

ABD'nin Kamu Diplomasisi Stratejisi : Akıllı Güç...

Emine Akçadağ

Kamu Diplomasisi Enstitüsü Araştırmacısı

Yumuşak güç ve kamu diplomasisi günümüz uluslararası ilişkiler literatüründe sıkça kullanılan kavramlar haline gelmiştir. Yumuşak güç, “bir ülkenin dünya siyasetinde isteği sonuçlara, onun değerlerine hayran olan, onu örnek alan, refah seviyesine ve fırsatlarına özenen ülkelerin kendisini izlemesiyle ulaşmasıdır.”¹ Yumuşak gücün en önemli unsurlarından biri olan kamu diplomasisi ise basitçe, bir hükümetin başka bir ulusun halkını ve aydınlarını, bu ulusun politikalarını kendi avantajına döndürmek amacıyla etkilemeye çalışmasıdır².

Değişen uluslararası ortam sonucunda öne çıkan bu kavramlara uluslararası arenadaki ayrıcalıklı konumunu sürdürmek isteyen ABD'nin kayıtsız kalması şüphesiz mümkün değildir. Sahip olduğu ekonomik, demografik, kültürel, teknolojik ve politik güç ile beslenen yumuşak gücü, ABD'ye kamu diplomasisi faaliyetlerinde de kolaylık sağlamaktadır. 2008 yılı verileriyle 14 trilyon dolarlık gayri safi yurtiçi hasılası ile dünyanın bir numaralı ekonomik gücü olan Amerika, dünyanın en tanınmış ve en çok ciro yapan şirketlerinin çoğuna da sahiptir: Microsoft, Mc Donald's, Coca Cola, Mobil, Procter&Gamble...³ Evrenselleşmiş Amerikan kültürü, bu kültürün en önemli dağıtıcısı olan Hollywood, dünyaca tanınan Amerikalı sporcular ve sanatçılar, öğrenci değişim programları, dünyaca ünlü Amerikan üniversiteleri ve basın kuruluşları Amerikan'ın kamu diplomasisi çalışmalarında elini güçlendiren en önemli unsurlardır.

Ancak 11 Eylül 2001 tarihinden itibaren ABD'nin kamu diplomasisine bakışı tamamen değişmiştir. Amerika nasıl böylesi bir kinin kurbanı olduğunu sorgulamaya ve kamu diplomasisinin önemini yeniden keşfetmeye başlamıştır. 11 Eylül sonrası dönemde Amerikan kamu diplomasi servisi, İslam Dünyasını ve Müslüman Toplulukları etkilemeye ve nefret edilen Amerikan imajını değiştirmeye yönelik çalışmalarını hızlandırmıştır. Ancak Mayıs 2006'da *Government Accountability Office* tarafından yayımlanan bir rapor, Müslümanları

¹ Joseph NYE, *Yumuşak Güç*, Ankara, Elips Kitap, 2005, s. 14

² Evan POTTER, « Canada and the New Public Diplomacy », Netherlands Institute of International Relations, 2002, s.3

³ *Les Etats-Unis, première puissance mondiale* Bkz. www.stellamaris.edu.net/terminale/images/etats_unis.htm (erişim 20 Haziran 2010)

hedef alan kamu diplomasisinin başarısızlığını göz önüne sermiştir. 2002 yılından beri Amerikan Dışişleri Bakanlığı tarafından ortaya konulan çok yönlü çalışmaların (Amerika destekli televizyon kanalı Al Hurra ve Radio Sawa aracılığıyla yürüttüğü medya kampanyası, Amerikan popüler kültürü ve yaşam tarzını Müslüman gençler arasında yayma amaçlı çıkarılan Hi Magazine adlı gençlik dergisi, Müslüman ülke gençlerini hedef alan uluslararası değişim programları...) fiyaskoyla sonuçlanması ve sona erdirilmesi, raporun da belirttiği gibi ABD'nin yürüttüğü kamu diplomasisinin güçlü bir iletişim stratejisine sahip olmadığını göstermiştir.⁴

Dolayısıyla Barack Obama'nın Amerika Birleşik Devletleri Başkanı olduktan sonraki öncelikli çalışması dünyanın gözünde önemli ölçüde itibar kaybetmiş Amerika imajının düzeltilmesi ve stratejik iletişimin sağlanması olmuştur. 11 Eylül sonrası Bush yönetiminin uygulamaları ve tek taraflı politikası uluslar arası ortamda ABD'ye verilen desteğin büyük oranda düşmesine neden olmuştur. 2002 yılında ABD'nin uluslararası arenadaki lider konumu Avrupalıların %64'ü tarafından desteklenmekteyken, bu sayı 2004 yılında %31'e düşmüştür. 2008 yılında ABD'nin liderliğini desteklemeyenlerin sayısı ise %59 olmuştur⁵. Ancak şüphesiz Amerika imajının en çok zarar gördüğü bölge Orta Doğu'dur. Halkının büyük çoğunluğu Müslüman olan ülkelerde anti-Amerikancılık büyük yükseliş göstermiştir. Bozulan Amerika imajını düzeltmek ve bu halkların "kalbini yeniden kazanmak" yeni Başkan Obama'nın dış politikasını da şekillendirmiş ve yumuşak güç unsurlarını ön planda tutan ve etkin bir kamu diplomasisi öngören bir politika izlemek zorunda bırakmıştır.

ABD'nin ünlü düşünce üretim merkezi CSIS'nin (Center for Strategic and International Studies) bünyesinde 2006 yılında oluşturulan tarafsız Akıllı Güç Komisyonu'nun (Commission on Smart Power) hazırladığı 'Daha Akıllı, Daha Güvenli Amerika' (A Smarter More Secure America) başlıklı rapor, ABD'nin küresel üstünlüğünü sürdürebilmek için ciddi bir stratejik konsept değişikliği öngörmesi gerektiğini, günümüz uluslar arası arenasında sadece askeri güç ile çıkarlarını garanti etmesinin mümkün olmadığını ortaya koymuştur⁶. Bu bağlamda, ABD'de askeri gücü ikinci plana iten, sert güç ile birlikte yumuşak gücün birlikte kullanılmasını öngören akıllı güç stratejik konsepti gündeme gelmiştir.

⁴ U.S. Public Diplomacy, Government Accountability Office Bkz. www.gao.gov/new.items/d06535.pdf (erişim 20 Haziran 2010)

⁵ German Marshall Fund of the US, Transatlantic Trends 08, Bkz. www.transatlantictrends.org/trends/doc/2008_English_Key.pdf (erişim 22 Haziran 2010)

⁶ CSIS Commission on Smart Power: A Smarter More Secure America, 2007, Bkz. csis.org/files/media/csis/pubs/071106_csissmartpowerreport.pdf (erişim 20 Haziran 2010)

Bütün dünyada Amerika'nın imajının ve nüfuzunun düşüşe geçmiş olması ve ABD'nin sadece askeri yeteneklerle küresel amaçlarına ulaşmasının mümkün olmadığını anlaşılması üzerine hazırlanan rapor yeni Başkan Obama'ya 'akıllı güç' stratejisini ile ilgili önerilerde bulunmaktadır. Rapora göre, ABD'nin küresel meselelerde liderliğini sürdürebilmesi için mevcut korkulardan ve öfkeden uzaklaşarak teşvik edici iyimserliğe yönelmesi gerekmektedir⁷. Dolayısıyla ABD yumuşak güce yatırım yapmalı, askeri ve ekonomik güçlerine ancak tamamlayıcı olarak başvurmalıdır.

Obama yönetiminin Dışişleri Bakanı Hillary Clinton da, ABD Senatosu'ndaki konuşmasında, dünyada ABD "liderliğinin eksikliğini hissedildiğini" ileri sürmüş ve bu eksikliği gidermek için "bütün diplomatik, ekonomik, askeri, siyasi, yasal, kültürel araçlar içinden en uygun olanını veya olanlarının bileşimini kullanacaklarını" belirtmiştir⁸.

Akıllı güç, kısaca sert ve yumuşak güçlerin etkin biçimde birleştirilmesi olarak tanımlanabilir. Ayrıca Amerika'nın hedeflerine ulaşmak için hem sert hem de yumuşak güçle oluşturulan entegre bir stratejinin geliştirilmesi anlamına gelmektedir. Akıllı güç, güçlü bir askeri yapıya olan ihtiyacın önemini vurgulayan, aynı zamanda Amerika'nın nüfuzunu yaymak ve ABD girişimlerine meşruiyet kazandırmak için ittifaklara, ortaklıklara ve kurumlara büyük yatırımlar yapan bir yaklaşımdır⁹. Yumuşak güç unsurlarını öne çıkaran akıllı güç yaklaşımında kamu diplomasisi de önem kazanmaktadır. Obama yönetimi de bu alana yönelik çalışmalar üzerinde önemle duracaklarının sinyallerini gerek konuşmalarında, gerekse uygulamalarında vermiştir.

Obama döneminde uygulanacak kamu diplomasisi ile ilgili fikir veren ilk belge, Şubat 2009'da White Oak'ta yapılan "The Elements of Smart Power: Re-inventing Public Diplomacy" konulu konferansın sonucunda yayınlanan "The White Oak Recommendations" başlıklı tavsiye metnidir¹⁰. Bu metne göre, kamu diplomasisi konusunda öncelikle holistik (bütünsel) bir yaklaşım benimsenmelidir. Kamu diplomasisi ile elde edilecek başarının pek çok paydaşın yararına olacağı göz önünde tutulmalı ve paydaşlar sürecin şekillendirilmesinde söz sahibi olmalıdır. Holistik yaklaşım çerçevesinde bir kamu diplomasisi stratejisi benimsenmeli ve faaliyetler belirli bir coğrafya, bölge veya etnik grupla sınırlı olmamalıdır.

⁷ Ibid.

⁸ Konuşma metni için bkz. www.state.gov/secretary/rm/2009a/july/126071.htm (erişim 24 Haziran 2010)

⁹ Joseph NYE, "Get Smart", *Foreign Affairs*, July/August 2009

¹⁰ White Oak Recommendations on Public Diplomacy, Bkz. mountainrunner.us/files/whiteoak/The_White_Oak_Recommendations_on_Public_Diplomacy.pdf (erişim 24 Haziran 2010)

Undersecretary for Public diplomacy and Public Affairs biriminin yapısı finansal, bütçesel ve personel bağlamında güçlendirilmelidir. Kamu diplomasisi alanında eğitim görmüş personel yetiştirilmelidir. Yeni iletişim araçlarından, özellikle internetten maksimum oranda faydalanılmalıdır. Sivil (kültürel, akademik, profesyonel, sanatsal...) ve askeri değişim programları arttırılarak sürdürülmeli, özel sektörün ve Sivil Toplum Kuruluşları'nın kamu diplomasisi sürecine katılımı teşvik edilmelidir.

Rapora göre kamu diplomasisi sadece “düşünceler savaşı” değildir. Amerikan değerlerinin, politikalarının ve hedeflerinin daha iyi anlaşılması için yabancı toplumların kanaat liderlerini anlamaya, bilgilendirmeye, kendi tarafına çekmeye ve etkilemeye dayalı çok ayaklı bir çalışma yürütmek gerekmektedir¹¹.

Kamu diplomasisinin direct olarak Başkan Obama tarafından kullanımının en belirgin örneği, 4 Haziran 2009'da Kahire Üniversitesi'nde yaptığı konuşmadır. "Amerika ile İslam arasında gerginliğin hakim olduğu bir dönemde buluştuk"¹² diyen Obama, yeni bir başlangıç çağrısında bulunmuştur. “Kahire'ye Amerika Birleşik Devletleri ile tüm dünyadaki Müslümanlar arasında yeni bir başlangıç arayışı içinde geldim. Bu başlangıç, ortak çıkarlar ve saygı temeline dayanmaktadır. Amerika ile İslam dünyası birbirinden ayrı değildir ve bir yarış içinde olmalarına da gerek yoktur” ifadesi ile Başkan Bush dönemindeki “Ya bizdensiniz, ya onlardan” yaklaşımından uzaklaşacağını, ortak çıkarları ve karşılıklı saygıyı vurgulayarak bir önceki dönemden farklı bir dış politika izleyeceğini sinyallerini vermiştir.

Kuran-ı Kerim'e çeşitli yerlerde göndermelerde bulunan ABD Başkanı, İslami değerlere ve İslam'ın eğitim ve kültüre olan katkılarına vurgu yapmış, İslam'a yönelik olumsuz fikirlere karşı savaşmayı sorumlulukları arasında saymıştır. Ama aynı şekilde Müslümanların gözündeki Amerika imajında var olduğunu söylediği olumsuzluklarla da savaşılması gerektiğini dile getirmiştir¹³.

“Ben Hristiyanım ama babam kuşaklarca Müslüman olan bir aileden geliyor”. “Endonezya'da yıllarca ezan sesi duydum” ifadeleri konuşmanın diğer göze çarpan bölümleridir. Şüphesiz Kenyalı Müslüman bir babanın oğlu olması, Müslüman kökenli Hussein ismini taşıması, dünyanın en kalabalık Müslüman nüfusa sahip ülkesi Endonezya'da

¹¹ Ibid.

¹² Barack Obama'nın Kahire konuşması için bkz. www.nytimes.com/2009/06/04/us/politics/04obama.text.html (erişim 25 Haziran 2010)

¹³ Ibid.

eğitim almış olması Obama'nın özellikle Müslüman ülkelere yönelik kamu diplomasisi çalışmalarında elini güçlendiren unsurlardandır.

Obama, zellikle İşlam dünyasına, “Amerikalılar sizin düşmanınız değil” mesajını vermeye zen göstermektedir. Göreve geldiği hafta ilk rportajını El-Arabiya televizyonuna veren Başkan Obama, “Benim ailemde de Müslümanlar var. En büyük Müslüman ülkede yaşadım.”¹⁴ açıklaması ile İşlam dünyasında ciddi bir etki yaratmıştır. Ortadoğu ülkelerini kast ederek yaptığı açıklamalarda ise karşılıklı ilişkilerin geliştirilmesi için her iki tarafın da duyarlı olması gerektiğini belirtmiş, Ortadoğu barışı olarak kast edilen İşrail-Filistin sorunun zmne ilişkin önerilerini belirtirken de “Geleceklerine karar verecek olanlar, İşrail ve Filistin halklarıdır!” demiřtir¹⁵. Öte yandan Bush döneminde özgürleştirme ve demokratikleşmeye yapılan vurgular Obama'nın konuşmalarında görünmemekte ve daha çok ekonomik refah ve kalkınma konularına vurgu yapılmaktadır¹⁶.

Ayrıca Başkan Obama Orta Doğu bölgesine biri İşrail-Filistin sorununun üzümünde, diğeri Afganistan-Pakistan bölgesinde görev alacak iki özel temsilci göndermiştir. Yeni Dışışleri Bakanı Hillary Clinton da ilk uluslararası gezisine Endonezya'yı dahil etmiş, Asya gezisi dönüşünde de Orta Doğu ülkelerini ziyaret etmiştir. Tüm bunlara ilaveten şubat 2009'da yeniden düzenlenen, ABD ile Müslüman dünya arasındaki ilişkileri iyileştirmeye yönelik tavsiyeler içeren “*Changing Course: A New Direction for US Relations with Muslim World*” raporu da Amerikan kamu diplomasisinin öncelikli hedefinin İşlam Dünyası olduğunu ortaya koymuřtur¹⁷.

Başkan Obama 11 Temmuz 2009'da Gana'nın başkentinde yaptığı konuşmada “21. Yüzyıl sadece Roma, Moskova ve Washington'dan değil, Akra'dan da etkilenecektir”¹⁸ diyerek çok taraflılığa vurgu yapmış ve ABD'nin Afrika ile ilişkileri önemsediğini belirtmiştir. Ayrıca Afrika kıtasının zengin ama zorlu tarihine ve parlak geleceğine göndermelerde bulunmuştur. Ancak konuşmasının en dikkat çeken bölümü “Babam Afrika'da keçi çobanlığı yaptığı kk

¹⁴ Röportaj için bkz. www.huffingtonpost.com/2009/01/26/al-arabiya-obama-does-fir_n_161087.html (erişim 20 Haziran 2010)

¹⁵ Ibid.

¹⁶ President Barack Obama's Inaugural Address, 20 January 2009, Bkz. <http://www.whitehouse.gov/blog/inaugural-address> (erişim 20 Haziran 2010)

¹⁷ Changing Course: A New Direction for US Relations with Muslim World, Bkz. www.usmuslimengagement.org/storage/usme/documents/Changing_Course_Second_Printing.pdf (erişim 27 Haziran 2010)

¹⁸ Barack Obama'nın Gana konuşması için bkz. www.huffingtonpost.com/2009/07/11/obama-ghana-speech-full-t_n_230009.html (erişim 27 Haziran 2010)

bir köyde büyüdü, hayal edilemeyecek uzaklıktaki Amerika'ya eğitim almaya gitti" cümlesidir¹⁹. Obama bu cümleyle kendisinin de Afrikalı olduğunun altını çizmektedir. Bu konuşma, Afrika'daki elçilik çalışanları tarafından yerel radyolar aracılığıyla yayınlanmış, hatta Başkanın konuşmasının halka ulaşması için Sierra Leone'de sinema salonları kiralanmıştır. Başkan Obama'nın Afrika kökenli olması şüphesiz Amerika'nın bu kıtadaki kamu diplomasisi faaliyetlerini kolaylaştırıcı bir etkiye sahiptir. Pierre Malet'nin dediği gibi, artık Afrikalı gençlerin kalbinde Fransa'nın yerini ABD'nin almaya başladığından söz edilmeye başlanmıştır²⁰.

Tüm bu konuşmaların yanı sıra, Obama döneminde birbiri ardına yayınlanan stratejik iletişim ve kamu diplomasisi konulu belgeler de bu konunun yeni yönetim için taşıdığı önemi kanıtlar niteliktedir. 2 Mart 2010 tarihinde Mark Thornberry ve Adam Smith tarafından Temsilciler Meclisi için hazırlanan "*The new Caucus for Strategic Communication and Public Diplomacy*" adlı belgede, herkesin dijital medya aracılığıyla her türlü bilgiye ulaşabildiği bir dünyada ABD hakkındaki yanlış ya da eksik bilgilerin ülkenin imajını zedelediği ve stratejik iletişimin bu boyutunun radikal gruplar tarafından iyi bilindiği, mesajlarını ve ideolojilerini yaymak için eski ve yeni medya araçlarından yararlandıkları vurgulanmış, ABD'nin farklı ülkelerdeki insanlara direkt ve etkin biçimde ulaşabilmesi için stratejik iletişim ve kamu diplomasisi konusunda kesin bir strateji belirlenmesi gerektiği dile getirilmiştir²¹.

Yine Mart 2010'da Savunma Bakanlığı tarafından yayınlanan "*Report on Strategic Communication*" metninde de stratejik iletişiminden, söylenilen ile yapılanın senkronize oluşunun ve bu senkronizasyonun hedeflenen kitle tarafından nasıl algılandığının anlaşılması gerektiği belirtilmiştir²². Bu kitleye kamu diplomasisi, halkla ilişkiler ve profesyonel bilgilendirme yöntemleri aracılığıyla ulaşılması gerektiği vurgulanmıştır²³.

Under Secretary for Public Diplomacy and Public Affairs biriminin yeni sekreteri Judith McHale, 10 Mart 2010 tarihinde ABD'nin kamu diplomasisi çalışmalarına yön verecek olan "*Public Diplomacy: Strengthening US Engagement with the World*" isimli belgeyi

¹⁹ Ibid.

²⁰ Etienne AUGÉ, "Obama a la conquete des coeurs étrangers", *SLATE*, 7 Aout 2009

²¹ Join the *new* Strategic Communication and Public Diplomacy Caucus!, 2 Mart 2010, Bkz. mountainrunner.us/files/2010-3-2_SCPD_Caucus_Announcement.pdf

²² Report on Strategic Communication, Mart 2010, Bkz. www.fas.org/man/eprint/pubdip.pdf (erişim 28 Haziran 2010)

²³ Ibid.

yayımlamıştır. Amerikan kamu diplomasisinin yol haritası niteliğindeki bu belge, kamu diplomasisi alanındaki uygulamaların, kaynakların ve yapılanmaların dış politika hedeflerini tamamlar nitelikte olacağını belirtmektedir²⁴. Belgenin öngördüğü stratejik hedefler: bilginin şekillendirilmesi, halklar arasındaki ilişkilerin güçlendirilmesi ve yaygınlaştırılması, radikal gruplar ile mücadele ve kanun yapıcıların daha iyi bilgilendirilmesi ve bu hedeflere ulaşma amaçlı yapılanmalardır²⁵.

Bu belgede göze çarpan bir diğer kısım, “Karşı Karşıya Bulduğumuz Dünya” başlığı taşıyan ve ABD’nin kamu diplomasisi faaliyetlerini yürütürken karşılaşması muhtemel rakipleri sıralayan bölümdür. Buna göre, radikal gruplar, etkili medya stratejileri geliştirmiş ve bilgiyi yapılandırma potansiyeline ulaşmışlardır; gerek değişim programlarının gerekse Çince’nin eğitiminin artışının gösterdiği gibi Çin global bir etki unsuru haline gelmiştir; AB, Singapur ve Avustralya’nın yüksek eğitim pazarı ABD’ye rakip olacak bir seviyeye erişmiştir; eski Sovyet Cumhuriyetlerinde Rus medyasının varlığı göze çarpmaktadır; İran kültürü ve politik bağlantıları ile ön plana çıkmaktadır²⁶.

Son olarak, Mayıs 2010 yılında yayınlanan Ulusal Güvenlik Stratejisi’nde direkt kamu diplomasisi adı kullanılmamakla birlikte stratejik iletişime vurgu yapılmakta, etkin bir stratejik iletişimin global meşruiyetin sağlanması ve politik hedeflerin desteklenmesi için büyük önem teşkil ettiği belirtilmektedir²⁷. Yabancı halkların düşüncelerini, davranışlarını ve hassasiyetlerini daha iyi anlamak gerektiğine dikkat çekilmektedir²⁸. Ayrıca akademik ve kültürel değişim programları üzerinde durulmaktadır.

Ayrıca değişen trendlere uyum sağlamak amacıyla yapılan bir takım değişiklikler de göze çarpmaktadır. İnternetin popüler sosyal ağları Twitter ve Facebook global iletişime yeni bir boyut kazandırmıştır. Bu iletişim kanallarından yararlanmak amacıyla Public Diplomacy 2.0 adı verilen yeni bir yaklaşım benimsenmiştir. Buna göre artık kamu diplomasisinde internet web 2.0 teknolojisi ön plana çıkacak, Dış İşleri Bakanlığı ve Beyaz Saray web sayfalarında, audio(mp3) ve video bağlantıları bulunacak ve bu videolar Facebook ve Twitter üzerinden paylaşılabilir.

²⁴ Public Diplomacy: Strengthening US Engagement with the World, 10 Mart 2010, Bkz. mountainrunner.us/files/dos/PD_US_World_Engagement.pdf (erişim 28 Haziran 2010)

²⁵ Ibid.

²⁶ Ibid.

²⁷ US National Security Strategy, Mayıs 2010, Bkz.

www.whitehouse.gov/sites/default/files/rss_viewer/national_security_strategy.pdf (erişim 29 Haziran 2010)

²⁸ Ibid.

Obama'nın dış politikasında etkili olması muhtemel yumuşak güç unsurları, Dr. Scott Ratzan'ın müzakere ve barışçıl çözüm konulu çalışmasına dayanarak formüle ettiği iletişim, seçenekler, alternatifler, standartlar ve güven üzerinde kurulu *COAST (Communication, Options, Alternatives, Standards and Trust)* modelidir. Ratzan'a göre taraflar arasında sağlanacak açık ve direkt bir iletişim süreci sorunu çözecek seçeneklerin oluşumunu sağlayacaktır²⁹. Ayrıca Obama yönetimini, ABD'nin imajının iyileşmesi ve uluslararası arenadaki lider konumunu yeniden kazanabilmesi için bir fırsat olarak gören Robert Satloff, etkili bir kamu diplomasisi çalışmasının sadece dünyanın ABD hakkında ne düşündüğünü değil, ondan ne beklediğini de göz önünde bulundurması gerektiğine, gözlemler, görüşmeler, analizler ve veriler aracılığıyla ulaşılabilecek bu bilginin ABD ile diğer ülkeler arasında daha iyi ilişkiler geliştirmede büyük önem taşıyacağına vurgu yapmaktadır³⁰.

Satloff'un üzerinde durduğu bir diğer husus yabancı ülkelerdeki gençlerin kalplerinin kazanılmasıdır. Geleceğin lideri konumundaki gençlere yönelik *International Visitors* programı benzeri çalışmalar arttırılmalıdır. Bir diğer nokta da Obama yönetiminin kamu diplomasisi çalışmalarını sadece Orta Doğu merkezli olarak şekillendirmemesi, Rusya, Latin Amerika ve Afrika'ya yönelik faaliyetlerde de bulunulmasıdır. Ayrıca etkili bir stratejik iletişim ve kamu diplomasisi için bu alanlarda Amerikan değerleri ile örtüşen programlar ve politikaların oluşturulmasına; kalkınma ve felaketlerle mücadele yardımlarının yapılmasına; afet bölgelerinde en üst düzeyde görünürlüğe; diplomatların, özel sektörün, STK'ların ve eğitimcilerin kamu diplomasisi çalışmalarına teşvikine; halkın bu sürece katılımının sağlanmasına özen gösterilmelidir.

Amerikan Araştırma Enstitüsü *Pew Research Center*'in 23 Temmuz 2009 tarihinde yayınladığı, 25 ülkedeki Obama sonrası ABD imajına ilişkin rapor, Başkan Bush döneminde büyük zarar görmüş Amerikan imajının düzelmeye başladığını gözler önüne sermektedir³¹. Başkan Obama'nın popülaritesine dayanan bu değişim, özellikle İngiltere, Fransa, Almanya gibi Avrupa ülkelerinde göze çarpmaktadır. 2008 yılında Fransız halkının % 42'si ABD hakkında olumlu görüş bildirirken bu oran 2009 yılında %75'e çıkmıştır. Almanya'da bu oran

²⁹ Scott RATZAN, "Political Communication as Negotiation", *American Behavioral Scientist*, Vol. 37, No. 2, 1993, p.200-210

³⁰ Robert SATLOFF, "Obama's Personal 'Public Diplomacy': A Very Preliminary Assessment", *Washington Institute*, 29 January 2009

³¹ Confidence in Obama Lifts U.S. Image Around the World, Bkz. pewresearch.org/pubs/1289/global-attitudessurvey-2009-obama-lifts-america-image (erişim 21 Haziran 2010)

2008’de 31 iken 2009’da %64 seviyesine gelmiştir. Çin, Japonya, Endonezya gibi Asya Pasifik Bölgesi ülkelerinde de oran 2008’e göre yükselme göstermiştir. İslam dünyasında ise Mısır, Ürdün, Lübnan gibi ülkelerde olumlu görüş oranı artarken Türkiye, Filistin ve Pakistan’da önemli bir değişiklik olmamıştır.

Uluslararası arenada dostlar, ortaklar ve müttefikler, politikaların meşruiyeti, kabulü ve desteklenmesi açısından büyük önem taşımaktadır. Ancak 11 Eylül sonrası Bush yönetiminin uyguladığı politikalar bu destek ve meşruiyetin azalmasına neden olmuştur. Bu olumsuz imajla ilgili olarak Joseph Nye, “ABD, Amerikancılığın iç politikada güdülmesinin intihar anlamına geleceği ölçüde popülerite kaybederse yabancı siyasi liderler istemeyerek de olsa Amerikancılıktan ödün vermek zorunda kalacaktır”³² ifadesini kullanmaktadır. Şüphesiz aleyhine olan bu trendi tersine çevirmek için ABD, dış politika kararlarını alırken dostlarının ve müttefiklerinin düşüncelerini ve hassasiyetlerini göz önünde bulundurmalıdır.

Özetle, Obama yönetimiyle birlikte Amerika’nın, bozulan imajını düzeltmek için ciddi bir gayretin içine girdiği söylenebilir. Ancak şüphesiz bu uzun bir süreçtir ve tüm ülkelerdeki Amerikan algısının ve imajının genel olarak düzeltilebilmesi bu uzun süreç boyunca etkin stratejik iletişim ve kamu diplomasisi faaliyetlerinin yürütülmesini zorunlu kılmaktadır.

KAYNAKÇA

Changing Course: A New Direction for US Relations with Muslim World Report, Report of the Leadership Group on U.S.-Muslim Engagement, Second Printing, February 2009

Public Diplomacy: Strengthening US Engagement with the World, Under Secretary of State for Public Diplomacy and Public Affairs, Washington, 10 March 2010

US National Security Strategy, Washington, May 2010

US Public Diplomacy Key Issues for Congressional Oversight, Report to Congressional Committees, May 2009

White House Report on Strategic Communication, Washington, March 2010

³² Joseph NYE, “The Decline of America’s Soft Power”, *Foreign Affairs*, No.3, May-June 2004, p. 16-20

White Oak Recommendations on Public Diplomacy, Florida, 1 February 2009

AUGE, Etienne, “Obama a la conquete des coeurs étrangers”, *SLATE*, 7 Aout 2009

NYE, Joseph, “The Decline of America’s Soft Power”, *Foreign Affairs*, No.3, May-June 2004, p. 16-20

NYE, Joseph, *Yumuşak Güç*, Ankara, Elips Kitap, 2005

PAYNE, Gregory, “President Barack Obama: Advocate of Grassroots Public Diplomacy”, *Tripodos*, No. 24, 2009, p. 19-29

POTTER, Evan, « Canada and the New Public Diplomacy », *Netherlands Institute of International Relations*, 2002

RATZAN, Scott, “Political Communication as Negotiation”, *American Behavioral Scientist*, Vol. 37, No. 2, 1993, p.200-210

SATLOFF, Robert, “Obama's Personal 'Public Diplomacy': A Very Preliminary Assessment”, *Washington Institute*, 29 January 2009

SNOW, Nancy, “US Public Diplomacy: Its History, Problems and Promise”, in Jowett and O’Donnell, *Readings in Propaganda and Persuasion*, Thousand Oaks, Sage, 2005

WIMBUSH, Enders, “Fixing Public Diplomacy and Strategic Communications”, *Hudson Institute*, 2009

ZAHARNA, R., “Obama, US Public Diplomacy and the Islamic World”, *World Politics Review*, March 2009