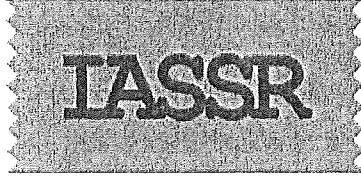


IX. European Conference on Social and
Behavioral Sciences
Paris, France – February 3-6, 2016

ABSTRACT BOOK

International Association of Social Science Research Copyright © 2016 – iassr.org



IX. European Conference on Social and Behavioral Sciences
Paris, France – February 3-6, 2016

Abstract No:4016

Türkiye'nin Ülke Markasının İnşasında Kamu Diplomasisi Vizyonunun Stratejik Rolü

Abdullah Özkan

Istanbul University

21. yüzyılda öne çıkan ülke markası kavramı, ülkelerin ekonomik, siyasi, sosyal ve kültürel alanlarda diğer ülkelerle rekabet edebilmesine imkan sağlamaktadır. Marka değerini inşa etmiş, uluslararası arenada kendilerine saygın, itibarlı, güven veren bir kimlik edinmiş ülkeler; ekonomiden siyasete pek çok alanda kapıları açabilecek bir anahtarın da sahibi olmaktadır. Kendi markasını inşa edememiş, farklılıklarını ortaya koyamamış ülkelerin ise küresel rekabette geri kaldıkları görülmektedir. Devletlerin çıkar, fırsat, tehdit ve potansiyel tehdit merkezli değerlendirmelerine göre oluşturdukları ve başka ülkelerin kamuoylarını etkileme amacıyla yürüttükleri faaliyetleri kapsayan Kamu Diplomasisi; başka ülkelerin hükümetlerini değil, hükümet dışı aktörlerini ve kamuoylarını hedeflemektedir. Ülkeler, kamu diplomasisi vasıtasıyla yabancı ülke vatandaşları ile kendi vatandaşları ve kurumları arasındaki diyalogu da yaygınlaştırma imkanı bulmaktadır. Kamu Diplomasisi, geleneksel diplomasinin dışında kalan, hükümetlerin diğer ülkelerde kamuoyu oluşturma çabalarını, ülkeler arasında sivil toplum örgütlerinin etkileşim içinde olmasını ve kültürel iletişim süreçlerini kapsamaktadır. Hükümet ve sivil toplum kuruluşları, kamu diplomasisi anlayışında, görüşlerini yabancı sivil toplum kuruluşlarına ve kamuoyuna aktarabilme imkanı bulmaktadır. Kamu diplomasisi, hükümetlerin yabancı kamularla ülkelerinin fikirlerine, ideallerine ve ülke çıkarlarına hizmet edecek şekilde sempati oluşturma amacıyla kurdukları iletişim sürecine vurgu yapmaktadır. Ülkeler yabancı toplumların tutum ve davranışlarını etkileyerek aslında yabancı hükümetlerin davranışlarını etkileme amacı taşımaktadır.

Ülkelerin uyguladıkları Kamu Diplomasisi politikalarıyla öncelikle zihinlerdeki imajların güncellendiği, insanların birbirine olan yakınlıklarının arttığı, yanlış anlaşılmaların düzeltilendiği görülmektedir. Böylece olumlu algılar çoğalmakta, insanlar arasında bağlantılar kurulmakta; eğitim, değişim programları, bilimsel işbirlikleri, turizm gibi yollarla insanların birbirini tanıması ve anlamasının yolu açılmaktadır. Bu şekilde kalıcı ve uzun vadeli ilişkiler de inşa edilebilmektedir. Kamu diplomasisi ile ülke markası kavramları birbirini tamamlamaktadır. Kamu diplomasisi genel vizyona işaret etmekte, ülke markasının oluşturulacağı zemini hazırlamakta, uygulamaların başarılı olmasını sağlayacak altyapıyı inşa etmektedir. Bu altyapı hazırlanmadan hiçbir ülke kendi markasını başarılı şekilde geliştiremez, kalıcı başarıya imza atamaz. Yeni yüzyılda bölgesinde saygın ve güvenilir bir ülke olmayı amaçlayan, yumuşak gücünü etkili şekilde kullanarak başka toplumlarla kalıcı ilişkiler geliştirmeyi hedefleyen, ekonomik, siyasi, sosyal ve kültürel alanlarda söz sahibi olmak isteyen Türkiye; mutlaka gündeminin en üst sırasına "marka değerini" inşa etmeyi almalıdır. Türkiye sahip olduğu önemli kamu diplomasisi potansiyelini de harekete geçirerek, 21. yüzyılda güçlü ve

sağlam bir ülke markası inşa edebilmeyi başarmalıdır. Çünkü güçlü Türkiye markası, özellikle Ortadoğu bölgesi ve İslam Dünyası için çok daha fazla anlam ifade etmektedir. Bildiri; güçlü Türkiye markası için yapılması gerekenleri tartışacak, ayrıca karar vericilere stratejik bir yol haritası da sunacaktır.

Keywords: Ülke markası, Kamu Diplomasi, Türkiye

CERTIFICATE OF PARTICIPATION

This is to certify that

ABDULLAH ÖZKAN

has participated at IX. European Conference on Social and Behavioral Sciences on February 3-6, 2016 in Paris, France.



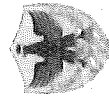
Dr. Hasan Arslan
IASSR

Dr. Alejandro J. Gallard
Georgia Southern University

Dr. Francesco Sidoti
University of L'Aquila



GEORGIA
SOUTHERN
UNIVERSITY
CONVENER EDUCATOR



CERTIFICATE OF APPRECIATION

This is to certify that

ABDULLAH ÖZKAN

chaired a session at IX. European Conference on Social and Behavioral Sciences on February 3-6, 2016 in Paris, France.



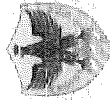
Dr. Hasan Arslan
IASSR



Dr. Alejandro J. Gallard
Georgia Southern University



Dr. Francesco Sidoti
University of L'Aquila



IX. European Conference on Social and Behavioral Sciences
Paris, France – February 3-6, 2016

Acceptance Letter for Oral Presentation

Date: September 22, 2015
Paper ID: 4016

Dear Abdullah ÖZKAN

I am pleased to inform you that your abstract entitled “**Türkiye'nin ülke markasının inşasında Kamu Diplomasisi vizyonunun stratejik rolü**” has been accepted for oral presentation at IX. European Conference on Social and Behavioral Science after peer review. Your presentation will last 15 minutes with questions and answers. Please note that at least one author must register for the presentation and publication at the conference. Please visit the following web address to register and also find the detailed information about IX. European Conference on Social and Behavioral Science: <http://iassr.org/> If you have any questions, please do not hesitate to contact us at conference@iassr.org.

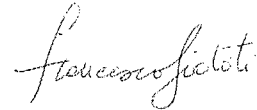
Sincerely,



Prof. Hasan Arslan
IASSR President



Prof. Alejandro J. Gallard
Georgia Southern University



Prof. Francesco Sidoti
University of L'Aquila