TÜRKİYE'DE BİLİM DİPLOMASİSİ: KURUMSAL YAPILAR VE ULUSAL MARKA DEĞERİNE KATKILARI

Elif Kahraman Gökalp[19]

Giriş

Bilim ve teknoloji alanındaki gelişmeler diplomasi kavramını yeniden şekillendirmiş; yapay zekâ ve insansız hava araçları gibi yeni teknolojiler bilim merkezli iletişim ve diplomasi anlayışını vazgeçilmez kılmıştır. Devletlerin küresel alandaki konumları, uzay araştırmaları, iklim bilimi ve yapay zekâ gibi alanlardaki bilimsel üstünlükle şekillenmekte; bu durum bilimsel kapasiteyi ülkeler için bir kimlik ve marka değeri unsuruna dönüştürmektedir. Bu bağlamda bilim diplomasisi, dış politika ile ulusal rekabetçi kimliğin kesişiminde önemli bir politika alanı olarak öne çıkmaktadır.

Türkiye, stratejik coğrafi konumu, köklü kültürel mirası, gelişen araştırma altyapısı ve devletin en üst kademelerinde giderek belirgin hale gelen bilim diplomasisi söylemiyle kurumsal yapılarının bu doğrultuda nasıl şekillendiğini incelemek için bir örnek sunmaktadır. On İkinci Kalkınma Planına (2024–2028) bilim ve teknoloji önceliklerinin dahil edilmesi, bilimsel görünürlüğün Kamu Diplomasisi Strateji Belgesinde (2024–2029) açıkça ifade edilmesi ve resmi demeçlerde bilim diplomasisi kavramının giderek yer bulması, Türkiye'nin bilim diplomasisini bir dış politika aracı olarak kurumsallaştırmaya başladığını göstermektedir. Ancak mevcut literatürde Türkiye'nin bilim diplomasisi faaliyetlerinin ulusal marka değeri ile ilişkisi kurumsal yapılar üzerinden henüz ele alınmamıştır.

Bu bölümde, Türkiye'nin işlevsel açıdan önemli bir bilim diplomasisi yapısı oluşturmuş olduğu; ancak bütüncül bir bilim diplomasisi stratejisinin olmadığı ve bunun da bilimsel faaliyetlerin tutarlı ve kalıcı bir marka değerine dönüşmesinin kısıtlanmasına yol açtığı savunulmaktadır. Nitekim Flink'in (2022) de belirttiği üzere bilim diplomasisi kavramıyla birlikte bilim, teknoloji ve inovasyon ile yükseköğretim ve dış politikanın kesişim noktalarında yer alan aktörler arasında yeni bir kamu politika-

19. *Dr., İstanbul Üniversitesi Kurumsal İletişim Koordinatörlüğü, İstanbul, Türkiye; e-posta: elifkahraman1@istanbul.edu.tr; ORCID: 0000-0002-8142-3624.*

sı söylemi oluşmaya başlamıştır (s. 191). Bu çerçevede bölüm, Joseph S. Nye'ın yumuşak güç kavramından, Simon Anholt'un ülke markası ve rekabetçi kimlik çerçevelerinden ve AAAS/Royal Society'nin bilim diplomasisi tanımlarından yararlanarak Türkiye Bilimler Akademisi (TÜBA), Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK), Yunus Emre Enstitüsü (YEE), Yükseköğretim Kurulu (YÖK), Yurtdışı Türkler ve İlgili Topluluklar Başkanlığı (YTB), Türkiye Uzay Ajansı (TUA) ve Kutup Araştırmaları Enstitüsü (KARE) olmak üzere yedi önemli kurumsal aktörün görev tanımlarını, stratejik planlarını ve kurumsal faaliyetlerini analiz etmektedir. Önce yumuşak güç, rekabetçi kimlik ve bilim diplomasisini birbiriyle ilişkilendiren kavramsal çerçeve kurulmakta, ardından, Türkiye'nin bilim diplomasisine bakışını politika düzeyinde genel bir değerlendirme ile sunmakta, kurumsal aktörler incelenmekte ve son olarak bulgular sentezlenmektedir.

Yumuşak Güçten Marka Değerine: Bilim Diplomasisinin Kavramsal Çerçevesi

Bir kavram olarak diplomasinin temelleri 19. yüzyılda atılsa da diplomasi çok daha eskilere dayanmaktadır. Diplomasi erken dönem siyasi toplulukların ortaya çıkışından beri var olmuş, Antik çağlarda kurumsallaşmış ve evrilerek günümüze kadar gelmiştir (Sönmez ve Şekercioğlu, 2020). Temelleri 17. yüzyılda Vestfalya Antlaşmasının ardından atılan ve 19. yüzyıldan itibaren günümüzdeki anlamıyla olgunlaşan klasik diplomasi kavramı, genel itibariyle devletler arası ilişkileri ifade eden bir kavram olmuştur (Ekşi, 2014; Sönmez ve Şekercioğlu, 2020). Klasik diplomasi anlayışı, merkeze devletleri ve eğitimli bürokratları koyması, kamudan kopuk olması ve kapalı kapılar ardında gizlilik içerisinde sürdürülmesinden ötürü yıkıcı sonuçlara yol açmıştır. Bu yıkıcı sonuçların başında gelen I. Dünya Savaşının ardından diplomasi, artık devlet aktörlerinin icrasıyla sınırlı kalmamış, çeşitli aktörlerin yer aldığı çok taraflı diplomasi anlayışı ön plana çıkmaya başlamış ve kamuların da süreçlere dahil edilmesinin gerekliliği ile kamu diplomasisi şekillenmeye başlamıştır. Daha I. Dünya Savaşının izleri silinmeden II. Dünya Savaşının patlak vermesi, bu değişen diplomasi anlayışını daha insan merkezli ve Birleşmiş Milletler gibi oluşumlarla daha kurumsal bir noktada var olmaya iletmiştir. Bu olayları takip eden Soğuk Savaş döneminin neticesinde, diplomasi anlayışında ideolojilerin de önemli bir unsur olarak düşünülmesi gerektiği ve gücün sadece askeri ve ekonomik güçten ibaret olmadığı vurgusuyla yumuşak güç kavramı ortaya çıkmıştır. Bu nedenle, klasik diplomasi anlayışının karmaşık küresel çatışmaların çözümünde tek başına yeterli olmadı-

ğı görülmüştür. Ayrıca, sivil toplum kuruluşları ve medya gibi aktörlerin artan katılımıyla birlikte kamu diplomasisinin önemi artarak çok aktörlü, küresel bir diplomasi anlayışı öne çıkmış, "küreselleşme ile birlikte devletler küresel kamulara kendilerini anlatma ihtiyacı duymaya başlamışlardır" (Kahraman, 2020, ss. 360-361).

Devlet merkezli ve tek yönlü iletişimi benimseyen klasik kamu diplomasisi anlayışı da yerini yeni kamu diplomasisi anlayışına bırakmıştır. Yeni kamu diplomasisi devletlerin halklarla neden iletişim kurmaları gerektiğinin de altını çizmiş ve "retoriği diyalog, ilişki inşa etme, karşılıklı anlayış, dinleme ve dahil etme üzerine" (Sancar, 2016, s. 18) inşa etmiştir. İnternet ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, yumuşak gücün ve buna bağlı olarak diyalog inşa etmenin önemi, devlet dışı aktörlerin sahadaki varlıkları ve yabancı kamulara çekici bir ulus kimliği sunan ülke markası kavramı ülkeleri tek yönlü iletişimden çift yönlü iletişimin önemini kavramaya yöneltmiş ve böylelikle kamu diplomasisi anlayışında değişimler olmuştur. Yeni kamu diplomasisinin ardında kuramsal bir düzlemde yer alan yumuşak güç, kavramın babası olan Joseph Nye'a göre iş birliğini sağlamak için "ortak değerlere çekme ve bu değerlere ulaşmaya katkıda bulunmanın doğruluğu ve sorumluluğu" (2005, s. 16) unsurlarını araç olarak kullanır. Yumuşak güç, sert gücün aksine, bir anlamda baskı ve zorlamadan ziyade, başka halkları ikna etme ve kendi yanına çekme unsuru olarak var olmaktadır. Askeri gücü ve ekonomik yaptırımları içerisinde barındıran sert güç, doğal olarak zorlamayı ve bu güce karşı direnmeyi de beraberinde getirir. Yumuşak güç ise, güce sahip ülkenin uygulamaları hususunda bir nebze de olsa halkların ikna olmalarını içerisinde barındırır. Uluslararası politikalar açısından ele alındığında Nye, yumuşak gücün kaynaklarının "çoğunlukla bir kuruluşun ya da ülkenin kendi kültürünü ifade ettiği değerlerinden, kendi içindeki uygulamaları ve politikalarıyla oluşturduğu örneklerden ve başkalarıyla ilişkilerini sürdürme şeklinden" (2005, s. 17) geldiğine değinir. Buradan hareketle, yumuşak güç, bir ülkenin kendi iç tutarlılığıyla da doğrudan ilgilidir ve ülkenin kültürü ve oluşturduğu değerler de bu gücün temelleri arasında yer alır.

Yumuşak güç, marka değeriyle doğrudan bağlantılı kavramların başında gelmektedir. Her iki kavramda da bir ülkenin itibarının, diğer ülkelerin ve halkların bu ülkeyle gönüllü olarak ilişki kurmayı ve onu örnek almayı tercih etmelerine ve ülkenin çekiciliğinin itibarı üzerinde de önemli bir etkiye sahip olduğu görüşüne dayanmaktadır. Buradan hareketle, yumuşak güç ve kamu diplomasisi kavramları bir araya geldiğinde, bu iki kavramın ortak stratejisi olarak sayılabilecek ülke markası kavramına değinmek kaçınılmazdır. Genel itibariyle markalaşma "itibarı inşa etmek

veya yönetmek için ismi ve kimliği tasarlama, planlama ve iletme sürecidir" (Anholt, 2007, s. 4). Kurumsal markalaşma unsurlarının ülkelere de yansıtılarak, ülkelerin kendi ulus kimliklerini oluşturması, bu kimliklerini başka halkların gözünde meşru kılması ve çekici hale getirmesiyle birlikte ülke markası kavramı literatüre kazandırılmıştır. Ülkelerin marka yönetimlerinin "ulusal politikanın bir bileşeni olarak ele alınması gereken" (2007, s. 33) bir unsur olarak gören Anholt, ülke markasının devlet yönetiminin ve ekonomik kalkınmanın bir parçası olduğunu vurgular. Hatta, ülke markasının "somut, sağlam, iletilebilir ve hepsinin üzerinde yararlı hale getirilmiş ulusal kimlik" (Anholt, 2007, s. 75) olduğunun altını çizmektedir. İsim babası olduğu ülke markası kavramına daha sonra eleştirel bakan Anholt, ülkelerin çekici kimlikler oluşturmasını vurgulayan rekabetçi kimlik kavramını ortaya atar ve kavramı "bir ülke, bölge veya şehir için rekabetçi bir kimlik oluşturmak, yüzde 80 oranında yenilikçilik, yüzde 15 oranında koordinasyon ve yüzde 5 oranında iletişimden oluşur" (2007, s. 37) şeklinde tanımlar. Rekabetçi kimlik ülke markası üzerinde önemli bir etkiye sahiptir, çünkü bir ülkenin yabancı kamular nezdinde diğer ülkelerin önüne geçmesi rekabetçi kimliğinin ortaya koyduğu unsurlarıyla yakından ilişkilidir. Rekabetçi kimliğin oluşmasında, basit bir iletişim stratejisinden ziyade bir ulusun eylemlerinin somut çıktılarının var olması, özellikle bilim ve teknolojik gelişmeler gibi alanların önemini gözler önüne sermiştir. Markalarla ilgili önemli unsurun algı olduğunu belirten Anholt (2005); "bu algı, ürünün tüketici nezdindeki cazibesini artırmakla kalmaz, aynı zamanda üreticiye güven aşılar ve sektörün yanı sıra ürünü üreten ülkenin itibarını da güçlendirir" (s. 38) diye belirtir. Bu algının ve ülkelerin rekabetçi kimliklerinin oluşmasındaki önemli faktörlerden biri kamu diplomasisi ve kamu diplomasisi dalları arasından da bilim diplomasisidir.

Bilim diplomasisinin konuşulmaya başladığı dönemler, bazı tarihçilere göre çok daha gerilere 1890lar ile 1920lerin arasındaki döneme tarihlenmiş ve bu dönemde araştırma ve bilim sistemlerinin gelişmesiyle birçok ülke bilimi uluslarının itibarını ve küresel anlamda etkisini artırmanın bir yolu olarak görmeye başlamıştır (Kunkel, 2021, s. 475). Soğuk Savaş döneminde Amerika Birleşik Devletleri ve Birleşik Krallık gibi ülkeler ve Kuzey Atlantik Antlaşması Örgütü (NATO) gibi uluslararası kuruluşlar bilim diplomasisini sadece diplomatik ilişkileri dengelemek için değil, aynı zamanda belirli normları, fikirleri ve teknolojileri dünyaya yaymanın bir yolu olarak da benimsemiştir (Kunkel, 2021, s. 475). Bilim diplomasisi ile ilgili çalışmaların birçoğunda, bilim diplomasisinin Soğuk Savaş dönemiyle ilişkilendirildiği görülür (bknz. Adamson ve Lalli, 2021,

Turekian vd., 2015). Başka bir tanıma göre, bilim diplomasisi 1970lerden itibaren hayatımızda olan küreselleşme kavramıyla yakından ilgilidir (Robinson vd., 2023, 749). Bilim diplomasisi genel anlamıyla bilimsel iş birliği ve bilgi aktarımının bir uluslararası ilişkiler ve dış politika aracı olarak kullanılmasıdır. Kunkel'e (2021) göre ise; "uluslararası bilim programlarının siyasi ilişkilere ne ölçüde ve nasıl entegre edildiğini, dış politika hedeflerine veya kurumların siyasi amaçlarına nasıl hizmet ettiğini ve bilim insanları ile dış politika yapıcıları arasındaki etkileşimleri nasıl kolaylaştırdığını" (s. 479) anlamanın bir yoludur. Bilim aktörleri ve diplomatik aktörlerin kesişim noktasında bulunan bilim diplomasisi; yumuşak güç, itibar veya kültürel etkiyi artırmak için bir katalizör, karşıt siyasi sistemler arasında iletişim kanallarını açık tutan ve güven inşa eden ya da doğrudan dış politika çıkarlarına hizmet eden bir aktör olarak karşımıza çıkmaktadır (Kunkel, 2021, s. 482). Başka bir tanımda ise Weiss (2015) bilim diplomasisini, bilim ve teknolojinin ikili ilişkilerde ya da uluslararası rejimlerde dış politika aracı olarak belirli bir hedef doğrultusunda kullanılması şeklinde tanımlamaktadır (s. 421). Weiss'a (2015) göre bilim ve teknolojideki hızlı gelişmeler ve bu gelişmelerin öngörülemeyen etkileri, uluslararası arenada hükümetlerin, uluslararası toplumun ve özel sektörün yönetme kapasitesinin ötesine geçmektedir. Bu bağlamda teknoloji transferi ve teknolojinin benimsenmesi yoluyla yeni yetkinliklerin yayılması, ülkelerin uluslararası rekabet gücünü ve dolayısıyla ulus devletlerin jeopolitik ve ekonomik hiyerarşideki konumlarını doğrudan etkilemektedir (s. 417).

2010 yılında Amerikan Bilimde İlerleme Derneği (American Association for the Advancement of Science - AAAS) ve Kraliyet Cemiyeti (Royal Society) bilim diplomasisi ile ilgili yaptıkları ortak bir toplantıda bilim diplomasisinin üç şekilde gerçekleşen bir kavram olarak ele alır (Adamson ve Lalli, 2021, ss. 2-3): Diplomaside bilim (diplomatik eylemlere ilişkin akademik uzmanlar ve veriler); diplomasi için bilim (diplomatik girişimleri ve ilişkileri geliştirmek için bilimin kullanılması) ve bilim için diplomasi (uluslararası bilimsel iş birliğini teşvik etmek için kullanılan diplomasi ve diplomatik uygulamalar). Diplomaside bilim, bilimin dış politika hedeflerini desteklemesiyle ilişkilidir ve bilim insanları diplomatik süreçlerde danışman rolünü üstlenir. Diplomasi için bilim, diplomatik alanda görüşmeleri çeşitli nedenlerden ötürü kısıtlı ya da zor hale gelen uluslar için bilimin köprü görevi görmesidir. Burada bilim insanları diplomatların yapamadıklarını yaparak iletişim kanallarının açık tutulmasını sağlar. Bilim için diplomasi ise, uluslararası bilimsel iş birlikleri için diplomatik ilişkilerin kurulmasıdır. Burada diplomatik aktörler, ortak bilimsel

çalışmalar için zemin oluşturmaktadır. Bilim diplomasisinin bu üç kategoriye indirilemeyecek kadar kapsamlı bir kavram olması, "bilim diplomasisi" gibi bir başlığın eksik olması ve bu üç ayrım arasında da geçişler olabileceği için bu konuda farklı görüşler de mevcuttur (Adamson ve Lalli, 2021, s. 3). Adamson ve Lalli'nin (2021) vurguladığı üzere bu çaba, bilimsel ve diplomatik başarıların "ortak üretimini" çözümlemeye yöneliktir ve bunu yaparken, yapısal eşitsizlikleri ve işleyen güç dinamiklerini vurgular ve bilim diplomasisi yoluyla yönetilen bilgi akışının stratejik kontrolünün küresel ve kurumsal hiyerarşileri nasıl pekiştirdiğini gösterir.

Bilimin uluslararası niteliği, ülkelere yumuşak güçlerini kullanabilecekleri bir yol sunmaktadır (Turekian ve Neureiter, 2012, s. 4). Bu alan aynı zamanda bir güç ilişkisi sağlar; Adamson ve Lalli'nin (2021) belirttiği üzere bilimsel bilgi, ülkelerin ve kurumların epistemik hegemonyalarını pekiştirmek için ekonomik ve kültürel bir araç olarak işlev görebilmekte, bu durum tarihsel olarak küresel eşitsizliklerin oluşmasına zemin hazırlamaktadır (s. 7). Bundan dolayıdır ki, bilgi ekonomisinde bilgiyi kontrol etme, paylaşma ya da kısıtlama da başlı başına bir diplomatik araç haline gelmektedir. Bununla birlikte bilim diplomasisi, Turekian ve diğerlerinin (2015) belirttiği üzere, küresel sorunları ele alan, ülkeler arasındaki iş birliğini güçlendiren ve uluslararası etkiyi artırmak için henüz yeterince kullanılmayan kritik bir alan olarak karşımıza çıkar (s. 5). Buyuktanır Karacan (2021) da bilim ve teknoloji iş birliğinin siyasi çıkmazlarda ilişkileri sürdürmenin en etkili yollarından biri olabileceğini vurgular (s. 2). Öte yandan bilimsel iş birliklerinin yalnızca yumuşak güç değil, gerektiğinde yaptırım gibi sert güç araçları olarak da kullanılabileceğini göz ardı etmemek gerekir (Buyuktanır Karacan vd., 2024, s. 5). Bilim diplomasisi ile ilgili kısıtlar, bilime erişimdeki eşitsizlikler, bilimin politikleşmesi ve bilimin hem faydalı yönde hem de "zararlı" yönde olmak üzere çift taraflı kullanımıdır. Bilim diplomasisi yoluyla, teknoloji ürünleri ve hizmetler aracılığıyla ihracat, bilgi gücünü kendine çekebilmesi açısından yatırım, alanında tanınan bilim insanları aracılığıyla insan, bilimsel bağlamda güçlenen kurumsal kapasite ve yönetimle yönetişim alanlarında ülkelerin marka değeri oluşur.

Yumuşak güç, rekabetçi kimlik ve bilim diplomasisi kavramları için söylemsel olarak var olan ulusal hedeflerin somut çıktılara dönüştüğü bir kurumsal zemin gerekmektedir. Bu nedenle Türkiye örneği, bilim diplomasisi marka değerine hangi kurumsal koşullar altında katkı sağladığını ortaya koymaktadır. Buradan hareketle, Türkiye'nin politika çerçevelerinin ve önemli kurumsal aktörlerinin bilim diplomasisi ve ilgili kavramlara nasıl yaklaştığı ele alınmaktadır.

Türkiye'de Bilim Diplomasisine Genel Bir Bakış

Türkiye'de bilim diplomasisi kavramının ortaya çıkışı daha çok Türkiye'nin Avrupa Birliğine dahil olma isteği ve bu istek doğrultusunda politika ve uygulamalar açısından girdiği süreçlerle ilişkilendirilmektedir. Avrupa Birliğine üye olmak isteyen Türkiye'nin, 1950lerden bu yana yürüttüğü faaliyetler kapsamında "AB veya Avrupa ülkeleri tarafından tamamen ya da kısmen desteklenen veya koordine edilen bilim ve teknoloji projelerine ve araştırma kuruluşlarına katılarak bir ortak haline gelmiştir" (Buyuktanır Karacan, 2021, s. 2). 1960larda kalkınma planları vasıtasıyla bilim politikalarının önü açılırken, 1980 sonrasındaki bilim politikalarında rekabet edilebilirliğin artırılmasına yönelik temel bir amaç belirlendiği görülmektedir (Arap ve Erat, 2017).

Bilim diplomasisi kavramı özellikle son yıllarda devlet misyonu olarak karşımıza çıkmaktadır. On İkinci Kalkınma Planı (2024-2028) incelendiğinde, doğrudan bilim diplomasisi kavramının yer almadığı görülür. Ancak, uluslararası bilimsel iş birliği hedefleri gibi bilim ve teknoloji alanındaki maddeler incelendiğinde, devletin en üst düzey politika maddesine dahil edilmiş ve üzerine ulusal bir strateji geliştirilmiş olduğu görülmektedir. On İkinci Kalkınma Planının (2023) 2024-2053 arasındaki yılları kapsayan uzun vadeli gelişme stratejisi, Türkiye'yi muasır medeniyetler seviyesinin üzerine çıkarma hedefi doğrultusunda, Türkiye'nin bilim, teknoloji, kültür ve sanat gibi alanlarda dünya merkezlerinden biri haline getirerek insanlığa katkı sunan, küresel gelişmelere yön veren etkili ve güçlü bir ülke olmasını temel amaç olarak belirtmektedir (s. 45). Bu maddede bilim, sadece bir ekonomik unsur değil aynı zamanda da bir medeniyet aracı olarak görülmüştür. Ayrıca, insanlığa katkı sunmasıyla birlikte, dar ulusal alanda kalan bir bakıştan çıkarılarak insanlık merkeziyetine alınmıştır. Bu belirtilenler de bilim diplomasisi kavramının altında yatan temel fikirle uyumludur. Aynı zamanda Türkiye'nin bilim alanında sadece yetkin değil aynı zamanda da merkezde olması ve dolayısıyla başkaları tarafından çekici hale gelmesi, yumuşak güç ve rekabetçi kimlik kavramlarıyla doğrudan ilgili bir ulusal stratejidir. Planda ayrıca Türkiye'nin yapay zekâ, robotik, biyoteknoloji, kuantum ve uzay araştırmaları gibi kritik alanlarda araştırmacı insan gücünü artırarak hem bölgede hem de dünyada bilim insanları için bir çekim merkezi haline gelmesi hedeflenmektedir. 2053 vizyonu çerçevesinde Türkiye'nin yenilikçiliği içselleştiren, Ar-Ge yatırımlarını teşvik eden ve ileri teknolojilerin merkezi olan bir ekosistemi inşa etmesi tasarlanmaktadır (2023, s. 47). Bu madde incelendiğinde, Türkiye'nin bilim insanları için çekim merkezi haline gelmesi, bilim diplomasi-

sinin temel mantığı ile örtüşmektedir. Buna ek olarak, bilim diplomasisinin etkin işleyebilmesi adına, yapay zekâ ve uzay teknolojileri gibi dünya çapında halihazırda büyük öneme sahip olan alanlara vurgu yapılması, bu alandaki farkındalığa işaret etmektedir. Bilim ve teknoloji alanında kimseyi geride bırakmama üzerine oluşturulan vurgu, Türkiye'nin bilim diplomasisinde sosyal adalet sağlama yönüne de bir vurgu yaptığını göstermektedir. Her ne kadar bu maddede bilim diplomasisi kavram olarak yer almasa da bu maddede yer alan maddeler bilim diplomasisi stratejileri arasında yer almaktadır.

Planın hedef politikaları arasında yurt dışındaki bilim insanlarının geri dönüşünü teşvik etmeye yönelik yapısal tedbirler alınması ve bu kişiler için çalışma ortamının iyileştirilmesi de yer almaktadır (2023, s. 115). Burada bilim diplomasisi açıdan elzem olan noktalardan biri, yaşanan beyin göçünü tersine çevirmeyi hedefleyerek, yurtdışına gitmiş bilim insanlarını kendi ülkelerine yeniden kazandırılması vurgulanmaktadır. Ülkelerine geri dönen bilim insanları, aynı zamanda da içinde bulundukları uluslararası bilimsel ağları ve ilişkileri ülkeye taşıyacak, yurt dışındaki imkan ve olanakların ülkeye kazandırılmasını sağlayacak, uluslararası bilimsel camialarda güvenirliği artıracak ve bulundukları ülkeyle Türkiye arasında bir bilim diplomasisi köprüsü kuracaklardır. Aynı zamanda beyin göçünün tersine çevrilmesiyle, Türkiye bilimsel alanda güvenirlik kazanacaktır. Buna ek olarak, bilim insanlarının ülkelerine dönmesini teşvik etmek ve çalışma koşullarının iyileştirilmesi yönünde adımlar atmak, yabancı halklar nezdinde Türkiye'nin hem bilim insanlarına hem de bilimsel ilerlemeye önem vermesi üzerinden rekabetçi kimliğini ve dolayısıyla da yumuşak gücünü beslemeye yönelik önemli bir adımdır. Planda yurt dışında yaşayan Türklerin, kültürel kimliklerini ve anavatan bağlarını koruyarak Türkiye ile bulundukları ülke arasındaki siyasi, ekonomik, sosyal, kültürel ve bilimsel ilişkilere katkı sağlaması temel amaçlar arasında sayılmaktadır (2023, s. 197). Yurtdışında yaşayan Türkler artık aktif diplomatik siyasetin bir ortağı ve özellikle de bilim diplomasisi aktörleri olarak görülmektedir. Her iki topluma da dahil olan bu kişilerin, içerisinde bulundukları toplum ve anavatanları arasında bir ağ oluşturmaları hedeflenmektedir. Bu kişiler uluslararası arenadaki Türk temsiliyetiyle Türkiye'nin yumuşak güç unsurları arasında yer alacaktır. Bunlara ek olarak, Türkiye'nin kültür, eğitim, bilim ve iletişim alanlarındaki politikalarının uluslararası kurum ve kuruluşlar nezdinde etkin biçimde temsil edilerek bu alanlardaki görünürlüğünün artırılması da hedefler arasında yer almaktadır (2023, s. 230). Son olarak, Türkiye'nin görünürlüğünü artırmak için uluslararası

kuruluşlara odaklanılması gerekliliğidir. Uluslararası kurum ve kuruluşlar sadece teknik açıdan oluşturulmamışlardır, aynı zamanda da ulusal bilim politikalarının tanındığı, fon sağlandığı ve tanınırlığın oluştuğu diplomatik alanlardır. Bu kurum ve kuruluşlarda aktif ve stratejik olarak yer alan ülkeler, yönetici rollere bilim insanlarının yerleşmesini sağlama ve araştırma alanında öncelikler elde etme gibi çıktılarla bilim diplomasisinin çıktılarına da erişir. Yukarıda belirtilen alanlar aynı zamanda yumuşak güç unsurları arasında da yer almaktadır. İletişim alanının özel olarak yer alması da, aynı zamanda Türkiye'nin kendi hikayesini de anlatmak ve hatta yazmak istemesiyle de doğrudan ilişkilidir. Burada ayrıca, Türkiye bilim diplomasisi alanında bir özne olmayı da hedeflemektedir.

Özetle, On ikinci Kalkınma Planı elbette doğrudan bilim diplomasisi ile ilgili değildir ve bilim diplomasisi kavramını içermemektedir. Fakat, dolaylı olarak bilim ile ilgili kısımlar ele alındığında, üstü kapalı bir bilim diplomasisi stratejisine sahip olduğunu söylemek yanlış olmaz. Her ne kadar stratejik imalar ve kurumsal tasarımlar olsa da bilim diplomasisi resmi açıdan tanımlanmış ve üzerine açık strateji oluşturulmuş bir alan henüz değildir. Yurt içi bilimsel kapasitenin oluşturulması, uluslararası arenada görünürlüğün artırılması, bilim insanı sermayesinin artırılması ve aktif kurumsal katılımının planlanması her ne kadar bilim diplomasisi açısından bir yapı kurulmasına yorumlansa da açık bir bilim diplomasisi stratejisinin olmamasının eksikliği de görülmektedir. Bu maddeler yumuşak güç ve rekabetçi kimlik unsurlarıyla da örtüşmektedir. On İkinci Kalkınma Planı, Türkiye'nin marka değerine en genel anlamıyla stratejik bir taahhüt ile katkı sağlamaktadır. Detaylı ve kapsamlı bir kalkınma stratejisinin içerisinde yer alan bilim diplomasisi faaliyetleriyle – her en kadar doğrudan bilim diplomasisi kavramına yer verilmese de – bu durum uluslararası kamuya ve bilim camiasına Türkiye'nin konuyla ilgili hedeflerinin kurumsal temellere dayanan, sağlam hedefler olduğunun mesajını açıkça iletmektedir. Bu Planda yer alan ve yukarıda değinilen, öncü teknoloji geliştirme, beyin göçünü tersine çevirme ve yurt dışında yaşayan vatandaşları aktif hale getirme gibi somut taahhütler, marka değerine doğrudan katkı sağlamaktadır. Elbette, marka değerine yapılacak katkı sadece taahhütlerle sınırlı kalmamalıdır, bu taahhütlerin gerçekleşmesi de bir o kadar önemlidir.

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın son dönemdeki konuşmalarında bilim diplomasisi kavramına yapılan vurgu öne çıkmaktadır. 2021 yılındaki TÜBİTAK ve TÜBA Bilim Ödülleri töreninde Erdoğan, Türkiye'yi yalnız kendi vatandaşları için değil dünyadaki tüm bilim in-

sanları için bir cazibe merkezi haline getirmeyi hedefini belirtmiştir (Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı, 2021). Burada sadece ulusal değil aynı zamanda uluslararası bir çerçevelemeyle hem bilim diplomasisi hem de yumuşak güç odağında Türkiye'nin bilimsel ortamının cazip hale gelmesi en temel anlamıyla ifade edilmektedir. Ekim 2023'teki bir konuşmasında ise Erdoğan bilim diplomasisi kavramını açıkça kullanarak bunun Türkiye'nin uluslararası tanınırlığını artırmak ve kültürler arası iletişimi geliştirmek açısından kritik önem taşıdığını belirtmiş; üniversitelerin yurt dışındaki muhataplarıyla somut iş birliği projeleri geliştirmesini teşvik etmiştir (Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı, 2023). Bu konuşmanın en önemli noktası, bilim diplomasisi kavramının ilk kez açık bir şekilde ifade edilmesidir. Türkiye'nin uluslararası tanınırlığına ve kültürler arası iletişimine yaptığı vurguyla Erdoğan, Türkiye'nin imajının güçlendirilmesi açısından dolaylı olarak Türkiye'nin yumuşak güç stratejilerine değinmiştir. Üniversitelere ve üniversitelerdeki uluslararası iş birliklerine yaptığı vurguyla, On İkinci Kalkınma Planında da çeşitli şekillerde vurgulanan unsurların sadece planlama olarak değil aynı zamanda da somut çıktıları beklenen bir uygulama alanı olduğu da anlaşılmaktadır. Cumhurbaşkanı konuşmaları marka değeri açısından incelendiğinde ise, bilim diplomasisi ile ilgili faaliyetlerin sadece resmi evraklar nezdinde kalmaması ve Cumhurbaşkanının konuşma konuları arasına girmesi, Türkiye'nin bilim diplomasisi ile ilgili marka değerini inşa etme çabasının altını çizmektedir.

Bilim diplomasisinin çatı kavramı olan kamu diplomasisi, Ulusal Kamu Diplomasisi Strateji Belgesi ve Eylem Planı ile devlet politikasının somut bir çıktısına dönüşmüştür. Bu kapsamlı belgede bilim diplomasisinin de bir komite olarak oluşturulduğu gösterilmektedir. Nitekim Dağlı ve Oğuztürk'ün (2018) de belirttiği üzere bilim ve teknoloji politikalarının amacı ekonomik kalkınmanın yanı sıra prestij ve bilim tutkusu olarak da yer almaktadır (s. 1482). Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı koordinasyonuyla hazırlanan Türkiye Kamu Diplomasisi Strateji Belgesi (2024-2029), alan bazlı stratejik öncelikler arasında bilim ve teknolojiyi de saymaktadır (2024, s. 4). Belgenin ikinci amacı kapsamında "bilimsel, teknolojik ve yenilikçi girişimler alanında Türkiye'nin uluslararası etkinliğini artıracak faaliyet ve iş birliklerinin görünürlüğünün artırılması" hedef olarak belirlenmiştir (2024, s. 7). Bütün bunlar gösteriyor ki, bilim diplomasisi artık resmi bir politika çerçevesinde, Türkiye'nin resmi kamu diplomasisi stratejik çerçevesinde yer almaya başlamıştır. Ayrıca, Türkiye bilimsel iş birliğini imaj inşası ve uluslararası bir etki aracı olarak görmekte ve böylelikle gerek yumuşak gücüne gerek de rekabetçi kimliğine fayda sağla-

yacak bir stratejiye kavuşmaktadır. Bilimsel görünürlük üzerinden Türkiye'nin olumlu bir algı oluşturmak istemesi, bilim alanındaki itibarın aktif bir şekilde yönetilmesiyle birlikte rekabetçi kimliğe doğrudan etki etmektedir. Bu Strateji Belgesi, Türkiye'nin marka değerine kurumsal temellere dayalı, çok boyutlu ve koordineli bir yapıya sahip olmasıyla gösterdiği tutarlılık açısından olumlu katkı sağlamaktadır. Bu belgede, bilim ve teknolojinin eğitim, iletişim ve kültürle birlikte stratejik bir öncelik olarak yer alması, marka değerinin yalnızca tek bir alanda değil, birçok alanda eş zamanlı olarak inşa edilmesinin planlandığını açıkça göstermektedir.

Dışişleri Bakanlığı da bilim diplomasisi alanında önemli bir kurumsal aktör olarak yer almaktadır. 2012 yılında Dışişleri Bakanlığı ile Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı arasında bilim diplomasisi iş birliği protokolü imzalanmış; 2024 yılında ise Kamu Diplomasisi ve Stratejik İletişim Genel Müdürlüğü ile Bilim ve Teknoloji Politikaları Genel Müdürlüğü kurularak bilim diplomasisi dış politika yapısına kurumsal olarak entegre edilmiştir. Turekian ve Neureiter'ın (2012) da vurguladığı üzere bilim ile diplomasinin kesişim noktası, ikili ilişkilerin çok ötesine geçerek kapsamlı dış politika hedeflerine hizmet etmektedir. Bununla birlikte, söz konusu müdürlüklerin henüz yeni kurulmuş olması, bilim diplomasisinin Türk dış politikasında kurumsal bir karşılık bulmaya başladığını göstermektedir. Buradan hareketle, Türkiye özellikle 2020li yıllardan itibaren bilim diplomasisini kurumsal bir çerçeveye oturtmaya başlamıştır. On İkinci Kalkınma Planında yer alan Türkiye'nin uluslararası arenada önemli bir bilim merkezi haline gelmesi, yapısal reformlarla beyin göçünü tersine çevirme, yurtdışında bulunan Türk bilim insanlarını süreçlere dahil etme ve teknoloji kapasitesini geliştirerek kurumsal görünürlüğü artırma yönündeki söylemler bir bilim diplomasisi ilkesi oluşturmaktadır. Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın konuşmalarında bilim diplomasisine açıkça yer vermesi ve kavramın Kamu Diplomasisi Strateji Belgesine dahil edilmesi, bilim diplomasisi vizyonuna bir meşruiyet kazandırmaktadır. Bununla birlikte henüz bütüncül bir stratejiden bahsetmek söz konusu değildir. Türkiye'de bilim diplomasisi, Kalkınma Planları gibi üst politika belgelerinde dolaylı olarak yer bulmakta; kamu diplomasisi çatısı altında stratejik olarak bulunmakta, ancak kendi başına bağımsız bir politika aracı olarak, bütüncül bir stratejiyle tanımlanmamaktadır. Bununla birlikte bu bölümde incelenen belgeler bir bütün olarak değerlendirildiğinde, Türkiye'nin bilim diplomasisi alanında çok katmanlı bir marka değeri inşa etme sürecinde olduğu görülmektedir. Kuramsal altyapı, yumuşak güç bilinci, rekabetçi kimlik arayışı ve uygulamalarla bilim diplomasisi alanında ulusal iti-

bar inşa edilmeye ve mevcut marka değerinin gelişimine yönelik adımlar atıldığı görülmektedir.

Türkiye'de Bilim Diplomasisi: Kurumsal Aktörler ve Rolleri

Türkiye'de bilim diplomasisi, uzun süredir belirli bir stratejisi olmadan, çeşitli aktörlerin çabalarıyla yürütülmüştür. Ancak 2020li yıllardan itibaren, kamu diplomasisinin artan önemiyle birlikte bilim diplomasisi, kamu diplomasisinin çatısı altında stratejik olarak temellenmeye başlamıştır. Küresel etki ve iş birliğinin giderek daha önemli bir itici güç haline gelmesiyle Türkiye bilim diplomasisini; yabancı öğrencileri ağırlamak, kültür merkezleri işletmek, yurtdışına bilim ve eğitim ataşeleri atamak ve bilim ve teknolojide ilerleme kaydetmek gibi yumuşak güç araçlarını, insani dış politikasını ve uluslararası prestijini güçlendirmek için kullanmaktadır (Kıran ve Açıkalın, 2021). Türkiye'de bilim diplomasisine katkı sağlayan her kurum aslında bilim diplomasisinin aktörleri arasında yer almaktadır. Fakat, bu çalışmada doğrudan bilim diplomasisi ile ilgisi bulunan ve kurumsal amacında bilim diplomasisi kavramına ve/veya ilişkili kavramlara yer veren aşağıdaki kurumlar ele alınmaktadır: Türkiye Bilimler Akademisi (TÜBA), Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK), Yükseköğretim Kurulu (YÖK), TABİP programı bağlamında Yunus Emre Enstitüsü (YEE), Türkiye Bursları üzerinden Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı (YTB) ve son dönemde öne çıkan Türkiye Uzay Ajansı (TUA) ve Kutup Araştırmaları Enstitüsü (KARE).

Türkiye Bilimler Akademisi (TÜBA)

Türkiye Bilimler Akademisi (TÜBA), Türkiye'deki tüm bilim alanlarını kapsayan ulusal bir akademi olarak 1993 yılında kuruldu. 13/11/2021 tarih ve 86 No'lu Cumhurbaşkanlığı Kararnamesinde yer alan şekliyle TÜBA'nın görevleri arasında, "bilim diplomasisi alanında faaliyetler yürütmek ve bu alanın gelişmesine katkı sunmak" (Türkiye Bilimler Akademisi, 2026a) yer almaktadır. TÜBA, diğer kurumlardan bilim diplomasisi kavramını net bir şekilde görev tanımları arasında yer vermesinden ötürü farklılaşmaktadır ve kendi faaliyet alanına ilişkin bilim diplomasisi adına bir taahhütte bulunmaktadır. TÜBA'nın misyonu incelendiğinde; "toplumda bilimsel yaklaşım ve düşüncenin yayılması için çalışmak ve ülkemizin bilim diplomasisi çerçevesinde dünyada temsilini sağlamak" (Türkiye Bilimler Akademisi, 2025a, s. 18) ifadesi yer almaktadır. TÜBA'nın tam anlamıyla bilim diplomasisi ile özdeşleşen bir kurum olması, aslında Türkiye'nin bilim diplomasisinin önemini kavradığını ve bu nedenle bu doğrultuda kurumsal bir yapı oluşturduğunu göstermektedir. TÜBA'nın 2024-

2028 Stratejik Planı incelendiğinde, belirtilen amaçlar arasında "ülkemizi dünya bilim camiasında temsil etmek ve Türk bilim camiasının dünya ile etkileşimini ve iş birliğini bilim diplomasisi yoluyla geliştirmek" (Türkiye Bilimler Akademisi, 2026b, s. 3) yer almaktadır. Bu amaç, bilim diplomasisi kavramının Cumhurbaşkanlık ve Bakanlık belgelerinde yer aldığı gibi sadece siyasi ve bürokratik düzlemde kalmadığını aynı zamanda Türkiye'nin bilimsel alanına da nüfuz ettiğini göstermektedir. Bu amaç doğrultusunda yer alan ilk hedefte, Türkiye'nin uluslararası ikili ve çoklu ilişkilerde ve bilimsel toplantılarda etkin şekilde yer alarak dünya bilim diplomasisi çerçevesinde diğer ülke akademileri ve çatı kuruluşlar ile ilişkiler geliştirilmesi öngörülmektedir (Türkiye Bilimler Akademisi, 2026b, s. 3). Bu hedef, uluslararası iş birliği ve faaliyetlere katılım üzerinden bilim diplomasisinin önemli işlevlerinden birini kurumsal düzeye taşımaktadır. İkinci hedefte ise yurt dışındaki yetkin akademisyen ve araştırmacılar için Türkiye'de tam veya kısmi zamanlı çalışma imkânlarının çeşitlendirileceği ve ortak projelerin geliştirileceği belirtilmektedir (Türkiye Bilimler Akademisi, 2026b, s. 3). Bu hedefte ise, Cumhurbaşkanlığı belgelerinde ve bilim diplomasisi literatüründe sıklıkla vurgulanan Türkiye'nin uluslararası bir cazibe merkezi haline getirilmesi vizyonuyla doğrudan bir örtüşme yer almaktadır. Stratejik Planın GZTF analizinde, dış çevre fırsatları arasında "uluslararası bilim diplomasisinde aktif politikalar ile Türkiye'nin uluslararası bilim camiasında saygınlığını artıracak potansiyele sahip olunması" yer almaktadır (2026b, s. 45). Bu madde, Türkiye'nin doğru politika ve uygulamalarla birlikte şekillendirdiği bir itibar potansiyelinin olduğunu; bunun ise doğru stratejilerle hedeflenen noktaya taşınabileceği belirtilmektedir. Marka değeri açısından değerlendirildiğinde, bu hedeflerin yalnızca söylemde kalmayıp bilimsel kurumların stratejik planlarına entegre edilmesi kurumsal güvenirliği pekiştirmekte ve sonuç olarak Türkiye'nin marka değerine somut katkı sağlamaktadır. Uluslararası akademilerle kurulmak istenen etkin ağlar da Türkiye'nin bilimsel itibarını ilişki kurma yoluyla oluşturmakta ve Türkiye'nin marka değerini güçlendirmenin önemli bir aracı olarak ortaya çıkmaktadır.

TÜBA'nın organizasyon şemasında "Uluslararası İlişkiler" başlığı yer almaktadır. Bu başlığın altında yer alan "Çok Taraflı İlişkiler" kısmında Avrupa Akademileri Birliği (All European Academies - ALLEA), Akademiler Arası Ortaklık (The InterAcademy Partnership - IAP), Asya Bilim Akademileri ve Toplulukları Birliği (Association of Academies and Societies of Sciences in Asia-AASSA), Avrupa-Akdeniz Ülkeleri Akademileri Ağı (Euro-Mediterranean Akademic Network - EMAN), Güney Doğu Av-

rupa Akademileri Konseyi (InterAcademy Council of Southeastern Europe - IAC SEE) ve Türk Dünyası Ulusal Bilim Akademileri Birliği (Union of National Academies of Sciences of the Turkic World) gibi kurumlar yer almaktadır. Burada açıkça görülmektedir ki, TÜBA amaç ve hedeflerinde de belirtildiği üzere, çeşitli kuruluşlarda yer alarak ve bu kuruluşlarla iş birliği yaparak uluslararası alanda Türkiye'nin bilim diplomasisi öncüsü olmakta ve bu vesileyle de Türkiye'nin marka değerine önemli bir katkı sağlamaktadır. "İkili İlişkiler" başlığı altında yer alan "Anlaşmalı Ülkeler" kısmı incelendiğinde ise; Fransa, Avusturya, Romanya, Filipinler, Azerbaycan, Kore, Bulgaristan, Moğolistan, Makedonya, Slovenya, Gürcistan, Hindistan, Bosna-Hersek, Tataristan, Kazakistan, Sudan, Nepal, Vietnam, Özbekistan, Endonezya gibi birçok ülkeyle anlaşmalarının olduğu görülmektedir. Bilim diplomasisi kavramı odağında TÜBA'nın haber arşivi incelendiğinde, kavramın kurumsal söylemde ilk 2021 yılında yer almaya başladığı, ancak 2025 yılından itibaren öne çıktığı görülmektedir. Bilim diplomasisi kavramına ilişkin ilk haber 2021 yılında S20 ve SS20 toplantıları bağlamında yayımlanmış (Türkiye Bilimler Akademisi, 2021); Ekim 2024'te ise bilim diplomasisinin "ülkeler arası ilişkileri geliştirmede en etkili araçlardan biri" olduğu ifade edilmiştir (Türkiye Bilimler Akademisi, 2024).

2025 yılından itibaren bilim diplomasisi kavramı TÜBA Başkanı Prof. Dr. Muzaffer Şeker'in konuşmalarında merkezi bir yer edinmiştir. Mayıs 2025'te Şeker, "bilimin artık sadece laboratuvarlarda değil, müzakere masalarında ve toplum nezdinde de stratejik bir aktör" olduğunun ve bilim diplomasisinin "ülkeler arası güven inşasında ve kriz dönemlerinde çözüm üretiminde önemli rol üstlendiğini" ve "dış politikaya paralel yürütülen, ancak daha kapsayıcı ve bağımsız bir güç alanı sunduğunu" (Türkiye Bilimler Akademisi, 2025c) vurgulamaktadır. Ekim 2025'te ise, akademinin "bilimi yalnızca üretim alanı değil aynı zamanda bir diplomasi ve ortak anlayış köprüsü olarak ele aldığını" vurgulayarak bilim diplomasisini "ülkeler arasında güven inşa eden en sağlam alanlardan biri" (Türkiye Bilimler Akademisi, 2025b) olarak tanımlamaktadır. Ekim 2025 tarihli bir diğer haberde ise bilim diplomasisini, "barış, kalkınma ve sürdürülebilirlik için stratejik bir araç" olarak tanımlayarak bilim diplomasisinin "küresel iş birliğini ve kültürel etkileşimi güçlendirdiğini" (Türkiye Bilimler Akademisi, 2025b) belirtmektedir. 2026 yılına gelindiğinde bilim diplomasisi ile ilgili söylem netleşmeye başlamış ve Şeker bilim diplomasisi ile kamu diplomasisini kurumsal temsillerin buluşturduğunu ve TÜBA'nın faaliyetlerinin yumuşak güç unsuru olarak bilimi Türkiye'nin dış politika hedefleriyle örtüştürdüğünü ifade etmektedir (Türkiye Bilimler Akademisi, 2026c).

TÜBA 2025 Performans Programı incelendiğinde, bilim diplomasisi çerçevesinde iş birliği yapılan ülke sayısının 39, üye olunan uluslararası çatı kuruluş sayısının ise 12 olduğu görülmektedir (Türkiye Bilimler Akademisi, 2025a, s. 2). Diğer strateji belgelerinin aksine bu veriler, bilim diplomasisinin fiilen hayata geçirildiğinin bir göstergesidir. Bilim diplomasisi açısından bu tür ölçülebilir göstergeler çok önemlidir; çünkü kurumsal hedeflerin uygulamadaki karşılığı ancak bu şekilde değerlendirilmektedir. Marka değeri açısından ele alındığında, kurulan her ilişki ve istikrarlı biçimde sürdürülen her performans Türkiye'nin bilim diplomasisi marka değerine doğrudan katkı sağlayacaktır. Özetle, uluslararası akademi ağlarındaki temsiliyet ve bilim diplomasisi söylemini şekillendirmesi açısından TÜBA'nın bilim diplomasisi marka değerine katkısı çok önemlidir. TÜBA, üst politika belgelerindeki stratejilerin hayata geçirilmesinde bilim diplomasisi söylemini kurumsal düzeyde şekillendiren önemli bir role sahiptir.

Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK)

1963 yılında kurulan Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK), "Türkiye'nin bilim ve teknoloji politikalarının belirlenmesinde rol oynayan ilk önemli kuruluştur" (Arap ve Erat, 2017, s. 325). TÜBİTAK, kuruluş kanunun da belirtildiği üzere "uluslararası ikili ve çok taraflı bilimsel ve teknolojik iş birliği faaliyetlerinde Türkiye'yi temsil etmekte ve bu alandaki koordinasyonu sağlamaktadır" (Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu, 2026a). TÜBİTAK yasal çerçeve üzerinden incelendiğinde, uluslararası bir işlev üstlendiği de görülmekte ve Türkiye'nin bilim diplomasisi faaliyetleri arasında işlevsel bir merkez haline gelen bir kurum olarak karşımıza çıkmaktadır. AB Çerçeve programları, COST, ESA, EUREKA ve EMBC üyeliklerinin yönetimi gibi unsurlarla Türkiye'nin bilim diplomasisinde kurumsal omurgayı oluşturduğu söylenebilir. COST (Bilimsel ve Teknik Araştırma Alanında Avrupa İşbirliği) ve ESA (Avrupa Uzay Ajansı) gibi Avrupa araştırma programları, KEİ (Karadeniz Ekonomik İşbirliği) ve EİT (Ekonomik İşbirliği Teşkilatı) gibi bölgesel, NATO, OECD ve UNESCO gibi uluslararası örgütler ve Ufuk 2020 gibi programlarla TÜBİTAK uluslararası alanda önemli ağların parçası olmaktadır.

TÜBİTAK'ın altında yer alan "Uluslararası İşbirliği Daire Başkanlığı"nın (UİDB) misyonlarından biri de "Türkiye'nin bilim ve teknoloji yeteneğini ulusal önceliklerimiz ve dış politikamız doğrultusunda geliştirmek ve sürdürülebilir kılmak amacıyla; bilim diplomasisi faaliyetleri yürütmektir" (Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu, 2012, s.

5). UİDB'nin misyonunda bilim diplomasisinin hem ulusal önceliklerle hem de dış politika ile uyumlu hale getirilmesi marka değeri açısından bir hayli önemlidir. Çünkü, kurumsal düzeyde koordinasyon sorununa bir çözüm getirmektedir. Bu misyonda TÜBİTAK'ın uluslararası bilimsel faaliyetlerini dış politika aracı olarak da konumlandırması, bilim diplomasisini Türkiye'nin bilimsel kapasitesi ile diplomatik hedefleri arasında köprü kuran bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu da TÜBİTAK'ın bilim diplomasisinin gerektirdiği kurumsal bir roldür. Marka değeri açısından, TÜBİTAK'ın faaliyetleri ile hem araştırma hedeflerini hem de diplomatik hedefleri eş zamanlı ilerleten ve uluslararası alanda tanınan bir kurum olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu da bilim diplomasisinin salt bir stratejiden ibaret olmadığını gösterir ve somut bir marka değeri yaratır.

TÜBİTAK 2024-2028 Stratejik Planında, TÜBİTAK Başkanı Prof. Dr. Orhan Aydın, iklim değişikliği ve sürdürülebilirlik gibi küresel iş birliğine ihtiyaç duyulan ortak gündem maddelerinin bilim diplomasisi faaliyetlerini daha da önemli hale getirdiğini vurgulayarak bu alandaki çalışmaların kararlılıkla sürdürüleceğini ifade etmektedir (2024, s. vii). Ar-Ge ve inovasyon odaklı uluslararası iş birliklerinin geliştirilmesi hedefi kapsamında ise "stratejik iletişim ve diplomasi çalışmaları yürütülmesi" bir kontrol faaliyeti olarak yer almaktadır (2024, s. 168). Bilim diplomasisinin küresel sürdürülebilirlik bağlamında ele alınması marka değeri açısından önemlidir; çünkü TÜBİTAK'ın uluslararası faaliyetleri insanlığın ortak sorunlarına katkı sunan bir sorumluluk çerçevesinde konumlandırmaktadır. İklim değişikliği ve sürdürülebilirlik konularında çözüm sunmak için katkıda bulunan ülkeler, bu konuların günümüz dünyasındaki önemine binaen marka değeri elde ederler. Bu ülkeler, bilimsel kapasitelerini yalnızca kendi çıkarlar için değil, insanlığın ortak iyiliği için de sorumluluğu üstlenen küresel vatandaşlar olarak algılanırlar. Bu durum, yukarıda bahsi geçen On İkinci Kalkınma Planının uzun vadeli vizyonundaki "insanlığa katkı" çerçevesini ve TÜBA'nın AASSA sempozyumundaki sürdürülebilir kalkınma temasını doğrudan yansıtmaktadır. Sürdürülebilirlik temasının ele alınması, marka değerine duyarlı bir çerçeve çizmektedir ve uluslararası alanda itibarını oluşturmak isteyen bir ülke için sadece ulusal değil küresel alanda hareket etmesi de marka değerine doğrudan katkı sağlayacaktır. Ar-Ge ve inovasyon işbirliği hedefi kapsamında uluslararası iş birliğinin geliştirilmesi üzerine hedef, bilimsel işbirliği ile diplomatik ilişkiler arasındaki bağı işlevsel açıdan resmileştirmesi ve kurumsal bir statü kazandırması önemlidir. Böylece uluslararası araştırma ortaklıklarının yalnızca teknik açıdan işlevsel olmayacak aynı zamanda da marka değeri açısından

elde edilecek getiriler için de önem arz etmektedir. TÜBİTAK'ın çeşitli belgelerinde bilim diplomasisi faaliyetlerinin yinelenerek ortaya çıkması, TÜBİTAK'ın bilim diplomasisi taahhüdünü söylemsel bir süzlemde kalmayıp eylemsel bir düzlemde de var olduğunu göstermektedir.

TÜBİTAK Uluslararası İş birlikleri Daire Başkanlığı'nın faaliyetleri arasında yine "bilim diplomasisi faaliyetlerini yürütmek" maddesinin yer aldığı görülmektedir (Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu, 2026b). İkili ve Çoklu İlişkiler ve Avrupa Birliği Çerçeve Programları ile birlikte uluslararası alanda faaliyetler yürütülmektedir ve dolayısıyla da bilim diplomasisine katkı sağlamaktadır. TÜBİTAK - ikili anlaşma ağındaki sayısal yükselme, bilim diplomasisinde coğrafi yönelimdeki çeşitliliğe vurgu yapar. Aynı zamanda, TÜBİTAK'ın bilim diplomasisi kavramını açıkça kullanmaya başlaması, bilinçli bir bilim diplomasisi stratejisinin ortaya çıktığının en somut işaretlerinden biridir.

TÜBİTAK, bilim diplomasisini kurumsal olarak en sağlam temellere dayandıran kurumların başında gelmektedir. Çeşitli iş birlikleri ve bu birliklerin somut çıktılarıyla birlikte, Türkiye'nin marka değerine olumlu ve doğrudan katkı sağlamaktadır. TÜBİTAK'ın bilim diplomasisi açısından önemi, bilim diplomasisinin etrafında ortak bir kurumsal mantık olarak toplanması ve çok aktörlü bir çerçeveye sahip olmasıdır. Türkiye'nin marka değer açısından ele alındığında ise, Türkiye'nin bilim diplomasisi hedeflerinin tekil bazda kurumların ifadelerinden ziyade, ulusal bilim ve diplomasi yapısının ortak taahhüdü olarak kendini gösterir. Böylece, Türkiye'nin bilimsel açıdan çekim merkezi haline gelme isteği, sadece sözde kalan bir arzu olmaz, eyleme de geçirilen, uygulamada var olan bir husus olarak karşımıza çıkar.

TÜBİTAK yumuşak güç üzerinden ele alındığında, uluslararası ortaklıklar, ikili anlaşmalar ve öncü teknolojiler geliştirme gibi unsurlara sahip olduğundan güvenirlik açısından güçlü bir kurumdur. Faaliyetleri ise, yumuşak güç unsurlarının sadece retorik düzlemde kalmayıp aynı zamanda uygulamada da var olduğunun bir göstergesidir. Örneğin, TÜBİTAK tarafından fonlanan projelerle uluslararası düzeyde kabul edilen bilimsel çıktılar, ikili iş birliği anlaşmaları neticesinde yapılan ortak yayınlar, Türk araştırmacıların Ufuk Avrupa programlarında yer almasıyla uluslararası işbirliği ağlarının oluşturulması Türkiye'yi bilimsel açıdan temsil ederken aynı zamanda olumlu bir etki de yaratacaktır. Böylece, kalıcı ve özgün bir yumuşak güç unsuru elde edilmiş olur. UİDB misyonunda belirtilen bilim diplomasisinin dış politika ile uyumlu hale getirilmesi, TÜBİTAK'ın faaliyetlerinin Türkiye'nin diplomatik amaçlarıyla uyum sağla-

ması ve böylelikle de Türkiye'nin yumuşak gücüne hizmet etmesi anlamına gelir. Rekabetçi kimlik açısından ele alındığında, TÜBİTAK'ın Türkiye'nin bilimsel hedeflerini somut hale getiren bir kurum olmasıyla güvenilir ve kalıcı bir rekabetçi kimlik oluşturur.

Yunus Emre Enstitüsü ve TÜBİTAK İş Birliği: TABİP Protokolü

Yunus Emre Enstitüsü (YEE) hem kültürel hem de bilimsel alanda Türkiye'nin yumuşak güç unsurlarına hizmet eden kurumlar arasında yer almaktadır. YEE ve TÜBİTAK, TABİP (Türkiye Bilimsel ve Akademik İşbirliği Projesi) kapsamında bir iş birliği protokolü imzalamıştır. TÜBİTAK ile Yunus Emre Enstitüsü (YEE) arasında imzalanan bu protokol, TABİP ve bilim diplomasisi faaliyetleri çerçevesinde insan kaynağı görevlendirilmesinden ortak bilimsel projelere, teknik altyapı paylaşımından kurumsal kapasite geliştirmeye uzanan geniş bir iş birliği zeminini hedeflemiştir.

Cumhurbaşkanlığı himayesinde YEE tarafından yürütülen Türkiye Akademik ve Bilimsel İş Birliği Projesi (TABİP), Türkiye'nin akademik alandaki uluslararası bilinirliğini ve bilimsel iş birliklerini artırmayı hedefleyen bir proje olarak hayata geçirilmiştir (Yunus Emre Enstitüsü, 2018, s. 118). Projenin misyonunda doğrudan bilim diplomasisi kavramı yer almakta; YEE'nin tüm bilim alanlarını kapsayacak bilim diplomasisi çalışmalarını koordine ederek Türkiye'yi bu alanda dünyaya tanıtması hedeflenmiştir. Projenin vizyonunda ise bilim diplomasisinin yumuşak güç yaklaşımının önemli bir aracı olarak konumlandırılmakta ve Türkiye'nin uluslararası diplomatik ilişkilerinin güçlendirilmesine azami düzeyde katkı sağlanmasının öngörüldüğü görülmektedir (Yunus Emre Enstitüsü, 2018, s. 118). Bununla birlikte TABİP, 2019-2020 yılları sonrasında kamuoyuna yansıyan faaliyetler açısından görünürlüğünü yitirmiş, YEE'nin sonraki yıllara ait faaliyet raporlarında ve açıklamalarında ise bilim diplomasisi yerine kültürel diplomasi faaliyetleri ön plana çıkmıştır. Kurumsal misyon ve vizyon çerçeveleri incelendiğinde, Yunus Emre Enstitüsü'nün bilim diplomasisi çerçevesi yumuşak güç, bilim diplomasisi, rekabetçi kimlik ve marka değeri ile olan ilişkisini aynı anda ortaya koyan bir çerçeve olmasından önemlidir. Enstitü, klasik diplomasi anlayışından ziyade, bilim, kültür ve eğitim alanlarında çekiciliğin geliştirilmesiyle yumuşak güç unsurunun öneminin altını çizmektedir. YEE ile TÜBİTAK'ın bilim diplomasisi yollarının kesişmesi, Türkiye'nin bilim kapasitesini yurtdışında tanıtmak, akademik değişimi teşvik etmek gibi unsurlarla rekabetçi kimlik açısından oldukça önemlidir. YEE, kültürel diplomasi ile bilim diploma-

sisini birlikte işleterek, güçlü bir itibar oluşturmaya çalışmaktadır. TÜBİTAK ve YEE ortaklığı, yani, kültürel diplomasi ve bilim diplomasisi ile ilgili önemli iki kurumun bir amaç altında toplanması, marka değeri açısından da oldukça önemlidir.

TABİP programının yukarıda belirtilen misyon ve vizyonu, bir açıdan bilim diplomasisi marka değeri söylemidir. Çünkü, tüm bilimsel alanlarda yer alan bilim diplomasisi faaliyetlerini koordine etmeyi ve tüm kurumları sürece dahil etme ve bu alanda ülkeyi uluslararası alanda tanıtma konusundaki beyanı marka değeri açısından bütünsel bir bilim diplomasisi hareketini göstermektedir. Kurumların tekil faaliyetlerinden ziyade bütüncül bir şekilde hareket etmesi, tutarlı ve inandırıcı bir kimlik oluşturacağından rekabetçi kimliğe önemli bir katkı sağlayacaktır. Yukarıda belirtilen, Türkiye'nin diplomatik ilişkilerinin güçlendirilmesine katkı sağlanması ile ilgili ifade, bilim diplomasisini Türkiye'nin dış politika hedefleriyle doğrudan ilişkilendirerek TÜBİTAK, YEE ve TABİP arasında kurumsal bir bütünlük oluşturur. Marka değeri için önemli olan somut ve tutarlı başarıların olması bu üç kurum birlikte ele alındığında, Türkiye'nin bu kurumlarla somut bir bilim diplomasisi ekosisteminde yer edinerek kendi marka değerine olumlu katkı sağlaması yönündedir. Bu nedenle, YEE ve TABİP Türkiye'nin bilim diplomasisi ile ilgili marka değerinde yapıtaşları haline gelmektedir. Bu yapıtaşlarında yer alan marka değeri, güvenirlik ve tanınırlık ile desteklenmektedir.

Yükseköğretim Kurulu (YÖK)

Yükseköğretimin uluslararasılaşması, bilim diplomasisi ile ilişkilendirilebilecek bir alandır. YÖK Uluslarasılaştırma Stratejik Belgesi (2024-2028) incelendiğinde, belgenin temelini uluslararası öğrenci ve akademisyenleri ülkeye çekme, uluslararası görünürlük, Study in Türkiye markası, burs ve değişim programları ile tanıma-denklik hizmetlerinin oluşturduğu görülmektedir. Uluslararası görünürlük başlığı altında ise, akademik iş birlikleri, uluslararası sıralamalar ve farklı dillerde araştırma ve yayın faaliyetleri öne çıkmaktadır. Belge, Türkiye'yi yükseköğretimde uluslararası bir çekim merkezi haline getirmeyi hedeflemekte; bu doğrultuda yeni politikalar ve uluslararası iş birliği stratejileri geliştirildiğini ifade etmektedir (Yükseköğretim Kurulu, 2025a, s. 9). Söz konusu hedefin somut bir göstergesi olarak 2013 yılında 43.251 olan uluslararası öğrenci sayısının 2024 yılında 336.366'ya ulaştığı vurgulanmakta (Yükseköğretim Kurulu, 2025a, s. 9) ve Türkiye'nin özellikle Afrika, Orta Asya ve Orta Doğu bölgelerinden öğrencileri kendisine çektiği ifade edilmektedir (Yükseköğretim Kurulu, 2025a, s. 16). Bir marka olarak ifade edilen "Study

in Türkiye", Türkiye'nin yükseköğretim sistemini dünyaya tanıtmayı hedefleyen kurumsal bir çerçeve olarak sunulmaktadır (Yükseköğretim Kurulu, 2025a, s. 22). Uluslararası değişim programları bünyesinde, Erasmus, Türkiye Uluslararası Değişim Programı, Uluslararası Bilim İnsanları için YÖK Destek Programı ve Akademik Birikim Programı yer almaktadır. Bunlara ek olarak TR-YÖS, sanal fuarlar, bölge toplantıları ve ikamet protokolleri gibi uygulamalar da uluslararasılaşma faaliyetlerini destekleyen araçlar olarak sunulmaktadır. Ayrıca, YTB ve Türkiye Maarif Vakfı ile ortaklıklar, uluslararası Türk Devletleri Üniversitesinin kurulması ve Afrika Birliği ile iş birliği gibi kurumsal işbirlikleri ön plana çıkmaktadır.

Belgede yer alan GZTF (SWOT) analizi incelendiğinde (Yükseköğretim Kurulu, 2025a, s. 40), "tanıtım ve markalaşma çalışmalarının yetersizliği" zayıf yönler arasında yer alırken, "ülkemizin dış politikadaki açılım politikaları" ve "diplomatik temsilciliklerimizin dünyadaki ve etkin geniş ağı" maddeleri fırsatlar arasında yer almaktadır. Her ne kadar özellikle son 15 yılda yükseköğretimde uluslararasılaşma ivme kazansa da, markalaşma konusunda bir eksiklik olduğu ortaya konmaktadır. Çalışkan ve Büyükgöze (2025) Türkiye'nin devlet öncülüğündeki çok yönlü yaklaşımının, yükseköğretimi jeopolitik ve kültürel diplomasiyle özgün bir bileşim halinde sunduğunu; böylece diğer ülkelerin stratejilerinden ayrıştırdığını belirtir (s. 16). Piyasa odaklı Batı modellerinden farklı olarak bu yaklaşım, üniversiteleri bölgesel bağları güçlendirmek, liderliği pekiştirmek ve yumuşak gücü genişletmek için birer araç konumuna yerleştirmektedir (Çalışkan ve Büyükgöze, 2025: s. 16).

Belgede yer alan stratejik amaçlar incelendiğinde, birinci amacın Türkiye'yi nitelikli uluslararası öğrenci ve akademisyenler için bir çekim merkezi haline getirmek olduğu görülmektedir (Yükseköğretim Kurulu, 2025a, s. 42). Bu amaca yönelik hedeflerde; uluslararası öğrenci ve akademisyen sayısının artırılması, üniversitelerin iş birliği potansiyelinin güçlendirilmesi, Türk Devletleri Teşkilatı çatısı altında bir Türk Dünyası Yükseköğretim Alanı oluşturulması, hükümetler ve çok uluslu kurumlarla iş birliği anlaşmalarının artırılması, üniversitelerin yurt dışında akademik birim açmalarının kolaylaştırılması ve akademisyenlerin uluslararası ağlara katılımının teşvik edilmesi gibi unsurlar yer almaktadır. Uluslararası görünürlüğün artırılması hedefi bağlamında ise; araştırma üniversitelerinin özel programlar çerçeveleriyle desteklenerek dünya sıralamalarında yükselmelerinin sağlanması, üniversitelerin uluslararası tanıtım ve markalaşma faaliyetleri ile fuarlara katılımının desteklenmesi, "Study in Türkiye" markası altındaki internet sitesinin güncel ve etkileşimli bir yapıda hizmet

vermesinin sağlanması ve YÖK Bursları programının hem nicelik hem de nitelik açısından geliştirilmesi öngörülmektedir (Yükseköğretim Kurulu, 2025a, s. 46).

Belgede yer alan ikinci stratejik amaç, uluslararasılaşmada kurumsal kapasitenin geliştirilmesi olarak yer almaktadır (Yükseköğretim Kurulu, 2025a, s. 53). Bu amaç için belirtilen hedeflerden biri, hedef ülkelerdeki büyükelçiliklerde "Yükseköğretim Müşaviri" sıfatıyla yetkin personellerin istihdam edilmesi ve böylece bu uygulama uluslararasılaşma hedeflerine katkı sağlamanın yanında Türkiye Bursları ile mezun olan Türkiye Mezunları ile temas noktası işlevi göreceğinin de altını çizmektedir (Yükseköğretim Kurulu, 2025a, s. 55). Bu belgenin üst politika belgeleriyle ilişkisi incelendiğinde, On İkinci Kalkınma Planının 685. maddesiyle doğrudan ilişkili olduğu görülmektedir: Bu maddede yükseköğretimin uluslararasılaşma düzeyinin yükseltileceği ve Türkiye'nin nitelikli uluslararası öğrenci ve akademisyenler için çekim merkezi haline geleceği belirtilmektedir (2023, s. 67). Bu stratejik çerçeve ile ilişkili bir diğer unsur, YÖK Başkanı Prof. Dr. Erol Özvar'ın 2025 yılında ifade ettiği "Bilim Vatan" kavramıdır. Özvar, dünyanın her yerindeki Türk bilim insanlarının envanterlerinin hazırlanarak Bilim Vatan'ı oluşturduklarını ve böylece Türk bilim insanları arasındaki bağları güçlendirerek bu bağdan büyük bir güç birliği oluşturulmasının hedeflendiğini ifade eder (Yükseköğretim Kurulu, 2025b). Buna ek olarak, Türk Üniversiteler Birliğinin (TÜRKÜNİB) akademik dünyada bir marka olarak ortaya çıkması için üye üniversitelerin çalışmalarının destekleneceğini de belirtir (Yükseköğretim Kurulu, 2025b).

Buradan hareketle, YÖK'ün uluslararasılaşma ile ilgili politikaları içerisinde bilim diplomasisi kavramı doğrudan yer almamaktadır, ancak, yükseköğretim kurumlarını Türkiye'nin kamu diplomasisi ve buna bağlı ilişkin uluslararası alanda yükseköğretiminin markalaşması ile ilgili politikalarını işlevsel bir araca dönüştürmektedir. YÖK'ün uluslararasılaşma çerçevesi, Türkiye'nin bilim diplomasisi ekosisteminin eğitim açısından en önemli boyutlarından birini temsil etmektedir. YÖK'ün bilim diplomasisi alanında marka değerine yaptığı katkı somuttur ve sayısal verilere dayanmaktadır; yani söylemin ötesine geçmektedir. Bu somut çıktılar da Türkiye'nin artan derecede bir yumuşak güç oluşturduğunu gösterir. Bu da şunu gösteriyor ki, Türkiye bilim diplomasisi alanında insan boyutu ile marka değerine önemli katkılar sağlamaktadır. Türkiye'de eğitim gören, Türk akademisyen ve öğrencilerle ilişki kuran, Türk kültürünü deneyimleyen bir uluslararası öğrenci yumuşak güç unsurunun canlı bir örneği haline gelmektedir. Özellikle, Afrika ve Orta Asya vb. coğrafyalardan Türkiye'ye

eğitime gelen öğrencilerin artan sayısı, YÖK'ün uluslararasılaşma stratejisi ve Türkiye'nin daha geniş dış politika vizyonunun eğitim üzerinden gerçeğe dönüşmesidir. Bunun neticesinde, Türkiye rekabetçi bir kimlik oluşturarak eğitim yoluyla uzun vadeli ilişkiler geliştirerek bölgede insan sermayesi ağları da oluşturabilmektedir. "Study in Türkiye" markası rekabetçi kimlik açısından özellikle önemlidir, çünkü Türkiye'nin ülke markası ile ilgili tutumunu eğitim alanına uygulayarak, uluslararası öğrenciler için rekabetçi küresel pazarda tutarlı kimlik, hedef odaklı iletişim stratejileri ve ölçülebilir itibar göstergeleriyle bu markayı sunmaktadır.

YÖK'ün ilk stratejik hedefinin, Türkiye'yi nitelikli uluslararası öğrenciler ve akademisyenler için bir çekim merkezi olarak açıkça tanımlaması, daha önce incelenen Cumhurbaşkanlığı belgelerinde yer alan çekim merkezi ile ilgili söylemlerle uyum sağlamaktadır. Bu da, Cumhurbaşkanlığı söyleminden On İkinci Kalkınma Planına ve buradan da kurumsal stratejiye uzanan tutarlı kavramsal bir bağ kurmaktadır ve böylece bu durum Türkiye'nin bilim diplomasisi ile ilgili marka değerine önemli bir özellik kazandırmaktadır. Bilim diplomasisi doğrultusunda Türkiye Mezunları için irtibat noktası oluşturma gibi yapılması istenenler YÖK çerçevesi içinde önemli bir bilim diplomasisi faaliyeti olarak ele alınabilir.

YÖK Başkanı Özvar'ın bahsettiği "Bilim Vatanı" kavramı, bilim diplomasisi açısından en iddialı söylemlerin arasında yer almaktadır. Sınırları ulusal sınırları aşıp, dünya çapındaki Türk akademisyenleri kapsayan bilim vatanı oluşturma vizyonu, beyin göçünü tersine çevirme ile ilgili girişimlerin ötesinde, Türkiye ile yurtdışında yaşayan Türk bilim insanları arasında farklı bir ilişki önermektedir. Bu ilişki, yurtdışında yaşayan Türk bilim insanlarını bilim elçileri ya da ülkelerine geri dönmeleri gereken kişiler olarak konumlandırmaktan ziyade, bulundukları yerden bağımsız olarak sağladıkları bilimsel katkıları dolayısıyla Türkiye'nin bilim diplomasisi marka değerini oluşturan kimlikler olarak yer almaktadır. Yumuşak güç özelinde ele alındığında bu kavram, beyin göçü ve doğal olarak beraberinde getirdiği olumsuzluğu Türkiye'nin lehine çevirmeye çalışan bir yumuşak güç anlatısına dönüştürmektedir. Böylece, yurtdışında herhangi bir üniversitede veya bilimsel kurumda görev yapan Türk bilim insanları, bulundukları yerde Türkiye'nin bilim kapasitesini temsil eder, ülkenin gerektirdiği ilişkileri kurar ve Türkiye için marka değeri oluşturacak şekilde bilgi birikimine katkı sağlar varsayımı üzerinden hareket edilir.

TÜRKÜNİB ile ilgili girişim, Türkiye'nin bilimsel marka yönetimini kurumsal ağ düzeyinde genişleterek YÖK'ün rekabetçi kimliği alanındaki faaliyetini yansıtmaktadır. Böylece, Türkiye'nin yükseköğretim

marka değeri, üniversitelerin uluslararası alanda tanınan, tutarlı ve itibarlı bir kimliğe sahip olarak ortak bir kimlik inşa etme peşindedir. GZFT analizinde, yetersiz tanıtım ve markalaşmayı zayıf yönler arasında açıkça tespit edilmesi ve Türkiye'nin ağını ve dış politika araçlarının fırsatlar arasında bulunması, rekabetçi kimlik bilincini yansıtmaktadır. Bu analiz, Türkiye'nin yükseköğretim alanındaki başarılarıyla bu başarıların uluslararası alanda tanınması arasındaki mesafenin Türkiye'nin diplomatik ve kurumsal kanallar vasıtasıyla stratejik ve güvenilir bir şekilde yansıtmasıyla aşılabileceğinin altını çizmektedir.

YÖK'ün uluslararasılaşma stratejisi, bu çalışmada bahsi geçen diğer kurumlarla birlikte oluşan bir bilim diplomasisi marka değeri yapısının bir diğer parçasını oluşturmaktadır. Çalışkan ve Büyükgöze (2025), Türkiye'nin uluslararasılaşma çabalarının yumuşak güç stratejisiyle doğrudan ilişkili olduğunu vurgulayarak Türkiye'nin eğitim değişim programları, uluslararası burslar ve yurt dışında açılan eğitim ve insani yardım kuruluşları yoluyla Türk kültürü, dili ve değerlerini hedef bölgelerde aktif biçimde tanıtmaya odaklanarak kültürel etkisini genişletmeyi amaçladığını belirtir (s. 9). YÖK, Türkiye'deki bilim insanı ağını ve yükseköğretim markasını oluştururken, TÜBİTAK bilimsel içeriği üretir ve TÜBA küresel boyutta Türkiye'yi temsil eder. YEE ise, kültür ve bilim diplomasisi arasındaki köprüyü kurmaktadır. Böylece, Türkiye'nin bilim diplomasisi marka değeri, her ne kadar henüz ortak bir politika ile sistematik uygulama içerisinde olmasa da, Türkiye'nin bilim insanları için cazibe merkezi haline gelmesi ile ilgili vizyonunu gerçekleştirebilecek bir ekosisteme dayandığı görülmektedir.

Yurtdışı Türkler ve Akraba Toplulukları (YTB) ve Türkiye Bursları

Yurtdışı Türkler ve Akraba Toplulukları (YTB) çatısı altında yer alan Türkiye Bursları, 2012 yılından beri aktif olarak yabancı öğrencilere Türkiye'deki üniversitelerde eğitim görmeleri amacıyla burs desteği sağlamaktadır. Türkiye'deki üniversitelerden mezun olanlar; başta Afrika, Orta Doğu ve Balkanlar olmak üzere çeşitli bölgelerden gelen mezunların Türkiye ile uzun vadeli bağlar kurmasını mümkün kılmaktadır (Çalışkan ve Büyükgöze, 2025, s. 4). Türkiye Bursları, yabancı halklarla Türkiye arasında bir bağ kurarak, eğitim alan öğrencilerin Türkiye'ye karşı bir sempati ve yakınlık duymalarına vesile olmuştur (Kahraman Gökalp, 2023). Bu yaklaşım, kamu diplomasisinin bir aracı olarak eğitimi ülkelerin uzun vadeli kalıcı etki bırakma stratejisiyle örtüşmekte (Özkan, 2015, s. 38); burs ve değişim programları ise küresel ortaklıkları teşvik eden bir ağ kurma mekanizması olarak işlev görmektedir (Turekian vd., 2015, s.

19). Çalışkan ve Büyükgöze (2025) bu ilişkiyi daha ileri bir boyuta taşıyarak Türkiye'nin uluslararası öğrencilere yönelik yaklaşımının kültürel diplomasinin ötesine geçtiğini ve gayri resmi bir "kültürel elçiler" ağı oluşturmayı amaçladığını öne sürerek, bu durumun yumuşak gücü artırırken mezunların bağımsız profesyoneller mi yoksa dış politikanın araçları mı haline geldiği sorusunu da beraberinde getirdiğinin altını çizmektedir (s. 9).

YTB ve Türkiye Bursları programı, Türkiye'nin bilim diplomasisi marka değerinin en insan odaklı ve uzun vadeli ilişki kurma potansiyelinden ötürü de en derin boyutunu oluşturmaktadır. Bu program, bilimsel yayınlar gibi faaliyetlerden farklı olarak, mezunlarıyla uzun vadeli ilişkiler geliştirme hedefiyle Türkiye'nin yumuşak gücünün önemli bir destekçisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bireylere yapılan bu yatırım aynı zamanda bir marka değeri de oluşturmaktadır. Her yıl 150'den fazla ülkeden binlerce öğrenciye ulaşan burs programıyla Türkiye'nin rekabetçi kimlik hedefleri ile dış politika hedeflerini kesiştirmekte ve eğitim yoluyla uzun vadeli diplomatik getirilerin olması beklenmektedir.

Yumuşak güç açısından ele alındığında, Türkiye Bursları programı Nye'ın "çekicilik" ifadesi üzerinden hayata geçirmektedir. Türkiye'de ortalama dört yıl eğitim gören, Türk dilini ve kültürünü öğrenen, Türklerle arkadaşlık kuran ve Türkiye'deki hayatı doğrudan deneyimleyen biri, olumlu tecrübeler açısından düşündüğümüzde, herhangi bir kamu diplomasisi ve stratejik iletişim çalışmasından çok daha etkili ve uzun vadeli bir ilişki geliştirir. Bu da, zamanla artan bir marka değeri oluşturmaktadır. Buna ek olarak, Türkiye mezunlarının kendi ülkelerinde gelecekleri pozisyonların oluşturacağı ağ bir çeşit yumuşak güç unsuru olarak da karşımıza çıkmaktadır. Rekabetçi kimlik açısından ele alındığında Türkiye Bursları, insan boyutu açısından güçlü bir konuma sahiptir, çünkü, bir öğrencinin Türkiye'de bulunduğu süre boyunca Türkiye ve halkıyla kurduğu ilişkiler, ulusal marka değerinin en kalıcı boyutlarından birini oluşturmaktadır. Türkiye Bursları programının bilim diplomasisi boyutu, özellikle lisansüstü eğitime nitelikli öğrenciler çekmeye odaklanarak, uluslararası alanda bir insan kaynağı yaratmaktadır. Böylece, gelecekteki ortaklıklar ve ortak projelerin geliştirilmesi kolaylaşacak ve bilimsel iş birliği için elverişli koşullar oluşacaktır. YTB ve Türkiye Bursları Türkiye'nin marka değerine coğrafi açıdan en geniş, en kalıcı ve insan odaklı katkı sağlayan unsurdur. Çünkü, marka değeri insani ilişkisel temellere dayandırır ve bu ilişki sürdürülebilir, yıllara dayanan kalıcı bir eylem alanı olarak öğrenciler kendi ülkelerine döndükten sonra da devam eden bir getiri oluşturmaktadır.

Diğer Kurumlar: Türkiye Uzay Ajansı (TUA) ve Kutup Araştırmaları Enstitüsü (KARE)

Türkiye Uzay Ajansı (TUA), Türkiye'nin uzay ve havacılık alanındaki çalışmalarını koordine etmek amacıyla 13 Aralık 2018 tarihinde Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi ile Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın ilgili kuruluşu olarak kurulmuştur. Ajansın 2024-2028 Stratejik Planında yer alan, uzay ve havacılık teknolojileri alanındaki bölgesel veya uluslararası kuruluşlara üyelikler ile Türkiye'yi temsil ettiği belirtilmektedir (Türkiye Uzay Ajansı, s. 12). TUA, kendi politikaları gereği doğrudan bilim diplomasisi kavramını kullanmasa da, varlığı bilim diplomasisi açısından önemli bir yerdedir. Diplomasi ile resmi anlamda kurulan ilişkisi Stratejik Planında geleceğe yönelik araştırma alanları arasında uydu teknolojileri, uzay güvenliği ve uzay çöpleri, uzay madenciliği ile birlikte uzay iş birliği ve diplomasi de açıkça ifade edilmektedir (Türkiye Uzay Ajansı, s. 26). Her ne kadar faaliyetleri bilim diplomasisi ile yakından ilişkili olsa da, konuyla ilgili net bir politikanın belirlenmediği görülmektedir. TUA, kurumsal politikaları çerçevesinde bilim diplomasisi kavramını doğrudan kullanmamaktadır. Bununla birlikte uluslararası temsil işlevi ve stratejik belgede yer alan "uzay iş birliği ve diplomasi" ifadesi, ajansın faaliyetlerinin bilim diplomasisiyle yakın bir ilişki içinde olduğuna işaret etmektedir. Bu noktada TUA'nın söz konusu alanda net bir politika geliştirmediği ve kavramın kurumsal düzeyde henüz içselleştirilmediği görülmektedir.

Türkiye Uzay Ajansının kurumsal çerçevesi, Türkiye'nin bilim diplomasisi marka değerinin itibar açısından en prestijli boyutunu temsil eder, çünkü uzay teknolojisi bilimsel açıdan diğer alanlara nazaran benzersiz bir konumda yer almaktadır. Bu nedenle uzay yatırımları, yumuşak güç, rekabetçi kimlik ve marka değeri getirisi anlamında önemli bir yere sahiptir, çünkü Türkiye'nin uluslararası düzende nasıl algılandığını belirleyen prestij, güven ve stratejik konumlandırma ile doğrudan ilgilidir. Stratejik Plan incelendiğinde, bilim diplomasisi resmi olarak temek bir araştırma ve operasyonel alan olarak konumlandırılmıştır ve bu diğer kurumlardan bu açıdan farklılaşmaktadır. Böylece TUA, bilim diplomasisini stratejik olarak da anlamlandırmaktadır. Yumuşak güç açısından TUA, bir ülkenin sahip olabileceği evrensel olarak tanınan ve bilimsel anlamda en fazla çekicilik katan alana sahip bir kurum olarak karşımıza çıkar. Bu da TUA'nın faaliyetlerini cazibe oluşturan ve verimliliğe sahip bir yumuşak güç aracı haline getirmektedir. Rekabetçi kimlik açısından incelendiğinde, uzay teknolojileri yeni yatırım ve ihracat fırsatları sunmaktadır. Türkiye'nin bu alandaki katılımı da Türkiye'yi sorumlu bir aktör olarak konum-

landırmakta ve marka değerine de katkı sağlamaktadır. Stratejik Planda yer alan gelecekteki araştırma alanları, Türkiye'yi sadece uzay yönetişim çevrelerinin bir katılımcısı olmaktan çıkarıp, yeni nesil uzay diplomasisini tanımlayacak bir öncü olarak konumlandırarak, rekabetçi kimlik ile ilgili bir strateji ortaya koymaktadır.

Bir diğer kurum olan Kutup Araştırmaları Enstitüsü (KARE), TÜBİTAK MAM bünyesinde 2019 yılında kurulmuştur. Enstitünün temellerini, 2015 yılında İstanbul Teknik Üniversitesi bünyesinde yer alan Kutup Araştırmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi (PolReC) oluşturmakta, 2019 yılından itibaren ise faaliyetlerini KARE çatısı altında sürdürmektedir. KARE'nin kurumsal hedefleri arasında "kutup bölgeleri özelinde ulusal ve uluslararası bilim diplomasisini sağlamak ve uluslararası arenalarda ülkemizi temsil ederek rekabet ve bilimsel gücünü arttırmak" (Kutup Araştırmaları Enstitüsü, 2025) yer almaktadır. Bu hedef On İkinci Kalkınma Planında da desteklenmekte; 2023-2035 Ulusal Kutup Bilim Stratejisi hedefleri doğrultusunda yıllık seferler ve bilimsel etkinlikler aracılığıyla insan kaynağının artırılacağı ve Türkiye'nin her iki kutup bölgesindeki uluslararası konumunun güçlendirileceği belirtilmektedir (2023, s. 121).

Kutup Araştırmaları Enstitüsü, Türkiye'nin bilim diplomasisi marka değerini jeopolitik açıdan en ayırt edici boyutunu temsil etmektedir. KARE'nin kutup bölgeleri özelinde ulusal ve uluslararası bilim diplomasisini güvence altına alma ile ilgili hedefi bu çalışma özelinde incelenen diğer kurumların kurumsal çerçevelerinden farklılaşan bir niteliktedir. Çünkü, bilim diplomasisini rekabet gücünü tek bir kurumsal hedef içinde doğrudan birleştiren tek kurumdur. Yumuşak güç açısından ele alındığında, kutup araştırmaları zorluklar ve küresel faydaları bakımından kendine özgü bir bilimsel çekiciliğe de sahiptir. Bu da Türkiye'nin kutup çalışmalarına dahil olması en başta sembolik açıdan bir etkinliğe sahip yumuşak güç aracı haline gelmektedir. On İkinci Kalkınma Planında da yer verilen kutup bilimi diplomasisi, ulusal planlamada yer alan stratejik bir taahhüt olarak karşımıza çıkmaktadır. Marka değeri açısından önemi ise, tutarlılık ve sürdürülebilir olarak planda yer almasıdır. Ayrıca, bu alanda çalışılması sık rastlanan bir durum olmadığı için de Türkiye'ye bir marka değeri katmaktadır. Rekabetçi kimlik açısından ele alındığında, Türkiye'nin Antarktika Antlaşması ve Arktik bilim çevrelerine aktif katılımıyla ülkeyi yönetişim bağlamında sorumlu bir uluslararası aktör olarak konumlandırırken, yeni nesil Türk kutup bilimcileri yetiştirerek insan boyutuna katkı sağlamaktadır. Sonuç olarak, KARE Türkiye'nin bilim diplomasisi marka değeri yatırımlarından en önemlileri arasında gelmektedir.

Sonuç

Kamu diplomasisinin devletler nezdinde artan önemiyle birlikte bu alanın alt dalları da belirginleşmiş; bu süreçte bilim diplomasisi öne çıkan unsurlardan biri haline gelmiştir. Türkiye, eğitimde uluslararasılaşma ve TÜBİTAK'ın kuruluşuyla başlayan süreçte kurumsal kapasitesini ve bilim diplomasisine yönelik faaliyetlerini önemli ölçüde artırmıştır. Bununla birlikte bilim diplomasisi, bütüncül bir strateji olmaksızın farklı kurumlar aracılığıyla ve aralarında belirgin bir koordinasyon bulunmadan yürütülmektedir. Bu durum, belgelerde ortaya konan hedeflerin sahada nasıl hayata geçirildiğine ve ne tür sonuçlar doğurduğuna dair bilgi eksikliklerini de beraberinde getirmektedir. Dolayısıyla ilgili kurumların net bir iş bölümü ve ortak bir strateji çerçevesi içinde yer almalarına dair zorunluluk kaçınılmazdır.

Türkiye, incelenen kurumlar aracılığıyla bilim diplomasisini hem kuramsal hem de işlevsel düzeyde benimsemiştir; fakat uygulama aşamasında stratejik bir tutarlılık ve ortak bir çerçeveden yoksundur. Şahin ve Çevik'in (2015) de ifade ettiği üzere ilgili aktörlerin uzun vadeli bir strateji doğrultusunda sistematik ve bütüncül biçimde hareket ettiğini söylemek güçtür (s. 14). Bütüncül bir bilim diplomasisi stratejisi ile ilgili boşluğu somutlaştıran Buyuktanır Karacan (2021), Türkiye'nin ulusal bir bilim danışma sistemine, bilim diplomasisine özel bir stratejik plana ve bilim diplomasisi araçlarının dış politikaya daha iyi entegre edilmesine duyulan ihtiyacın altını çizmektedir (s. 9). Ortak bir strateji doğrultusunda, bakanlıklar, üniversiteler, araştırma kurumları ve sivil toplum kuruluşlar buluşabilir, daha verimli politikalar üretebilir ve mevcut ivme daha ileri taşınabilir. Nitekim Olgun ve Erçetin (2024), Türkiye'nin bilim diplomasisi politikasının nitelikli insan kaynağı geliştirme, cazibe merkezi olma, beyin kazancı ve dolaşımını sağlama, teknoloji transferi ve sistematik ortaklıklar kurma eksenlerinde şekillendiğini ortaya koymaktadır (s. 1124). Bu hedeflere ulaşabilmek için kurumlar arası koordinasyonun güçlendirilmesi ve devamlılık arz eden iş birliği mekanizmalarının oluşturulması kaçınılmaz görünmektedir.

Rekabetçi kimlik, Türkiye'nin marka değerini anlamak için önemli bir çerçeve sunar, çünkü bu kavram ülkelerin itibarlarını stratejik bir biçimde nasıl inşa edip yönettiklerini anlamak için geliştirilmiş bir kavramdır. Bilimsel alandaki faaliyetler, yatırım, kültür ve yönetişim gibi rekabetçi kimlik unsurlarıyla doğrudan ilgilidir. Buradan hareketle, bilim diplomasisi kavramı bilimsel başarının uluslararası etkiye sebep olmasıyla özellikle rekabetçi kimlik açısından önemli bir kavramdır. Ülke markası

kavramı, Türkiye'nin hangi başarılarını öne çıkaracağı, hangi hedef kitleye hangi anlatıyla ulaşmak istediği gibi konularla Türkiye'nin marka değeri ile doğrudan bağlantılı bir kavramdır. Bu açıdan ele alındığında, ülke markası ve yumuşak güç perspektifi de belirleyici bir rol üstlenmektedir. Anholt'a (2005) göre ulusal markalaşma, insanların bir ülkenin başarılarıyla ilgilenmesini ve niteliklerine inanmasını sağlamakta; bu da yumuşak gücün mükemmel bir modern örneğini oluşturmaktadır (s. 13). Öte yandan insanları en fazla cezbeden ülkelerin, ehil yönetim, cana yakın halk ve ekonomik fırsatlar gibi konularda kalıcı değerleri ve davranışları açıkça ortaya koyanlar olduğunu da vurgulamaktadır (Anholt, 2014, s. 306). Bu anlamda bilim diplomasisinin öneminin altını çizen Buyuktanır Karacan (2021), bilim ve teknoloji iş birliğinin yumuşak güç olarak kullanılmasının hem Türkiye'nin Avrupa Birliği algısını olumlu yönde etkilediğini hem de Avrupa'da Türkiye'ye yönelik algının değişmesine katkı sağladığını belirtmektedir (s. 9). Türkiye'de kurumların bu doğrultuda ortak bir strateji altında yer alması, mevcut ivmenin daha sistematik biçimde ileriye taşınmasını mümkün kılacaktır.

Özetle, Türkiye'de bilim diplomasisi kamu diplomasisi ve dış politika alanlarında dağınık biçimde yer almakta ve henüz bütüncül bir strateji oluşturulmamıştır. Buyuktanır Karacan ve diğerlerinin (2024) de belirttiği üzere, Türkiye'de resmi bir bilim diplomasisi yaklaşımı bulunmamakta ve bu eksiklik Türkiye'yi bilim ataşesi ve diplomat atama konusunda pek çok gelişmiş ve gelişmekte olan ülkenin gerisinde bırakmaktadır. Halbuki, zengin bilimsel, kültürel, jeostratejik ve diplomatik kaynakları göz önünde bulundurulduğunda Türkiye bu alanda aktif bir rol üstlenme potansiyeline sahiptir. Bu nedenle bilim diplomasisinin politika oluşturma sürecine entegre edilmesi ve bütünleşik bir kamu diplomasisi aracı olarak stratejik bir çerçeveye oturtulması artık bir zorunluluk haline gelmiştir. Alanlarındaki faaliyet ve başarılarıyla Türkiye oluşturduğu bu bilim diplomasisi faaliyetleriyle marka değerini somut bir şekilde güçlendirmekte ve hem bilimsel hem de diplomatik açılardan uluslararası alanda itibarını artırarak kendi hikayesini oluşturmaktadır. Türkiye'nin kültürel mirası, coğrafi konumu ve köklü tarihi gibi yumuşak güç varlıkları, marka değerine hatırı sayılır ölçüde katkı sağlamaktadır.

TÜBA, TÜBİTAK, YÖK, YEE, YTB, TUA ve KARE'nin faaliyetlerini tek bir çatı altında toplayan kapsamlı bir bilim diplomasisi stratejisi bulunmamaktadır. Her kurum stratejik planlarda kendi bilim diplomasisi gerekçesini dile getirse de bu parçalanma Buyuktanır Karacan'ın tespit ettiği koordinasyon eksikliğidir. Fakat bu çalışmada, Buyuktanır Ka-

racan'ın yapısal reform çağrısını destekleyen bir gelişme de ortaya konmaktadır: Özellikle 2021 yılından itibaren, en üst düzey politika belgelerinde bilim diplomasisi söylemsel açıdan meşruiyet kazanmış, Kamu Diplomasisi Strateji Belgesi (2024–2029) içine açıkça dahil edilmiş, Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın konuşmalarında doğrudan kullanılmış ve kurumların belgelerinde giderek benimsenmiştir. Bu durum, Türkiye'nin, her ne kadar bütüncül bir bilim diplomasisi stratejisine sahip olmasa da, bilinçli bir kurumsallaşmaya doğru geçtiğini göstermektedir. Burada mesele, Türkiye'nin bilim diplomasisinin önemini kabul etmesi değil, bu kabulü, ortak bir strateji çerçevesinde kalıcı bir ulusal marka değerine dönüştürmesini sağlayacak koordineli ve sürdürülebilir bir uygulamaya dönüştürmesidir.

TÜBA, TÜBİTAK, YEE, YÖK, YTB, TUA ve KARE kurumsal açılardan, On İkinci Kalkınma Planı ve Cumhurbaşkanlığı konuşmaları ve belgeleri strateji açısından birlikte ele alındığında, Türkiye'nin kapsamlı bir ulusal marka değeri mimarisini oluşturmaktadır. Tüm bu belge ve kurumları kapsayan marka değeri unsurları rekabetçi kimlik kavramıyla da tutarlıdır. TÜBİTAK, bilimsel iş birlikleri ve uluslararası düzeyde sağladığı fonlarla birlikte Türkiye'nin marka değerine güvenirlik kazandıran bilimsel temeli sağlayan bir kurumdur. TÜBA, Türkiye'yi uluslararası akademik camiada temsil ederken, YEE bilim ve kültür diplomasisi arasındaki köprüyü kurarar, rekabetçi kimliğin kültür yönünü de vurgulamış olur. Uluslararasılaşma stratejisiyle birlikte YÖK, Türkiye'deki yükseköğretimin marka mimarisini oluşturur ve bilimsel hedefleri uluslararası alanda en görünür ve ölçülebilir marka değerine dönüştürür. Türkiye Bursları ile birlikte YTB, insani ilişkisel temelli olması nedeniyle en kalıcı ve kişisel marka değerlerinden birine katkı sağlamaktadır. TUA, Türkiye'nin rekabetçi kimliğini küresel boyutta yapılandırarak sembolik marka değeri boyutunu sağlamakta, KARE ise, öncülük ettiği bilimsel katkılarla Türkiye'yi insanlık için bilimsel ve stratejik açıdan en önemli ortaklıkların birinde pay sahibi yapmaktadır. Fakat Türkiye'nin bilim diplomasisi marka değeri, ilgili belge ve söylemlerle yapısal olarak temellendirilmesine rağmen, kurumsal olarak geliştirilmesi gereken noktalara sahip, uygulama açısından ise eksikleri bulunan ve genel itibariyle kuramsal ve söylemsel boyutta kalan bir kavramdır. Türkiye'nin bilim diplomasisi marka değeri, kendisi hakkında söylediklerinden ziyade, uluslararası alanda bilim insanlarının, öğrencilerin ve diplomatların gönüllü olarak Türkiye ile ilişki kurmayı ve iş birliği yapmayı istedikleri zaman Türkiye hakkında söylediklerine dayalı olarak inşa edilecektir. Böylece, bu çalışmada yer alan Türkiye'nin marka değerinin kurumsal ve söylemsel ifadeleri bir karşılık bulacaktır.

Kaynakça

Adamson, M. & Lalli, R. (2021). Global perspectives on science diplomacy: Exploring the diplomacy-knowledge nexus in contemporary histories of science. *Centaurus*, *63*, 1–16. https://doi.org/10.1111/1600-0498.12369.

Anholt, S. (2005). *Brand new justice: How branding places and products can help the developing world*. Elsevier Butterworth-Heinemann.

Anholt, S. (2007). *Competitive identity: The new brand management for nations, cities and regions*. Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/9780230627727.

Anholt, S. (2014). Yerleşim yerlerinin ve ülkelerin markalaşması. (M. Çiyan Şenerdi, Çev.) İçinde R. Clifton (Ed.). *Markalar ve Markalaşma* (1. baskı, ss. 295–308). Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Arap, İ. & Erat, V. (2017). Türkiye'nin bilim politikası: TÜBİTAK üzerinden bir çözümleme. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, *32*(1), 323–339. https://doi.org/10.24988/deuiibf.2017321590.

Buyuktanır Karacan, D. (2021). Science diplomacy as a foreign policy tool for Turkey and the ramifications of collaboration with the EU. *Humanities and Social Sciences Communications*, *8*,49. https://doi.org/10.1057/s41599-021-00722-z.

Buyuktanır Karacan, D., Ozsoy, B. & Zengin Okay, D. (2024). Scientific research and collaboration in Antarctica: Türkiye's engagement from a science diplomacy perspective. *Polar Science*, *39*, 1–11. https://doi.org/10.1016/j.polar.2023.101035.

Çalışkan, O. & Büyükgöze, H. (2025). The internationalisation of Turkish higher education: A critical analysis of policy. *Comparative Education*, *62*(1), 103–123 https://doi.org/10.1080/03050068.2025.2520721

Dağlı, İ. & Oğuztürk, B. S. (2018). Planlı dönemden günümüze Türkiye'de ulusal bilim ve teknoloji politikalarının değişimi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, *23*(4), 1479–1503.

Ekşi, M. (2014). *Kamu diplomasisi ve Ak parti dönemi Türk dış politikası*. Siyasal Kitabevi.

Flink, T. (2022). Taking the pulse of science diplomacy and developing practices of valuation. *Science and Public Policy*, 49, 191–200. https://doi.org/10.1093/scipol/scab074.

Kahraman, E. (2020). Kamu diplomasisi. İçinde O. Bingöl ve S. Şekercioğlu (Eds.), *Diplomaside değişim: Kuramlar, kavramlar ve uygulamalar* (1. baskı, ss. 357–387). Barış Kitap.

Kahraman Gökalp, E. (2023). Türkiye'nin eğitim diplomasisi aracı olarak Türkiye Bursları: Afrikalı öğrenciler üzerine bir araştırma. İçinde E. Köksoy ve S. Kavoğlu (Eds.). *Türkiye perspektifinden kamu diplomasisi* (1. baskı, ss. 137–159). Nobel.

Kıran, Y. S. & Açıkalın, Ş. N. (2021). New tools of soft power: Turkey's education and science diplomacy. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Der-*

gisi, 36(4), 977–985. https://doi.org/10.16986/HUJE.2021072717.

Kunkel, S. (2021). Science diplomacy in the twentieth century: Introduction. *Journal of Contemporary History*, *56*(3), 473–484. https://doi.org/10.1177/00220094211006762.

Kutup Araştırmaları Enstitüsü [KARE]. (2025). *Biz kimiz.* https://mam.tubitak.gov.tr/kare/kurumsal/.

Nye, J. S. (2005). *Yumuşak güç: Dünya siyasetinde başarının yolu*. (R. İ. Aydın, Çev.). Elips Kitap.

Olgun, Z. ve Erçetin, Ş. Ş. (2024). Türkiye'de yükseköğretim kurumlarının bilim diplomasisi uygulamaları. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, *22*(53), 1118–1138. https://doi.org/10.35408/comuybd.1434721.

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. https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.441.

Robinson, S., Adamson, M., Barrett, G., Jacobsen, L. L., Turchetti, S., Homei, A., Marton, P., Aronowsky, L., Choudry, I., Gardebo, J., Hyun, J., Ienna, G., Kinyanjui, C., Martinez-Rius, B., Mascarello, J., Olsakova, D., Rispoli, G. ve Zaidi, W. (2023). The globalization of science diplomacy in the early 1970s: A historical exploration. *Science and Public Policy*, *50*, 749–758. https://doi.org/10.1093/scipol/scad026.

Sancar, G. A. (2016). Yeni kamu diplomasisi. İçinde G. A. Sancar (Ed.). *Kamu diplomasisinde yeni yaklaşımlar ve örnekler.* (1. baskı, ss. 13–22). Beta.

Sönmez, D. ve Şekercioğlu, S. (2020). Kavram ve tanım: Tarihsel gelişim. İçinde O. Bingöl ve S. Şekercioğlu (Eds.), *Diplomaside değişim: Kuramlar, kavramlar ve uygulamalar* (1. baskı, ss. 11–34). Barış Kitap.

Şahin, M. ve Çevik, B. S. (2015). Türkiye'de kamu diplomasisi ve yumuşak güç. İçinde M. Şahin ve B. S. Çevik (Eds.). Türk dış politikası ve kamu diplomasisi (1. baskı, ss. 1–16). Nobel.

Turekian, V. C. ve Neureiter, N. P. (2012). Science and diplomacy: The past as prologue. *Science & Diplomacy*, 1 (1), 1–5.

Turekian, V. C., Macindoe, S., Copeland, D., Davis, L. S., Patman, R. G. & Pozza, M. (2015). The emergence of science diplomacy. In L. S. Davis ve R. G. Patman (Eds.). *Science diplomacy: New day or false dawn?* (pp. 3–24). World Scientific.

Türkiye Bilimler Akademisi [TÜBA]. (2021). *S20 ve SS20 toplantılarında Türkiye'yi temsilen bilim diplomasisini TÜBA yürütüyor.* https://www.tuba.gov.tr/tr/haberler/akademiden-haberler/s20-ve-ss20-toplantilarinda-turkiyeyi-temsilen-bilim-diplomasisini-tuba-yurutuyor.

Türkiye Bilimler Akademisi [TÜBA]. (2024). *Başkan Şeker, Türkiye kamu diplomasisi koordinasyon kurulu toplantısına katıldı.* https://tuba.gov.tr/tr/haberler/akademiden-haberler/baskan-seker-turkiye-kamu-diplomasisi-koordinasyon-kurulu-toplantisina-katildi.

Türkiye Bilimler Akademisi [TÜBA]. (2025a). *TÜBA 2025 Performans*

Programı. https://www.tuba.gov.tr/files/performans/2025-tuba-performans-programi.pdf.

Türkiye Bilimler Akademisi [TÜBA]. (2025b). *Başkan Şeker Gaziantep Üniversitesi'nde TÜBA ve bilim diplomasisini anlattı.* https://www.tuba.gov.tr/tr/haberler/akademiden-haberler/baskan-seker-gaziantep-universitesinde-tuba-ve-bilim-diplomasisini-anlatti.

Türkiye Bilimler Akademisi [TÜBA]. (2025c). *Başkan Şeker: "Bilim diplomasisi, akıllı uzmanlaşmanın stratejik ortağıdır".* https://www.tuba.gov.tr/tr/haberler/akademiden-haberler/baskan-seker-bilim-diplomasisi-akilli-uzmanlasmanin-stratejik-ortagidir.

Türkiye Bilimler Akademisi [TÜBA]. (2026a) *Görevler.* https://www.tuba.gov.tr/tr/kurumsal/akademi/gorevler.

Türkiye Bilimler Akademisi [TÜBA]. (2026b). *2024-2028 stratejik plan.* https://www.tuba.gov.tr/files/stratejik/T%C3%9CBA%202024-2028%20Stratejik%20Plan%C4%B1.pdf.

Türkiye Bilimler Akademisi [TÜBA]. (2026c). *Başkan Şeker, kamu diplomasisi koordinasyon kurulu toplantısında konuştu.* https://www.tuba.gov.tr/tr/haberler/akademiden-haberler/baskan-seker-kamu-diplomasisi-koordinasyon-kurulu-toplantisinda-konustu.

Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu [TÜBİTAK]. *2024-2028 Stratejik Planı.* https://tubitak.gov.tr/sites/default/files/2024-10/tubitak_2024-2028_stratejik_plani_1.pdf.

Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu [TÜBİTAK]. (2026a). *Hakkımızda.* https://tubitak.gov.tr/tr/kurumsal/hakkimizda.

Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu [TÜBİTAK]. (2026b). *Uluslararası iş birlikleri.* https://tubitak.gov.tr/tr/destekler/uluslararasi-is-birlikleri.

Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu [TÜBİTAK]. (2012). *Uluslararası İşbirliği Daire Başkanlığı.* https://tubitak.gov.tr/sites/default/files/content_files/iletisim/uidb-baski.pdf.

Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı. (28.01.2021). *TÜBİTAK ve TÜBA bilim ödülleri töreninde yaptıkları konuşma.* https://www.tccb.gov.tr/konusmalar/353/124725/tubitak-ve-tuba-bilim-odulleri-toreni-nde-yaptiklari-konusma.

Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı. (09.10.2023). *2023-2024 Yükseköğretim akademik yıl açılış töreninde yaptıkları konuşma.* https://www.tccb.gov.tr/konusmalar/353/149787/2023-2024-yuksekogretim-akademik-yil-acilis-toreni-nde-yaptiklari-konusma.

Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı. (2024). *Türkiye Kamu Diplomasisi Strateji Belgesi (2024-2029).* https://www.iletisim.gov.tr/images/uploads/dosyalar/tukiye-kamu-diplomasisi-strateji-belgesi-2024-2029.pdf.

Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı.

(31.10.2023). *On İkinci Kalkınma Planı (2024-2028)*. https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2023/12/On-Ikinci-Kalkinma-Plani_2024-2028_11122023.pdf.

Türkiye Uzay Ajansı [TUA]. *2024-2028 Stratejik Planı*. https://cdn.tua.gov.tr/66c5bd8b91412.pdf.

Weiss, C. (2015). How do science and technology affect international affairs? *Minerva*, *53*(4), 411–430. https://doi.org/10.1007/s11024-015-9286-1.

Yunus Emre Enstitüsü [YEE]. (2018). *2018 Faaliyet Raporu*. https://www.yee.org.tr/sites/default/files/yayin/2018_faaliyet_raporu_rev_02_db_16072020.pdf.

Yükseköğretim Kurulu [YÖK]. (2025a). *Uluslararasılaştırma Strateji Belgesi*. https://uluslararasi.yok.gov.tr/documentFiles/17528431744.Y%C3%BCksek%C3%B6%C4%9Fretimde%20Uluslararas%C4%B1la%C5%9Fma%20Strateji%20Belgesi%202024-2028.pdf.

Yükseköğretim Kurulu [YÖK]. (2025b). *Yükseköğretim Kurulu Başkanı Özvar "Yükseköğretimde Uluslararasılaşma Strateji Belgesi"ni açıkladı*. https://uluslararasi.yok.gov.tr/tr/news-detail/63.