların güvenilirliği, eski yıllara dayanması bu çalışmaların yazarlarının atıf sayılarını doğrudan etkilemektedir. Afrika Kıtası’nda hazırlanan çalışmalar çok eskiye dayanmaması ve çalışma sayısının fazla olmaması nedeniyle yazarların atıf sayılarının az olduğu görülmektedir. Amerika, Asya ve Avrupa Kıtaları ‘nda hazırlanan çalışmaların sayısının fazla olması ve bununla birlikte çalışmaların eski yıllara dayanması yazarların atıf sayılarına pozitif yönde katkı sağlamıştır.

Web of Science veri tabanı vasıtasıyla erişim sağlanan çalışmaların ülkelere göre atıf durumunun analizi sonucunda, Amerika Kıtası’nda hazırlanan çalışmaların atıflarının en fazla Amerika Birleşik Devletleri’ne yapıldığı görülmektedir. İkinci sırada Güney Kore bulunmaktadır. Amerika Kıtası’nda hazırlana çalışmaların atıf durumu ağırlıklı olarak Amerika Birleşik Devletleri’ne yapılmasına rağmen İsviçre, Norveç ve Kanada ülkelerine de atıf sayılarının yüksek olduğu ve Amerika Kıtası ülkeleri dışında ülkelere de yoğun olarak atıf yapıldığı sonucuna ulaşılmaktadır.

Avrupa Kıtası’nda hazırlanan çalışmaların ülke atıf durumu dağılımına göre, İsviçre en fazla atıf yapılan ülke durumundadır. Avrupa ülkeleri dışında bulunan Amerika ve İngiltere İsviçre’yi takip etmektedir. Dördüncü sırada ise Norveç olduğu görülmektedir.

Asya Kıtası ülke atıf analizi sonucunda, Çin, İsrail ve Singapur en fazla atıf yapılan ülke konumundadır. Asya Kıtası’nın ülke atıf durumunda yoğun olarak yine Asya Kıta ülkelerinin yer aldığı görülmektedir.

Afrika Kıtası çalışmalarının ülke atıf durumu dağılımı sonucunda; ilk sırada Fiji ülkesi görülmektedir. İkinci sırada Gana yer almaktadır. Mısır ve Etiyopya Afrika kıtaları içerisinde yer alan ve dokümanı bulunup atıp ve diğer ülkelerle bağlantısı olmayan ülkeler olarak bulunmaktadır.

Avustralya Kıtası ülke atıf analizi doğrultusunda Avustralya'nın en fazla atıfa sahip olduğu görülmektedir. İkinci sırada Amerika ve üçüncü sırada ise Japonya Devletleri yer almaktadır. Daha önce literatürde kıtalara göre yapılan bilimsel çalışma sonucunda "Web of Science Veri Tabanında Örgütsel Değişim Alanında Yapılan Araştırmaların Bibliyometrik Analizi" adlı çalışma yapılmış (Demir, 2025) daha geniş bir akademik ağ oluşturacak şekilde diğer kurumlarla ortak projeler yürütmeleri önerisiyle beraber Asya, Afrika ve Latin Amerika'daki kurumlar arasında yeni bölgesel araştırma merkezleri kurulabilir sonucuna ulaşılmıştır. Yapılan analizler neticesinde Afrika Kıtası'na ilişkin araştırma soruları ele alındığında (doküman, anahtar kelime, yazar-atıf-ülke atıf) sonuncu sırada yer aldığı görülmektedir. Yapılan çalışmanın literatürü destekleyecek nitelikte olduğu öngörülmektedir.

Kamu diplomasisi ve ülke imajı konulu Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi'nden erişilen tezlerin türlerine göre dağılımı incelendiğinde en fazla tezin yüksek lisans tezi olduğu görülmektedir. Erişilen lisansüstü tezlerin %25'i yüksek lisans, %75'i doktora tezidir.

Analize dâhil edilen tezlerin erişilebilirlik durumu analiz edildiğinde doktora ve yüksek lisans tezlerinin %100'ünün erişime açık olduğu görülmektedir. Araştırma kapsamında Tez Merkezi'nden erişilen ve araştırmaya dâhil edilen tezlerin tamamının erişime açık olduğu görülmektedir.

Erişilen tezlerin yazıldıkları dillere göre dağılımı analizi sonucunda yüksek lisans ve doktora tezlerinin tamamının Türkçe yazıldığı görülmektedir.

Analiz kapsamında lisansüstü tezlerin yazıldıkları yıllara göre dağılımı sonucunda ilk doktora tezinin 2016 yılında yazıldığı görülmektedir. Son olarak ise 2024 yılında doktora tezi yazılmıştır. Yüksek lisans tezi ise ilk ve tek olarak 2021 yılında yazılmıştır.

Araştırmaya dahil edilen lisansüstü tezlerin sayfa sayılarının analizi sonucunda 0-150 sayfa aralığında 1 yüksek lisans tezinin olduğu ve 151-300 sayfa aralığında 1 doktora tezinin olduğu görülmektedir. 301-450 sayfa aralığında 1 doktora tezinin olduğu, 451-600 sayfa aralığında 1 doktora tezinin olduğu görülmektedir.

Lisansüstü tezlerin Ana Bilim Dallarına göre dağılımının analizi sonucunda en fazla Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalında lisansüstü tezlerinin hazırlandığı görülmektedir. Daha sonra Medya ve İletişim Çalışmaları Ana Bilim Dalı lisansüstü

tezlerin hazırlandığı görülmektedir. Doktora tezlerinin %66,6'sı Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalında hazırlanmıştır. Yüksek lisans tezlerinin de 1 tanesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalında hazırlanmıştır. Doktora tezlerinin %33,3'ü, Medya Ve İletişim Çalışmaları Ana Bilim Dalı'nda hazırlandığı saptanmıştır.

Çalışma kapsamında analize dâhil edilen lisansüstü tezlerin yayımlandıkları üniversitelere göre dağılımı sonucunda,4 çalışma içerisinde bulunun 1 yüksek lisans çalışması Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi'nde yayımlandığı görülmektedir. 3 adet doktora tezi çalışmasının 1 tanesi Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi'nde, 1 tanesi İstanbul Ticaret Üniversitesi, son çalışma ise Erciyes Üniversitesi'nde yayınlandığı saptanmıştır.

Erişilen lisansüstü tezlerin danışman unvanlarına ilişkin analiz sonucunda doktora tezlerinin %75'i Prof. Dr. unvanına sahipken %25'i Doç. Dr. Unvanına sahiptir. Doç. Dr. unvanına sahip danışman 1adet (33,3) doktora tezi bulunmaktadır. Prof. Dr. unvanı ise %75 olarak analiz edilmiştir. Bu unvana sahip danışmanı buluna bir yüksek lisans 2 adet ise doktora çalışması olduğu saptanmıştır.

Araştırma kapsamında analiz edilen lisansüstü tezlerde kullanılan veri toplama teknikleri dağılımı ise; yüksek lisans çalışması olarak bir adet çalışma bulunmakta ve veri toplama tekniği olarak içerik analizi tekniği kullanılmıştır. Doktora tezi olarak ise 3 adet çalışma bulunmakta ve anket tekniği 1,derinlemesine mülakat tekniği 1 ve görüşme tekniği de 1 kez kullanıldığı saptanmıştır.

Tez çalışması kapsamında kamu diplomasisi ve ülke imajı konulu Web of Science veri tabanından erişilen çalışmalar ve Ulusal Tez Merkezi'nden erişilen lisansüstü tezler için bibliyometrik analiz gerçekleştirilmiştir. Böylelikle Kamu Diplomasisi ve Ülke İmajı konusunda hazırlanan çalışmaların bibliyometrik analiz ile değerlendirilmesi, belirlenen konularda ortak genel bir bakış açısının ortaya çıkarılması ve bu konularda genel bir görünümün ortaya konulması hedeflenmiştir. Kamu Diplomasisi ve ülke imajı konularının ülkelere göre dağılımı, araştırmalara konu edilme yılları, ülke ve yazarların atıf durumları, hazırlanan lisansüstü tezlerin dil, yıl, sayfa sayısı, danışman unvanı, türleri, erişilebilirlik durumu, ana bilim dalları ve yayımlandıkları üniversiteler ile ilgili dağılımını ortaya koyabilmek için önemli bir analizdir. Bu durumla beraber, Dünya'da

hangi kıtalarda hangi konular üzerinde daha çok çalışılmış veya çalışılmamış olduğu hakkında araştırmacılara bilgi sunabilmesi açısından önem taşımaktadır.

Bu çalışmadan sonra kamu diplomasisi ve ülke imajı konularıyla ilgili yapılmak istenen çalışmalar, sadece Web of Science veri tabanından erişilen çalışmalar ve Ulusal Tez Merkezi'nden erişilen lisansüstü çalışmalar incelenmeyip, farklı veri tabanları da analize dâhil edilerek uluslararası alanda daha fazla çalışmaya erişilip, kaynakların artırılarak çalışmanın kapsamının genişletilerek yenilenmesi, farklı yayınların analize dâhil edilerek çeşitliliğinin artırılması, elde edilen verilerin farklı kriterlerle analiz edilerek daha detaylı ve yapılan bu çalışmadan daha kapsamlı bir analiz gerçekleştirilebilir.

Kamu diplomasisi ve ülke imajı konularında analiz edilen kriterlerin çeşitlendirilmesi sonucunda yapılan çalışmalarda ihmal edilen hususlar hakkında detaylı bilgi elde edilebilir. Ülkelerin bu konulara vermiş olduğu önemin, yıllar sonra yapılacak çalışmalar ile karşılaştırılması sonucu mevcut durumu ile geçmişte olan durumu hakkında bilgi sağlayabilir. Tespit sonucunda alana ait çeşitliliğin ve gelişimin artırılması için öneride bulunulabilir. Yapılan çalışmanın bundan sonraki yapılacak olan Kamu Diplomasisi ve Ülke İmajı konularındaki çalışmalara literatürün durumu hakkında bilgi sağlaması ve çalışma yapmak isteyen araştırmacılara yol gösterici olarak literatüre fayda saylayacağı değerlendirilmektedir. Her çalışmada olduğu gibi bu çalışmanın da birtakım kısıtları bulunmaktadır. Öncelikle çalışma sadece Web of Science veri tabanında yer alan kamu diplomasisi ve ülke imajı konulu makaleleri ve Türkiye'de yayınlanmış olan kamu diplomasisi ve ülke imajı konulu ulusal tez veri merkezinde yer alan çalışmaları içermektedir. Bu durum, diğer akademik veri tabanlarında örneğin Scopus, Google Scholar) bulunan kamu diplomasisi literatürünü içermediğinden dolayı veri setinin kapsayıcılığını sınırlamaktadır. Bibliyometrik analiz, literatüre genel bir bakış açısı ile bakmamıza yardımcı olduğu için (Tosun &Yıldız, 2021), kamu diplomasisi ve ülke imajı literatürünün gruplarını belirlemede etkili olsa da her bir kavramın derinlemesine incelenmesini sağlamamaktadır. Özellikle belirli gruplar, teorik veya metodolojik derinlik yerine doküman analizi, anahtar kelime, yazar atıf ve ülke atıf sınıflandırmasıyla yüzeysel bir şekilde ele alınmıştır. Çalışmada globalleşmenin etkileri ele alınsa da yapay zekâ büyük veri ve blok zinciri gibi teknolojilerin kamu diplomasisi ve ülke imajı üzerindeki etkilerine dair yeterince detaylı bir değerlendirme yapılamamıştır. Analiz,

literatürdeki bölgesel eşitsizliklere işaret etmekle birlikte, Afrika gibi temsil edilme durumunun az olduğu bölgelerin neden bu alanda geri kaldığına dair daha ayrıntılı bir açıklama sunmamaktadır. Çalışma, bibliyometrik analize dayalı olduğu için deneysel verilere dayalı çıkarımlarda bulunamamaktadır.

Bundan sonraki çalışmalarda, kamu diplomasisi ve ülke imajı konularında analiz edilen kriterlerin çeşitlendirilmesi sonucunda yapılan çalışmalarda ihmal edilen hususlar hakkında detaylı bilgi elde edilebilir. Ülkelerin bu konulara vermiş olduğu önemin, yıllar sonra yapılacak çalışmalar ile karşılaştırılması sonucu mevcut durumu ile geçmişte olan durumu hakkında bilgi sağlayabilir. Tespit sonucunda alana ait çeşitliliğin ve gelişimin artırılması için öneride bulunulabilir. Scopus, Google Scholar ve ulusal akademik veri tabanları gibi farklı kaynaklardan veri toplanarak literatür kapsamı genişletilebilir. Yapılan çalışmanın bundan sonraki yapılacak olan kamu diplomasisi ve ülke imajı konularındaki çalışmalara literatürün durumu hakkında bilgi sağlaması ve çalışma yapmak isteyen araştırmacılara yol gösterici olarak literatüre fayda saylayacağı değerlendirilmektedir.

KAYNAKÇA

Akçadağ, E. (2014). *Dünya'da ve Türkiye'de Kamu Diplomasisi*, TASAM Kamu Diplomasisi Enstitüsü, 1-25, https://www.kamudiplomasisi.org/pdf/emineakcadag.pdf

Akın, M. A. (2018). *Kamu Diplomasisi Aracı Olarak Ulus Markalama: Turquality Örneği.* (Doktora Tezi). İstanbul: İstanbul Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı.

Alemdar, A. (2018). *Kültürel Diplomasi: Almanya ve Türkiye Örneği.* (Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Hacettepe Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü, Türkiyat Araştırmaları Anabilim Dalı.

Anholt, S. (2006) *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions.* London: Palgrave Macmillan.

Anıl, S. (2021). *Türkiye'nin Suriyeli Sığınmacıları Kabulünün Ülke İmajına Etkisi.* (Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bilim Dalı.

Ateşoğlu, İ. & Türker, A. (2014). "Tatil Yeri Seçiminde Ülke İmajının Turistin Risk Algısı Üzerine Etkisi". *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 6(2), 9-28.

Aydemir, E. (2016). *Dış Politikada Yumuşak Güç ve Medya*. İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Aydınalp, G. I. (2014). *Halkla İlişkilerde İmaj Yönetimi, İmaj Üretimi.* Nobel Yayınları, Ankara.

Balçıner, O. (2019). "Bir Yumuşak Güç Aracı Olarak Ulus Markalama: Almanya ve Türkiye Ulus Markalarının Değerlendirilmesi". *ARHUSS,* (2019), 2(2), 65-87.

Baykasoğlu, A. Dereli, T. Sönmez, A. İ. Yağcı, E. (2004). "İmaj Yönetimi". *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), 3-18.

Becerikli, S. (2005). *Uluslararası Halkla İlişkiler*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım

Bostancı, M. (2012). *Kamu Diplomasisinde Medyanın Rolü ve Önemi*. İstanbul: Anahtar Yayıncılık

Boztepe, H. (2014). *Halkla İlişkiler ve İlişki Yönetimi*. İstanbul: Derin Yayınları.

Budak, M. M. (2022). "Kamu Diplomasisi ve Dijital İletişim". *Erciyes İletişim Dergisi*, *9*(1), 317-335.

Buhmann, A. & Ingenhoff, D. (2015). "Advancing The Country İmage Construct From A Public Relations Perspective". *Management*, 19(1), 62-80.

Buhmann, A.(2016). *Measuring Country Image.* Springer Fachmedien Wiesbaden.

Cull, N. J. (2008). "Public Diplomacy before Gullion: The Evolution of a Phrase", *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, Snow N. & Taylor P. M. (Ed.), Routledge.

Cull, N. J. (2009). *Public Diplomacy: Lessons from the Past*. Los Angeles, CA: Figueroa Press.

Demir, N.(2025). *Web of Science Veritabanında Örgütsel Değişim Alanında Yapılan Araştırmaların Bibliyometrik Analizi.* (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Bahçeşehir Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı

Demir, V. (2012). *Kamu Diplomasisi ve Yumuşak Güç*. İstanbul: Beta.

Doğan, E. (2012). *Kamu Diplomasisi*, Ed. Özkan- Öztürk, İstanbul: TASAM Yayınları.

Ekşi, M. (2014). *Kamu Diplomasisi ve Ak Parti Dönemi Türk Dış Politikası*. Siyasal Kitabevi.

Erzen, M. Ü. (2012). *Kamu Diplomasisi*. İstanbul: Derin.

Fan, Y. (2010). "Branding the Nation: Towards a Better Understanding". *Place Branding and Public Diplomacy*, 6(2), 97-103, doi: 10.1057/pb.2010.16.

Gilboa, E. (2008). "Searching for a Theory Of Public Diplomacy". *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 55-77.

Gökırmak, Mert. "Afganistan: Bölgesel Rekabet ve Yeni Açılımlar". *Güvenlik Stratejileri Dergisi*, 7(13), 2011), 7-42.

Gönlübol, M. (2000). "Uluslararası Politika-İlkeler, Kavramlar, Kurumlar". (5. Baskı). Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları

Günek, A. (2011). *Ortadoğu Basını Örneğinde Türk Dış Politikasında Kamu Diplomasisi ve Yumuşak Güç Söylemi*. (Yüksek Lisans Tezi). Elâzığ: Fırat Üniversitesi İletişim Anabilim Dalı.

Iskit, S., Schlicker, A., Wessels, L., & Peeper, D. S. (2015). "Fra-1 is a Key Driver of Colon Cancer Metastasis and A Fra-1 Classifier Predicts Disease-free Survival". *Oncotarget*, *6*(41), 43146.

Karadağ, H. (2016). *Uluslararası İlişkilerde Yeni Bir Boyut Kamu Diplomasisi.* Ankara: Nobel Yayınları.

Kelley, J. R. (2009). *"Between "Take-offs" and "Crash Landings"- Situational Aspects of Public Diplomacy" Handbook of Public Diplomacy*. Nancy Snow and Philip M. Taylor (der.), Routledge.

Kılavuz, R. (2024). "Kamu Diplomasisi Literatürünün Bibliyometrik Analizi: Teorik Çerçeve ve Akademik Eğilimler". *Milli Kültür Araştırmaları Dergisi*, 8(2), 178-193.

Kocabıyık, H. (2019). "Değişen Diplomasi Anlayışı, Kamu Diplomasisi ve Türkiye". *Avrasya Etüdleri*, *55*(1), 163-196

Koçgündüz, M. L., (2011). "Ortadoğu'daki Ayaklanmalarda Bir Katalizör Olarak Al Jazeera ve Mısır Örneği", *Ortadoğu Analiz Dergisi*, 3(29), 84-90.

Koyuncu, S. (2018). "Temel Dinamikleri Bakımından Kamu Diplomasisi Yaklaşımları: Türkiye ve ABD". *Harsiyât-İlmî, Harsî ve İçtimaî Araştırmalar Dergisi*, 2(3), 12-30

Köksoy, E. (2015). "Kamu Diplomasisi Perspektifinden Ulus Markalaması". *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi,* (23), 42-61.

Kömür, G. (2020). "Yumuşak Güç Unsuru Olarak Kamu Diplomasisi". *International Journal of Politics and Security, 2*(3), 89-115.

Leonard, M. (2002). *Public Diplomacy*. London: Foreign Policy Center

Levy, S. J. (1999). *Brands, Consumers, Symbols and Research: Sidney J Levy on marketing*. Sage

Manheim, J. B. (1990). “Rites of Passage: The 1988 Seoul Olympics as Public Diplomacy”. *Western Political Quarterly*, *43*(2), 279-295.

Melissen, J. (2005). *Wielding Soft Power: The New Public Diplomacy* (p. 4). Netherlands: Netherlands Institute of International Relations, Clingendael.

Melissen, J. (2011). *Beyond The New Public Diplomacy.* Netherlands Institute of International Relations' Clingendael'.

Nagashima, A. (1970). “A Comparison Of Apanese And U.S. Sttitudes Toward Foreign Products”. *Journal of Marketing*, 34, 68-74.

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

Okumuş, M. (2017). “Kamu Diplomasisi”. *Uluslararası Halkla İlişkiler.* (pp.1), Erzurum: Atatürk Üniversitesi Açık öğretim Fakülte Kitabevi.

Okumuş, M., (2021). *Uluslararasi Stratejik İlişki Yönetimi Olarak Kamu Diplomasisi. Stratejik Halkla İlişkiler Yönetimi: Kavram, Kuram ve Uygulamalar* (ss.295-315), İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.

Onay, A. (2008). “Ülke Orijini Kavramı ve Ülke İmajı”. *Selçuk İletişim*, 5(2), 102-112.

Özdal, B. & Karaca, R. K. (2015). *Diplomasi Tarihi*, II. Bursa: Dora Yayınları.

Özdemir, Ş., & Karaca, Y. (2009). “Kent Markasi Ve Marka İmajinin Ölçümü: Afyonkarahisar Kenti İmaji Üzerine Bir Araştirma”. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, *11*(2), 113-134.

Özkan, A (2012). *Kamu Diplomasisi*. İstanbul: Tasam Yayınları

Özkan, A. (2009). *Halkla İlişkiler Yönetimi*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları.

Özkan, A. (2015). “Strategic Practices of Public Diplomacy Policies in Educational Field and Turkey's Potential for Cultural Diplomacy”. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, *176*, 35-43.

Özsöz, M. (2008). *Avrupa Birliği Türkiye’ye Karşı (mı?) Türkiye Avrupa Birliği’ne Karşı (mı?),* İstanbul: İktisadi Kalkınma Vakfı.

Öztürk, S. (2019). *Kamuda Halkla İlişkilerin Yeni Görünümü Kamu Diplomasisi: Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü Üzerinden Bir Değerlendirme.* (Yüksek Lisans

Tezi). Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı

Polat, S. ve Arslan, Y. (2015). *Örgütsel Yaşamda İmaj: İmaj Geliştirme ve Yönetimi*. Nobel Akademik Yayıncılık.

Polat, S., & Arslan, Y. (2017). "Uluslararası Öğrencilerin Üniversite Seçimini Etkileyen Etmenler". *Yükseköğretim Dergisi*, 7(2), 94-104.

Quelch, J., & Jocz, K. (2005). "Positioning the Nation-state". *Place Branding, 1*, 229-237.

Roth, M. S. & Romeo, J. B (1992). "Matching Product Category And Country Image Perceptions: A Framework For Managing Country-Of-Origin Effects". *Journal of International Business Studies,* 23, 477–497.

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

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

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

Szondı, G. (2008). *Public Diplomacy and Nation Branding. Clingendael*. Nederland Institute of International Relations

Şahin, M., & Çevik, B. S. (2015). *Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi* (No. 1305). Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Tic. Ltd. Şti.

Şentürk, T. (2018). „Ülke İmajı Araştırmalarında Ölçek Seçimi ve Kullanımı". *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 21(1), 78-91

Tolungüç, A. (1999). *Turizmde Tanıtma ve Reklam*. Ankara: Media Cat Yayınları.

Tuncer, H. (2005). *Eski ve Yeni Diplomasi.* Ankara: Ümit Yayıncılık, 4.Baskı

Türkal, İ., & Geçikli, F. (2012). "2012-2017 Yılları Arasında Yabancı Kaynaklı Makalelerde Stratejik Halkla İlişkiler Yönetimi". *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi, 9*(24), 283-307.

Ünal Erzen, M. (2012). "Kamu Diplomasisini kapsamı ve Geleceği", Abdullah Özkan ve Tuğçe Ersoy Öztürk, (Eds.) *Kamu Diplomasisi.* İstanbul: Tasam Yayınları.

Ünal, U. (2016). *Uluslararası Stratejik İletişim Yönetimi Olarak Kamu Diplomasisinin Ülke İmajına Etkileri [Türkiye'nin Kırgızistan'daki Kamu Diplomasisi ve Algısı Üzerinden]*. (Doktora Tezi). İstanbul: Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Medya ve İletişim Çalışmaları Anabilim Dalı.

Varol, A. (2019). *Tüm Boyutlarıyla Kurumsal Sosyal Sorumluluk*. İstanbul: Cinius Yayınları.

Yağmurlu, A.(2007). "Halkla İlişkiler Yöntemi Olarak Kamu Diplomasisi", *İletişim Araştırmaları Dergisi,* (5(1), 9-38.

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

Yıldırım, G.(2014). *Uluslararası Halkla İlişkiler Perspektifinden Kamu Diplomasisi: Türkiye Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü Örneği Çerçevesinde Kültürel Diplomasi* (Doktora Tezi). İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Yıldız, S. Y., & Tosun, N. (2021). "Sosyal Pazarlama Literatüründe Sağlık Hizmetlerinin Gelişimi". *Uluslararası Sağlık Yönetimi ve Stratejileri Araştırma Dergisi*, 7(3), 713-725.

Yücel, G. (2016). "Dijital Diplomasi". *TRT Akademi*, 1(2), 748-760

Zaharna, R. S. (2009). "Mapping out a Spectrum of Public Diplomacy Initiatives", *Handbook of Public Diplomacy*. Nancy Snow and Philip M. Taylor. (Eds.) New York, Routledge

Zubair, B. (2023). *Chinese Soft Power and Public Diplomacy in the United States*. Palgrave Macmillan.

İNTERNET KAYNAKLARI

Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı, https://www.afad.gov.tr. 18.09.2024

Anadolu Ajansı, www.aa.com.tr 18.09.2024.

Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü, https://www.byegm.gov.tr 18.09.2024

https://sozluk.gov.tr/08.07.2024

Kamu Diplomasisi Enstitüsü,www.kamudiplomasisi.org.18.09.2024

Kızılay www.kizilay.org.tr18.09.2024

T.C. Başbakanlık Diyanet İşleri Başkanlığı, https://www.diyanet.gov.tr 18.09.2024

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, www.kultur.gov.tr 18.09.2024

Türk Asya Stratejik Araştırmalar Merkezi www.tasam.org18.09.2024.

Türk Hava Yolları,www.turkishairlines.com 18.09.2024

Türk Kültür ve Sanatları Ortak Yönetimi, https://www.turksoy.org/tarihce 18.09.2024

TürkİşbirliğiveKoordinasyonAjansıBaşkanlığı,https://tika.gov.tr/kurumumuz/hakkimizda/ 18.09.2024

Türkiye Radyo Televizyon Kurumu www.trt.net.tr 18.09.2024

Uluslararası Türk Kültürü Teşkilatı, www.turksoy.org18.09.2024

Yunus Emre Enstitüsü, https://www.yee.org.tr/tr/kurumsal/vizyon-misyon 18.09.2024

Yunus Emre Enstitüsü, www.yee.org.tr 18.09.2024

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER	
Adı Soyadı	Medine DELAL
Doğum Yeri ve Tarihi	
EĞİTİM DURUMU	
Lisans Eğitimi	Atatürk Üniversitesi
Yüksek Lisans Eğitimi	
Bildiği Yabancı Diller	
İLETİŞİM	
E-posta Adresi	