

IDEOLOGIE ȘI DIPLOMAȚIE PUBLICĂ: NEO-OTOMANISMUL TURC

Conf. univ. dr. Ecaterina HLIHOR

*Universitatea Națională de Apărare „Carol I”, București
10.55535/GMR.2023.4.20*

Turcia, la fel ca majoritatea țărilor din întreaga lume, folosește din ce în ce mai mult metodele diplomației publice pentru a-și promova interesele și a câștiga favoarea publicului străin, cu scopul de a crea soft power. Pentru a înțelege practicile și ideologia neo-otomană utilizate de instituțiile turce de diplomație publică în încercarea de a influența publicul străin și de a crea soft power, în această lucrare analizăm modul în care ideile și tezele neo-otomanismului au fost inserate în diverse activități și acțiuni desfășurate sub umbrela diplomației publice și identificăm regiunile din diferite zone ale lumii în care opinia publică a devenit un grup țintă. Partidul Justiției și Dezvoltării (AKP) și-a făcut publice obiectivele de politică externă, inclusiv pe acela al creșterii influenței sale în societățile musulmane din Balcani, Caucaz, Asia Centrală, Africa și Orientul Mijlociu. Pe această bază, acest articol explorează modul în care AKP folosește instrumentele și instituțiile specifice diplomației publice pentru a promova o ideologie neo-otomană și a organiza o politică externă ce reflectă timpurile imperiale otomane.

Cuvinte-cheie: ideologie, diplomație publică, neo-otomanism, nordul Africii, Orientul Mijlociu

INTRODUCERE

În majoritatea analizelor și a studiilor teoretice, diplomația publică are ca principală menire influențarea, atragerea publicurilor țintă dintr-o țară pentru a sprijini politicile specifice altui stat, precum și popularizarea și explicarea instituțiilor, a valorilor specifice respectivului stat în toată complexitatea lor, pentru a se putea crea oportunități de cooperare și a se ajunge la conturarea unor obiective comune (Hlihor, 2017; Tuch, 1990; Waller, 2007).

Diplomația este o activitate desfășurată în domeniul politicii externe de un actor statal/nonstatal, care trece de la utilizarea puterii *hard* coercitive și/sau de descurajare la puterea *soft*, ce presupune persuasiune și consimțământ, obținute prin activități de cunoaștere, cultură, divertisment, artă, sport și, nu în ultimă instanță, promovarea valorilor politice și sociale specifice unei ideologii. Această formă a diplomației a fost utilizată cu relativ succes după anii '90. Forme și instituții ale diplomației publice au fost utilizate de state în mod diferit, în funcție de modul în care și-au definit obiectivele de politică externă pe termen mediu și lung, dar și de tradițiile lor istorice, culturale și spirituale (Pajtinka, 2019, p. 23). Nu lipsite de importanță au fost valorile politice și ideologia în promovarea diplomației publice. Bătălia dintre SUA și Uniunea Sovietică din perioada Războiului Rece s-a desfășurat și în domeniul diplomației publice, cu arme încărcate cu informații și imagini ce aparțineau fondului principal al ideologiilor specifice Vestului (democrația liberală, cu formele sale particulare) și Estului (marxism-leninismul, cu formele sale naționale). Uniunea Sovietică s-a prăbușit pentru că oamenii și-au pierdut încrederea în comunism (Hlihor, 2016, pp. 114-126). Valorile societății occidentale de liberă exprimare și libertate personală, promovate prin mijloace și instituții ale diplomației publice, au convertit opinia publică din spațiul fostelor state socialiste (Datta, 2019). De altfel, nu există în lumea de astăzi activitate/acțiune de diplomație publică neutră din punct de vedere axiologic.

Confruntarea dintre Occidentul democrației liberale și actorii statali/nonstatali care promovează diferite forme ale ideologiilor care stau la baza regimurilor autoritare nu va mai avea intensitatea și amploarea din timpul Războiului Rece, dar nu va fi câștigată „*până nu le vom discreditat alura ideologică*” (Datta, 2019). Unii actori care doresc să devină puteri regionale, cum ar fi, de exemplu, Rusia și Turcia, dacă ne referim doar la state din vecinătatea Uniunii Europene, utilizează

din plin *soft power* pentru materializarea obiectivelor de politică externă și, în consecință, și-au construit instituții naționale de diplomație publică ce au ca vector de transport la țintă al acestor obiective ideologii specifice, apărute în ultimele decenii, respectiv *putinismul* (Kolesnikov, 2022) și *neo-otomanismul* (Maziad, Sotiriadis, 2020).

În acest studiu, analizăm modul în care idei și teze ale neo-otomanismului au fost inserate în diferite activități și acțiuni desfășurate sub cupola diplomației publice și vom identifica regiunile în care opinia publică a devenit un grup țintă. Partidul Justiției și Dezvoltării (AKP) și-a făcut publice obiectivele de politică externă, printre care și pe acela de a-și spori influența în societățile musulmane din Balcani, Caucaz, Asia Centrală, Africa și Orientul Mijlociu. Pe această bază, justificăm demersul de cercetare de explorare a modului în care AKP utilizează instrumentele și instituțiile specifice diplomației publice într-o manieră menită să promoveze neo-otomanismul.

O NOUĂ EPOCĂ ÎN DIPLOMAȚIA PUBLICĂ DIN TURCIA?

Ca instrument al politicii externe, diplomația publică a apărut și a fost instituționalizată în Turcia relativ târziu în raport cu alte țări, respectiv după anul 2000 (Çevik, 2019, p. 56; Kalin, 2011, pp. 5-23). Profesorul Muharrem Ekşi consideră că acest lucru se explică prin două dinamici, pe care le consideră a fi cheia acestui fenomen. „*Prima este politica Partidului Justiției și Dezvoltării (AKP) de a se prezenta ca un model în lumea islamică, în special în țările din Orientul Mijlociu. A doua, performanța comercială/economică ridicată a Turciei, care, în anii 2000, era a 16-a cea mai mare economie din lume. Acest fapt a permis construirea unei diplomații publice, care necesită un nivel ridicat de cheltuieli. Deși diplomația publică se bazează pe instrumente soft-power, implementarea ei necesită <dolari hard>*”. (Ekşi, 2019, p. 177).

Profesorul İbrahim Kalin arată că, în Turcia, diplomația publică a apărut și din nevoia de a contracara imaginea negativă conturată în ultimul timp în politica internațională, care „*a apărut nu numai din cauza activităților de propagandă împotriva Turciei, ci și din cauza politicilor imprudente pe care guvernele turce le-au urmat în trecut. Uciderile extrajudiciare, tortura în închisori, aplicarea unor politici inadecvate cu privire la problema kurdă, încălcări ale drepturilor omului, ale minorităților religioase, îngrădirea libertății de gândire și de credință și alte probleme similare au întărit o imagine extrem de negativă pentru Turcia atât pe plan intern, cât și internațional. În unele cercuri din străinătate, Turcia este prezentată ca o țară care a invadat Ciprul, a ucis armeni și a întreprins operațiuni militare în teritoriile vecine, în numele luptei împotriva PKK (Kurdistan Workers' Party)*”. (Kalin, 2011,

p. 16). În aceste circumstanțe, apare nevoia de diplomație publică, prin care „*să se spună noua sa poveste în mod eficient și cuprinzător pentru opinia publică a întregii lumi*” (Özkan, 2013, p. 4).

Astfel, în Turcia au apărut instituții și politici specifice domeniului diplomației publice la nivelul celor mai importante instituții ale statului. S-a înființat, pe lângă Președinție, o instituție pentru *Turcii din străinătate și comunitățile afiliate*, iar pe lângă cabinetul prim-ministrului a fost înființat un *Oficiu de coordonare a diplomației publice al prim-ministrului*, redenumit ulterior *Birou de diplomație publică*. Oficiul a fost înființat în baza unei decizii prezidențiale din 30 ianuarie 2010, în subordinea prim-ministrului Turciei, cu scopul de a influența și ghida comunitatea internațională. În structura *Biroului* ființau departamente precum: *Lucrări media*, *Comunicare politică*, *Lucrări culturale*, *Lucrări corporative* și *Dezvoltarea proiectelor*. Activitățile principale ale Oficiului includeau organizarea de paneluri de diplomație publică, programe de promovare a politicii externe, ateliere de lucru de politică externă și programe pentru tineret în Turcia (Ekşi, p. 182). Tot în această perioadă a fost reorganizat Ministerul Afacerilor Externe, pentru a se crea departamente și secții specifice instituțiilor-vectori de *soft power*. Prin această restructurare, efectuată în 2010, au apărut zece noi direcții generale în cadrul Ministerului. Dintre acestea, prin importanța și relevanța lor pentru diplomația publică, pot fi remarcate *Direcția Generală de Informații*, *Direcția Generală de Promovare și Relații Culturale cu teritoriile de Peste Mări* și *Direcția Generală Adjunctă de Diplomație Culturală* (Ib., p. 180).

Pe modelul european al institutelor culturale a fost înființat, în 2009, *Institutul Yunus Emre*, care își propune să extindă influența culturală a Turciei în Balcani, Africa și Orientul Mijlociu. Institutul încearcă să atingă aceste obiective prin introducerea și promovarea limbii, a istoriei, a culturii și artei turce în întreaga lume. Deși Institutul Yunus Emre funcționează ca organizație neguvernamentală, conform statutului său, este afiliat atât la Ministerul Afacerilor Externe, cât și la Ministerul Culturii. Acest lucru îl face mai degrabă o organizație sponsorizată de guvern decât o întreprindere independentă. Mai mult, președintele Turciei este președintele de onoare al Consiliului de administrație (Ib.).

Au mai fost create instituții și organizații conexe celor de diplomație publică pentru diaspora turcă și comunitățile turcești din afara granițelor. Toate aceste noi instituții „*au devenit noi canale și mecanisme ale diplomației turce, pe lângă cele clasice*” (Ib., p. 179). La acestea, potrivit profesorului Abdullah Özkan, mai trebuie adăugate „*aproape 200 de universități din Turcia care ar putea fi mobilizate și pentru diplomația publică*” (Özkan, p. 4). Deși autoritățile turce au hotărât relativ târziu

să utilizeze *soft power* prin instrumentele diplomației publice, Turcia a devenit, în ultimii ani, un jucător strategic în acest domeniu în Zona Extinsă a Mării Negre, în Balcani, Asia Centrală și Orientul Mijlociu.

Obiectivele diplomației publice ale Turciei contemporane sunt, în opinia profesorului Ibrahim Kalin, multiple (Kalin, 2011, pp. 17-19). Unul dintre acestea se referă la dorința autorităților, dar și a instituțiilor din societatea civilă de a se „auzi” vocea Turciei în regiunile de interes strategic. Alte obiective vizează cunoașterea *poveștii* și a viziunii „noii” Turcii de cât mai multe grupuri țintă, repararea imaginii negative în diferite societăți, mai ales în cele din Occident, înlăturarea erorilor de percepție, diluarea prejudecăților și a psihofixațiilor istorice despre Turcia. Nu în ultimul rând, diplomația publică turcă își propune să promoveze o imagine a unui model de stat islamic modern în societățile musulmane dintr-o geografie largă, în special în Asia Centrală și Orientul Mijlociu, și, cel mai important, să devină, prin influența astfel câștigată, un actor jucător strategic regional și chiar global. Referindu-se la acest aspect, președintele turc Recep Tayyip Erdogan afirma, într-un articol cu titlul *Turcia - o putere emergentă*, publicat în urmă cu mai mult de un deceniu, că „puterile emergente necesită strategii sporite de diplomație publică care să evidențieze succesele națiunii, în comparație cu puterile consacrate, care și-au dovedit deja poziția în ordinea globală. Dacă o putere în curs de dezvoltare caută să fie mai apreciată în arena globală, este nevoie ca statele să recunoască și să aprecieze progresul ei. Astfel, eforturile sporite de diplomație publică ale Turciei privind tranziția în plan intern către o economie înfloritoare și democrație întărită sunt rezultatul statutului ei de putere emergentă” (Erdogan, 2010; citat de Huijgh, Warlick, 2016, p. 14).

Aceste obiective ale diplomației publice turce sunt parte sau sunt subsumate unei strategii mai largi de diplomație externă, construită pe ideologia neo-otomanismului. Aceasta s-a impus după venirea la putere a președintelui Erdogan și a echipei sale, mai ales a lui Ahmet Davutoglu, ministrul de externe din 2009 până în 2014 și care a publicat, în anul 2001, lucrarea *Strategic Depth (Stratejik Derinlik)* (Murinson, 2006, pp. 945-964). Profesorul și omul politic Davutoglu a construit strategia sa pentru o Turcie modernă pe o idee apărută în imaginarul geopolitic al liderilor turci după încheierea Războiului Rece, potrivit căreia vasta regiune a Anataoliei este o punte între Europa, Africa și Asia și, prin urmare, „interesele geopolitice ale Anataoliei trebuie urmărite printr-o profunzime strategică ce se întinde pe trei continente” (Massara, 2022). Diplomația publică a devenit, pentru liderii regimului conservator de la Ankara, un foarte bun vehicul de transport la „țintă” al acestor idei și viziuni despre rolul și locul Turciei în lume.

Diplomația publică turcă a făcut reale progrese în decurs de numai un deceniu, mai ales prin dezvoltarea instituțională în spațiile geopolitice de interes strategic pentru Turcia. Acest fapt a determinat-o pe Derya Büyüktanir, unul dintre apreciații analiști de diplomație publică, să afirme că „*instituțiile de diplomație publică sunt noii actori în politica externă a Turciei și au servit ca noi canale și mecanisme de definire și implementare a politicilor recente*” (Büyüktanir, 2018, p. 2). Elita politică și culturală a Turciei contemporane a înțeles că diplomația clasică devine mai eficientă dacă sunt utilizate instrumentele și instituțiile care dispun de *soft power*.

Astfel că instituțiile de diplomație publică nou înființate sunt și ele un produs al restructurării Ministerului Afacerilor Externe (Açma, Kwachuh, 2021, p. 170). Prin urmare, aceste instituții lucrează în cooperare cu noile unități înființate în cadrul Ministerului Afacerilor Externe pentru a adapta politica externă a Turciei la mediul internațional. Ministerul Afacerilor Externe a fost reorganizat pentru a se adăuga unor departamente și direcții obiective ale diplomației publice, cum a fost cazul *Direcției pentru Afaceri Religioase în străinătate* (Diyanet), care gestionează aproximativ 2.000 de moschei și sprijină financiar educația religioasă în țările europene, latino-americane și africane, promovând, astfel, cultura turcă. Direcția are 61 de filiale în 36 de țări, inclusiv în Lituania, Rusia și Belarus. În plus, a publicat și distribuit Coranul și alte cărți religioase în 28 de limbi și a sprijinit financiar instituțiile oficiale reprezentative islamice din Balcani, Europa continentală și Africa. De asemenea, a oferit sprijin educațional și material imamilor din țări străine și a organizat întruniri oficiale, cum ar fi Consiliul Islamic Eurasia, Consiliul Islamic al Țărilor Balcanice, Summitul Musulman al Țărilor din America Latină și Summitul Liderilor Religioși Africani. Astfel, Diyanet a început să joace un rol de lider printre celelalte organizații-umbrelă musulmane (Öztürk, 2018, p. 23).

Aceste noi instituții au stabilit aspectul civil al politicii externe a Turciei, care ajută la exercitarea diplomației publice prin activități *soft power* din perspectivă socială mai degrabă decât prin practici politice ale unei abordări *hard power*.

IDEOLOGIA NEO-OTOMANISMULUI ȘI INFLUENȚA SA ASUPRA DIPLOMAȚIEI PUBLICE DIN TURCIA CONTEMPORANĂ

Partidul Conservator al Justiției și Dezvoltării, ajuns la putere sub conducerea lui Recep Tayyip Erdogan în 2002, a readus în memoria colectivă otomanismul, punând în valoare gloria imperială islamică a Sublimei Porți. Erdogan a extins ideile lansate de Ahmet Davutoglu prin lucrarea „*Strategic Depth*” într-o proprie narațiune geopolitică (Pattnaik, Panda, 2022, p. 339).

Hakan Yavuz, eminentul profesor în studii islamice al Universității Utah, a elucidat apariția și consacrarea termenului de „neo-otomanism” (Yavuz, 2016, pp. 438-465; Yavuz, 2020). Acesta afirmă că jurnalistul britanic David Barchard a utilizat pentru prima dată noțiunea *neo-otomanism*, „i-a dat o definiție și a intuit că va deveni o forță mai importantă în politica Turciei decât islamul”. (Yavuz, 2020, p. 4). David Barchard a avut o foarte bună cunoaștere a istoriei, cât și a realităților scenei politice turce contemporane, fiind corespondent pentru „The Guardian” și, apoi, pentru „Financial Times”, în anii '70 și '80, în Turcia. Comunitatea internațională îl interpretează în moduri diferite, dar termenul are, cu siguranță, o anumită conotație ideologică. În același timp, neo-otomanismul este de departe cel mai bun termen pentru a descrie ideologia politicii externe actuale a Turciei și modul în care aceasta este implementată (Avatkov, 2018, pp. 80-88). Hakan Yavuz crede că, pentru a înțelege neo-otomanismul, „trebuie să examinăm modul în care idealul și memoria Imperiului Otoman persistă ca forță călăuzitoare în cursul actual al proiectului de stat național al Republicii Turcia. Deși construirea națiunii kemaliste a încorporat toate mijloacele pentru a suprima moștenirea otomană, această „fantomă” imperială a bântuit statul și societatea de la prăbușirea imperiului. Pe măsură ce Turcia a devenit mai seculară, apropiindu-se astfel de Occident, căutarea sufletului său pierdut s-a intensificat. Trecutul otoman oferă un rezervor de experiențe, lecții și oportunități de a modela prezentul și de a se împăca cu rădăcinile identității turcești. Prin urmare, pe măsură ce Turcia devine mai încrezătoare în sine și prosperă din punct de vedere economic, otomanismul răsună în tonuri din ce în ce mai puternice în fiecare colț al spațiilor culturale, politice și sociale ale societății turce” (Yavuz, 2016, p. 440).

Deși națiunea turcă a parcurs mai mult de un secol pe scara evoluției istorice, turcii obișnuiți nu se consideră neapărat membri ai unui stat național, ci mai degrabă participanți la un proiect multicultural. Turcia nu poate fi înțeleasă ca națiune standard a civilizației occidentale. Este o societate cu multe grupuri identitare, cuprinzând un număr mare de grupuri etnice diverse (cel puțin 13 în termeni majori), lingvistice (cel puțin 16 limbi primare) și religioase. Hakan Yavuz crede că amintirile Imperiului și islamul pot fi principalii numitori comuni pentru aceste grupuri etnice, lingvistice și culturale pentru „ceea ce este cunoscut astăzi ca națiunea turcă. Neo-otomanismul oferă un amalgam de identitate vag (sau larg) definit, care ar permite tuturor acestor identități etnice și lingvistice să coexiste. Oferă o viziune pluralistă asupra identității turce”. (Yavuz, 2014, p. 445). Această mentalitate a fost construită în ultimele decenii prin apel la memoria istorică a măreției otomane, iar aceasta nu se limitează la granițele actualei Turcii. Prin urmare, neo-otomanismul, înainte de a constitui un corpus ideologic, a fost elaborat

ca memorie a trecutului cu ajutorul mijloacelor specifice artei, filmului, istoriei și multor altor forme de expresie culturală și, apoi, transferată în acțiuni politice și discurs public. Unul dintre multele exemple, în acest sens, este filmul serial de ficțiune istorică „The magnificent century”/„Secolul Magnific”, realizat pe ideea de neo-otomanism și sinteza de civilizație turco-islamică. Serialul îi glorifică pe turci, înfățișând Imperiul Otoman ca superputere a lumii în care emisarii europeni sunt degradați la curtea sultanului, iar statele europene sunt neputincioase în fața puterii absolute a otomanilor (Khan, Pembecioglu, 2019, pp. 216-219). Serialul a fost difuzat inițial în Turcia și Ciprul de Nord, ulterior exportat și difuzat în peste 70 de țări, inclusiv în România. Ca ideologie, *neo-otomanismul* poate fi identificat cu aspirațiile Turciei de a deveni o putere regională și poate fi interpretat ca o strategie de politică externă a Turciei, formulată de liderii AKP, care s-au concentrat pe extinderea relațiilor Turciei cu statele din fostele teritorii otomane. De multe ori, *neo-otomanismului* i se dau conotațiile unei ideologii imperialiste. Aceasta ar explica și dorința guvernelor formate din lideri ai AKP de a implementa în activitățile de diplomație publică idei și orientări specifice neo-otomanismului, pentru „a se explica lumii noua ideologie” (Açma, Kwachuh, 2021, p. 167) și a prezenta, în același timp, noua imagine a țării în relațiile internaționale (Ekşi, Erol, 2018).

Neo-otomanismul nu este prezent explicit în activitățile și acțiunile de diplomație publică, ci este împachetat în forme și expresii cultural-artistice, spirituale și în alte modalități care alcătuiesc o imagine seducătoare a Turciei pentru publicul țintă. Aplicarea diplomației publice în societățile țintă se realizează prin *politica neo-Istimalet*¹. Turcia nu este străină de acest tip de diplomație din punct de vedere al tradiției. Această politică a fost implementată atât înainte, cât și după cucerirea unor noi teritorii, prin stabilirea unor legături ce presupun ajutor social, educație, limbă și cultură. De altfel, și astăzi Turcia prezintă lumii „modelul său de islam moderat, cu secularismul atenuat, care a încorporat economia capitalistă neoliberală” (Ib., p. 3).

Doctrina profunzimii strategice elaborate de Davutoğlu, care exprimă, în fapt, ambiția Turciei de fi o putere regională cu influență în fostele teritorii ale Imperiului Otoman, este transpusă în diplomația publică prin activități specifice *soft power*. Însuși autorul ei a definit-o nu ca o politică de influență, ci una de „zero probleme cu vecinii”. În schimb, narațiunile AKP prezintă adesea trecutul otoman ca bază pentru stabilirea unor relații mai strânse cu foștii membri ai Imperiului. Mottoul acțiunilor

¹ Istimalet – o politică de acomodare dintre autoritățile instituite de cuceritori cu autoritățile religioase locale. Acest fapt explică de ce n-au fost islamizate toate teritoriile cucerite de otomani. A se vedea Kolovos, E. (2019). *Istimalet: What do we actually know about it?* În Marinos Sariyannis (ed.) (2019). *Gândire și practică politică în Imperiul Otoman*. Rethymno, pp. 59-70.

de diplomație publică este stabilit chiar de președintele Erdogan: „*Politica noastră nu este de a crea dușmani, ci de a stabili legături stabile cu toate țările. Relațiile Turciei cu țările din Orientul Mijlociu sunt naturale, așa cum este și cazul țărilor din Balcani sau Caucaz*”. (Sandrin, Damasceno Toscano Costa, 2020, p. 284).

O altă narațiune de bază a Turciei, proiectată în societăți în care are interes, este dezvoltarea sa internă, a democrației, creșterea economică rapidă, cu deschidere către economia globală. Prin diplomația sa publică, Turcia transmite imaginea unei țări capabile să îmbine cu succes cultura islamo-otomană tradițională cu modernizarea socio-economică. Tema modernizării este preluată de instituțiile sale de diplomație publică în dezbateri despre modernitatea clasică, modernități multiple, multiculturalism și suveranism. Se transmit către publicul țintă mesaje prin care se arată că relația dintre tradiție și modernitate include simultan idealul unui echilibru între valorile conservatoare și mijloacele moderne. Turcia se dorește a fi percepută ca o țară care transformă și redefiniște modernitatea prin păstrarea valorilor sale conservatoare.

DIPLOMAȚIA PUBLICĂ ȘI PROMOVAREA TURCIEI NEO-OTOMANE ÎN SPAȚII DE INTERES GEOPOLITIC. CAZUL BALCANILOR

Aproape în mod natural, autoritățile de la Ankara și-au concentrat eforturile de diplomație publică în regiunile care au fost parte a Imperiului Otoman, dar și în zone ale lumii în care țara are interese strategice și în care speră să-și sporească influența politică, economică și cultural-spirituală. Eforturile sale concertate pot fi observate mai ales în Balcani, Orientul Mijlociu și Eurasia, acolo unde sunt societăți care împărtășesc cu Turcia o memorie comună, conștiință și profunzime culturală, unde Turcia își propune să-și consolideze poziția de lider regional, prin intermediul activităților de diplomație publică. Ideologia neo-otomanismului este împachetată, în acest caz, prin sloganul *Moștenirea otomană* (Atci, 2022, p. 554). Activitatea de diplomație publică turcă este prezentă și în multe societăți din Europa, având în vedere diaspora sa de peste cinci milioane de turci care trăiesc în aceste state, dar și aspirațiile Turciei de aderare la Uniunea Europeană. Majoritatea activităților de diplomație publică din Europa sunt legate de promovarea culturii turcești, astfel încât să se transmită o imagine pozitivă a acesteia. UE găzduiește, de asemenea, o serie de școli și centre turcești menite să consolideze relațiile cu diaspora turcă (Huijgh, Warlick, 2016, p. 21).

Concentrarea activităților de diplomație publică în Balcani, imediat după încetarea Războiului Rece, a fost determinată de o serie de considerente obiective, dar și subiective. Pe lângă faptul că Turcia se consideră și o țară balcanică,

mulți alți factori determină importanța Balcanilor pentru Turcia. O populația de origine balcanică importantă ca număr trăiește în Turcia, iar, pe de altă parte, importante comunități turcești și musulmane trăiesc în Balcani. Această realitate are rădăcini istorice de peste 550 de ani. În acest răstimp istoric, 62 dintre cei 215 mari viziri ai imperiului erau de origine balcanică. Pentru această perioadă de timp, relațiile Imperiului cu popoarele din regiunea balcanică, ca zone comerciale și de securitate, erau văzute, în toamna anului 2009, de unul dintre liderii politici și reputat om de știință, Davutoglu, ca o „*poveste de pace și succes*” aparținând unei „*epoci de aur pentru Balcani*” (Makovac, 2023, p. 25)². Anume această percepție a trecutului istoric otomano-balcanic are astăzi implicații clare pentru politica Turciei în Balcani, deoarece aceasta își dorește un rol de lider în regiune. Ahmet Davutoğlu își exprima în mod explicit această percepție în controversatul său discurs de la Sarajevo, din 2009: „*Istoria noastră este aceeași, soarta noastră este aceeași și viitorul nostru este același. La fel cum Balcanii otomani s-au ridicat în centrul politicii mondiale în secolul al XVI-lea, vom face din Balcani, Caucaz și Orientul Mijlociu, împreună cu Turcia, centrul politicii mondiale. Acesta este scopul politicii externe a Turciei și vom realiza acest lucru. Pentru a asigura pacea regională și globală, ne vom reintegra în regiunea Balcanică, Orientul Mijlociu și Caucaz, nu numai pentru noi, ci și pentru întreaga umanitate*” (Ib.).

Alexander Murinson consideră că „*Expansiunea Turciei în țările balcanice după încheierea Războiului Rece a fost una dintre cele mai importante agende politice externe ale Turciei, așa cum a fost și expansiunea acesteia în statele turcice din Asia Centrală*” (Murinson, 2006, p. 945). Relativul succes al multitudinii de activități, inclusiv de diplomație publică, desfășurate în Balcani în primii ani după Războiul Rece, i-a condus pe unii lideri de opinie să lanseze o viziune geopolitică intitulată *Lumea turcă pentru Turcia*. Pentru aceștia, *Lumea turcă* începe din Balcani și se extinde până în Turcia, Asia Centrală, Federația Rusă și China (Atci, 2022, p. 554). Diplomația publică și alte mijloace și instrumente specifice *soft power* au devenit vectori de transport la țintă în aceste spații pentru a se realiza acest imaginar geopolitic. Din această perspectivă, nu este deloc surprinzător faptul că prima filială din afara granițelor a celei mai importante instituții care organizează activități de diplomație publică, *Institutul Yunus Emre*, s-a deschis în Bosnia-Herțegovina, în 17 octombrie 2009, sub denumirea „*The Sarajevo Yunus Emre Turkish Cultural Centre*” (Ekşi, 2019, pp. 183, 184). Institutul înființase, până în 2020, 58 de filiale

² Discursul de deschidere al ministrului Ahmet Davutoğlu la o conferință organizată în 2009, la Sarajevo, intitulată „*Ottoman Heritage and the Muslim Communities of the Balkans Today*”, citat de Makovac, M. (2023). *From Neo-Ottomanism to Pragmatism? Turkey's Foreign Policy in Bosnia and Herzegovina since 2009*, <https://dspace.cuni.cz/bitstream/handle/20.500.11956/179220/120437473.pdf?sequence=1>, accesat la 4 iunie 2023.

în diferite spații de interes pentru Turcia, iar din acestea 15 sunt în Balcani (Albania 2, Bosnia și Herțegovina 3, Croația 1, Muntenegru 1, Kosovo 3, Ungaria 1, Macedonia 1, România 2, Serbia 1) (Kiliçaslan, 2020, p. 651).

Institutele Yunus Emre au ca obiective de bază popularizarea artei și a culturii turce către publicul străin, predarea limbii turce și furnizarea de informații despre trecutul istoric otoman și atragerea de simpatizanți pentru spiritualitatea islamică. Toate acestea sunt importante pentru exportul unei imagini pozitive a Turciei în lume, în general, și în Balcani, în special.

Potrivit profesorului Muharrem Ekşi, *Institutul Yunus Emre* desfășoară o gamă largă de proiecte: turcologie, promovarea predării limbii turce ca limbă străină în sistemul de învățământ din țările în care acesta își desfășoară activitatea, reconstrucția patrimoniului cultural din Balcani, revigorarea meșteșugurilor tradiționale turcești în Balcani, înființarea a 100 de biblioteci cu lucrări în limba turcă, traducerea a 100 de cărți turcești, expoziții comune de pictură, rememorarea istoriei comune la fața locului, înființarea de cafenele turcești, învățământ turcesc la distanță etc. (Ekşi, 2019, p. 185).

Activitățile de diplomație publică în țările balcanice cu religie islamică sau cu minorități etnice importante au cunoscut o dezvoltare înfloritoare în perioada 2000-2016. După această dată, politica balcanică a Turciei a cunoscut unele sincope. Ahmet Davutoğlu a demisionat din funcția de prim-ministru și, în urma tentativei eșuate de lovitură de stat, din 15 iulie 2016, Turcia și-a intensificat eforturile împotriva mișcării Gülen³, care a fost și este deosebit de prezentă și puternică în țările balcanice (Güzeldere, 2021, p. 4). Statul turc a avut asemenea instituții de învățământ și în România. După plecarea lui Davutoğlu din funcția de prim-ministru, Turcia și-a concentrat activitățile de diplomație publică, dar și pe celelalte, de tip *soft power*, în special asupra musulmanilor din Balcani, insistând pe patru domenii principale: instituțiile religioase, istoria islamică, educația și mass-media și cultura populară, dar nici în aceste domenii rezultatele nu au fost spectaculoase (Güzeldere, 2021, p. 5).

Deși rezultatele activităților de diplomație publică ale Turciei în Balcani n-au fost atât de spectaculoase în ceea ce privește creșterea influenței sale, faptul că majoritatea acestora s-au încadrat în clusterul de idei ale neo-otomanismului

³ Mișcarea Gülen se referă la un grup de organizații religioase, educaționale și sociale inspirate și fondate de Fethullah Gülen, un savant islamic turc. Mișcarea militează pentru o educație laică a musulmanilor credincioși, de care aceștia au nevoie pentru a prospera în lumea modernă. În același timp, subliniază și importanța învățăturilor religioase tradiționale. În acest scop, mișcarea a inspirat crearea unei rețele mondiale de școli și alte centre de învățare care se concentrează pe subiecte seculare în sala de clasă, dar oferă și programe extracurriculare, care pun accent pe teme religioase.

și aspirațiilor de hegemonie regională a atras atenția altor jucători geopolitici clasici și nonstatali interesați de această regiune a Europei. De exemplu, într-un articol publicat în *The New York Times*, omul de afaceri George Soros a cerut să se acorde mai mult sprijin țărilor din Balcanii de Vest în drumul lor către aderarea la UE, susținând că, dacă regiunea nu este integrată în UE, „aceasta va deveni o sferă de influență a unor terți actori, precum Rusia, China și Turcia”. (Ekinci, 2019, pp. 40-41). Un istoric german a descris Turcia ca parte a unui „mare joc” istoric din Balcani, urmărindu-și hegemonia ca alternativă la integrarea în UE (Ib., p. 41). De altfel, este foarte dificil să promovezi, prin diplomație publică, imaginea Turciei ca model de reconciliere a islamului cu democrația și pe aceea a unui lider regional binevoitor, care implementează o politică *zero probleme față de vecinii săi*, în timp ce Turcia intervine militar în Siria, împotriva kurzilor (Euphrates Shield în 2016/2017; Olive Brach în 2018 și Peace Spring în 2019) (Sandrin, Damasceno Toscano Costa, p. 254).

CONCLUZII

Studiul, prin ipotezele de lucru formulate, arată că tot mai multe state și actori non-statali recurg frecvent la resursele diplomației publice pentru a-și promova interesele naționale și geopolitice în diferite regiuni sau la nivel global. Însă, diplomația publică nu poate fi eficientă dacă nu este realizată ținându-se cont de caracteristicile politice și culturale, stereotipurile și psihofixațiile de ordin istoric ale grupurilor țintă avute în vedere la un moment dat.

Turcia nu a câștigat cu adevărat un loc predominant în Balcani, așa cum și-ar fi dorit, indiferent de cât de mult au fost diversificate activitățile de diplomație publică și cât de mari au fost resursele alocate. Oricât de seducătoare ar fi poveștile promovate, oricât de variate și atrăgătoare pentru public ar fi acțiunile și activitățile desfășurate, dacă nu sunt ancorate în realitatea politică a societății respective, diplomația publică nu își poate îndeplini menirea.

BIBLIOGRAFIE:

1. Açma, B.P., Kwachuh, T. (ianuarie 2021). *Turkish Public Diplomacy in a Decade: An Appraisal and Prospects*. Theoretical and Applied Issues of Economics, http://tpe.econom.univ.kiev.ua/data/2021_42/zb42_14.htm, accesat la 2 iunie 2023.
2. Atci, Ö. (octombrie 2022). *Turkey's Public Diplomacy towards the Balkans*. În *Istanbul Gelisim University Journal of Social Sciences*, vol. 9, nr. 2.
3. Avatkov, V.A. (septembrie 2018). *Neo-Ottomanism as a Key Doctrine of Modern Turkey*. În *Communication and Public Diplomacy*, vol. 1, nr. 1.
4. Büyüktanir, D. (iarna 2018). *Public Diplomacy Activities of TÜSİAD and MÜSİAD During the AK Party*. În *Gazi Akademik Bakış*, vol. 11/23, <http://www.gaziakademikbakis.com/en/article/gab-T-2018-439>, accesat la 4 iunie 2023.

5. Çevik, S.B. (2019). *Reassessing Turkey's Soft Power: The Rules of Attraction*. În *Alternatives: Global, Local, Political*, vol. 44, nr. 1.
6. Datta, C. (noiembrie 2019). *The Power of Ideas That Won the Cold War is Still Needed*. În *American Diplomacy*, <https://americandiplomacy.web.unc.edu/2019/11/the-power-of-ideas-that-won-the-cold-war-is-still-needed/>, accesat la 21 iunie 2023.
7. Ekinci, M.U. (2019). *Turkey's Balkan Policy and Its Skeptics*. În *Insight Turkey*, vol. 21, nr. 2, <https://www.insightturkey.com/file/1146/turkeys-balkan-policy-and-its-skeptics>, accesat la 15 iunie 2023.
8. Ekşi, M., Erol, M.S. (2018). *The Rise and Fall of Turkish Soft Power and Public Diplomacy*. În *Akademik Bakış*, vol. 11, nr. 23.
9. Ekşi, M. (2019). *Public Diplomacy and Soft Power in Recent Turkish Foreign Policy*. În prof. dr. Nejat Doğan, prof. dr. Ahmet Sözen, *Turkish Foreign Policy I*. Anadolu University, Eskişehir, Ekim.
10. Erdogan, R.T. (29 decembrie 2010). *Turkey as an Emerging Power*. În *Business Standard*, web, 2 ianuarie 2015, citat de Ellen Huijgh, Jordan Warlick (ianuarie 2016). *The Public Diplomacy of Emerging Powers*, partea 1: *The Case of Turkey*. În *Figueroa Press*, Los Angeles, p. 14.
11. Güzeldere, E.E. (2021). *Turkey's soft power in the Balkans reaching its limits*. Hellenic Foundation for European & Foreign Policy (Eliamep), Policy Paper, 72/2021, p. 4, <https://www.eliamep.gr/wp-content/uploads/2021/07/Policy-paper-75-Guzeldere-.pdf>, accesat la 2 iunie 2023.
12. Khan, M., Pembecioglu, N. (2019). *International Audience's Perception about the Turkish TV Serial "The Magnificent Century" In the Context of Portrayal of History and Women*. În *Global Media Journal TR Edition*, nr. 10 (19). Güz 2019/Fall 2019 https://www.researchgate.net/profile/Musa-Khan-3/publication/336685378_International_Audience's_Perception_about_the_Turkish_TV_Serial_The_Magnificent_Century_In_the_Context_of_Portrayal_of_History_and_Women/links/5dad484a299bf111d4bf677d/International-Audiences-Perception-about-the-Turkish-TV-Serial-The-Magnificent-Century-In-the-Context-of-Portrayal-of-History-and-Women.pdf, accesat la 21 iunie 2023.
13. Hlihor, C. (2016). *România și șocurile geopolitice ale Războiului Rece, 1989-1991*. București: Editura Institutului Revoluției Române din Decembrie 1989.
14. Hlihor, E. (2017). *Diplomația publică în politica internațională*. București: Editura Universității Naționale de Apărare „Carol I”.
15. Kalin, İ. (toamna 2011). *Soft Power and Public Diplomacy in Turkey*. În *Perceptions*, vol. XVI, nr. 3, <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/816442>, accesat la 2 iunie 2023.
16. Kiliçaslan, E. (2020). *Bölgese I Güç Olma Bağlamında Türk Kamu Diplomasisinin İdeolojik Siyasal İletişimi (Yunus Emre Enstitüsü Faaliyet Alanları Örneği/Political Communication of Turkish Public Diplomacy in the Context of Regional Power. Example of Yunus Emre Institute's Field of Activity)*. În *Atlas Journal*, vol. 6, nr. 31.
17. Kolesnikov, A. (21 noiembrie 2022). *Scientific Putinism: Shaping Official Ideology in Russia*. În *Carnegie Endowment for International Peace*, <https://carnegieendowment.org/politika/88451>, accesat la 2 iunie 2023.
18. Kolovos, E. (2019). *İstimalet: What do we actually know about it?*. În Marinos Sariyannis (ed.), *Gândire și practică politică în Imperiul Otoman*, Rethymno.
19. Makovac, M. (2023). *From Neo-Ottomanism to Pragmatism? Turkey's Foreign Policy in Bosnia and Herzegovina since 2009*. Praga: Charles University, Faculty of Social Sciences.
20. Massara, G. (10 august 2022). *Turkey's imperial ambitions between dreams and reality*. În *Aspenia*, <https://aspensiaonline.it/turkeys-imperial-ambitions-between-dreams-and-reality/>, accesat la 2 iunie 2023.
21. Maziad, M., Sotiriadis, J. (21 aprilie 2021). *Turkey's Dangerous New Exports: Pan-Islamist, Neo-Ottoman Visions and Regional Instability*. În Middle East Institute, <https://www.mei.edu/publications/turkeys-dangerous-new-exports-pan-islamist-neo-ottoman-visions-and-regional>, accesat la 3 iunie 2023.
22. Murinson, A. (noiembrie 2006). *The Strategic Depth Doctrine of Turkish Foreign Policy*. În *Middle Eastern Studies*, vol. 42, nr. 6, citat de Ömer Atci.
23. Özkan, A. (2013). *Role of public diplomacy in establishing nation branding and public diplomacy possibilities of Turkey*. În *European Journal of Research on Education*, număr special: *International Relations*, 1-5, <https://www.abdullahozkan.com/wp-content/uploads/2019/01/Role-of-public-diplomacy-in-establishing-nation-branding-and-public-diplomacy-possibilities-of-Turkey.pdf>, accesat la 2 iunie 2023.
24. Öztürk, A.E. (2018). *Transformation of the Turkish Diyanet both at Home and Abroad: Three Stages*. În *European Journal of Turkish Studies* [online], nr. 27, <https://journals.openedition.org/ejts/5944>, accesat la 22 mai 2023.
25. Pajtinka, E. (2019). *Public Diplomacy as a Theoretical Problem: Searching for a Definition*. În *European Journal of Transformation Studies*, vol. 7, nr. 2, <https://czasopisma.bg.ug.edu.pl/index.php/journaltransformation/article/view/50062019>, accesat la 22 mai 2023.
26. Pattnaik, J.K., Panda, C.K. (2022). *Interrogating Erdogan's Neo-Ottoman Geopolitical Imagination*. În *Journal of Liberty and International Affairs*, vol. 8, nr. 3, <https://e-jlia.com/index.php/jlia/article/view/765/346>, accesat la 22 mai 2023 .
27. Sandrin, P.O., Damasceno Toscano Costa, V. (2020). *Humanitarian, hospitable and generous: Turkish Public Diplomacy's 'story' in times of authoritarianism and military interventionism*. În *Carta Internacional. Belo Horizonte*, vol. 15, nr. 2.
28. Sözen, A. (2019). *Turkish Foreign Policy I*. Eskişehir: Anadolu University, Ekim.
29. Tuch, H. (1990). *Communicating with the World: U. S. Public Diplomacy Overseas*. New York: St. Martin's Press.
30. Waller, J.M., editor (2007). *The Public Diplomacy Reader*. Washington: The Institute of World Politics Press.
31. Yavuz, H. (2020). *Nostalgia for the Empire: The Politics of Neo-Ottomanism*. Oxford University Press.
32. Yavuz, M.H. (2016). *Social and Intellectual Origins of Neo-Ottomanism: Searching for a Post-National Vision*. În *Die Welt des Islams*, nr. 56, https://www.researchgate.net/publication/311927268_Social_and_Intellectual_Origins_of_Neo-Ottomanism_Searching_for_a_Post-National_Vision, accesat la 12 iunie 2023.