

Macaristan Dış Politikasının Yönelimleri ve Kamu Diplomasisi ¹

Mustafa ATATORUN ²

Başvuru Tarihi: 19.01.2024

Kabul Tarihi: 22.07.2024

Makale Türü: Araştırma Makalesi

Öz

Bu çalışma, Macaristan'ın dış politika yönelimleri ışığında kamu diplomasisi uygulamalarını, araçlarını ve yöntemlerini incelemeyi amaçlamaktadır. Bununla birlikte makalede, kamu diplomasisi çalışmalarının çeşitli konular veya temalar etrafında yapıldığı göz önünde bulundurularak, Macaristan'ın kimi ve/veya kimleri, neden ve nasıl etkilemeye çalıştığı gibi soruların cevapları da verilmeye çalışılmaktadır. Bu doğrultuda öncelikle, Macaristan kamu diplomasisi tarihinin iki dünya savaşı arasında uygulanan kültürel diplomasi faaliyetleriyle başladığı tartışılmaktadır. İkinci olarak, Soğuk Savaş sonrasında bağımsızlığını kazanan Macaristan dış politikasının yönelimleri açıklanmaktadır. Macaristan'ın Soğuk Savaş sonrası dönemde dış politika yönelimleri Batı (Avrupa ve Atlantik), bölgesel işbirliği, Macar azınlıklar ve Doğu açılımı şeklinde gerçekleşmiştir. Sonraki bölümde ise, makalede dış politika yönelimleri çerçevesinde Macaristan kamu diplomasisinde markalama stratejisi ve kültürel diplomasinin nasıl bir araya getirilerek yürütüldüğü ele alınmaktadır. Ayrıca eğitim, bilim ve spor alanlarındaki girişimlerin ülkeyi markalamak için nasıl kullanıldığına değinilmektedir. Sonuç olarak bu makale, Macaristan'ın, kamu diplomasisini dış politika amaçları ve çıkarları doğrultusunda etkili bir şekilde kullanabildiğini öne sürmektedir.

Anahtar Kelimeler: Macaristan, Macaristan Dış Politikası, Kamu Diplomasisi, Ülke Markalama, Kültürel Diplomasi

Atıf: Atatorun, M. (2024). Macaristan dış politikasının yönelimleri ve kamu diplomasisi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24(Özel Sayı), 73-92.

¹ Bu çalışma etik kurul izin belgesi gerektirmemektedir.

² Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası İlişkiler Bölümü, matatorun@gmail.com, ORCID: 0000-0003-1465-8391

The Foreign Policy Orientations and The Public Diplomacy of Hungary

Mustafa ATATORUN ³

Submitted by: 19.01.2024

Accepted by: 22.07.2024

Article Type: Research Article

Abstract

This study aims to examine practices, tools and methods of Hungary's public diplomacy in consideration of its foreign policy orientations. In addition, by seeing the fact that the conducted public diplomacy studies are related with various subjects and themes, the article tries to give the answers of such questions as "Whom does Hungary intend to influence, why and how?" Accordingly, at first, it is discussed that Hungary's history of public diplomacy began with the cultural diplomacy activities between the two world wars. Secondly, foreign policy orientations of Hungary, which gained its independence after the Cold War, are clarified. In post-Cold War period, the West (Europe and Atlantic), regional cooperation, Hungarian minorities and initiative for the East emerged as foreign policy orientations of Hungary. Subsequently in the article, how branding strategy and cultural diplomacy have been gathered in Hungary's public diplomacy and how they have been carried out, are discussed questions in the frame of foreign policy orientations. Besides, it is addressed that how enterprises in the fields of education, science and sports are used for the country branding. Consequently, this article argues that Hungary has achieved to use its public diplomacy effectively in accordance with its foreign policy objectives and interests.

Keywords: Hungary, Hungarian Foreign Policy, Public Diplomacy, Country Branding, Cultural Diplomacy

³ Süleyman Demirel University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of International Relations, matatorun@gmail.com,
ORCID: 0000-0003-1465-8391

Giriş

Uluslararası İlişkiler disiplininde sıkça kullanılan diplomasi kavramı, geleneksel anlamda devletlerin kendi aralarındaki ve diğer uluslararası aktörlerle iletişim süreçlerini ifade etmektedir. Yazılı veya sözlü olarak gerçekleşen bu iletişim süreçleri devletlerin ilişkilerini yönetmesini sağlayarak, çıkarlarını ifade etmelerine, ayarlamalarına ve güvence altına almalarına imkan sağlamaktadır (Barston, 2014, s. 1; Trager, 2016). Bu bağlamda diplomasi, yüzyıllardır devletlerin dış politika yapımı ve uygulama süreçlerinin vazgeçilmez bir aracı ve bileşendir (Constantinou ve Sharp, 2016, s. 13-20; Leira, 2016). Diplomaside devletler için muhataplar sınırların dışındaki kurumsal ve bireysel aktörler olarak göze çarparken (Barston, 2014, s. 7-8), kamu diplomasisinde muhataplar, “kamu” kavramından da anlaşılacağı üzere, sınırların ötesindeki halklardır. Zira Nicholas Cull, kamu diplomasisinin modern anlamda ilk olarak 1965 yılında Edmund Gullion⁴ tarafından, “dış politikanın oluşumu ve uygulanması üzerine kamunun (halkın) tutumunun etkilenmesi” şeklinde tanımlandığını aktarmaktadır (Cull, 2006). Cull ise, kamu diplomasisini “uluslararası bir aktörün uluslararası çevreyi yabancı bir halkla yakın ilişki kurarak yönetmeye çalışması” şeklinde tanımlamaktadır (Cull, 2009, s. 12). Bu tanımlardan yola çıkarsak, kamu diplomasisinin, halkları dış politikada potansiyel etki sahibi görerek geleneksel diplomasinin devlet dışı ve kurumsal temsili olmayanları çoğunlukla aktör olarak görmeyen yaklaşımının ötesine geçtiği açıktır.

21. Yüzyıla gelindiğinde ise, kamu diplomasisi araştırmacıları, halkları basit ve yalın birer kitle olarak ele almanın çok ötesinde değerlendirmek gerektiğinin farkında varmışlardır. Çünkü sivil toplum örgütleri uluslararası aktörler olarak ortaya çıkmışlar, internetin yaygınlaşmasıyla uluslararası aktörlerin dünya halklarıyla gerçek zamanlı iletişimi mümkün hale gelmiş ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler iç ve dış ayrımını belirsiz hale getirmiştir. Bu doğrultuda kamu diplomasisi, kendi içinde 20. Yüzyıla ait uygulamaları “eski/geleneksel”, 21. Yüzyıla ait uygulamaları ise “yeni” şeklinde sınıflandırılmaya başlamıştır (Cull, 2009, s. 12-14). Geleneksel kamu diplomasisi, hükümetlerin küresel olarak halklara hitap edip, onları bilgilendirerek etkilemeye ve ulusal amaçlarını ve dış politikalarını desteklemelerini sağlamaya dönük çabalarıdır. Yeni olarak ifade edilen günümüzdeki kamu diplomasisi ise, hem hükümet, hem de özel kişiler ve grupların, kamuoylarını ve tutumlarını başka hükümetlerin dış politika kararlarına veya iletişimde olduğu çevrelere bağlı bir şekilde doğrudan veya dolaylı olarak etkileme yöntemidir (Snow, 2020, s. 8). “Yeni” ön eki ile ifade edilen çağdaş anlamda kamu diplomasisi en azından şu iki özelliği içermek durumundadır: Birincisi, ulusal hükümet düzeyinin altında ve üstünde birçok aktörün, içerde ve dışarıda hükümet dışı aktörlerin varlığını kabul eden çok aktörlü yaklaşımdır. İkincisi ise, bunlar arasındaki ilişkilerin diyalog ve ağ kurma faaliyetleri ile oluşturulmasıdır (Huijgh, 2016, s. 442). Bu noktada, halklar arası iletişim ve ilişkilerin inşa edilmesi belki de en önemli özellik olarak öne çıkmaktadır. Bununla birlikte, yer ve ulus markalama, imaj, yumuşak güç ve kültürel ilişkiler gibi kavramlar kamu diplomasisinde yoğun bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır (Cull, 2009, s. 12-13; Melissen, 2005, s. 16-23).

Etkileşimin ve entegrasyonun üst düzeyde olduğu bugünün küresel dünyasında kamu diplomasisi, uluslararası siyasal iletişimin vazgeçilmez bir stratejisidir. Kamu diplomasisi başka ülkelerdeki hedef toplumlara veya kitlelere dönük bir etki ve ikna sürecini, aynı zamanda da uygulayıcı için bir algı ve imaj kontrolünü ifade eder. Bu yüzden günümüzde küçük veya büyük bir çok ülke dış politika amaçlarının başarıya ulaşmasına yardımcı olması için kamu diplomasisine başvurmaktadır. Dolayısıyla dışarıdaki insanlara yönelik yürütülen iletişimsel eylemleri ve uygulamaları içeren kamu diplomasisi dış politikanın önemli bir bileşeni konumundadır.

Ülkelerin doğrudan başka ülkelerin insanlarıyla ilişkiler kurduğu sürecin adı olan kamu diplomasisi ile, ülkeler çıkarlarını elde etmeye veya arttırmaya, temsil edilen değerleri de yaymaya çalışmaktadır (Sharp, 2005, s. 106). Dış politikada başvurulan bu süreç bazı temel pratikleri içerir. Cull söz konusu pratikleri kısaca şu şekilde kavramsallaştırmakta ve tanımlamaktadır: “Dinleme” hedef kitleyi öğrenme ve keşfetme amaçlı yürütülür.

⁴ Amerika Birleşik Devletleri’ndeki Tufts Üniversitesi, Fletcher Hukuk ve Diplomasi Okulu’nun o dönemdeki dekanıdır.

İkinci olarak, bir politikayı, fikri veya çıkarları uluslararası alanda aktif bir şekilde destekleme anlamında “savunuculuk” vardır. Üçüncüsü, bir aktörün kültürel kaynaklarının ve başarılarının uluslararası alanda bilinmesini ve kültürel aktarımın sağlanması olan “kültürel diplomasıdır.” Dördüncüsü, “değişim diplomasisi” bir aktörün vatandaşlarını yurtdışına göndermesi ve yurt dışından insanları eğitim veya kültürlenme amacıyla kabul etmesini ifade eder. “Uluslararası yayıncılık” ise, bir aktörün yabancı toplumlarla ilişki ve bağ kurmak için radyo, televizyon ve interneti kullanmasıdır. Aktörün belirli özelliklerini kullanarak hedef toplulukların onun hakkındaki algılarını değiştirmek için başvurdukları yöntem “ulus markalamadır.” Son olarak kamu diplomasisi literatürü içinde tartışmalı da olsa, savaş zamanında hedef ülkenin toplumunu etkilemeye dönük yürütülen “psikolojik savaş” bahsedilebilir (Cull, 2009).

Genelde kamu diplomasisi uygulamaları demokratik ülkelerin benimsediği bir siyasal iletişim stratejisi olarak görülmüştür (Ociepka, 2013, s. 48). Fakat aslında, demokratik veya otoriter, küçük veya büyük, zengin veya fakir olmaları fark etmeksizin birçok ülke son dönemde kamu diplomasisine giderek artan bir ilgi göstermektedir (Melissen, 2005, s. 8). Elbette ki, ilgi göstermek ve gerçekten uygulayabilmek arasında fark vardır. Bu fark, özellikle zengin ve büyük ülkeler ile fakir ve küçük ülkeler arasında gözlemlenmektedir. Bu bağlamda demokratik dünyanın Amerika Birleşik Devletleri, Büyük Britanya ve Fransa gibi büyük güçleri yukarıda söz geçen kamu diplomasisi pratiklerinin tamamını sahip oldukları ekonomik güç ve insan sermayesi sayesinde –küresel siyasetlerinin de gereği olarak– oldukça etkili ve etkin bir biçimde kullanma kapasitelerine sahiptirler. Ancak, Orta ve Doğu Avrupa ülkeleri gibi küçük ve orta büyüklükteki ülkeler sınırlı ekonomik ve insan kaynaklarına sahip oldukları için dış politikalarını, çıkarlarını, kimlik ve kültürlerini destekleyecek kamu diplomasisi faaliyetlerini kısıtlı bir biçimde yürütmek zorunda kalmaktadırlar (Szondi, 2009, s. 293). Bugün küçük bir Doğu Avrupa ülkesi olan ve sınırlı ekonomik kaynaklara sahip Macaristan da kamu diplomasisini kısıtlı imkanlarla yürütmeye çalışmaktadır.

II. Dünya Savaşından sonra Sovyet etkisi ve kontrolü altına giren Macaristan, Soğuk Savaş’ın sona ermesi ve bağımsızlığını kazanmasıyla hem dış politikasını hem de kamu diplomasisini yeniden belirleme imkanına kavuşmuştur.⁵ Doğu Blok’unun ortadan kalktığı Soğuk Savaş sonrası yeni dönemde Macaristan, sosyoekonomik geri kalmışlığını ve yetersiz kalkınmasını telafi etme yolunda demokratik Batı kurumlarına ve Avrupa’ya entegre olma sürecini başlatmıştır. Dolayısıyla dış politika öncelikleri Batı ve Avrupa Birliği ile ilişkiler bağlamında şekillenmiştir. Buna bağlı olarak kamu diplomasisi uygulamaları yine Batı ve Avrupa odaklı gelişmiştir. Genel olarak bu çalışma, Soğuk Savaş’tan sonra bağımsızlığını kazanan Macaristan’ın dış politika yönelimleri ışığında kamu diplomasisi uygulamalarını, araçlarını ve yöntemlerini incelemeyi amaçlamaktadır. Bununla birlikte makalede, kamu diplomasisi çalışmalarının çeşitli konular veya temalar etrafında yapıldığı göz önünde bulundurularak, Macaristan’ın kimi ve/veya kimleri, neden ve nasıl etkilemeye çalıştığı gibi soruların cevapları da verilmeye çalışılmaktadır. Bu doğrultuda öncelikle, Macaristan kamu diplomasisinin tarihi arkaplanını göstermek için I. ve II. Dünya Savaşları arasında uygulanan kültürel diplomasi faaliyetlerine değinilmektedir. İkinci olarak, Soğuk Savaş sonrası dönemde yeniden bağımsız bir ülke olan Macaristan’ın dış politika yönelimleri açıklanmaktadır. Söz konusu dönemde Macaristan’ın dış politika yönelimleri Batı (Avrupa ve Atlantik), Bölgesel işbirliği, Macar azınlıklar ve Doğu açılımı şeklinde gerçekleşmiştir. Sonrasında ise makalede, dış politika yönelimleri çerçevesinde Macaristan kamu diplomasisinde markalama stratejisi ve kültürel diplomasinin nasıl bir araya getirilerek yürütüldüğü ele alınmaktadır. Ayrıca eğitim, bilim ve spor alanlarındaki girişimlerin ülkeyi markalamak için nasıl kullanıldığına değinilmektedir.

⁵ Soğuk Savaş boyunca Sovyetler Birliği’nin uydu devleti olan Macaristan’da, komünist yönetim altında da özellikle radyo gibi kitle iletişim araçları (medya) vasıtasıyla kamu diplomasisi faaliyetleri yürütülmüştür (Gilboa, 2001, s. 5; Edwards 2001, s. 130-137).

Macaristan Kamu Diplomasinin Tarihi Arka Planı: Kültürel Diplomasi

Macaristan'ın kamu diplomasisi pratiği Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği'nden (SSCB) bağımsızlığını kazanarak demokratik bir cumhuriyet olduğu 1989 yılından itibaren başlamamıştır. Macaristan'ın ilk kamu diplomasisi faaliyetleri, I. ve II. Dünya Savaşları arasındaki zaman diliminde görülmektedir. Bu dönemde Macaristan'ın yürüttüğü kamu diplomasisinin arka planı I. Dünya Savaşı'nın kendisi için gerçekleşen ağır sonuçlara dayanır. I. Dünya Savaşı sonucunda yenilgiye uğrayan Avusturya-Macaristan İmparatorluğu dağılmış ve İttifak Devletleri Macaristan ile 1920 yılında Trianon Barış Antlaşması'nı imzalanmıştır. Söz konusu antlaşma M.S. 9. Yüzyılın sonundan beri var olan Macar devletinin ortadan kalkması anlamına gelmektedir (Macartney, 1956, s. 4). Antlaşma ile Macaristan, topraklarının büyük bölümünü Polonya, Romanya, İtalya, Çekoslovakya⁶, Avusturya ve Yugoslavya'ya terk etmek zorunda kalmış, bununla birlikte nüfusunun çok büyük bir bölümünü de bu ülkelerde bırakmıştır. Toprak ve nüfus kaybı doğal olarak ekonomik kaynakların ve gücün trajik biçimde azalmasına yol açmıştır. Ayrıca, antlaşma şartlarında Macaristan'ın savaş tazminatı ödemesi, ordusundaki asker sayısının ve sahip olduğu silahların ve askeri teçhizatın çok büyük bir oranda sınırlandırılması yer almaktaydı. Deniz ve hava kuvvetleri tamamen tasfiye edilen Macaristan'ın bütün bu şartların uygulanması da "Müttefikler-arası Kontrol Komisyonu" tarafından denetlenecekti (Armaoğlu, 2012, s. 191; Macartney, 1956, s. 4-5).

Trianon Antlaşması'yla gerek maddi gerekse manevi olarak oldukça ağır yüklerin altına girmek zorunda kalan Macaristan, II. Dünya Savaşı'na kadar geçen sürede revizyonist bir iç ve dış siyaset izlemiştir. Bu bağlamda Macaristan 1920 yılında krallık rejimine geçti. Habsburglar'ın Macaristan'daki monarşinin başına geçme arzusu, Avusturya-Macaristan İmparatorluğu'nun dağılmasıyla ortaya çıkan Çekoslovakya, Yugoslavya ve Romanya'yı teyakkuza geçirmiştir. Kendi bağımsızlıklarını tehdit altında gören söz konusu ülkeler Macaristan'a karşı Küçük Antant adı verilen ortak bir savunma paktı kurmuş ve askeri müdahaleye hazırlanmışlardır. Buna karşı ise, Macaristan'daki diktatörlük rejimi, bir başka revizyonist ülke olan İtalya'nın diktatörlük rejimi ile yakın ilişkiler kurmuş ve böylece Küçük Antant devletlerinin çevreleme siyasetini kırmaya çalışmıştır (Armaoğlu, 2012, s. 226-227). Macaristan'ın revizyonist siyaseti Trianon Antlaşması'nın getirdiği şartları mümkün olduğunca değiştirme ve öncesi duruma dönme çabasını yansıtmaktadır.

İki dünya savaşı arasında Macaristan'ın gerçekleştirdiği ilk kamu diplomasisi faaliyetleri, aslında yaşadığı travmayı atlatmak için takip ettiği revizyonist siyasetin bir parçasıdır. Trianon Antlaşması Macaristan'ı, etrafını çevreleyen Romanya, Yugoslavya ve Çekoslovakya gibi ülkelerle baskıcı ve kaygı dolu bir rekabet ortamına sokmuştur. Bu dönemde kültürel uluslararasılığın⁷ ortaya çıkması kültürel diplomasi alanında ülkeler arasında bir yarışa neden oldu. Dönemin Macar siyasetçileri ve aydınları antlaşmanın ağır şartlarını Batı'nın Macaristan hakkındaki bilgi ve anlayış eksikliğine bağlamaktadır. Onlara göre Batı, Macarların Batı kültürü ve medeniyetine yaptığı katkılarının yeterince farkında değildi ve I. Dünya Savaşı sırasında ağır bir karşıt savaş propagandası yapmışlardı. Buna göre Macaristan'ın temel kaygısı, kendisine dair algısı ile dışarıdaki imajı arasındaki kopukluktu. Macaristan kültürel diplomasisi işte bu kaygıya dayanıyordu. Kültürel diplomasi savunucuları Macar ulusunun ve başarılarının görmezden gelindiğini düşünüyor ve kamu diplomasisinin Macaristan'ın bölgedeki kültürel üstünlüğünü ortaya çıkaracağına inanıyordu. Bununla birlikte, Macaristan'ın bölgesinde önemli bir Avrupa gücü olduğuna uluslararası toplumu ikna etmesi, yeniden kurulan devletin tanınmasını garanti altına alırken, revizyonist siyaseti için de uluslararası destek görebilmesini sağlayacaktı (Nagy, 2021, s. 231-232).

Kültürel diplomasi Macaristan için savaş sonrasında ekonomik ve askeri gücün olmadığı durumda uluslararası etkiye sahip olmak için tek geçerli yol görünüyordu. Bu doğrultuda öncelikle Dışişleri Bakanlığı altında kültürel

⁶ Çekoslovakya 1993 yılında ikiye ayrılarak "Slovakya" ve "Çek Cumhuriyeti" adı altında iki bağımsız devlet ortaya çıkmıştır. 2016 yılında ise Çek Cumhuriyeti ülke adının "Çekya" olarak değiştirilmesi kararı almıştır.

⁷ 20. Yüzyılda ortaya çıkan kültürel uluslararasılık, dünyada ulusal sınırları aşan bir ortak kültürel anlayış, işbirliği, ortak değerler inşa etme düşüncesidir. Böylece dünyada barışın sağlanabilme imkanının doğduğu düşünülmektedir (Iriye, 1997).

diplomasi faaliyeti yürütmek amacıyla “siyasi istihbarat birimi” kuruldu. Macaristan’ın toprak bütünlüğü için bilgi toplama görevi yanında, “bilimsel propaganda” görevini de üstlenen bu birim, Macaristan’ın Trianon Antlaşması’na dair revizyon arzusunu haklılaştıracak tarihi, siyasi ve ekonomik argümanlar üretmiştir. Bununla esas amaç ise, Macaristan’ın Avrupa’nın “evrensel toplum, kültür ve bilim hayatı” ile bağlantısını göstermek ve Avrupalılığını öne çıkararak, aslında Avrupa’yı tarihsel olarak koruduğunu göstermek ve böylece Trianon Antlaşması’yla ülkeye nasıl haksızlık yapıldığının anlaşılmasını sağlamaktır. Revizyonist siyasetin merkezde olduğu kültürel diplomaside Macaristan, on beş ülkede 64 kültür ve akademik enstitüleri kurmuştur. Bununla birlikte, sivil toplum kuruluşları, özel girişimler, turizm sektörü, radyo, film yapımcıları ve Macar sanayiinin önde gelenleri kültürel diplomasinin aktörleri olarak revizyonist siyasete hizmet etmişlerdir. Macaristan yurt dışında büyük fuarlara katılarak kültürel tanıtım faaliyetleri yaparken, yurt içinde ise, dini ve sportif temalarda uluslararası festivaller, toplantılar ve kongreler organize ederek kültürel tanıtım faaliyetlerini sürdürmüştür. Fakat 1939 yılında II. Dünya Savaşı tehlikesinin artmasıyla Macaristan kültürel diplomasinin etkisi hızla sönümlenmiştir (Nagy, 2021, s. 233-246).

Macaristan Dış Politikasının Yönelimleri

Macaristan 23 Ekim 1989 tarihinde SSCB’den bağımsızlığını ilan etmesine rağmen, Sovyet etkisi ve kontrolünden tamamen ayrılması 1991 yılında mümkün olmuştur. Macaristan’ın bu süre zarfında tam egemenliğini sağlayamamasının iki nedeni vardır. Birincisi, ülkede konuşlu Sovyet askerlerinin varlığı, ikincisi ise, Varşova Paketi’ne üyeliğidir. Her iki mesele de 1991 yılında çözülmüş, Sovyet askerleri ülkeyi terk etmiş ve Varşova Paketi dağılmıştır. Egemenliğini tam manasıyla kazanmasının ardından Macaristan, etrafında önemli gelişmelerle karşı karşıya gelmiştir. Yugoslavya’daki etnik çatışmalar, iç savaş ve Slovenya, Hırvatistan ve Sırbistan’ın bağımsız devletler olarak ortaya çıkması ve Çekoslovakya’nın ikiye ayrılması bu gelişmelerdendir. Özellikle etnik çatışmaların Balkan coğrafyasında kendini göstermesi, dış politika alanında Macaristan için bir dizi belirsizliği beraberinde getirmiştir. Çünkü yaklaşık 2.7 milyon Macar, komşu ülkelerdeki azınlıklar olarak başta Romanya, Slovakya ve Sırbistan olmak üzere, Ukrayna, Slovenya ve Hırvatistan gibi ülkelerde kalmıştır. Böylesine karışık bir bölgesel ortamın içinde doğan Macaristan, kendine yeni bir yol çizmek ve yeni ortaklar bulmak zorundaydı (Hettyey, 2023, s. 158-159, 161).

Hükümet için serbest seçimlerin 1990 yılında yapılmaya başlanmasıyla Macaristan demokratik yönetim sistemine geçmiştir. Macaristan’ın dış politikasındaki stratejik yönelimler Macar halkı tarafından seçilen hükümetlerin döneminde belirlenmiştir. Özellikle ilk demokratik hükümetin programında şekillenen dış politikanın öncelikleri, sonraki hükümetler tarafından da –bazı vurgu farklılıkları olsa da– devam ettirilmiştir. Büyük değişimler görülmeyen komünizm sonrası dönemdeki Macaristan’ın dış politika yönelimleri, 2010 yılına kadar olan ilk aşamada üç başlık altında toplanabilir. Birincisi, Batı yani, Avrupa ve Kuzey Atlantik yönelimidir. İkincisi, bölge ve komşu ülkelerle iyi ilişkilere önem verilmesi iken; üçüncü olarak, Macaristan sınırları dışında yaşayan Macar azınlıkların haklarının korunması ve temsililerinin sağlanması ifade edilebilir (Varga, 2000, s. 117-118; Simonyi, 2003; Kiss, 2008, s. 398). İkinci aşama olarak ele alınan 2010 yılından itibaren ise, Macaristan’ın daha geniş bir coğrafyaya uzanan siyasi ve ekonomik çıkarlarını takip etmek adına “Doğu’ya açılım” stratejisini geliştirdiğini görüyoruz (Hettyey, 2023, s. 168).

Batı (Avrupa ve Atlantik) Yönelimi

Söz konusu yönelimlere daha yakından bakmak gerekirse, öncelikle Avrupa ve Atlantik yönelimi, kesin bir şekilde Sovyet yakınlığından ve bağılılığından vazgeçmeyi temsil ediyordu. Batı Blok’u ile SSCB arasındaki Soğuk Savaş’ın ve iki kutuplu dünya düzeninin sona ermesi Macaristan’ın aslında tarihi köklerinde var olan Avrupa medeniyetine ait olma düşüncesini yeniden gerçekleştirmek için bir fırsat sunmuştur (Varga, 2000, s. 118). Batı ile entegrasyon anlamına gelen bu yönelim esas olarak Avrupa Birliği (AB) ve Kuzey Atlantik

Antlaşması Örgütü'ne (NATO) üyeliği amaçlıyordu. Kurumsal bakımdan Macaristan'ı Batı kurumlarına cıpalayacak bu politika sayesinde Macaristan, dünyadan yatırım çekecek, kalkınmasını ve ekonomisini güçlü bir şekilde destekleyecekti. Ayrıca, 1990'lı yıllarda bölgesindeki istikrarsızlıklar ve etnik çatışmalar göz önüne alındığında, Batı kurumları Macaristan'a bir güvenlik şemsiyesi de sunmaktaydı (Simonyi, 2003, s. 92). Kısacası Macaristan sadece kimlik ve kültürel aidiyet açısından değil; aynı zamanda ekonomik ve güvenlik çıkarları bakımından da Avrupa ve Batı dünyasıyla işbirliği ve entegrasyon hedefini kendisine koymuştur. Bu hedefe uygun politikalar süreç içerisinde takip edilerek önemli ilerlemeler kaydedilmiştir.

Macaristan'ın Batı ile işbirliği, demokratik normlar ve insan hakları bağlamında Avrupa Konseyi'ne 1990'da üye olmasıyla başlamıştır (Hettzey, 2023, s. 118). Macaristan'ın Batı'ya entegrasyonunda ise, Avrupa Topluluğu (Avrupa Birliği) hızlı bir şekilde harekete geçmiştir. 1989 yılının sonunda Doğu Avrupa ülkeleriyle ilişki kurmak için karar alan Avrupa Topluluğu, ekonomik ve ticari işbirlikleri kurmak amacıyla Macaristan'ın da aralarında olduğu bu ülkelerle anlaşmalar imzalamıştır (European Commission, 1991; International Labour Organization, 1991). 1993'de Polonya ve Macaristan'ın ekonomilerini yeniden yapılandırmak için PHARE Programı'nı başlatan AB, Macaristan'ın ekonomik kalkınmasına yardımcı olarak entegrasyon sürecinde yönlendirici olmuştur (Atatorun, 2021, s. 68-71). 1996'da Batı'nın önemli kurumlarından olan Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü'ne (OECD) katılan Macaristan (Hungarian OECD National Council, 2023), 1994'den 1999'a kadar Balkanlar'daki NATO operasyonlarına aktif destek vermesi neticesinde 1999 yılında NATO'ya üye olmuştur (Hettzey, 2023, s. 162-163). 1994 yılında başvurusuyla başlattığı üyelik sürecini 2004 yılında tam üye olarak tamamlamıştır. Böylece Macaristan, kendini ait gördüğü Avrupa medeniyetinin kurumlarında yerini alarak demokratik, ekonomik ve toplumsal açılardan ileri derecede gelişmeler kaydetmiştir. Günümüzde de Macaristan Batı kurumlarının ve ittifakının bir üyesi olarak kalmaya devam etmektedir.

Bölgesel İşbirliği

Dış politikanın ikinci yönelimi olan bölge ve komşu ülkelerle iyi ilişkilere önem verilmesi, Macaristan'ın yüzyıllardır doğal bağları olan bu ülkeleri kendisi için vazgeçilmez görmesinden kaynaklanmaktadır. Her ne kadar tarihte aralarında çatışmalar ortaya çıkmış olsa da, Macaristan etrafındaki ülkelerle ittifak ilişkileri de kurabilmiştir. Bununla birlikte artık, bölgesindeki ülkelerle iyi ilişkiler tesis etmek, bunları muhafaza etmek ve işbirliğini geliştirmek Macaristan'ın ekonomik gelişme ve kalkınma hedeflerinin başarılması açısından önem kazanmıştır (Varga, 2000, s. 118). Macaristan, komşularına yönelik politikasında güçlü ortaklıklar geliştirmenin hem bölgenin hem de kendisinin çıkarlarına uyan bir yaklaşım olduğunu kabul etmektedir. Bu yaklaşım, esasında tüm bölgenin siyasi istikrar ve ekonomik gelişmesinin öncelenmesi anlamına gelir. Dolayısıyla Macaristan, karşılıklı işbirliği çerçevesinde bir çıkar birliği anlayışının bölge siyasetine hakim olmasına yönelik politikayı benimsemiştir.

Macaristan, komşu ve bölge ülkelerle işbirliğini geliştirmeye yönelik bir çok girişimin ya başını çekmiş veya aktif katılımcısı olmuştur. Bu bağlamda ilk olarak, bölgesel işbirliği formu olarak "Orta Avrupa Girişimi"nin (CEI) 1989'da Budapeşte'de kurulmasına öncülük etmiştir. Bu girişimde sadece Orta ve Doğu Avrupa ülkeleri değil; bir çok Balkan ülkesi de yer almıştır (CEI, 2023). Bununla birlikte, 1991'de Polonya ve Çekoslovakya⁸'yi da içine alan "Visegrad Grubu" nun kurulmasını teklif ederek başka bir bölgesel işbirliği platformunun hayata geçirilmesini sağlamıştır (Varga, 2000, s. 122). Aynı yıl içinde kurulan Visegrad Grubu, üyeleri arasında iyi komşuluk ilişkileri ve ortak değerler üzerinden siyasi, ekonomik ve kültürel alanlarda başarılı bir işbirliği geliştirmeyi amaçlamaktadır (Visegrad Group, 2011). Macaristan, ayrıca 1992 yılında "Orta Avrupa Serbest Ticaret Anlaşması"nın (CEFTA) ortaya çıkmasında da önemli bir rol üstlenmiştir. Polonya ve Çekoslovakya ile birlikte kurdukları bu serbest ticaret odaklı bölgesel ekonomik entegrasyona daha sonra Balkan ve Doğu

⁸ Çekoslovakya ikiye ayrıldıktan sonra, Çekya ve Slovakya iki ayrı devlet olarak Visegrad Grubu'nun üyeleri olarak kalmaya devam etmiştir.

Avrupa ülkelerinin büyük çoğunluğu dahil olmuştur (CEFTA, 2023). Macaristan, Yugoslavya'daki iç siyasi krizin müzakere yoluyla çözümüne yönelik aktif girişimlerde de bulunmuştur. Ukrayna, Romanya ve Slovakya ile iyi ilişkileri güçlendirecek "temel antlaşmalar" yapmıştır. Yugoslavya dağıldıktan sonra ise, ortaya çıkan yeni devletlerle de bir çok antlaşma yapılarak, işbirliği ve istikrarlı iyi ilişkilerin sürdürülmesine gayret edilmiştir (Varga, 2000, s. 122, 124-125).

Macar Azınlıklar

Macaristan sınırlarının ötesinde azınlık olarak yaşayan Macarların temsil ve haklarının korunması Macaristan dış politikasının başka bir yönelimi olarak belirlenmiştir. Macaristan açısından bakıldığında, I. Dünya Savaşı'nı sonlandıran barış antlaşmalarında ve II. Dünya Savaşı'ndan sonra sosyalist toplumun ve "proleter uluslararasılık"ın bildirilerinde azınlıkların korunacağına dair ilkeler yer almasına rağmen, içinde Macarların da olduğu Doğu Avrupa'daki ulusal azınlıkların genel durumlarında bir iyileşme görülmemiştir. Ayrıca 1945 yılından sonra Macar azınlıklar ile Macar ulusunu arasında yapay bir ayrılık ve iletişim eksikliği ortaya çıkmıştır. Macar toplulukların kendilerini Macar ulusuna ait hissetmeleri ve çıkarlarını Macar ulusuyla yeniden tanımlama istekleri görülmüştür. Bu durumların hepsi Macaristan için azınlıklar konusunda siyasi bir duruşun ve değişimin gerekliliğini ortaya çıkarmıştır (Varga, 2000, s. 118). Macar ulusunu ile çevresindeki Macar azınlıkların güçlü bağları Macaristan dış politikasında etnik azınlıkların stratejik bir faktör olarak görülmesini sağlamıştır.

Macar azınlıkların haklarının korunmasına yönelik kesin ve açık adım, 1993'de Macaristan parlamentosu tarafından bu konuda çıkarılan kanunla atılmıştır. Bu adım, Macar azınlıkların bireysel ve kültürel özerkliklerini sağlamada kurumsal bir yaklaşımın başladığını göstermektedir. Böylece Macaristan, sınırlarının dışında yaşayan etnik Macar azınlıkların meşru örgütlenmeleriyle kurumsal ilişkiler tesis etmiştir. Yugoslavya krizi sırasında Macar azınlıkların yaşadığı Vojvodina ve Kosova'ya Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Komisyonu (CSC) çerçevesinde gözlemci misyon görevleri üstlenmiştir. Ukrayna, Hırvatistan, Slovenya ile Azınlıkların Korunması Bildirisini imzalanmıştır. Ayrıca, Slovakya ve Romanya ile yapılan temel antlaşmalara azınlıkların korunmasına dair hükümler konulmuştur. "Macar-Macar Konferansı" düzenlenmiş, Macaristan'daki politikacıların, ülke dışındaki Macar mevkidaşları ve benzerleriyle bir araya gelerek tartışma ve istişare ortamı sağlanmıştır (Varga, 2000, s. 122, 125). Macaristan, etnik Macar azınlıkları çeşitli ekonomik kalkınma programları, burslar, bu azınlıkların yaşadığı bölgelere doğrudan yatırımlar yapmak gibi çok çeşitli alanlarda destekleme faaliyetlerine devam etmektedir. Bununla birlikte, Macar azınlık toplumunun bireylerine Macaristan vatandaşlığı hakkı tanıyarak, daha ileri adımlar da atmıştır. Kendi girişimleri yanında, Macaristan AB tarafından Birlik içindeki azınlıkların haklarını güvence altına alan girişimlere de güçlü bir şekilde destek vermiştir (Hettyey, 2023, s. 167). Bütün bu adımlar ve girişimler Macar ulusunun doğal uzantısı kabul edilen sınır ötesindeki etnik Macar azınlıkların haklarını garanti almaya çalışırken, asimilasyona uğramadan Macaristan ile bağlarının güçlü kalmasını da sağlamaktadır.

Doğu Açılımı

2010 yılında yapılan seçimlerin sonucu Macaristan iç siyaseti için bir dönüm noktası niteliğinde olmuştur. Victor Orban liderliğindeki, milliyetçi muhafazakar parti FIDESZ (Macar Yurttaş Birliği), sağcı Hıristiyan Demokratik Halk Partisi KDNP ile ittifak halinde seçimlerden zaferle çıkmış ve iktidara gelmiştir. Bu seçim Macaristan parlamentosunda diğer aşırı sağ ve sağ eğilimli partilerin güç kazandığı bir dönemin başlangıcı olmuştur. Aşırı sağcı Muhafazakarlar Partisi (Jobbik) ve entegrasyon karşıtı Macaristan Yeşiller Partisi (LMP) de hükümette yer almasalar da, mecliste çok güçlü bir şekilde temsil fırsatı bulmuşlardır (Hettyey, 2023, s. 166). Macar siyasetinin milliyetçi-muhafazakar ağırlığının had safhada artması, Orban hükümetini milliyetçi politikalarda daha da cesaretlendirdiği söylenebilir.

Victor Orban başbakan olur olmaz Macaristan siyasetinde bütüncül bir değişim olacağını sinyali vermiştir. Bu değişimin anahtar kavramı ve söylemi “egemenlik” olmuştur. “Egemenlik” söylemi hızlı bir şekilde “entegrasyon” (“bütünleşme”) söyleminin yerini almıştır (Szücs 2015’den aktaran Hettyey, 2023, s. 166). Söz konusu söylem değişikliğinin nedenleri arasında, yukarıda bahsedilen Macaristan siyasetinin ağırlık merkezinin sağa kayması yanında, AB üyelik sürecinin başarıyla tamamlanması da sayılabilir. Macaristan’ın AB’ye tam üye olmasıyla fırsat yapıları temelden değişmiş, artık Macaristan kendini dış politikada daha büyük bir hareket serbestisi içinde hissetmiştir. Bir başka ifadeyle, AB’ye kurumsal çıpılanmanın başarılması, egemenlik söylemini mümkün kılmıştır. 2007-2008 küresel finansal krizi ve 2009’daki Avrupa borç krizi, Macaristan’da, Batılı liberal sistemin başarısına karşı şüpheleri artırmış ve Macaristan’ın kendi yolundan gitmesi gerektiği fikri güçlenmiştir (Hettyey, 2023, s. 166-167). Örneğin Rusya ve Ukrayna arasında yaşanan krizlerde, enerji bağımlılığı nedeniyle Rusya ile ilişkileri AB’ye göre daha yumuşak ve dengeli yürütmeye çalışmaktadır. Bununla beraber, Suriye İç Savaşı ile hızlanan Avrupa’ya göç hareketinde Macaristan AB’de mültecilere karşı en sert tavır ve önlem alan ülke olmuştur. Bu yüzden de AB ile arasında mülteci sorunundan dolayı gerginlikler yaşanmıştır (Tarrosy ve Vörös, 2020, s. 118-121, 128-130).

Dış politikada “Doğu açılımı” veya “küresel açılım” olarak adlandırılan 2010 sonrası dönemde Orban hükümeti, eski Sovyet coğrafyasındaki ülkeler, Asya, Afrika ve Latin Amerika ile daha güçlü ekonomik ve siyasi ilişkiler geliştirme hedefine yönelmiştir (Hettyey, 2023, s. 168). Başta Asya’da yükselen güç Çin ile ekonomik ilişkileri geliştirmeye başlayan Macaristan, Rusya ile enerji alanında işbirliğini nükleer alana da yayarak geliştirmeye yönelmiştir. Aynı zamanda Türkiye ile siyasi işbirliğini ve ekonomik ilişkilerini güçlendiren Macaristan, eğitim ve kültür alanlarında Afrika ülkeleriyle de işbirliği girişimlerini gerçekleştirmiştir (Tarrosy ve Vörös, 2020). Macarlar, kendilerini Hun Türklerinin devamı olarak görmekte-dirler (Cabinet Office of the Prime Minister, 2021) ve dolayısıyla Macaristan kültürel yakınlık duyduğu Türk dünyası ile ilişkilere de büyük önem vermiş, 2018’de de Türk Devletleri Teşkilatı’na gözlemci sıfatıyla üye olmuştur. Böylece Macaristan, Türk dünyası ile kültür ve eğitim alanlarının yanı sıra, büyük ticari, ekonomik ve siyasi işbirliği fırsatlarının da peşine düşmüştür (Baranyi, 2022).

Macaristan’ın Kamu Diplomasisi: Markalama ve Kültür

Macaristan dış politikasının yönelimleri elbette belirli amaçlara matuf biçimde şekillenmiştir. Bir önceki bölümde üzerinde durulduğu şekliyle, *Batı yönelimi* başta Avrupa olmak üzere diğer Batı kurumlarıyla bütünleşme amacını taşımaktadır. İkinci olarak *bölgesel işbirliği*, Macaristan’ın yakın bölgesinde siyasi, ekonomik ve kültürel işbirliğini ve istikrarı amaçladığı bir yönelimdir. Bölgesindeki Macar *azınlıklara dış politikada yer verilmesi* ise, bu azınlıkların Macar ulusunun organik bir parçası ve doğal uzantısı olarak görülmesinden dolayı hak ve çıkarlarını korumayı ve anavatan ile bağlarını güçlü tutmayı amaçlamaktadır. Son olarak *Doğu açılımında* Macaristan, öncelik ekonomi ve kültür olmak üzere, çıkar ve etki alanlarını başka coğrafyalara genişletmeyi amaçlamaktadır. Söz konusu amaçlara ulaşmada Macaristan, kamu diplomasisini çeşitli araçların kullanıldığı bir dış politika bileşeni olarak kullanmaktadır. Bununla birlikte tekrar belirtmekte yarar var ki, Macaristan’ın küçük bir ülke olarak sahip olduğu ekonomik imkanlar ve insan kaynağı göz önüne alındığında, kısıtlı imkanlarla yürütmeye çalıştığı kamu diplomasisi faaliyetleri her yönelim ve amaç için kapsamlı bir görüntü sunmaktan uzaktır. Daha açık bir ifadeyle, tüm kamu diplomasisi araçlarının Macaristan dış politikasının her bir amacı için kullanıldığını söylemek mümkün değildir.

Kamu diplomasisi bakımından Macaristan’ın, Sovyet etkisinden kurtulup, Batı ile bütünleşme stratejisi en esaslı dönüm noktasını teşkil etmiştir. Çünkü bu strateji, siyasi, ekonomik ve toplumsal, her alanda büyük değişim ve dönüşüm anlamına gelmiştir. Dolayısıyla, kamu diplomasisi faaliyetlerinin mecrası ve amacı

temelden değişmiştir. Kültürel aidiyeti bir kenara bırakırsak, Soğuk Savaş sonrası dünyada Avrupa ve Atlantik İttifakı'nın sahip olduğu büyük güç ve etki nedeniyle tek seçenek olarak kalması, birçok Orta ve Doğu Avrupa ülkesi gibi Macaristan'ın da bu söz konusu ittifaka katılımını beraberinde getirmiştir.

Komünizm-sonrası yeni dönemde kamu diplomasisinin, Macaristan'ın, ülkeyi Avrupa ve transatlantik toplum içinde içinde konumlandırmada, kamuoyu tartışmaları için gündem belirlemede ve uluslararası fark edilebilirliği artırmak için ülkenin bakış açılarını Avrupalı söylemlere dahil etmede kullandığı bir araç olarak ortaya çıktığı söylenebilir. Yönetimin ve dış kamu oyunu etkilemenin aracı olarak öne çıkan kamu diplomasisi, aynı zamanda Macaristan hükümeti ve devlet-dışı aktörleri için, yeni dahil olduğu toplumsal ağın ve küreselleşmenin mantığına uyumlulaşma çabalarını yansıtmaktadır (Ociepka, 2013, s. 40). 20. Yüzyılın başlarına uzanan, kamu diplomasisi olarak kültürel diplomasi tecrübesine sahip Macaristan, Sovyetlerden bağımsızlığını kazandıktan sonra odaklandığı ülke markalama stratejisi ile kültürel öğeleri bir araya getiren bir kamu diplomasisi faaliyeti yürütmüştür. Bir başka deyişle, ülke markalama ile kültürel diplomasiyi iç içe, birlikte yürütmüştür.

Kamu diplomasisinin bir aracı olarak ülke (devlet/ulus) markalama (country/state/nation branding), uluslararası ilişkilerde itibarlarını artırmak amacıyla kurumsal pazarlama anlayışlarının ve tekniklerinin ülkelere uygulanması şeklinde tanımlanmaktadır (Kerr ve Wiseman, 2018, s. 366). Bu uygulamalarla, tamamen bir ülkenin imajının yükseltilmesi veya iyileştirilmesi amaçlanır (Fan, 2006). Özellikle pazarların ve medyanın küresel hale geldiği günümüz dünyasında ülke markalama, değişen uluslararası ilişkiler için oldukça gerekli bir yaklaşım olarak öne çıkmaktadır (Kaneva, 2012, s. 4). Bugün içinde yaşadığımız postmodern dünya, modern dünyanın jeopolitik ve güç gibi siyasi paradigmalardan değiştiğini, artık imaj ve etkinin daha önemli hale geldiğini gösteriyor. "Akıllı" devletler de bu değişen paradigmalara ayak uydurarak tıpkı akıllı şirketler gibi itibarları ve durumları için marka inşa etme yoluna başvurmuştur (van Ham, 2001, s. 4). Bu bağlamda, markalaşmak şüphesiz olumlu anlamda diğer ülkelerden ayırt edilebilen özelliklerin inşası anlamına gelmektedir.

Ayırt edilebilen özelliklerden bahsedince ise, doğal olarak önce kimlik ve kültüre ilişkin unsurlar akla gelmektedir. Kültür ve kimlikle ilişkili unsurlar dış politika ve diplomaside kullanılmaktadır (Eken, 2015; 2019; Eken ve Sevin, 2018). Bu noktada karşımıza "kültürel diplomasi" kavramı çıkmaktadır. Kültürel diplomasi tanımını üzerinde kesin bir fikir birliği olduğu söylenemez. Bunun önemli bir nedeni, "kamu diplomasisi", "propaganda" ve "yumuşak güç" gibi yakın kavramlar arasındaki ayrımın belirsizliği ile ilgili görünmektedir. Çünkü bu kavramlar çoğu zaman birbirinin yerine veya birbirinin parçası olarak kullanılmaktadır (Goff, 2020, s. 30). Fakat yine de buraya uygun bir tanımlama yapmak gerekir. Bunu da Simon Mark'ın ifadesini kullanarak yapmak yerinde olacaktır: "Kültürel diplomasi, bir devletin dış politikasını veya diplomasisini desteklemek için kültür unsurlarını konuşlandırmasıdır" (Mark, 2010, s. 66). Başka bir ifadeyle, kültürün dış politik ve diplomatik amaçlara ulaşmak için kullanılmasıdır. Bu doğrultuda kültürün kullanılmasında hedefin esasen toplumlar olması, onu kamu diplomasisinin bir aracı olarak değerlendirmekte hata olmayacağını göstermektedir.

Bağımsızlıklarını kazandıktan sonraki süreçte birçok Orta ve Doğu Avrupa ülkesinde ve Macaristan'da ülke markalama, kamu diplomasisinin gelişimini temsil etmektedir. Böylece Macaristan, öncelikle uluslararası fark edilebilirliğini sağlamayı, bununla birlikte AB ve NATO üyeliği süreçlerinde, Batı toplumlarını ikna etmeyi hedeflemiştir. Zira demokrasiye geçiş, ulusal kimliğin yeniden inşası ve ülkenin uluslararası arenada yeniden konumlanması demektir (Ociepka, 2013, s. 40, 42). Macaristan'ın demokrasiye geçişi ve Batılı uluslararası topluma yeniden dahil olması köklü bir imaj değişimini gerekli kılmış ve bu bağlamda ülkenin markalanması, dönemin siyasi elitleri tarafından en önemli kamu diplomasisi faaliyeti olarak görülmüştür.

Markalamaya verilen büyük önemin arka planında, Macaristan'ın komünist devletler içindeki daha ılımlı duruşu etkili olmuştur. Çünkü Macaristan komünizm idaresi altında Batılı turistlerin uğrak yerlerinden birisi olmuş ve Batılılar ile ticaret de yapılmıştır. Dolayısıyla piyasa ekonomisinin gereklerine ve yaklaşımlarına aşinalık kazanmış bir ülke olan Macaristan markalamasının değerinin farkına varmıştır. Buna ek olarak, Batı toplumları nezdindeki imajı konusunda tarihi olaylardan dolayı aşırı derecede bilinçli bir Macar halkının varlığından söz edilebilir. Bu etkenler Macar siyasetçilerin imaj ve markalama konularında hassas olmalarını beraberinde getirmiştir (Kulcsar ve Yum, 2012, s. 194-195). Nitekim Macaristan, 1990'ların sonunda stratejik bir düzenleme yaparak hem içeride hem de dışarıda ülkenin imajını yönetmek adına "Ülke İmaj Merkezi"ni kurmuştur. Böyle bir kurumsallaşma adımı konuya yaklaşımın ciddiyetini gösterse de, iç siyasette ülkenin itibarının yükseltilmesine dair mesele iktidar ile muhalefet arasında yoğun tartışmalara yol açmıştır. Konu zamanla fazlasıyla siyasi bir hal almış, nihayetinde kurum, 2002'de yeni kurulan hükümet tarafından kaldırılmıştır (Szondi, 2007, s. 9, 17). Açıkçası, ülke markalamasının aşırı siyasallaşması, konuya yaklaşımın siyasi iklim ve seçim sonuçlarına göre değişmesi anlamını taşıyordu (Kulcsar ve Yum, 2012, s. 195).⁹

Kurumsallaşma ve buna bağlı gelişen iç siyasi tartışmalardan bağımsız olarak Macaristan, ülke markalamada belirli adımlar atarak hedefleri doğrultusunda önemli ilerlemeler kaydetmiştir. Bu adımlardan ilki, aslında komünist dönemde de var olan Batılı turistlerin ülkeyi ziyaretleri için daha güçlü ve etkili bir tanıtım hamlesi başlatmasıdır. Öncelikle bu bağlamda "Macaristan Ulusal Turist Ofisi" kurulmuş, Ofis web sitesinde Macaristan, güzel kırsal bölgelere sahip, lüks kaplıcaları, zengin kültürel mirası, trend olan alışveriş yerleri, gastronomi ve şaraplarıyla tanıtılmaya başlanmıştır. Ülke tanıtımının, Macaristan'ın misafirperverliğini vurgulayan destinasyon temelli¹⁰ ve ayrıca yeme-içme ürünleri¹¹ üzerinden ağırlığa sahip olduğu görülmektedir. Ayrıca, 1996'da Tarım ve Kırsal Kalkınma Bakanlığı "Tarımsal Pazarlama Merkezi" kurarak yüksek kaliteli Macar yiyecek ürünlerini tanıtma ve az bilinen markaların iç ve dış pazarlara ulaşmalarına yardımcı olma faaliyetleri yürütülmüştür (Kulcsar ve Yum, 2012, s. 198-201).

Söz konusu tanıtım kampanyalarının çoğunlukla küresel organizasyonlar çerçevesinde gerçekleştiğini söylemek doğru olacaktır. Örneğin 1992 Seville Dünya Fuarı (World Expo) Macaristan'ın uluslararası bilinirliği açısından önemli bir platform olmuştur. Seville'de Macaristan pavyonu Macar kültürü ve tarihini doğrudan yansıtan bir yapıda, ülkenin hem Doğululuğuna, hem de Batılılığına vurgu yapan unsurların kullanıldığı bir yer olarak uluslararası alanda çok dikkat çekmiştir (Rockwell, 1992).¹² Daha sonra 2000 yılında düzenlenen Hannover Dünya Fuarı'nda Macaristan, ülkenin tarihi ve geleneklerinin vurgulandığı bir pavyonda pazarlama gerçekleştirmiştir. Burada Macarların yeniliklerine ve yeteneklerine odaklanarak Macar kimliği vurgulanmıştır. Aynı yıl Sydney Olimpiyat Oyunlarında üç gün süren bir kültürel faaliyetle Macar mutfağı, geleneksel el sanatları ve müziği tanıtılmıştır (Kulcsar ve Yum, 2012, s. 203).

Ülke İmaj Merkezi'nin 2002'de kaldırılmasından sonra Macaristan Ulusal Turist Ofisi, ülke markalama açısından en önemli aktör haline gelmiştir.¹³ Ofis, Macar kökenli ABD'li ünlü oyuncu Tony Curtis ile birlikte, Macaristan'ın ABD'de tanınırlığını artırmak üzere Macaristan'ı "güzel kadınların ülkesi" şeklinde tanıtan bir kampanya düzenledi. Aynı anda, 2003 Avrupa güzeli seçilen model Zsuzsa Laky ile birlikte benzer bir kampanya Avrupa'da da düzenlenmiştir. 2004-2005 yıllarında ise, Ulusal Turist Ofisi "Eğlendirme için

⁹ "Ülke İmaj Merkezi" esasen ulusal kimliğe odaklı, çoğunlukla siyasi propaganda için hükümet adına projeler üreten ve çoğunlukla içeriye dönük bir anlayışı temsil etmiştir. Bu kurumun fonksiyonu ve ortaya çıkan siyasi tartışmalar için bakınız: Kulcsar ve Yum, 2012, s. 202-204. Ayrıca, aşırı siyasallaşma ile birlikte otoriterleşme tartışması da başlamıştır (Todosijevic ve Enyedi, 2008; Buzogany, 2017; Seyaz, 2018, s. 196).

¹⁰ Balaton gölü ve Hortobagy ulusal parkı gibi.

¹¹ Pick salami, Kalocsai kırmızı biberi ve Tokaji şarabı gibi.

¹² Habsburg hanedanlığına gönderme yaparak, tarihi ve kültürel bağları ifade etmek ve Doğu ile Batı arasında köprü temsiliğini göstermek amacıyla Avusturya ve Macaristan'ın 1995'te Dünya Fuarını birlikte düzenlenmesi planlamıştı. Ancak Viyana'nın çeşitli nedenlerden dolayı organizasyondan çekilmesi, Budapeşte'nin yüksek maliyetleri tek başına karşılayamayacak olması ve iç siyasi sürtüşmelerden dolayı fuar iptal edilmiştir (Kulcsar ve Yum, 2012, s. 201-202).

¹³ 2000'li yılların ortalarında Macaristan'da hükümetler markalama faaliyetleri için uluslararası halkla ilişkiler ve reklam şirketlerinden de hizmet almışlardır (Kulcsar ve Yum, 2012, s. 205-206).

Yetenek” sloganı altında başka bir kampanya yapmıştır. İçinde ünlü müzisyenlerin, atletlerin ve gastronomi uzmanlarının da olduğu on bir önemli Macar ile birlikte, kongre turizminin ve Macar Havayolları’nın gelişimine katkı sağlanmıştır (Kulcsar ve Yum, 2012, s. 204). Bu çaba Macaristan’ın stratejik bir destinasyon olma yolunda atılmış bir adımı temsil etmektedir (Szondi, 2007, s. 11).

1999 yılında, uluslararası alanda bilinen Herend Porcelain Manufacturing Co., Pick Szeged Co., Tokaj Trading House ve Zwack Unicum’dan oluşan dört şirketin kurduğu “Hungaricum Kulübü” ulusal ürün markalamasının başka bir önemli aktörü olmuştur. Bu girişim, elit iş çevrelerinden oluşsa da, Macaristan’ın AB’ye hazırlık sürecinde özel bir fonksiyona sahip olmuştur. Hungaricum Kulübü’nün ürünleri, AB’ye giriş sürecinde Macaristan’ın değerleri ve kimliğinin uzantısı olarak görülmüş ve benzer ürünleri üreten AB’deki firmalardan korunması gerektiği inancı yayılmıştır (Kulcsar ve Yum, 2012, s. 205). Macaristan için şık bir “kartvizit” görevi gören bu kulüp, Macaristan’ın imajına kendilerince katkı vermeyi amaçlamıştır. Yukarıdaki marka sırasına göre, porselen, salam, şarap ve likör üreten bu firmalar geleneksel Macar yemek kültürünü temsil etmektedirler (Szondi, 2007, s. 13). Macarlar, söz konusu kulübü Macaristan’la özdeş kabul etmiş, geçiş ve değişim sürecinde marka değerlerini korumayı gerekli görmüştür.

Bir başka markalama faaliyeti ise, 2009 yılında Budapeşte İş Bölgesi’nin profesyonelce hazırlattığı video klip üzerinden yapılmıştır. Ülkenin yeteneklerini merkeze alan bu video klipte Macaristan’daki yenilikler, Budapeşte’den görüntüler, modern ve geleneksel unsurlarla birlikte bir araya getirilerek pazarlanmaktadır (Kulcsar ve Yum, 2012, s. 206). İş ve ekonomi çevrelerinin aktörler ve temalar olarak öne çıktığı pazarlama faaliyetleri özellikle dışarıdan yatırım çekmek amacını taşımaktadır (Szondi, 2007, s. 14-15). Bununla birlikte, Macaristan’da sivil toplum kuruluşlarının ülke markalama faaliyetlerine aktif olarak katıldıkları ve destek verdikleri görülmektedir. İlki 2008’de düzenlenen “Ulusal At Koşusu”, çeşitli sivil toplum kuruluşlarının organizasyonu yapılmıştır. Söz konusu organizasyon ile, Macar kültüründe önemli bir yeri olan at biniciliği kullanılarak, Macaristan’ın hem yurt içinde hem de yurt dışında çekici bir imaj sahibi olması amaçlanmıştır (Kulcsar ve Yum, 2012, s. 206).

Macaristan’ın dış politikasındaki yönelimlerden birisi olan bölgesel işbirliği, yürütülen kültür diplomasisinin başarısı açısından önem teşkil etmektedir. Çekya, Hırvatistan, Romanya, Sırbistan, Slovenya, Slovakya ve Ukrayna başta olmak üzere bölgesindeki ülkelerle kültürel ilişkileri güçlü tutmak üzere bir politika takip eden Macaristan, söz konusu ülkelerle arasında akademi, kültür ve spor gibi alanlarda değişim programları uygulamaktadır. Böylece Macar kültürünün bu ülkelerin halklarına tanıtılması ve buralarda yaşayan Macar azınlıklar içinde korunması amaçlanmaktadır (Institute for Cultural Diplomacy, 2023).

Macaristan, kültürel diplomasi faaliyetlerini ülke dışında sahip olduğu Macar Kültür Enstitüleri üzerinden de devam ettirmiştir. 1920’lerde Viyana, Berlin ve Roma gibi önde gelen Avrupa ülkelerinin başkentlerinde açılan bu enstitülerle, buralardaki bilim çevreleriyle yakın ilişkiler geliştirilmesi amaçlanmıştır (Institute for Cultural Diplomacy, 2023). Macar Kültür Enstitüsü günümüzde 24 ülkede, 26 birimle faaliyet göstermektedir. Enstitü, Macar kültürünü, eğitimini ve bilim insanlarının başarılarının bilinmesinde ve yayılmasında ayrıcalıklı bir role sahiptir. Macaristan’ın uluslararası alanda tanınmasına ve yurt dışında yaşayan Macarlar ile kültürel ilişkilerin güçlendirilmesine katkı sağlayan söz konusu enstitüler, Macar kültürel mirasının korunmasında, Macar dilinin öğretiminin organizasyonunda ve kültür, eğitim ve bilim alanlarında uluslararası işbirliğini sağlamada etkili bir işlev yerine getirmektedirler (Cultural Diplomacy Budapest, 2023a). Macar Kültür Enstitüsü’nün kültürel diplomasi faaliyetleri içinde “bilim diplomasisi” de dikkat çekici bir yere sahiptir. Bilim, teknoloji ve yeniliğe önem veren bir devlet politikasına sahip Macaristan, bilim diplomasisini ekonomik diplomasinin tamamlayıcısı olarak görmektedir. Bu bağlamda enstitüler, uluslararası alanda üniversitelerde akademik ağların, bilimsel atölye çalışmalarının ve araştırma enstitülerinin geliştirilmesine, yurt içinde veya yurt

dışındaki Macar bilim insanlarının görünürlüğüne sağlanmasına ve Macaristan'daki bilimsel gelişme ve yeniliklere dair haberlerin yayılmasına öncülük etmektedirler (Cultural Diplomacy Budapest, 2023b). Macar Kültür Enstitüsü, bir yandan ülkenin imajını bilim ve kültür üzerinden iyileştirmeye çalışırken, diğer yandan ülke dışında yaşayan Macarlar ile Macaristan arasında bir köprü görevi görerek, kimliklerini ve ülkeye aidiyetlerini canlı tutmalarını sağlamaktadır.

Macaristan'ın Doğu'ya açılım politikası 2010'dan sonra Orban hükümetleri zamanında kendini göstermeye başlamışsa da, kültürel diplomasi alanında çok öncesinde bu yönelimin ilk işaretleri görülmeye başlanmıştır. 2006 yılında Pekin, Shanghai ve Tel-Aviv'de, 2009'da ise Abu-Dhabi'de Macar kültür ofisleri kurulmuştur (Institute for Cultural Diplomacy, 2023). Daha sonra zamanla Doğu'daki önemli ülkelere genişleyen bu ofislerin kültürel ve bilimsel diplomatik faaliyetleri ve ülke tanıtımları, günümüzde artık İstanbul, Kahire, Moskova, Yeni Delhi, Seul, Tokyo gibi şehirlerde de devam etmektedir (Cultural Diplomacy Budapest, 2023b). Bununla birlikte Macaristan, Türk Devletleri Teşkilatı'nın yürüttüğü eğitim, gençlik ve spor alanlarındaki işbirliği ve değişim programlarına aktif bir şekilde katılmaktadır (Organization of Turkic States, 2023).

Özellikle 2010'dan bu yana iktidarda olan Orban hükümetlerinin sporu yoğun bir şekilde bir kamu diplomasisi faaliyeti olarak kullandığını vurgulamakta fayda var. Hükümette büyük ölçekli uluslararası spor organizasyonlarının Macaristan'ın markalaşmasını destekleyeceği ve ülkenin imajına pozitif anlamda katkı vereceği düşüncesi hakimdir. Bu bağlamda Orban hükümetleri gerekli siyasi ve ekonomik destek sağlayarak, geçen süre içerisinde düzinelere uluslararası spor faaliyetinin ve kongrelerinin Macaristan'da düzenlenmesini başarmış, bir çok başarılı Macar'ın da uluslararası spor federasyonlarında görev almasını ve Uluslararası Judo Federasyonu ve Uluslararası Teqball Federasyonu'nun merkezinin Budapeşte olmasını sağlamıştır. Macaristan'da düzenlenen spor organizasyonlarının en bilinenleri arasında, 2012 FIFA Kongresi, 2016 Avrupa Konseyi Spor Bakanları Konferansı, 2017'deki Dünya Su Oyunları Şampiyonası, Avrupa Gençlik Olimpiyat Festivali ve Dünya Judo Şampiyonası, 2018 Dünya Güreş Şampiyonası, 2019 Dünya Masa Tenisi, Pentathlon, Eskrim şampiyonaları, Avrupa Maccabi Oyunları, Dünya Şehir Oyunları, UEFA Kadınlar Şampiyonlar Ligi finali, 2020 UEFA Süper Kupası, Dünya Teqball Şampiyonası gibi organizasyonlar vardır. Uluslararası spor organizasyonları için adeta bir merkez haline gelen Budapeşte, 2019'da Avrupa Spor Başkenti ilan edildi (Garamvögyi ve Doczi, 2021, s. 41-43).

Sporu aktif bir biçimde uluslararası ilişkilerini geliştirmek için kullanan Macaristan'da spor alt yapılarına büyük yatırımlar yapan hükümet, benzer adımları çevresindeki ülkeler için de atmıştır. 2013-2018 arasında Macaristan, Romanya, Slovakya ve Sırbistan'da 45 milyon Avro'luk spor altyapı yatırımı yapmıştır. Bunu bölgesel işbirliğini artırmak üzere yapan Macaristan, aynı zamanda çevre ülkelerdeki Macar azınlık ile bağları sağlam tutmaya gayret etmektedir. Doğu'ya açılımın da bir aracı olarak sporu kullanan Macar devleti, Asya, Afrika ve Latin Amerika'daki Küba, İran ve Vietnam gibi ülkelerle ikili spor ve gençlik anlaşmaları yaparak, diğer ülkelerle de işbirliğini güçlendirmek istemektedir (Garamvögyi ve Doczi, 2021, s. 42-43). Ayrıca Macaristan, 2022'de Türk Devletleri Teşkilatı'na üye ülkelerin takımlarının katıldığı "1. Türk Devletleri Teşkilatı Teqball¹⁴ Turnuvası"na ev sahipliği yaparak, sporu dünyadaki işbirliğini fırsatları için değerlendirdiğini göstermiştir (Organization of Turkic States, 2023).

¹⁴ Gabor Borsanyi ve Viktor Huszar isimli iki Macar arkadaşın icat ettikleri, futbol ve masa tenisi oyunlarını bir araya getiren hibrit bir spor (Sports Business Journal, 2015).

Sonuç

Soğuk Savaş'tan sonra Batılı kurumlara entegre olarak Batılı ülkelerinin gelişmişlik düzeyine ulaşmayı hedefleyen Macaristan, AB ve NATO'ya üye olmayı başararak kendini Batı'ya çıpalamıştır. Komşu ve çevre ülkelerle barış, istikrar ve refah ortamının sağlanmasına da büyük önem veren Macaristan, bölgesel işbirliği girişimlerinde hep ön planda ve teşvik edici olmuştur. Bununla birlikte, çevre ülkelerde yaşayan Macar azınlıkların hakları ve Macaristan ile bağları konularında cesur adımlar atmıştır. Son olarak, Macaristan'ın Doğu'daki ülkelerle işbirliğine önem vermesi ekonomik yönden bir ihtiyaç olarak görülmekle birlikte, son on yıldır yaşanan ağır mülteci akını ve enerji krizleri Macaristan'ı yeni ortaklıklar geliştirme konusunda harekete geçirmiş görülmektedir. Anlaşıyor ki, Macaristan'ın konjonktürel şartları göz önünde bulundurarak pragmatist bir dış politika izlemesi, aynı şekilde kamu diplomasisinde de kısıtlı imkanlarına rağmen "kendince" uygulayabileceği en iyi araçları amaçlarına göre seçmesini berberinde getirmiştir.

Kültürel diplomasiye öne çıktığı, İki Dünya Savaşı arasına kadar uzanan bir kamu diplomasisi tecrübesine sahip Macaristan, hem küreselleşmenin hem de ülkenin Batı'da konumlanmasının bir gereği olarak 1990'lardan itibaren markalamayı da kamu diplomasisi stratejisinin içine dahil etmiştir. Bu noktadan itibaren, geleneksel yeme-içme ürünleri, destinasyon merkezleri, sanat ve müzik gibi Macar kültürüne dair çeşitli öğelerin ülkenin imajının yükseltilmesi adına Batılı ve diğer uluslararası mecralarda markalama faaliyetleri içinde kullanıldığı görülmektedir. Buna ilaveten, Macaristan'ın markalanması ve imaj inşasında eğitim, bilim ve spor faaliyetlerinin de kullanılması söz konusudur. Aslında birer ülke markalama faaliyetine dönüşen kültürel öğelerin kamu diplomasisine uygulanmasının ve kamu diplomasisi faaliyeti kapsamında ele alınan eğitim, bilim ve spor alanlarındaki girişimlerin, Macaristan dış politikasının yönelimleri ve stratejisi doğrultusunda gerçekleştirildiği ve elde edilen sonuçlar itibarıyla etkili oldukları anlaşılmaktadır. Uyguladığı kamu diplomasisinin Macaristan'ın çıkarları için etkili bir araç olduğu görülse de, uluslararası siyasette Batı'nın ve Doğu'nun büyük güçleri arasındaki artan gerginlikler Macaristan için bir zorluk olarak ufukta belirmektedir. Hem Batı'da hem de Doğu'da önemli çıkarları olan Macaristan'ın, uluslararası siyasetin giderek artan gerilimli ortamında mevcut dış politikasını nasıl sürdürebileceği ve bunun kamu diplomasisine etkilerinin neler olabileceği soruları ayrıca araştırılmayı hak etmektedir.

Kaynakça

- Armaoğlu, F. (2012). *20. yüzyıl siyasi tarihi 1914-1995*. İstanbul: Alkım Yayınevi.
- Atatorun, M. (2021). *Avrupa Birliği bölgesel politikası ve Macaristan*. İstanbul: Kriter Yayınevi.
- Baranyi, T. P. (2022). Hungary's role in the organization of Turkic states as an observer state: limitations and opportunities. *Perceptions*, 27(1), 121-136. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/perception/issue/71446/1149306>
- Barston, R. P. (2014). *Modern diplomacy*. Oxon ve New York: Routledge.
- Buzogany, A. (2017). Illiberal democracy in Hungary: authoritarian diffusion or domestic causation? *Democratization*, 0(0), 1-19. doi:10.1080/13510347.2017.1328676
- Cabinet Office of the Prime Minister. (2021, 12 Kasım). Hungary to initiate joint summit of Turkic Council and V4. Erişim adresi: <https://2015-2022.miniszterelnok.hu/hungary-to-initiate-joint-summit-of-turkic-council-and-v4/>
- CEFTA. (2023). Erişim adresi: <https://cefta.int/>
- CEI. (2023). Erişim adresi: <https://www.cei.int/>
- Constantinou, C. M. ve Sharp, P. (2016). Theoretical perspectives in diplomacy. C. M. Contantinou, P. Kerr ve P. Sharp (Ed.), *The Sage handbook of public diplomacy* içinde (s. 13-27). Londra: Sage.
- Cull, N. J. (2006). "Public diplomacy" before Gullion: The evolution of a phrase. Erişim adresi: <https://uscpublicdiplomacy.org/blog/public-diplomacy-gullion-evolution-phrase>
- Cull, N. J. (2009). *Public diplomacy: Lessons from the past*. Los Angeles: Figueroa Press.
- Cultural Diplomacy Budapest. (2023a). Institutes. Erişim adresi: <https://culture.hu/en/budapest/culturalinstitutes>
- Cultural Diplomacy Budapest. (2023b). What we do. Erişim adresi: <https://culture.hu/en/budapest/whatwedo>
- Edwards, L. (2001). *Mediapolitik: How the mass media have transformed world politics*. Washington D.C.: The Catholic University of American Press.
- Eken, M. E. (2015). Jeopolitik derinlik, akılcı güç ve popüler kültür: Stratejik bir konsept olarak gündelik hayatın önemi. M. Şahin ve S. Çevik (Ed.), *Türk dış politikası ve kamu diplomasisi* içinde (s. 17-44). Ankara: Nobel Yayınevi.
- Eken, M. E. (2019). How geopolitical becomes personal: Method acting, war films and affect. *Journal of International Political Theory*, 15(2), 210-228. doi:10.1177/1755088219832328

- European Commission. (1991). European agreements with Czechoslovakia, Hungary and Poland. Erişim adresi: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_91_1033
- Fan, Y. (2006). Branding the nation: What is being branded? *Journal of Vacation Marketing*, 12(1), 5-14. doi:10.1177/1356766706056633
- Garamvögyi, B., ve Doczi, T. (2021). Sport as a tool for public diplomacy in Hungary. *Physical Culture and Sport*, 90(1), 39-49. doi:10.2478/pcssr-2021-0012
- Gilboa, E. (2001). Diplomacy in the media age: Three models of uses and effects. *Diplomacy and Statecraft*, 12(2), 1-28. doi:10.1080/09592290108406201
- Goff, P. M. (2020). Cultural diplomacy. N. Snow ve N. J. Cull (Ed.), *Routledge handbook of public diplomacy* içinde (s. 30-37). New York and Oxon: Routledge.
- Hettyey, A. (2023). Hungarian foreign policy 1990 to 2018: Europeanization without conviction. E. Bos ve A. Lorenz (Ed.), *Politics and society in Hungary: (De-)Democratization, Orban and the EU* içinde (s. 157-172). Wiesbaden: Springer.
- Huijgh, E. (2016). Public diplomacy. C. M. Constantinou, P. Kerr ve P. Sharp (Ed.), *The Sage handbook of diplomacy* içinde (s. 437-450). Londra: Sage.
- Hungarian OECD National Council. (2023). Hungary and the OECD. Erişim adresi: <https://oecdntt.hu/en>
- Institute for Cultural Diplomacy. (2023). Country profiles: Hungary. Erişim adresi: http://www.culturaldiplomacy.org/culturaldiplomacynews/content/pdf/Cultural_Diplomacy_Outlook_Report_2011_-_03-07.pdf
- International Labour Organization. (1991). Agreement of 16 December 1991 establishing an association between the European Community and its member states, and the Republic of Hungary. Erişim adresi: https://www.ilo.org/dyn/natlex/natlex4.detail?p_isn=44279&p_lang=en
- Iriye, A. (1997). *Cultural internationalism and world order*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Kaneva, N. (2012). Nation branding in post-communist Europe: Identities, markets, and democracy. N. Kaneva (Ed.), *Branding post-communist nations: Marketizing National Identities in the "New" Europe* içinde (s. 3-22). New York: Routledge.
- Kerr, P. ve Wiseman, G. (2018). *Diplomacy in a globalizing world: Theories and practices*. New York: Oxford University Press.
- Kiss, L. J. (2008). Integration, nation und modernisierung: Ungarns außenpolitik am anfang des 21. Jahrhundert. E. Bos ve J. Dieringer (Ed.), *Genese einer union der 27: Die Europäische Union nach der osterweiterung* içinde (s. 397-418). Wiesbaden: Springer.

- Kulcsar, L. J., ve Yum, Y. (2012). One nation, one brand? Nation branding and identity reconstruction in post-communist Hungary. N. Kaneva (Ed.), *Branding post-communist nations: Marketizing national identities in the "new" Europe* içinde (s. 193-212). New York: Routledge.
- Leira, H. (2016). A conceptual history of diplomacy. P. Kerr ve P. Sharp (Ed.), *The Sage handbook of public diplomacy* içinde (s. 28-38). Londra: Sage.
- Macartney, C. A. (1956). *October fifteenth: A history of modern Hungary 1929-1945*. Edinburgh: The Edinburgh University Press.
- Mark, S. L. (2010). Rethinking cultural diplomacy: The cultural diplomacy of New Zealand, the Canadian Federation and Quebec. *Political Science*, 62(1), 62-83. doi:10.1177/0032318710370466
- Melissen, J. (2005). The new public diplomacy: Between theory and practice. J. Melissen (Ed.), *The new public diplomacy: Soft power in international relations* içinde (s. 3-27). New York: Palgrave Macmillan.
- Nagy, Z. (2021). The race for revision and recognition: Interwar Hungarian cultural diplomacy in context. *Contemporary European History*, 30(2), 231-247. doi:10.1017/S0960777321000011
- Ociepka, B. (2013). New member's public diplomacy. M. K. D. Cross ve J. Melissen (Ed.), *European public diplomacy: Soft power at work* içinde (s. 39-56). New York: Palgrave Macmillan.
- Organization of Turkic States. (2023). Areas of cooperation. Erişim adresi: <https://www.turkicstates.org/en/isbirligi-alanlari>
- Rockwell, J. (1992, 7 Mayıs). Architecture, mishmash means eclectic. Erişim adresi: <https://www.nytimes.com/1992/05/07/arts/the-talk-of-seville-in-expo-architecture-mishmash-means-eclectic.html>
- Sevin, E. ve Eken, M. E. (2018). Global indices and nation branding. Y. Watanabe (Ed.), *Handbook of cultural security* içinde (s. 323-342). Northampton: Edward Elgar Publishing.
- Seyaz, A. (2018). Bir melez rejim örneği olarak rekabetçi otoriteryanizm. *Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(3), 190-204. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/klujfeas/issue/39222/448152>
- Sharp, P. (2005). Revolutionary states, outlaw regimes and the techniques of public diplomacy. J. Melissen (Ed.), *The new public diplomacy: Soft power in international relations* içinde (s.106-123). New York: Palgrave Macmillan.
- Simonyi, A. (2003). Hungarian foreign policy on the threshold of the new millennium. *Hungarian Studies*, 17(1), 91-96. doi:10.1556/hstud.17.2003.1.7
- Snow, N. (2020). Rethinking public diplomacy in the 2020s. N. Snow ve N. J. Cull (Ed.), *Routledge handbook of public diplomacy* içinde (s. 3-12). Oxon ve New York: Routledge.

- Sports Business Journal. (2015, 25 Mayıs). Teqball is a new tabletop sport that allows soccer players to perfect their skills. Erişim adresi: <https://www.sportsbusinessjournal.com/Daily/Issues/2015/05/25/Technology/teqball-new-tabletop-sport-allows-soccer-players-perfect-skills>
- Szondi, G. (2007). The role and challenges of country branding in transition countries: The central and eastern European experience. *Place Branding and Public Diplomacy*, 3(1), 8-20. doi:10.1057/palgrave.pb.6000044
- Szondi, G. (2009). Central and eastern European public diplomacy: A transitional perspective on national reputation management. N. Snow ve P. M. Taylor (Ed.), *Routledge handbook of public diplomacy* içinde (s. 292-313). New York: Routledge.
- Tarrosy, I., ve Vörös, A. Z. (2020). Hungary's Pragmatic foreign policy in a post-American world. *Politics in Central Europe*, 16, 113-134. doi:10.2478/pce-2020-0006
- Todosijevic, B., ve Enyedi, Z. (2008). Authoritarianism without dominant ideology: Political manifestations of authoritarian attitudes in Hungary. *Political Psychology*, 29(5), 767-787. doi:10.1111/j.1467-9221.2008.00663.x
- Trager, R. F. (2016). The diplomacy of war and peace. *Annual Review of Political Science*, 19, 205-228. doi:10.1146/annurev-polisci-051214-100534
- van Ham, P. (2001). The rise of the brand state: The postmodern politics of image and reputation. *Foreign Affairs*, 80(5), 2-6. doi:10.2307/20050245
- Varga, I. (2000). Development of the Hungarian foreign policy in the last ten years: A comparison of the foreign policy programs of the post-transition Hungarian governments. *National Security and The Future*, 2(1), 117-131. Erişim adresi: <https://core.ac.uk/download/pdf/14391645.pdf>
- Visegrad Group. (2011). The Bratislava Declaration of the prime ministers of the Czech Republic, The Republic of Hungary, the Republic of Poland and the Slovak Republic on the occasion of the 20th anniversary of the Visegrad Group. Erişim adresi: <https://www.visegradgroup.eu/2011/the-bratislava>

Extended Abstract

Purpose

This study aims to examine practices, tools and methods of Hungary's public diplomacy in consideration of its foreign policy orientations. In addition, by seeing the fact that the conducted public diplomacy studies are related with various subjects and themes, the article tries to give the answers of such questions as "Whom does Hungary intend to influence, why and how?" Accordingly, at first, foreign policy orientations of Hungary, which gained its independence after the Cold War, are clarified. In post-Cold War period, the West (Europe and Atlantic), regional cooperation, Hungarian minorities and the initiative for the East emerged as foreign policy orientations of Hungary. Subsequently in the article, how branding strategy and cultural diplomacy have been gathered in Hungary's public diplomacy and how they have been carried out, are discussed questions in the frame of foreign policy orientations. Besides, it is addressed that how enterprises in the fields of education, science and sports are used for the country branding.

Design and Methodology

This research is on the public diplomacy of Hungary which is a constituent for supporting its foreign policy. Initially, this study tries to sort out what instruments are employed in public diplomacy of Hungary. Then, it seeks to answer the questions of "how and why does Hungary use public diplomacy?" In this sense, firstly, the foreign policy orientations of Hungary are explained at the conceptual level within the frame of the foreign policy implementations. It can be alleged that concepts of 'interest', 'cooperation' and 'influence' as objectives are determinants in the foreign policy orientations of Hungary. The objectives in point can be read within rapprochement and integration with the West (Europe and Atlantic), regional cooperation, Hungarian minorities and the initiative for the East. Later, both conceptual and theoretical levels of the public diplomacy are discussed within the foreign policy orientations of Hungary. Theoretically, it is stressed that country branding and cultural diplomacy have preponderance in the public diplomacy practices of Hungary. For this reason, the elements related with branding and culture are given and explicated in the practices. In addition to these, it is crucial to state that education, science and sports are the other remarkable concepts that take place in Hungary's public diplomacy practices. Consequentially, by employing all these concepts and theoretical content, this article attempts to elucidate the public diplomacy of Hungary.

Findings

First of all, when Hungary's foreign policy orientations are scrutinized within the frame of foreign policy implementations of Hungary, we can sum up the motivations of the initiative for the West (Europe and Atlantic) as such: the abandonment of Soviet legacy, the sense of belonging to European civilisation and culture, economic prosperity and social development. With the initiative for regional cooperation, Hungary aims to enhance cooperation with the countries in its region in order to ensure regional political stability and speed up economic development. The policy on Hungarian minorities has been developed to hinder the assimilation of Hungarians, to guarantee their rights and to strengthen their connection with the homeland. With the initiative for the East, Hungary expresses its intention to utilize economic opportunities and to extend its sphere of influence.

This research finds out that the public diplomacy of Hungary comprises mainly of country branding and cultural diplomacy. Secondly, such public diplomacy line is discussed within the context of Hungary's foreign policy orientations. Hungary uses branding and culture as diplomatic activities to promote the foreign policy objectives mentioned above. It is understood that as a force of both globalisation and positioning in the West, Hungary has got branding into the strategy of public diplomacy since 1990's. From this point, such elements

belonging to Hungarian culture as traditional food and beverage products, destinations, arts and music have been used for branding activities in the Western and other international platforms to create a better image of the country. Additionally, education, science and sports activities have also been used in the branding and the image building of Hungary. The application of the cultural elements that turned into the country branding activities, to the public diplomacy, and the initiatives in the fields of education, science and sports that are handled within the scope of the public diplomacy activities, have been implemented in accordance with the foreign policy orientations and strategy of Hungary. As a consequence, obtained results show that they have had considerable influence.

Research Limitations

The main limitation of this research is that the relevant literature in Hungarian language has been inaccessible. In addition, all the results of the public diplomacy applications of Hungary might not refer to precise measurement. So, the evaluations in the study are mostly based upon relevant processes and developments.

Originality/Value

This research article reveals how branding and culture as prominent public diplomacy implementations are used within the frame of the foreign policy orientations and objectives of Hungary. Hence, the article contributes to Turkish literature in regard of not only the discussion of the foreign policy of Hungary, but also its public diplomacy.

Araştırmacı Katkısı: Mustafa ATATORUN (%100).