

T.C.

ERCİYES ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

RADYO, SİNEMA VE TELEVİZYON ANABİLİM DALI

TÜRKİYE'NİN KAMU DİPLOMASİ ALANINDA BÜTÜNLEŞİK İLETİŞİM STRATEJİSİNİN SOSYAL MEDYA BAĞLAMINDA ANALİZİ: TÜRKİYE-YUNANİSTAN İLİŞKİLERİ

Hazırlayan

Burak Ahmet ERMİŞ

Danışman

Doç. Dr. Onur ÖNÜRMEN

Yüksek Lisans Tezi

Ocak 2025, KAYSERİ

T.C.
ERCİYES ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO, SİNEMA VE TELEVİZYON ANABİLİM DALI

TÜRKİYE'NİN KAMU DİPLOMASİ ALANINDA BÜTÜNLEŞİK İLETİŞİM STRATEJİSİNİN SOSYAL MEDYA BAĞLAMINDA ANALİZİ: TÜRKİYE-YUNANİSTAN İLİŞKİLERİ

(Yüksek Lisans Tezi)

Hazırlayan

Burak Ahmet ERMİŞ

Danışman

Doç. Dr. Onur ÖNÜRMEN

Ocak 2025, KAYSERİ

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK

Bu çalışmadaki tüm bilgilerin, akademik ve etik kurallara uygun bir şekilde elde edildiğini beyan ederim. Aynı zamanda bu kural ve davranışların gerektirdiği gibi, bu çalışmanın özünde olmayan tüm materyal ve sonuçları tam olarak aktardığımı ve referans gösterdiğimi belirtirim.

Burak Ahmet ERMİŞ

T.C.
ERCİYES ÜNİVERSİTESİ

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü

Öğrenci No : 4031230067
Anabilim Dalı: Radyo, Sinema ve Televizyon
Program Adı : Yüksek Lisans
Tez Başlığı : Türkiye'nin Kamu Diplomasi Alanında Bütünleşik İletişim Stratejisinin Sosyal Medya Bağlamında Analizi: Türkiye-Yunanistan İlişkileri

Yukarıda bilgileri verilen tez çalışmasının a) Giriş, b) Ana bölümler ve c) Sonuç kısımlarından oluşan (Kapak, Önsöz, Özet, İçindekiler ve Kaynakça hariç) toplam 88 sayfalık kısmına ilişkin 17/12/2024 tarihinde ***Turnitin*** intihal programından aşağıda belirtilen filtreleme uygulanarak alınmış olan özgünlük raporuna göre tezin benzerlik oranı**: %1'**dir.

Filtrelemeye **alıntılar dahil** edilmiştir. Filtrelemede **yedi (7) kelimeden daha az** örtüşme içeren metin kısımları hariç tutulmuştur.

Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez İntihal Raporu Uygulama Esaslarını inceledim ve bu uygulama esaslarında belirtilen azami benzerlik oranlarına göre tez çalışmasının herhangi bir intihal içermediğini, aksinin tespit edilmesi durumunda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Gereğini bilgilerinize arz ederim. 01/01/2025

Danışman	Öğrenci
Doç.Dr. Onur ÖNÜRMEN	Burak Ahmet ERMİŞ

KILAVUZA UYGUNLUK

"Türkiye'nin Kamu Diplomasisi Alanında Bütünleşik İletişim Stratejisinin Sosyal Medya Bağlamında Analizi: Türkiye-Yunanistan İlişkileri" başlıklı Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Lisansüstü Tez Yazım Kılavuzuna uygun olarak hazırlanmıştır.

Hazırlayan	**Danışman**
Burak Ahmet ERMİŞ	Doç.Dr. Onur ÖNÜRMEN

Radyo, Sinema ve Televizyon ABD Başkanı

Prof.Dr. Vahit İLHAN

KABUL VE ONAY TUTANAĞI

Doç. Dr. Onur ÖNÜRMEN danışmanlığında **Burak Ahmet ERMİŞ** tarafından hazırlanan **"Türkiye'nin Kamu Diplomasisi Alanında Bütünleşik İletişim Stratejisinin Sosyal Medya Bağlamında Analizi: Türkiye-Yunanistan İlişkileri"** adlı bu çalışma, jürimiz tarafından Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo, Sinema ve Televizyon Anabilim Dalı'nda **Yüksek Lisans** tezi olarak kabul edilmiştir.

01/01/2025

JÜRİ:

Danışman	: **Doç.Dr. Onur ÖNÜRMEN**	İmza
Üye	: **Doç.Dr. İsmailcan DOĞAN**	İmza
Üye	: **Dr.Öğr. Üyesi Mahmut KUTLU**	İmza

ONAY:

Bu tezin kabulü Enstitü Yönetim Kurulu'nun …. /…./…… tarih ve.....sayılı kararı ile onaylanmıştır.

……. /…..…../ ……..…

Prof. Dr. Atabey KILIÇ
Enstitü Müdürü

ÖN SÖZ

Konu seçim aşamasından bitirme cümlesine kadar büyük bir heyecan ve haz duyarak üzerinde çalıştığım bu tezin hazırlanması esnasında, bana bilgisi ve tecrübesi ile yol gösteren, desteğiyle tez sürecine büyük katkı gösteren, lisans eğitimimden tez yazım sürecine kadar bana eşlik eden değerli büyüğüm ve hocam Doç. Dr. Onur ÖNÜRMEN'e teşekkürlerimi sunarım.

Tez yazım aşamasında fikir alışverişinde bulunarak bana destek olan yüksek lisans eğitimimde sınıf arkadaşım olan Elif Nur AYDEMİR'e teşekkür ederim.

Ayrıca, tez yazım süreci içerisinde zorlandığım zamanlarda bana manevi desteğini hiçbir zaman eksik etmeyen ve motivasyonumu üst düzeyde tutmamı sağlayan, her defasında koşulsuz yanımda duran annem Fehime Gülsüm AKDEMİR'e, kardeşim Ufuk Ahmet ERMİŞ ve Emir Ahmet ERMİŞ'e minnet ve şükranlarımı sunarım.

Büyük bir haz alarak üzerinde çalıştığım yüksek lisans tezimin Türk akademik literatürüne katkı sunmasını ve bu alanda yapılacak diğer çalışmalara kaynak olabilmesini yürekten diliyorum.

Burak Ahmet ERMİŞ, Ankara, 2025.

“TÜRKİYE’NİN KAMU DİPLOMASİSİ ALANINDA BÜTÜNLEŞİK İLETİŞİM STRATEJİSİNİN SOSYAL MEDYA BAĞLAMINDA ANALİZİ: TÜRKİYE-YUNANİSTAN İLİŞKİLERİ”

Burak Ahmet ERMİŞ

Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
Yüksek Lisan Tezi, Ocak 2025
Danışman: Doç. Dr. Onur ÖNÜRMEN

ÖZET

Dünya üzerindeki ilk yerleşik toplulukların siyasi tarih sahnesine çıkması ile birlikte toplumlar, zaman içerisinde kendisini diğer topluluklardan gelebilecek zararlardan korumak, refah ve huzur içerisinde yaşamak gayeleri nedeniyle birtakım tedbirleri alma zaruriyeti hissetmiştir. Bu zaruriyet, topluca yaşayan bireylerin tek bir koruyucu merkezden, yetkilendirilmiş güç erki tarafından korunulması ve yönetilmesine olanak sağlayan devlet yapılanmasını meydana getirmiştir.

Meydana gelen devletler, bir diğer devletin eylemlerine karşı kendini korumak amacıyla almış olduğu güç kullanımını içeren fiziki tedbirlerin yanında iletişimin kullanıldığı ikincil bir yol olabileceğini zaman içerisinde keşfetmişlerdir. İlk aşamada karşılıklı elçi gönderimi ile başlayan iletişim merkezli diplomasi hareketleri, zaman içerisinde farklı boyutlara evrilmiştir.

Yıllar içerisinde meydana gelen teknoloji hareketlerinin ortaya çıkardığı ürünler olan kitle iletişim araçları, bireylerin gündelik yaşamlarında büyük bir yer edinerek hayat pratiklerinin deviniminde büyük bir etki yaratmıştır. Özellikle internetin yaygınlaşması ve onun ürünlerinden olan dijital medya platformlarının meydana gelmesi, bilgiye olan erişimde büyük bir kolaylık sağlamış ve bireylerin, gündeme dair iletileri anlık olarak tüketmesine olanak sağlamıştır. İletişim pratiklerinde meydana gelen bu değişimden etkilenen diplomasi de kendi pratiklerinde dönüşüme uğramıştır. Kitle iletişim araçlarının sağladığı anlık ve etkili ileti gönderimi, iletişim merkezli diplomasi hareketlerinde dijitalleşmeyi öne çıkarmış, iletişim diplomasisinin sistematik bir sürece dönüşmesini sağlamıştır.

Dijitalleşen diplomasi eylemleri ile günümüz siyasi ilişkilerinde ön plana çıkan dijital diplomasi kavramı ile diplomatik ilişkilerin seyri ve etkisi değişmiş, dijital medya platformları sayesinde klasikleşen diplomatik eylemler yeniden dizayn edilerek diplomasi dijital bir dönüşüme uğramıştır. İşte bu eylemler ışığında Türkiye-Yunanistan siyasi ilişkileri, dijital medya bağlamındaki dijital diplomasi paralelinde incelenerek dijitalleşmenin diplomasiye olan etkisi bu çalışma ile ele alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: Diplomasi, Kamu Diplomasisi, İletişim, Sosyal Medya.

ANALYSIS OF TURKEY'S INTEGRATED COMMUNICATION STRATEGY IN THE FIELD OF PUBLIC DIPLOMACY IN THE CONTEXT OF SOCIAL MEDIA: TURKIYE-GREECE RELATIONS”

Burak Ahmet ERMİŞ

Erciyes University, Institute of Social Sciences
Master's Thesis, January 2025
Supervisor: Assoc. Prof. Onur ÖNÜRMEN

ABSTRACT

With the emergence of the first settled communities in the world on the stage of political history, societies have felt the necessity of taking certain precautions over time to protect themselves from harm that may come from other communities and to live in prosperity and peace. This necessity has created a state structure that allows individuals living collectively to be protected and managed by the authorized power from a single protective center.

Over time, states have discovered that communication can be a secondary way in which communication is used, in addition to physical measures involving the use of force to protect themselves against the actions of another state. Communication-centered diplomacy movements, which started with the mutual sending of ambassadors in the first stage, have evolved into different dimensions over time.

Mass media, which are the products of technological movements that have occurred over the years, have gained a large place in the daily lives of individuals and have had a great impact on the movement of life practices. In particular, the spread of the internet and the emergence of digital media platforms, one of its products, has provided great convenience in accessing information and allowed individuals to instantly consume current messages. Diplomacy, affected by this change in communication practices, has also undergone a transformation in its own practices. Instant and effective message sending provided by mass media has highlighted digitalization in communication-centered diplomacy movements and enabled communication diplomacy to turn into a systematic process.

With digitalized diplomatic actions and the concept of digital diplomacy coming to the fore in today's political relations, the course and impact of diplomatic relations have changed, and thanks to digital media platforms, classic diplomatic actions have been redesigned and diplomacy has undergone a digital transformation. In the light of these actions, Türkiye-Greece political relations were examined in parallel with digital diplomacy in the context of digital media and the impact of digitalization on diplomacy was discussed in this study.

Key Words: Diplomacy, Public Diplomacy, Communication, Social Media.

İÇİNDEKİLER

TÜRKİYE'NİN KAMU DİPLOMASİSİ ALANINDA BÜTÜNLEŞİK İLETİŞİM STRATEJİSİNİN SOSYAL MEDYA BAĞLAMINDA ANALİZİ: TÜRKİYE-YUNANİSTAN İLİŞKİLERİ"

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK i

TEZ ÖZGÜNLÜK SAYFASI ii

KILAVUZA UYGUNLUK iii

KABUL VE ONAY TUTANAĞI iv

ÖN SÖZ v

ÖZET vi

ABSTRACT viii

İÇİNDEKİLER x

KISALTMALAR VE SİMGELER LİSTESİ xiii

TABLOLAR LİSTESİ xiv

ŞEKİLLER LİSTESİ xv

FOTOĞRAFLAR xvi

GİRİŞ 1

BİRİNCİ BÖLÜM

DEVLET, DİPLOMASİ VE POLİTİKA BAĞLAMI

1.1. Devlet Nedir? 3

1.2. Devletin Faktörleri 6

1.2.1. İnsan Faktörü 7

1.2.2. Fiziki Faktör 7

1.2.3. Hukuksal Faktör 9

1.2.4. Bağımsızlık Faktörü 10

1.3. Devlet ve Politika 11

1.4. Kamu Politikası ve Diplomasi 12
1.4.1. Kamu Politikası 12
1.4.2. Diplomasi 14
1.5. Kamu Diplomasisi 16
1.6. Kamu Diplomasisinin Aktörleri 22
1.6.1. Devlet İçi Aktörler 22
1.6.1.1. Cumhurbaşkanlığı 22
1.6.1.2. Meclis 24
1.6.1.3. Yargı Organları 25
1.6.2. Devlet Dışı Aktörler 26
1.6.2.1. Sivil Toplum Kuruluşları (STK) 27
1.6.2.2. Kanaat Önderleri 28
1.6.2.3. Üniversiteler 30
1.6.2.4. Medya Kuruluşları 32

İKİNCİ BÖLÜM

TÜRKİYE'NİN KAMU DİPLOMASİ ANLAYIŞI VE İLETİŞİM STRATEJİSİ

2.1. Türkiye'nin Kamu Diplomasi Anlayışı 34
2.2. Kamu Diplomasisi Kapsamında Türkiye'nin İletişim Stratejisi 37
2.3. Türkiye'nin Kamu Diplomasi Kurumları 41
2.3.1. Kamu Diplomasi Koordinatörlüğü 41
2.3.2. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı 42
2.3.3. Türk İş Birliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı (TİKA) 45
2.3.4. Türkiye Radyo Televizyon Kurumu 47

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KAMU DİPLOMASİSİNDE SOSYAL MEDYANIN ROLÜ VE ETKİSİ

3.1. İletişimde Dijital Dönüşüm 50
3.2. Sosyal Medya ve İletişim Süreci 53
3.3. Sosyal Medya Platformları 56
3.3.1. Twitter (X) 56
3.3.2. Instagram 58

3.3.3 Facebook 60
3.3.4. Youtube 62
3.4. İletişimin Dönüşümü Bağlamında Dijital Diplomasi 64

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE-YUNANİSTAN ARASINDAKİ SİYASİ İLİŞKİ TEMALI TWİTTER (X) GÖNDERİLERİNİN İÇERİK ANALİZİ

4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi 70
4.2. Araştırmanın Sınırı ve Sınırlılıkları 72
4.3. Araştırmanın Yöntemi 72
4.4. Araştırmanın Bulguları 72
SONUÇ 86
KAYNAKÇA 89

KISALTMALAR ve SİMGELER LİSTESİ

ABD: Amerika Birleşik Devletleri

DMM: Dezenformasyonla Mücadele Merkezi

KDK: Kamu Diplomasi Koordinatörlüğü

PKO : Proje Koordinasyon Ofisleri

SSCB: Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği

STK: Sivil Toplum Kuruluşları

VB. : Ve benzeri

VD. : Ve diğer

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 2.1: KDK Faaliyetlerinin Dağılımı 42

Tablo 2.2: TİKA'nın Proje Koordinasyon Ofislerinin Ülke Bazında Dağılımı..... 46

Tablo 3.1: Ülkeler Bazında Aktif Instagram Kullanıcı Sayısı (2024)..... 59

Tablo 3.2: Facebook'un Küresel Çapta Kullanıcı Sayısı (2023)..... 61

Tablo 3.3: ABD'de Haber Tüketiminde Facebook'un Yeri (2023)..... 62

Tablo 3.4: Yıllara Göre Küresel Ölçekte YouTube Kullanıcı Sayısı 63

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 3.1: İletişim Modellerinin Ortak Bileşeni 66

FOTOĞRAFLAR

Fotoğraf 2.1: TRT World G-20 Yayını 49

Fotoğraf 3.1: İlk Sosyal Medya Platformu Olan sixdegress.com Logosu 54

Fotoğraf 3.2: Gündem Oluşturma Üzerine X Platformu Hashtag Çalışmaları 57

Fotoğraf 3.3: X Platformunda Trend Topic (Trend Konular) Örneği..... 58

Fotoğraf 3.4: Dijital Medya Platformlarında Diplomasi Çalışmaları (YouTube) 68

Fotoğraf 3.5: Türkiye Depreminde Yabancı Ülke Çalışmaları (YouTube) 68

Fotoğraf 4.1: Türkiye ve Yunanistan Dışişleri Bakanlarının Söylemleri 73

Fotoğraf 4.2: Yunanistan Başbakanı'nın Türkçe Gönderisi 74

Fotoğraf 4.3: Türkiye'nin Yunanistan'a Yapmış Olduğu Yangın Yardımı 76

Fotoğraf 4.4: NATO'nun Silinen Zafer Bayramı Kutlama Mesajı..... 77

Fotoğraf 4.5: Yunanistan Dışişleri Bakanı'nın "Constantinople" İfadesi 79

Fotoğraf 4.6: Yunanistan Başbakanı'nın Mavi Vatan Haritasına Tepkisi..... 80

Fotoğraf 4.7: Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın Adalar Söylemi..... 81

Fotoğraf 4.8: Yunanistan Kültür Bakanlığı'nın "Soykırım" Paylaşımı..... 82

Fotoğraf 4.9: Yunanistan Başbakanı'nın Anadolu Paylaşımı..... 83

Fotoğraf 4.10: Yunan Medyasının İHA Paylaşımı 84

GİRİŞ

Dünya siyasi tarihi, içinde bulunduğu her dönemin özellikleriyle tarih sahnesindeki yerini almıştır. İlk medeniyetlerin kurulduğu çağlar boyunca, yönetim erklerinin almış olduğu kararlar hem dünyaya ve hem de yönetim erkleri arası ilişkilere yön vermiştir. Yakın tarihe bakıldığında ki özellikle 20.yy.'ın son çeyreği başlarından itibaren çift kutuplu bir dünyanın ortadan kalkmasıyla devletlerarası güç tahterevallisinin tek bir merkeze ağır basması, beraberinde diğer dünya devletlerinin kendi ülkelerine özgü ikili devlet ilişkilerini kendilerince tayin etme gerekliliği ihtiyacını doğurmuştur. Bu noktada, kendilerine imkânları dâhilinde özgü bir çizgi belirlemek isteyen ülkeler, savaş sonrası demokratik hareketlerin ışığında diplomasi faaliyetlerine ağırlık vermiştir. Uygulanan diplomatik misyon çerçevesinde, diğer devlet erkleri ile yapılan tüm eylem ve davranışlar beraberinde yeni diplomatik alanları ve enstrümanları kullanma seçeneğini de getirmiştir.

Özellikle Soğuk Savaş dönemi ve sonrası konvansiyonel silahların kullanım hususu, devletlerce kazanım kar/zarar ilişkisi kapsamında değerlendirilmiş, bunun sonucu konvansiyonel ve nükleer silah kullanımının ikinci plana atılması ile diplomatik faaliyetlerin ağır basması, bu alanda yeni bir yöntemi de beraberinde getirmiştir. Bu yöntem, yumuşak güç enstrümanlarını kullanarak bir diğer başka ülkenin kamuoyunu kendi lehine belirleme misyonunu barındıran kamu diplomasisidir. Kamu Diplomasisi ile yönetim erkleri olan devletler, bu alanda yaptıkları çalışmalar ile en az ama en etkili olacak faaliyetler ile diğer devlet yönetimlerini kendi görüş ve çizgisine getirme amacını gütmekte, bu doğrultuda ise farklı vasıtalar, diplomatik enstrümanlar kullanmaktadırlar.

Kamu Diplomasisini uygulamakta adaptasyon sürecini en etkin ve verimli olarak geçirmek isteyen ülke yönetimleri, kamu diplomasisinin yumuşak güç unsuru olarak iletişim araçlarının etkinliğini ve gücünü keşfederek bu alanda yoğunlaşmaya

başlamışlardır. Kamu Diplomasisi çalışmalar ile konvansiyonel savaş araçlarının getireceği kazanımlardan çok daha az emek, daha az maliyet ve bunun paralelinde çok daha fazla verim alınabilecek olması da elbette bu alanı daha cazip ve kullanılabilir hale getirmiştir. Bu sayede yönetim erki olan devletler, daha az çaba ile daha fazla siyasi kazanım sağlayabileceklerini görmüşlerdir. Bu siyasi kazanımlar elbette yadsınamaz bir kamu diplomasi faydası olarak görülmektedir. Yukarıda bahsi geçen bilgiler kapsamında, günümüz ülke yönetimlerinin diğer hedef ülkelerle karşılıklı olarak yürüttüğü diplomatik ilişkilerinde modern çağın getirdiği iletişim pratiği olan medya araçlarının, kamu diplomasisinin yürütülmesinde yumuşak güç enstrümanı olarak kullanımını, kullanımındaki rolü ve etkisinin var olduğu hipotezi, güncel bir konu olan, tarihi geçmişi olan ve ortak bir kültür mirasına da sahip, bir taraftan da gerilimin yüksek olduğu Türkiye-Yunanistan ilişkileri özelinde incelenmesi bu araştırmanın özünü oluşturmaktadır.

Bu çalışma ile günümüz 21.yy. dünyası siyasi arenasında yer alan devlet yönetimlerinin ikili ilişkilerinde konvansiyonel savaş araçları yerine Kamu Diplomasisini birincil ve etkin bir güç olarak kullanımında iletişim araçları etkisinin pozitif yönde olduğunun ortaya konulması hedeflenmektedir. İletişim araçlarının özelinde sosyal medyanın ülkelerin ikili ilişkilerinde diğer ülkenin gündemini belirleme, gündemini değiştirme, yönlendirmesi gibi amaçlarla kullanması istenilen, amaçlanan hedeflerinde pozitif etki yaratacağını ispat etmek çalışmanın amacını ortaya koymaktadır. Ayrıca, kamu diplomasi faaliyetleri bağlamında kullanılan yumuşak güç unsuru olan sosyal medyanın, ülkelerarası siyasi ilişkilerde, ülke menfaatleri açısında meydana gelen değişim ve dönüşümlerde olan etkisi, Türkiye-Yunanistan devletleri arası tarafların sosyal medya özelinde kamu diplomasisi çalışmaları ortaya konulması amaçlanmaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM
DEVLET, DİPLOMASİ VE POLİTİKA BAĞLAMI

"Politikada hiçbir şey kazayla olmaz. Olmuşsa, öyle plânlanmıştır."

Franklin Roosevelt

1.1. Devlet Nedir?

Geçmişten günümüze değin farklı zaman süreçleri içerisinde geniş coğrafyalardaki farklı veya aynı inanış, düşünce, siyasi görüş ve dünya bakışına sahip, ortak bir payda da buluşabilen insanların bir araya gelerek oluşturdukları topluluklar millet/ulus kavramını oluştururken, bu kavramın toprak bütünlüğüne bağlı olarak bir araya gelerek üzerinde varlığını sürdürdüğü siyasal örgüt olan 'devlet' terimi, Sümerlilerin tarih sahnesinde var oluşu olarak kabul edilen M.Ö 3000 yıllarından beri günümüze değin süregelmektedir (Düvenci 2018, 60).

Devlet, üzerinde bulunan ve yaşayan toplumun can ve mal güvenliğini sağlamak, kişilerin refahını, huzur ve mutluluğunu sağlamak amacıyla var olmuştur. Bu varlık sebebi ile üzerinde yaşayan kendi halkını dış dünyadan gelebilecek zarar ve tehlikelerden koruyabilmek için birtakım tedbirleri refleks olarak ortaya koyabilmektedir. Bu refleksler özüne bakıldığında güçlü ve zayıf mücadelesinin bir tezahürü olarak meydana geldiği görülmektedir. Hâlihazırda devletin ortaya çıkışı hakkında ortaya konulan üç farklı devlet köken teorisinden birisi olan Kuvvet ve Mücadele teorisi devletin, kuvvetliler ve zayıflar arasındaki mücadele ve buna bağlı kuvvet kullanımı sonucunda ortaya çıktığını savunmaktadır (Gözler 2000, 65). Zaten Sümer devletinin de ortaya çıkışı bu kuvvet kullanımına dayanmaktadır. Bu husus ile ilgili olarak bu tezi ortaya atan düşünürlerden Franz Oppenheimer durumu şöyle açıklamaktadır:

"Devlet, oluşumu sırasında tümüyle, varlığının ilk aşamalarında ise özünde ve neredeyse tümüyle, zafer kazanmış bir insan grubunun, yendikleri üzerindeki egemenliğini bir düzene bağlamak ve kendini içten gelecek ayaklanmalarla dıştan gelecek saldırılara karşı güvenceye almak amacıyla, yendiği gruba zorla kabul ettirdiği bir toplumsal kurumdur "(Oppenheimer 2021, 125).

Zayıflara karşı kuvvet kullanmak aslında bir tehdidi meydana gelmeden bertaraf etme saiki ile yapılan bir eylem olarak görülebilmektedir. Çünkü bir tehdidi meydana gelmeden önce engelleme, tehdidin büyüdükten sonra o tehdide karşı sergilenecek mücadelenin zorluğunu ve yüksek eforunu (*günümüzde maddi, insan kaynağı, teknoloji sarfiyatı olarak değerlendirilebilir)* en aza, minimale indirgeme açısından önem kazanmaktadır. Bu açıdan bakıldığında devlet/devletlerin politik, askeri, diplomatik olarak yapmış olduğu yurtiçi/yurtdışı eylemler bu minvalde değerlendirilebilmektedir.

Devletlerin nasıl meydana geldiğine ilişkin ortaya konulan tezlerden bir diğeri ise aile teorisidir. Aile teorisi ilk olarak bakıldığında isminin de çağrıştırdığı üzere aile kavramı üzerinden açıklanmaktadır. Bir erkek ve kadın, doğal yaşam sirkülasyonu içerisinde bir araya gelerek hayat ve yaşantılarını birleştirmektedirler. Bu birleşme onları, aynı yaşam şartları üzerinde birlikte karar almaya ve yaşam olaylarına ortak tepki vermek üzere birlikte hareket etmeye yönlendirir. Böylece, bu birliktelik ile meydana gelen aile kavramı zaman içerisinde genişleyerek *(doğumlar, evlilikler vb.)* "gens" adını almış (Düvenci 2018, 61), yani geniş aile kavramına evrilmiştir. Yine zaman içerisinde bu gensler daha büyük birleşmelerle genişleyerek günümüzde aşiret, kabile veya boy olarak adlandırdığımız *"tribu"*(Düvenci 2018, 66) kavramına evrilmiştir. Ve zaman içerisinde yine çeşitli nedenler ile birbirleri ile tanışan, ortak paydada buluşan bazı tribular da bir araya gelerek ilk devlet örneklerini meydana getirmektedir.

Devletin meydana gelişinde ailenin çekirdek konumda olup, zaman içerisinde gelişip daha büyük bir olgu haline gelmesiyle açıklanan aile teorisinde dikkat çeken başlıca bir diğer unsur ise ailenin yapısında bulunan ataerkil yapının devlet mekanizmasında da kendine yer bulmuş olmasıdır. Geçmiş çağlardan günümüze kadar süregelen aile yapısında, erkek bireyin aile yönetiminde söz sahibi konumda oluşu ve de baskınlığı görülmektedir. İlk çağlarda dahil erkek bireyin kas yapısı ve yaratılış özellikleri nispetinde kadın bireyine göre daha dayanıklı ve fiziksel olarak daha güçlü olması onu

avcı ve toplayıcı olarak dış dünya ile daha fazla etkileşime sokmuştur. Bu etkileşim ise erkek bireyin ataerkil olarak adlandırılarak aile yönetiminde yönetim erkini elinde bulundurmasına sebebiyet vermiştir. İşte bu sebeplerden dolayı aile teorisi zemininde açıklanan devlet yapısında, aynı erkeğin aile yönetimde yönetim erkini elinde bulundurduğu gibi devletin yöneticisi olan kral, şah veya imparatorun da devlet yönetiminde tek söz sahibi olarak kabul edildiği görülmektedir.

Devletin yöneticisi kral veya lider bir nevi ailenin babası gibidir. Babanın, bireyi olarak bulunduğu ailede otoritesi ne ise devlet yönetiminde de kralın otoritesi o minvalde görülmektedir. Kralın gücü ve yönetimi sorgulanamaz, kralın gücü ve kararları ilahi bir olgu niteliğindedir. Bu açıdan bakıldığında aile, devletin küçük bir modeli iken devlet ise ailenin büyük bir modeli durumundadır (Eberhard ve Berk 1944, 266).

Devlet olgusunu başka bir temele dayandırarak açıklamaya çalışan diğer bir teori olan ekonomi teorisinde ise toplumun devletleşmesi, kendi bağrından ve kaynağından bir devlet olgusu çıkarma girişimi, tamamen ekonomik temellere dayandığını söylenmektedir. Bu teorinin en önde gelen savunucusu ise Karl Marx'tır. Karl Marx, devletin meydana gelişinde mülkiyet sahipliliğinden bahseder ve toplumu, sömüren sınıf ve sömürülen sınıf olarak iki şekilde kategorize etmektedir. Bu kategorizasyonda sömüren sınıf, üretim araçlarını elinde bulunduran, mülkiyete sahip olan güruh olarak belirtir. Sömürü sınıfı karşısında ise üretim araçları sahiplerince kendi mevcudiyetini sağlamak için üretim araçlarını kullandırabileceği diğer sınıf olan sömürülen sınıf bulunmaktadır. Sömürü sınıfını, kendisine büyük bir güç ve yönetici erki statüsü kazandıran üretim araçlarının devamlılığına bağımlıdır. Çünkü üretim araçları elinden çıkarsa karşısında onu ilk fırsatta lağvetmeyi etmeyi bekleyen sömürülen sınıf fertlerinin olduğunu bilmektedir. Bu nedenledir ki üretim mülkiyetinin elde bulundurulması ve kaybedilmemesi esastır. Sömürü sınıfı bunu düşünerek kendine ait üretim araçlarını elinde tutmak için zor kullanması gerekmektedir. Bu zor kullanmayı ise bizzat kendileri değil, bir baskı aracı ile sağlamaktadır. Bu baskı ve zor kullanma aracı ise devlettir. Devlet, sömürülen sınıf üzerindeki zor kullanma yetkisi ile donatılmış, sömürü sınıfının sermayesi ve erkini sömürülen sınıfa karşı koruyan bir jandarma gibi mevcudiyet bulmaktadır (Gözler 2020, 80). Devletin bu şekilde var olması onun, belirli bir zümre tarafından ortaya çıkarılmış bir olgu olarak gösterimini ortaya koymaktadır. Yani devletin

varlığı, yine kendi varlığının devamını sağlamak isteyen bir sınıf tarafından meydana getirildiği tezini savunulmaktadır. Karl Marx, ifade ettiği tüm bu tezleri ile devletin, ekonomik temelli olarak meydana geldiğini savunmaktadır.

Devletin doğuşu ile ilgili olarak ileri sürülen görüşlerin içerisinde yer alan bir diğer görüş olan sosyal sözleşme kuramı, diğer kuramlar içerisinde farklı olarak, devletin var oluşunu insan iradesine ve aklına dayandırarak açıklanmaktadır. İnsanların, var olduğuna dair ilk kanıtların bulunduğu, binlerce yıl süren buzul çağı sonrası ilk yerleşim ve alet örneklerinin görüldüğü paleolitik (eski taş) çağında, tüm insanların yazılı veya sözel hiçbir kural ve kaide olmadan dağınık halde yaşamlarını sürdürdükleri esas alınmaktadır. Yaşamı düzenleyecek herhangi bir yazılı veya sözlü kuralın olmadığı bu dönem "tabiat hali" olarak adlandırılmaktadır (Akbulut, 2015, 164). Tabiat halinde bulunan insanlar arasında herhangi bir düzenli ve bilinçli bir etkileşim bulunmamaktadır. Elbette buradan kasıt, insanların hiçbir şekilde etkileşimde bulunmadığı değildir. Bu kuramı destekleyen kimi düşünürler insanların, tabiat halinde iken birbirleri ile av paylaşımı, barınak paylaşımı vb. nedenler ile sürekli olarak kavga ve hatta savaş halinde bulunduğunu savunmakta iken bir diğer düşünür grup ise insanların hiçbir şeye karışmadan, birbirleri ile etkileşime girmemek için gayret göstererek, kendi içlerinde gruplar oluşturarak yaşamlarını sürdürdüklerini öngörmektedirler. Ama tüm bu düşünürlerin farklı düşüncelerine rağmen ortak noktası ise tabiat halindeki insanların bir süre sonra tabiat hallerini terk ederek ortak bir yaşam sürme kararını vermiş olmalarıdır.

1.2. Devletin Faktörleri

Devletin ortaya çıkışı ile ilgili olarak ortaya konulan tüm bu görüşler kapsamında devletin, belirli kavramlardan oluşan bir sac ayak üzerine kurulu olduğu fark edilmektedir. Yani devlet dediğimiz kavram, kavramları içinde barındıran, bunların içerisinde var olma zorunluluğu ile varlığını meydana getirebilmektedir. Devletin meydana gelişi itibari ile devleti oluşturan bazı faktörlerden söz etmek gerekir.

Devlet kavramını ortaya çıkaran unsurlara bakıldığında dört ana etmenin varlığından söz edilebilmektedir. Bunlar; bir ülkenin anakarası üzerinde varlığı sürdüren insanların oluşturduğu ***insan faktörü*****,** bu beşerî unsurun üzerinde yaşadığı siyasi sınırları bulunan toprak bütünü olan ***fiziki faktör,*** bu iki unsurun belirli bir takım yönetme erki bulunan

zümre tarafından yönetimini sağlayan hükümeti oluşturan ***hukuksal faktör*** ve tüm bunların hayat bulması ve varlığının bir bütün olarak devam etmesini sağlayacak var olması elzem bir olgu olan ***bağımsızlık faktörü.*** Tüm bu unsurlar bir araya gelerek devleti var eden ve varlığının devamını sağlayan yegâne sac ayakları olarak görmekteyiz.

1.2.1. İnsan Faktörü

Belirli bir siyasi toprak parçası üzerinde var olan insan toplulukları gerek ırk gerek ise etnik kökenlerinden bağımsız olarak temel bir takım faaliyetleri sürdürebilmektedir. Bu faaliyetin en temeli ise yaşam sürmek, yaşamaktır. Yaşamak, bir fert olarak yapılabileceği gibi birden fazla insanın bir araya gelerek te yapabildiği en temel insani faktördür. Bu en temel faaliyeti bir insanlar topluluğu içinde, bir grup içinde yapan insanların oluşturduğu en temel ise grup ailedir. Dünya üzerinde ilk insan varlığının görüldüğü M.Ö. 200.000-300.000 tarihlerinde yaşamlarını süren *homo sapiensler* (Harari 2015, 95) ilkel topluluklar olmasının yanı sıra kendine benzeyen ve görev paylaşım ortaklığında bulundukları diğer bireyler ile bir mağarada bir arada yaşayarak ilk aile örnekleri oluşturmuşlardır.

İnsan faktörün en temel yapıtaşı olan aile faktörü, zaman içerisinde gelişerek hem nitelik hem de nicelik açısından daha fazlaya evrilerek sülale, boy, aşiret, klan vb. formlara geçiş yapmıştır. Birden fazla ailenin bir araya gelerek oluşturdukları bu topluluklar zamanla birlikte kolektif bir yaşam sürmeye adapte olarak bulundukları coğrafyalarda organize birer topluluk haline gelmiştir. İşte bu organize topluluk haline gelen insan faktörü, zaman içerisinde bulundukları coğrafyalarda meydana gelen ihtiyaçlarını karşılamak için *(bunlar dış tehlikelere karşı savunma, daha geniş ve büyük iskânlarda yaşama, toplu olarak beslenme vb.)* birtakım olgu ve kurumların başlangıcını tetiklemişlerdir. Böylece şehir devletleri ile ortaya çıkan devlet sürecinin en temelinde bulunan insan faktörü, devletin meydana gelmesinde birincil faktör olarak görülebilmektedir.

1.2.2. Fiziki Faktör

İnsanların, kolektif bir yaşam arzusu ve temel ihtiyaçlar hasılı sonrası bir araya gelerek meydana getirdikleri topluluklar yaşamlarını sürdürürken dış etkilerden uzak, korunaklı bir yaşam sürmek için sınırlarla belirlenmiş toprak parçasına ihtiyaç duymaktaydılar. Bu

fiziki toprak parçası, üzerinde yaşayan topluluklarının yaşamını devam ettirebilmesi için mutlak var olması gereken bir olgudur. İnsan topluluklarını üzerinde barındıran, sınırları belirlenmiş ve diğer topluluklar ile kendilerini diğerlerinden ayıran bu toprak parçası TDK 'da*; "Bir devletin egemenliği altında bulunan toprakların tümü; diyar, arz, iklim, memleket, mülk"*("Ülke" 2023) anlamı kapmasında ***ülke*** kavramı ile açıklanmaktadır.

Ülke, her ne kadar egemenlik altında bulunan toprakların tümü olarak açıklansa da burada esas olan nokta, herhangi bir toprak parçasının varlığı, devleti oluşturmak için tek başına fiziki unsur olarak yeterli olamayacağıdır.

Ülke sınırlarının bir devleti oluşturması yanı sıra ülkenin bulunduğu coğrafya da o ülkenin ait olduğu devletinin tabii davranışlarını ve yaşantısını etkilemektedir. Soğuk iklim kuşağında bulunan Rusya Federasyonu örneği ele alınacak olursa, ülkenin kuzey yarım kürede yer alması nedeniyle soğuk iklim şartlarının geçerli olduğu ve bu nedenle ülke üzerinde yaşayan insan topluluklarının Akdeniz ülkeleri vatandaşlarına göre mizaç olarak daha sert olması ve yine bu insanların devlet yönetiminde bulunmaları sebebiyle diğer devletler karşısında daha tutucu, klasik ve kati kurallara bağlı bir diplomasi yürütmesine sebep olmaktadır. Bu sadece diplomatik açıdan ülke coğrafyasının etkisi olarak bir örneklemidir. Bu nedenle, ülkenin bulunduğu coğrafyanın meteorolojik şartları, ülkeye ait devletin genel politikasını, diplomatik görüşünü, sanatını, bilimini, eğlence kültürünü vb. yönlerini kısmen de olsa yönlendirmektedir. Türk Edebiyatının ünlü isimlerinden Cemil Meriç, bu konuyla ilişkin olarak "*Umrândan Uygarlığa*" isimli kitabında İbni Haldun'un coğrafya-kader ilişkisini şu şekilde açıklamaktadır:

> *(İbn Haldun'a göre) Toplumların kaderini çizen âmillerden biri de coğrafya. İnsanları farklılaştıran çevreleridir, çevreleri yani iklim ve gıda. İklim, toplumlara sürekli vasıflar kazandırır. Soğuk ülkelerde, zekâ daha hudutlu, sanatlar daha az gelişmiş, mesken daha iptidaîdir. Sanatlar, mutedil iklimlerde kemale varırlar. Büyük şehirler ve büyük hanedanlar böyle ülkelerde kurulur. Servetler oralarda teraküm eder. Hakimane kanunlar oralarda hazırlanır. Sıcak iklimlerde, hafifmeşreplik ve tedbirsizlik hüküm sürer. Toprak da insana birçok temayüller kazandırır. Tesanüt bilhassa çöllerde kuvvetlidir. Zira insan, düşman bir tabiatın ortasında, hemcinsine dayanmak zorundadır* (Meriç 2015, 45).

Bu minvalde bakıldığında devleti oluşturan faktörlerden olan fiziki faktörün, bulunduğu coğrafyadan etkilendiğini söylemek mümkündür.

1.2.3. Hukuksal Faktör

Bir devletin meydana gelmesinde rol oynayan insan ve fiziki (ülke) faktörün yanı sıra hukuksal faktörün de devletin oluşumu ve meydana gelme sürecinde aldığı rolün önemi mühimdir. Sınırları belirlenmiş bir toprak, ülke ve o ülke üzerinde yaşamını sürdüren insanların bulunması her ne kadar devlet oluşumunun şartı olsa da, bu iki unsurun olması diğer devletlerin nezdinde tanınırlık konusu açısından yeterli olmamaktadır. İnsanlar, bulundukları ülke toprağı üzerinde tüm hükmetme araçlarının yönetim erkine sahip bir mekanizma gerçekleştiremediğinde dünya üzerindeki diğer devletler nezdinde bir geçerlilik kazanamamaktadır. Bu yönetim erki, tüm evrensel boyutta geçerliliği bulunan hukuksal normlar ve kuralların çerçevesinde teşkil edilen hükümet kavramı ile gerçekleşmektedir.

Yasal ve uluslararası hukuk kurallarına uygun bir şekilde gerçekleşen hükümet oluşumu ile ülke toprakları üzerinde hükmetme, kural koyma ve genel itibari ile yönetme gücünü elinde bulunduran hükümet, teşkil olduğu devletin geçerliliğini ispat etmektedir. Tabi burada önemli bir husus şudur; hükümetin bu yolda uyguladığı politikaları meşru, uygulanabilir, hayalperestlik ve keyfiyetten uzak, akılcı ve yasal zeminde karşılığı olmak zorundadır. Bu kapsamlar dışında kalan hükmetme hareket ve eylemleri toplumda kargaşaya, ileri boyutlarda anarşi ve devletin çökmesi boyutuna kadar gidebileceği unutulmamalıdır. Bu nedenle hukuksal bir zeminde kurulan hükümetin yine aynı zamanda uygulamalarının da bu çizgi üzerinde gitmesini gerektirmektedir.

Hukuki zemine dayandırılan söz konusu hükmetme erki, toplumu oluşturan bireylerin de aynı zamanda uluslararası arenada saygınlığını ve gücünü belirleyici bir unsurdur. Bir devletin yönetim erki olan hükümetin uluslararası hukuka, yasalara ve adalet kıstasına uygunluğu, o devlet bireylerinin vize kolaylığına erişilebilirliğini, ekonomik gücünü vb. hususları etkilemektedir.

Devletin meydana gelmesinde önemli bir noktada bulunan hukuksal faktör, bir devletin meşru olarak görülmesi için olmazsa olmaz bir faktördür. Hukuksal faktörün güçlü olduğu devletler hukuk devleti olarak ifade edilebilmektedir. Hukuk devleti, Türkiye Cumhuriyeti Anayasa Mahkemesince; "*İnsan haklarına saygı gösteren, bu hakları koruyucu bir hukuk düzeni kurmakla kendini yükümlü sayan, bütün etkinliklerde hukuka*

ve anayasaya uyan, işlem ve eylemleri yargı denetimine bağlı olan devlettir (Alan 2003, 23)*."* olarak tanımlanmaktadır. Bu tanım ışığında bakıldığında hukuksal faktör, insan faktörü ile doğrudan ilintili olduğunu söylemek isabetli olacaktır. Hukuksal faktör, insan faktörünü öncelik olarak ele aldığı sürece doğru orantılı olarak kuvvetli ve dirençli olacaktır. Yani bir devletin güçlü olması, hukuksal faktörün güçlü olması ile ilintilidir.

1.2.4. Bağımsızlık Faktörü

Devlet olgusu, daha öncesinde söz edilen diğer faktörler bağlamında ele alındığında devletin bir nevi nicelik yönlerine değinilmekteydi. Ama tüm bu ele alınan faktörleri kelime tabiriyle çatılamak gerekirse bu çatılama yani nihai dokunuş bağımsızlık faktörü ile yapılabilmektedir.

Bağımsızlığını elinde bulunduramayan devletler, kendi bağımsızlığını tam anlamıyla sağlamış diğer başka devletlerin, kendi kişisel kararlarına müdahil olmasından kurtulması söz konusu değildir. Bağımsızlığını ele alamayan böyle devletler gerek ekonomi politikaları gerek askeri politikaları gerek ise sosyal politikalarında diğer devletlerin görüşünü veya daha acı olanı ise direktiflerini almadan herhangi bir karar alamayacak olmalarıdır.

İşte tüm bu ve örneklemi çoğaltılacak bu gibi nedenlerden dolayı, devleti meydana getiren faktörlerden belki de en kritik öneme haiz olanı bağımsızlık faktörüdür. Bir devlet için olmazsa olmaz bağımsızlık faktörü için devletimizin kurucusu Gazi Mustafa Kemal Atatürk'ün kaleme aldığı Nutuk kitabında bağımsızlık ile ilgili söylediği sözü bu faktörün bir devlet için önemini de ortaya koymaktadır:

> *Uyuyan milletler ya ölür ya da köle olarak uyanır. Muhterem Efendiler, sizi günlerce meşgul eden, uzun ve ayrıntılı konuşmam, en nihayet, geçmişe karışmış bir devrin hikâyesidir. Bunda, ulusum için ve yarınki çocuklarımız için dikkat ve uyanıklık sağlayabilecek, bazı noktaları belirtebildiysem, kendimi mutlu sayacağım. Efendiler, bu konuşmamla, ulusal varlığı sona ermiş sanılan büyük bir milletin bağımsızlığını nasıl kazandığını ve bilim ve tekniğin en son esaslarına dayanan, ulusal ve çağdaş bir devleti, nasıl kurduğunu anlatmaya çalıştım. Bugün*

ulaştığımız sonuç, asırlardan beri çekilen ulusal yıkımların yarattığı uyanıklığın ve bu aziz vatanın, her köşesini sulayan kanların bedelidir (Atatürk 1995, 25).

1.3. Devlet ve Politika

Devlet bağlamında politikayı anlamak için ilk olarak politikanın etimolojik yönünden irdelenmesi ihtiyacı doğmaktadır. Ancak böyle olursa politikanın tam sınırları ve neyi bizlere sunduğu net olarak anlaşılacaktır. Politikanın tarihsel süreç içerisinde anlamına ve kullanım yerine bakıldığında literatüre yeni bir kavram olarak girmediğini görmekteyiz. Politika sözcüğü, devlet teriminin açıklamasında yer alan *polis* sözcüğü ile doğrudan ilintilidir. Eski Yunancada Polis; *"vatandaşların toplandığı şehir, kent* (Aköz 2018, 15)*"*anlamına gelmektedir. Antik Yunan tarihinde kullanılan *polis* kelimesi, politika kavramının temelini oluşturmakta olduğunu söylemek mümkündür.

Politikaya geniş bir perspektiften bakıldığında sınırlı olmayan geniş ve kapsamlı bir etki alanına sahip olduğunu da görmekteyiz. Politika, insanın yaşam biçimine etki eden, insanlar arası duygu düşünce paylaşımını belirleyen, toplumlar, devletlerarası ilişkilerin sınırları çizen bir yönü olduğu görülmektedir. Bunlar ışığında (Aköz 2018, 16) politikanın; "*iktidarı kullanma, otorite kullanma, kolektif karar alma, kıt kaynakları idaresi, aldatma ve manipülasyon yapma."* eylemlerini içinde barındıran bir tanımının da olduğunu söylemesi yanlış olmayacaktır. Bir diğer tanımlamada ise sosyal bir bilim dalı olarak görülen politikanın; "*siyasi davranışlar, siyasal faaliyetler, siyasi sistemler ve siyasi süreçler üzerine gerçekleşen dinamikleri, teorik olgular, tahminler ve analizler yöntemiyle inceleyen bir dalı* (Erkiş ve Summak 2014, 72)*."* olarak politika, siyaset temelinde bir bilim olarak tanımlanmaktadır. Bu gibi tanımlamalara politikanın siyaset ile ilgisinin olduğu görülmektedir.

Politika, özüne bakıldığında bir güç dengesi içerisinde var olmaktır. Bu güç dengesinin içinde bulunan insanlarda, kendi menfaat ve çıkarlarını ön plana alarak çeşitli bir takım menfi veya örgütlü hareketlerde bulunmaktadır. Bu güç-çıkar çatışmasında olan insanlar, kendi fiziki kuvvetleri yanı sıra yönetme erkini elinde bulunduran devletlerin veya hükümetlerine tanınan güçleri de politika görüşü doğrultusunda kullanabilir. Politik faaliyet kapsamında söz konusu bu güç kullanımı, günümüzde devletler nezdinde sık kullanılageldiğini görebiliriz.

Devletler arası ikili ilişkilerin yaşandığı uluslararası sahada devletlerin, diğer başka devletler ile yapmış olduğu tüm faaliyetler, ikili ilişkiler özünde politikanın faaliyetin sahasını meydana getirmektedir. Bu minvalde devletin kendi menfaat ve faydasına yönelik yaptığı ticari, askeri, sosyal ve beşerî vd. konulardaki faaliyetleri, politika temelindeki hareketler olarak algılanabilir. Çünkü politika özünde çeşitli alanlarda yapılan hareketler, politikanın ihtiva ettiği misyon gerekliliği nedeniyle yapılmaktadır.

1.4. Kamu Politikası ve Diplomasi

1.4.1. Kamu Politikası

Dünya siyasi arenasında devletler tarafından gerçekleştirilen politika uygulamalarının aslında birçok komplike eylemi içinde barındıran bir hareketler silsilesi olduğunu görmekteyiz. Şimdiye kadar diplomasi konusunun daha iyi anlaşılabilmesi adına irdelenmeye çalışılan politika, özellikle devlet şemsiyesi altında incelenerek bu başlık altında irdelenecek olan kamu diplomasisine zemin hazırlaması hedeflenmiştir.

İlk olarak, devlet uygulamaları ile eylemlerini irdelediğimiz politikanın bir çeşidi olan kamu politikasının daha iyi anlaşılabilmesi için ilk olarak kamu kelimesinin irdelenmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Kamu kelimesine, ilk olarak TDK'de bakıldığında; "Halk hizmeti gören devlet organlarının tümü."("Kamu Nedir" 2023), diğer bir tanımlamada ise; "Bir ülkedeki vatandaşların bütünü; amme, halk." ("Kamu Nedir" 2023) olduğu görülmektedir. Yapılan bu tanımlamalar ile kamu kelimesinin devlet ve halk kavramları ile yakın bir ilişkisi içerisinde olduğunun anlaşılması mümkündür.

Devlet ve halk kavramları ile ilintili bulunan kamu politikası, devletin her alanda yaptığı veya yapmadığı eylemler olarak kabul edilebilir. Devletin, yasama ve yürütme güç erklerini elinde bulundurması ile sosyal ve siyasi alanda aldığı kararları uygulayabilme yetisi, eylemlerin kamu politikası olarak addedilmesine olanak sağlar. Kamu politikası uygulayıcısı devlet ve onu yönetme erkini elinde bulunduran hükümetin; alkol tüketimine yaş sınırı koyması, otoyol kullanımında hız sınırlarını düzenlemesi veya eğitim müfredatında beşerî bilimlere ağırlık vermesi *(veya dini eğitimlere)* vb. uygulamaları, toplumu, kendi görüşü etrafında şekillenen politikaları çerçevesinde dizayn etme çalışmaları, devlet politikasının eylemi olabilmektedir.

Bir diğer paydaş olan Sivil Toplum Kuruluşları, yukarıda bahsi geçen hükümet paydaşı kadar politika yapımı sürecinde güçlü bir fiil/yaptırım etkisi bulunmasa da söz konusu politikaların belirlenmesi aşamasında etkisi bulunmaktadır. Devletin organlarını etkileyebilme ve hatta bazı yerlerde mecazen taban olarak addedilen halk beklentilerini bu mercilere taşıyabilme potansiyeli sebebi ile kamu politikalarına doğrudan veya dolaylı yoldan etki edebilmektedir. STK'lar oluşturacakları kamoyu ile üzerinde çalışılmasını istedikleri konu veya konuları çeşitli medya, basın yayın araçları, mitingler, gösteriler vb. eylemler ile politika oluşturucu hükümet ve yöneticilerine aktararak onları bir nevi kamu politikaları konusunda manipüle edebilme etkisine sahip olabilmektedir. Örneğin; yakın tarihimizde 1 Mart Tezkeresi olarak adlandırılan (Türkmen 2021, 40), Amerika Birleşik Devletlerinin Irak'a karşı gerçekleştireceği askeri hava ve kara operasyonlarında Türkiye Cumhuriyeti devletinin kara ve hava sahasını kendi askerleri ve askeri araçlarına 6 ay süre ile kullanımına açılmasını öngören meclis oylaması, her ne kadar Türkiye Büyük Millet Meclisinde görevli milletvekillerince oylanmış olsa da bu oylama öncesi çeşitli STK'ların olayı gündeme getirerek toplum nezdinde kamoyu oluşturması, söz konusu tezkerenin, toplumun çeşitli kesimlerinin hassasiyetlerine vurgu yaparak reddine yönelik algı oluşturması, meclisteki gündemi ve vekillerin kararını etkilemiş, söz konusu tezkerenin onaylanması adına teklifi meclise sunan iktidar partisinin bazı vekillerinin ret oyu vermesine zemin hazırlamıştır. Çünkü siyasi partiler, halk nezdinde ve kamoyunda karşılığı olduğu müddetçe yönetim erkini elinde bulundurmaya devam edebilirler. Çünkü kamoyu ve toplumun zıttı bir perspektif izleyen siyasi partilerin yeniden iktidar olma olasılıkları düşük oranda kalmaktadır. Bu nedenle, çeşitli STK'lar örgütlenme, mali ve politik güçleri nazarında kamu politikalarının belirlenmesi ve uygulanmasında etki sahibi olabilmektedirler.

Kamu politikasına genel perspektife bakıldığında, söz konusu kamu politikalarına ait eylemlerin neredeyse tamamı anayasal sistemde düzenlenen hukuksal norm ve kurallar temelli olduğu bilinmektedir. Çünkü, kamu politikası kapsamında devletin yönetme erkince yapılacak her eylemin verimli olarak uygulanabilmesi, kamu kaynağının tahsisini, bir yasal düzenlemeyi gerektirir (Duru 2022, 12). Böylece yönetim erki, yasaların kendisine tanıdığı hak ve güçler ile bazı eylemlere sınırlamalar getirebilir, onları yasaklayabilir, hedefleri doğrultusunda mal veya hizmet satın alabilir veya kamunun tüm kaynakları üstünde tasarruf edilebilmektedir.

1.4.2. Diplomasi

Diplomasi, toprak bütünlüğü üzerinde siyasi örgütlü milletin/ulusun yaşadığı tüzel varlık olan devletin (Oppenheimer 2021, 21), ulusun/milletin menfaat ve faydası amaçlı ortaya koyduğu eylemleri içerisinde özellikle günümüz dünyası özelinde ele alındığında en revaçta olan, minimum çaba ile maksimum kazanım alınabilen yol olarak görülmektedir. Kamu Politikaları ile eş güdümlü olarak ta gerçekleştirilebilen diplomasi, günümüz yüzyıl devletlerince en aktif olarak kullanılan siyasi eylem türü olarak görülmektedir. Bu açıdan bakıldığında diplomasi, 21.yüzyıl dünya devletlerinin ikili ilişkilerdeki en önemli siyasi aktörü olarak yerini almış olduğu görülebilmektedir. Geniş bir perspektifte diplomasinin ne olduğu, muhteviyatında neleri barındırdığı bilmek ve irdelemek, daha keskin ve net çizgilerinin algılanmasına olanak sağlaması adına diplomasinin kökenine bakmak yararlı olacaktır.

(Eren 2021, 32) diplomasinin, köken olarak eski Yunancada yer alan "*diploö*" veya *"diplos"* kelimesine dayanmakta olduğunu, bu kelimelerin "çift veya iki kat", "iki yan ve iki taraf" anlamını taşıdığını ifade etmektedir. Aslında kelimenin kullanımına bakıldığında diplomasinin iki yönlü bir süreç olduğu idrak edilebilmektedir. Yine (Eren 2021, 32), diplomasinin kökeni ile ilgili başka bir görüşün ise kelime kökünün Yunancada yer alan *"Diplomeis"* kelimesinden türetildiğini, diplomeis "çift" anlamı gelen bir kelime olup, bu kökenden diplomasi kelimesinin meydana getirildiğini aktarmaktadır. Diplomasi, köken irdelemesinden anlaşıldığı gibi iki yönlü, çift gibi kavramlar üzerinde yoğunlaşan bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Böylece diplomasinin iki yönlü, karşılıklı gelişen bir etkileşim süreci olduğu söylenebilmektedir.

Diplomasi ile dünya siyasetinde yer alan ülkelerin, diğer devletler ile ikili ilişkilerini yürütmesi, bu bağlamda barışçıl yollar ile girişimlerde, etkileşimde bulunması süreci, günümüzde uygulamasını gördüğümüz diplomasinin en temel ifadesi olarak idrak edilebilmektedir. Yakın tarihimizde, ülkeler arası diplomatik faaliyetlerin ana figürlerinden olan *mekik diplomasi* kavramını siyasi literatüre kazandıran ve dünya siyasi tarihinde ismini kitaplara yazdıran ünlü ABD'li diplomat Henry Kissinger, diplomasi hakkında daha geniş bir perspektif sunmaktadır. Kissinger; *"diplomasi yeni bir dünya düzenidir, modern diplomasi ise savaş ve barış güçleri arasındaki dengedir."* diyerek diplomasinin bir denge süreci olduğunu ifade etmektedir.

Ülkeler arası tesis edilen diplomatik ilişkilerdeki en temel ayrım, barışçıl yollar izlenerek birtakım faaliyetlerin gerçekleşmesini sağlama ülküsüdür. Yani, bir ülkenin diğer bir ülkede değişmesini istediği herhangi bir olgu veya olayın konvansiyonel savaş araçları kullanılmadan barışçıl ve siyasi hamlelerle değişimini veya revizyonunu diplomasi yoluyla sağlaması temel arzudur. Böylece, diplomatik faaliyetleri sürdüren ve bunun karşısında etkileşimde bulunan ülke veya ülkelerin savaş seçeneğinden uzak şekilde bir çalışma sürdürmesi diplomasinin ana etmenini oluşturmaktadır.

Geçmişten günümüze dünya siyasi tarihine bakıldığında, yaşanılan birtakım siyasi olayların, söz ettiğimiz diplomasiyi çeşitli alanlara ayırdığını, temelde aynı olsa da bazı uygulama farklılıklarına temel teşkil ettiği görülmektedir. Yakın siyasi tarihimizde mevcudiyetleri bulunan iki büyük siyasi güç ABD ve Sovyetler Birliği arasında, 2.Dünya Savaşının sona ermesi ve 1947'deki Truman Doktrini ile başlayan ve tam 44 yıl süren Soğuk Savaş Dönemi gerek siyasi arenayı gerek ise diplomasiyi derinden etkilemiştir. Soğuk Savaş döneminde etkisini ve önemini çok daha derinden hissettiren diplomasi, ülkelerin birbirlerine karşı konvansiyonel ve hatta nükleer silahların kullanımın tehdidinde tampon görevi üstlenmiştir. ABD ve Sovyetler Birliğinin başını çektiği Batı-Doğu Blokları, ülkelerin her alanda birbirleri arasında gerginliklerin, krizlerin meydana geldiği bir arena olmuştur. Elbette bu krizler, yanında her iki taraf için büyük bir mali yükü de beraberinde getirmiştir. İki taraf arası savaş çıkma potansiyeli, nükleer silahların kullanım tehlikesi ve mali yüklerin söz konusu olması bu çatışmaların en az çaba ve zarar ile nihayete erdirilmesi ihtiyacını beraberinde getirmiştir. İşte bu ihtiyaçtan dolayı taraflar arası çatışmaları en aza indirmek amacıyla 1959 yılında BM Genel Sekreteri Dag Hammarskjöld tarafından "önleyici diplomasi" fikri ilk defa telaffuz edilmiştir (Abdurahmanlı ve Bağış 2021, 56).

Önleyici Diplomasi, taraflar arasındaki çatışmayı en aza indirerek ülkeler arası ekonomik ilişkilerin artmasını ve nükleer silah kullanımının sonlandırılmasını öngörmekte olan bir diplomasi türü olarak literatüre girmiştir. Dünyada yaşanılan savaş ve ekonomik buhranlar paralelinde iletişim aygıtlarının yaygınlaşması süreçleri ile küreselleşen dünya dinamiklerinin beraberinde getirmiş olduğu *dijital diplomasi*, nükleer silahların ana faktör olarak iki ülke arası denge unsuru olarak kullanıldığı *nükleer diplomasi* (Abdurahmanli ve Bağış 2021, 56), iki ülke arası çıkan anlaşmazlığı, uyuşmazlığı üçüncü diğer bir

devletin olaya müdahil olarak çözüme kavuşturma amacıyla yaptığı *arabuluculuk diplomasisi,* aralarında nihayete ermeyen anlaşmazlık durumu hasıl olan iki ülke arası devamlı olarak ikili ilişki ve ziyaretlerin yapıldığı *mekik diplomasisi,* aralarında anlaşmazlık bulunan iki ülke arası tüm görüşmelerinde geçen şartların dünya kamuoyu tarafından denetlenebilmesi sağlamayı amaçlayan *açık diplomasi* veya bunun tam tersi olarak tüm görüşmelerin gizli olarak sürdürüldüğü *gizli diplomasi* gibi diplomasi türleri, küreselleşen günümüz siyasi arenasında sıkça kullanılan diplomasi türleri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Diplomasi uygulandığı saha ve alan bakımından gerek komşu ülkeler gerekse okyanus ötesi ülkeler ile çok geniş bir yelpazede işlev görmektedir. Klasik eski dönem diplomatik eylemlerinde gerçekleşen komşu ülkeler ile olan sınırlı düzeydeki siyasi girişimler, artık 20.yüzyıl itibari ile çağın getirmiş olduğu teknolojik imkân ve altyapı sayesinde çok hızlı ve daha etkili olarak sınırları çok geniş bir şekilde devletlerce sürdürülebilmektedir. Özellikle Soğuk Savaş Dönemi ABD ve Sovyetler Birliğinin meydana getirdiği Doğu-Batı blokları sebebiyle, iki blok arası siyasi varlığını sürdürmek mecburiyetinde kalan diğer devlet yönetimleri için yeni yüzyılın gelişmeleri, yeni diplomasinin uygulanabilmesi adına çok büyük bir fırsat olarak karşılarına çıkmaktadır.

1.5. Kamu Diplomasisi

Diplomasi kullanımı zaman içerisinde farklı siyasi gelişmelere bağlı olarak birtakım evrimlere, birtakım çeşitliliklere uğramıştır. Bu evrimlerden, günümüz siyasi arenasında en çok tercih edilen ve kullanmaya imkân ve kabiliyet olarak muktedir devletler tarafından uygulanan tür diplomasisi ise kamu diplomasisidir. Kamu diplomasinin öneminin fark edilmesi ise 20. yüzyılda olmuştur. Tarihte ilk olarak "kamu diplomasisi" kavramı ise 1965 yılında kullanılmıştır (Akçadağ 2010, 12). Amerikalı bir diplomat olan ve Tufts Üniversitesi dekanı olan Edmund Asbury Gullion, kamu diplomasisini; bir ülkenin diğer ülke halklarının sempati, ilgi ve beğenisini kazanma amacına ilişkin yürüttüğü politikaları ifade etmekte" olduğunu belirtmektedir (Çelik 2021, 12). Aynı zamanda (Duru 2022, 45)'da kamu diplomasisini; "diğer ülkelerin ihtiyaçlarını, kültürlerini, halklarını anlama; mesajların aktarılması, hatalı algılamaların düzeltilmesi, ortak amaçlar için uygun zeminlerin tespit edilmesi hedefleri ile ortaya konulan ilişki geliştirme yöntemi olduğunu" aktarmaktadır.

Kamu Diplomasisini daha detaylı anlamak ve algılamak için temelde neyi anlattığını, neyi hedeflediğini ve nasıl uygulanmakta olduğunu bilme gereksinimi yadsınamaz bir gerçekliktir. Bundan öncesinde, yukarıda bahsedilen diğer diplomasi türlerinden farklı olarak uygulanan kamu diplomasisinin en temelinde yatan misyon; görüşleri veya tutumları farklı hedef bir ülkenin, söz konusu görüş ve tutumlarını güç veya zor kullanmadan diplomasiyi uygulayan ülkenin lehine çevirmek amacıyla yapmış olduğu eylemler bütünü olarak addedebiliriz. İşte kamu diplomasisinin diğer diplomasi yöntemleri ile arasındaki en belirgin farkı, diplomasi adına yapılan bu eylemleri zor kullanmadan yapıyor olması ve çeşitli enstrümanlar ile bunu sağlamaya yönelik misyonunun olmasıdır. Böylece kamu diplomasisini kullanan devlet yönetim erkleri, çeşitli amaçlar maksadıyla ilişki kurmak istediği ülkeye, söz konusu amacını en az maliyet ve en az efor ile kabul ettirmek, gerçekleştirmek amacıyla hareket etmektedir.

Geleneksel diplomasi, aslına bakıldığında dünya siyasi haritası oluşumu sırasında meydana gelen ilk kabilelerden itibaren varlığı meydana gelmiş bir olgudur. İlk çağ insanlarında, dış dünyadaki tehdit ve tehlikeleri sezip onlara karşı canlarını savunma ve yaşamlarını devam ettirme içgüdüsü gereği bir arada yaşama arzusu hakimdi. Bu insanlar, kendilerinden başka, farklı coğrafyalarda aynı misyon ile bir araya gelmiş diğer topluluk veya kabileler ile zaman içerisinde etkileşimlerde bulunmuş, onlar ile iletişime geçmiş ve savaşmışlardır. Hatta bu savaşların, ilk diplomasi uygulamalarının görülmesindeki etmenlerin ana faktörü olduğu da söylenebilir. Bunu şöyle açıklayabiliriz;

İlk insan toplulukları arasında yaşanan çatışma ve savaşların beraberinde getirdiği olaylar buna etken olmuştur. Kabileler arası yaşanılan savaşlarda, her iki tarafın kendini toparlamasına fırsat vermek, her iki tarafta da meydana gelen yaralıların tedavisini sağlamak veya gıda bulmak adına, yaşanılan çatışma veya savaşlara ara vermek için aralarından seçtikleri sözcüleri birbirlerine göndermeleri, istek ve taleplerinin karşılıklı olarak iletmeleri diplomatik eylemlerin ilk örneği olarak kabul edilebilmektedir.

Zaman içerisinde gelişen olgular ile birlikte elbette savaşlarla başlayan ikili ilişkiler yerinde saymamıştır. Kabililer arası tarım aletlerinin kullanım amaçlı değiş tokuş edilmesi, evlilikler, ölüm taziyeleri gibi farklı eylemler diplomasinin zeminini hazırlamıştır. İlerleyen zaman sürecinde bir devletin diğer bir devletin yeni kralına tebrik mesajını elçi aracılığıyla göndermesi, ittifak yapması gibi iletişim çalışmaları geleneksel

diplomasinin temelini teşkil etmektedir. Tüm bu gelişmeler ve yaşanan süreçlerin ortak yanı ise sürecin tek taraflı olarak ilerlemesi ve süreklilik arz etmemesidir. Yani, bir görev nosyonu ile gönderilen elçi, görevini tamamladıktan sonra ülkesine geri döndüğünde o diplomatik eylem kesilmekte, sadece o gidilen süreçte işlevsellik göstermektedir. Tek yanlı geleneksel diplomasi, diğer bir isimle *Ad Hoc Diplomasi* (Eren 2021, 26), işte bu sürekliliğin olmadığı ve tek taraflı diplomatik eylemlerin tanımlamasında kullanılmaktadır.

Geleneksel diplomasideki tek yönlü iletişim sürecinin aksine modern diplomasinin iletişiminde birden fazla tarafın olması, iletişim paydaşlarının daha şeffaf ve teknolojik imkanların sağladığı anlık bilgi ve belge paylaşım süreci, günümüzde modern diplomasinin uygulama sahasını büyük bir ölçüde genişletmiş, geleneksel diplomasinin uygulama alanlarını geliştirerek tamamen kendinde toplamıştır. Kamu diplomasisi işte bu modern diplomasi sürecinin bir sonucu olarak günümüzde çok geniş yelpazede ve çeşitli metotlar ile uygulamalarını gördüğümüz bir diplomasi türü olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kamu Diplomasisinin etkisinin kimlere olduğu, hedefinin kim veya kimler olduğu hususu da kamu diplomasisinin açıklanmasında önem arz etmektedir. Geleneksel diplomasiden farklı olarak Kamu diplomasisi, muhatap olunan ülkelerin hükümetlerinden ziyade, o ülkenin diğer kurumları ve kamuoylarını etkilemeye yönelik çalışma yürütür (Özkan 2012, 1:14). Kamu diplomasisi uygulayıcısı konumunda bulunan bir devlet, diğer bir devletin görüş ve tutumlarını etkilemeye ve değiştirmeyi amaç edinirken bunu, o ülkede bulunan halkın, STK'ların, dernek/vakıf veya medya gibi unsurların görüş ve tutumlarını olumlu yönde etkileme ile sağlamaya çalışmaktadır. Böylece bunu başarabilen ülkeler, kamoyu ve diğer aktörlerini etkiledikleri hedef ülkenin görüşlerini kendi lehine çevirmede ustaca hareket etmiş olmaktadır. Olumlu bir imaj yaratılarak etkilenen hedef ülke aktörleri, bulundukları ülke hükümetlerini de doğrudan, etki düzeyi yüksek şekilde tesirine etken olmaktadır.

Kamu diplomasinin eylemleri ile hükümetlerin görüş ve tutumlarının lehte değiştirilmeye çalışıldığı etkileme süreci ile meydana geldiği bahis edilmişti. Elbette bu etkileme, olumlu imaj yaratma çalışma çabaları, klasik diplomasinin veya konvansiyonel savaş endüstrisinin kullandığı enstürmanların çok daha ötesinde farklı metotların uygulanması

sonucu meydana gelmektedir. Kamu diplomasisi özelinde kullanılan "yumuşak güç" kavramı işte bu enstrümanlardan en temeli olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kamu diplomasisi özelinde kullanılan kavram olan yumuşak güç, ilk olarak ABD'li siyaset bilimci Joseph Nye tarafından kullanılmıştır. Kamu diplomasisinde "yumuşak güç" teorisini geliştiren Nye, bu teoriyi "akıllı güç" nosyonu ile dönemin ABD Başkanı Clinton yönetimine kabul gördürerek dünya siyasi literatüre kazandırmıştır. Nye, İkinci Dünya Savaşı sonrasında konvansiyonel silahların getirdiği yıkımının yanında elle tutulur bir kazanım elde edilemediğinin analizini yapmış, bunun bir sorun olduğunu ve bu sorunun, artık sert güç kullanmak yerine tam zıttı olan yumuşak güç kullanımı ile çözülebileceği tezini ortaya atmıştır. (Nye 2020, 14) yumuşak gücü; "istediklerinizi, zorlama veya karşılığını ödeme yerine cazibe yoluyla elde etme becerisi" olarak açıklamıştır. Böylece, bir ülkeye ait kültürün, siyasi ideal ve hedeflerin uğruna kullanılabileceği fikrini ortaya koymuştur.

Yumuşak gücün tanımını yaparken en temelinde gücü; "birinin, istediği sonuçları elde edebilme becerisi" olarak açıklayan Nye, aslında tüm insan ve toplumların sert güce aşina olduğunu ve bu sert gücün en somut tezahürü olan askeri kuvvetlerin, güç kullanımı ile istenilen her şeyin alınabileceği fikrinin İkinci Dünya Savaşı sonrası değişime uğradığını söylemektedir (Nye 2020, 24). Bunun yerine, diğerlerinin tercihlerini şekillendirme maksadıyla kendisine özendirme, kültürel araçların kullanılarak cezbetme becerisinin sergilendiği yumuşak gücün artık siyasi yeni bir güç çeşidi olduğunu aktarmaktadır.

Yumuşak güç, istenilen sonucun elde edilebilmesi adına kullanılan yöntemlerin çeşitliliği açısından kullanıcısına çok çeşitli biçemlerde hareket imkânı tanıyabilmektedir. Devlet veya kamuoyunun tercihlerini, düşüncelerini değiştirmek için onları herhangi bir silah zoru ile değiştirmeye yönelik harekete gerek duymadan onları cezbedecek, kendisine özendirerek benzeştirecek, öykündürecek *(ve böylece sempati duygusunu harekete geçirecek)*, desteklemeye ikna edecek şekilde manipüle yöntemlerinin bulunması, kamu diplomasisinin ana nosyonu olan yumuşak gücün en etkili araç olduğunu göstermektedir.

Bir devlet tarafından kamu diplomasisi kapsamında kullanılan yumuşak güç başlıca üç kaynağa dayanmaktadır. Bunlar; o devletin kültürü, siyasi değerleri ve dış politikasıdır. (Nye 2020, 32). Kamu diplomasisinin ana enstrümanı olan yumuşak gücün dayandığı bu

üç temel, bir ülkenin diğer ülke üzerindeki etkisini ve fikirlerini değiştirmesindeki olmazsa olmazlardandır. Amerika Birleşik Devletleri'nin McDonald's ve Coca-Cola'sı, Rambo ve Rocky'si veya Levis ve The Nort Face markaları tek olarak bakıldığında farklı kapital sektörlerin ürünleri olarak görülebilir, lakin tüm bu ürünlere daha geniş bir çerçeveden bakıldığında popüler kültür ürünü olarak kullanılan yekpare bir araç olduğu görülebilir. Yumuşak gücün kullandığı enstrüman olan popüler kültür, elbette tek başına bir ülke hükümetinin kararını ani bir biçimde değiştirmeye veya herhangi bir yerde bir savaş başlatıp bitirmeye etki edemez. İşte burada, söz konusu popüler kültürün ve onun metalarının toplumlara sunduğu kavram olan öykünme devreye girmektedir.

Popüler kültür ürünleri, pazarına girdiği ülkedeki halkların algısında imaj oluşturma gibi bir misyonu vardır. Yumuşak güç uygulayıcısı devlete ait popüler kültür ürünleri, zaman içerisinde girdikleri ülke pazarında yer edinme sürecine girmeleri sonrası kendini kabul ettirme aşamasında bulunur. Böylece o devletin toprakları içerisinde artık kült bir işletme, bir kuruluş olarak yerini alabilmektedir. Söz konusu yerleşme sonrası ürünlerini ülke toplumuna pazarlayan şirketler, ürün pazarlamalarını ustaca ve başarılı yaptıkları takdirde toplumda karşılık bulmaktadırlar. Böylece, belirli bir süre zarfın sonunda bu ürünlerin üretici menşei olan ülke "elit, heyecanlı, modernliğin adresi, müreffeh, güçlü, yenilik ve markanın ülkesi, tüm güzelliklerin anavatanı" olarak görülmeye başlanacaktır. İşte böylece, öykünme süreci girdabına katılan toplumlar, popüler kültür ürününün menşei olan ülkeye karşı bir sempati duymaya, o ülkeyi kamuoyunda olumlu, dost, modern devlet algısını algılarında yer edindirmektedir.

Popüler kültür araçları her ne kadar kapital metalar vasıtası ile yol kat etmiş olsa da günümüzde bu tek başına yeterli olmamaktadır. Gelişen çağın beraberinde getirdiği teknolojik gelişmeler ile desteklenen yumuşak gücün etkisi çok daha ileri boyutlara evrilmiştir. 20.yüzyıl itibari ile kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması, toplumları birey bazında etkileyebilme fırsatını beraberinde getirmiştir. Söz konusu teknolojik gelişmelerin getirdiği bilgi çağı ile birlikte tüm bireyler yumuşak gücün etki kapsamı alanına girmiştir (Nye 2020, 65). Televizyon, internet ve sosyal medya araçları ile devlet politikası paralelinde yapılan yayınlar, paylaşımlar ve görsel-işitsel iletişim çalışmaları, bireyleri direkt olarak etkilemede, onların algısını yönlendirmede ve hatta davranışlarını biçimlendirmede etkin rol oynamaktadır. Böylece, kamuoyunu yönlendirme ve bireylerin

algılarını yönlendirme, kendi fikrini aşılama aşamaları istenilen düzeyde yönlendirilmektedir.

Dünya üzerinde kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması, devletler arası fiziki sınırların aşılmasına olanak sağlamıştır. Söz konusu bu durumu Kanadalı iletişim kuramcısı olan Marshall McLuhan "küresel köy" kavramı ile açıklamaktadır. McLuhan, teknolojinin ve bilginin hızlı bir biçimde yayılmasının dünyayı nasıl küçülttüğünü açıklamak için "küresel köy" terimini kullanmıştır (Varol ve Varol 2019, 144). İnsanların, zaman ve mekân ayrımı olmaksızın birbirlerine kolayca bağlanmasını teknolojinin getirdiği imkanlar sayesinde olduğunu aktaran McLuhan, küresel köy teorisi ile tüm insanların birbirleri ile istediği yer ve zamanda iletişim kurabildiğini, böylece tüm ülke halklarının arasındaki sınırların kalktığını söylemektedir. McLuhan'ın savunmuş olduğu gelişen teknolojik araçların toplumsal, kültürel değişim ve dönüşümlerde etkin bir rol oynadığı görüşü, yumuşak güç kavramının etkinlik alanı paralelinde olan bir görüş olarak kabul edilmektedir. İşte bu kapsamda, günümüz kitle iletişim araçları ve yeni medya aracı olan sosyal medya platformlarında, kamu diplomasisi paralelinde yapılan paylaşım ve medya ürünleri, herhangi bir fiziki sınıra takılmaksızın hedef ulus ve milletleri etkilemede, onların görüşlerini ve kararlarını yönlendirmekte ve onların algılarını istenilen yöne kanalize etmektedir.

İşte bu tüm bu olgulara bakıldığında, yumuşak güç paralelinde kitle iletişim araçlarını kullanan medya, mesajlarını fiziki sınırların ötesindeki her bir bireye ileten kitle ve yumuşak gücün çatısı altında devlet politikalarının aktarılmasında etken rol oynamaktadır. Kamu Diplomasisi, özellikle 20.yüzyıl ile birlikte dünya siyasi konjonktürünün değişmesiyle ortaya çıkan yeni iletişim ihtiyaçlarının karşılanmasındaki eksikliklerin *(anında erişim, toplu etkileşim vb.)* fark edilmesi ile önemini artırmış, özellikle Soğuk Savaş Dönemi sonrasında iki taraflı dünya düzenini temsil eden blokların yıkılması ile ülke sermayeleri kapitalistleşmiş, kapitalist sistemin getirdiği teknolojik imkanlar ile de dünyanın küreselleşme serüvenine hız kazandırmıştır. Bunun sonucunda meydana gelen küreselleşme olgusu ile birlikte yaşanan teknolojik gelişmeler tüm dünya ülkelerinde kendine yer edinmiş, geleneksel diplomasideki tek yönlü iletişimin aksine iletişimin çift yönlü ve geri bildirim *(feedback)* sağlanarak çoğulcu bir iletişim paydaşlığına imkân tanımıştır. Böylece, ülkelerarası iletişimde, geleneksel diplomasideki

tek iletişim paydaşı olan devlet yetkilisi *(kral, padişah, başbakan vd.)* ve elçilerin haricinde medya, kamoyu, sivil toplum kuruluşları, üniversiteler, kanaat önderleri ve bireyler yeni diplomatik aktörler olarak kamu diplomasisinde yer edinmiştirler. İletişimde yer alan bu aktörler, bir ülkenin karar alıcılarını veya kamuoyundaki görüşleri, teknolojik imkanların da sağladığı faydalar ile birlikte doğrudan etkilemeye başlamıştır (İletişim 2022, 32).

Yukarıda bahsi geçen diplomatik aktörlerin bulunduğu devletlerin, uluslararası arenada oynadığı rolü, ikili veya çoğul ilişkilerinin nasıl olacağını, nasıl ve ne şekilde sürdürüleceğini belirleyen Kamu Diplomasisi (Abdurahmanli ve Bağış 2021, 34), bir ülkenin, diğer bir ülke hakkındaki veya üzerindeki hedeflediği ülküyü gerçekleştirmek maksadıyla yapmayı planladığı her eylem, onun dünya arenasındaki konumunu da belirlemesinde etken rol oynamaktadır. Bu rolü belirlenmesinde etken olan aktörler, çeşitli mecra ve alanlarda olabilmektedir.

1.6. Kamu Diplomasisinin Aktörleri

Kamu politikalarının eylemleri anayasal yetkilerle uygulanabilir olmasının yanı sıra kim veya kimler tarafından uygulamaya geçirileceği de önemli bir detaydır. Bu politikaların oluşumu, tasarlanması ve uygulanması gibi aşamalar devlet içi veya devlet dışı olarak addedilen *aktörlerce* hayat bulmaktadır. Bu aktörler, kamu politikasının etkin eylemlerinde olmazsa olmazlarından bir husus olarak bilinmektedir.

Devletin uyguladığı kamu politikalarının yapıcısı olan kurumlar, devlet içi aktör ve devlet dışı aktör olarak iki alt başlık altında ele alınacaktır.

1.6.1. Devlet İçi Aktörler

1.6.1.1. Cumhurbaşkanlığı

Kamu politikalarının uygulayıcısı olan aktörlerin bir türü olan devlet içi aktörler, anayasal hukuk normları ve düzenlemeler ile kamu politikalarına ait eylemleri meydana getirmektedirler. Bu aktörler, hukuksal bir düzenleme ile kendilerine yetki sağlanan, devletin yetkili organları ve o bu organların gücünü kullanabilen kamu görevlisi olan kişilerdir. Bu uygulayıcı aktörlerin en tepesinde ise devlet yönetiminin başında bulunan,

cumhurbaşkanlığı makamının yetkileri ile donatılmış cumhurbaşkanı bulunmaktadır. Cumhurbaşkanı, yürütme yetkisinin kullanımı konusunda en tepede bulanan isim olması sebebiyle kamu politikalarının uygulanmasında güçlü bir etkiye sahiptir.

Cumhurbaşkanlığı makamı, kamu organın en güçlü aktörü konumundadır. Devlet adına uygulanacak politikaların belirlenmesi, belirlenen politikaların kapsamı ve nihai olarak çerçevesi belirlenen politikaların uygulanması aşamalarında etkisi en güçlü aktörlerdendir. Cumhurbaşkanlığı makamının getirmiş olduğu yetkiler nezdinde kamu politikaları uygulanırken, alınacak sonuçlarında güçlü olmasının beklenmesi gerçekçi olacaktır. Kamu politikalarının uygulanmasında güçlü bir irade sergilenmesi, aynı doğrultuda netice alınmasına da katkı sağlayacağı öngörülebilmektedir.

Kamu politikalarının uygulayıcıları açısından cumhurbaşkanlığı, Türkiye özelinde irdelendiğinde ise 2017 anayasa değişikliği ile çok daha özel bir yerde ve önemde konumlanmaktadır. Söz konusu 2017 anayasa değişikliği ile birlikte gelen yeni sistemdeki partili cumhurbaşkanlığı kavramı, seçilen cumhurbaşkanı adayının, aday gösterildiği partiden ilişkisini kesmeden cumhurbaşkanlığı görevini yürütmesine olanak sağlamaktadır. Böylece, seçilen cumhurbaşkanı, partisi üzerindeki kontrol gücünü, herhangi bir başka bir siyasi aktöre devretmeye mecbur kalmayarak sürdürmekte, parti üzerindeki mutlak egemenliğini devam ettirebilmektedir.

Kamu politikalarının uygulanması açısından avantajı ise partili cumhurbaşkanı siyasi gücünü beraberinde devam ettirerek, kamu politikalarının belirlendiği mecliste, kendi partisinin milletvekilleri üzerinde tam kontrol sağlayarak ilgili kamu politikalarının uygulamaya geçmesini kolaylaştırmaktadır. Parti liderlik konumunun getirmiş olduğu siyasi güç, ilgili partiden seçilmiş milletvekillerinin meclisteki karar alma süreci üzerinde tam hakimiyet sağlama adına yadsınamaz bir mutlak güç tesis etmektedir. Böylece bir kamu politikasının çerçevesi belirlenmesinde cumhurbaşkanının görüş ve değerlendirmeleri, yasama organındaki siyasi parti bireyleri üzerinden uygulamaya geçirilmektedir. Bu açıdan 2017 sonrası değişiklik ile birlikte cumhurbaşkanlığı, kamu politikalarının belirlenmesi ve uygulanması sürecinde çok etkin bir konumda yer almaktadır.

Kamu politikaları çerçevesinde diğer ülkelerle yapılacak ikili ilişkilerde uygulanacak diplomatik eylemlerde cumhurbaşkanı makamının temsil gücü ve kabiliyeti de önemli bir yer tutmaktadır. Kamu politik faaliyetleri kapsamında ikili ilişkilerde etkilenmesi hedeflenen ülkenin, diplomatik faaliyetler esnasında uygulayıcı devletin üst siyasi figürü olan cumhurbaşkanının siyasi olarak güçlü ve karizmatik bir duruş sergileyebilmesi, hedef ülkenin kamusunu etkileyebilme yüzdesinin yukarı taşımaktadır. Örneğin; Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı olan Recep Tayyip ERDOĞAN'nın Birleşmiş Milletler (BM) kürsüsünden, veto hakkı gücü elinde bulunan BM Güvenlik Konseyi üyesi 5 ülkeye ithafen "Dünya 5'ten büyüktür." söylemi, güçlü bir şekilde ifade edilmesi sebebiyle diğer dünya ülkelerinin kamoyularında geniş bir yankı bulmuş, bir süre diğer bazı ülkelerin liderlerince de tekrar edilerek gündemde yer almıştır. Kamu politikalarının uygulanmasında büyük bir siyasi gücü elinde bulunduran Cumhurbaşkanına ait söylemlerin gücü, kitlelerin yönlendirmesini sağlayabilmekte, bu yönlendirme ile de uygulanacak politikaların kamu yani halk nezdinde karşılık bulmasına olanak sağlamaktadır.

1.6.1.2. Meclis

Kamu politikasının aşamalarında söz sahibi diğer bir aktör, söz konusu karar verici makamlara yetki sağlayan kanunları yürürlüğe koyan meclis organıdır. Meclis organı bünyesinde bulunan milletvekilleri yani kanun koyucuların çalışmaları ile kamu politikaları şemsiyesi altında yapılan eylemlerin hukuksal dayanağını sağlamaktadır. Türkiye'de kanun koyucu bu organ olan Türkiye Büyük Millet Meclisinin (TBMM) üyeleri, kamu politikasına yön veren kanunları hazırlayarak kamu politikalarının diğer önemli bir aktörü olmaktadır.

TBMM üyeleri olan bürokratlar, salt çoğunluğunu oluşturduğu hükümet erkinin görüş ve direktifleri doğrultusunda kamu diplomasisinde uygulanacak eylemlerin güçlü ve geçerli bir şekilde uygulanabilmesine dayanak teşkil edecek yasal zemini hazırlarlar. Çünkü amaç, uygulanacak politikalarda devletin ve de hukukun yaptırım gücünü arkasına almaktır. Söz konusu üyelerce hazırlanan bu yasal zemin ise hukuksal normlar ve kanunlar vasıtasıyla sağlanır. Milletvekili olan bürokratlar tarafından hazırlanan bu kanunlar, yasama organı olan meclise sunularak, meclis genelinde bulunan diğer parti

vekillerinin oylamasına sunulur ve böylece meclis organınca onanan kanun, tüzük vd. yasal metinler kamu politikalarının uygulama alanına zemin hazırlar.

Kamu politikalarının belirlendiği kanun koyucu meclis çalışmaları içerisinde bulunan milletvekilleri, hükmetme erkini elinde bulunduran hükümetle eşgüdümlü olarak çalışabilmektedir. Partili cumhurbaşkanlığı sonrası, özellikle seçilmiş cumhurbaşkanının içinden çıktığı partinin milletvekilleri, cumhurbaşkanının misyon ve hedefleri doğrultusunda ortak çalışmalarda bulunurlar. Böyle bir ortak çalışmanın ürünü olacak kamu politikaları, yürütmenin herhangi bir revizesine takılmadan hayata geçirebilmektedir.

Yasama organı olan meclis çatısı altında hazırlanan yasa çalışmalarının, hükümetin görüş ve direktifleri ile uyumlu olarak yapılması, kamu politikalarının herhangi bir ret engeline takılmadan uygulamaya konmasına fırsat hazırlamaktadır. Çünkü, özellikle Türkiye minvalinde bakıldığında, 2017 Referandumu sonrası hayata geçirilen cumhurbaşkanlığı sistemi parlamenter sistemin yerini almış, parlamenter sistemde yer alan güçler ayrılığı ilkesi, yerini güçlerin tek bir odak noktasında toplanarak karar alma mekanizmasını cumhurbaşkanlığında bulunmasına olanak sağlamıştır. Böylece hukuksal zemin üzerinde çalışılan kanun maddelerinin diğer kanun koyucu muhalif parti milletvekillerince ret engeline takılma ihtimali azalmış, iktidar partisince tasarlanan kamu politikasına ait uygulamaların anayasal zemin kazanma süreci hızlanmıştır.

1.6.1.3. Yargı Organları

Kamu diplomasisinin uygulayıcısı, yasama ve yürütme konumunda yer alan aktörlerin dışında bir diğer devlet içi aktör ise yargı aktörleridir. Meclisin anayasal çalışmalar sonrası meydana getirdiği kanun teklifleri, meclis vekil salt çoğunluğun kabul oyunu alması ile birlikte yürürlüğe girerek hukuksal bir zemin kazanır ve yaptırım gücü meydana gelen kanunlar oluşur. Yargı aktörlerinden olan Anayasa Mahkemesi, yasama organının kanunlaştırmış olduğu hukuksal normların uygulanabilirliğini, yasa ve anayasalara uygunluğunu inceleyerek gerçekleşen kamu politikalarının anayasaya uygunluğunu denetler (Duru 2022, 25).

Yönetme erkini elinde bulunduran hükümetin uygulamaya koymak istediği kamu politikaları çerçevesinde meclis çatısı altında hazırlamış olduğu kanun tekliflerinin uygulamaya geçiş safhasında anayasaya uygunluğu elzemdir. Bu neden ile kamu politikası adına yapılan çalışmaların devletin hukuksal yaptırım gücünü arkasına alabilmesi için Anayasa Mahkemesinin denetime tabi olmaktadır. Böylece, hükümet erkinin veya sınırlı da olsa muhalefet parti vekillerinin yasalaşmaya hazır hale getirerek sundukları kanun tekliflerinin anayasal olarak denetimi aynı zamanda Anayasa Mahkemesinin, kamu politikalarının denetleyicisi ve eksikliklerin tespiti ile geliştiricisi konumunda bulunmaktadır.

Şimdiye kadar bahsi geçen aktörlerin tamamı kamu diplomasisinin belirlenmesindeki devlet içi aktörler, oyuncular olarak addedilmektedir. Kamu politikalarını belirleyen ve hayata geçiren bu aktörler/oyuncuların yanında devletin yasama, yürütme gibi kurum gücünü, hukuksal normların ayrıcalığını kullanmadan kamu politikalarına yön veren devlet dışı aktörler bulunmaktadır.

1.6.2. Devlet Dışı Aktörler

Sanayi Devrimi, meydana geldiği 18. ve 19. yüzyıllarda İngiltere ve sonrasında özellikle Avrupa Devletleri arasında büyük bir toplumsal, ekonomik ve teknolojik dönüşümü meydana getirmiştir. Sanayi Devrimi ile birlikte yüksek bir ivme kazanan sanayileşme hareketi ile bilimsel ve teknik gelişmelerde büyük düzeyde ilerlemeler kaydedilmiş, bu ilerlemeler yeni makinelerin geliştirilmesi, buhar gücünün kullanılması ve otomasyonun artması gibi teknolojik ilerlemelere öncülük etmiştir (Arslan 2018, 5). Bu gelişmeler iş alanındaki üretkenliği artırmış ve endüstriyel süreçleri büyük ölçüde hızlandırmıştır.

Sanayi Devrimi, beraberinde getirmiş olduğu üretimdeki endüstriyelleşme faaliyetleri sadece üretim üzerindeki etkisi ile sınırlı kalmamıştır. Tabii olarak bunun paralelinde iş çeşitliliğin artması, fabrikalaşma hareketlerinin bulunduğu şehirlerdeki nüfus hareketliliğini büyük ölçüde etkilemiştir. Fabrikaların bulunduğu yerlerdeki kentleşme oranları ile var olan şehirler gelişim göstererek geleneksel toplum yapısı yerini modern endüstriyel topluma bırakmış ve eğitim, sağlık hizmetleri ve yaşam standartları da gelişmiştir (Arslan 2018, 8).

Yaşanan bu gelişmeler komplike bir hareket olması sebebi ile beraberinde, şehirlerde bulunan ve yeni meydana gelen insan popülasyonunun artması, beraberinde söz konusu bireyler için yeni hizmetlere olan ihtiyaçları meydana getirmiştir. Bu ihtiyaçlar farklı sektör ve iş gruplarında kendini göstermesi hizmetlerin tek bir kaynak (*devlet*) yerine sermaye girişimleri *(özel)* ile giderilmesi durumuna da zemin hazırlamıştır. Bireylerin sağlık, ulaşım, beslenme, eğitim vd. ihtiyaçlarının sermaye yapısının değişmesi ile özel sermaye iştirakleri ile giderilmesi durumu gün geçtikçe çeşitlenmiş, böylece günümüzde farklı hizmet kollarından faaliyet gösteren firma, şirket gibi kuruluşların meydana gelmesini sağlamıştır.

Yukarıda aktarılanlar eşliğinde konu başlığı ele alındığında, sanayi devrimi ile birlikte sermaye yapılarının oluşması ve buna bağlı olarak meydana gelen küreselleşme hareketleri, iletişim araçları ve bilgi teknolojilerinin kullanımında son yıllarda gelinen noktada kamu politikası üretim sürecine diğer aktörlerin katılımını kolaylaştırmıştır (Duru 2022, 28). Kamu politikalarının belirlenmesinde rol alan bu söz konusu diğer aktörler ise daha öncesinde ele alınan devlet içi aktörlerin dışında kalan devlet dışı aktörlerdir.

1.6.2.1. Sivil Toplum Kuruluşları (STK)

Kamu politikalarının belirlenme ve hayata geçirilme gayesi açısından diğer ülkeler ile ikili ilişkileri geliştirmek, uluslararası toplumda etkili iletişim ile politikaların kabul göreceği zemin hazırlamak yadsınamaz bir ihtiyaçtır. Bu bahsi geçen aşamaların uygulayıcılarından birisi olan sivil toplum kuruluşları veya sivil toplum örgütleri hayata geçirdikleri uygulamalar ile kamu politikasının destekçisi konumunda olabilmektedirler.

Sivil toplum örgütleri, hedef veya farklı ülkelerde yaşayan insanlar ile herhangi bir aracı olmadan doğrudan temas kurabilir. Bu temas ile kurulan iletişim ve etkileşim süreci beraberinde kültürel etkileşimi getirmektedir. Bu etkileşim, politikası etkilenmek istenen ülkenin görüşlerini kendi çizgisine yakın olarak konumlandırmakta kullanılabilmektedir. Kültürel veya insanlar arası etkileşim ile birlikte STK'lar ilgili ülkede yaptıkları gıda yardımı, içilebilir su kaynakları temini, tıbbi ve cerrahi yardım veya dil sempozyumları, tiyatro gösterimleri, eğitim çalıştayları, öğrenci değişim programları vb. faaliyetleri ile icraat gösterdikleri ülkenin politikasını hedeflenene doğru kanalize etmekte rol

almaktadırlar. Aynı zamanda STK'lar, oluşturdukları imaj ile ülkenin, uluslararası itibarını ve algısını şekillendirebilir.

Söz konusu STK'lar faaliyette bulundukları ülkelerdeki gerçekleştirdiği hizmetler ile iyi niyetli, fedakârlık ve vefa duygularını ön planda tutarak içinden çıktığı ülkenin dünya kamoyunda olumlu algılanmasına yardımcı olabilir. Ülke insanına yapılacak faaliyetlerde gerek medyaya gerek ise faaliyet raporlarına verilecek olan veri/görüntüler ile söz konusu imaj oluşturmaya katkı sağlanabilmektedir.

Sivil toplum kuruluşları, yaptıkları faaliyetler ile hükümetler arası ikili ilişkileri kolaylaştırabilmekte, yani bir nevi köprü rolünü de üstlenmektedirler. Söz konusu STK'lar faaliyette bulundukları kamu politikası açısından hedef ülke ile açık, dürüst ve yapıcı bir diyaloğu teşvik edebilirler ("Sivil Toplumun Rolü" 2023). Farklı görüşlerin duyurulmasına ve anlaşmazlıkların çözümüne yardımcı olmak için iletişim kanalları oluşturabilirler. Örneğin; Uluslararası Kızılhaç veya Kızılay, yardım faaliyetinde bulundukları ülkelerdeki çatışma durumunun daha da şiddetlenerek zarar potansiyelinin artmaması adına taraf ülkelere çatışmasızlığı salık verebilirler. Bu salık ile diğer ülkelerde kamoyu oluşturularak sorunun çözüme kavuşması adına siyasi baskı temelini oluşturabilmektedirler. STK'lar, bu ve buna benzer diğer stratejileri kullanarak ülkeler arası köprü rolünü oluşturabilir, iş birliğini teşvik edebilirler. Bu, barış, insan hakları, çevre koruma ve diğer küresel meselelerin çözümünde önemli bir rol oynar.

Kuruluş misyonuna göre farklı minvallerde teşkilatlanmış olan STK'lar özellikle savaş, doğal afet, kıtlık, iklim krizi, terör vb. kriz durumlarında yapacakları insani yardım sağlama ve toplumsal dayanışma gösterme konusunda önemli bir oynayabilirler. Bu gibi kriz durumlarında, söz konusu krizin yaşandığı ve acil eylem tedbirlerinin alınması gerekilen ülkelerde yapılacak yardım faaliyetler ile krizin giderilmesi veya kriz sonrası zararının hafifletilmesi, yaraların sarılması gibi yararlar göstererek faaliyet gösterdikleri ülkenin dünya kamuoyundaki konumunu olumlu olarak etkiyebilirler.

1.6.2.2. Kanaat Önderleri

Devleti yönetme erkini elinde bulunduran hükümetlerin, devlet adına kamu politikalarını belirleme safhalarında kanaat önderlerinin etkisi vardır. Kanaat önderi denilen kavram,

bir bireyin içinden çıktığı ve aidiyeti bulunduğu toplumu görüşleri, fikirleri veya eylemleri ile harekete geçirme gücünü elinde bulunduran kişi olarak bilinmektedir. Bu söz konusu kişinin söz veya eylemi ile harekete geçirme gücü politikaların belirlenmesi aşamasında etken bir rol oynayabilmektedir.

Kanaat önderleri, içinde bulunduğu toplumda saygın ve etkili kişiler olarak geniş bir takipçi kitlesi olan kişilerdir. Bunun yanında belirli bir uzmanlık alanında bilgi veya deneyim sahibi birisi de *(düşünür, bilim insanı vb.)* olabilir. Kanaat önderleri, içinden çıkageldiği toplumun dikkatini kendi görüş ve düşünceleri doğrultusunda belirli bir konu üzerine çekerek onların ilgisini söz konusu olaya veya konuya yoğunlaştırır (İletişim 2022, 110). Böylece ilgisi konuya çekilmiş ve dikkatleri yoğunlaşmış toplum bilinçlendirilerek yapılması planlanan politikaların toplum tabanında karşılık bulması fırsatı elde edilir. Böylece kamuoyunun, politik meselelere daha fazla ilgi duyması ve tartışabilmesi ve politika haline gelmesi istenilen fikrin meşruiyet kazanabilmesine de olanak sağlamaktadır.

Kamu politikalarının yapıcıları arasında etki sahibi olan Kanaat önderleri, yaptıkları lobi faaliyetleri ile politika belirleyicilerini etkileme ve yönlendirmede bulunabilirler. Söz konusu kanaat önderleri, üzerinde çalışılması istenilen veya var olan çalışmanın değiştirilmesi istendiği durumlarda politika yapıcıları ile doğrudan iletişim kurabilme imkanına sahiptirler (Altıncık 2022, 141). Örneğin; Güneydoğu Anadolu bölgesi halkı üzerinde nüfuzu bulunan kanaat önderleri veya diğer bir deyiş ile aşiret reislerinin, bölgesinde eylem potansiyeli bulunan bölücü terör örgütü faaliyetlerine karşı verilecek mücadelede daha etkin ve caydırıcı olabilmek adına köy korucu kadrosunun açılmasını istemesi ve bunun için politika yapıcıları ile yaptıkları görüşmeler neticesinde Jandarma Genel Komutanlığı bünyesinde korucu alımı kadro ilanlarının açılması ile politika yapıcılarının Savunma/Asayiş politikalarında çalışmalar yapmasına neden kılmış, böylece kanaat önderlerinin politika belirlemesinde etken olmuştur.

Bunlar ile birlikte kanaat önderleri çalıştay, konferans veya seminerler düzenleyerek politika yapıcılarının gündemine aldıkları veya alacakları konular üzerinde derinlemesine münazaralarda bulunarak politika yapıcı paydaşları bir araya getirebilir. Kanaat önderleri, bir araya getirilen paydaşlar ile ortak akıl çerçevesinde yapılacak politika belirlemelerindeki çalışmalara fikir sunabilmekte, diğer paydaşların üzerinde çalışmakta

oldukları politikaların artısı ve eksisini kendi açısından analiz ederek politika paydaşlarını kanalize edebilmektedir. Kendi görüş ve düşünce yapısına paralel olarak ortaya koydukları fikirler ile politika koyucuları yönlendirebilmekte veya var olan düşünceyi şekillendirebilmektedirler. Kanaat önderleri bu gibi çalışmalarla politika yapıcılarına politik faaliyetlerinde önermelerde bulunabilir, onlarla ortak kolektif bir sürecin içerisinde yer alabilir.

Politika yapma sürecinde rol alan kanaat önderleri basın demeci, reklam filmleri, makale veya röportaj gibi yapacakları medya faaliyetleri ile halihazırda yürürlükte olan veya taslak halindeki politikalar hakkında görüşlerini açıklayabilirler. Özellikle uzmanlık alanı ile ilgili yapılacak politikalarda fikir beyan etmesi ve politika yapıcılarına öneri, tavsiye salık verecek olması, onun görüşlerini takip eden, fikirlerini benimseyen kitleleri de etkileyerek politika yapım sürecine etki etmektedir (Güz ve Demirtaş 2021, 193). Örneğin; X bir hükümetin göçmenler ile ilgili benimsediği ve uygulamaya koyduğu geri kabul anlaşması ile göçmen nüfusun ülke içerisinde barınmasını sağlamasına karşı olarak, göçmen ve göçmen hareketleri alanında bilimsel çalışmaları bulunan, medyada bilinirliği olan ve halk tarafından saygı gösterilen sosyolog bir profesörün, medya vasıtası ile göçmen politikasının yanlışlığını ve derhal bu yanlıştan geri dönülmesine ilişik vereceği demeçler ve röportajlar, kendisini sosyal medya veya geleneksel medyadan takip eden binlerce takipçisinin görüşlerini etkileyecek, bu etkileme ile göçmen karşıtlığı toplum nezdinde genel bir yargıya dönüşebilecek ve bu da kanun koyucuların, halihazırdaki politik faaliyetlerine muhalefet edecek bir kitle engeli ile karşı karşıya kalmasına sebebiyet verebilecektir.

Yukarıda yer alan örneklem üzerinden bakıldığında, kendi fikir ve düşünceleri doğrultusunda politika tasarlamayı düşünen politika koyucuları, kanaat önderinin söylemleri ile politikalarını tekrar gözden geçirmeye veya revize etmeye yönelecektir. Böylece kanaat önderlerinin medya iletişimi ile politikalara etki edebilme potansiyeline sahip olduğu değerlendirilmektedir (Güngör 2024, 95).

1.6.2.3. Üniversiteler

Devletin, bir hedef amacında yürütmekte olduğu diplomasi faaliyetlerinde diğer bir etken faktör olan üniversite kurumu, bünyesinde birçok eğitimsel faaliyetleri barından bir kamu

diplomasi aktördür. Üniversiteler, devletler arası ilişkileri geliştirmek, onları ilerletmek, çeşitli alanlarda iş birliğini teşvik etmek gibi misyonu ile diplomatik faaliyetlerde etken bir rol oynamaktadır. Üniversiteler, bünyesinde yapmış olduğu çalışmalarla bu rolü oynamaktadır.

Üniversiteler, hazırladıkları eğitim programları ile kamu diplomasisi alanında uzmanlaşmış, projeler üretebilen öğrencilerin yetişmesini sağlayabilmektedir. İletişim, uluslararası ilişkiler, kamu yönetimi, hukuk vb. konular üzerinde hazırlanmış eğitim programları ile donatılan öğrencilerin, kamu diplomasisi alanında söz sahibi, fikir ve proje üretebilen donanımda olması hedefi önem arz etmektedir. Bu eğitimler ile yetişen öğrencilerin gerek ulusal gerek ise uluslararası arenada içinden çıktığı ülkenin hedef ve misyonları doğrultusunda faaliyetler icra etmesinin beklenilmesini elbette yadsınamaz.

Bununla birlikte, üniversitelerin akademik kadrosunda görev alan farklı alanlarda uzmanlaşmış akademisyenlerce düzenlenecek konferans ve sempozyumlar ile kamu diplomasisinin konusunu oluşturan alanlarda toplumun bilinç sahibi olması ve toplumsal farkındalığı sağlanabilmektedir. Böylece devletin uygulamak istediği kamu diplomatik faaliyetlerin toplum nezdinde kabul görmesi ve bunun müteakibinde faaliyetlerin uygulama safhasının herhangi bir toplum reddine takılmadan hayata geçirilmesi açısından üniversitelerin bilgi paylaşımı önem kazanmaktadır.

Üniversitelerin eğitim kadrolarında görevli, diplomatik faaliyet alanları ile ilintili ihtisas dallarında uzmanlaşmış bilim insanlarının yapacakları araştırmalar ve projelerde kamu diplomasisi alanına ait çalışmalarda avantaj sağlayabilmektedir. Söz konusu alanlarda *(iletişim, uluslararası ilişkiler, kamu yönetimi, hukuk vb.)* uzmanlaşmış akademisyenler, yaptıkları araştırmalar ile kamu diplomasisi alanında yeni ve etkili stratejilerin geliştirilmesini, uygulanacak politik faaliyetlerin etkinliğinin ölçülmesine ve de var olan faaliyetlerin daha güçlü olarak geliştirilmesine olanak sağlayabilmektedir.

Aynı zamanda ilgili üniversiteler, uluslararası alanda kendisi gibi akademik faaliyet gösteren diğer üniversiteler ile bilimsel çalışmalarda kuracağı ortaklık ve iş birlikleri ile uluslararası sorunların çözümüne yönelik çalışmalarda bulunabilirler. Üniversitelerin uluslararası düzeyde yapacakları öğrenci değişim programları, farklı ülkelerden eğitim almak için gelen öğrencilerin ülke diplomasisine paralel olarak etkileme çalışmalarına

zemin hazırlamaktadır. Aynı zamanda öğrencilerin farklı kültürler ile etkileşimde bulunmasına, o ülkenin kültürünü, demografik yapısını, siyasi yapısını vd. ayrıntılarını yakinen tanımasına, öğrenmesine ve ileride bu hususlar üzerine olması muhtemel projeler geliştirebilmesinde yetkinlik kazanmasını da sağlayacaktır. Üniversitelerin yaptıkları bu iş birliği elbette sadece üniversiteler ile sınırlı değildir. Farklı STK'lar, dernekler, vakıflar, kanaat önderleri, sanatçılar gibi farklı kurum veya kişilerle de gerçekleştirilebilmektedir.

1.6.2.4. Medya Kuruluşları

Zaman içerisinde teknolojik alanda yaşanan gelişmeler ile birlikte insanların haber alma kaynaklarına olan ihtiyaçlarının giderilmesi ihtiyacı ile gücü artan medyanın, kamu diplomasisi alanında da etken bir rol oynamasına fırsat vermiştir. 18.yüzyıl düşünürlerinden olan İngiliz yazar Edmund Burke'ün "medyanın dördüncü güç olduğu" söylemi ile medyanın, yasama, yürütme ve yargı yönetim erklerinden sonra gelen en etkili yönetim erki olduğunu belirtmektedir (Erdoğan 2013, 26). Kamu diplomasisi alanında da bu söylemin gücü görülmektedir.

Medya kuruluşları, özellikle haber verme alanındaki çalışmaları ile bilgi akışını hızlandırarak elde edilen bilgilerin geniş kitlelere hızlı bir biçimde yayılmasını sağlar. Hızlı bir biçimde aktarılan bilgiler ile bilgi sahibi olan geniş kitleler, haberi hazırlayan ve ileten medya kuruluşunun ait olduğu ülkenin politik hedeflerini öğrenmekte ve böylece etkilenme/maruz kalma durumunda olabilmektedir. Örneğin; Türkiye'de yayıncılık faaliyeti yürüten devlet sermayeli bir medya kuruluşu olan Anadolu Ajansının, Türkiye Cumhuriyeti'nin diplomatik çabaları sonucu Rusya-Ukrayna arasında gerçekleşen esir takasını dünya kamoyuna haber olarak görsel ve metinsel olarak aktarması, Türkiye'nin savaşlarda arabulucu olarak etkin ve saygın bir ülke olduğu imajının dünya kamuoyunca kabul görmesini sağlayabilmektedir. Bu ve bunun gibi çalışmaları ile medya, ait olduğu devletin dünya kamuoyundaki imajını olumlu ve pozitif olarak etkileyebilmektedir.

Medya, devlette herhangi bir şekilde meydana gelen siyasi veya doğal krizlerde *(savaş, diplomasi, doğal afet vb.)* rol alarak kriz yönetiminde etkili aktör olabilmektedir. Devleti yönetme erkini elinde bulunduran hükümetler, bu gibi kriz anlarında toplumda daha çok galeyan veya hezeyan durumunun meydana gelmemesi, infial oluşmaması adına doğru

haberler ile hızlı ve etkin olarak bu krizleri yönlendirebilmek adına medyayı kullanabilmektedir.

Hükümet erki tarafından devletin menfaatine uygun olarak hayata geçirilecek kamu diplomasi faaliyetlerinin bilinirliğinin artırılarak toplum nezdinde karşılık bulabilmesi, ilgili konuların medya tarafından gündeme getirilmesine bağlıdır. Medya, ele alacağı konulara daha çok yer vererek toplumun dikkatini ve algısını istenilen yöne doğru çeker, böylece ilgili konudaki farkındalığı artırır. Bireylerin eğilimlerini üzerinde düşünülmesini istediği konulara yoğunlaştırır. Yani kamu diplomasisi açısından medya, kamu diplomasisi adına ele alacağı konuları gündeme getirerek toplumun, uygulanacak kamu diplomasisi faaliyetlerinde rızasını sağlamak adına fikirlerini ve düşüncelerini yönlendirir (Hazar ve Sbouh 2020, 56).

İKİNCİ BÖLÜM

TÜRKİYE'NİN KAMU DİPLOMASİ ANLAYIŞI VE İLETİŞİM STRATEJİSİ

"Dostlarını kendine yakın tut, düşmanları daha da yakın tut."

Sun Tzu

2.1. Türkiye'nin Kamu Diplomasi Anlayışı

İkinci Dünya Savaşı sonrası dünya siyasi konjonktüründe yaşanan gelişmeler ve değişimler kendini sadece fiziki sınırlarda göstermemiştir. Savaştan galip çıkan devletlerin güç hegemonyasını elinde bulundurması ile yaşanan bu gelişmelerde söz sahibi olması, onları, tüm bu değişimlerin belirleyicisi konumuna taşımıştır. Global çapta teşkil edilen örgütlü kuruluşlar, vakıflar ve askeri organizasyonlarda bu galip devletlerin hegemonyası ve etkisi yüksek ölçüde görülmektedir. Buralarda, söz sahibi olan ülkelerin direktifleri ve etkileri doğrultusunda faaliyet gösteren örgütler, bir nevi güç sahibi bu ülkelerin, bir diğer yere ellerinin ulaşmasındaki aracı olarak rol almaktadır. Şöyle bir örneklem üzerinden gidilecek olursa; normal şartlarda, hedef bir ülkenin içişlerine müdahele sayılabilecek bir hamlenin, bahsi geçen kuruluşların vasıtası ve marifeti ile yapılması, o müdahaleyi meşru hale getirebilmektedir. Amerika Birleşik Devletleri'nin Afganistan veya Kosova gibi ülkelerdeki iç karışıklıklara doğrudan müdahalesi her ne kadar hukuksal normlar kapsamında savaş sebebi sayılsa da NATO aracılığı ile yapacağı askeri hamleler, barışı tesis etmek şemsiyesi altında yapılacağından dolayı bu savaş sebebi etkisinden nötralize olmaktadır. Buralara askeri bir müdahaleyi meşru kılan eylemleri ile Amerika, hem o ülkedeki iç işlerine kendi görüş ve politikası gereği etki edebilmekte, hem de dünya ülkeleri üzerinde kendisine öykündürme sağlatarak

kahraman, barışın mutlak garantörü, güç ve kudret sahibi, yenilmez, meydan okunulmaz gibi sıfatları kamu diplomasi bağlamında kendisinde toplamaktadır.

Dünya konjonktüründe yaşanan bu gelişmeler Soğuk Savaş Dönemine de zemin hazırlamıştır. Soğuk Savaş Döneminde meydana gelen iki kutuplu dünya düzeninde, taraflar arası meydana gelebilecek konvansiyonel savaş araçlarının kullanımı yerini, her iki tarafında ortak bir düzlemde buluşabileceği, taraflar arası çatışmanın ve gerilimin azaltılmasının hedeflendiği diplomatik faaliyetlere bırakmıştır. Soğuk Savaş olarak adlandırılan dönem taraflarının başını çeken ABD ve Sovyetler Birliği, aralarındaki mücadelede kamu diplomasisi, yumuşak güç kavramlarını benimsediler. Söz konusu kavramlar üzerinde birbirlerine karşı fiziki güç kullanmak yerine kültürel, eğitim vb. diğer alanlarda yapılacak diplomatik faaliyetler ile kazanım elde etme yoluna girdiler.

ABD ve Batı Bloğu ülkelerinin Sovyetler Birliğine karşı uyguladığı kapital eylemlerinde, Sovyetler Birliği halklarının yaşam standartlarının çağ dışı ve yetersiz olduğu algısını onların zihinlerine yerleştirmek için kültürel diplomasi araçlarını kullanmışlardır. Böylece, Doğu Bloğu halklarını kendi yaşam standartlarına öykündürmeye, kendilerine özendirerek içinde bulundukları mevcut konjonktürü kabullenmeme ve hatta reddederek karşı gelinmesini, var olan komünist rejime karşı ayaklanmasını hedeflenmiştir. Batı Bloğunun uyguladığı kamu diplomasisine karşın Sovyetler Birliği ise kendi blok devletlerinin halklarına devlet destekli çeşitli kitle iletişim araçları ile propaganda faaliyetleri yürütmüş, komünist ideolojiyi ve fikirleri halkların zihinlerinde canlı tutmayı amaçlamıştır.

Yukarıda aktarılan ve yakın tarihimize kadar yaşanılan bu gelişmeler çerçevesinde Türkiye Cumhuriyeti Devleti de kamu diplomasisi alanında birtakım dönüşümlere ve gelişmeler yaşamıştır. Soğuk Savaş Dönemi sonrası dağılan blokların getirdiği yeni siyasi haritalar, Türkiye'nin etki ve etkileşim alanlarının da yeniden belirlemesine sebep olmuştur. Türkiye'nin, değişen bu dünya siyasi konjonktürde hem devlet geçmişinin üç kıtada kendini gösterdiği köklü tarihi bir mirasa sahip olması, hem de meydana gelen yeni jeopolitik fırsatların değerlendirilme iştahının artması, kamu diplomasisi alanında atak ve faal bir konumda olma çalışmalarına hız katmıştır.

Türkiye'nin gerçekleştirdiği diplomasinin tarihi her ne kadar elçi gönderme faaliyetlerinin görüldüğü Selçuklu ve Osmanlı Devletleri'ne kadar dayansa da ciddi anlamda ilk kamu diplomasi faaliyet örneklerinin 1800'lü yılların ortalarında görüldüğünü söylemek mümkündür. Türkiye'nin kamu diplomasi çalışmaları dair olarak yakın tarihimizde var olan Enformasyon Genel Müdürlüğüne temel teşkil eden Matbuat Müdürlüğü'nün kurulması (Kocabıyık 2019, 185), Türkiye'nin kamu diplomatik faaliyetlerine temel teşkil eden ilk eylem olması hasebiyle Türk diplomasisi açısından öneme haizdir.

İki kutuplu dünya düzeninde yönünü komünist rejiminin eylemlerinden sakınmak için Batı'ya çeviren Türkiye'nin tek taraflı kamu diplomatik faaliyetleri, 1990'lı yıllarda, dünya üzerinde güçlenen kapital sermayenin küreselleşme olgusu paralelinde değişime uğramıştır. Değişen dünya konjonktüründeki siyasi yapının sunduğu fırsatlardan azami seviyede faydalanmak isteyen Türkiye, 1990'lı yıllarda Turgut ÖZAL iktidarında daha çok dışa açılarak çift yönlü bir kamu diplomasi faaliyetini benimsemiştir. Özellikle özelleştirme hamleleri ile birlikte yabancı sermayenin Türk piyasasına girmesi sonucu birçok uluslararası kurum ve kuruluş Türkiye'yi daha yakından tanımaya, Türk iştirakleri ve firmaları ile yaptıkları iş birlikleri ile Türkiye'nin dışa açılmasını sağlamış(Daban 2017, 86). Böylece, ilk etapta finansal kurum ve kuruluşları ile dış dünyaya açılan Türkiye, ilerleyen dönemlerde kamu iştirakleri ve kuruluşları ile dış politikasını güçlendirmek ve kamu diplomasi faaliyetlerine hız katmak için pozitif bir zemin yakalamıştır.

Siyasi konjonktür paralelinde kamu diplomasisinde ivme yakalayan Türkiye, 2000'li yıllara gelindiğinde ise AK Parti iktidarı ile yüzü tamamen dışa dönük, atılgan ve faal bir kamu diplomasisi anlayışı benimsemiş, bu yönde yapılan çalışmalar hız kazanmıştır. AK Parti iktidarındaki Türkiye'nin 3 Ekim 2005'te Avrupa Birliğine tam üyelik müzakerelerini başlatması, birçok devlet kuruluşunun politikasında da değişikliğe gidilmesine de etken rol oynamıştır. Avrupa Birliği politikaları kapsamında yüzü daha dışa dönük olarak kamu diplomasi faaliyetlerine yönelik çalışmalar yapan Türkiye, Avrupa Birliği uyum süreci kapsamında almış olduğu birçok uyum yasasını kendi kanunlarına entegre ederek yürürlüğüne koymuş, yönünü Batı'ya dönerek kültürel diplomatik ilişkilerini geliştirmiştir.

Kamu diplomasisinde yaşanılan evrensel dönüşümde Türkiye'ye yeni bir bakış açısı kazandırmayı hedefleyen AK Parti hükümeti, yönetimindeki Türk Dışişleri faaliyetleri ile özellikle partinin ilk dönemi olarak adlandırılan 2002-2007 süreci içerisinde komşu ülkeler ve deniz aşırı ülkelerde olmak üzere atılımcı bir kamu diplomasisi yürütmüştür. Bu atılımcı diplomasi anlayışı Türkiye, bölge ve komşu coğrafyalarda yaşanılan siyasi sorunlar karşısında 90 ve öncesi kabuğuna çekilen pasif pozisyondan, bölge ve komşu coğrafyalardaki sorunlarının çözümüne ilişik sorumluluk alan, sorunların çözümünde dinamik bir merkeziyetçi bir rol oynamakta olan aktif bir pozisyona geçiş yapmıştır. Türkiye böylece, devlet politikasındaki hedeflerine ulaşma noktasında, kamu diplomasisini aktif ve güçlü bir araç olarak kullanımını hedeflemiştir (Gündoğdu 2019, 133).

2.2. Kamu Diplomasisi Kapsamında Türkiye'nin İletişim Stratejisi

Türkiye'nin kamu diplomasi anlayışının, yeni çağın gereklilikleri ve fırsatları ile pozitif yönde devinim kazanması, artık Türkiye'nin diğer paydaşlar ile olan iletişiminde yeni bir ***iletişim stratejisi*** geliştirmesine gerek kılmıştır. Geçmiş zamanlarda, geleneksel diplomasi anlayışının sürdürüldüğü dönemlerde kullanılan klasik iletişim yöntemleri *(mektup, telgraf, elçi gönderimi vd.),* devletlerarası iletişim için bir etkin bir araç olarak kullanılmaktaydı. Bu durum, her ne kadar bahsi geçen zaman ve şartlar açısından kullanımı elzem araçlar olsa da yeni çağın getirdiği teknolojik gelişmeler, devletlerin, siyasi iletişim yöntem ve stratejilerini değiştirmesine ve geliştirmesini zorunlu kılmıştır. Çünkü, değişen dünya siyasi konjonktüründe iletişim teknolojilerini tatbik edemeyen devletler, siyasi fırsatları değerlendirme imkanlarını elinden kaçırıp gidecektir.

Gelişen teknolojik imkanlar ile yeni bir politika alanına dönüşen iletişim stratejisi, kamu diplomasisi adına mücadelenin sürdürüldüğü güçlü bir diplomatik dal olmuştur. Böylece, iletişimin çok yönlü olarak kullanım becerisi artık önem kazanmıştır. Bu doğrultuda, iletişim stratejisini üst düzey bir biçemde teşkil eden devletler, uyguladıkları kamu diplomasisinde o denli başarı olma potansiyelini yakalayacaklardır.

Türkiye, yeni çağda güçlü bir kamu diplomasisi sürdürebilmek adına iletişim stratejisini geliştirmeye yönelik yeni kurum teşkillerine girmiştir. İletişim faaliyetlerinin etkin ve bir bütün olarak daha kapsamlı olarak yürütülebilmesi adına 2018 yılında kurulan İletişim

Başkanlığı, Türkiye'nin stratejik iletişim çalışmalarında odak noktası olmuştur. İletişim Başkanlığı etrafında şekillendirilen iletişim stratejisi, Türkiye'nin kuruluşunun 100.yılı olan 2023 yılında uygulamaya konulan "Türkiye Yüzyılı" olarak adlandırılan devlet politikasında, kamu diplomasisinin yürütüleceği dış kanallarda kullanılacak etkili bir strateji olarak lanse edilmiştir. Çağın gerekliliklerini aktif biçimde kullanarak yeni bir iletişim stratejisi kurma ülküsü olan Türkiye, dünya kamoyunda Türkiye markasını oluşturmak maksadıyla İletişim Başkanlığı vasıtasıyla İletişim Seferberliği ilan etmiş, bu kapsamda da Türkiye İletişim Modelini hayata geçirmiştir (Karakaya 2024, 65).

Türkiye İletişim Modeli, Türkiye'nin iletişim stratejisini kurumsallaştırarak global ölçüde, diğer ülke devletleri ile boy ölçüşebilecek, muasır bir seviyede kamu diplomasisi yürütmesine olanak sağlayacak bir model olma vizyonu ile tasarlanmıştır (İletişim Başkanlığı 2023, 200). Bu modelde bilgilerin, en hızlı ve doğru şekilde politik entegrasyonu sağlanarak diplomasi minvalinde kullanılması amaçlanmaktadır. Bununla birlikte, misyonun icrasında kırmızı çizgileri bulunan Türkiye İletişim Modelinde, yazılı, görsel ve sosyal medyada akışı olan tüm enformasyonlar, belirli bir doğruluk süzgecinden geçerek doğru ve gerçekçi enformasyonlar olarak işleme alınmaktadır. Ayrıca, vizyonunda insan odaklı çalışmalar bulunan Türkiye İletişim Modeli, kamu diplomasisi yürütülecek olan alanlarda ihdas edilen programlarda hakikat temelli yumuşak güç kullanarak iç ve dış kamuoyunda lehte bir fikir birliği oluşturmayı ve desteklerini almayı hedeflemektedir.

Tüm dünyada çeşitli iletişim araçları vasıtalarıyla bilgilerin akışta bulunduğu günümüz enformasyon çağında, dolaşımda bulunan bilgilerin doğruluğunun önemli olduğu kadar bunun yanında da kimin tarafından yani bilgi kaynağının da kim olduğu hususu da önem arz etmektedir. Akışta bulunan tüm görsel, işitsel ve dijital bilgiler, sadece bir bilgiden ibaret olmayıp içinde barındırdığı mesajlar ve bunun paralelinde ne amaçla servis edildiği de artık önemi yadsınamaz bir gerçeklik olmuştur. İşte bu minvalde, doğruluğu şüpheli veya yanlış olduğu kesin olan bilgilerin kasıtlı olarak servis edilmesi anlamını taşıyan dezenformasyon kavramı, Türkiye'nin iletişim stratejisinde ayrı bir yer tutmaktadır. Yanlış bilgiler ile toplumları yönlendirme ve birtakım örgüt ve radikal grupların hedefi haline getirilmek maksadıyla servis edilen bilgi ve mesajların yayımlanması olarak adlandırılan dezenformasyona karşı Türkiye, İletişim Başkanlığı kanalı ile

dezenformasyonla mücadelede çalışmaları göstermektedir (İletişim Başkanlığı 2023, 200).

İletişim Başkanlığı, dezenformasyon konusunun öneminin farkında olarak bu konu üzerinde çeşitli organizeler teşkil etmiş, uygulamaya koymuştur. İletişim Başkanlığı, bünyesinde teşkil ettiği Dezenformasyonla Mücadele Merkezi (DMM) ile bilgi akışında bulunan tüm bilgi ve belgelerin içerik ve kaynaklarının irdelenerek hakikati ortaya çıkarmak için çalışmalarda bulunmaktadır. Türkiye'ye karşı yürütülebilecek sistematik dezenformasyon kampanyalarına karşı mücadele etmek maksadıyla faaliyetlerini icra eden DMM, haftalık bülten çıkartarak görsel, yazılı veya sosyal medyada dolaşan Türkiye ve dünya kamoyunu ilgilendiren enformasyonların, bilgi ve yayımların enformatik olarak incelenmesini sağlamaktadır. Ayrıca İletişim Başkanlığı, yayımlamış olduğu "Dezenformasyonla Mücadele Rehberi" ile kamuoyunda, dezenformasyonun zararlarına karşı farkındalık oluşturarak toplumun bilgilenmesini hedeflemiştir (İletişim Başkanlığı 2023, 202).

Türkiye, hayata geçirdiği Türkiye İletişim Modeli ile uygulamakta olduğu iletişim stratejisi gereği, uluslararası kuruluşlar nezdinde de kamu diplomasisi uygulayarak Türkiye markasını güçlü tutmak ve dünya siyasetinde etken bir oyuncu olduğunu göstermek istemektedir. Türkiye, uluslararası askeri güvenlik alanına ilişkin teşkil edilen bir kuruluş olan Kuzey Atlantik Anlaşması Örgütü (NATO)'ne üye ülkeler ile diyaloğu geliştirmek ve onlarla olan kamu diplomatik ilişkilerini güçlendirmek adına panel ve sempozyumlar gerçekleştirmektedir. Uyguladığı iletişim modeli kapsamında #WeAreNATO kampanyasına dahil olan Türkiye burada, Türkiye'nin NATO'daki rolünü ve katkılarını üye ülkelere yeniden hatırlatma ve kuruluştaki önemini yineleme adına reklam, afiş, sosyal medya çalışmaları ile iletişim çalışmalarında bulunmuştur.

Türkiye İletişim Modeli ile iletişimde stratejik bir atılım rüzgârı yakalamayı hedefleyen Türkiye, kamu diplomasisi alanında yaptığı çalışmalarda, iletişim dilini de coğrafi sınırlara bağlı kalmaksızın küresel bir bakış açısında kurgulamaktadır. Dünya ülkelerinde yaşanan savaş, afet, salgın, kıtlık gibi kriz durumlarda kültürel diplomasi etkenini kullanmak isteyen Türkiye, iletişimini küresel bir mantalitede gerçekleştirmektedir. Türkiye, devletin stratejik hedeflerini uygulama yolunda kurulan iletişim köprüleri ile kriz yaşanan ülkelerde iletişim diplomasisi yürütmeyi amaçlamaktadır. Yakın tarihimizde,

küresel ölçüde siyasi, ekonomik ve toplumsal bir kriz yaşanmasına sebep olan COVID-19 pandemisi, tüm dünyayı etkisi altına alan ve binlerce insanın ölümüne sebep olan bir kriz olarak meydana gelmiş, bu kriz esnasında birçok ülke maske, aşı, dezenfektan gibi temel sağlık malzemelerinin temininde ciddi boyutlarda krizler yaşamıştır. Neredeyse tüm dünya ülkelerinde görülen pandemi krizinde Türkiye, dünya ülkelerinde yaşanan kriz ortamından sıyrılarak dünya ülkeleri ile dayanışma içerisinde bulunmuş, onlarla stratejik iletişimlerini sürdürerek pandemi krizini atlatmaya destek vermiştir. Sağlık ürünlerinin tedariğinde ciddi sıkıntı çekmesi ile kriz içerisinde bulunan ülkelere ürün temini yapan Türkiye, birçok ülke ile kültürel diplomasi yürütmüş, ülke kamoyularında ciddi bir Türkiye markası algısını oluşturmuştur. Bununla birlikte, COVID-19 salgını ile mücadeleye yönelik çeşitli ulusal sempozyum ve çevrimiçi konferanslar düzenleyerek ulusal bilinirliği artıran Türkiye, dünya kamoyunda diplomasi uygulayarak stratejik bir iletişim dili kullanmıştır.(İletişim Başkanlığı 2023, 1:101)

Türkiye İletişim Modeli ile iletişim stratejisini yenileyerek kamu diplomasi alanında etkin olmak isteyen Türkiye, iletişimde ve diplomaside odak noktası olmak, devletlerarası iletişimde belirleyici bir rol almak adına uluslararası organizasyonlara da ev sahipliği yapma girişimlerinde bulunmaktadır. Bu doğrultuda, Uluslararası İletişim Zirvesi'ni "STRATCOM" hayata geçiren Türkiye (İletişim Başkanlığı 2023, 165), belirsizliklerin hakim olduğu siyasi ortamda stratejik iletişimin önemine vurgu yapmış, iletişim alanındaki bilirkişi ve bilim insanlarının ortak bir platformda toplanarak çözüm üretmelerine imkan sağlamıştır. Her sene organize edilen bu platform ile tüm dünya ülkelerindeki uzmanlar bir araya gelerek dünya siyasi geleceği ve küresel başlıkları tartışarak yol haritası çizme eyleminde bulunurlar.

Türkiye, yukarıda aktarılan iletişim modeli kapsamında iletişim stratejisini yeniden dizayn etmiş, bu doğrultuda birçok girişim ve eylemlerde bulunmuştur. Teknolojik gelişmelerin imkân tanıdığı tüm alan ve mecralarda aktif bir atılım içerisinde iletişim stratejisi geliştiren Türkiye, yeni çağın siyasi konjonktüründe doğacak fırsatları değerlendirmek için kamu diplomasi çalışmalarını çeşitli kurum ve kuruluşlar üzerinde sürdürmeye devam etmektedir.

2.3. Türkiye'nin Kamu Diplomasi Kurumları

Yeni çağın sunduğu imkanlar ile birlikte, uluslararası ilişkiler alanında bir devinim kazanan Türkiye, bir yandan klasik diplomasinin gerekliliklerini kaidelerine göre yerine getirmeye devam ederken, bir yanda hem devlet hem de devlet dışı aktörlerini aktif olarak kullandığı, yumuşak güç bağlamındaki diğer aktörleri de diplomasisinde etken olarak sahaya sürdüğü kamu diplomasisinde başarılı bir çalışma çizgisini günümüzde sürdürmektedir. Devletten devlete olan klasik diplomasinin aksine diplomasiyi devletten halka veya halktan devlete çeşitlendiren yumuşak güç Kamu Diplomasisi adına çalışmalar, birçok kuruluşlar teşkil edilmiştir. Türkiye Cumhuriyeti, devlet politikasındaki hedeflerine ulaşması açısından, kamu imkanları ile kamu diplomasisi çalışmaları için bazı kurum ve kuruluşlar teşkil etmiştir. Bu kurum ve kuruluşlar devlet sermayesi veya devlet/vakıf, devlet/özel gibi farklı kaynaklarla, imkanlarla meydana gelen kamu kuruluşlarıdır.

2.3.1. Kamu Diplomasi Koordinatörlüğü

2000'li yıllar ile birlikte kamu diplomasisi alanında kurumsallaşmayı sağlayabilmek için ilk olarak 2010 yılında çıkarılan Başbakanlık genelgesi ile Kamu Diplomasi Koordinatörlüğü (KDK) kurulmuştur (İletişim 2022, 36). Kamu Diplomasi Koordinatörlüğü, Türkiye'nin marka olması yolunda ulusal ve uluslararası kamoyunda tanıtıcı ve bilgilendirici faaliyetlerin misyon edildiği bir kuruluş olma özelliğini taşımaktadır. KDK faaliyetleri ile enformasyonda bilgi kirliliğinin önüne geçilerek Türkiye'nin, uluslararası siyasi arenada doğru anlaşılabilmesi ve marka değerinin artarak uluslararası imajının güçlenebilmesi adına çalışmalar yapmıştır.

KDK'nın faaliyetlerini ve de kuruluş misyonunu (Gündoğdu 2019, 137) şöyle açıklamaktadır; *"...kamu diplomasisi, Türk dış politikasının ve yumuşak güç kapasitesinin en önemli araçlarından biri olarak Türkiye'nin uluslararası kamuoyunda görünürlüğünü ve etkinliğini arttırmayı hedeflemektedir."*

KDK, faaliyet gösterdiği yıllar arasında (2010-2013) ağırlıklı olarak siyasal enformasyona yönelik faaliyetler gerçekleştirerek devlet adına kamu diplomasi örneklerini sergilemiştir (Yıldırım 2015, 10).

Tablo 2.1: KDK Faaliyetlerinin Dağılımı

	Faaliyetin Biçimi	Sayı	Oran (%)
Sözsel Enformasyona Yönelik	Çalıştay	12	7%
	Seminer	8	4%
	Konferans	40	23%
	Panel	22	13%
	Sempozyum	1	1%
	Kongre /Forum	5	3%
	Bilgilendirme Toplantısı	14	8%
	Dış ilişkiler alanlarına yönelik bilgilendirme etkinliği	20	11%
	Seminer	15	8%
	Resmi Tatlar	9	5%
Kültürel Diplomasiye Yönelik	Eğitim Fuarı	1	1%
	Konser	1	1%
	Kalkınma ve Yardım Programları	3	2%
	Kültürel Turistik Gezi	15	8%
	Bölgesel	4	2%
	Toplam	**170**	**100%**

Kaynak: (Yıldırım 2015, 10)

Kamu Diplomasi Koordinatörlüğünün, uluslararası siyasi arenada oluşturmak istediği Türkiye imajını ve marka yaratma serüvenini her ne kadar misyon edinse de diğer kurum ve kuruluşlar ile organik bir iletişim ağı ve gerekli koordinasyonu kuramamış olması sebebiyle istenilen diplomatik etkiyi sağlayamamıştır. KDK, diğer devlet kurumları veya özel iştirakler ile kurması gereken ortak zeminde çalışma ve proje bazlı ilerleme serüveninde başarısız olmuş, içine dönük, koordinasyonu minimumda tutan pozisyonu nedeni ile kamu diplomasisinde etkinliğini tam anlamıyla sergileyememiş, kısa süre içerisinde de etkinliğini ve varlığını sona erdirme sürecine girmiştir. Genel itibari ile üniversite sempozyumları, gençlik çalıştayları, dil forumları, paneller ve basın yayın enformasyon toplantıları gibi tek yönlü faaliyetler yürüten KDK, her ne kadar kamu diplomasi alanında istenilen etkiyi veremese de Türk Kamu Diplomasisinin başlangıç faaliyetlerinden biri olarak diğer kurum ve kuruluşlara zemin hazırlaması açısından önem arz etmektedir.

2.3.2. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı

Değişen dünya siyasi konjonktüründe açığa çıkan potansiyel fırsatları lehe çevirmek içi girişimlerde bulunmak isteyen Türkiye Cumhuriyeti, zaman içerisinde kamu diplomasi araçları olan kurum ve kuruluşlarını çağın getirdiği donanımlar ile kuşandırarak daha etkin bir kamu diplomasi faaliyeti göstermek istemiştir. Bu istek ve ihtiyaca cevap verebilmek adına, 2017'de gerçekleşen anayasa değişikliği ile Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sisteminin kabul edilmesi müteakibinde 24 Temmuz 2018 tarih ve 30488 sayılı kararname ile Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı kurulmuştur.

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, daha önceki yıllarda teşkil edilen lakin modernitesini zaman içerisinde kaybeden Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü'nün imkân ve kabiliyetlerini bünyesine katarak ilk etap kuruluşunu gerçekleştirmiştir.

Kamu diplomasisi alanında faaliyetler icra etmek maksadıyla kurulan İletişim Başkanlığının kuruluş vizyonu; *"cumhurbaşkanlığı hükümeti sistemine geçiş ile birlikte diğer devlet organlarınca yürütülen iletişim stratejisinde söylem ve eylem birliğini tesis etmek"* olarak açıklanmış (Çetin 2022, 236), kamu diplomasisinin yöntemlerinden faydalanarak yabancı kamuoylarına doğru ve etkin şekilde Türkiye'yi anlatmak görevini de kendisine misyon edindiği aktarmıştır.

İletişim Başkanlığı, teşkil edildiği tarihten itibaren, kendisine tevdi edilen; *Türkiye'yi uluslararası arenada en iyi şekilde anlatarak kamu diplomasi faaliyeti sürdürmesi görevi* kapsamında, *stratejik iletişim çalışmaları* icra etmeye yönelik faaliyetleri olmuştur. Elbette bu çalışmalar sadece yurtdışına yönelik olarak değil, yurtiçinde olacak bir biçimde de sürdürülmüştür. 15 Temmuz 2016 yılında gerçekleşen askeri kalkışma sonrası meydana gelen olaylar neticesinde vefat eden vatandaşlarımızın anılması ve meydana gelen olayların unutulmaması adına "15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü" ilan edilmesi, anma faaliyetleri adına video ve drone gösterimlerinin sergilenmesi, senfoni düzenlenmesi, sosyal medya ve kamu spotu çalışmaları, 15 Temmuz panelleri vb. (Çetin 2022, 245) diğer faaliyetler yurtiçi kamu diplomasi faaliyetleri olarak görülebilmektedir.

Bir diğer yandan, 11 ilimizde hissedilen ve binlerce vatandaşımızın hayatını kaybettiği, 06 Şubat 2023 günü meydana gelen 7,7 şiddetinde depremin anılması ve kamu hafızasında yer edinebilmesi adına "Odak: Asrın Felaketi" mottosu ile birçok sinevizyon gösterileri düzenlenmiş, birçok devlet ve özel televizyon kanallarında özel haberler yapılmış, deprem anma törenleri ve konferanslar vb. faaliyetler gerçekleştirilmiştir.

Yukarıda bahsi geçen ve daha başka örneklerin de bulunduğu yurt içi kamu diplomasi faaliyetleri ile devlet ve yönetim mekanizmasının yekpare bir görüş birliğine sahip olması için çalışma amacı güden İletişim Başkanlığı, asıl faaliyet alanı ise hiç şüphesiz yurt dışı odaklı, Türkiye'nin diğer ülkeler nezdindeki konumunu güçlendirmek ve bu doğrultuda güçlü politika oluşturmaktır. Bu doğrultuda İletişim Başkanlığı, Türkiye'nin dünya siyasi

arenasındaki tanınırlığı artırmaya yönelik *pozitif iletişim çalışmaları* da sürdürmektedir. Tüm dünya halklarının yakinen takip etmekte olduğu spor organizasyonlarına ev sahipliği yapılması çalışmaları da buna bir örnek teşkil etmektedir. Dünya çapında 26,9 milyon sosyal medya takipçisi olan ("Motosport" 2021) Formula-1 organizasyonu, her yıl belirli ülkelerin ev sahipliğinde gerçekleşen bir yarış organizasyonu olup, ev sahipliği yapan ülkeye büyük bir takip potansiyeli ve dünya çapında marka tanınırlığına vesile olmaktadır. Türkiye, işte bu tanınırlık fırsatını değerlendirmek adına İletişim Başkanlığı tarafından yapılan girişimler sonucu 2020 Türkiye Grand Prix'ine ev sahipliği yapmış ("İletişim Başkanlığı" 2020, 180), böylece, dünya genelindeki yapılan medya ölçümlerinde 89.1 Milyon kişi ("Motosport" 2021) Türkiye'deki yarışı takip etmiştir. İşte bu izlenme ve takip sayısı Türkiye'nin dünya çapındaki tanınırlığına, kamu diplomasisi vizyonuna pozitif bir etki sağlamıştır. Bu ve benzeri örneklerin olduğu iletişim çalışmaları, kamu diplomasi vizyonuna destek sağlamaktadır.

2023 yılının Türkiye Cumhuriyeti'nin 100.yılı olması hasebiyle "Türkiye Yüzyılı" vizyonunu açıklayan Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı, tüm kulvarlarda bir atılım ve gelişim hedeflerken, bu hedeflerin doğrultusunda olarak İletişim Başkanlığı da "iletişim seferberliğini" başlatmış ve kamu diplomasi alanında daha etkin ve güçlü bir politikayı izlemeyi hedeflemiştir. Bu doğrultuda kurulan Kamu Diplomasisi Koordinasyon Sistemi (KADİS) ile kamu diplomasisinde faaliyet gösteren tüm devlet kurumlarının tek bir çatı altında temsil edildiği bir teşkil kurmuştur. Ayrıca, "cumhuriyet tarihinin ilk kamu diplomasi politika belgesi" olma özelliğine sahip olacak olan "Ulusal Kamu Diplomasisi Strateji Belgesi ve Eylem Planının" hayata geçirilmesi için çalışma başlattıkları kamoyuna paylaşılmıştır.

Türk kamu diplomasinin en verimli şekilde sürdürülmesini kendine misyon edinen İletişim Başkanlığı, kamu diplomasisi gerçekleştirmeye ilişkin faaliyet hedefleri ortaya koymuştur. Bu kapsamda İletişim Başkanlığı, hazırlamış olduğu faaliyet raporları ile hedeflerin ne derecede gerçekleştiğini ortaya koymaktadır.

Tablo 2.2: İletişim Başkanlığı 2021 Faaliyet Raporu

III- FAALİYETLERE İLİŞKİN BİLGİ VE DEĞERLENDİRMELER

Performans Göstergesi Sonuçları Formu

Program	Alt Program	Alt Program Hedefi	Performans Göstergesi	Hedeflenen Gösterge Değeri	Yıl Sonu Gerçekleşme Değeri	Gerçekleşme Durumu
Bilgi ve İletişim	Kamu Diplomasisi ve Stratejik İletişim	Ülkelerarası kamuoyunda olumlu ve gerçekçi bir Türkiye algısının tesis edilmesi için etkin bir iletişim stratejisinin oluşturulması, koordinasyonunun sağlanması ve yürütülmesi	Akreditasyon işlem sayısı	1.200	1.814	Ulaşıldı
			Basın kartı başvuru sayısı	11.500	12.679	Kısmen Ulaşıldı
			Basın mensubu/firmasına sayısı	13	6	Kısmen Ulaşıldı
			İletişim Başkanlığının görev alanı ile ilgili çıkarılan yayın sayısı	16	17	Ulaşıldı
			CİMER kapsamında derlenlenen konuşma/bülten sayısı	800	801	Ulaşıldı
			CİMER kapsamında verilen eğitim veya danışmanlık dönemi (kişi x gün sayısı)	1.500	2.250	Ulaşıldı
			CİMER'e yapılan başvuruların ortalama cevaplanma süresi	13	17	Kısmen Ulaşıldı
			Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı koordinasyonunda düzenlenen kamu kurumlarına yönelik iletişim, yeni medya ve dijital diplomasi alanlarında eğitim faaliyetleri sayısı	6	12	Ulaşıldı
			Devlet Faaliyetlerinin Sürekli Gözetiminde sunulacak çeviri metinlerin toplam karakter sayısı (+10000 adet)	600.000	643.000	Kısmen Ulaşıldı
			Devletin tanıtımına ilişkin yapılacak ortak ve ulusal+uluslararası platformlarda kamuoyunun doğru bilgilendirilmesi kapsamında sosyal medya paylaşım sayısı	4.700	8.679	Ulaşıldı
			Düzenlenecek sergi (fotoğraf sergisi, resim sergisi, infoo multimedyeri sergisi vb.) sayısı	6	100	Ulaşıldı
			Hizmet pasaportu başvuru sayısı	550	607	Kısmen Ulaşıldı
			İletişim öğrenciliği ve medya okuryazarlığı için uygulamalı değişim programları ve burslar için düzenlenen eğitim sayısı	6	30	Ulaşıldı
			Kamu diplomasisi alanında düzenlenen forum, konferans, çalıştay, panel sayısı	6	16	Ulaşıldı

Kaynak: (İletişim 2021, 165)

2.3.3. Türk İş Birliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı (TİKA)

Türkiye Cumhuriyeti Devleti, dünya 2000'li yıllara girmeye hazırlanırken, gelişen ve değişen dünya siyasi konjonktüründe yaşanan gelişmelere kayıtsız kalmayarak var olan siyasi fırsatları değerlendirmek için ülke içi kadar ülke dışı faaliyetlere de önem vermekteydi. Bu öneme istinaden günümüzde varlığı devam ettiren Türk İş Birliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı (TİKA), işte bu siyasi ve jeopolitik fırsatları değerlendirmek maksadıyla; 1992 yılında dağılan SSCB sonrası bağımsızlığını kazanan, ortak tarih ve kültürel mirası bulunan Türki Cumhuriyetler ile koordinasyonu ve iş birliğini geliştirmek amacıyla 1992 yılında ilk olarak başkanlık seviyesinde teşkil edilmiştir (Hatipoğlu 2018, 102) . TİKA, kuruluşunda T.C. Başbakanlığının hazırlamış olduğu 480 sayılı KHK *(kamu hükmünde kararname)* ile kuruluş amacını; "*Türk dilinin konuşulduğu Cumhuriyetler ve Türkiye'ye komşu ülkeler olmak üzere, gelişme yolundaki ülkelerin kalkınmalarına yardımcı olmak, bu ülkelerle ekonomik, ticari, teknik, sosyal, kültürel ve eğitim alanlarındaki iş birliğini projeler ve programlar aracılığıyla*

geliştirmek, bu yoldan, gelişme yolundaki ülkelere yapılacak yardımlarla ilgili işlemleri yürütmek" olarak açıklamaktadır.

Yaptığı faaliyetler ve kuruluş misyonu doğrultusunda SSCB sonrası kurulan Türki ve Balkan devletler ile girdiği ekonomik, sosyal ve kültürel iş birliklerinin yanı sıra, mezkûr coğrafyalarda Türkçe dilinin yaygınlaşması amacı doğrultusunda faaliyetler de icra etmektedir. Türki ve diğer devletler bünyesinde çeşitli enstitü ve okullar kuran TİKA, ortak bir hazine olan ve devletler arası ilişkilerde köprü görevi gören Türk dilinin yaygınlaşması ve canlı tutulması adına birçok girişimlerde de bulunmaktadır.

Kamu diplomasisinin uygulanmasında bir kol olan insani yardım ve uluslararası kalkınma faaliyetleri açısından TİKA, Türkiye'nin, sel, afet, deprem, salgın hastalık veya temiz su ihtiyacı vb. durumlarda yardıma ihtiyaç duyan devletlere sorgusuz ve karşılıksız yaptığı maddi ve sosyal destekler ile yumuşak güç kullanımında hiç kuşkusuz çok önemli bir kuruluş olarak görülmektedir.

Türkiye'nin uluslararası arenadaki çıkarları doğrultusunda, günümüzde önemli bir güç konumuna gelen TİKA, teşkil olduğu yıllar sonrasında etkinliğini ve nüfuzunu artırmaya yönelik projeler yürütmüştür.

Kamu diplomasisi yönünden etkin olmak istediği ülkelerde Proje Koordinasyonu Ofisleri (PKO) kuran TİKA, etkinliğini diğer ülkelere göre pozitif bir şekilde artırmıştır. Bu PKO'lar ile sahada etkinliğini artıran TİKA, aynı zamanda gerçekleştirdiği icraatlerde, bir yandan niteliğini yükseltirken bir yandan da diğer ülkelere nazaran niceliğini de artırmıştır.

Tablo 2.3: TİKA'nın Proje Koordinasyon Ofislerinin Ülke Bazında Dağılımı

Avrupa	Asya	Orta Doğu	Afrika	Afrika (Sahra Altı)	Diğer
Arnavutluk	Afganistan	Filistin	Cezayir	Cibuti	Kolombiya
Bosna Hersek	Azerbaycan	Lübnan	Libya	Etiyopya	Komor Adaları
Karadağ	Gürcistan	Ürdün	Mısır	Gine	Meksika
Kosova	Kazakistan	Yemen	Tunus	Mozambik	
Macaristan	Moğolistan			Namibya	
Makedonya	Myanmar			Nijer	
Moldova	Özbekistan			Nijerya	
Romanya	Pakistan			Senegal	
Sırbistan	Tacikistan			Somali	
Ukrayna	Türkmenistan			Sudan	
				Uganda	

Kaynak: (Hatipoğlu 2018, 111)

Türk kamu diplomasisi paralelinde faaliyet gösteren TİKA, dış politika minvalinde Türkiye'nin, faaliyet gösterdiği ülkelerdeki halklar üzerinde yumuşak güç enstrümanı olarak elini güçlendirmektedir. Türkiye, jeopolitik olarak coğrafi avantajı bulunan Kuzey Afrika'da *(son yıllarda orta ve güney afrika dahil),* ortak bir geçmişe sahip olduğu ve Avrupa'ya açılan stratejik bir konumda bulunan Balkanlar'da, Türk dünyasının nabzının attığı, aynı dil ve kültürü paylaşması açısından birçok konuda paydaşlığı bulunan Orta Asya'da ve bölgesinde stratejik güç olarak bulunduğu, zengin yeraltı kaynakları olan Orta Doğu'da, uygulamakta olduğu kamu diplomasisi ile bu bahsi geçen coğrafyalarda bulunan ülkelerde, kamu diplomasisi ve yumuşak güç enstrümanından birisi olan TİKA'yı kullanarak, birçok kazanımlar elde etmektedir.

Türkiye'nin kamu diplomasi programlarında destekleyici bir kurum olarak önem gören TİKA, 2018 tarihi itibariyle yayımlanan "Bakanlıklara Bağlı, İlgili, İlişkili Kurum ve Kuruluşlar İle Diğer Kurum ve Kuruluşların Teşkilatı Hakkında Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi" ile Kültür ve Turizm Bakanlığı bünyesinde faaliyetlerine devam etmektedir ("Tarihçe" 2024).

2.3.4. Türkiye Radyo Televizyon Kurumu

Türk televizyon yayıncılığının mihenk taşı olarak 1927 yılında kurulan İstanbul Radyosunun teknik tecrübesinin üzerine kurularak başlayan Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT), ilk yayın denemesini 31 Ocak 1968'de gerçekleştirerek yayın hayatına başlamıştır. Türkiye'nin ilk kamu yayıncılığı özelliğini taşıyan TRT, kamu kaynakları ile kurulan kamu televizyon yayıncılık kanalı olarak kurulmuştur. Kurulduğu yıllar itibariyle toplumu bilgilendirme, eğitme, eğlendirme ve toplumun yurtiçi ve yurtdışında meydana gelen gelişmeleri takip etmesine olanak sağlayan bir yapıya hakimdir.

TRT, kuruluşu ve yapısı itibariyle kamu teşkili olmasında da kaynaklı olarak devletin yayın organı olarak işlev görmektedir. Elbette günümüzde bu durum eskisi kadar keskin değil. Çünkü, gelişen ve değişen günümüz dünyasında, medya içeriklerinin tüketim formatları değişmiş, tüm yayın kuruluşları izlenme verileri ile mevcudiyetini sürdürmektedir. Yine de bakıldığında bu durum, küresel bir genel geçer kural olsa da Türkiye özelinde TRT'nin bir kamu yayıncılık kurumu olması, bu genel geçer kuralın bir nebze esnemesine olanak sağlamaktadır.

Medya araçları ile toplumların gündemini belirleme, kamuoyunu yönlendirme gibi proaktif özellikleri kendisinde barındıran kamu yayıncılığı, bu özelliği ile kamu diplomasi alanında medyanın önemine işaret etmektedir. TRT, işte bu bahsi geçen misyon doğrultusunda Türkiye'nin kamu diplomasi alanındaki en güçlü medya teşkillerinden birisi olma özelliğini barındırmaktadır. Özellikle 2010 sonrası Türkiye'nin politikasındaki meydana gelen değişim ile birlikte TRT, kamu diplomasisinde daha aktif olarak kullanılmaya başlandı (Canbey 2017, 206). Türkiye'nin uluslararası arenadaki imajını güçlendirmek, tezlerini aktarmak ve güçlü bir kamoyu oluşturabilmesine olanak sağlama adına bünyesinde birçok atılım gerçekleştiren TRT, çeşitli kanallar, kültürel içerikli programlar, dijital platformlar vd. projeleri hayata geçirmiştir.

Yukarıda bahsi geçen hususlar ışığında, Türkiye'nin yurtdışı imajını güçlendirmek, politikalarını kitlelere aktarmak ve Türkiye lehinde doğru bir enformasyon akışı sağlama gerekliliği sonrası TRT'nin girişimleri ile 2015 yılında TRT World kanalı kurulmuştur. Kanal, küresel yayıncılık maksadıyla İngilizce içerik sunumu gerçekleştirmektedir. Küreselleşme olgusunun güçlü bir şekilde yaşandığı iletişim ağında yayıncılık hayatına başlayan TRT World, Türkiye'nin, yurtdışı medyasına açılan kapısı olma özelliğini taşımaktadır.

TRT World'ün medya içeriklerine bakıldığında, Türkiye'de ve dünyada meydana gelen olayları doğru bir enformasyon akışı ile izleyiciye aktarabilmek, dezenformasyona mahal vermeden haber akışı sağlamak adına yaptığı haber yayıncılığı öne çıkmaktadır. İngilizce olarak yapılan haber yayıncılığı ile küresel ölçekteki haberlerin aktarımı hedeflenmektedir.

Haber yayıncılığının yanında bir diğer medya içeriği olan özel programlar ile TRT World, ele aldığı başlıkları konunun uzmanları ile derinlemesine inceleyerek, izleyici kitlesine doğru bir enformasyon ve kamu politikası doğrultusunda kamuoyu oluşturmayı hedeflemektedir. Across the Balkans, Bigger Than Five, Nexus gibi programlar ("TV Schedule TRT World" 2024) işte bu hedefler doğrultusunda hazırlanan ve izleyiciye sunulan özel programlar olarak görülebilmektedir.

Bir diğer medya içeriği ise dış yayınlardır. Dünya kamuoyunu ilgilendiren, zirve, toplantı, sempozyum veya afet, savaş gibi olayların direkt olarak izleyiciye aktarıldığı dış yayınlar

ile izleyici, kamuoyunu ilgilendirecek olayları anlık olarak takip edebilmekte, doğru bir enformasyon akışı tüketebilmektedir. Dış yayınlar ile organizasyonun veya olayın gerçekleşmekte olduğu ülkelerdeki birincil kaynaklardan alınan bilgilerin kamuoyuna paylaşımı ile doğru ve gerçekçi bilgi akışı sağlanmaktadır. Örneğin; TRT World'ün 2015 G20 Antalya Zirvesinden yapmış olduğu canlı yayın, söyleşi ve röportajlar ile dünya kamuoyuna dezenformasyona uğramamış bilgiler aktararak kamu diplomasi faaliyeti yürütmüştür.

Fotoğraf 2.1: TRT World G-20 Yayını



Kaynak: www.trtworld.com

TRT World her ne kadar uydu aracılığı ile kamu yayıncılığı yapıyor olsa da gelişen teknolojik gelişmelere kayıtsız kalmamak adına dijital mecralarıda etkin bir biçimde kullanmak için girişimlerde bulunmaktadır. İnteraktif yayıncılığa yönelik olarak YouTube, X gibi dijital platformlarda kurumsal hesaplar kuran TRT World, burada gerçekleştirdiği yayın ve programlar ile de kamu diplomasisine yönelik kamu yayıncılığı gerçekleştirmekte, böylece, dünyanın her kesiminden kendisine ulaşan milyonlarca insanı etkilemekte, bulundukları ülkelerin kamuoyunu yönlendirmede büyük bir imkân bulmaktadır. Kamu yayıncılığı ile kamu diplomasi faaliyetlerine etki eden ve bu doğrultuda içerik üreticisi ve yayıncısı olan TRT World, TRT'nin kamu diplomasi faaliyetlerindeki etkisinde büyük bir pay almaktadır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KAMU DİPLOMASİSİNDE SOSYAL MEDYANIN ROLÜ VE ETKİSİ

"Yumuşak konuşun ama büyük bir sopanız olsun; böylece diplomasi daha etkili olur."

Theodore Roosevelt

3.1. İletişimde Dijital Dönüşüm

Değişen dünya düzeninde, günümüzde var olan birçok şeyin uygulama pratiği değişmektedir. Avcı toplayıcı çağa ait insanların kullandığı av malzemelerinin günümüzde yerini, ateşli veya elektronik çalışma prensibi olan teknolojik av silahlarına bırakması, at veya kağnı gibi ulaşım araçlarının yerini otomobil, minibüs veya otobüs gibi motorlu araçlara bırakması vb. meydana gelen gelişmeler, değişen dünya düzenin bir örneklemi olarak görülebilmektedir. Gelişen ve değişen dünyada teknolojinin bu devinimden etkilenmesi olağan olmaktadır.

Sanayi devrimi sonrasında buharlı makinelerin insan yaşamına girmesi ve entegrasyon sürecinin çok hızlı olması, sonrasında meydana gelecek tüm bu teknolojik gelişmelere zemin hazırlamıştır. Bu zemin üzerinde insanlar, üretimde makineleşmenin gücünü fark ederek daha az zamanda daha çok üretimi hedeflemiş ve hayatı kolaylaştıracak icatların yapılabilmesi olanağına erişmiştir. İşte bu bahsi geçen teknolojik gelişmeler, her kulvarda olduğu gibi insanların iletişim pratiklerinde de bir devinim meydana getirmekte, insanlar arası iletişimin daha işlevsel ve kolay yöntemler ile yapılabilmesine fırsat tanımaktadır.

İletişim vasıtalarının teknolojik gelişmeler ile birlikte bir devinim yakalaması, seri bir iletişim imkanını insanlığın hizmetine sunmaktadır. Söz konusu iletişim araçlarındaki

serilik, dünya toplumlarındaki iletişimin en üst seviyede kurulmasına, uzakları yakın ederek anlık bir iletişim imkanını beraberinde getirmiştir. Örneğin; 15.yy'da bir güvercin veya ulak vasıtası ile günler sonrasında iletilen bir mesaj günümüzde, telefon veya elektronik posta vasıtasıyla sadece saniyeler içerisinde alıcıya iletilebilmektedir. İşte bu söz konusu serilik beraberinde, tüm dünya ülkeleri arasındaki sınırların da ortadan kalkmasına sebep olmuştur. Bu fiziki sınırların modern iletişim vasıtaları ile ortadan kalkması, tüm dünyayı McLuhan'ın tanımladığı küresel bir köy kavramı haline getirmiştir. İletişim teknolojisinin gelişmesiyle sınırların kalktığı dünyadaki bireyler, çeşitli kitle iletişim araçlarının kendilerine sunduğu enformasyon içeriklerini istediği zaman elde edebilmektedir (Varol ve Varol 2019, 146). Söz konusu kitle iletişim araçlarının sunduğu içerikleri tüketen bireyler, kişisel davranış ve fikirlerini bu iletiler paralelinde şekillendirmekte, onlardan etkilenmektedir.

Zaman içerisinde meydana gelen teknolojik gelişmelerin beraberinde getirdiği kitle iletişim araçlarındaki çeşitlilik, insanların, iletişimdeki rolünün değişmesine ve iletişim yelpazesinde yeniden konumlanmasına da olanak sağlamıştır. Kitle iletişim araçlarının ortaya çıkmaya başladığı, ilk matbaanın icadının yapıldığı 1450'li yıllardan görsel kitle iletişim aracı olan televizyonun icat edildiği 1930'la yıllara kadar olan süreçte, kitle iletişim araçlarının ürettiği enformasyonlar, geniş bir izleyici kitlesi tarafından tüketilmekteydi. Yani bu kitle iletişim araçlarının ürettiği ve servis ettiği her enformasyon ve medya ürünü, bireyler tarafından izlenmekte, dinlenmekte, takip edilmekteydi. Bu süreçte tüm bu ürünleri tüketen bireyler iletişim modelinde "alıcı" veya "çözücü" konumunda bulunuyordu. Bu konumda bulunan bireyler, medyanın sunduğu görsel-işitsel veya yazınsal içeriklere, üstünde herhangi bir yorumlama yapma imkânı bulmadan maruz kalır ve böylece kendisine iletilen tüm iletileri kısıtlı bir algı sürecinden geçirerek tüketirdi (İplikçi 2015, 24). İletişim araçlarının çeşitliliği öncesinde bireyler, bu şekilde iletişim sürecinde kendisine kitle iletişim araçları ile sunulanları alan "alıcı" konumundan çıkamamaktaydı.

Yukarıda bahsi geçen teknolojik gelişmeler ile iletişim modelindeki bireyler, yeni çağın getirdiği teknolojik imkanlar sonrası iletişim süreci yelpazesinde yeni konumlara geçme imkanını bulmuştur. 1990'lu yıllarla birlikte kitle iletişiminde yeni bir dönemi başlatan ve bilgiyi ışık hızında tüm insanlara ulaştırmayı mümkün kılan internetin keşfi ve

yaygınlaşması ile kitle iletişiminde farklı bir pencere açılmıştır (Yüzer 2006, 95). İnternet olgusunun insanlar tarafından anlaşılması ilk etapta bilginin hızlı ve zamandan tasarruf ederek öğrenimi olarak algılanmıştır. İnternetin sunmuş olduğu bilginin, aynı bilgilerin dakikalarca yapılacak ansiklopedi araştırmasından elde edilmesinden daha hızlı elde edilmesi, internet sürecinin insanlar tarafından çok çabuk kabul görmesini beraberinde getirmiştir. Bu ilk süreçte bilgiyi, internet kaynağından çok seri olarak elde eden kullanıcılar, klasik iletişim modelinde olduğu gibi yine alıcı konumunda bulunarak elde etmekteydi. Bu süreç, diğer kitle iletişim araçlarında olduğu gibi elbette uzun sürmemiştir. İnternetin bilgi kaynağı olma rolü, beraberinde getirmiş olduğu kolay erişim, dijital kolaylık ve düşük bütçe unsurları ile çeşitlenmiş, bu unsurların etrafında sanal dünya oluşumunu da beraberinde getirmektedir.

Sanal dünya, tüm internet kullanıcısı olan insanların ortak bir dijital yaşam alanı olmuştur. Bu dijital olan yaşam alanındaki tüm bireyler, internetin meydana getirdiği alanda diğer bireyler ile ister gerçek ister anonim olarak oluşturdukları kimlikler ile etkileşimde bulunmakta, onlara veri aktarımı veya onlarla bilgi paylaşımında bulunabilmektedir (İsmayilzada 2017, 228). İnternetin yapısal olarak sağladığı imkanlar ile bireyler, herhangi bir mali, tecrübe, statü veya rütbe gibi gerçek yaşamda elde edinimi için vakit gerektiren yüksek çabalara gerek duymadan kendisi ile denk veya ast-üst fark etmeksizin tüm bireyler ile aynı düzeyde iletişim kurabilmektedir. Örneğin; bir bilgisayar aracılığı ile internet mecralarında bir kullanıcı profili oluşturan ve gerçek hayatta herhangi bir konum belirleyici statüsü bulunmayan küçük yaştaki bir internet kullanıcısının, yine gerçek hayatta müsteşar veya bakanlık gibi siyasi bir kariyeri bulunan internet kullanıcısı olan bir bürokrata, elektronik posta yolu ile veya dijital platformda yazmış olduğu sanal ileti ile ulaşması, onun siyasi fikirlerini eleştirebilmesi veya tavsiyeler vermesi yukarıda bahsedilen internet iletişiminin tüm diğer kullanıcılar ile aynı şart ve düzeyde yapılabilmesini göstermektedir. Sunulan bu iletişim özgürlüğü, internetin getirdiği *sanal eşitlik* ile mümkün olabilmektedir.

İnternet olgusunun bireylerin tam olarak hayatına 2000'li yıllar sonrası girmesi ile internet kullancısı bireyler, meydana gelen dijital medya platformları sonrasında iletişimdeki modelindeki alıcı konumundan evrilmiştir. Artık internet kullanıcısı bireyler, söz konusu platformlarda yaptıkları gönderiler, yorumlar ve içerik üretme faaliyetleri

onları, iletinin kaynağı olarak konumlandırmakta, kaynak rolüne evirmektedir. Böylece bireyler, kitle iletişim araçlarındaki iletişim diyagramında bulunan alıcı rolünden kaynak rolüne geçiş imkânı bulmuştu ve de karşılıklı etkileşim içerisinde bulunmaktadırlar (İplikçi 2015, 24). Bu yeni dijital iletişim sürecinde kaynak olma imkanına ulaşan bireyler, ilgili mecralarda hem ileti üretebilmekte hem de var olan, üretilen iletileri tüketebilmektedir.

3.2. Sosyal Medya ve İletişim Süreci

İnsanların bir araya gelerek oluşturdukları toplumların birbirleri ile gerçekleştirdiği iletişime ait süreçler, zaman içerisinde meydana gelen çeşitli gelişmeler ile tarih boyunca birçok kez dönüşüme uğramıştır. Farklı pratikler ile iletişimini çağlar boyu sürdüren toplumlar, teknolojik gelişmeleri hayatına tatbik etmiş, iletişim yöntemlerini de bu doğrultuda güncellemiştir. Yaşadığımız yüzyılın teknolojik imkânlarından olan internet, bu iletişim pratiğinde köklü bir değişikliğe imkân tanımıştır. İnternetin dünyanın herhangi bir yerindeki insana *(teknolojik imkanların sağlanması ile)* anlık olarak ulaşılabilme ve bilgi paylaşımında bulunabilme imkanını tanıması işte bu pratiğin en yeni ve kabiliyetli halidir.

Yeni yüzyılın beraberinde getirdiği internetin sağlamış olduğu imkanlar paralelinde var olan iletişim süreci interaktif bir dönüşüme uğratmıştır (Çalışkan ve Mencik 2015, 253). Bu süreçte küreselleşen iletişim süreci, internet altyapısı ile meydana gelecek yeni mecralara ihtiyaç duymuştur. Çünkü, teknolojinin gelişmesi ile gündelik yaşam pratikleri, iş alışkanlıkları ve hatta eğlence aktiviteleri dahi değişmiş, bireyler fiziki var olma zorunluluğun olmaması ve zamandan tasarruf kolaylıkları nedeniyle sanal bir iletişim alanına ihtiyaç duymuştur. Bu nedenle, iletişim süreci de değişen hayat pratiklerinin paralelinde devinime uğramış, tüm insanların ortak bir alanda birbirlerine iletiler gönderebildiği, bilgi aktarımında bulunabildiği veya fikir beyan edip paylaşım yapabildiği alana evrilmiştir. İşte bu evrilme süreci, günümüzde yaklaşık 5,04 Milyar insanın kullanıcısı olduğu (Statista 2024), hayat pratiklerinin arasında temel bir olgu haline gelmiş *sosyal medya* kavramını meydana getirmiştir.

Sosyal medya kavramı, özü itibariyle insanlar arası gerçekleşen iletişimin sanal bir düzlemde yapılmasına olanak sağlıyor olması sebebiyle diğer iletişim pratiklerinden

ayrılarak, insanların, küresel bir toplumunun bir üyesi olmasını sağlamaktadır. Yani, sosyal medya aracılığı ile görsel-işitsel veya yazınsal iletiler paylaşarak beğeni ve düşüncelerini diğer insan ve topluluklara aktaran bireyler, küresel bir bilgi çağının üyesi konumda olarak birbirleri ile bağlantılı ve örülmüş bir *ağ toplumu* içerisinde yaşamaya alışagelmiştir. (Castells 2013, 233). Sosyal Medya aracılığı ile küresel olarak meydana gelen ağ toplumundaki bireyler, yine sosyal medya aracılığı ile diğer kitle iletişim araçlarındaki olduğu "alıcı" konumdan çıkarak, toplumsal paylaşımlar yapabilen, bilgi üreten, salık veren, yönlendiren ve harekete geçiren "kaynak" konumundaki içerik üreticisi olabilmektedir.

Sosyal medyanın sunmuş olduğu katılım imkânı ile bireyler her ne kadar fiziksel olarak birbirlerinden uzak olsa da aralarında binlerce kilometre mesafe bulunsa da birbirlerine gönderdikleri iletiler ile saniyeler içerisinde etkileşimde bulunabilmektedir. Ortak bir iletişim ağında olmaları, onların küresel bir bağlantıda, dijital bir ortak alanda yaşamalarını sağlamaktadır. Böylece sosyal medya kullanıcısı olan bireyler, her biri bir kaynak olma rolünü taşıyan küresel bir sanal dünya vatandaşı olma özelliğini kazanmaktadır.

Günümüzde bireylerin hayatında ve günlük pratiklerinde yer edinen sosyal medyanın başlangıcı, internetin yaygınlaşması sonrasında kendini göstermiştir. 1996 yılında kurulan ilk sosyal arkadaşlık ağı olan www.sixdegrees.com sitesinin kurulması, sosyal medyanın başlangıcı olarak görülmektedir ("SixDegrees.com" 2024). Sosyal Medya ağının ilk örneği olarak sayılan web sitesi, Macar yazar Frigyes Karinthy'in "dünyadaki her insana en fazla 6 arkadaş kadar uzaksınız" tezi üzerine kurulmuştur. Bu tez ışığında kurulan sitede, sanal bir kullanıcı profili oluşturan internet kullanıcıları, diğer sanal kullanıcıların arkadaş listelerine erişebilmekte, onların arkadaşları üzerinden diğer bireyler ile arkadaşlık kurmak için davet gönderebilmekteydi.

Fotoğraf 3.1: İlk Sosyal Medya Platformu Olan sixdegress.com Logosu



Kaynak: https://en.wikipedia.org

İletişim sürecindeki internet kullanıcısı olan bireylerin iki yönlü iletişim kurma imkanını elde ettiği sosyal medya platformları, yukarıda örneği verilen, belirli ilgi alanları etrafında toplanan insanların oluşturduğu toplulukların meydana gelmesine olanak sağlamaktadır. Gündelik yaşamımızda bireyler, nasıl sosyalleşmek veya belirli bir hobi edinmek için bir araya gelerek topluluk, kulüp veya etkinliklere katılıyorsa, aynı faaliyetleri artık sosyal medya platformları üzerinde yapabilmektedirler. Örneğin; Off road yarışçılığına merak duyan insanlar, nasıl ki gerçek dünyada ortak hobilerini yaşamak ve birbirleri ile tanışmak için bir toplantı veya buluşma günü organize ediyorsa, dijital medya platformlarında oluşturdukları sanal topluluklara ilişkin hayran sayfası kurarak aynı ülküyü sosyal medya üzerinde gerçekleştirmektedirler. Sosyal medyanın da bir iletişim pratiği olarak bireylerin gündelik hayatına dahil olması, işte bu topluluk kurma mantalitesinin dijitalleştiğinin de bir göstergesi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sosyal medya kavramı, yeni yüzyılın iletişim sürecinde kendisine yer bulması ile bireylerin dijital mahremiyetinin devlet/özel kurum ve kuruluşlarının etki alanına entegre olmasına da sebebiyet vermiştir. Sosyal medya kullanıcıları, eski kitle iletişim araçlarında olduğu alıcı konumundan hariç olarak kaynak konumunda olma imkanını elde etse de sosyal medyanın algoritma kaynaklı kişiselleştirme sürecine istemsizce dahil olmaktadır. Zaman içerisinde kurulan birçok sosyal medya platformu, bünyesinde barındırdığı kullanıcıların dijital hareketlerini sayısal olarak kodlayarak onların ilgi alanlarının ne olduğunu, nelere vakit ayırdığını, nelerden hoşlandığını veya ne tür eğilimlerinin olduğunu veri tabanına işlemektedir. Bu söz konusu algoritmalar, her bir kullanıcının platformdaki hareketlerine ve etkileşimlerine ilişkin topladığı verilere dayalı olarak kullanıcıya sunduğu içerikleri kişiselleştirir. Böylece algoritma aracılığıyla, kullanıcının sosyal medya kullanımı esnasında ilgi duyacağını analiz ettiği gönderi, sayfa, paylaşımlar ve beğenileri ön plana çıkartarak onların tüketimine sunmaktadır. Sosyal medyanın söz konusu algoritma kaynaklı kişiselleştirme sürecine genel bir perspektif bakıldığında kullanıcı açısından birtakım etkileri mevcuttur.

Sosyal medyanın, her geçen gün kendi içinde gelişmesi ve yenilenen dijital teknolojilere paralel olarak bireylerin farklı isteklerine cevap verme gereksinimi, onun sade yapısından sıyrılarak içerisinde farklı ihtiyaç ve isteklere cevap verecek çeşitli dijital medya platformlarını meydana getirmesine zemin hazırlamıştır. Sosyal medyanın ilk

zamanlarında, bireylerin ileti göndermek veya arkadaş bulmak gibi misyonu zaman içerisinde değişmiş, bu misyon video hazırlama, topluluk oluşturma veya görüş bildirme gibi alanlara evrilerek bugün Twitter (X), Facebook, Youtube, Linkedin vb. dijital sosyal medya platformların meydana gelmesine olanak sağlamaktadır.

3.3. Sosyal Medya Platformları

3.3.1. Twitter (X)

Sosyal Medya kullanıcısı bireylerin kaynak olarak dijital dünyada bulunması, aynı zamanda kendisine bu işlevi sağlayacak sosyal medya platformlarına olan gereksinimini beraberinde getirmiştir. Bu gereksinim gereği başka kullanıcılar ile iletişimde bulunmak, onlara ileti göndermek veya onlarla etkileşim için görsel/yazınsal olarak paylaşımlarda olma arayışı gibi sebepler yeni dijital bir sosyal medya platformuna zemin hazırlamıştır İşte yaşanan bu gelişmeler Twitter'ın (günümüzde X) doğmasına temel yapı oluşturmuştur.

2006 yılında Jack Dorsey, Noah Glass, Biz Stone ve Evan Williams isimli girişimciler tarafından "arkadaşlar arasında SMS'den daha kolay bir mesajlaşma olsun" mantığıyla kurulan Twitter ("Twitter" 2024), platform kullanıcılarının birbirlerine 140 karakterden oluşan (günümüzde 280 karakter sınırlaması) kısa mesajları göndermelerine olanak tanıyan özelliği mevcuttu. Tweet adı verilen bu kısa mesaj gönderimine, aynı platformda bulunan tüm kullanıcılar tarafından erişim sağlanabilmektedir. Twitter, kullanıcılarına metinsel ileti gönderme imkanının yanı sıra fotoğraf, video, ses kaydı vb. özellikteki iletilerin de gönderilmesine olanak sağlamaktadır.

Kurulduğu ilk zamanlarda kullanıcılara kısa mesaj gönderme mantığı ile kurulan Twitter, gelişen teknolojik devinimler ile birlikte küresel ölçekte bilgi edinme ve bilgi paylaşımının yapılabildiği dijital medya platformunda evrilmiştir. İnternetin anlık iletişim kurma altyapısına tam anlamıyla entegre olan Twitter, dünyanın bir ucunda meydana gelen bir olay ile alakalı yapılan bir paylaşımın, diğer bir uzaklıktaki ülkedeki kullanıcının görmesi ile meydana gelen olaydan bilgi sahibi olmasına olanak tanımaktadır. Örneğin; Amerika Birleşik Devletleri'nde meydana gelen silahlı bir saldırıya ilişkin Twitter kullanıcılarının hazırlayarak platforma yükledikleri görsel ve

metinsel mesajlar, Rusya'daki diğer Twitter kullanıcıları tarafından saniyeler içerisinde görüntülenerek bilgi paylaşımının anlık olarak gerçekleşmesi gerçekleşmektedir. Böylece, Twitter platformunda oluşan küresel enformasyon süreci çok hızlı bir şekilde gerçekleşmektedir.

Twitter kurulduğu günden itibaren gelişen interaktif yapısı ile birlikte kullanıcıları aracılığıyla gündem oluşturabilmektedir. Bu gündem oluşturma süreci hashtag olgusu ile meydana gelmektedir. Hashtag uygulaması ile platform kullanıcıları # işareti ile birlikte gündem olmasını istediği bir konuya ilişkin bir anahtar kelimeyi etiketler. Böylece, etiketler aracılığıyla tüm kullanıcıların dikkat çekilmek istenen konuya ve iletilere daha kolay erişimi sağlanır. Günümüzde, özellikle farkındalık veya sosyal kampanya konularında kullanılan hashtagler, kamoyu oluşturma ve toplulukları harekete geçirmede etkin bir rol almaktadır. Örneğin; İsrail'in Filistin ve Gazze'de uygulamakta olduğu sivil katliamlar, #freepalestine, #freegazze, #genocideingaza vb. hashtag uygulamaları ile dünya kamoyunda farkındalık oluşturması için kullanıcılar tarafından kullanılmış, bunun sonucunda birçok ülkedeki insan toplulukları tarafından, yaşanan sivil katliamlar, yürüyüşler, oturma eylemler veya sanatsal etkinler ile protesto edilmiştir.

Fotoğraf 3.2: Gündem Oluşturma Üzerine X Platformu Hashtag Çalışmaları



Kaynak: https://x.com

Ayrıca, söz konusu dijital medya platformunda, kullanıcıların küresel veya lokal yerlerde gördüğü, yaşadığı ve bu nedenle platformu kullanırken en çok bahsini geçirdiği ve hakkında ileti yayınladığı konuları, tüm kullanıcılara gösterildiği trend konular (trend topic veya TT) bölümü yer almaktadır.

Trend Topıc kısmında bir konu hakkında birden çok kullanıcının bahsettiği ve hakkında iletiler gönderdiği siyasi, eğlence, futbol, dizi, film, müzik veya diğer alanlardaki olaylar, tüm kullanıcıların görebileceği trend konular kısmında listelenir. Trend konular kısmında

yer alan kelimeler veya hashtagleri görüntüleyen kullanıcılar, bunların aracılığıyla konu ile ilgili atılmış tüm görsel ve yazınsal iletileri görerek olay veya konu hakkında bilgi sahibi olabilir, var olan etkileşime katılabilir ve etkileşime katkıda bulunabilir.

Fotoğraf 3.3: X Platformunda Trend Topic (Trend Konular) Örneği



Kaynak: https://x.com

Bu etkileşimler sonucu küresel olarak yankı uyandıracak ve karar alma mercilerini hareket geçirecek kampanyalar da meydana gelebilmektedir. Bu kampanyalar ile olaya ilişkin dikkatlerin çekilerek farkındalık oluşturulması hedeflenmekte olup, bu farkındalık sonrası bireylerin geniş kitleler halinde protesto mitingleri, oturma eylemleri, hayatın akışını yavaşlatacak diğer eylemlere katılımı gerçekleşmektedir.

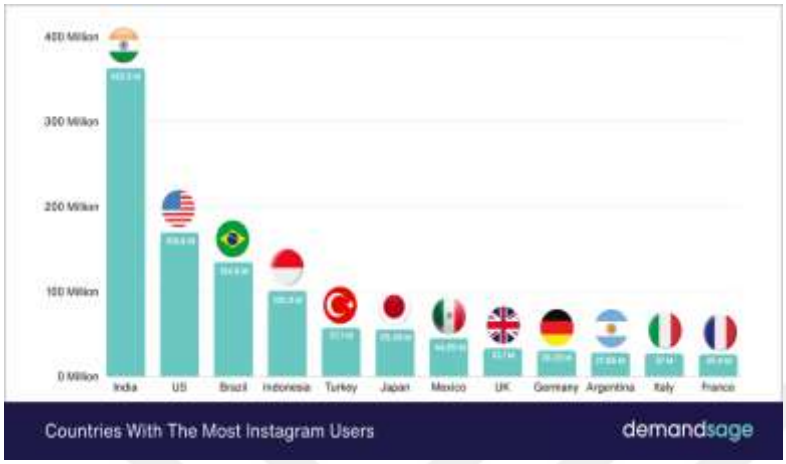
İnternetin, insanların aktif kullanımına girmesi ile birlikte meydana gelen sosyal medya olgusunun en güçlü örneği olan Twitter (X), bireylerin iletişim sürecinde kaynak konumunda bulunabildiği, görsel işitsel gönderiler gönderme imkânı ile küresel çapta diğer insanlar ile anlık iletişim kurabildiği ve kitleleri etkilemede veya var olan konularda etkilenerek harekete geçmelerinde sosyal medyanın en güçlü platformlarından biri olarak hayatımızda görmekteyiz.

3.3.2. Instagram

İnternetin, bireylerin kullanımına daha fazla entegre olması ile ihtiyaçlarına yönelik olarak, farklı özellikler ihtiva ederek geliştirilen dijital medya platformlarından olan Instagram, görselliğin ön planda olduğu bir dijital medya platformu olarak karşımıza çıkmaktadır. 2010 yılına gelindiğinde Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından

geliştirilen Instagram, günümüzde yaklaşık 2 Milyar aktif kullanıcısı olan küresel bir sosyal medya platformu olarak karşımıza çıkmaktadır (Survıvor 2024).

Tablo 3.1: Ülkeler Bazında Aktif Instagram Kullanıcı Sayısı (2024)



Kaynak: www.survivor.com

İlk geliştirildiği 2010 yılında sadece İPhone markalı telefonlara özgü kullanıma açılan Instagram, zaman içerisinde gelişen teknolojik devinimler ve kullanıcıların yoğun talepleri üzerine 2012 yılı ile birlikte Android tabanlı cihazlarda da kullanıma aktif hale gelmiştir. Günümüzde neredeyse tüm platformlar üzerinden erişime mümkün olan Instagram, kullanıcılar tarafından yaklaşık olarak günlük 32 dakika vakit geçirilen bir dijital medya platformu olarak ilgi görmektedir (Survıvor 2024).

Instagram, diğer dijital medya platformlarında olduğu gibi, bireylerin iletişim sürecinde kaynak olarak bulunabildiği bir platform olma özelliğini barındırmaktadır. Platformu kullanan bireyler, görsel olan iletileri (fotoğraf ve video), kendilerine ait olan, oluşturdukları kullanıcı profillerinde paylaşır. Bu paylaşımlar üzerinde birleştirme, düzenleme veya çeşitli efekt, müzik ekleme gibi imkânı bulunmakta olup, kullanıcılar revize ettikleri görsel gönderileri kendi zevk ve görüşüne göre yeniden üretmektedir.

Instagram'ın kişisel kullanımda kullanıcılar, günlük yaşamlarını takipçileriyle paylaşarak tatil anıları, hobileri, yemek tarifleri ve sosyal aktiviteler gibi kişisel içerikleri öne çıkartırlar. Bununla birlikte kullanıcılar, 24 saat sonrasında kaybolan fotoğraf veya videoların paylaşıldığı, çeşitli anketler, müzikler ve yapay zekâ efektlerinin kullanıldığı *hikâye* ve 15-60 saniye süreli üzerinde çeşitli efekt veya düzenlemelerin yapıldığı *reels* paylaşımlarını kullanarak takipçileriyle etkileşimde bulunabilir. Aynı zamanda, kendisini

takip eden veya kendisinin takip ettiği sanal arkadaşlarla ile karşılıklı iletişim kurma, ilgi alanlarına yönelik içerikleri keşfetme veya kendisinin yayınlayacağı içeriklere uygun ilham alma amacıyla İnstagram, kullanıcılar tarafından çok sık kullanılmaktadır.

Instagram platformu, her ne kadar kullanıcılarına, kendi oluşturduğu paylaşımları profilinde paylaşma imkânı tanısa da bu özelliğinin yanında paylaştığı gönderiler ile diğer kullanıcıları yönlendirecek, onların alım satım tercihlerini şekillendirecek bir fenomen kültürünü de yapısında barındırmaktadır. Platform kullanıcısı bireylerin satın alma tercihlerini biçimlendiren fenomenler *(influencer)* büyük takipçi kitlelerine sahip kullanıcılar olup, genellikle ürün tanıtımları ve sponsorlu içerikler aracılığıyla kazanç sağlarlar. Ticari ürün satarak kar elde etme misyonu taşıyan markalar da fenomenlerle iş birliği yaparak ürünlerini geniş kitlelere ulaştırır. Böylece, platformdaki diğer insanların satın alma tercihlerini yönlendiren fenomenler, diğer kullanıcıların alım ve tüketim tercihlerinde takip ettiği bir değer olabilmektedir.

Küresel anlamda farklı dünya ülkelerinde yaşayan bireyler, Instagram platformu aracılığıyla kendi aralarında sürekli iletişimde bulunabilir, gündelik veya geçmişe yönelik anılarını, hikâye, reels veya görseller ile paylaşabilirler. Instagram, kullanıcılar arasındaki tüm sosyal bağlantıları aktif tutarak, ülkeler arası coğrafik mesafeleri aşmayı ve farklı kültürlerden insanlarla etkileşim kurmayı sağlar. Bununla birlikte, diğer Instagram kullanıcısı olan bireyler ile ortak ilgi alanları kapsamında gruplar oluşturabilir, çeşitli etkinliklere katılabilir, sanal topluluklar kurabilir ve insanları eyleme geçirebilir, onları bilinçlendirecek veya kamoyu oluşturulmasına olanak sağlayacak farkındalık kampanyaları başlatabilmektedirler.

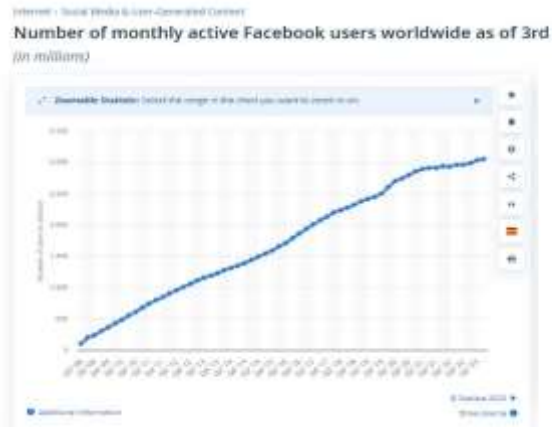
3.3.3 Facebook

Başlangıçta Mark Zuckerberg, Harvard üniversitesi öğrencisi olan arkadaşları ile aralarında iletişim kurmak amacıyla 2004 yılında geliştirdiği Facebook (Wikipedia 2024), bugün sosyal medyanın en çok kullanılan ve en etkili dijital medya platformu olarak karşımıza çıkmaktadır. Zaman içerisinde açık bir dijital medya platformuna dönüşen Facebook, insanların çevrimiçi olarak dünya üzerindeki diğer bireyler ile bağlantı kurdukları ve sanal bir arkadaşlık bağlantısı kurdukları bir devinime uğramıştır.

Söz konusu platformda kullanıcı profili oluşturabilen bireyler, video, fotoğraf ve metin içerikli paylaşımlar yapabilmekte, hazırlamış oldukları gönderiler ile diğer kullanıcılar ile görüş ve beğeni paylaşımında bulunabilmektedir. Aynı zamanda kullanıcılar ilgi alanları doğrultusunda, platformdaki akış içerisinde gördükleri paylaşımları kendi kişisel sayfalarında paylaşabilmektedir. Kullanıcılar, başka gönderileri kendi kişisel sayfalarında paylaşabildiği gibi, kendi düşünce ve beğenileri kişisel sayfalarında herkese açık veya sadece takipçilerinin görebileceği seçenekleri ile paylaşabilmektedir (Wikipedia 2024).

Günümüzde, internet kullanımının yaygınlaşması ile kullanıcısı sayısı artan platformlar içerisinde Facebook, 2023 yılının 3.çeyreğine gelindiğinde 3 Milyarın üzerinde aktif kullanıcısı olan devasa bir dijital medya platformu haline gelmiştir.

Tablo 3.2: Facebook'un Küresel Çapta Kullanıcı Sayısı (2023)



Kaynak: www.survivor.com

Facebook, zaman içerisinde kullanıcıların farklı istek ve ihtiyaçlarını göz önünde bulundurarak, ilk oluşturulduğu ileti gönderimi misyonunun dışına çıkmış ve bünyesinde birçok özellik geliştirilmiştir. Söz konusu medya platformunu kullanan bireyler, arkadaş olarak ekledikleri veya arkadaş olmak istedikleri diğer kullanıcılar ile sohbet edebilmek için Facebook Messenger hizmetini devreye almıştır. Bu sayede kullanıcılar, diğer kullanıcılara özel mesajlar gönderebilmekte, sesli veya görüntülü sohbet edebilmektedir.

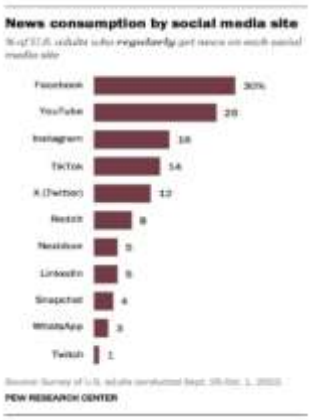
Bir diğer özellik olan Facebook Marketplace özelliği ile kullanıcılar, platform üzerinden kendi yaptıkları veya sahip oldukları sıfır veya ikinci el ürünlerin fiziki olarak satışını yapabilme imkanına sahip olmaktadır. Bu alanda kullanıcılar, sahipliği bulunduğu ürüne ait fotoğraf, video ve bilgileri görsel olarak gönderi şeklinde paylaşarak, diğer

kullanıcılara ürünlerini sunmaktadır. Bu alan üzerinde, alıcı konumunda olan diğer kullanıcılar söz konusu ürünü görerek satın alma eylemini bu platform üzerinden gerçekleştirebilmektedir.

Facebook platformu üzerinde bireyler, ilgi alanlarına özgü uygun gruplara katılabilmektedir. Kullanıcılar, bu gruplar içerisinde planlanan çeşitli aktivitelere dahil olarak gerçek dünyada gerçekleşecek etkinliklere katılım gösterebilmektedir. Tabi bu aktiviteler gerçek dünya için planlandığı kadar yine platform üzerinde olacak dijital bir etkinlik olarak ta gerçekleşebilmektedir *(beğenilen veya dikkat çekilmek istenen konulara ilişkin toplu beğeni çalışması veya bir sanatçı performansının canlı yayın üzerinden takip edilmesi vb.).*

Facebook kullanıcıları, internet altyapısının sunduğu hızlı erişim imkânı ile küresel çaptaki tüm kullanıcılarla anında iletişim sağlayarak gündemi anlık takip edebilmektedir. Kullanıcılar, medya akışı içerisindeki anlık gönderileri takip ederek gündeme dair haberlerden bilgi sahibi olabilmektedir. Böylece, yerel veya küresel bağlamda meydana gelen olaylar ile ilgili bilgi sahibi olan kullanıcılar, yine yerel veya küresel bir kamoyu oluşturulmasına yaptıkları gönderi veya paylaşımlarla katkı sağlayabilmektedir.

Tablo 3.3: ABD'de Haber Tüketiminde Facebook'un Yeri (2023)



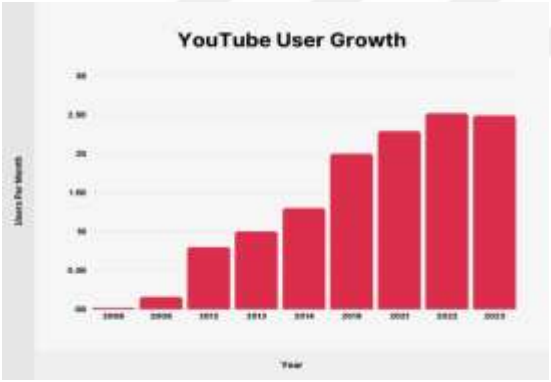
Kaynak: www.survivor.com

YouTube, 2005 yılında üç eski PayPal çalışanı olan Steve Chen, Chad Hurley ve Jawed Karim tarafından kurulan bir video paylaşım platformudur (TÜBİTAK Bilim Genç 2024). İlk olarak kullanıcıların kendi videolarını yükleyip paylaşabilecekleri bir ortam sunma amacıyla geliştirilen YouTube, tüm dünya çapında büyük bir başarı elde etti. Bu başarısı,

2006 yılında Google tarafından 1.65 milyar dolara satın alınmasına yol açtı ve Google'ın bünyesine katılmasıyla birlikte hızlı bir şekilde büyüyerek, dijital dünyanın en popüler platformlarından biri haline geldi. İlk kurulduğu dönemlerde yalnızca basit bir video paylaşım sitesi olarak bilinirken, zaman içinde gelişmiş özellikler eklenerek çok yönlü bir medya platformuna dönüştü.

Dünya çapında 2,5 milyara yakın aktif kullanıcısı bulunmakta olan Youtube'un bu sayısı her geçen gün artmaya devam etmektedir. Özellikle akıllı telefonların yaygınlaşması ve internet erişiminin artması, YouTube'a olan ilgiyi artırmaktadır. Platformda içerik üreticileri, vloglardan oyun videolarına, eğitim içeriklerinden müzik videolarına kadar geniş bir yelpazede içerik sunmaktadır. Bunun yanında YouTube'un canlı yayın yapma imkânı, YouTube Shorts gibi kısa video içerikleri ve YouTube Music gibi müzik akış hizmetleri, kullanıcıların dikkatini çeken özellikler arasında yer almaktadır. Ücretli üyelik sistemi olan YouTube Premium da reklamsız izleme, çevrimdışı oynatma ve özel içeriklere erişim gibi avantajlarla kullanıcı deneyimini geliştirmektedir.

Tablo 3.4: Yıllara Göre Küresel Ölçekte Youtube Kullanıcı Sayısı



Kaynak: www.backlinko/youtube-users.com

YouTube'un başarısının ardındaki önemli bir etken de gelişmiş algoritmaları ve kişiselleştirilmiş öneri sistemidir. Kullanıcıların izleme geçmişine ve tercih ettikleri içerik türlerine göre ana sayfa ve önerilen videolar sürekli olarak yenilenmektedir. Bu özellik ile izleyicilere ilgi alanlarına uygun yeni videolar keşfetme fırsatı sunulurken, içerik üreticilerinin de daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlanmaktadır. Ayrıca, YouTube Analytics gibi araçlar sayesinde içerik üreticileri izleyici demografileri, izlenme süreleri ve etkileşim oranları gibi verileri analiz ederek içeriklerini optimize edilebilmektedir.

YouTube'un gelir modeli büyük oranda reklamlara dayanmakta ve platform, içerik üreticilerine de gelir sağlamaktadır. YouTube Partner Program (YPP) ile içerik üreticileri, videolarındaki reklamlardan pay alarak kazanç elde edebilmektedir. Bu program sayesinde, içerik üreticileri reklam gelirlerinin yanı sıra YouTube'da kanal üyelikleri ve "Super Chat" gibi ek kazanç modellerinden de yararlanabiliyor. Böylece YouTube hem içerik üreticilerini destekleyerek hem de izleyicilere geniş bir içerik yelpazesi sunarak zengin ve etkileşimli bir ekosistem oluşturmayı gerçekleştirmektedir.

3.4. İletişimin Dönüşümü Bağlamında Dijital Diplomasi

Yeni çağın beraberinde getirdiği imkanlar ile gelişen teknolojinin ürünleri olan modern iletişim araçları, iletişim yöntem ve pratiklerinin değişmesine, dönüşmesine olanak sağlamıştır. Teknolojik imkanlar eşliğinde dönüşen modern iletişim araçları, değişen dünya düzeninde bireyler arası iletişimin anlık gerçekleşmesine imkân sağlayarak bireylerin güncel olarak haberleşebilmesi ve belirli bir enformasyona daha kolay ulaşmasının yolunu açmıştır. Söz konusu iletişim pratiklerinin kolaylaşması ve iletişim yelpazesini genişlemesi elbette bireysel iletişim ile sınırlı kalmamıştır.

Teknoloji bağlamında gelişen modern iletişim teknolojileri, iletişim ağını yaygınlaştırmış, ağın küresel bir boyuta evrilmesini sağlamıştır. İletişim araç ve pratiklerinin teknolojik altyapı ile olan bütünleşmesi, iletişim araçlarının etkisinin bireyselden küresele doğru dönüşmesine, toplumların bilgiye ulaşmasını ve gündemi anında takip edebilmesine olanak sağlamıştır (Birinci ve Terkan 2023, 186). Küresel bir boyuta evrilen iletişim ağı, tüm bireylerin anlık olarak haberleşmesini sağlayarak bilgiyi eşzamanlı olarak takip edebilmelerine olanak kılmış, toplumların dünya gündemini güncel olarak izleyebilmesine fırsat tanımıştır.

Modern iletişimin araçlarının sağladığı bu denli avantajların yanında toplumların, modern iletişim araçlarından kolektif bir biçimde etkilenebiliyor olması da bu süreçte önem kazanmaktadır. Küresel iletişim ağında güçlü etkisi bulunan iletişim araçları ile yönetim erklerinin yeniden üreterek topluma sunmuş olduğu mesajlar, toplumları yönlendirmeye, ortak bir karar almaya sevk edebilmektedir.

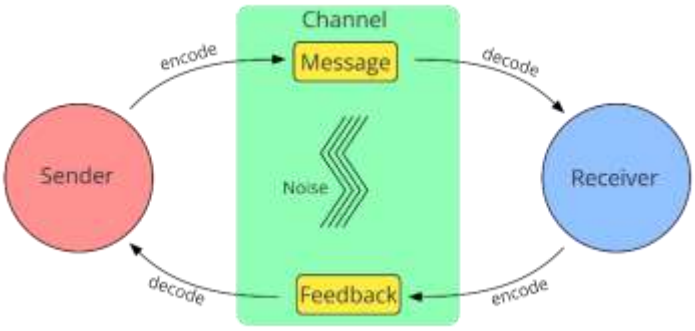
Kitle iletişim araçları vasıtasıyla yeniden üretilen gerçekliklerin sunulduğu mesajları tüketen toplumlar, kendisine sunulan iletileri tüketerek olaylara aynı gerçeklik penceresinden bakmaya yönlendirilir (Castells 2013, 210). Bu mesajlarda, yeniden üretilen gerçekliğin yanında var olan gerçekliğin sınırlı yüzü de toplumlara aktarılabilir. Medya ileti ve mesajlarının kullanıcılara anlık ve yüksek tesirli olarak çeşitli iletişim araçları ile sunulduğu küresel iletişim ağı, internet altyapısının bu sürece olan entegrasyonu ile çok daha geniş boyut ile etkili bir iletişim süreci olma yoluna girmiştir.

İnternet altyapısının sunduğu çeşitli mecralarda anlık ileti alma ve gönderme eylemleri, klasik iletişim süreci unsurlarına da etki etmiş, iletişim sürecini çok katılımcılı bir biçime dönüştürmüştür (Birinci ve Terkan 2023, 182). İnternet altyapısına entegre modern iletişim araçları öncesi klasik iletişim araçları ile gerçekleşen iletişim döngüsünde bilgi kaynağı, gönderici (kodlayıcı), kanal, gürültü ve alıcı (çözücü) gibi unsurlar bulunmaktaydı (Demirel 2024). İlgili iletişim süreçlerinde bilgi kaynağı olan kişi veya kurumların gerçekliği kodlayarak bir kanal vasıtasıyla iletiyi alıcıya göndermesi, alıcının iletiyi çözerek algılaması ve göndericiye geri bildirim yapması bu klasik iletişim sürecinin döngüsünü oluşturmaktaydı. İnternete entegre olarak meydana gelen dijital iletişim döngüsünde ise artık gönderici ve alıcı interaktif bir konumda konumlanarak birbirleri arasında yer değiştirebilmektedir.

İnternet tabanını kullanarak bireylerin iletişim pratiklerinde köklü bir değişim getiren ise hiç şüphesiz dijital medya platformları olmuştur. Bakıldığında, dijital medya platformları kullanan bireyler, bulundukları ortamda meydana gelen bir olayı veya siyasi/sosyal düşüncelerini belirten yazılı veya görsel iletiler halinde mecra üzerinde hazırlayıp yayınlayarak, aynı platformdaki diğer kullanıcıların bu medya iletilerini tüketmesine olanak sağlamaktadır.

Bahsi geçen senaryoda bir dijital medya platformu kullanıcısının belirli bir konu hakkında hazırlamış olduğu bir ileti, binlerce hatta milyonlarca dijital medya platformu kullanıcısı tarafından beğeni görebilir veya yeniden paylaşılabilir. Böylece, bir kullanıcının üretmiş olduğu enformasyon, kitlelerin, onu dijital medya mecrasında tüketmesi ve kabul görmesi ile birlikte kamoyu oluşumuna etki edebilmektedir.

Şekil 3.1: İletişim Modellerinin Ortak Bileşeni



Kaynak: https://tr.m.wikipedia.org

Bu sayede dijital medya platformu kullancısı olan bireyler, kamoyunu yakinen takip edebilmekte, hatta kamoyuna mecradaki güçleri nispetinde *(takipçi sayıları, gönderi beğeni istatistikleri vb.)* kanaat önderi olarak yön verebilmektedir. Dijital medya platformu kullanıcısı olan bireyler, anında iletişimin sağladığı imkân ile kamoyuna etki edebilme imkanını elde etmesinin yanında aynı zamanda hükümetlerin propagandasına da maruz kalabilmektedir.

Dijital enformasyon çağında kamuoyunu yönlendirmek ve diplomatik eylemler gerçekleştirmek için hükümetler de dijital medya platformu kullanımına başvurmaktadır. Yeni çağ ile birlikte iletişimde dijitalleşmenin yukarı yönlü bir ivme kazanması, hükümetler ve onların diğer devletler ile yapmış oldukları diplomasi hareketlerinde büyük bir evrilmeye sebebiyet vermiştir. Dijital iletişim araçları, devletler arası diplomatik süreçte her iki tarafın mesajlarını birbirlerine en seri ve etkili bir biçimde iletmeye, halkları nezdinde kamoyu oluşturulmasına ve meydana gelebilecek krizlerin yönetimlerinde kritik öneme haizdir. Bu sayede hükümetler, diplomasi eylemlerinde dijital medya platformları ile kamu veya dış politikaya ait diplomasi görüşlerinin kamoyunda pekiştirilmesi, karşı tarafın gündemini etkilemesini hedeflemektedir.

Yukarıda bahsi geçen ve iletişimde dijitalleşme etkisinin diplomaside görüldüğü tüm bu süreç ***dijital diplomasi*** olarak adlandırılmaktadır. Dijital diplomasi, geniş bir perspektiften bakıldığında hükümet erklerinin, çeşitli dijital medya platformlarını kullanarak dış politika ve kamu diplomatik faaliyetlerini yürütmesi olarak açıklanabilmektedir. Dijital Diplomasi, kullanıldığı hükümet erklerince kendi politikalarına paralel düşünceleri, dijital medya platformları üzerinden hızlıca yayabilme

tanımaktadır. Devletin politika kurumlarınca, toplum ile doğrudan iletişim kurabilmek için dijital medya sıkça kullanılmaktadır (Albayrak 2023, 496).

Dijital diplomasi ile devletler, ülkenin dış dünyadaki imaj ve prestij inşasına da önemli ölçüde katkı ve etki sağlayabilmektedir. Dünya siyasi konjonktüründe saygın, etkili ve caydırıcı bir konumda konumlanmak isteyen devletler, dijital diplomasinin unsuru olan dijital medya platformları aracılığıyla hazırladıkları görsel veya yazınsal medya ürünleri ile diğer hedef ülkelerin kamoyularında ciddi bir pozitif bakış açısı geliştirmeyi amaç edinebilmektedir. Turizm, kültürel, siyasi veya sosyal vb. alanlarda kendini gösterebilen bu dijital diplomasi çalışmalarına, hedef ülke nazarında olumlu bir prestij sağlanmasına adına sıkça başvurulmaktadır. Aynı zamanda dijital diplomasi, doğal afetler, terör saldırıları ve diğer kriz durumlarında ülkelerin halka etkili bir şekilde bilgi sağlamasına katkı sağlayabilmektedir (Albayrak 2023, 498).

Dijital diplomasi bağlamında imaj ve prestij çalışmaları yürüten devletler, belirli politikalarını benimsetmek veya kendi politikalarını destek bulmak veya var olan politikalarını pekiştirmek adına dijital reklam kampanyaları yürütebilmektedir.

Dijital diplomasi paralelinde gerçekleşen söz konusu dijital reklam kampanyaları, küresel kurumların veya diğer devletlerin ortak paydada buluşabilecekleri, ortak farkındalıkların oluşturulabileceği konular üzerinde gerçekleşebilmektedir. Örneğin; tüm dünya ülkeleri ve küresel kurum ve kuruluşların gündeminde bulunan ve ortak bir sorun olan küresel ısınma konusunda, alınabilecek tedbirlere ilişkin farkındalık oluşturabilecek reklam kampanyalarının hazırlanması ve bu kampanyaların dijital medya platformları üzerinden de paylaşımı, dijital diplomasinin bir çalışması olarak kampanyayı gerçekleştiren ülkenin imaj ve prestijine olumlu bir katkı sağlayacağı öngörülebilmektedir.

YouTube üzerinde paylaşımı planlanan dijital medya gönderileri, küresel bir ortak paydayı ele alabileceği gibi aynı zamanda ülkenin, spor, kültürel, sağlık iş, dini vb. turizm alanlarına ilişkin olabilmektedir. Böylece ülkeler, yukarıda bahsi geçen ülke imaj ve prestijine olumlu anlamda katkı sağlayacak önemi barındırabilmektedir. Burada yapılacak dijital medya yayınları ile turizm tanıtımı yapılabilir, etkilenmek istenilen hedef kamuoyunun tercihleri ve alışkanlıklarının pozitif yöne evrilmesi hedeflenebilmektedir.

Fotoğraf 3.4: Dijital Medya Platformlarında Diplomasi Çalışmaları (YouTube)



Kaynak: https://youtube.com.tr

Dijital diplomasi kullanımı, ülkeler arası diplomatik ilişkiler alanında kullanımının yanında, ülkelerde meydana gelebilecek doğal afet, savaş, kıtlık vb. insani krizlerin mevcut olduğu durumlara karşın etkin bir mücadele için diğer ülkeler nezdinde kamoyu oluşturmak ve yardımlaşma sağlanabilmesi adına da kullanılabilmektedir.

Meydana gelebilecek bir doğal afet veya diğer felaketler ile mücadelenin dünya kamoyunda yankı bulması ve kamoyu ilgisinin bu alana çekilerek farkındalık oluşturulması adına dijital medya platformlarından görsel veya yazınsal paylaşımlar yapılabilmektedir. Böylece, söz konusu olayın gündem olarak dikkatlerin bu alana çekilmesi ve buna yönelik kamoyu oluşturulması hedeflenmektedir.

Dijital medya mecralarında yapılan dijital diplomasi çalışmaları ile meydana gelen felaketler ile mücadelede küresel çapta büyük bir iş gücü desteğinin bulunması da elbette faydalıdır.

Fotoğraf 3.5: Türkiye Depreminde Yabancı Ülke Çalışmaları (YouTube)



Kaynak: https://youtube.com.tr

Dijital diplomasinin yapılmasında yönetim erkleri, politikaları doğrultusunda hazırladıkları mesajlarını kendi kurumlarınca kamuoyuna iletebileceği gibi fon sağladıkları kurum ve kuruluşlar vasıta ile de dijital medya platformları üzerinden iletebilmektedir. Dışişleri bakanlığı, büyükelçilikler veya askeri kuvvetlerin resmi dijital medya hesaplarından yapacağı paylaşımlar ile medya iletileri yayımlanmasının yanında maddi veya bürokratik olarak gerekli kolaylık ve imtiyazların sağlandığı dernek, vakıf, STK, kulüpler vd. kurum ve kuruluşlarına ait dijital medya platformlarından da söz konusu diplomasi görüşünün paralelinde medya iletileri kamuoyu ile paylaşılabilmektedir. (Akpınar 2022).

Dijital diplomasi kapsamında yapılan faaliyetlerin hiç kuşkusuz teknoloji çağında kullanılmasının elzem olduğu yadsınamaz bir gerçeklik olarak gerçekleşen pratiklerle ile ortaya konulmuştur. Kamu diplomasisi ve dış politika paralelinde gerçekleştirilen dijital diplomasi, hızlı iletişim imkânı ve klasik diplomasinin aksine geniş kitlelere çok daha rahat ulaşabilme imkanını içinde barındırması, devletlerin dijital iletişim araçlarını kullanarak dış ilişkilerini yönetme sürecine tamamıyla entegre olmasını sağlamıştır. (Albayrak 2023, 508).

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE-YUNANİSTAN ARASINDAKİ SİYASİ İLİŞKİ TEMALI TWİTTER (X) GÖNDERİLERİNİN İÇERİK ANALİZİ

"Eğer bir şeyi basitçe anlatamıyorsanız, onu yeterince iyi anlamamışsınız demektir."

Albert Einstein

4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Dünya siyasi konjonktürünün gelişen teknolojik gelişmeler paralelinde sürekli bir devinim halinde bulunması, her alanda yeni bir pratik ve eylemin hayata geçirilmesini zorunlu kılmıştır. Pratik ve eylemlerin değiştiği siyasi, ekonomik, kültürel ve sosyal alanlarda kendini gösteren bu devinim hiç şüphesiz kendini iletişim olgusu üzerinde de göstermiştir.

İlk çağ insanlarından beri süregelen iletişim, zaman içerisinde meydana gelen gelişmelere kayıtsız kalmayarak klasik ve basit döngüsünden sıyrılıp modern bir pratik haline dönüşmüştür. İletişimi klasik döngüsünden çıkararak modern bir pratik haline getiren ise şüphesiz teknoloji olmuştur. Geçmişte, iletişim çoğunlukla fiziksel bir formatta gerçekleşmekte ve yalnızca yazılı, sesli veya yüz yüze etkileşimlerle sınırlıydı. Ancak, dijitalleşme ile birlikte internet ve mobil cihazlar, insanları her yerden ve her zaman birbirine bağlama imkânı sunmuştur. Dijital medya platformları, anında mesajlaşma uygulamaları ve video konferanslar, bireyler arasındaki mesafeleri ortadan kaldırarak hızlı ve çok yönlü iletişimi mümkün kılmıştır. Bu gelişmeler, insanların bilgiye ulaşmasını kolaylaştırırken, iletişim yöntemlerinde de büyük bir dönüşüm yaratmıştır.

Teknolojik gelişmelerin paralelinde iletişimde yaşanan bu devinimin, onun kullanıldığı, ana aktörü olduğu diplomasiyi de etkilememiş olması mümkün olmamaktadır. Kişiler arası iletişimin daha kapsamlı ve sistematik olarak bir disiplin halinde yapıldığı, ülkelerin diğer ülkeleri ve onların halklarını etkilemeye çalıştığı diplomasi, iletişimin kullanıldığı medyanın dijitalleşmesiyle farklı bir boyuta evrilmiştir. Geleneksel diplomasi genellikle devlet başkanları, elçiler ve yetkililer aracılığıyla fiziki olarak yürütülürken, dijital diplomasi, bu süreçleri daha hızlı ve doğrudan hale getirdi. Dijital diplomasinin kullanımı ile birlikte devletler, bir diğer ülkenin kamuoyuna doğrudan bir etki etmeyi amaçlayarak görsel veya yazınsal gönderiler hazırlamaktadırlar. Böylece, klasik diplomasinin hantal ve uzun süren süreci, dijital diplomasi araçlarıyla daha seri bir hale ve tesiri yüksek görülen bir süreç haline dönüşmüştür. Bu yeni iletişim biçimi, diplomatik ilişkileri daha hızlı ve etkili hale getirse de bazen kullanılan dil, görsel hatalar nedenleriyle yanlış anlaşılmalara ve hızlı tepki gösterme risklerini de beraberinde getirmiştir. Bu nedenle, yapılan bu çalışmada, dijital diplomasinin ülkeler arası etkileşimde etkisinin ne denli olduğu, dijital diplomaside kullanılan dijital medya dilinin nasıl olduğu araştırılması amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda çalışmada, aşağıdaki soruların yanıtı aranmaktadır:

S_1. Dijital Diplomasi aracı olan dijital medya platformlarında kullanılan dil nasıldır?

S_2. Devlet veya tüzel organlar hangi tür diplomatik olaylara dijital medya mecralarında yer vermektedir?

S_3. Dijital diplomasi aracı olan dijital medya platformlarında ülke gündemi belirleme ve yönlendirmede etkisinin nedir?

Bu araştırmanın önemi, ülkeler arası diplomatik eylemlerde kullanılan araçların içerisinde dijital diplomasinin ne ölçüde kullanıldığı ve kullanımında iletişim minvalinde kullanılan dilinin sert mi yumuşak mı veya diğer kullanım türlerinin belirlenmesi, içeriklerin neleri barındırdığının ortaya konulmasıdır. Ayrıca yapılacak bu araştırma ile, dijital medya platformlarının ülkelerin ikili ilişkilerinde diğer ülkenin gündemini belirleme, gündemini değiştirme, yönlendirmesi gibi amaçlara yönelik olarak kullanımının ortaya konulması ve bu alanda yapılacak akademik çalışmalara kaynak olabilme amacını taşımaktadır.

4.2.Araştırmanın Sınırı ve Sınırlılıkları

Bu araştırmada, araştırmanın önemini aktarabilmek adına, siyasi ilişkilerin ve karşılıklı etkileşimin yüksek olduğu Türkiye-Yunanistan ilişkileri özelinde dijital medya platformu olan X üzerinde yapılan kurumsal ve hükümet yetkililerine ait hesapların gönderileri ele alınacaktır. Türkiye-Yunanistan ilişkilerinin konu edinildiği, diplomatik ilişkilerinin en üst kritik seviyede yaşandığı 01 Ocak 2020– 31 Aralık 2023 tarihleri arasındaki, konuya ilişkin önemli görülen Türkiye-Yunanistan konulu 10 adet X gönderisi doküman analizi yapılarak elde edilecektir.

Ele alınan gönderilerin etkisinin ölçülebilmesi adına dijital medya platformu kullanıcıları tarafından en az 1000 beğeni ve 200 yorum yapılmış olan gönderiler dikkate alınmıştır.

4.3. Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırmada, ele alınacak dijital medya mecrasının ürünü gönderilerde yer alan metinsel ve görsel ifadelerin anlamsal olarak neyi ifade ettiği ortaya konulması amaçlanmaktadır. Bu nedenle, konuyla ilgili başlıklara ilişkin sosyal medya gönderileri nitel içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmektedir. Nitel içerik analizi ile araştırma konusu gereği ele alınan dijital medya platformlarında yer alan sosyal medya gönderilerinin, görsel ve yazınsal olarak içeriklerinin ne olduğunun, görsel ve yazınsal içeriklerin hangi bağlamda kullanıldığının ortaya konulması amaçlanmaktadır.

Çalışmanı evrenini oluşturacak seçili sosyal medya gönderileri üzerinde yapılacak içerik analizi ile metin ve görsel argümanlar yorumlanacak, anlamsal ve söylem analiz ile de metin ve görsellerde kullanılan dilin analiz edilmesi hedeflenecektir. Böylece, alanı belirlenmiş araştırma konusunun hedeflediği hipotezlere cevap aranacaktır.

4.4. Araştırmanın Bulguları

Dijital medya mecralarının iletişim alanında geniş bir yelpazede yer alarak tüm kullanıcılara hızlı ve etkili bir iletişim imkânı tanıması sadece bireylerle sınırlı kalmamış, değişen dünya konjonktüründe devletlerin de bu mecrayı siyasi ilişkilerinde revaçta olacak şekilde kullanmasını beraberinde getirmiştir.

Devletler arası ilişkilerin gereği icra edilen diplomatik eylemler bağlamında yeni çağ ile birlikte bir araç olarak kullanılan dijital medya platformları, devletlerin, diğer devletler üzerinde bir hegemonya kurmasına yardımcı enstrüman olarak kullanımına sıkça rastlanmaktadır. Bu enstrüman, basit bir uygulama üzerine indirgenemeyecek kadar komplike bir araç olmaktadır. Çünkü, tüm bireylerin en hızlı şekilde bilgiye erişebildiği bu dijital medya mecraları, içerdikleri metinsel ve görsel paylaşımların çok hızlı tüketilebildiği, tüketimi sonrası bireylerin karar alma yönelimleri ve siyasi düşüncelerinin yönlendirme doğrultusunda biçimlendirilebildiği bir alan haline gelmiştir.

İşte, söz konusu bu fırsatı gören devletler, bireyleri, dolaylı yoldan ülke kamuoylarını etkilemek, ülkeleri konvansiyonel silah kullanımına gerek bırakmadan istedikleri politika ekseninde hareket etmesini sağlamayı hedeflemektedir.

Bu doğrultuda, bu çalışmanın amacı olan dijital medyanın diplomasi üzerindeki etkisini irdelemek ve dijital diplomasinin ürünleri olan gönderilerde kullanılan dil ve anlamı incelemek üzere evren örneklemi yapılması adına seçilen gönderiler üzerinde çalışmalar yapılmıştır.

Fotoğraf 4.1. Türkiye ve Yunanistan Dışişleri Bakanlarının Söylemleri



Kaynak: https://x.com/MevlutCavusoglu/status/1340720743475253248

İki komşu ülke olarak geçmiş bir ortak kültürü ve tarihi paylaşan Türkiye ve Yunanistan, her ne kadar bu ortalığın tarafı olsa da aynı zamanda her iki ülkenin dinsel ve etnik farklılıkları onları, günümüzde sıcak ve tansiyonu yüksek ikili ilişkilerin olduğu bir

zeminde buluşturmaktadır. Yukarıda yer verilen X dijital medya gönderisinde, eski Yunanistan Dışişleri Bakanı Nikos Dendias'ın 19 Aralık 2020 yılında Yunanistan basınına yapmış olduğu bir demeci ve mevkidaşı olan eski Türkiye Dışişleri Bakanı Mevlüt Çavuşoğlu'nun Türkiye aleyhine söylemlerin yer aldığı demece cevabı yer almaktadır. Mevlüt Çavuşoğlu, retweet yaparak paylaştığı gönderide; "*Sevgili Nikos, işte sana yeni yıl için birkaç arkadaşça tavsiye. Başkalarından yardım istemeyi ve Yunan halkının itibarını yaralamayı bırak. 2021 yılı, doğrudan, samimi ve ciddiyetle konuşarak farklılıklarımızı adil şekilde ele aldığımız bir yıl olsun."* ifadesini kullanmıştır. Söz konusu söylemin diline bakıldığında söylemi dile getiren Mevlüt Çavuşoğlu, her ne kadar mevkidaşı olan Niko Dendias'ı arkadaş olarak nitelendirerek bir söylemde bulunmuş olsa da Türkiye Cumhuriyeti'nin Dışişleri Bakanı görevini halihazırda sürdürüyor olması, bu söylemi bir diplomatik eylem ekseninde söylemiş olduğunu ortaya koymaktadır.

İlgili medya gönderisine bakıldığında Mevlüt Çavuşoğlu'nun, otoritesinin dayandığı Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanı statüsünde olması, söyleminin, ön planındaki "arkadaşlık" bağıntısı haricinde arka plandaki "nasihat" ve "diplomatik iletişim" olma ağırlığı ile kendini göstermektedir. Aynı zamanda, Mevlüt Çavuşoğlu'nun gönderici olduğu iletişim sürecindeki alıcı olan yani gönderinin muhatabı Niko Dendias'ın kimliğinin de sıradan bir dijital medya platformu kullancısı olması dışında Yunanistan Dışişleri Bakanı kimliğini de barındırıyor olması, gönderinin sıradan bir fikir beyanında olmadığı, iki ülke arası ikili ilişkilerdeki süregelen gerginlikleri ve diplomatik çıkışları yansıtmaktadır.

Fotoğraf 4.2: Yunanistan Başbakanı'nın Türkçe Gönderisi



Kaynak: https://x.com/PrimeministerGR/status/1573418967619756032

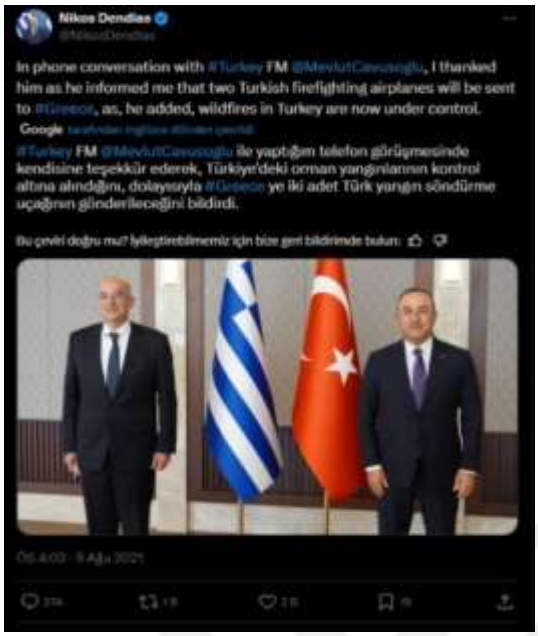
Bu gönderi, Yunanistan Başbakanı Miçotakis'in 24 Eylül 2022 tarihinde Birleşmiş Milletler Genel Kurulu'ndaki yapmış olduğu bir konuşmasından alıntı yapılmaktadır. Yunanistan Başbakanın, özellikle "Türk halkına" ve "Türk liderlerine" hitap ederek geniş bir hedef kitleye ulaşmayı amaçladığı görülmektedir. Bu, diplomatik bir yaklaşım sergileyerek yalnızca hükümet yetkililerine değil, aynı zamanda doğrudan Türk vatandaşlarına seslenme çabası olarak görülebilir. Bu tür bir yaklaşım, dostluk ve komşuluk mesajını güçlendirmeyi amaçlamaktadır.

Türkiye ve Yunanistan arasındaki gerilimin yüksek olmasının aksine "Biz düşman değiliz. Biz komşuyuz" gibi ifadelerin kullanılması, açıkça olumlu bir dil kullanarak olası düşmanlık algısını gidermeyi hedeflemektedir. Bu, Yunanistan'ın niyetini yumuşak bir dille ifade ederek ilişkilerde pozitif bir imaj çizme çabasını yansıtmaktadır. "Dostluk ilişkilerine önem veriyoruz" ifadesi de bu niyeti pekiştiriyor ve gerginlik yerine iş birliği çağrısı yapmaktadır. Yine, gönderide yer alan konuşmada, Türkiye ile Yunanistan arasındaki "komşuluk" ilişkisini vurgulayarak iki ülke arasında ortak bir coğrafi ve tarihsel bağı öne çıkarılmaktadır. Bu, iki ülke arasında kalıcı bir bağı işaret ederek potansiyel sorunları çözmede ortak bir zemin bulma çağrısı gibi okunabilmektedir.

Uluslararası bir platform olan Birleşmiş Milletlerde yapılan bu açıklama, küresel izleyicilere yönelik bir diplomatik imaj oluşturma çabası olarak da değerlendirilebilir. Yunanistan, bu tür bir mesajla yalnızca Türkiye'ye değil, aynı zamanda uluslararası topluma barışçıl ve dostane bir ülke olarak görünme amacını taşımaktadır. Böylece, uluslararası toplumun desteğini kazanarak kendi pozisyonunu güçlendirmeyi hedeflemektedir.

Gönderide yer alan medya metni, kamu diplomasisi olarak değerlendirilebilecek bir yapıya sahiptir. Türk halkına hitap ederek dostluk mesajı verilmesi, sadece liderler arasında değil, toplumlar arasında da olumlu ilişkiler kurma arzusunu yansıtmaktadır. Bu da iki halkın birbirine karşı daha sıcak duygular beslemesi için bir zemin hazırlamayı amaçlamaktadır.

Fotoğraf 4.3: Türkiye'nin Yunanistan'a Yapmış Olduğu Yangın Yardımı



Kaynak: https://x.com/NikosDendias/status/1424717750929330185

2021 yılında paylaşılan gönderide Türkiye ve Yunanistan Dışişleri bakanları Nikos Dendias ve Mevlüt Çavuşoğlu'nun karşılıklı iş birliği mesajı verdiği bir iletişimi göstermektedir. Bu görsel ve mesajı söylem analizi açısından irdelediğimizde önemli diplomatik mesajların varlığı görülmektedir.

Yunanistan'da 2021 yılında meydana gelen büyük ölçekteki orman yangını sebebiyle hazırlanan Dendias'a ait gönderide, Türkiye'nin Yunanistan'a yangın söndürme uçakları gönderdiği için Türkiye'ye teşekkür etmesi, iki ülke arasındaki dayanışma olgusunu öne plana alınmaktadır. Özellikle Türkiye ve Yunanistan gibi tarihsel olarak karmaşık ilişkileri olan iki ülkenin, doğa felaketleri karşısında iş birliği yapmaları, acil durumlarda rekabetin yerini dayanışmaya bırakabileceğini göstermektedir. Bu tür bir iş birliği, toplumsal algıda farkındalık yaratılması ve ülkeler nezdinde ortak bir kamoyu oluşturulması hedeflenmiştir. Yine Dendias'ın teşekkür etmesi ve Türkiye'nin yardımını takdir etmesi, olumlu diplomatik bir dil kullanıldığını göstermektedir. Bu tür minnettarlık ifadeleri, iki ülke arasındaki siyasi veya askeri gerilimleri yumuşatabilecek ve olumlu bir dış politika yaratabilecek özelliktedir. Minnettarlık, özellikle sosyal medyada paylaşıldığında, sadece Türkiye'ye değil, aynı zamanda uluslararası topluma da Yunanistan'ın Türkiye ile yapıcı bir ilişki kurma çabası içinde olduğunu göstermektedir.

Fotoğrafta her iki liderin de iki ülke bayrakları önünde yan yana durmaları, eşitlik ve karşılıklı saygı mesajını pekiştirmektedir. Bayrakların yan yana konumlandırılması, iki ülkenin yan yana durarak birbirlerini desteklediği imajını yaratmaktadır. Bu, ulusal sembollerin bir araya geldiği bir görsel dil oluşturarak dostane bir ilişki mesajını güçlendirmektedir.

Bu tür mesajlar sosyal medyada paylaşılarak geniş kitlelere ulaşmakta ve yalnızca Yunanistan ve Türkiye'deki insanlara değil, aynı zamanda uluslararası kamuoyuna da bir dostluk mesajının verilerek olumlu bir dış politikanın, diplomasinin yürütülmekte olduğunun gösterimine yardımcı olmaktadır.

Dendias'ın bu gönderisi, iki ülkenin çatışmalardan ziyade ortak insani değerlerde bir araya gelebileceğini uluslararası arenada göstermeye yönelik bir kamu diplomasisi örneği olarak değerlendirilebilmektedir.

Fotoğraf 4.4: NATO'nun Silinen Zafer Bayramı Kutlama Mesajı



Kaynak: https://m.star.com.tr/politika/natodan-turkiye-paylasimi

1949 yılında Soğuk Savaş döneminde Batılı ülkeler tarafından kurulan bir askeri ittifak olan ve Türkiye'nin de üyesi olduğu NATO (Kuzey Atlantik Antlaşması Örgütü), Türkiye Cumhuriyeti'nin 100.Yıldönümü sebebiyle resmi X hesabından İngilizce olarak yapmış olduğu *"Bugün Türkiye'nin bağımsızlığının 100'üncü yılı. Türk müttefiklerimizin yanındayız ve bu Zafer Bayramı'nı onlarla kutluyoruz."* gönderisi yer almaktadır.

NATO’nun resmi X hesabından yapmış olduğu bu gönderide NATO'nun, Türkiye’yi ittifakın bir parçası olarak desteklediğini ve Türk halkının tarihî zaferini kutladığını gösteriyor. "Türk müttefiklerimizle birlikteyiz" ifadesi, NATO’nun Türkiye’ye verdiği önemi vurgulamakla birlikte, Türk halkı ile dayanışma ve yakınlık içerisinde olduğu mesajı vermektedir. Bu, NATO’nun, Türkiye’yi sadece bir askerî ortak değil, kültürel değerlerini ve bağımsızlık günlerini tanıyan bir dost olarak gördüğünü ima etmektedir.

NATO'nun, Türkiye'ye olan desteğini X gibi geniş bir kitleye hitap eden sosyal medya platformunda paylaşması, sadece Türk halkına değil, NATO üyesi ve NATO dışındaki ülkeler için de bir kamu diplomasisi olma mesajı taşımaktadır. Aynı zamanda gönderinin hem Türkçe hem de İngilizce yazılması, mesajın hem Türkiye'deki halka hem de uluslararası topluma hitap ettiğini göstermektedir. Bu çift dilli yaklaşım, NATO’nun Türkiye’ye verdiği önemi ve Türk halkına doğrudan ulaşma çabasını ortaya koymaktadır. Ayrıca, kültürel çeşitliliğe duyulan saygıyı ve farklı dillere olan hassasiyeti göstererek, NATO’nun bir kültürel farkındalık mesajı taşıdığını ima etmektedir.

Bunun yanında, yukarıda aktarılan gönderinin söylem analizi her ne kadar olumlu bir diplomatik perspektif oluştursa da gönderinin, yayınlanması sonrası Yunanistan hükümetinin baskısı sonrası NATO tarafından silinmesi, gönderinin Türkiye-Yunanistan diplomatik ilişkileri çerçevesinde yeniden değerlendirilmesi gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Çeşitli X kullancısı Yunan birey ve kurumların söz konusu paylaşıma platform üzerinden yaptıkları; *“akıl almaz paylaşım, NATO bombaladı, Türkiye'yi 1922'de Yunanistan'a karşı kazandığı zaferden dolayı tebrik ettiler.”* gibi söylemlerin bulunduğu gönderilerin paylaşılması, Türkiye-Yunanistan ilişkilerinin geçmiş tarihte bulunan vakalar ışığında değerlendirildiği, bunun paralelinde nefret dilinin günümüz ilişkilerinde de kullanıldığının göstergesi olmaktadır.

Yunan politik mevkilerin baskısı sonrasında, söz konusu NATO paylaşımının görsel ile birlikte kaldırılması, Yunanistan’ın Türkiye olan politikasında samimi bir dil kullanmaktan uzak ve iki yönlü bir diplomasi yürütmekte olduğunu ortaya koymaktadır.

Fotoğraf 4.5: Yunanistan Dışişleri Bakanı'nın "Constantinople" İfadesi



Kaynak: https://x.com/NikosDendias/status/1632049429371813889

Yunanistan Dışişleri Bakanı Nikos Dendias'ın 5 Mart 2023 tarihinde İstanbul ve burada bulunan patrikliğe gerçekleştireceği ziyareti X platformunda bir gönderi olarak yayınlamıştır. Gönderide kullanılan söyleme bakıldığında Dendias, İstanbul'u "Constantinople" olarak anarak, Bizans İmparatorluğu dönemine ve Ortodoks Hristiyanlık mirasına atıfta bulunmaktadır. İstanbul, tarihte uzun süre Bizans'ın başkenti olmuş ve Hristiyanlığın merkezi olarak görülmüştür. Ancak Constantinople ifadesi, İstanbul'un fethi sonrası günümüz modern Türkiye'sinde "İstanbul" ismi tercih edilmesine rağmen mesaj içerisinde kasıtlı olarak kullanıldığı görülmektedir. Bu ifade ile Yunan kamuoyuna hitap eden bir nostalji ve tarihi kimlik vurgusu iken, Türk kamuoyunda tarihî gerginlikleri hatırlatan bir unsur olarak algılanabilmektedir.

Söz konusu gönderide, Türkiye ve Yunanistan arasındaki hassas tarihî ilişkilere işaret edildiği anlaşılmaktadır. Ortodoks Patriği Bartholomeos'un Türkiye'de ikamet ediyor olması her ne kadar Türkiye'nin dini özgürlüklere dair imajını güçlendiriyor gibi görülse de alt metinde Dendias'ın ifadesi, ziyaretin daha çok Yunanistan'ın ve Ortodoks dünyasının perspektifinden bakılarak sunulması, iki ülke arasındaki hassasiyetleri gözler önüne serilmesi için kullanılıyor olmaktadır.

Dendias, yapmış olduğu söz konusu paylaşımı ile Yunan kamuoyuna hitap etmekte ve kendi halkına, kültürel ve dini miraslarına sahip çıktığını gösterdiğini belirtmek istemektedir. Bu tür bir ziyaret, Yunan halkına ve özellikle Ortodoks inancına sahip

kişilere, Dendias'ın bu mirasa değer verdiğini ve koruduğunu vurgulamak için stratejik bir hamle olarak görülebilmektedir.

Bu paylaşım, Yunanistan'ın tarihi ve kültürel kimliğine sahip çıkışını simgelerken, aynı zamanda Türkiye ile olan tarihî ilişkilerde bilinçli ve alt metni bulunan dil kullanımını ortaya koymaktadır. "Constantinople" ifadesi, bu bağlamda bilinçli bir kelime tercihi olup, Yunan kimliğini ve mirasını onurlandırırken Türk kamuoyununun tarihî hassasiyetlerini canlandırabilecek bir söylem olarak değerlendirilebilir. Bu hem iç hem de dış kamuoylarına yönelik çift yönlü bir mesaj niteliğindedir.

Yapılan bu paylaşımın bir diğer yönü ise, Yunanistan hükümetinin de aynı görüşe ve görüşe paralel bir politikaya sahip olmasıdır. Dendias'ın yaptığı bu paylaşım aslında, bakanı olarak bulunduğu hükümetin de aynı görüşte olduğu, bu görüşün paralelinde bir eylem ve fikir birliğinin bulunduğu da söylenebilmektedir.

Fotoğraf 4.6: Yunanistan Başbakanı'nın Mavi Vatan Haritasına Tepkisi



Kaynak: https://x.com/PrimeministerGR/status/1546416482770354179

Ele alınan bu gönderide, Türkiye ile Yunanistan arasındaki diplomatik gerilim bağlamında dikkate değer bazı mesajlar yer almaktadır. Yunanistan Başbakanı tarafından yapılan bu paylaşımda, haritayı Türkiye'nin resmi bir yayılmacı politikası olarak

eleştiriyor ve "başka bir provokasyon mu yoksa gerçek amaç mı?" sorusunu sorarak Türk hükümetinin dış politikası sorgulanmaktadır. Böylece, Yunanistan'ın Türkiye'nin bazı siyasi söylemlerini doğrudan tehdit olarak algıladığını göstermektedir.

Yunanistan Başbakanı Miçotakis'in yayınladığı gönderideki yer alan söylemler ile uluslararası topluma Türkiye'nin "provokatif" olduğu imajının sağlanması hedeflendiği görülmektedir. Bu gönderide, Türkiye'ye karşı yürütmekte olduğu dış diplomaside Yunanistan'ın, müttefiklerinden destek alma ve Türkiye'nin uluslararası arenada eleştirilmesini sağlama amacı taşımaktadır.

Yunanistan tarafı, Türkiye'nin milliyetçi söylemlerinin olası tehlikeleri konusunda uluslararası topluma mesaj verirken, Türkiye'nin iç siyasetindeki milliyetçi taban üzerinde bir etki yaratılmak istenildiği görülmektedir.

Fotoğraf 4.7: Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın Adalar Söylemi



Kaynak: https://x.com/RTErdogan/status/1534960654553063425

Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın resmi hesabından paylaşım yaptığı gönderide, Yunanistan ile ikili diplomatik ilişkilerin ana gündeminde yer alan adalar sorununu ele aldığı görülmektedir. Erdoğan, Türkiye'nin Ege Denizi'ndeki haklarından vazgeçmeyeceğini belirten ifadeler kullanarak Türkiye'nin Ege'de kendine tanıdığı hak ve çıkarları korumakta kararlı olduğunu vurgulanmaktadır. Bununla birlikte gönderi metninin Yunanca olarak yazılması, Yunan kamoyunu doğrudan etkilemek ve diplomatik bir kaygı yaşamadan verilecek olan mesajı aracısız olarak direkt olarak vermek istenmesine işaret etmektedir.

Erdoğan’ın Yunanistan’a açık bir şekilde seslenmesi, aynı zamanda uluslararası topluma bir mesaj niteliği taşımaktadır. Türkiye’nin Ege’deki hak ve çıkarlarını uluslararası anlaşmalar çerçevesinde koruduğunu belirterek, bu konuda hukuki zemini desteklemeye çalışmaktadır. Aynı zamanda, Türkiye’nin uluslararası hukuka dayalı haklarına sahip çıkma kararlılığını vurgulamaktadır. Türkiye’nin Yunanistan’ın adımları karşısında geri adım atmayacağını ve gerektiğinde haklarını korumak için çeşitli önlemler alabileceğini ima eden diplomatik bir dil seçiminin de kullanıldığı görülmektedir. Böylece, Türkiye'nin kendi hakları üzerinde taviz vermeyeceğini net bir şekilde ifade etmek hedeflenmiş olup, bölgedeki olası güç dengesi değişikliklerine karşı bir duruş sergilenmektedir.

Bu gönderi ile birlikte Türkiye’nin Yunanistan’la olan mevcut anlaşmazlıklarında net bir tavır sergilediği ve Türkiye’nin Ege’deki çıkarlarını koruma kararlılığını teyit etmekle birlikte, Yunanistan’a yönelik dolaylı bir uyarı niteliği de taşıdığı görülmektedir.

Fotoğraf 4.8: Yunanistan Kültür Bakanlığı’nın “Soykırım” Paylaşımı



Kaynak: https://x.com/cultureGR/status/1437681593309609986

Yunanistan Kültür Bakanlığının resmi X hesabı tarafından yapılan bu paylaşım, Türkiye-Yunanistan siyasi ilişkileri bağlamında önemli bir söylem analizine olanak tanımaktadır. Görüntüde, 14 Eylül 1922 tarihinde gerçekleşen İzmir Yangını’na ve Küçük Asya'daki (Anadolu) Rum nüfusa karşı yapılan iddia edilen soykırıma atıfta bulunulmaktadır. Bu paylaşım, Yunanistan'ın tarihi olayları kendi bakış açısıyla ulusal hafızasında nasıl canlı

tuttuğunu göstermesi açısından önem kazanmaktadır. İki ülke arasındaki tarihî anlaşmazlıkları yeniden gündeme taşıyarak siyasi tansiyonu artırmayı hedefleyen dil kullanılan gönderide özellikle "soykırım" kelimesinin kullanılması, Türkiye'nin resmi tarih anlayışı ve diplomatik duruşu ile çelişmektedir.

Türkiye, bu dönemde yaşanan olayları iç savaş ve karşılıklı etnik çatışmalar olarak değerlendirirken, Yunanistan'ın soykırım söylemi, bu olayları tek taraflı bir mağduriyet çerçevesinde ele aldığını göstermektedir.

Türkiye-Yunanistan ilişkilerinde politik bir kriz meydana getirebilecek olan bu söylemler sonucunda paylaşımın, Türkiye-Yunanistan ilişkilerinde geçmişten gelen yaraların tazelenmesine katkı sağlayarak, uluslararası kamuoyunda tarihî anlaşmazlıkları yeniden gündeme getirdiği ifade edilebilmektedir.

Fotoğraf 4.9: Yunanistan Başbakanı'nın Anadolu Paylaşımı



Kaynak: https://x.com/PrimeministerGR/status/1546416482780694179

Yunanistan Başbakanı'nın Eylül 2022'de yaptığı Anadolu söyleminin bulunduğu paylaşım, Küçük Asya Felaketi olarak adlandırılan ve Yunanistan'da önemli bir tarihî olay olarak kabul edilen İzmir yangını ve Anadolu'dan Yunan nüfusunun zorunlu göçünü anmak amacıyla yapılmıştır. Bu gönderi, Yunanistan'ın tarihî hafızasında Anadolu ile bağlarının canlı tutulduğunu ve bu bağların Yunan ulus kimliğinin bir parçası olarak değerlendirildiğini göstermektedir. Anadolu'daki Rum nüfusunun trajedisini bu

gönderide vurgularken, aynı zamanda bu nüfusun zorunlu göçle Yunanistan'a katılmasını Yunan kimliğinin güçlenmesine işaret ettiği görülmektedir.

Türkiye-Yunanistan ilişkileri bağlamında, bu tür ifadeler, özellikle iki ülke arasında tarihe dayalı hassasiyetlerin bulunduğu dikkate alındığında, ülkeler arasında tarihî anlatılardaki farklılığı göstermektedir. Başbakan'ın bu açıklaması, Yunanistan'ın ulusal kimliğinde Anadolu'dan gelen Rum nüfusunun yerini pekiştiren bir söylem oluştururken, Türkiye ile tarihî meselelerdeki farklı bakış açısını yeniden gündeme taşıyarak iki ülke arasındaki diplomatik dili sert ve ilişkileri gergin bir pozisyona getirmesine sebep olabilmektedir.

Aynı zamanda Yunanistan Başbakanı'nın yapmış olduğu paylaşım, Türkiye ile olan tarihi geçmişte yaşanan olayların hafızalarda tutulmaya devam edilmek istenmesini de göstermektedir.

Fotoğraf 4.10: Yunan Medyasının İHA Paylaşımı



Kaynak: https://x.com/greekcitytimes/status/1560974096032473088

Yunan menşeili Greek City Time adlı haber sitesinin resmi X hesabından yapmış olduğu gönderide, dikkat çekici bir milliyetçi yaklaşımı ile hazırlandığı görülmektedir. Greek City Times'ın paylaşımında, Yunanistan'ın ilk insansız hava aracı (İHA) projesinin "Türklerin korkuyla beklediği" bir gelişme olarak lanse edilmesi, iki ülke arasındaki mevcut gerilimi ve rekabeti körükleyen bir dil içermektedir. Bu söylemde, Türk tarafının "korkuyla beklediği" ifadesiyle psikolojik üstünlük sağlamaya yönelik bir çaba gözlemlenebilmektedir.

Türkiye'nin savunma sanayisinde son yıllarda kaydettiği İHA ve SİHA başarılarının ardından, Yunanistan'ın da benzer bir alanda gelişme kaydetmesi, Yunan halkında bir gurur kaynağı olarak sunulmuş. Bu tür bir söylem, iki ülke arasındaki savunma sanayii alanındaki rekabeti ve psikolojik savaşı yansıtmaktadır.

Söz konusu paylaşıma genel olarak bakıldığında, Yunanistan'ın teknolojik ilerlemesini vurgu yapılırken, Türkiye'ye yönelik bir tehdit algısı oluşturmak amacıyla provokatif bir söylem kullanmıştır. Bu tarz ifadeler, ülkeler arasındaki gerginliği artırabilir ve mevcut güvenlik rekabetini daha da yoğunlaştırabilir.

SONUÇ

Sanayi Devrimi ve sonrasındaki teknolojik ilerlemeler, iletişimin hızla küresel bir hale gelmesini sağlamıştır. Telgrafın icadı, uzak mesafeler arasında hızlı bilgi akışını mümkün kıldı ve daha sonrasında telefonun gelişimi, bireylerin doğrudan iletişim kurmalarını sağladı. 20. yüzyılda radyo ve televizyon, kitle iletişim araçları olarak bilginin geniş kitlelere anında ulaşmasını sağladı. Bu dönemde, dünya genelinde yaşanan olaylar aynı anda milyonlarca insana ulaşabilir hale geldi, böylece küresel bir kamuoyu oluşmuştur.

Teknolojik gelişmelerin 20. yüzyıl ile birlikte yerinde sayması elbette beklenemezdi. 21. yüzyıla girilirken birçok teknolojik gelişme hayatımızın merkezinde konumlanacak şekilde hayatımıza girmiştir. Bu gelişmelerin belki de en önemlisi olan bilgisayarların ve internetin yaygınlaşması ile iletişimin dijital bir dönüşüm geçirmesini de beraberinde getirmiştir. E-posta ve anlık mesajlaşma araçları, bilgiye anında erişimi sağladı ve iletişimi hızlandırdı. İnternetin sunduğu çevrimiçi platformlar, sosyal medya araçları ve dijital yayıncılık, bireylerin bilgi üreticisi ve paylaşımcısı olmasını kolaylaştırdı. Bu yeni iletişim biçimleri, toplumsal hareketlerde ve siyasi etkileşimlerde önemli bir rol oynamaya başladı. Dijital iletişim, haberleşmeyi hızlandırırken aynı zamanda bilgi kirliliği gibi yeni zorlukları da beraberinde getirdi.

Dijital iletişimin ise diplomasi üzerindeki etkisi de büyük olmuştur. Özellikle sosyal medyanın devlet liderleri ve diplomatik kurumlar tarafından kullanılması, ülkeler arası ilişkilerde şeffaflık sağladı ve kamuoyunun görüşlerini doğrudan etkileme imkânı sundu. Devlet başkanları ve diplomatlar, sosyal medya aracılığıyla kamuoyuna hitap ederek dünya genelinde doğrudan etkileşim kurabilmektedir. Bununla birlikte, bilinçli olarak haber kaynakları tarafından yapılabilecek dezenformasyonlar, dijital diplomasi açısından risk teşkil edebilmekte ve ülkeler arasındaki diplomatik dengeleri sarsabilmektedir.

Yukarıda bahsi geçen ve araştırmanın temel konusunu teşkil eden iletişimdeki gelişmelerin diplomasiye etkisinin ne olduğu ve nasıl bir dil kullanıldığı sorunsalının irdelenmesi sonucunda, devletlerin, gündemi belirlemede diplomasinin yeni ve dinamik bir aracı olan dijital diplomasi ve enstrümanlarını çok yaygın bir şekilde kullanmakta

olduğu, kendi görüş ve düşünceleri doğrultusunda yönetme erkini elinde bulundurdukları devletlerin politikalarını, bireylere kabul ettirmek ve böylece politikaların devamlılığını sağlamak için dijital medya platformlarına sıkça başvurdukları görülmüştür. Dijital diplomasinin herkese hızlı ve etkili bir tesirde sunulabildiği dijital medya araçlarının hükümet erklerince enformasyon veya dezenformasyon maksadıyla etkin bir şekilde kullanıldığı yine araştırma sonucu söylenebilmesi mümkündür.

Devletlerin kullanmış olduğu dijital medya mecraları üzerinden sürdürdükleri dijital diplomasi bağlamındaki gönderilerin, dil ve söylem analizi incelendiğinde ise; her ne kadar devletlerin, yönettiği halka karşı haber alma özgürlükleri ve öğrenme haklarını ödev edindiği kendilerince biliniyor olsa da bu etik payenin çok sık göz önüne alınmadığı ortaya konmuştur. Devletler, bu önemi günümüzde ikinci bir plana atarak, dış politikalarını ve kamu diplomasilerini saldırgan, hırçın ve dikte edici bir yapısal dil kullanarak dijital medya mecraları da göstermekte olduğu ortaya konulmuştur. Toplumların, politik hedefler doğrultusunda yönetim erklerince kanalize edilmesinin istemi gereği agresif bir dilin kullandığı dijital medya platformlarındaki diplomatik temalı gönderiler, bireylerin ortak bir uzlaşıdan çok bir kutuplaşma düzlemine getirilmesi adına dijital diplomaside önem kazandığı görülmektedir. Tabi bu politik söylem içeren tüm gönderiler için yapılacak bir genelleme değildir.

Özetlenecek olursa; diplomatik faaliyetlerin teknolojik gelişmeler paralelinde çeşitlendiği ve bu çeşitliliğin günümüz politik evreninde en güçlü ve tesirli araçlarından biri olan dijital diplomasinin, diplomatik eylemler içerisinde yumuşak güç olarak etkin bir şekilde kullanıldığı görülmüş, birey ve toplumların bakış açısını yönlendirecek bir unsur olarak, siyasiler ve onların etki alanı içerisinde bulunan diğer kurum ve kuruluşlara ait dijital medya platformu hesaplardan politik içerikli alt metin mesajların paylaşımına sıkça başvurulduğu görülmüştür. Dijital medya mecralarında politik hedefler doğrultusunda yayınlanan medya mesajlarının, toplumları etkileme hedefi ile yayınlandığı, bu nedenle agresif bir söylem ile kurgulandığı görülmektedir.

Yapılan bu çalışmada ele alınan ve etkilerinin ne olduğunun ortaya konulduğu dijital medya araçlarının siyasal iletişime olan etkisi, yapılacak birden fazla çalışmanın konusu olmayı ve daha farklı yönleriyle ele alınması önem gösteren bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu alanda yapılan akademik çalışmaların sınırlı olması, dijital medya

mecralarının siyasal iletişimde ve diplomatik çalışmalarda işlevselliğini, etkinliği her geçen gün artırması, bu alanda farklı açılardan ele alınacak birçok çalışmanın gerekliliğini göstermektedir. Bu konu hakkındaki alanyazınlara katkı sunmak maksadıyla çalışma yapmak isteyen araştırmacılar, benzer siyasi çatışmaların ve gerilimlerin yüksek olduğu ülkelerin siyasi iletişim dilini ve dijital iletişim stratejilerini inceleyerek karşılaştırabilir, benzer örnekler üzerinden göstergebilim analizleri yapılabilir.

Bununla birlikte araştırmacılar, siyasi gerilimin yüksek olduğu ülkelerdeki devlet başkanları veya politik isimlerin, kendilerine veya başında bulundukları kuruma ait dijital medya mecralarından yapmış olduğu paylaşımları; türü, içeriği, paylaşım sıklığı ve kullanılan kelimelere göre nicel veri analiz toplama yöntemleri ile elde ederek, tanımlayıcı araştırma yöntemi vasıtasıyla dijital medya mecralarının siyasi iletişimin sürecinde ne denli yer aldığının analizini yapılabilir.

Ayrıca araştırmacılar, siyasi veya askeri çatışmaların yüksek olduğu ülkelerdeki dijital medya kullanıcılarının, siyasi söylemlere ilişkin yaklaşımları üzerinden alımlama analizi yaparak dijital mecra kullanıcısı bireylerin, siyasi krizleri nasıl yorumladığını ortaya koyabilir.

KAYNAKÇA

Abdurahmanlı, Elvin, & Bağış E. (2021). Diplomasi tanımı ve uluslararası konjonktürde mevcut olan diplomasi türleri. *Anadolu Akademi Sosyal Bilimler Dergisi, 3* (1).

Akbulut, İ. (2015). Devlet, unsurları ve kişiliği. *Türk Dünyası Araştırmaları Dergisi, 2* (1).

Akçadağ, E. (2010). Dünya'da ve türkiye' de kamu diplomasisi. *Tasam Kamu Diplomasisi Enstitüsü, 2*(1).

Aköz, S. (2018). Politika kavramının siyaset kavramı yerine kullanılması ve bilimsellik tartışmaları bağlamında devlet olgusuyla ilişkisi. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 3* (5), 160-80.

Akpınar, A.T. (2022). Dijital diplomasinin ve sosyal medya uygulamalarının uluslararası ilişkilere etkisi (Yüksek lisans tezi). *Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Uluslararası İlişkiler ABD.*

Alan, N. (2003). Demokratik hukuk devleti ve anayasa. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi,* 58 (1).

Albayrak, O. (2023). Dijital diplomasi: Diplomasi 3.0. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi,* 22 (46): 493-508.

Altıncık, H. (2022). Kamu diplomasisi ve halkla ilişkilerde kullanılan araçlar. *Van YYÜ İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, *40* (137), 137-56.

Toptaş Arslan, G. (2018). Çalışmanın evrimi: Sanayi toplumundan sanayi ötesi topluma geçiş. *Firat University International Journal of Economics and Administrative Sciences* 2 (1): 145-62.

Atatürk, M.K. (1995). *Nutuk*. Kültür Bakanlığı.

Birinci, C. M. & Terkan, R. (2023). İletişim aracı olan sosyal medyanın sosyal değişime kazandırdığı boyut. *Yönetim Teorisi ve Uygulamaları Araştırma Dergisi* 4 (2).

Canbey, M. (2017). Türkiye'de kamu diplomasi bağlamında kamu yayıncılığının rolü: "TRT ve Anadolu Ajansı" (Yüksek lisans tezi). *İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halka İlişkiler ve Tanıtım ABD.*

Castells, M. (2013). *Ağ toplumunun yükselişi / enformasyon çağı: Ekonomi, toplum ve kültür*. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Çalışkan, M. & Mencik, Y. (2015). Değişen dünyanın yeni yüzü: Sosyal medya. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, *50* (6), 254-77.

Çelik, S. (2021). Sırbistan özelinde Türkiye'nin kamu diplomasi politikası. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 10* (2): 1743-59.

Çetin, O.M. (2022). Bir kamu diplomasisi aktörü olarak cumhurbaşkanlığı iletişim başkanlığı. *İletişim Çalışmaları Dergisi, 8* (2): 233-55.

Daban, C. (2017). Turgut özal dönemi türkiye dış politikası. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, *17* (33): 77-96.

Kenan Demirel (Medium) (2024, Eylül 12). Shannon ve weaver iletişim modeli. https://kenan-demirel.medium.com/shannon-ve-weaveri%CC%87leti%C5%9Fim-modeli dd9115f07048.

Duru, A. A. (2022). Türkiye'de kamu politikası sürecindeki aktörler ve gündem belirleme. *Çankırı Karatekin Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, *12* (3): 165-167.

Düvenci, S. (2018). Devletin köken teorileri açısından devleti doğuran etmenler: Çeşitli uygarlıklar ve topluluklar üzerinden bir değerlendirme. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi, 1* (2): 66-93.

Eberhard, W & Berk, İ. (1944). Eski çin felsefesinin esasları. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi, 2* (2): 265-76.

Erdoğan, İ. (2013). Dördüncü güç medyadan beşinci güç internete: Demokratik bir dönüşüm mü yaşanıyor?. *Selçuk İletişim Dergisi, 8* (1): 176-91.

Eren, E. (2021). Geleneksel diplomasiden modern diplomasiye diplomasinin tarihsel evrimi. *Uluslararası Eşitlik Politikası Dergisi*, *1* (1): 32-55.

Erkiş, İ. U. & Summak, M. E. (2014). Propaganda ve dış politika. *Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi 14* (1-2): 269-92.

Gözler, K. (2000). *Türk anayasa hukuku dersleri.* Seçkin Yayınları.

Gözler, K. (2020). *Devletin genel teorisi*. Seçkin Yayınları.

Gündoğdu, S. (2019). Ak parti dönemi kamu diplomasisi uygulamaları (2002- 2013) (Yüksek lisans tezi). *Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Uluslararası İlişkiler ABD.*

Dr. Nurullah Güngör. (2024, Ekim 28). Gramsci düşüncesinde 'organik aydın' kavramı. https://www.nurullahgungor.com.tr/gramsci-dusuncesinde-organik-aydin-kavrami/.

Güz, N. & Demirtaş, Z. G. (2021). Yeni medyada kaynağa güven ve kanaat önderleri. *Selçuk İletişim, 14* (1): 189-215.

Harari, Y. N. (2015). *Hayvanlardan Tanrılara*. Kolektif Kitap.

Hatipoğlu, O. G. (2018). Farklı bir kamu kurumu olarak tika: Örgüt yapısının dönüşümü hakkında bir analiz. *Türkiye Siyaset Bilimi Dergisi, 1* (1): 99-116.

Hazar, Ç. M. & Suha, S. (2020). Kitle iletişimde gündem belirleme kuramı. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi, 1* (47): 451-83.

İletişim Başkanlığı.(2024, Ekim 30). https://www.iletisim.gov.tr/turkce/haberler/detay/iletisim-baskani-altundan-turkiyenin-formula-1-takvimine-yeniden-alinmasina-iliskin-degerlendirme/

İletişim, Başkanlığı. (2021). İletişim başkanlığı faaliyet raporu. *T.C. İletişim Başkanlığı, 1* (1)

İletişim Başkanlığı. (2022). Kamu diplomasisi. *T.C. İletişim Başkanlığı, 2* (1).

İletişim Başkanlığı. (2023). Türkiye iletişim modeli. *T.C. İletişim Başkanlığı, 3* (1).

Güler İplikçi, H. (2015). İletişimde temel modeller ve kitle iletişim modelleri. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi, 7* (2): 11.

İsmayilzada, L. (2017). Sanal dünyada sanal dönüşüm. *Yeni Medya Elektronik Dergisi, 3* (1).

TDK Sözlük. (2024, Eylül 12). Kamu nedir. https://sozluk.gov.tr/?kelime=kamu.

About Türkiye. (2024, Eylül 20). https://aboutturkiye.gov.tr/blog/turkiye-iletisim-modeli.

Kocabıyık, H. (2019). Değişen diplomasi anlayışı, kamu diplomasisi ve türkiye. *Avrasya Etüdleri*, *1* (55): 163.

Meriç, C. (2015). *Umrandan Uygarlığa*. İletişim Yayınları.

Motosport. (2021, Şubat 21). Sosyal medyada hangi pilotun kaç takipçisi var? https://tr.motorsport.com/f1/news/sosyal-medyada-hangi-pilotun-kac-takipcisi-var/5450608/.

Nye, J. (2020). *Yumuşak Güç: Dünya Siyasetinde Başarının Araçları*. BB101Yayınları.

Oppenheimer, F. (2021). *Devlet*. Liberus Yayınları.

Özkan, A. (2012). *Kamu Diplomasisi*. TASAM Yayınları.

Yerel Demokrasi. (2024, Ekim 12). Sivil toplumun rolü. https://yereldemokrasi.net/nasil-mudahil-olabiliriz/sivil-toplum-aktif-yurttaslik-el-kitabi/bolum-i-sivil-toplum/sivil-toplumun-rolu.

Wikipedia. (2024, Ekim 15). sixdegrees.com https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=SixDegrees.com&oldid=1238664796.

Statista. (2024, Kasım 12). Number of worldwide social network users 2028. https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/.

Survıvor. (2024, Kasım 12). Instagram istatistikleri. https://www.survivor.com.tr/2024-instagram-istatistikleri/.

TİKA. (2024, Mayıs 7). Tarihçe. https://tika.gov.tr/kurumumuz/tarihce/.

TÜBİTAK Bilim Genç. (2024, Mayıs 5). "YouTube: Kim, ne zaman icat etti? |http://bilimgenc.tubitak.gov.tr/makale/youtube-kim-ne-zaman-icat-etti.

Türkmen, M. (2021). 1 mart tezkeresi bağlamında türkiye'nin ırak politikası. *Bölgesel Araştırmalar Dergisi, 5* (1): 185-212.

TRT World. (2024, Ekim 12). TV schedule. https://www.trtworld.com/schedule.

Twitter. (2024, Kasım 20).Vikipedi. https://tr.wikipedia.org/w/index.php?title=Twitter_(%C5%9Firket)&oldid=33677439.

TDK Sözlük. (2023, Haziran 12). https://sozluk.gov.tr/?kelime=ülke.

Varol, E. & Varol Çelik, M. (2019). Kavram ve kuramlarıyla marshall mcluhan'a bakış. *Kültürel ve Sosyal Öğrenci Ulusal Dergisi, 1* (5).

Wikipedia. (2024, Ekim 15). https://tr.wikipedia.org/w/index.php?title=Facebook&oldid=34427479.

Yıldırım, G. (2015). Türkiye kamu diplomasi koordinatörlüğü faaliyetlerinin kültürel diplomasi bağlamında incelenmesi. *Karadeniz Teknik Üniversitesi, İletişim Araştırmaları Dergisi*, *5* (1): 2-24.

Yüzer, V. (2006). Günlük yaşamda internet ve medya ilişkileri. *Selçuk Üniversitesi, İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi*, *4* (2).