

**T.C.**  
**KIRŞEHİR AHİ EVRAN ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**ULUSLARARASI İLİŞKİLER ANABİLİM DALI**

**DİJİTAL DİPLOMASI VE SOSYAL MEDYA**  
**UYGULAMALARININ ULUSLARARASI İLİŞKİLERE**  
**ETKİSİ**

**Alparslan Tolga AKPINAR**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**KIRŞEHİR-2022**



©2022 - Alparslan Tolga AKPİNAR

**T.C.**  
**KIRŞEHİR AHİ EVRAN ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**ULUSLARARASI İLİŞKİLER ANABİLİM DALI**

**DİJİTAL DİPLOMASİ VE SOSYAL MEDYA**  
**UYGULAMALARININ ULUSLARARASI İLİŞKİLERE**  
**ETKİSİ**

**THE EFFECT OF DİGİTAL DIPLOMACY AND**  
**SOCIAL MEDIA APPLICATIONS ON INTERNATIONAL**  
**RELATIONS**

**Hazırlayan**

**Alparslan Tolga AKPINAR**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Danışman**

**Doç. Dr. Erman AKILLI**

**KIRŞEHİR-2022**

## KABUL VE ONAY

Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Uluslararası İlişkiler Anabilim Dalı yüksek lisans öğrencisi, Alparslan Tolga AKPINAR tarafından hazırlanan “Dijital Diplomasinin Uluslararası İlişkilere Yansıması” adlı tez çalışması 09.08.2022 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından oybirliği/oyçokluğu ile **YÜKSEK LİSANS/DOKTORA TEZİ** olarak kabul edilmiştir.

Danışman .....(İmza)

Doç. Dr. Erman AKILLI

Üye.....(İmza)

Prof. Dr. Ahmet GÖKBEL

Üye.....(İmza)

Doç. Dr. Kayhan ATİK

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylıyorum.

.../.../20..

.....(İmza)

Prof. Dr. Hüseyin ŞİMŞEK

Enstitü Müdürü

## BİLDİRİM

Hazırladığım tezin tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin kâğıt ve elektronik kopyalarının Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım:

- Tezimin tamamı her yerden erişime açılabilir.
- Tezim sadece Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi yerleşkelerinden erişime açılabilir.
- Tezimin ..... yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin/raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

.../.../20..

Alparslan Tolga AKPINAR

İmza

## ÖZET

### DİJİTAL DİPLOMASİNİN ULUSLARASI İLİŞKİLERE YANSIMASI

#### YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan: Alparslan Tolga AKPINAR

Danışman: Doç.Dr.Erman AKILLI

2022 – (XI+141)

Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimleri  
Enstitüsü

Uluslararası İlişkiler Ana Bilim Dalı

Jüri

Doç. Dr. Erman AKILLI

Prof.Dr. Ahmet GÖKBEL

Doç.Dr. Kayhan ATİK

Diplomasinin, toplumlar arası ilişkilerde ortaya çıkan sorunları çözmek, devletlerarasında barışçıl antlaşmaları sağlamak, gerginliklerin ve savaşların ortaya çıkmasını engellemek ve/veya bitirilmesini sağlamak gibi temel amaçları bulunmaktadır. Kitle iletişim araçlarının ortaya çıkması ve hızlı bir şekilde teknolojik olarak gelişmesi, toplumlar ve devletlerarasındaki mesafelerin kısılmasını, iletişimin kolaylaşmasını, insanların ve toplumların birbirlerini daha yakından tanımalarını sağlamıştır. Kitle iletişim araçları diplomasinin enstrümanları haline gelmiş, toplum ve devletlerarası ilişkilerde kendisini göstermiştir.

Dijital Diploması, diplomasının kalitesi ve ivmesini artırmak, hızlı ve anlık sonuçlar elde edebilmek amacıyla resmi kurum ve kuruluşların, siyasi örgütlerin, devletlerin, uluslararası cemiyet ve yapıların internet ve sosyal medya araçlarını etkin bir biçimde kullanmalarıdır. Sosyal medyada erişilen kişi sayısının yüksek olması, verilen mesajın anlık etkisi ve etkileşim seviyesinin yüksek olması nedeniyle yukarıda bahsi geçen yapılar tıpkı bir kişi gibi sosyal medya hesabı açarak dijital diploması faaliyetlerini yürütmektedir.

Barışçıl insani ilişkiler kurmak amacıyla gerçekleştirilmesi gereken dijital diplomasının olumlu ve olumsuz sonuçları bulunmaktadır. İyi niyetli çaba ve çalışmalar, faaliyet ve paylaşımlar istenildiğinde daha olumlu sonuçlar doğurabileceği gibi öngörülmeven olumsuz sonuçlar da ortaya çıkabilir. Olumsuz sonuçların doğmaması ve dijital diploması aygıtlarının profesyonel olarak kullanılması için bazı devletler dijital diploması ile ilgili çalışmalar yapmakta ve yalnızca bu alanda faaliyet göstermeleri amacıyla insan yetiştirmektedir. Bazı ülkelerin dijital diploması alanında yetiştirdiği kişi sayısı farklı ülkelerin dışişleri merkez teşkilat personel sayısından dahi fazla olabilmektedir.

Gelişen teknoloji ve dijital imkânlar, gelecekte dijital diplomasının etkin kullanımını gerekli kılmaktadır. Küreselleşen ve sınırların kalktığı bir dünyada iletişimin önemi de artmaktadır. Devletler ve uluslararası yapılar, artık dünyanın herhangi bir yerinde yaşayan insanları etkileyebilmekte ve onların gönlünü kazanabilmektedir. Devletlerarası sorunlar olsa bile, sorun bulunan devletlerin halklarını dijital imkânlarla etkileyebilmek, dolayısıyla sempatisi kazanılan halklarının baskısıyla devletlerinin tutumunu da menfi yönde değiştirebilmek mümkündür.

Anlık, hızlı, öngörülemez davranış ve tutumların olduğu bu alanda, profesyonel faydaya dönük faaliyetler gerçekleştirilmelidir. Dijital Diploması aygıtlarının doğru ve etkin kullanılabilmesi için hedeflenen kitlenin sosyal medya ve internet kullanıcıları üzerinde sosyal, psikolojik, istatistiki, demografik araştırmalar belirli aralıklarla yapılmalı ve sonuçlara uygun diplomatik davranışlar geliştirilmelidir. Bu çalışmanın amacı dünya siyasetinde dijital diplomasının gelişimini ve etkili kullanımının oluşturduğu etkileri incelemektir.

**Anahtar Kelimeler:** Dijital, Diploması, İnternet, Kitle İletişim Araçları, Sosyal Medya

**ABSTRACT**  
**THE EFFECT OF DIGITAL DIPLOMACY AND SOCIAL MEDIA**  
**APPLICATIONS ON INTERNATIONAL RELATIONS**

**M. Sc. Thesis**

**Preparer: Alparslan Tolga AKPINAR**

**Advisor : Assoc. Prof. Dr. Erman AKILLI**

**2022 – (XI+141)**

**Kırşehir Ahi Evran University, Graduate School Of Social Sciences**

**International Relations Department**

**Jury**

**Assoc. Prof. Dr. Erman AKILLI**

**Prof. Dr. Ahmet GÖKBEL**

**Assoc. Prof. Dr. Kayhan ATİK**

Diplomacy has main purposes such as solving the problems that arise in inter-communal relations, ensuring peaceful agreements between states, preventing the emergence of tensions and wars and/or ensuring their end.

Digital Media or Social Media has become a platform where an event that happens anywhere in the world can be heard instantly, where the masses can share and behave in common shares and behaviors by giving instant reactions, where they can have fun, discuss, where an unfounded news can spread instantly, where political and religious structures can be in an intellectual struggle, where someone can come to the agenda instantly, where they can dig reputation, as well as lynching.

Digital Diplomacy is the effective use of internet and social media tools by official institutions and organizations, political organizations, states, international societies and structures in order to increase the quality and acceleration of diplomacy and to achieve fast and instant results.

Due to the high number of people accessed in social media, the instant effect of the message given, and the high level of interaction, the above-mentioned structures carry out digital diplomacy activities by opening a social media account just like a person.

Digital diplomacy, which should be carried out in order to establish peaceful human relations, has positive and negative consequences. Well-intentioned efforts and studies, activities and sharing can lead to more positive results, as well as unforeseen negative results.

The number of people trained by some countries in the field of digital diplomacy may even be higher than the number of foreign affairs central staff of different countries.

In a globalizing and borderless world, the importance of communication is increasing. States and international structures can now influence and win the hearts of people living anywhere in the world.

In this area where instant, rapid, unpredictable behaviors and attitudes are present, professional benefit activities should be carried out. In order to use Digital Diplomacy devices correctly and effectively, social, psychological, statistical and demographic researches should be carried out periodically on the social media and internet users of the targeted audience and diplomatic behaviors should be developed in accordance with the results. The aim of this study is to examine the effects of the development and effective use of digital diplomacy in world politics.

**Keywords:** Digital, Diplomacy, Internet, Mass Media, Social Media



## ÖNSÖZ

Bu tez çalışmasında Dijital Diplomasi kavramının dünyadaki gelişim süreci, uluslararası ilişkilerdeki yeri ve önemi üzerinde durulmuştur. Günümüzde devletlerarası ilişkilerin önemli bir aracı haline gelen dijital diplomasi incelenmiş, etkileri ve sonuçları hakkında bilgiler verilmiştir. Bu çalışma, Facebook, Twitter ve Instagram sosyal medya uygulamaları özelinde ele alınmıştır.

Bu tez çalışmasının ve öncesinde Yüksek Lisans eğitimimin her aşamasında, saat mefhumu olmadan desteğini ve katkısını esirgemeyen tez danışmanım, saygıdeğer hocam Doç.Dr. Erman AKILLI'ya, eğitimimin her aşamasında emeği olan saygıdeğer hocam Prof. Dr. Ahmet GÖKBEL'e, Uluslararası İlişkiler Bölümü'nün kıymetli akademisyenlerine ve bu süreçte yanımda olan aileme içtenlikle teşekkür ederim.

Kırşehir, 2022

Alparslan Tolga AKPINAR

## İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY .....	i
BİLDİRİM.....	ii
ÖZET.....	iii
ABSTRACT.....	v
ÖNSÖZ .....	vii
İÇİNDEKİLER .....	viii
GİRİŞ .....	1
ARAŞTIRMA İLE İLGİLİ AÇIKLAMALAR.....	4
Araştırma Konusu, Problemi, Amacı ve Önemi.....	4
Araştırmanın Sınırlılıkları .....	4
Araştırmanın Yöntemi.....	5
<b>1. DİPLOMASİ.....</b>	<b>6</b>
<b>1.1. DİPLOMASİ NEDİR? .....</b>	<b>6</b>
<b>1.2. İLK DİPLOMASİ ÖRNEKLERİ VE TARİHSEL SÜREÇ.....</b>	<b>8</b>
<b>1.3. MODERN DİPLOMASİ .....</b>	<b>24</b>
<b>1.4. TÜRKİYE CUMHURİYETİ DEVLETİ DIŞİŞLERİ BAKANLIĞI VE DİPLOMASİ.....</b>	<b>27</b>
<b>2. KAMU DİPLOMASİSİ .....</b>	<b>28</b>
<b>2.1. KAMU DİPLOMASİSİ KAVRAMI.....</b>	<b>28</b>
<b>2.2. KAMU DİPLOMASİSİNİN BOYUTLARI .....</b>	<b>30</b>
<b>2.3. KAMU DİPLOMASİSİNE YAKLAŞIM BİÇİMLERİ .....</b>	<b>32</b>
<b>2.4. OLUMLU İMAJIN İNŞASINDA KAMU DİPLOMASİSİ .....</b>	<b>33</b>
<b>2.5. KAMU DİPLOMASİSİ VE DİJİTAL DİPLOMASİ İLİŞKİSİ .....</b>	<b>34</b>
<b>2.6. TÜRKİYE CUMHURİYETİ DEVLETİ'NİN KAMU DİPLOMASİSİ ARAÇLARI VE DİJİTAL DİPLOMASİ FAALİYETLERİ.....</b>	<b>35</b>
<b>3. DİJİTAL DİPLOMASİ.....</b>	<b>44</b>
<b>3.1. DİJİTAL DİPLOMASİ KAVRAMI.....</b>	<b>44</b>
<b>3.2. DİJİTAL DİPLOMASİDE SOSYAL MEDYANIN KULLANIMI.....</b>	<b>46</b>

3.2.1. Facebook .....	49
3.2.2. Twitter .....	50
3.2.3. Instagram.....	53
<b>3.3. SOSYAL MEDYA ARAÇLARININ DİJİTAL DİPLOMASİDEKİ ETKİLERİ .....</b>	<b>54</b>
<b>3.4. DİJİTAL DÖNÜŞÜM .....</b>	<b>61</b>
<b>3.5. DİJİTAL DİPLOMASİ UYGULAMA ÖRNEKLERİ.....</b>	<b>62</b>
<b>3.6. DİJİTAL DİPLOMASİ'DE BİRTAKIM YAKLAŞIMLAR .....</b>	<b>79</b>
3.6.1. Slaktivizm, Kliktivizm ve Hacktivizm.....	79
<b>SONUÇ.....</b>	<b>82</b>
<b>KAYNAKÇA .....</b>	<b>84</b>
<b>ÖZGEÇMİŞ.....</b>	<b>100</b>

## GİRİŞ

Diplomasi devletin ortaya çıkışından beri devletlerin birbirleriyle olan iletişimi düzenleyen bir kavramdır. Antik Yunan devletlerinin sıkça kullandığı, Hitit ve Mısır devletlerinin antlaşmalar yaparak kullandığı, Roma ve Avrupa Hun Devleti gibi devletlerin diplomasi yerine askeri güçlerinin fazla olması nedeniyle kullanmayı çok tercih etmediği bir yaklaşımdır. Çin ve Pers imparatorluklarının arşiv kayıtları tuttuğu, Bizans döneminde olgunluk seviyesine erişen ve diplomatlar yetiştirilip önem atfedilen, Selçuklu döneminde Bizans benzeri yöntemler kullanılan ve saray diplomasisi olarak şekillenen diplomasi, Moğollar tarafından yine askeri güçlerinin ve egolarının fazla olması nedeniyle akamete uğratılmıştır.

Avrupa'da sık gerçekleşen savaşlar sonucunda dini bir motifle de beslenerek Haçlı Savaşları'nın ortaya çıkmasını sağlayan, ülkeler arasında sınırları belirleyen, Timur ve Osmanlı Devleti arasında mektup diplomasisi olarak şekillenen diplomasi, terk edildiğinde ise aynı kökenden gelen iki milletin zarar görmesine neden olmuştur. Amerika kıtasında eyaletlerin birleşip Amerika Birleşik Devletleri'nin (ABD) ortaya çıkmasını sağlayan, Wilson Prensipleri ile birlikte küresel diplomasi olarak da tanımlayabileceğimiz ve devletlerin bazı evrensel ilkeler temelinde ittifak etmesini sağlayan yaklaşım sayesinde, Milletler Cemiyeti kurulmuştur.

1. ve 2. Dünya savaşından sonra devletlerin yönetim şekline göre ve küresel düzleme uygun olarak çeşitli formatlarda dönüşen bir iletişim aracı olan diplomasi, günümüzde organizasyonların, büyük şirketlerin, markaların, büyük futbol kulüplerinin, ulusal ve uluslararası yardım kuruluşlarının, dini örgütlerin, düşünce kuruluşlarının, terör örgütlerinin, devletlerin kullandığı bir enstrüman haline gelmiştir (Kurnaz ve Avcı, 2016).

Barışçıl insani ilişkiler kurmak ve sorunları çözmek amaçlı bir mantığı olan bu iletişim aracının, toplumlararası ilişkilerde ortaya çıkan sorunları çözmek, devletlerarasında barışçıl antlaşmalar yapılmasını sağlamak, gerginliklerin ve savaşların ortaya çıkmasını engellemek veya bitirilmesini sağlamak gibi temel amaçları bulunmaktadır. Günümüze kadar gelen süreçte, küreselleşmenin de etkisiyle farklı amaçlar için farklı yöntemlerle de kullanılmaya başlayan bu iletişim aracı, çeşitli yapıların taraftar kazanma, güç toplama, itibar sağlama, bilinirlik elde etme, pazar veya para kazanma, etkileme ve sempati kazanma, yönetme gibi amaçları için de kullanılır hale gelmiştir. Kitle iletişim araçlarının ortaya çıkması ve hızlı bir şekilde teknolojik altyapı olarak gelişime uğraması, toplumlar ve

devletlerarasındaki mesafelerin kısılmasına, iletişimin kolaylaşmasına, insanların ve toplumların birbirlerini daha yakından tanımalarına neden olmuştur.

Bu gelişmeler iletişimi kolaylaştırmak, mesafeleri kısaltmak, insan ve toplumların birbirlerini daha yakından tanımalarını sağlamak, dünyanın bir ucunda olan olaylardan herkesin haberdar olmasını sağlamak gibi sonuçları ortaya çıkmıştır. Bu gelişmelerin, insani olaylarda dili-dini-rengi ve ülkesi ne olursa olsun tüm insanların yardımlaşma ve dayanışma içerisinde bulunmasını sağlamak, kültür, sanat, edebiyat, spor gibi dallarının evrensel hale gelmesini sağlamak ve etkileşimlerini artırmak gibi olumlu yanları olduğu gibi olumsuz yanları da ortaya çıkmıştır. Örneğin; nefret suçları, çatışma, savaş gibi felaketlerin ortaya çıkması bunlardan bazılarıdır.

Kitle iletişim araçlarının geliştiği ilk evre olan telefondan sonra (Halkailiskiler.co, 2020), radyo ve televizyonun yaygınlaşması, dünyanın her yerinde herkesin evlerinin baş köşesinde bulunması, yukarıda bahsedilen tüm olumlu etkilerin yanı sıra, bilginin hızla yayılmasını sağlaması sonucunu ortaya çıkarmıştır. Bu durum ise tarihsel arka planda kalmış ve insanların unuttuğu, toplumların birbirleri arasında daha önce olan dargınlık, nefret ve hassas olumsuz imgelerin ortaya çıkmasına neden olmuş ve bu araçlar propaganda malzemesi haline de dönüşmüştür (Güngörmez, 2002).

Sözgelimi, birbirine sınır olan iki düşman ülke farklı vericilerle karşı taraftaki ülke vatandaşlarına, o ülkenin dilinde propagandalar yapmış, bilinçaltlarına korku aşılama çalışmıştır. Bu propagandalar bazen teknolojik üstünlükte sınırları dahi aşmış, dünyanın farklı bölgesinde bulunan bir devlet, kıtalararası propaganda dahi yapmıştır. Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği (SSCB) ve Çin'in farklı kıtalarda farklı dillerde yaptıkları yayınlarda komünizm propagandaları yapması veya Amerika Birleşik Devletleri'nin (ABD) Amerika'nın Sesi Radyosu ile Sovyet ve Çin aleyhtarı yayınlar yapması konumuza örnek olarak verilebilir (Özgür, 2019).

Bir başka kitle iletişim aracı olan televizyon ise radyodan daha güçlü bir yayın aracı olarak ortaya çıkmıştır. Yine radyodaki gibi dost kazanmak, kültürel olarak kendini tanıtmak gibi iyi propaganda amaçları dışında korkutmak, ideoloji aşılama ve bilinçaltı mesajlar vermek amacıyla da kullanılmış ve kullanılmaya da devam etmektedir (Sosyal, 2011). Hollywood Film Endüstrisinin ortaya çıkması, ABD çıkarları ve amaçlarının insanlara sempatik olarak gösterilmesi çabası, düşmanları korkutma gibi amaçlara bürünmüştür. Yapılan filmlerde Amerikan Ordusunun iyi, dünyayı kurtaran ve yenilmez oldukları

vurgulanmış ve ABD çıkarlarına zarar veren ülke ve yapılar şeytanlaştırılmıştır (Medin ve Koyuncu, 2017).

Bollywood olarak bilinen Hindistan Film Endüstrisi ise Hollywood'dan farklı olarak Hint kültürünü tanıtmak, bunun yanı sıra film ihracıyla ülkeye döviz girmesini amaçlamış bu anlamda da diğer ülkelere önyak olmuştur (İri, 2013). Nitekim çeşitli ülkeler Bollywood benzeri amaç taşıyan dizi ve filmler üretmiş ve dünya ülkelerine ihraç etmişlerdir. Bu alanda en başarılı ülkelerden birisi de Türkiye'dir. Türkiye'de üretilen Diriliş Ertuğrul, Kurtlar Vadisi: Filistin, Yabancı Damat, Medcezir, Muhteşem Yüzyıl, Binbir Gece gibi (Ökmen ve Göksu, 2021) bazı film ve diziler devlet tarafından da desteklenerek, Türk kültürünün çeşitli toplumlara tanıtılması amaçlanmış, hem dizi ve film ihraç ederek hem de bu dizi ve filmleri izleyen yabancıların ülkeye turist olarak gelmesiyle ekonomik kazanç sağlanmıştır. Aynı zamanda film sektöründe yapılan bu çalışmalar, yumuşak gücün enstrümanları haline gelmiştir.

Dijital Diplomaside Yumuşak Gücün bir araç olarak kullanılmasından hareketle, televizyon kanallarının artması, bazı ülkeler farklı ülkelerde, o ülkelerin kendi dillerinde, daha ziyade haber yayınları yapan kanallar kurmuşlardır. Bu kanallar aracılığıyla o ülkede yaşayan toplumlara etkilemeye çalışmışlar, daha da ileri giderek devletlerin hoşuna gitmeyen, ülkeyi ve ülkede yaşayan bir kısım toplumu rahatsız edici, toplumsal hassas noktaları tahrik edici yayınlar yapmışlardır. Bu yayınlar ise iç karışıklıkların, toplumsal ayaklanmaların, huzursuzlukların da ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bunun yanı sıra, bu tarz kanalların ilgili ülkeler tarafından başka ülkelerin ulusal çıkarlarına zarar vermesi amacıyla da desteklendiği görülmüştür.

Yukarıdaki bilgiler ışığında görüldüğü üzere, kitle iletişim araçları isteyerek ya da istemeyerek diplomasi enstrümanları haline gelmiş ve toplum ve devletlerarası ilişkilerde kendisini göstermiştir. Günümüzde ise yeni ve şimdiye kadar ortaya çıkan tüm kitle iletişim araçlarını bünyesinde bulunduran internetle birlikte iletişim yeni bir aşama kaydetmiştir. Dünyadaki bilgisayarların birbirleriyle bağlı olduğu, iletişim ve veri alışverişinde bulunduğu sistem olan İnternet ilk olarak ABD'de askeri haberleşmeyi sağlamak için geliştirilmiştir. Zaman içinde ise sivillerin kullanabildiği bir sistem olarak 1991 yılında tüm dünyada kullanılmaya başlanmıştır (Saka, 2019). İnternet'in doğuşu, yukarıda bahsedilen tüm olaylardan daha olumlu/olumsuz sonuçların ortaya çıkmasına neden olmuş ve diplomasi farklı bir boyuta bürünmesini sağlayarak dijital diplomasi kavramının doğmasına neden olmuştur.

Bu tez çalışmasında internetin ortaya çıkması, etkileri ve diplomasiye etkileri üzerinde durularak dijital diplomasi kavramı tanımlanacak, dijital diplomasiğin günümüzde ve gelecekteki etkileri üzerinde literatür ve kaynak taraması yapılarak tümevarım yöntemiyle analiz yapılacaktır. Konuyla ilgili yapılan çalışmalar ve veriler ışığında dijital diplomasiğin günümüzde ve gelecekte insan ve devlet ilişkilerine etkilerinin ne olacağı ile ilgili fikirler belirtilip küreselleşen dünyada sürekli gelişip dönüşen sosyal medya'nın dijital diplomasiyi nasıl şekillendireceği ve dijital diplomasiğin yol açacağı örnek olaylar üzerinden tahminlerde bulunacağız.

## **ARAŞTIRMA İLE İLGİLİ AÇIKLAMALAR**

### **Araştırma Konusu, Problemi, Amacı ve Önemi**

Diplomasi ve Dijital Medya kavramından yukarıda bahsedilmiştir. Dijital Diplomasi kavramı ise diplomasiğin kalitesini, ivmesini artırmak, hızlı ve anlık sonuçlar elde edebilmek için resmi kurum ve kuruluşların, siyasi örgütlerin, uluslararası cemiyet ve yapıların internet ve sosyal medya araçlarını etkin bir biçimde kullanmalarınıdır. Sosyal medyada erişilen kişi sayısının fazla olması, verilen mesajın anında etki gösterebilmesi, etkileşimin yüksek olması nedeniyle yukarıda bahsedilen yapılar tıpkı bir kişi gibi sosyal medya hesabı açarak dijital diplomasi faaliyetlerinde bulunmaktadır. Gelişen iletişim ve haberleşme teknolojisinin getirdiği gereklilikler, devletler ve uluslararası yapıları dijital diplomasiyi etkin bir biçimde kullanma ve dijital diplomasi araçlarını geliştirmeye itmektir. Bu gelişmeye ayak uydurmak, dijital diplomasiyle ilgili interaktif politikalar üretmek gerekli hale gelmiştir. Bu tez çalışmasında dijital diplomasiğin tarihçesi, günümüzdeki kullanım alanları, konusu, devletler ve uluslararası yapı tarafından nasıl bir önem taşıdığı konularını enine boyuna irdedeleyeceğiz.

### **Araştırmanın Sınırlılıkları**

1- Araştırma, bu çalışma yapılırken mevcut olan Twitter, Facebook ve Instagram adlı sosyal medya platformlarıyla sınırlıdır.

2- Bu çalışma, dijital diplomasiğin konusu olan devlet başkanları, devlet yöneticileri, devlet kurumları, uluslararası tanınırlığı olan kurum ve kuruluşların yalnızca sosyal medya kullananları üzerinde yapılmış olup herhangi bir sosyal medya aygıtı kullanmayanlar bu araştırmaya dâhil edilmemiştir.

## **Araştırmanın Yöntemi**

Bu çalışma, kaynak taraması ve tümevarım yöntemini içeren doküman inceleme yöntemi kullanılarak desenlenmiştir. Konuyla ilgili yazılmış makaleler, çıkan haberler, araştırmanın konusuna giren sosyal medya paylaşımları taranarak hazırlanmıştır. Dijital Diploması alanı çok hızlı değişimler geçiren ve genel geçer kuralları henüz tanımlanamayan bir alan olduğu için araştırma yapılırken konunun örneklerle anlaşılabilmesi için dünyada geçmişte yaşanmış ama hala güncelliğini koruyan olaylar üzerinde durulmuş ve davranışlar üzerinde bir analiz yapılmıştır. Bunun yanı sıra, henüz gerçekleşmemiş ama bir benzeri gerçekleştiğinde sonuçlarının ne olacağı ile ilgili dijital diploması davranışları ile ilgili örnekler üzerinde durulmuştur.

## **Araştırmanın Deseni / Modeli**

Bu çalışmada nitel doküman inceleme yöntemi kullanılmıştır. Literatürde belli başlı doküman inceleme yöntemleri bulunmaktadır. Bu araştırmada Forster, (1994) tarafından tanımlanan beş aşamalı doküman incelemesi süreci kullanılacaktır.

## **Veri Toplama Süreci ve Veri Toplama Araçları**

Araştırma verileri doküman inceleme yöntemi temel alınarak toplanacaktır. Araştırmada dijital medyada bulunan, Facebook, Instagram, Twitter vb. platformlara devlet yöneticilerinin diplomasıyla ilgili açıklama ve paylaşımlarının uluslararası ilişkilerdeki etkilerinin belirlenmesini amaçladığı için başvurulmuştur. Araştırma verilerinin sosyal medya platformlarının tamamı kullanılarak elde edilmesi düşünülmektedir. Diğer haber siteleri, blog, vlog ve vb. araştırma kapsamı dışında tutulacaktır.

## **Veri Analizi/Çözümlemesi**

Bu çalışmada doküman analiz yöntemi kullanılacaktır. Doküman analizinde tümevarımcı bir bakış açısı güdülmektedir. Ayrıca, sosyal medya paylaşımları, paylaşımların amaçları, hedef kitleleri ve nihayetinde etkileri, içerik analizi yöntemi kullanılarak gerçekleştirilecektir.

## 1. DİPLOMASİ

### 1.1. DİPLOMASİ NEDİR?

Diplomasi kelimesinin anlamını kavrayabilmek için ilk olarak kelimenin kökenine inmek gerekir. Öncelikle karşımıza Yunanca “diplomasi” kelimesi çıkmaktadır. Zamanla beraber bu kelimedden “çift” anlamına gelen Latince kökenli diploma sözcüğü ortaya çıkmıştır. Diplomasi kelimesi, Eski Yunan ve Roma İmparatorluğu dönemlerinde ayrıcalıklarla ilgili resmi evrakları ifade etmek için kullanılmıştır, aynı zamanda resmî belgeleri de şifrelemek ve arşivleri bilmek için diplomasi kavramı kullanılmaya başlanmıştır. 18. yüzyıldan itibaren ise diplomasi kelimesi günümüzdeki manası ile kullanılmaya başlanmıştır. Günümüzde ise diplomasi kelimesi birçok farklı bakış açısına ait olabilmektedir ancak bütün bakış açıları temel noktalar aynıdır. Genel bir tanımlama yapacak olursak, diplomasi uluslararası ilişkileri yürütme ve bu ilişkileri yönetme mesleği ile bu mesleğin uygulamaya konulduğu alandır. Hükümetleri düşünerek yapılan bir tanımda ise diplomasi, devletlerin arasında barış ilişkilerinin hem hükümet görevlileri hem de devlet kurumları sayesinde uygulanması olarak karşımıza çıkmaktadır. Farklı devletlerarasındaki ilişkileri sürdürmeyi diplomasi kavramı açısından ele alan açıklamalarda ise diplomasiyi bir sanat olarak kabul edilmiştir. Buna örnek gösterecek olursak “diplomasi, devletlerarasındaki ilişkilerin barış yoluyla ve belirli araçlarla yürütülmesi sanattır, devletlerarası ilişkilerin görüşmeler yardımıyla büyükelçiler ve başka diplomatik üyeler tarafından sürdürülmesi bir sorumluluk veya sanattır” (Tuncer, 1982: 17), şeklinde yapılan tanımlamalara (Nicholson, 1950: 15) bakabiliriz. Bazı bakış açıları ise diplomasiyi tanımlarken sanatın yanına bilim kavramını da eklemiştir. Bu bakış açısına göre diplomasi, işlevleri ile beraber ilk olarak sanat olarak ortaya çıkmış olsa da ilim ile olan ilişkisini reddetmek mümkün değildir. Farklı devletlerin hukuki siyasi ve iktisadi durumlarını, çıkarlarını, tarihlerini, amaçlarını ve özgürlüklerine ait olan fikirlerini bilmek diplomatlar için mecburiyettir. Tüm bunları öğrenmek ve bilmek açısından diplomasi bir ilimdir. Daha sonra ise bu bilgileri kullanarak devletlerarası işleri yürütmek ve sürdürmek açısından da diplomasi bir sanattır. Milli güç ile beraber milletlerarası hukuka da ikincil olarak önem veren milletlerarası ilişkiler kuramında da diplomasi yine sanat olarak değerlendirilmiştir. Bu bağlamda “diplomasi milli gücü ortaya çıkaran farklı öğeleri, milli çıkarları en baştan ve doğrudan ilgilendiren milletlerarası durumlar ve olaylar üzerinde etkili olan bir sanattır. (Tuncer, 1982: 17)”

Tüm bu bahsedilenlere baktığımızda Diplomasi kuramının gelişim süreci boyunca farklı tanımlarının olduğunu görmekteyiz. Hem şu ana hem de geçmişteki zamanlara baktığımızda, diplomasinin işleyişi açısından temel özellikte olan diplomatik ayrıcalık kurumunun öne çıktığını söyleyebiliriz. Bu durum gerek ilgili olaylarda oluşturulan kodifikasyon çalışmaları, gerekse milletlerarası olarak oluşturulan ihlallerin yaygınlığı ile önümüze çıkmıştır. Bu yüzden de diplomasiyi, milletlerarası toplumların birimleri arasında milletlerarası hukuk kurallarına uygun olarak çıkarların dengelenmesi etkinliği şeklinde tanımlayabiliriz.

## 1.2. İLK DİPLOMASİ ÖRNEKLERİ VE TARİHSEL SÜREÇ

Diplomasi tarihinin, insanların ve toplumların birbirleri ile iletişime geçmeye başladığı yazılı dönemlerin öncesine dayandığı kabul edilmektedir. Toplumların birbirleriyle ilişkiler kurması ve iletişime geçmesi ilk olarak savaşlar ile başlamıştır. Uzun savaşlardan sonra savaşa ara verme ve yaralı olanlara yardım etmek ihtiyacı ile karşılıklı olarak haberleşme uygulaması başlatılmış; habercilerin, mesajlarını iletmeden önce öldürülmelerine son verilmiş ve habercilerin kutsal sayılmalarını sağlayan bir statü oluşturulmuştur (Sivrioğlu ve Yılmaz, 2017). Böylece habercilerin kullanılması diplomasi örneği olarak algılanmıştır. Oluşturulan bu statü, habercilerin kendilerini tanıtmalarına bir fırsat olmuştur. Toplumlar arasındaki iletişimlerin ticaret ve evlenmek gibi çeşitli durumlarla genişlemesi sonucunu ortaya çıkarmıştır.

### 1.2.1. Yunan Öncesi

Diplomasinin ilk örneklerinin ortaya çıkışı ile ilgili kesin ve net bilgiler yoktur. Ancak şu kesindir ki, bu uygulamaların devamlılık özelliği taşımadığı ve kalıcı kurumları olmadığı bilinmektedir. Devamlı olmayan diplomasi uygulaması, temsilcinin belirli bir dönem veya herhangi bir görevle farklı bir devletin ülkesine gönderilmesi, söz konusu dönem veya görev bittiğinde ise temsilcinin görevini veren devlete geri dönmesi anlamına gelmektedir. Bu uygulamanın ilk diplomasi örneklerinden olduğu bilinmektedir (Tuncer, 1984) ve bununla beraber Hititler ile Eski Mısırlılar arasında mesajlaşma, hediyeleşme, tahta çıkma nedeniyle tebrik etme ve başsağlığı dileme gibi konulardaki mektupların iletilmesinde kullanıldığı görülmektedir (Tuncer, 1984).

Diplomasinin ilk örneklerine baktığımızda iki önemli belge karşımıza çıkmaktadır. Bunlardan ilki, milattan önce 14. yüzyılın ilk yarısında eski Mısır ile ön Asya büyük krallıkları ve Suriye - Filistin şehir beylikleri arasında diplomatik ilişkiler konusunda bilgi edinmemizi sağlayan Amarna mektuplarıdır (Tuncer, 1984). Bu mektupların sayısı dört yüz adeti bulmaktadır ve Akat dilinde yazılmıştır (Yılmaz ve Kılıç, 2020). Aynı zamanda bu mektupların içerisinde hükümdarların karşılıklı olarak birbirlerine yazdıkları siyasi içerikli metinler de yer almaktadır. Bu mektupları iletmekle görevli olan haberciler, hükümdarların birbirlerine olan hediyelerini sunarken siyasi ve ticari konularda da temsili olarak diplomatik ilişkiler kurmaktadırlar.

İkinci önemli olan belge ise M.Ö. 1278 yılında, Eski Mısırlılar ile Hititler arasında imzalanan Kadeş Antlaşması'dır (Sivrioğlu ve Yılmaz, 2017). Bu antlaşma hem diplomatik belgelerin arasında yer alır hem de antlaşmaların bağlayıcılığını sağlama, milletlerarası barışı ve güvenliği oluşturma özellikleri ile de milletlerarası ittifak kurma konularını içermektedir. Böylece milletlerarası hukuk açısından önemli görülmektedir. İnsanlığın en eski dönemlerinden şimdiye kadar gelen diplomasi kavramının gelişim ve değişiminde, çeşitli dönemlerde farklı farklı uygulamalar ve yeni sorunların ortaya çıkmasının temel sebebi, tüm kültürlerdeki yabancıların tehlike oluşturmalarına ilişkin inanç gösterilmektedir. Bu nedenle toplumlar arasındaki ilişkilerin etkili bir şekilde devam edebilmesi için diplomatik ayrıcalık kurumunun ortaya çıkması ve sürdürülmesi sağlanmıştır.

### **1.2.2. Yunan Şehir Devletleri**

M.Ö. 700'lü yılların devamında ortaya çıkmaya başlayan Yunan Şehir Devletlerinin aralarında meydana gelen diplomatik hareketler hakkında önceki dönemlere göre daha fazla bilgiler vardır. O dönemlerdeki coğrafyanın etkenleri sebebiyle meydana gelen şehir devletleri, özgürlüklerini muhafaza edebildikleri şekilde siyasi ve ticari alanlarda da birbirleriyle iletişim halinde olmuşlardır. Bu devletlerin arasında etkili bir güç ayrışması bulunmazken, ortak kültür, lisan ve dini özelliklere sahip olmaları nedenleriyle, bu şehir devletlerinin dönemi, diplomasi ile ilerlemesine büyük faydalarda bulunmuştur.

Bu dönemde gerçekleşen diplomasi uygulamaları çeşitli önemli kurumları himayesinde barındırmıştır. Bunlardan ilki; Kerykes, Presbies ve Proxenos olmak üzere üçe ayrılırken, ilişkilerin sürdürülmesinde diplomasi temsilcileri olmuşlardır (Adcock – Mosley, 1975). Genel olarak, Yunan Şehir Devletlerinin ilk döneminde diplomasi açısından denk gelinen ve haberci manasına gelen Kerykes'in bulunduğu yeri, ileriki zamanlarda elçi özelliğindeki Presbies ile konsolosun tarihteki ilk örneği olan Proxenos kurumları almıştır (Tuncer, 1984). Bunlara rağmen, habercilerin tamamen diplomatik olan görevleri yerine getirerek, geldikleri şehir devletini siyasi olarak temsil ettikleri söylenememiştir (Sivrioğlu ve Yılmaz, 2017). Habercilerde olması gereken öncelikli özellikler; hitap etme yeteneğine ve iletişimi sağlanacak mesajları unutmamak için gerekli olan hafıza becerisine sahip olmalarıdır. Ana görevleri de iletilmesi gereken mesajları ulaştırdıktan sonra kendi meclislerinin karşısında etkin bir konuşma yapmak şeklinde olmuştur. Sonraki dönemlerde bu şehir devletlerinin arasındaki ilişkilerde elçi manasındaki "Presbies kurumu" uygulama alanı olmuştur (Hamilton-Langhorne, 1995). Siyasi olarak etkili ve sonraki yaşlarının da

etkisi ile beraber bilge statüsüne erişen kişilerin içinden seçilen bu şahısları, günümüzde yer alan örnekleriyle karıştırmamak önemlidir.

Elçiler de haberciler gibi belirli bir görev ya da zaman ile sınırlandırılmışlardır. Ayrıca, elçilerin diplomasi alanına katkıları iki alanda karşımıza çıkmaktadır (Adcock – Mosley, 1975). İlk olarak, diplomatik ayrıcalıklardır. Çünkü dini ve mitolojik öğelere dayalı olsa bile yabancı şehir devletlerine gönderilmiş olan elçilerin tanrılar tarafından korunduğu kabul görmüş ve o dönemdeki yabancılara yönelik uygulamalardan farklı olarak başka bir statüye sahip olmuşlardır. Diplomasiye diğer katkısı ise, elçilerin almış oldukları görevlerle beraber devletlerini temsil etmek için uygun düşen temaslarda ve ilişkilerde bulunabilmeleridir. Yunan Şehir Devletleri arasında oluşan ilişkilerde elçilerin kullanımı oldukça yaygındır. Tüm bu anlatılanlardan anlaşılacağı gibi, o dönemdeki uygulamalar günümüzdeki uygulamalardan farklı olmuştur. Ancak, buna rağmen, temsil etme görevi içerisinde görüşmeler gerçekleştirilmesi modern diplomasi ile örtüşmektedir.

Yunan Şehir Devletleri aralarındaki ilişkileri yürütebilmek için son olarak, günümüzde yer alan konsolosluk görevlisinin ilk örneği olarak kabul edilen Proxenoslar faaliyet göstermişlerdir. Devletlerarasında süren ilişkilerin devamının gerekliliği ile ortaya çıkan Proxenos, belirlenmiş bir görev ya da zamanla sınırlı şekilde sorumluluk verilen diğer temsilcilerinden ayrı olarak, görev aldığı devletin vatandaşı konumunda olmasına karşın; kendini görevlendiren devleti temsil etmiştir.

Bu kurumun, konsolos kavramının tarihte yer alan ilk örneği olduğu tartışmasız kabul görmüştür. Üstelik kendini kabul etmiş olan devletin vatandaşı olması niteliğiyle de günümüzde uygulama alanı var olan fahri konsolosluk kurumu ile yüksek düzeyde benzerlik taşıdığı düşünülmüştür. Proxenoslar, siyasi açıdan temsil yetkileri olmadığından, genellikle ticaret ve denizlerde, seyrüsefer serbestliği gibi alanlarda yabancı devletlerde görev almışlardır (Tuncer, 1984). Yunan Şehir Devletleri Dönemi'nin diplomasiye kazandırdığı kavramların ikincisi ise Amphictyonic Konseyler olmuştur. Önce dini festivaller ve kutlamalar için toplanılırken, daha sonra bu toplantılar devletlerin arasındaki anlaşmazlıklara çözüm üretildiği konseyler şeklini almıştır.

Konseylerin bulunduğu yerlerde, zaman geçtikçe sürekli ve daimi sekreterlikler oluşturulmaya başlanmış ve bu sekreterlikler de genel olarak bütün şehir devletlerine ilişkin olan dini konulardaki uygulamalara şahitlik edilmiştir. Konu dâhilinde önemli olan diğer bir gelişme de, bu aşamadan sonra konseylerin yapıldığı yerler ülke-dışılık prensibi açısından

zamanla dokunulmaz görülmeye başlanmıştır. Bu durum, konseylerdeki görevli diplomasi temsilcilerinin diplomatik imtiyazlara sahip olmalarını sağlamıştır (Adcock – Mosley, 1975). Bu gelişme, tam anlamıyla olmasa da diplomatik imtiyazların dini temellerden ziyade, devletlerin ilişkilerinin olması gerektiği gibi sürdürülmesinin bir özelliği olarak açıklanmıştır. Gücü yerinde olan şehir devletlerinin zaman geçtikçe teşkilattan bağlantılarını koparmaları ve yürütmeyi daha kolay hale getirecek ortak gücün oluşturulamaması sebebi ile Amphictyonic Konseylerin varlığı sona ermiş ancak diplomatik imtiyazların etkililiğini dini etkenlerden kısmi olarak uzaklaştırması nedeni ile diplomasinin gelişmesinde etkili olmuştur (Tuncer, 1984).

### **1.2.3. Roma ve Bizans İmparatorlukları**

Roma İmparatorluğunda birden fazla şekilde Yunan kültürünün etkileri gözlemlenmiştir. Roma İmparatorluğunun iki farklı dönemi olan Cumhuriyet ve İmparatorluk dönemlerinde, bulunduğu döneme göre farklılık gösteren Roma diplomasisi, diplomasinin ilerleme ve gelişme süreçleri için önemli görülmemiş (İskit, 2007, s.74); bu iki dönemde de diplomatik ilişkilerin yapılacağı kurumlardan çok, hukuk alanında ilerlemeler ve gelişimler gözlemlenmiştir (Nicholson,1950, s.23). Roma İmparatorluğu'nda az sayıda diplomatik üye ve kurum vardır. Bu kurumların ilki devletlerarası anlaşmaları kayıt altına almak ve tartışmak için kurulan Fetialler Meclisi'dir. Bu kurumun hukuk sistemi ise kendine özgü olup anlaşmaya varılan metin ve belgelerin korunmasına öncülük etmek, aynı zamanda ast-üst ilişkisini diplomatlara öğretmek amacı gütmektedir (Tuncer, 1991,s.12).

Tüm söylemlere rağmen bu meclis konusunda tam olarak fikir birliği sağlayamayan tarihçiler, sözü edilen meclisi İmparatorluğun diplomatik ilişkilerinin konuşulduğu birim şeklinde söyleyen görüş karşısında, Roma'nın şehir devletleri dönemlerinden kalma ve zaman içinde önemsiz olarak nitelendirilen diğer görüşü savunmuştur (Barker,1996, s.16-17). Roma'nın zaman içinde değişen yönetim anlayışı ve özellikle İmparatorluk dönemi diplomatik ilişkilerin sadece imparator üzerinden olduğu gerçeği göz önüne alındığında, Fetialler Meclisi, diplomasi sürecini yöneten bir kurum olmaktan çıkmıştır.

Roma'da diplomatik ilişkilerle ilgilenen bir diğer kurum ise Nuntii veya Oratores kurumlarıdır. Bu kurumlar elçileri, elçilerin mektuplarını ve senato talimatlarını incelemiş ve söz konusu kişi ve kurumlarla iletişim halinde olmuştur. Kurum bu görevleri yerine getirmediğinde vatana ihanet suçlamasıyla yargılanmıştır (Tuncer,1991, s.12). Yunan Şehir Devletlerinde kullanılmış olan ve hala kullanılan konsolos kelimesi ile eş anlamlı olan

proxenos kavramı, Roma'da tehlikeli ve gereksiz olarak yorumlanması sebebiyle devlet içinde yer almamıştır (Seviğ, 1962). Roma İmparatorluğu'nun dış işleri sorumlu meclisi ise Cumhuriyet ve İmparatorluk dönemlerinde farklı özelliklere sahip olmuştur. Cumhuriyet döneminde söz konusu işlevi yerine getiren Senato; bu görevlendirme esnasında elçiler atamış ve yabancı elçileri kabul etmiştir.

İmparatorluk döneminde ise bütün kuvvetler İmparator yetkisi altında olduğu için Senato daha pasif kalmıştır (İskit,2007, s.74-75). Dış işlerin sürdürülmesinde, diğer konularda olduğu gibi İmparator tek söz sahibidir, dolayısıyla bu durum diplomasi alanında bazı sorunlara yol açmıştır. Roma'da farklı yerlere gönderilen elçiler için İmparator'un kendisine ulaşmak oldukça zor olmuştur. Roma'da diplomasi ile ilgili yeni bir kurum olmamasına rağmen; diplomasi ile ilgili önemli gelişmelerin de yaşandığı bir gerçektir. Bu gelişmelerden en önemlisi, diğer devletlerin elçilerine tanınan diplomatik haklardır. Roma tarafından, devletlerin temsilcilerine bir takım diplomatik haklar verildiği bilinmektedir. Bu konuda dikkate alınması gereken nokta, elçilere verilen haklar değil, verilen haklara aykırı eylemlerde bulunduğu koşullarda sürecin nasıl işlediğidir. Roma'da, dış devlet temsilcilerinin diplomatik haklarını kötüye kullandığı tespit edilirse, ilgili temsilciler kendi ülkelerine gönderilmiş ve ülkelerinde yargılanması talep edilmiştir (Tuncer,1991, s.12) Roma'nın bu tutumu günümüz diplomasisine bir önyak olması sebebiyle çok önemlidir.

Roma'nın iki ayrı devlet şeklinde ayrılmasıyla birlikte M.S. 395 senesinde kurulan Bizans İmparatorluğu, içinde bulunduğu durumlar sebebiyle farklı yollar izlemiştir. Bizans'ın varlığını koruması Batı Roma'ya nazaran daha zor olmuştur. Bu durumun ilk sebebi Papa'nın Batı Roma'yı desteklemesi ve Bizans'ın Hristiyan Dünyasında yalnızlaştırılması olmuştur. Bununla beraber farklı etnik yapıdaki birçok devlet Bizans'a jeopolitik olarak daha yakın olduğu için sorunlar çıkarmıştır. Bu sorunların çözümünde yeterli kaynak bulamayan Bizans, bütün bu koşulların bir araya gelmesiyle diplomatik girişimlerini arttırmıştır (Hamilton-Langhorne, 1995).

Yaşanan süreçlerden dolayı Bizans'ta gelişen diplomatik ilişkiler ve diplomasi geleneği Roma'da olduğu gibi kamu kurumları özelinde değil, uygulamaya yönelik olmuştur. Dış ilişkilerindeki tehlike ve sorunlar nedeniyle diplomasiye sıklıkla başvurmak zorunda kalan Bizans, diplomaside birçok yeniliği görmemizi sağlamıştır. Bu yeniliklerden ilki, protokol konusu olmuştur. Uluslararası ilişkilerde genel kabul görmüş ziyaret ve karşılama kuralları olarak da bilinen ve devlet temsilcilerinin birbirlerini ziyaretlerinde uygulanan karşılama kuralları olan diplomatik protokol, Bizans tarafından da uygulanmıştır.

Bizans İmparatorluğu, kaynak azlığı dolayısıyla varlığının tehdit altında olduğunu düşünmüş ve bu eksikliği kendini güçlü göstermek için fırsat olarak gördüğü diplomatik protokol temaslarıyla örtbas etmeye, kapatmaya çalışmıştır (Avar, 2016). Burada anlatılan durum, ilerleyen süreçte diplomasinin ne kadar önemli olduğuna dikkat çekmiş ve bu konulardaki yatırımların artmasına sebep olmuştur (Hamilton-Langhorne, 1995).

Bizans İmparatorluğu, ilişkide olduğu devletlerin birbirleriyle aralarında uyumsuzluk doğmasına neden olan politikalar yürütmüş, yine aynı devletlerle kendi ilişkilerini iyi tutarak onların üzerinde etki alanı oluşturmaya yönelik diplomatik ilişkiler kurmuştur. Bu konu, diplomatlar arasında aranılan özelliklerin farklılıklar göstermesine sebep olmuş; özellikle Yunan Şehir Devletleri Dönemi'nde uygulamasını sıkça gördüğümüz güzel ve düzgün konuşan diplomat, yerini gözlem yapan diplomata bırakmıştır. Az önce bahsettiğimiz hedeflere ulaşabilmek üzere yabancı devletlere gönderilen diplomatların güncel siyasi-sosyal konularda bilgi alıp rapor yazması zorunlu hale getirilmiştir. Yapılan bu diplomatik değişim süreci, diplomaside önemli bir kilometre taşı olmuş ve bugüne kadar ulaşmıştır. Bizans İmparatorluğu diplomasi anlayışının, sonraki tarihlerde de diplomatik gelişmelerde etkisi olmuştur (Hamilton-Langhorne, 1995). Öyle ki, konsolosluk kurumu da bu dönemde oluşturulmuştur. Konsolosluk kurumuyla ilgili olan kavramlardan birisi Haçlı Seferleridir.

Haçlı Seferleri, konsolos anlayışının dünyaya açılmasına olanak tanımıştır; bu haliyle Venedik, Cenova, Marsilya benzeri şehir devletlerinin ticari ağları doğuya kazandırılmış ve bazı liman ve depolar kurulmuştur (Hamilton-Langhorne, 1995). Öncelik depoların güvenliği olmuş, daha sonra yargı yetkisi tüccarlara verilmiştir. Bu verilen yargı yetkisiyle tüccarlar bulunduğu yerde aynı zamanda konsolos olmuştur (Tuncer, 1991). Genellikle Filistin, Mısır ve Suriye coğrafyasında yapılan depolar ve tüccar mahalleleri, o süreçte uygulamada olan kanunların kişiselliği ilkesi ile Batılı tüccarların kendi devletlerinin kanunlarına göre yargılanmasına neden olmuştur (Seviğ,1962). Bu yargılamalar ise az önce bahsedildiği gibi, ticari ilişkiler içerisinde olan kişiler ve konsolosluk unvanı alan kişiler tarafından yerine getirilmiştir.

Konsolosluk kurumu için ikinci olgu ise M.S.476 senesinde Batı Roma İmparatorluğu'nun dağılması ve peşi sıra gelen gelişmelerdir. Batı Roma İmparatorluğu'nun dağılmasıyla Bizans, ticari gözde olarak yeniden yükselişe geçmiştir. Diğer devletlerden ticaret için gelenler, yukarıda belirtildiği gibi, önce depolar sonra mahalleler kurarak, kanunların kişisel olmasından dolayı kendi kanunlarını uygulamış; bu eylemler ise "consul" adında ve günümüzde konsolosluk kavramını oluşturan yargıçlar tarafından yerine

getirilmiştir. Hatta bu durum ve olaylar zaman içinde gelişmiş ve kapitülasyon kavramının doğmasına sebep olmuştur (Nicholson,1950, s.25).

#### **1.2.4. Hint Prenslikleri Diplomasi Anlayışı**

Diplomasinin bir diğer gelişim alanı Asya’da olmuştur. Asya’daki Hint Prenslikleri de, çağlar öncesinde birbirleriyle diplomatik ilişkiler içerisinde olmuş, birbirlerine elçi göndermişlerdir. Ancak bu uygulama istikrarlı bir durum arz etmemiştir. Elçiler “Dutas” olarak isimlendirilmiştir (Uluslararası Eşitlik Politikaları Dergisi, s. 40) Hint Prensliklerinin diğer devletlerle olan diplomatik ilişkilerine dair en önemli örnek ise Büyük İskender’in imparatorluğu yıkıldıktan sonra onun yerine kurulan yeni Hellen devletleriyle olan görüşmeleridir (Versan, 1995:92).

13. Yüzyılın başlarında kurulmaya başlanan Delhi Sultanlığı döneminde, o dönemde Diyâr-ı Rûm olarak da adlandırılan Anadolu diyarındaki ve çeşitli coğrafyalardaki yönetimlerle ilişkiler geliştirilmiştir. (Siddiqui, 2012) Selçuklu döneminde başlayan bu ilişkiler, İslam’ın Hindistan topraklarında gelişiminin hızlanmasını sonucunu ortaya çıkarmıştır. Osmanlı döneminde doruk noktasına ulaşan ilişkiler, Hindistan’daki halkın Osmanlı’yı yakından tanınması, bunun sonucunda Hintli ulemanın Osmanlı topraklarına ilimlerini artırmak için eğitim almaya gelmeleri sonucunu doğurmuştur (Siddiqui, 2012). Kaynak bakımından zenginlik arz eden topraklara sahip olan, kumaş, pamuk ve baharat gibi ürünleriyle tanınan Hindistan’la, çeşitli ülkeler ticaret maksadıyla ilişki kurmuş ve tüccarları vasıtasıyla diplomatik iletişime geçmişlerdir.

#### **1.2.5. Ortaçağ ve Rönesans Dönemleri**

Ortaçağ’da diplomasi, diğer çok alan gibi, Papalık etkisi altında kalmıştır. Bu nedenle, diplomasinin gelişim sürecinde söz konusu dönemin modern diplomasiye katkısının fazla olduğunu söylemek mümkün gözükmemekte; uygulamaya ilişkin sınırlı sayıda kuralın (İskit, 2007) günümüze ulaştığı bilinmektedir. Yukarıda açıklanan hususlar bu dönemde diplomasi kurumları ile ilgili hiçbir gelişme yaşanmadığı anlamına gelmemektedir. Nuncius, legate, plena potens ve ambactiare, Ortaçağ’a özgü ve Papalık nezdindeki diplomasi kurumlarıdır. Temel amacı mesajları hızlı ve isabetli bir biçimde iletmek olan nuncius, zamanla yaygınlaşmış (İskit, 2007) yetkilerinin kısıtlılığı bu kişilerin “canlı mektup” şeklinde anılmasına yol açmıştır.

Genellikle beraberinde bir heyetle görevini ifa eden nuncius’ların merasimlerde bulunması, hükümdarlarını temsil amacını (Queller, 1967) yerine getirdiğinden, diğer

görevlerinden ayrılan bir nitelik taşımıştır. Bu heyette yer alan ve haberci sınıfında değerlendirebileceğimiz temsilciler; cursores, tabellarii, fanti veya varletti'den oluşmuştur (Ergüven, 2016). Özellikle kişi dokunulmazlığı olmak üzere, diplomatik ayrıcalıklar nuncius açısından uygulanmıştır. Söz konusu ayrıcalıkların temeli, önceki dönemlerdeki gibi, dini nedenlere dayanmış; ancak Ortaçağ diplomasi temsilcilerinden sadece nuncius bakımından genel kabul gören görüş, bu kişinin uğrayacağı herhangi bir zararın, temsil ettiği hükümdara yönelik gerçekleşeceği şeklinde olmuştur. İlgili durum, hükümdarın mutlak statüsü itibarıyla onun sözünü dile getiren elçinin, tanrıların himayesi altında bulunduğu yönündeki inanın egemenliğindeki erken dönemi yansıtmaktadır (Alsan, 1948). Rönesans'ın baş göstermesi ile diplomasi teorisiyle ilgili kalıcı değişiklikler meydana gelmiştir.

Nuncius ve Legate'nin önemli bir farkları mevcutken; Ortaçağ'ın ilerleyen dönemlerinde, devletlerarasındaki ilişkilerin konularının ve ilgili devlet ülkelerinin birbirlerine mesafelerinin artması, diplomaside yeni arayışlara neden olmuştur. Bu sürecin devamında ise plena potens ortaya çıkmıştır (Ergüven, 2016). Tam yetkili elçi anlamına gelen plena potens, anlaşma görüşmelerine katılıp müzakereler sonunda anlaşmayı imzalama yetkisini bünyesinde barındırmış; ancak bunun yanında, merasimlerde hükümdarını temsil yetkisi bulunmaması, ambactiare, yani elçi kurumunun ortaya çıkmasına sebebiyet vermiştir. Ortaçağ'ın sonuna doğru meydana gelen bu gelişme, Rönesans Dönemi ile beraber modern diplomasiye doğru ilerleyişin ilk adımı olmuştur.

Ortaçağ'da ambactiare ile başlayan süreç, Rönesans aracılığıyla diplomasi ilişkilerinin sürekli hale gelmesi doğrultusunda devam etmiş; önceki dönemlerde görev ve süre bakımından sınırlı şekilde yabancı devletlere gönderilen diplomasi temsilcileri bu dönemde de varlıklarını korurken, sürekli diplomasi'nin temel kurumu olan mukim büyükelçilik ortaya çıkmıştır. Mukim büyükelçiliklerin gündeme gelmesi, 14. yüzyıl sonları ile 15. yüzyıl başlarında, Kuzey İtalya'da gerçekleşmiş; burada yer alan şehir devletleri arasındaki diplomatik ilişkilerde mukim büyükelçilik kullanılmaya başlanmıştır (Ergüven, 2016). Sürekli diplomasi uygulamasına Kuzey İtalya Şehir Devletleri'nde geçilmesinin çeşitli nedenleri vardır. Bunlardan en önemlisi, komşuları Avrupa bölgelerinde henüz güçlü bir siyasal oluşum bulunmayan söz konusu devletlerin, o dönemde herhangi bir imparatorluk bünyesinde olmamalarıdır. Böylelikle, bahsi geçen devletler, dış ilişkilerini yönlendirmede yetkiyi ellerinde tutabilmiştir. Siyasal egemenliğe ilişkin koşulların yanı sıra,

Yunan Şehir Devletleri diplomasisinin gelişimine katkı sağlayan, ortak dil, din ve kültür gibi koşullar, Kuzey İtalya Şehir Devletleri için de geçerlidir.

Tarihteki ilk mukim büyükelçilik ile ilgili kesin bir bilgi bulunmamaktadır. Bazı kaynaklar, 1446 yılında Milano şehrinin Floransa nezdinde görev yapmaya başlayan ve yirmi yıl bu görevi sürdüren elçisini tarihin en önce gelen mukim büyükelçisi şeklinde değerlendirmekteyken bu konudaki bir diğer görüş ise 1455 yılında Milano Dükü Francesco Sforza'nın, Cenova'ya gönderdiği elçinin, ilk olduğu yönündedir (Nicholson, 1950). Bahsi geçen konu hakkında üzerinde uzlaşılan bir bilgi olmamasına rağmen, Rönesans diplomasisinin gelişim süreci bakımından herhangi bir tartışmalı nokta mevcut değildir. İlk mukim büyükelçinin göreve başladığının ileri sürüldüğü 15. yüzyıl ortalarından itibaren geçen sürede, Kuzey İtalya'da sürekli diplomasi ilişkileri genel bir uygulama halini almıştır. 1540'a gelindiğinde, Venedik, Floransa, Milano ve Napoli şehirleri birbirleri arasında mukim büyükelçilikler bulundurmaktayken; modern diplomasiye doğru ilerleyen bu sürece, kısa süre içerisinde İtalya'nın kuzeyinde yer alan Devletler de katılmıştır (Nicholson, 1950).

Ortaçağ'da diplomasiye egemen olan Papalık, yaşanan gelişmelerin gerisinde kalmamıştır. İlk kez 1450 yılında sürekli görev yapmak üzere mukim bir nuncius İspanya'ya gönderilmiş; bunu 1500'de Venedik'e gönderilen bir diğeri takip etmiştir. O dönemin güçlü devletlerinden Fransa'nın ve coğrafi açıdan Avrupa Kıtası'ndan farklı konumdaki İngiltere'nin, sürece dahil olması ise gecikmiştir. Söz konusu dönemde, geniş sınırlara ve askeri kaynaklara sahip olan Osmanlı Devleti'nin diplomasi ilişkilerinde mukim büyükelçi kullanması; ancak birkaç yüzyıl sonra gerçekleşebilmiştir. Rönesans ile beraber İtalya'nın kuzeyinde yer alan şehir devletleri arasında gelişmeye başlayan sürekli diplomasi uygulaması, Reform sürecinin ilk dönemlerinde kesintiye uğramıştır. Bunun nedeni, dinsel konularda Papa'nın tekelinin ortadan kalkmasının, farklı mezhepteki Hristiyan devletlerarasında uyuşmazlıkların çıkmasına ve yabancı devletlerde görev yapan mukim büyükelçilerin statülerini ihlal eden olayların yaşanmasına neden olmasıdır. Bahsi geçen gelişmelerin ardından, sürekli diplomasi uygulamasının kurumlarıyla beraber tekrar gelişmeye başladığı 16. yüzyılın ortalarında mukim büyükelçinin görevleri, bilgi edinmenin dışında, kendisini gönderen devleti temsil boyutunu da kazanmıştır (Ergüven, 2016).

Rönesans Dönemi'nde, diplomasi kurumları ile ilgili gelişmelerin en önemlileri, diplomatik ayrıcalıklar bakımından gündeme gelmiştir. Ortaçağ'da, hükümdarı temsil ettiği kabul edilen elçiler, hükümdarın mutlak statüsünden dolayı hukuki ve cezai

yargıdan bağışıklık ile vergi ve gümrük bağışıklığı gibi bazı ayrıcalıklardan faydalanmışlardır. Tüm ayrıcalıklar için geçerli “genel amaca hizmet etme” ölçütü, onların kapsamını daraltacak biçimde kullanılmış; bu nedenle hukuki temele dayanmayan söz konusu ayrıcalıklar, oldukça sınırlı şekilde uygulanmıştır. Ortaçağ boyunca elçilerin gönderildiği devletin kamu düzenini bozmaya yönelik faaliyetleri tartışmasız olarak ayrıcalıkları ortadan kaldırmaktayken; Rönesans Dönemi’nin diplomatik ayrıcalıklar bakımından getirdiği en büyük yeniliklerden biri, “genel amaca hizmet etmek” ölçütünden vazgeçilmesi olmuştur (Tuncer, 1982). Böylece, siyasi nedenlerle diplomatik ayrıcalıkların ihlal edilmemesi doğrultusunda önemli bir adım atılmıştır. Rönesans ile beraber sürekli diplomasiye geçilmesi, önceki dönemlerde geçici süre ve görevle yabancı devletlere gönderilen diplomasi temsilcilerine ait diplomatik ayrıcalıkların yetersizliğini ortaya çıkarmıştır. Sürekli olmayan diplomasi dönemindeki ayrıcalıklar, mukim büyükelçiliklerin kullanılmaya başlanmasıyla uygulanabilirliklerini yitirmiş; özellikle yargı bağışıklığı konusunda, uzun ve zorlu bir gelişim sürecine girilmiştir. Bu süreçte, öncelikle üzerinde durulması gereken husus, hukuki yargı bağışıklığıdır.

Mukim büyükelçiliklerin yaygınlaşması ile yabancı devlette sürekli biçimde görev yapan diplomasi temsilcilerinin, bilhassa üçüncü kişilerle girdikleri özel hukuk ilişkileri sonucunda medeni yargıya tabi olmaları, büyük sıkıntıları beraberinde getirmiştir. Ortaçağ’da uygulanan hukuki yargı bağışıklığının dönemin ihtiyaçlarını karşılamaması ve bu konuda uluslararası uyuşmazlıkların ortaya çıkması sonucunda, 18. yüzyıl ortalarına gelindiğinde, hukuki yargı bağışıklığı ilkesi, genel kabul görmeye başlamıştır. Cezai yargı bağışıklığının sürekli diplomasi uygulamasına geçilmesi ile beraber gösterdiği değişim, yukarıda açıklanan hukuki yargı bağışıklığına benzemektedir. Ortaçağ’da uygulanan genel amaca hizmet etme ölçütü, o dönemlerde dahi, diplomatik ayrıcalıkların siyasi nedenlerle ihlal edilmesine zemin hazırlamıştır. Mukim büyükelçilerin yabancı devletlere gönderilmelerini takiben söz konusu ölçüt birçok uyuşmazlığa neden olmuş; bahsi geçen uyuşmazlıkların ortaya çıkardığı uluslararası sorunların çözümüne ilişkin arayışlar, diplomasi temsilcilerinin 18. yüzyıl ile beraber, hukuki yargıdan olduğu gibi, cezai yargıdan da bağışık kılınmasını sağlamıştır (Anderson, 1993).

Rönesans Dönemi’nde, diplomasi kurumları ile ilgili meydana gelen gelişmelerin bir diğeri, diplomasi temsilcilerinin öncelik sırasına ilişkindir. Sürekli diplomasi uygulaması doğrultusunda mukim büyükelçilerin temsil görevi ön plana çıkmış; bu durum

resmi tören ve merasimlerde yabancı devlet büyükelçileri arasında öncelik sırası ile ilgili uyuşmazlıkların yaşanmasına neden olmuştur (Tuncer, 1982). Söz konusu uyuşmazlıkların, hakaret veya küçümseme suçlaması ile başlayıp, düellolara hatta savaflara kadar varması çözüm arayışlarını beraberinde getirmiş; bu hususta mukim büyükelçiler arasında öncelik sırasını belirleyen düzenlemeler yapılması yoluna başvurulmuştur. Papa II. Julius tarafından ilk kez 1504 yılında hazırlanan listeye göre öncelik sırası, Kutsal Roma-Germen İmparatoru Büyükelçisi, Fransa Kralı Büyükelçisi, İspanya Kralı Büyükelçisi ve diğer Büyükelçiler şeklinde meydana gelmiştir. Rönesans Dönemi'yle beraber, Papalık'ın, diğer alanlarda olduğu gibi, diplomaside de etkisini kaybetmesi söz konusu listenin uygulamadan kalkmasına sebebiyet vermiştir (İskit, 2007). Bu konudaki en önemli düzenleme ise 1815 yılında toplanan ve modern diplomasi döneminin başlangıcı niteliği taşıyan Viyana Kongresi'nde büyükelçilerin sınıflarının belirlenerek öncelik sorununun sona erdirilmesi olmuştur (Ergüven, 2016).. Rönesans Dönemi'nde, konsolosluk kurumu ile ilgili gelişmeleri de görmek mümkündür. Haçlı Seferleri ve Batı Roma İmparatorluğu'nun yıkılması ile yaygınlaşmaya başlayan konsolosluk, 13. ve 14. yüzyıllarda ticaretin artış göstermesi doğrultusunda ortaya çıkan uyuşmazlıklarda yetkili konuma gelmiştir. Rönesans ile beraber, sürekli diplomasiye geçilmesi sonucunda, konsolosun sadece tüccarların değil, kendisini görevlendiren devletin de temsilcisi olduğu kabul edilmeye başlanmıştır (Seviğ,1962). Bu şekilde konsolos, sürekli diplomasi uygulaması bünyesinde bulunan kurumlar arasında yer almış ve devletin resmi temsilcisi niteliğini kazanmıştır.

Rönesans Dönemi, diplomasiinin gelişim sürecinin modern diplomasiye doğru ilerlemesinde temel kurumların ortaya çıkması bakımından etkisini göstermiş; ancak gizlilik prensibinin kabulü nedeniyle diplomasi teorisi açısından aynı katkıyı sağlayamamıştır (Anderson, 1993). Bunun sebebi, dış ilişkilerin aleni bir şekilde yürütülmesinin üçüncü devlet nezdinde elde edilmesi planlanan menfaatleri engellemesi ve kamuoyunda olumsuz bir tavrın gündeme gelmesi ihtimallerinin varlığı şeklinde ileri sürülmüştür.

#### **1.2.6. Osmanlı Öncesi İslam Devletleri Diplomasi Anlayışı**

İslam devletine gelindiğinde ise Hz. Muhammed (S.A.V.) döneminde komşu devletlere zaman zaman özel temsilciler gönderilmiş, bu temsilcilerin görevi ise devletlerarası ilişkileri geliştirmek değil, doğan ya da doğabilecek bazı sorunları çözmek olmuştur.

Hız. Muhammed döneminden beri İslam ülkeleri Dar-ül İslam, diğere devletler ise Dar-ül Harp olarak adlandırılmaktadır. Hız. Muhammed'in (S.A.V.) özellikle Dar-ül Harp ülkelerine Dar-ül İslam'a dâhil olmaları adına elçiler aracılığıyla teklifler gönderdiği bilinmektedir (Versan, 1995:92-93). Hız. Muhammed'in (S.A.V.), Dar-ül İslam'a dâhil olmaları adına Bizans'a, Mısır, İran ve Habeşistan'a elçiler gönderdiği bilgilerle mevcut olup hem Müslümanlığın yayılmasında hem de İslamiyet'i kabul eden devletlerarasında yakınlaşmanın doğmasında bu gibi diplomatik faaliyetlerin önemli olduğu açık bir gerçektir. Bu ilk faaliyetler neticesinde siyasi, iktisadi ve kültürel ilişkilerin gelişimi için Müslüman devletler birbirlerine elçiler göndermeye başlamışlar; Fatımiler, Memlukler, Beni Hafs'lar hem birbirlerine hem de Uzak Doğu ve Orta Asya'daki Müslüman Türk devletlerine temsilciler yollamışlardır (Versan, 1995:93).

Asya'da kurulan ilk Türk devletleri olan Hun, Göktürk Kırgız, Uygur ve Türgiş Devletleri birbirleriyle ve coğrafyasında bulunan yakın devletler olan Çin, Sâsânîler ve Bizans ile sürekli iletişim ve etkileşimde bulunup siyasi, ticari ve evlilik gibi sebeplerle karşılıklı elçiler göndererek diplomatik faaliyetler gerçekleştirdi (Kafesoğlu, 2000). Ayrıca, Avarlar, Peçenekler, Bulgarlar, Hazarlar, Sasaniler, Abbasiler ve Bizans devletleri arasında da diplomatik iletişim karşılıklı gönderilen elçiler vasıtasıyla sağlandı. Bu diplomatik faaliyetlerde, karşılıklı olarak gönderilen elçilerin üst düzey rütbeye sahip kimseler olduğu gözlemlenmektedir. İslam öncesi Türk devletlerinin kurduğu diplomatik ilişkilerde, iletişim kurduğu ülkenin dilinde tercüman kullandıkları da gözlemlenmektedir. Hediyeleşmenin de olduğu bu ilişkilerde, ilgili devletin yetkilisine, konumuna uygun hediyeler verilirdi. Diplomatik görüşme sonucunda ortaya çıkan sonuçlar, kurultay adlı meclislerde tartışılır, ardından görüşmenin gerçekleştiği taraf devletle anlaşma yapılırdı (Yılmaz,2010). İslam öncesi Türk devletlerinde, devletin başı olan Hakan kadar, Hakan'ın eşi olan Hatun da söz sahibi olmaktadır (Kafesoğlu, 2000).

Arabistan'da İslamiyet'in ortaya çıktığı ve yayıldığı dönemde mektuplar ve elçiler aracılığıyla girişimlerde bulunularak Mekke Kureyşlileri, İran, Bizans, Sâsânî, Habeşli, Himyerî ve Yahudi kabileleriyle diplomatik görüşmeler gerçekleştirilirdi. Hulefâ-yı Râşidîn, Emevî ve Abbâsiler döneminde de İslamiyet'in yayılması amacıyla komşu devletler ve yoğun olarak Bizans İmparatorluğu ile görüşmeler gerçekleştirildi. İslamiyet öncesinde diplomatik girişimler, ticarî imtiyazlar elde etmek amacıyla gerçekleştirilirken İslamiyet sonrasında Mekke'de ve Medine'de ticaretin desteklenmesinin yanı sıra İslamiyet'in yayılması da amaçlandı (Versan, 1995). İslâmiyet'in doğuşu ile birlikte başlatılan diplomatik

girişimlerde, görüşmeleri gerçekleştirecek olan elçilerde aranan vasıflar ve gösterilen muamele daima aynı olup buna özellikle dikkat edilmekteydi. Diplomatik görüşmeyi gerçekleştiren kişiler, Müslüman ve Gayrimüslim olabiliyor, elçi seçimi dönemin şartlarına göre değişiklik gösterebiliyordu. İslamiyet döneminde Hz. Muhammed (S.A.V.) tarafından gerçekleştirilen diplomatik görüşmeler, genellikle Resûlullah'ın (S.A.V.) mührüyle mühürlenip yazılı belge vasıtasıyla yapılmaktaydı (İpşirli ve Balcı, 2003). Ayrıca gönderilen mektupların içeriğinin anlaşılması ve taraflar arasındaki güvensizlik olması nedeniyle görüşmenin gerçekleştirildiği devletin dili öğrenilmekteydi. Gönderilen mektuplar, devletlere göre değişiklikler gösterip Hıristiyan devletlere gönderilen mektuplar parşömen, Müslüman devletlere gönderilen mektuplar ise deri parçalar üzerine yazılmaktaydı. Elçilerin kabulü ve hediyelerin sunulmasıyla başlayan görüşme sonucunda yapılan anlaşma, her iki tarafın yetkililerince imzalanarak görüşme sonlandırılırdı (İpşirli ve Balcı, 2003).

Türk İslam devletlerinin ilk kurulanlarından olan Karahanlı Devleti, Gazneli Devleti ve Samanî Devleti'nin ilk devirlerinde egemenlik ve güç mücadelesi vardı. İslam diniyle bu dönemde tanışan Karahanlı Devleti ile diğer devletlerarasında diplomatik görüşmeler gerçekleştirildi. Diplomatik ilişkiler sürecinde, gelen elçiyi karşılama ve görüşmenin organize edilmesi ile ilgili işleri gerçekleştiren görevliye Karahanlılar'da, Uluğ Hacıp denilirken Gazneliler'de ise aynı görevi yapan kişilere Resûldar denilmekteydi (Genç, 2011). Selçuklu Devleti'nin beyleri, devletin ortaya çıkış döneminde Samanîler, Karahanlılar ve Gazneliler ile ilişkiler kurdu. Daha sonrasında güçlenen ve büyümeye başlayan Selçuklu Devleti Bizans İmparatorluğu, Abbasiler, Fatımiler, Gürcüler, Ermeniler, Abbasi Halifeliği ve coğrafyasında mevcut olan diğer devletlerle de iletişim kurdular. (Köymen,1991) Selçuklu'da önem atfedilen ve Sultan'ın yakınında bulunan din adamları tercümanlık ve katiplik görevlerinin yanı sıra elçilik vazifesi de yapıyorlardı. Selçuklu sultanlarının hizmetinde yer alan ve oldukça büyük öneme sahip olan din adamları, sahip oldukları vasıflar nedeniyle tercümanlık, kâtiplik ve en önemlisi elçilik görevinde kullanılmaktaydı. Selçuklu Devleti'nin diplomatik ilişkiler kurmasındaki temel amaç, ilgili devletlerle dostluk ilişkileri geliştirmek, çeşitli sorunları gidermek ve devletin gelişimine katkıda bulunacak yenilikler ile ilgili bilgiler edinmektir.

Selçuklu sınırlarına yaklaşan temsilcileri karşılayıp geliş amacı ve vazifesi hakkında edindiği bilgileri devletin yönetimine bildiren kimseye "Gumâşteğân" adı verilirdi. (Aktaş, 2015). Gumâşteğân'ların bu bilgiyi vermelerinin ardından alınan onayla birlikte, ziyaretçi olan elçi şehre ulaştırılmakta ve diplomatik protokol kuralları uygulanarak görüşmeler

gerçekleştirmektedir. Bu görüşmelerde gelen elçiyi karşılayıp görüşmelerin gerçekleşmesini sağlayan görevlilere, Gaznelilerde olduğu gibi Resûldar adı verilir. Gelen elçiler, devletin ilgili yetkilisi, vezir ve Sultanla doğrudan görüşebilmektedir. Büyük Selçuklu Devleti'nin ardından devam eden Türkiye Selçuklu Devleti'nde de diplomatik teamüller Büyük Selçuklu'daki kurallara riayet edilerek sürdürülmüştür (Aktaş, 2015).

### **1.2.7. Osmanlı Diplomasi Anlayışı**

Osmanlı'da kuruluştan bu yana diplomatik ilişkilerin olduğunu kabul etmeliyiz. Osman Bey ve Orhan Bey dönemlerinden itibaren uzak ve komşu devletlerle ve Bizans'la iletişimin olduğu gözlemlenmektedir.

Bizans'la kurulan bağlantılar Bizans şehirlerinin yöneticisi ile olmaktadır. Orhan Bey döneminde, Bizans'la ilişkiler artmıştır. Orhan Gazi bazen hükümdar ve hanedan çekişmelerinde taraf tutarak Bizans'a müdahale etmiştir (Girgin,1994). Bu dönemde İmparator Kantakuzinos, Galata tarafını elinde tutan Cenevizlilere karşı 1351 senesinde Venediklilerle anlaşma imzalamıştır. Bu tutumlar sonucunda hem Cenevizliler hem de Venedikliler Orhan Gazi'den ayrı ayrı yardım talep ederek antlaşmaya varmışlardır. Bu antlaşma Osmanlı'nın Avrupalı bir devletle yaptığı ilk antlaşmadır (Girgin,1994).

Osmanlı'nın her geçen dönem yeni gelişimler göstermesiyle beraber dış ilişkilerinin de daha faal bir durum aldığı gözlemlenmiştir. Bu gelişimler genelde, Osmanlı Devleti'nin girdiği savaşların sonucunda elde ettiği başarılar neticesinde gerçekleşmiştir. Osmanlı Devleti, savaştan önce ve sonra diplomasi kurumlarını kullanmıştır. Şehir kuşatmalarında ya da bir bölgeyi kazandıklarında oranın yöneticilerine önceden temsilci gönderip yönettiği yerin teslimini talep etmiştir. Kan dökmeden sadece diplomatik yollarla bu süreci çözmeye çalışmışlardır. Diğer taraftan, başka devletler ve yöneticileri ile ilgili bilgileri o devletlere gönderdikleri elçi veya temsilciler yoluyla öğrenmeye çalışmışlardır. Bu elçiler Osmanlı'ya yazı yazarak bilgi aktarımı sağlamıştır. Bu duruma karşılık Sultan'ın temsilcilere bir yazı ile karşılık vermesi dönemin diplomatik örneklerinden biridir. Taha yeni oturan hükümdarların ve ülke içinde yaşanan önemli olayların bazı ülkelerce bilinmesi elçiler kullanılırdı. Bununla beraber; barış yapılması, dostluk teklifinde bulunulması, savaş ilan edilmesi, başka ülkelerin yöneticilerinin tebrik edilmesi, hediye gönderilmesi, önemli durumların iletilmesi, dış devletlerin kutlamalarına katılım gösterilmesi veya diğer devlet temsilcilerinin davet edilmesi ve daha başka sebeplerde geçici olarak diğer devletlere temsilciler gönderilmekteydi. Bunlara benzeyen hedeflerle, yabancı ülkelere de temsilciler Osmanlı

Devleti'ne gelmekteydi (Akçay ve Kodaman, 2010). Bu sürekli olmayan temsilcilik makamı, İtalyan şehir devletlerinin daimi temsilcilik kurumuna geçişinin arkasından Avrupa'da da kurumsallaşmaya başlamıştır. Ancak Osmanlı, daimi temsilcilik sistemini baştan beri kabullenmemiş ve İstanbul'da pek çok devletin daimi temsilciliği bulunmasına rağmen herhangi bir ülkede daimi elçilik açmamıştır. Osmanlı Devleti bu kararını Fransız İhtilalinden sonra değiştirerek sürekli temsilciler göndermeye başlamıştır (Akçay ve Kodaman, 2010).

Osmanlı'nın 1789 ihtilalinden sonrasına kadar Fransa ile ilişkilerini askıya alması, orada temsilci bulundurmaması bazı nedenlere dayanmaktadır. Bunlardan bir kaçına değinecek olursak, ilk olarak Osmanlı Devleti, Avrupa ülkelerini ikili ilişkiler kurulacak ülkeler değil, önemli bir coğrafyası ve dini farklılıkları olan fethedilecek ülkeler olarak görmekteydi. Bu düşünce ve anlayış yapısı hakkında dönemin koşulları daha detaylı incelenebilir. Bir diğer etken ise Osmanlı'nın güçlü askeri konumunun ülkeyi yönetenlerin de düşünce yapısına yansımaları olarak görülür. I. Süleyman'ın, dönemin Fransa Kralına yazdığı mektuplarda kullandığı; "Sen ki Fransa Kralısın," ifadesi, kendisini Fransa Kralından üstün ve yüksek gördüğünün ispatıdır. Bütün bunlarla beraber, bazı diplomatik sorunların ve konuların İstanbul'daki diğer devlet temsilcilikleriyle görüşülmesi nedeniyle Avrupa Devletleri'yle önemli diplomatik ilişkiler kurulmamıştır (Girgin, 1994). Ek olarak, Osmanlı Devleti'nin diğer ülkelerde elçi bulundurmamasının başka bir nedeni de, Balkanlarda elinde tuttuğu küçük ülkeler aracılığıyla istihbarat bilgileri edinmesidir.

Karlofça Antlaşmasına kadar Osmanlı Devleti'nin bu anlayışı devam etmiştir. (Sander, 2010) Bu anlayışın sürdürülmesinde iç etkenlerin de önemli bir yeri vardır. Örneğin, ticarete önemli bir ağırlığa sahip olan Ahilerin de devlet lehine, ticaret yaptıkları ülkelerden bilgi getirmesidir (Girgin, 1994).

Fransız Devrimiyle beraber bütün dünyada gerçekleşen başkalaşım, Osmanlı'da da etkisini göstermiştir. Osmanlı Devleti, iç ve dış olayların etkisiyle beraber duraklama sürecine girmiştir. (Sander, 2006). Duraklama sürecinde diğer devletlerde olan siyasal olayların takip edilmesi gerekli görülmüştür. Bütün bu durumlarla birlikte, diğer devletlerle daha iyi ilişkiler kurmak çok önemli olmuştur ve daimi temsilcilik modeline geçilmiştir. Ancak bu tutumun başlamasından önce, III. Selim, Ebubekir Ratib Efendiyi, elçilik türünde olmasa dahi temsilci olarak Viyana'ya göndermiştir. Osmanlı Devleti'nin duraklama döneminde, bazı mağlubiyetlerin arkasından imza atılan barış antlaşmalarında, yenen devletler zaman zaman devletlerinde daimi Osmanlı elçiliği açılmasını da şart koşmuşlardır.

Bununla birlikte Osmanlı'yı diplomatik konularda cevap vermek zorunda bırakmışlardır (Girgin,1994).

Bütün bu nedenlerle beraber, Osmanlı'nın ilk daimi elçisi olan Yusuf Agâh Efendi, büyükelçi sıfatı da verilerek, o esnada dünyanın önemli diplomasi merkezi olan İngiltere'ye gönderilmiştir. Yabancı ülke temsilcileri Osmanlı Devletine geldiklerinde mutlaka güzel hediyeler getirirlerdi. Bu sebepten dolayı Yusuf Agâh Efendinin de diğer devletlere yapacağı ziyaretlerde kıymetli hediyeler götürmesi söylenmiştir (Sander, 2006). 29 Ocak 1795 yılında Sultan'ın güvenini bildiren bildiriyle beraber hediyelerini de vererek İngiltere'de görevine başlayan Yusuf Agâh Efendi'nin buradaki vazifesi üç buçuk yıl kadar sürmüştür. İngiltere'nin, Osmanlıyla olan iletişimini İstanbul'daki kendi temsilcileriyle yapmayı tercih ettikleri düşünülmektedir. Bu sebepten hareketle Yusuf Agâh Efendi'nin bu sorumluluğu istenilen başarıyla neticelendiremediği görülmüştür (Erdem, 2008).

Yusuf Agâh Efendi'nin ardından, 13 Temmuz 1797'de Moralı Seyyid Ali Efendi Paris'e daimi elçi olarak tayin olmuştur. Diğer taraftan, 1763'ün başlarında Berlin'e Ahmet Resmi Efendi, Viyana'ya ise İbrahim Afif Efendi sürekli temsilci olarak görevlendirilir. Hizmet süresi üç yıl olan İbrahim Afif Efendi istenilen yetkinliği veremedi, bir yıl içinde hayatını kaybeder. En ehemmiyetli sorumluluk ise Mısır'a girmiş olan Fransa'ya karşılık olarak Osmanlı-Rus yakınlaşmasına Avusturya'yı dâhil etme girişimi olmuştur. Ancak Fransa'yla araları iyi olan Avusturya, bu yakınlaşmayı kabul etmemiştir. Görev süresi bittikten sonra Avusturya'da bulunan Osmanlı temsilcisi İstanbul'a dönmüştür (Erdem, 2008). Nihayetinde, III. Selim'in, ilkin olarak denenen diğer devletlere göre 3 yıllık sürelerle gönderdiği temsilcilerden istediği sonucu almadığı anlaşılmıştır. Daha sonra bir kısmını merkeze çağırın sultan, Fenerli Rum seçkinlerinin nu merkezlere gitmesinin kararını almıştır. Ancak bu seçkinlerin önce misafir olarak gitmeleri sonra sefirlik verilmesi kararlaştırılmıştır (Girgin,1994).

Tüm bu olaylardan sonra, İsmail Ferruh Efendi, ikinci Osmanlı temsilcisi statüsünde Londra'ya gönderilmiştir. 1800 senesinde görevi bittiğinde İsmail Ferruh Efendi yerine çevirmeni olan Yorgo Argiropulos maslahatgüzar olarak atanmıştır. O da beş sene bu görevini ifa edip yerini Sıtkı Efendiye bırakmıştır. Takiben 1811 senesinde Ramadani Efendi, 1832 senesinde Mavroyeni Bey bu görevleri üstlenmiştir. 1834 senesinde ise iki geçici görevli paşanın arkasından aynı sene Mustafa Reşid Paşa büyükelçi olmuştur. Bu durumda en önemli şehirlerden olan Londra'da otuz dört yıl maslahatgüzarlık yapılmıştır (Girgin,1994).

Berlin’de ise 1800 ile 1804 yıllarında Mehmet Esat Efendi maslahatgüzar statüsünde bulunmuştur. Onun ardından 1804’te Yanko Agriopulo Efendi, 1806 yılından sonra Yagi Agriopulo Efendi elçilik makamına ulaşmıştır. Sonunda 1838 yılında Berlin’de ilk Türk elçi olan Kamil Paşa göreve başlamıştır. Kamil Paşa’nın ardından durum bazen farklılık göstermiş olsa bile, 1839 yılından sonra Osmanlı Devleti, maslahatgüzarlık ve elçilik şeklinde farklı statülerde temsil edilmiştir. 1876 yılından sonra bu durum değişerek, tekrar büyükelçilik statüsü ile temsiliyet başlamıştır (Ergüven, 2016).

Neticesinde ise bir müddet temsiliyet kademesi düşürülmüş olarak vazifede bulunan bu misyonlar 1821 senesine kadar maslahatgüzarlık kademesinde görevlerini icra etmişlerdir. Ancak 1821 yılında Mora yarımadasında Rum isyanı başlayınca, Osmanlı’nın tayin ettiği Rum asıllı maslahatgüzarların yanlış bilgi ve haberlerle devlet aleyhinde çalıştıkları gözlemlenmiştir. II. Mahmut bu duruma bağlı olarak, tüm maslahatgüzarları görevlerinden almıştır. Böylelikle, o dönemde temsilcilik makamlarımız görevlerine bir müddet ara vermiştir (İskit, 2007).

II. Mahmut devrinde revize edilen Reisülküttaplık makamı, Babıali’nin kurulmasıyla beraber, yabancı devletlere olan resmi yazışma, kayıt ve anlaşmaların kayıt altına alındığı, Dışişleri Bakanlığı hüviyeti de taşıyan bir makam olmuştur. Yenilenme ve reform faaliyetlerinde bulunan II. Mahmut, hariciye kurumunda önemli revizyonlarda bulunmuştur. 1835 senesinde Reisülküttaplık kurumunu, Hariciye Nezareti derecesine yükseltmiş, bununla birlikte Avrupa’daki elçiliklerin yeniden faal duruma geçmesini sağlamıştır. Bu gelişmelerden sonra, Osmanlı Devleti’nin hariciye teşkilatı akamete uğramadan, devletin karşılaştığı en zor dönemlerde dahi görevini sürdürmüştür (Karal,1988).

### **1.3. MODERN DİPLOMASİ**

Rönesans’la birlikte aktif olarak kullanılan diplomasinin en önemli kafa karıştırıcı sorusu, diplomatik temsilcilerin öncelik sırasının nasıl olacağı olmuştur. Papalık kurumunun bu konuyla ilgili olarak o dönemde yaptığı düzenleme, Papalık’ın Rönesans nedeniyle güç kaybetmesi sonucu uygulanmamıştır (İskit, 2007). Batılı devletlerarasındaki süreklilik arz eden güç mücadeleleri ve savaşların sonrasında düzenlenen toplantılar ve konferanslarda, devlet temsilcilerinin diplomatik sıralamalarının nasıl yapılacağı sorusu anlaşmazlıklara neden olmuştur. Bununla birlikte, dış devletlerde görevini ifa eden mukim büyükelçilerin de, ilgili devletteki resmi törenlerde, protokollerde sırasının ne olacağı sorusu da kafa karışıklığına sebebiyet vermiştir.

Avrupa'nın yeniden inşası sürecinde düzenlenen Viyana Kongresi'nde, gündem maddelerinin başında da bu konu gelmiştir. İlk olarak, devletleri belirli bir sıraya koyma fikri üzerinde durulmuş, ancak bunun mümkün olmayacağı, uygulamada sorunlar çıkabileceği anlaşıldığında, diplomatik misyon temsilcilerinin bir sıraya konulması gündeme gelmiştir. Buna göre, Viyana Antlaşması ek maddelerinden birisi olan Viyana Tüzüğü, 19 Mart 1815'te, ilgili devletler olan Avusturya, Prusya, Rusya, İngiltere, Fransa, İspanya, İsveç ve Portekiz tarafından imza altına alınarak onaylanmıştır (Alsan, 1948). Diplomasi temsilcileri 1815 Viyana Tüzüğü'ne göre, üç sınıfa bölünmüştür;

(i) *Büyükelçiler, legalar ve nonslar*

(ii) *Hükümdarların nezdinde gönderilen orta elçiler ve diğer temsilciler*

(iii) *Dışişleri bakanı nezdinde gönderilen maslahatgüzarlar*

1815 Viyana Tüzüğü'nün düzenlenmesinden üç yıl sonra, 21 Kasım 1818'de,

Avusturya, İngiltere, Fransa, Prusya ve Rusya devletleri tarafından, maslahatgüzar ve orta elçi'nin yanına mukim elçi'yi de dâhil eden düzenleme olan, Aix-la-Chapelle Protokolü imza altına alınmıştır. Böylelikle diplomasi temsilcisi sınıfları;

(i) *Büyükelçiler, legalar ve nonslar*

(ii) *Hükümdarların nezdinde gönderilen orta elçiler ve diğer temsilciler*

(iii) *Mukim elçiler*

(iv) *Dışişleri bakanı nezdinde gönderilen maslahatgüzarlar, şeklini almıştır (Alsan, 1948).*

1815 Viyana Tüzüğü ve 1818 Aix-la-Chapelle Protokolü, diplomatik ilişkilere dair ilk geniş ölçekli düzenleme çalışmaları oldukları önem arz etmekte ve modern diplomasi'nin başlangıç serüveninde önemli bir yer tutmaktadır (Alsan, 1948). 1. Dünya Savaşı'ndan sonra, ABD Başkanı Woodrow Wilson, 8 Ocak 1918'de, asırlar boyunca diplomasi'de hakim olan gizlilik prensibine karşı, açıklık ilkesini içeren ilkeleri on dört madde olarak açıklamıştır. Açıklık ilkesi, ilk başlarda hemen kabullenilmezken, ilave düzenlemeler yapılarak ve bazı devletlerin de katkılarıyla günümüzde etkin bir hale gelmiştir (Menemencioğlu, 1944). Modern diplomasi'nin gelişim serüveninde önem arz eden bir diğer düzenleme ise 1928 senesinde toplanan Altıncı Pan Amerikan Konferansında olmuştur. Diplomati misyon temsilcilerinin ayrıcalıkları, görevleri ve yetkilerinin sınırlarıyla ilgili konuların, ortaya çıkan gelişmelerle birlikte, uluslararası örf ve adet hukuku

kuralı niteliğinde olduğu genel kabul görmüştür. Bahsedilen hususlarla ilgili en çok sorun ise Latin Amerika Ülkeleri olarak tabir edilen ülkeler arasında çıkmıştır. Latin Amerika bölgesindeki devletlerin yönetim yapısında, sık sık siyasi rejim değişikliği olması, diplomatik ayrıcalıklar konusunda uyuşmazlıkların doğmasına sebebiyet vermiştir. Söz konusu kıtada sıklıkla siyasi rejim değişikliklerinin yaşandığı birçok devletin bulunması, özellikle diplomatik ayrıcalıklar doğrultusundaki uyuşmazlıklara sebebiyet vermiştir.

Bu gelişmeler ışığında, diplomasi temsilcileri ile ilgili bir düzenleme gerekli hale gelmiş ve Altıncı Pan – Amerikan Konferansı'nın 20 Şubat 1928 tarihli kararıyla Havana Sözleşmesi kabul edilmiştir (Alsan, 1950). Bu sözleşme, içeriği bakımından genel bir düzenleme özelliği göstermiş, yalnızca Latin Amerika bölgesi ülkeleri için değil, aynı zamanda tüm ülkeler için yol gösterici olmuştur. Yine aynı Konferans'ta kabul gören Havana Konsolosluk Mukavelesi, uluslararası örf ve adet hukuku kuralı vasfı bulunmayan ve tarihi süreçte anlaşmalarla düzenlenen konsolosluk hukuku ile ilgili önemli bir düzenleme olmuştur (Alsan, 1950).

Bahsedilen sürecin ardından, diplomatik ilişkilerle ilgili olarak evrensel bir düzenleme gerekliliği ortaya çıkmıştır. Uluslararası Hukuk Komisyonu'nun 1949 yılında gerçekleştirilen ilk toplantısında bu konu gündeme gelmiş, diplomasi ilişkileri ile ilgili düzenleme yapılması maddesi, on dört başlıktan oluşan geçici listeye girmiştir. BM Genel Kurulu'nun 5 Aralık 1952 tarih ve 658 sayılı Kararı ile diplomasi ilişkileri ile ilgili yapılacak düzenlemelerin vakit kaybetmeden incelenmesi gerektiği kararlaştırılmıştır (Çelik, 1980). Uluslararası Hukuk Komisyonu'nun çalışmalarının ardından ortaya çıkan tasarının, Genel Kurul'un 07.12.1959 tarih ve 1450 sayılı Kararı'yla, uluslararası bir konferansta görüşülmesi kararına varılmıştır. Viyana'da, 2 Mart -14 Nisan 1961 tarihleri arasında gerçekleştirilen Diplomatik İlişki ve Muafıklar Hakkında BM Konferansı sonucunda, Uluslararası Hukuk Komisyonu'nun tasarısı üzerinde bazı revizyonlara gidilerek, Diplomatik İlişkiler Hakkında Viyana Sözleşmesi imza altına alınmıştır (Çelik, 1980). Sözleşme, yirmi ikinci onaylama ve katılma belgesinin BM Genel Sekreteri'ne sunulduğu tarihten otuz gün sonra, yani 24 Nisan 1964 tarihinde yürürlüğe girmiştir. 1961 Viyana Sözleşmesi, Türkiye Cumhuriyeti Devleti tarafından 1984 yılında onaylanmış, 05.04.1985 tarihinde ise yürürlüğe konulmuştur (Çelik, 1980).

Günümüz dünyasında, iletişim teknolojilerindeki gelişim diplomasi faaliyetlerinin de gelişimine katkıda bulunmaktadır. Geçmiş dönemlerde iletişim imkânlarının sınırlı olmasından ötürü, gönderilen diplomatik temsilciler ilişkilerde kendi takdir haklarını

kullanmaktayken, günümüzdeki anlık iletişimler bu durumu ortadan kaldırmış ve diplomasinin sağlam ayaklar üzerinde gerçekleşmesini sağlamıştır. Böylelikle, diplomatik temsil görevinde bulunan temsilcilerin görev yapmaları, eskisine nazaran kolaylaşmıştır. İletişim ve ulaşımın hızlı gelişimi, uluslararası ilişkilerin boyutlarını da genişletmiştir. Eskiden siyasi ve iktisadi alanlarda ilişkiler kurulurken, günümüz dünyasında bu kapsama kültür, sanat, spor, sağlık, eğitim gibi alanlar da dâhil olmuştur. Bu gelişmelerle birlikte diplomasinin kapsama alanı genişlemiş, birçok diplomasi aktörü ortaya çıkmıştır. Aktör sayısının artması, diplomatik aktörlerin diplomatik temsili yerine getirmeleri sırasında bazı sorunları ortaya çıkıştır. Diplomatik ayrıcalıkların ihlal edilmesi gibi sorunlar uluslararası ilişkilerde uyuşmazlıkların da doğmasına neden olmuştur. Türkiye Cumhuriyeti Devleti ise Türkiye Büyük Millet Meclisi (TBMM) tarafından 2 Mayıs 1920 tarihinde kabul edilen 3 sayılı Kanun ile Hariciye Vekâleti'nin kurulmasıyla birlikte, modern diplomasi uygulamalarını kullanmaya başlamıştır (Girgin, 1992).

#### **1.4. TÜRKİYE CUMHURİYETİ DEVLETİ DIŞİŞLERİ BAKANLIĞI VE DİPLOMASİ**

2 Mayıs 1920 tarihinde TBMM tarafından kabul edilen 3 sayılı kanun ile Hariciye Vekâletinin kurulması, Türkiye Cumhuriyeti Devleti'nin modern diplomasi uygulamalarını kullanmaya başlamasını sağlamıştır. 1984 yılında onaylanan 1961 Viyana Sözleşmesini 05.04.1985 tarihinde yürürlüğe girmiştir. 1963 Viyana Sözleşmesi ise 20.05.1975 tarihinde onaylanarak 27.09.1975 tarihinde yürürlüğe konulmuştur (Soysal, 1999). Alınan bu kararlarla birlikte Türkiye, modern diplomasinin düzenleme çalışmalarına da katılarak katkıda bulunmaya başlamıştır. TBMM'nin ilk temsilcilikleri Bakü'de, Roma'da, Tiflis'de ve Moskova'da açılmış, 1920 senesinin ardından (Uluslararası Eşitlik Politikaları Dergisi, s.50) ise yabancı devletler Ankara'da diplomatik temsilciliklerini açmaya başlamıştır. İlk diplomatik temsilcilik SSCB tarafından açılmıştır. 1921'de Gürcistan, Azerbaycan ve Afganistan, 1923 yılında ise Bulgaristan temsilcileri Ankara'ya gelmişlerdir (Girgin, 1992). Avrupa devletlerinden ise yalnızca Fransa Devleti Kurtuluş Savaşı boyunca Ankara'da askeri temsilcilikle diplomatik faaliyetlerini sürdüren devlet olmuştur. Fransa dışındaki Avrupa Devletleri, diplomatik temsilcilikleri uzun bir dönem İstanbul'da tutmuş, sonrasında ise Ankara'ya taşımışlardır (Daban, 2016:38).

Türkiye Cumhuriyeti Devleti yeni kurulan bir devlet olarak, diplomasi uygulamalarında Osmanlı Devleti'nin koyduğu kuralları benimsemiştir. Köklü bir diplomatik geleneği olan Osmanlı Devleti'nin geçmişten gelen güçlü birikimine sahip

çıkılmıştır. Bu birikim sayesinde Türkiye Cumhuriyeti Diplomasisi, sağlam sacayaklarının üzerinde durmuştur (Daban, 2016:37). Türkiye Cumhuriyeti, dış politika felsefesi olarak kurulduğu günden bu güne değin Mustafa Kemal Atatürk'ün "Yurtta Sulh, Cihanda Sulh" fikrini benimsemiş ve uygulamalarına yansıtmıştır. Diplomatik çabalar yürütülürken barışa büyük önem atfedilmiştir. 2. Dünya Savaşı'na katılmayarak bu felsefi yaklaşımı dış politikasına yansıtan Türkiye, aynı zamanda dünyanın farklı bölgelerinde çok sayıda büyükelçilik ve temsilcilik açarak uluslararası barış ilişkileri geliştirmiştir. 1923 ile 1924 yıllarında dış temsilcilik sayısı 12 ülkede büyükelçilik, elçilik ve maslahatgüzarlık, 18 konsolosluk ile toplamda 30'u bulmuştur. 1930 yılında ise bu rakam oldukça artmış, dış temsilcilerin sayısı 27, başkonsolosluk ve konsolosluk sayıları ise 48'e kadar yükselmiştir. 1960 yılında 52 büyükelçilik, 5 elçilik, 3 daimi temsilcilik, 27 başkonsolosluk ve 2 konsolosluk açılmıştır (Daban, 2016:38-39). Süreç içerisinde dış temsilcilikler ile temsilcilerimiz büyük sorunlar da yaşamıştır. Ermeni terör örgütü ASALA'nın Türkiye Cumhuriyeti Devleti ve Türk vatandaşlarına yönelik terör eylemleri düzenlemeye başlaması ile birlikte, 1970 ve 1980'li yıllar arasında dış temsilciliklerimiz ve temsilcilerimize çok sayıda terör saldırısı düzenlenmiş, 1975'te Viyana Büyükelçisi Danış Tunalıgil şehit edilmiştir. ASALA'nın bu terör saldırıları nedeniyle 5 büyükelçi ve toplamda 39 diplomat saldırıya uğrayarak şehit edilmiştir (Daban, 2016:40).

Günümüzde, yüz kırk dört Büyükelçiliği, on üç Daimi Temsilciliği, doksan dört Başkonsolosluğu, bir Konsolosluk Ajanlığı ve bir adet Ticaret Ofisi ile toplamda iki yüz elli üç misyonla uluslararası arenada temsil edilen Dışişleri Bakanlığı (Dış İşleri Bakanlığı, 2022), bu temsil kabiliyetiyle dünyada önemli bir alan kaplamaktadır.

## **2. KAMU DİPLOMASİSİ**

### **2.1. KAMU DİPLOMASİSİ KAVRAMI**

Dijital Diplomasi kavramını anlamak için öncelikle Kamu Diplomasisi yaklaşımını enine boyuna incelememiz gerekmektedir. Zira Dijital Diplomasi bir bakıma Kamu Diplomasisi'nin gelişim sürecinde teknoloji, haberleşme ve sanayi ilerlemesinin sonucunda toplumsal davranış ve beklentilerin de değişip gelişmesine doğru orantılı olarak Kamu Diplomasisi'nin bir sonraki adımı olduğunu söylemek gerekir (Adesina, 2017). ,

ABD'nin Massachusetts Eyaletinde bulunan Tufts Üniversitesi bünyesindeki Fletcher Hukuk ve Diplomasi Okulu'nun dekanlığını yapmış olan ABD'li diplomat Edmund Asbury Gullion tarafından 1965 yılında bilimsel bir terim olarak literatüre kazandırılan

Kamu Diplomasisi terimi, “lkelerin başka ülke halkları ve kamuoyları üzerinde olumlu etki oluşturmak, yabancı toplumların sempatisini kazanmak ve kendi ülkesine taraftar toplamak” maksadını taşımaktadır (Güner, 2021).

20. Yüzyıl ortalarında dillendirilen bu terim, işlevselliğini daha çok sonraki yüzyılda göstermeye başlamıştır. Amerika Birleşik Devletleri ve Sovyetler Birliği arasındaki g mücadelesi ve bu ülkelere eklemlenen diğer ülkelerin bu g mücadelesi nedeniyle birbirlerine karşı cephelelenmesi ve sonucunda dünyada oluşan politik atmosferle birlikte 20. Yüzyıldaki diplomasi anlayışı bu atmosferin altındaki kısıtlı alan içerisinde kalmıştır. Haberleşme imkanlarının günümüzdeki kadar iyi olmadığı bu dönemde yaşanan Birinci ve İkinici Dünya Savaşı’nın sonuçlarında ortaya çıkan yaşamsal zorluklar ve fikri akımların g mücadelesi, milletlerin ve ülkelerin özgürlükten yoksun, yoğun bir empoze ortamında yaşamlarını sürdürmelerine neden olmuştur. Çeşitli askeri ve siyasi birlikler kurulmuş, dünya kamplara blnmştir.

21. Yüzyıl’a girilmesi ile birlikte yaşanan iktisadi, toplumsal, kültürel ve teknolojik gelişmeler, kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması, ulaşım imkânlarının kolaylaşması nedeniyle devletler ve uluslar arasında haberleşme ve iletişim farklı bir boyut kazanmış, globalleşme kavramı ortaya çıkmıştır (Güner, 2021). Dünyanın bir ucundaki insan, diğer ucundaki insanla fikri yapısı, inancı, kültürel kimliği ne olursa olsun rahatlıkla iletişim kurma imkânına kavuşmuştur. nceki asırda bireylere değer vermeyen, onları siyasallaştırıp kamplara bölen, insanları bizden ve onlardan diye ikiye bölen, fikirleri, inançları ve kültürleri zorla empoze eden akıl, 21.Yüzyılda dönüşüme uğrayarak halkın fikirlerine, davranışlarına, inançlarına, kültürel yapılarına önem vermeye başlamış, insanlara baskı yaparak politika dayatmak yerine insanların taleplerini dikkate alarak politikalar üretmeye başlamıştır.

Hiç şüphesiz bu dönüşümdeki temel araçlar, haberleşmeyi, iletişimi ve etkileşimi yaygınlaştıran kitle iletişim araçlarının gelişim göstermesi, internetin icadı ve yaygınlaşması, sonrasında ise sosyal medya kavramının ortaya çıkmasıdır. Buna ek olarak, kitle iletişim araçlarının teknolojik altyapılarının geliştirilerek dönüşmesi, ulaşılabilir ve edinilebilir olması, milyarlarca insanın bu araçları kullanma imkânına sahip olması 21. Yüzyıldaki dönüşümün destekleyici araçları olmuştur. Telefonun dönüşüp gelişerek küçülmesi, yine televizyonun küçülen bu telefonun içinde izlenebilir olması, radyo kanallarının frekans satın almadan telefon aracılığıyla dinlenebilmesi büyük bir gelişmedir. Bu gelişme ve gelişimi işlevsel hale getiren ise şüphesiz internetin bu cihazlarda

kullanılmaya başlamasıdır. Dünyanın herhangi bir noktasında, insanlar cep telefonları vasıtasıyla, başka uzak bir noktada olan insanla görüntülü ve sesli konuşabilir hale gelmiştir. Yukarıda da bahsedildiği üzere, tüm bunların sonucunda ortaya çıkan global sistem, devletleri, organizasyonları, ulusal ve uluslararası kurum ve kuruluşları, güç sahiplerini şeffaf, eleştirilebilir ve sorgulanabilir olmaya zorlamıştır.

Fikir, politika ve eylemlerin uygulanabilmesi, kabul edilebilmesi 20. Yüzyılda olduğu gibi zorla ve dayatılarak değil, ikna yöntemleri kullanılarak mümkün olmuştur. 21. Yüzyılda devletler, uluslararası organizasyonlar, uluslararası marka ve kuruluşlar, uluslararası sivil toplum örgütleri, futbol kulüpleri, müzik grupları; fikirlerini, düşüncelerini kamu diplomasisi aygıtını kullanarak yapmaya başlamışlar ve farklı toplum ve kamuoylarının sempatisini kazanmayı hedeflemişlerdir. Kamu Diplomasisi aracını etkin bir biçimde kullanan ülkeler, farklı uluslararası platformlarda ve diğer ülkelerde kendi aleyhlerine olan lobi faaliyetlerine ve propagandalara karşı durarak, kendi görüşlerini ilgili kamuoyuna anlatabilme imkânı bulmuş ve bu sayede tek taraflı olarak aleyhinde olan çaba ve çalışmalara cevap verebilme imkânı bulmuşlardır (Signitzer, 2008, 206).

Bununla birlikte, Kamu Diplomasisi aygıtını yönetenler, bu alanda eğitimli ve yetkin olmalıdırlar. Aksi takdirde yapılan çalışma ve etkinlikler, istenilen sonuçtan farklı sonuçlar doğurabilir. Kamu Diplomasisi uygulanacak kamunun eğitim düzeyi, kültürel, sosyal, dinsel ve fikri altyapısı bir diğerinden farklı olabileceği için her bir hedef kitle için ayrı politika ve çalışmalar yapılması gerekmekte, toplumların hassasiyetlerine uygun davranılmalıdır. Bu yüzden bu çalışmaları yapacak ekibin bu alanda yetkin kişilerden oluşması gerekmektedir.

## **2.2. KAMU DİPLOMASİSİNİN BOYUTLARI**

Joseph Nye (2005) Kamu Diplomasisinin üç farklı boyutu olduğunu ifade eder. Bunlardan birincisi “günlük iletişim faaliyetleri”, ikincisi “planlama ve markalaşma stratejileri oluşturma faaliyetleri”, üçüncüsü ise “ileriye dönük ilişkileri geliştirmeye yönelik kültür diplomasisi faaliyetleri”dir. Birinci boyut olan “günlük iletişim faaliyetleri” güvenilir bilginin en uygun zamanda ve güncel bir biçimde paylaşılması, oluşan bilgi kirliliğinin anında etkin ve hızlı müdahalelerle giderilmesini amaçlamaktadır. Bu bağlamda, politika yapıcıları ve yetkililer doğru, güvenilir, ispatlanabilir bilgiyi kafa karışıklığına neden olmayacak biçimde iletişim ve yayın organlarıyla zamanında paylaşmalıdır. Aksi takdirde paylaşılan yetersiz bilgi, bir sorunu çözmek, bir karşı propagandayı savuşturmak yerine yeni sorunların ve yeni karşı propagandaların doğmasına neden olabilir.

İkinci boyut olan “planlama ve markalaşma stratejileri oluşturma faaliyetleri”, ülkenin dış dünyada geçmişten bugüne eleştirilen yönlerini ve gelecekte karşılaşılması ihtimal dâhilinde olan sorunları ve alabileceği eleştirileri, karşı propagandaları etkisiz hale getirmeyi amaçlayan, bunun yanında etkin ve kalıcı bir olumlu imaj çalışması yapılmasına yönelik strateji geliştirme faaliyetleridir. Sözgelimi, Türkiye Cumhuriyeti Devleti’nin 1915’te gerçekleşen Ermeni Tehciri ile ilgili dış kamuoyunda yapılan eleştiriler, ülkenin imajına zarar vermiştir. Ve bununla ilgili olarak Türkiye Cumhuriyeti Devlet Arşivleri Başkanlığı (Devlet Arşivleri Başkanlığı İnternet Sitesi) kapsamlı bir çalışma yürüterek, Osmanlı Arşivlerini internet üzerinden erişilebilir hale getirmiştir. Yine ek olarak Türkiye Cumhuriyeti Devleti, devlet kanallarında ve basılı yayın organlarında belgesel ve bilgiseller hazırlayarak yabancı dillerde bu dokümanları yayınlamıştır.

Kamu Diplomasisi kavramının üçüncü boyutu olan “ileriye dönük ilişkileri geliştirmeye yönelik kültür diplomasisi faaliyetleri” ise devletlerin farklı coğrafyalarda uzun vadeli yumuşak güç politikaları izlemelerini gerektirmektedir. Devletin yardımlaşma, eğitim ve kültürel kurumları aracılığıyla yapılan bu faaliyetler, kimi zaman ilgili ülkelerin öğrencilerini kendi ülkesinde misafir edip eğitim bursu vererek ileride gönüllü birer elçi olmasını sağlayabilecekken, kimi zaman kültür ve eğitim faaliyetleriyle bir etki alanının oluşmasını sağlayabilir. Yardımlaşma faaliyetleri ise ülke insanları arasında duygusal bağlar oluşturarak, bu sayede yardım yapılan ilgili ülkenin, uluslararası platformlar ve arenada desteği alınabilir. Yine bu bağlamda bir örnek verecek olursak, Türkiye Cumhuriyeti Devleti’nin yumuşak güç aygıtları olan TİKA, Yunus Emre Enstitüleri, AFAD, Türkiye Diyanet Vakfı ve Kızılay gibi kurumları, yukarıda sayılan faaliyetleri farklı ülke ve coğrafyalarda uygulamaktadır. Yine Türkiye ve farklı ülkelerin Eğitim Bakanlıkları, Üniversiteleri yabancı öğrencilere çeşitli kolaylıklar sağlayarak ülkelerinin tanıtım ve kamu diplomasisi faaliyetlerine destek olmaktadır (Aydın, 2018).

### 2.3. KAMU DİPLOMASİSİNE YAKLAŞIM BİÇİMLERİ

Kamu Diplomasisi uygulamalarında farklı olarak iki yaklaşım biçiminin benimsendiği söylenebilir. Katı ve Esnek olarak ikiye ayrılan yaklaşım biçimleri farklı dönemlerde, farklı siyasal, coğrafi ve toplumsal alanlarda devletler tarafından uygulanagelmıştır. Katı Kamu Diplomasi yaklaşım biçimi ile uygulanan Kamu Diplomasisi çağımızda geçerliliğini yitirmiştir. Toplumları etkilemek, fikirlerini değiştirmek ya da canlı tutmak, taraftar kazanmak, propaganda yapmak amacını benimseyen bu yaklaşım biçimi, Dünya Savaşları dönemlerinde ve Soğuk Savaş döneminde yoğun olarak kullanılmıştır. Birinci ve İkinci Dünya Savaşı döneminde radyo ve televizyonun henüz etkin kullanılamaması nedeniyle kitleleri korkutan ya da motive eden afişlerin hazırlanması (Çakı, 2019), ikinci dünya savaşı esnasında bu afişlerin benzerleri hazırlandığı gibi çeşitli broşürler hazırlanarak işgal edilmek istenen ülkeye uçaklarla havadan atılması (BBC İnternet Sitesi) bu yaklaşım biçiminin uygulamalarına örnek olarak gösterilebilir.

Soğuk Savaş döneminde ise iki büyük güç olan ABD ve Sovyetler Birliği'nin kitleleri etkilemek için yaptıkları radyo yayınları, bu radyo yayınlarında kullanılan propaganda müzikleri, radyoda yayınlanan haber bültenlerindeki bilgi çarpıtma amaçlı ve yalnızca destekçi kitleleri motive etmeye veya düşman olarak kitleyi korkutmaya, manipüle etmeye yönelik haberlerin paylaşılması da bu yaklaşım biçimine örnek olarak sunulabilir. Kamu Diplomasisinde esnek yaklaşım biçimi ise 21. Yüzyıl şartlarına uygun olarak belirlenmelidir. Günümüz iletişim imkânlarının gelişmişlik düzeyi ve toplumların demokratik bilinç düzeyi göz önüne alındığında baskı ve propaganda gibi kavramlar geçerliliğini yitirmiş, kitleler alanına girdikleri kamu diplomasisi faaliyetlerinde akılcı, özgürlükçü, insan hak ve hürriyetlerini temel alan yaklaşımları arar hale gelmiştir. Bu yüzden esnek yaklaşım biçimi, kitlelerin günümüzdeki bilinç düzeyine uygun diplomasi faaliyetleri yürütülmesini benimsemektedir.

## 2.4. OLUMLU İMAJIN İNŞASINDA KAMU DİPLOMASİSİ

Teknolojik gelişmelerle birlikte iletişim ve ulaşım imkânlarının artması, insanların, toplumların ve ülkelerin birbirinden anında, her konuda haberdar olmasına neden olmuştur. Günümüzdeki haberleşme imkânları sayesinde Myanmar'ın Arakan eyaletindeki bir katliamdan (Dikran, 2021) Ortadoğu'daki bir insan anında haberdar olabilmektedir yahut Filistin'deki İsrail askerlerinin Mescid-i Aksa'yı basıp (Cnn Türk, 2022) sivilleri darp etmesi dünyanın herhangi bir noktasında yaşayan insanlar tarafından canlı olarak cep telefonlarından izlenebilmektedir (Anadolu Ajansı İnternet Sitesi).

Yine, Ukrayna'da ve Azerbaycan'da sivillerin yaşadığı binalara atılan füzeler (AA, 2020), Yunanistan'ın sınırdan geçmek isteyen mültecilere uyguladığı şiddet (Hrw.org, 2021) görüntüleri, Fransa'da "sarı yelekliler" olarak bilinen gruba polisın yaptığı sert müdahaleler (Batiraporu.com, 2021) gibi olaylar anlık olarak dünyanın başka bir ucundan teknolojik haberleşme araçları vasıtasıyla takip edilebilmektedir. Demokratik ve hukuki ihlaller yapan, kendi ülke halkına despot bir şekilde davranan ya da halkının hak ve özgürlüklerini kısıtlayan ülkeler ulusal ya da uluslararası basının yaptığı haberlerle anında afişe olmakta ve farklı ülke vatandaşı, millet ve topluluklar tarafından tepki çekebilmektedir.

Kendi halkına despotik bir şekilde muamele eden, baskı yapan, başka bir ülkeye herhangi bir şekilde zarar veren, saldıran, savaş açan; hatta tüm bunların dışında hayvan haklarına, kültürel mirasa, inanç hürriyetine, doğaya herhangi bir şekilde olumsuz fiiller uygulayan devletlerin, kamu diplomasisini çok profesyonel yönetmesi bile bir anlam ifade etmemektedir (Kalın, 2012, 151). Artık her şeyin çok şeffaf olduğu anlık bilgi akışının ve teyit mekanizmasının çok hızlı çalıştığı, yabancı turistlerin rahatlıkla seyahat edip farklı bir ülkeyi tanıma imkânı bulduğu, hızlı etkileşimin olduğu bir dünyada insanları ve toplumları kandırmak, olduğundan farklı görünmeye çalışmaya imkânsızdır (Bjola ve Pamment, 2019: 10).

Bu yüzden devletler, kamu diplomasisini dış dünyada uygulamadan evvel, kendi ülkesi içerisindeki toplumun huzur ve refahını sağlamalı, desteğini almalı, insan hak ve hürriyetlerine, dezavantajlı grupların haklarına, hayvan haklarına, doğaya, kültürel mirasa, farklı inanç ve kültürlerle saygılı olduklarını uygulamalarıyla göstermelidir (Kalın, 2012, 151). Bu olumlu uygulamalarından sonra devletler, uygulayacakları kamu diplomasisinde zorlanmayacak, belki de çok fazla çaba ve para harcamadan, strateji dahi geliştirmeden kamu diplomasisini kendiliğinden uygulamış olacaklardır. Tüm bu anlatılanlardan da anlaşılacağı

üzere kamu diplomasisi, devletlerin iç uygulamaları ve bazı hassas konulardaki davranışlarıyla bütünüdür. Kamu Diplomasinin hedefi, insan toplumlarının sempatisini kazanmak, halkların sevgisini kazanmak ve bu sayede itibar kazanmaktır (Özkan, 2015). Bununla birlikte Kamu Diplomasisi bütünüdür bir biçimde doğru uygulandığında, ülkelerin ekonomik, kültürel, sosyal ve stratejik kazanımlar etmesi kaçınılmazdır. Bu kazanımların elde edilmesi ülkelerin çeşitli alanlarda veya genel olarak, olumlu bir marka olarak tanınıp bilinmesini sağlayacaktır.

## **2.5. KAMU DİPLOMASİSİ VE DİJİTAL DİPLOMASİ İLİŞKİSİ**

Devletlerin yumuşak güç uygulamalarını içeren kamu diplomasisi, uluslararası ilişkilerde olumlu imaj ve kazanımlar elde etmeye yönelik iletişim çabalarıdır. İkna etmek, etkilemek, sempati kazanmak, imaj tazelemek ya da imaj düzeltmek, bakış açılarını değiştirmek amacıyla uygulanan kamu diplomasisi faaliyetleri, 21. Yüzyılda ortaya çıkan haberleşme, iletişim ve teknolojik imkânlarla birlikte değişim ve dönüşüme uğramıştır (Güner, 2021). Devletlerin artık ne söylediğinin, ne açıklama yaptığının, ne cevap verdiğinin değil hangi hızda, hangi dijital platforma, ne kadar yüksek bir etkileşimle yaptığının daha önemli olduğu bir döneme girilmiştir (Zhong ve Lu, 2013: 547). Sosyal Medya'nın kullanıma girmesiyle birlikte devlet kurumları, devlet yöneticileri, uluslararası kurum ve kuruluşlar, dünyanın önde gelen kanaat önderleri, stk'lar, dünyaca ünlü spor kulüpleri, dünyaca ünlü sanatçılar sosyal medya uygulamalarında yerlerini almışlardır. Ancak daha önemli olan ise milyarlarca insan da bu uygulamalarda hesap açarak anlık iletişim etkileşiminde bulunmaya başlamıştır (Uğurlu, 2015).

Covid – 19 döneminin dünyada ve toplumlarda yaptığı dönüşüm devletlerin ve uluslararası yapıların da politika ve faaliyetlerinde bir dönüşümü gerekli kılmıştır. Uluslararası camiada herhangi bir figür, bu camianın kullandığı araçları kullanmak zorunda olduğundan hareketle, Covid – 19 döneminde yüz yüze iletişim, görüşmeler imkânsız olduğundan internet üzerinden iletişim imkânı sunan çevrimiçi toplantı uygulamaları önem kazanmış, sosyal medya uygulamalarında görünür olmak ve yüksek etkileşim sağlamak daha fazla kitleye ulaşmak için gereklilik oluşturmuştur. Bu tez çalışmasının Dijital Diplomasi başlığında da detaylı bir şekilde anlatıldığı üzere, Amerika Birleşik Devletleri, İsveç, İngiltere, İsrail ve Kosova başta olmak üzere, çeşitli devletler bu hızlı dönüşüme uygun olarak planlı çalışmalar yapmaya başlamış, dijital diplomasi çalışmalarını kurumsal yapıya kavuşturmuş, dijital diplomatlar yetiştirmeye başlamıştır (Akıllı, 2022). Bu gelişmeler ışığında devletler, kamu diplomasisi uygulama araçlarında bir değişim ve dönüşüme gitmiş

ya da çalışma başlatmıştır. Kitlelere anlık bir şekilde ulaşmak için devletler ve diğer aktörler dijital dünyada yerini almış ve almaya devam etmektedir. Kamu Diplomasisi artık Dijital Diplomasi olmadan bir ayağı topal olarak görülmeye başlamış (Adesina, 2017) ve bu iki kavram birbiriyle bütünleşik olarak uygulanmaya başlamıştır.

## **2.6. TÜRKİYE CUMHURİYETİ DEVLETİ’NİN KAMU DİPLOMASİSİ ARAÇLARI VE DİJİTAL DİPLOMASİ FAALİYETLERİ**

Türkiye örneği ele alınacak olursa, Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı (TİKA), Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı (YTB), Yunus Emre Enstitüsü (YEE), Türk Kızılayı, Afet ve Acil Durumu Yönetimi Başkanlığı (AFAD), Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT), Anadolu Ajansı (AA), Türk Havaya Yolları (THY) gibi kurum ve kuruluşlar Türkiye Cumhuriyeti Devleti’nin resmi Kamu Diplomasi oyuncularındır. Bunun yanı sıra, T.C. Cumhurbaşkanlığı’na bağlı olarak kurulan İletişim Başkanlığı kamu diplomasisi ve dijital diplomasinin en önemli uygulayıcılarının başında gelmektedir. Bu çalışmada ayrı bir başlık olarak incelenmese de, farklı başlıklar altında İletişim Başkanlığı’ndan ve yaptığı faaliyetlerden söz edilecektir.

2021 yılında, Covid – 19 pandemisinin yoğun yaşandığı bir dönemde Türkiye Cumhuriyeti Devleti Dışişleri Bakanlığı tarafından ilk kez Antalya şehrinde düzenlenen ve birçok devlet ve uluslararası kurum temsilcisinin katıldığı Antalya Diplomasi Forumu (ADF) büyük ilgi görmüş ve Türkiye’nin bu alandaki başarılı organizasyonlarından biri olmuştur (Şehitoğlu, R. & Eren, E. 2022).

### **2.6.1. Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı (TİKA)**

Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği’nin dağılmasıyla birlikte, soydaş ülkelerin medeniyet inşası ve ilgili ülkelerle güçlü bağların kurulması amacıyla kurulan ve bugün 60 farklı ülkede temsilciliği olan, ancak 150 farklı ülke ile işbirliği geliştiren Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı TİKA’nın, akraba ve soydaş halkların ve bununla birlikte Türkiye Cumhuriyeti’ne gönül bağı bulunan halkların yaşadığı ülkelerde açtığı temsilcilikler vasıtasıyla, o ülkelerin tarihi ve kültürel mirasına, ekonomik gelişimine katkıda bulunmak için yaptığı imar ve inşa, işbirliği ve yardım faaliyetleri bulunmaktadır (Milliyet Gazetesi İnternet Sitesi). TİKA’nın dünya coğrafyasında farklı bölgelerde yaptığı yüzlerce yardım ve gerçekleştirdiği projeler bulunmaktadır, bu yardım ve projelerin niteliğine örnek olması bakımından kamu diplomasisi faaliyetlerinden bazıları şunlardır:

- Afrika ülkesi olan Namibya'nın ve Ortadoğu ülkesi olan Ürdün'ün tarım çalışmalarına destek.
- Afrika ülkesi olan Tanzanya'nın e-devlet dönüşüm programına destek
- Güneydoğu Asya ülkesi olan Filipinler'in Dijital Eğitim Projesi'ne destek
- Ukrayna'ya bağlı Kırım'ın Kırım Tatar Milli Mektebi'nin yenilenmesi çalışması
- Asya ülkesi Pakistan'da, kırsal kalkınmaya yönelik olarak Keçi yetiştiriciliğine destek
- Asya ülkesi Kazakistan'da Kazak – Türk Lisesi inşa edilerek ülkenin eğitimine destek
- Afrika ülkesi Somali'nin başkenti Mogadişu'da asfaltlama ve çevre düzenleme faaliyetlerine destek
- Balkan ülkesi Sırbistan'ın Arencelovats Hastanesi'ne tıbbi ekipman desteği
- Asya ülkesi olan Türkmenistan'daki Ahalteke cinsi atlarının genetiğinin korunmasına yönelik destek
- Bağımsızlığını yeni kazanan Balkan ülkesi Kosova'da bulunan Sinan Paşa camii'nin onarımına destek (TİKA İnternet Sitesi).

Temsilciliği bulunan ülkelerin dillerinde yayın yapan sosyal medya adresleri olsa da, en kalabalık takipçi sayıları Türkçe yayın yapan hesapları olan TİKA'nın 21 Temmuz 2022 tarihi itibarıyla sosyal medya kullanıcı adları ve takipçi sayıları şu şekildedir:

Twitter, @Tika\_Turkey 265.536, Facebook, @TikaTurkey 52.000, Instagram, @tika\_turkey: 62.893

TİKA'nın İngilizce yayın yapan @tika\_english1 kullanıcı adlı Twitter hesabının takipçi sayısı ise 14.108'dir. Diğer yabancı dilde yayın hesapları ile birlikte ulaştığı takipçi sayısı yaklaşık 50 bindir.

TİKA'nın Türkçe dilinde yayın yapan sosyal medya takipçi sayısının toplamda yaklaşık 380.000 olduğu hesaba katılırsa, bu kitleyle olan dijital etkileşim arttığında, iyi bir kitleye sahip olduğu söylenilebilir (TİKA, 2022).

## 2.6.2. Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı (YTB)

Eğitimini yurtdışında gerçekleştiren Türk vatandaşları ve soydaşların ve de akraba toplum bireylerini desteklemek, Türkiye’de eğitim gören yabancı öğrencileri çeşitli konularda bilgilendirmek, kültürel ve eğitim faaliyetleri düzenleyerek onlara katkıda bulunmak ve öğrencilerin problemlerini çözüme kavuşturmak amacını taşıyan, Türkiye Bursları adı altında şartları taşıyan öğrencilere de burs imkânı sağlayan YTB, Türkiye’nin Kamu Diplomasisi oyuncularından birisidir (Yıldırım & Yıldırım, 2017). Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı’nın gerçekleştirdiği farklı kategorilerdeki Kamu Diplomasisi faaliyetlerden bazıları şunlardır:

- Yurtdışında yaşayan vatandaşlara yönelik, tarih bilinci kazanmaları amacıyla Tarih Akademisi Eğitim Programı düzenlenmesi
- Yurtdışında yaşayan veya eğitim gören Türk Genç Toplulukların, buldukları ülkede yapacakları proje ve faaliyetlere ekonomik açıdan destek olmak amacıyla Genç Destek Programının düzenlenmesi
- Türkiye’de yaşayan yabancı uyruklu “Kamu Görevlisi ve Akademisyenlere Yönelik Türkçe İletişim Programı" (KATİP) projesinin düzenlenmesi
- Türk Devletleri Teşkilatı üyesi ülkelerin vatandaşı olan öğrencilere burs imkânı sağlanması
- Türkiye’de eğitim gören yabancı öğrencilere yönelik olarak Dijital Medya Eğitimi gibi farklı eğitimler düzenlenmesi
- Türkiye’de eğitim görüp ülkelerine dönen yabancı öğrencilerle iletişimin sürdürülmesine yönelik olarak, “Yazılım – Bilişim Dünyası İş Dünyasıyla Buluşuyor” adlı etkinliğin düzenlenmesi (YTB İnternet Sitesi).

Yukarıda da sayıldığı üzere, yüzlerce faaliyet düzenleyen YTB’nin Kamu Diplomasi faaliyetleri genellikle gençler üzerine gerçekleşmektedir. Twitter’da Arapça, İngilizce, Almanca ve Fransızca yayın yapan sosyal medya hesapları da olan YTB’nin bu hesaplarındaki takipçi sayıları 4.000 sayısını geçmemektedir. Ancak Türkçe yayın yapan hesaplarının sayısı bir hayli fazladır. YTB’nin 21 Temmuz 2022 tarihi itibarıyla sosyal medya kullanıcı adları ve takipçi sayıları şu şekildedir:

Twitter, @yurtdisiturkler 101.927, Facebook, @yurtdisiturkler 212.000, Instagram, @yurtdisiturkler: 81.000

Yukarıdaki bilgiler ışığında, Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluğu Başkanlığı'nın hedef kitlesi genel itibariyle Facebook uygulamasını kullanmaktadır. Toplamda yaklaşık 400.000 takipçisi olan YTB, yurtdışındaki Türklerin sayısı göze alındığında, diğer kullanıcılara da ulaşması gerekmektedir, bu 400.000 kişinin diğerleriyle kurduğu iletişim göze alındığında iyi bir takipçi kitlesine sahiptir. (YTB, 2022).

### 2.6.3. Yunus Emre Enstitüsü

13. Yüzyıl Türk Şairi ve Tasavvuf Edebiyatı temsilcisi Yunus Emre'nin adıyla kurulan Yunus Emre Vakfı'na bağlı olarak faaliyete başlayan Yunus Emre Enstitüsü, Türk Edebiyatı, Türk Kültürü ve Türk Medeniyeti'ni tanıtmak, yaşatmak, çeşitli kültürlerle etkileşime geçmek, Türkçe'yi yaygınlaştırmak ve canlı tutmak amacıyla yaklaşık 65 ülkede faaliyet göstermektedir (Yağmurlu, 2019;5).

Kültürel, sosyal, sanatsal, bilimsel etkinlikler düzenleyip, bu etkinliklere destek vererek çalışmalarını yürüten Yunus Emre Enstitüsü, Türkiye Cumhuriyeti'nin kültürel alanda Kamu Diplomasisi faaliyetinde bulunan önemli bir uluslararası kuruluştur. Yunus Emre Enstitüsü'nün faaliyetlerinden bazıları şunlardır (Yunus Emre Enstitüsü İnternet Sitesi):

- Afrika ülkesi olan Senegal'de Türk kültür ve sanat öğelerinden olan Çömlek ve Seramik ile ilgili üretim atölyesi kurulması ve yerel halka Çömlek yapımı eğitimi verilmesi
- Uzakdoğu Asya ülkesi olan Güney Kore'de, Türk kahvesinin Güney Kore restoranlarının menüsüne girmesine yönelik çalışmalar yürütülmesi
- Güney Amerika ülkesi olan Arjantin'in başkenti Buenos Aires'te yerel halka Türkçe öğretimi kurslarının düzenlenmesi
- Orta Avrupa ülkesi olan Avusturya'nın başkenti Viyana'da fotoğraf sergisi ve "Dijital Medya Okuryazarlığı ve Türkçe Çalıştayı" düzenlenmesi
- Güneydoğu Asya ülkesi olan Malezya'nın başkenti Kuala Lumpur'da, Türk Ata Sporları Okçuluk Sporunun tanıtılması amacıyla Okçuluk Yarışması'nın düzenlenmesi
- Yine Malezya'da, Malezya Askerlerine yönelik olarak Türkçe öğrenim kursu düzenlenmesi (TRT Haber İnternet Sitesi)

- Farklı ülkelerde açılan Türkoloji bölümlerine maddi ve lojistik destek sunulması, yine farklı ülkelerde Türkçe öğrenim kursları verilmesi (Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı İnternet Sitesi).

Tıpkı TİKA gibi, bulunduğu ülkelerin dillerinde yayın yapan Yunus Emre Enstitüsü'nün Türkçe hesaplarının kullanıcı adları ve takipçi sayıları şu şekildedir:

Twitter, @yeeorgtr 96.754, Facebook, @yeeorgtr 78.859, Instagram, @yeeorgtr, 34.200

Dijital Diplomasi'yi en aktif şekilde yürüten Yunus Emre Enstitüsü, açmış olduğu yabancı dildeki hesaplarıyla da bulunduğu ülkelerde kültürel diplomasi çalışmalarını çok etkin bir biçimde kullanmaktadır (YEE, 2022).

#### **2.6.4. Türk Kızılayı**

1868 yılında Osmanlı Yaralı ve Hasta Askerlere Yardım Cemiyeti olarak kurulup 1877 yılında Osmanlı Hilal-i Ahmer Cemiyeti ismini alan ve günümüzdeki tam adı Türk Kızılay Derneği, Türkiye'nin insani yardımlaşma kuruluşudur. Savaş, deprem, afet ve felaketlerde insani yardım faaliyetleri yürüten, olağan zamanlarda ise dezavantajlı kişi ve gruplara yardım ve kan toplama faaliyetleri yürüten Türk Kızılayı (Akar, A. L. & Mezkit, M, 2013), Birleşmiş Milletlere bağlı olan Uluslararası Kızılhaç ve Kızılay Hareketi'nin üyesidir. Yurtiçi ve yurtdışında ülke insanına hizmet eden kuruluş, aynı zamanda Türkiye Cumhuriyeti'nin insani kamu diplomasi oyuncusu olarak ortaya çıkmış ve dünyanın farklı coğrafyalarındaki insanlara yardım faaliyetleri gerçekleştirmeye başlamıştır (Eren, 2018:97). Herhangi bir izin almadan bağış ve yardım toplama hakkına sahip olan Türk Kızılayı'nın yurt dışında gerçekleştirdiği yardım faaliyetlerinden bazıları şunlardır:

- Filistin'e sağlık, barınma, gıda alanında destekte bulunmak ve Filistin'deki yetimhanelere yardım sağlamak, bunun yanı sıra Gazze'nin yeniden inşası için çalışmalar yürütmek

- Çad, Somali, Uganda, Nijer ve Senegal gibi Afrika ülkelerinde yerel halkın su ihtiyacını karşılamak üzere su kuyusu açma faaliyetlerini yürütmek

- 22 Haziran 2022 tarihinde Afganistan'da meydana gelen ve 610 kişinin hayatını kaybettiği 6.1 büyüklüğündeki deprem nedeniyle, depremzedelere gıda kolisi yardımında bulunulması

- Rusya ve Ukrayna arasındaki savaş nedeniyle savaştan etkilenen Ukrayna halkına yardım amacıyla, hijyen, sağlık, gıda, korunma, barınma, giyim malzemelerinden oluşan tırlarla Ukrayna halkına acil destek sağlanması
- Sudan ve diğer Afrika ülkelerinde katarakt hastalarının tedavi edilmesi amacıyla destek faaliyetleri sürdürülmesi
- Myanmar'da mülteci durumuna düşen ve kamplarda yaşayan Arakan Müslümanlarına destek olunması
- Kurban Bayramı'nda Türkiye'den topladığı bağışlar ve aldığı vekâletlerle başta Afrika olmak üzere kurban eti paylaşılması
- Bosna Hersek, Azerbaycan, Irak, Suriye, Sudan, Somali gibi ülkelerde savaştan zarar görmüş insanlara yardım faaliyetleri gerçekleştirilmesi (Kızılay İnternet Sitesi).

Türk Kızılayı, sosyal medya ve bu bağlamda dijital diplomasiyi en iyi kullanan kuruluşlardan birisidir. Farklı dillerde ve amaçlarda açtığı sosyal medya hesapları etkileşimi yüksek paylaşımlarıyla kamu diplomasisinin amacına hizmet etmektedir. Türk Kızılayı'nın Türkçe hesaplarının kullanıcı adları ve takipçi sayıları şu şekildedir:

Twitter, @Kizilay 1.013.359, Facebook, @kizilay 388.889, İntagram, @kizilay, 444.000 (Kızılay, 2022)

#### **2.6.5. Afet ve Acil Durumu Yönetimi Başkanlığı (AFAD)**

Türkiye Cumhuriyeti İçişleri Bakanlığına bağlı bir kuruluş olmasına karşın, yurtdışındaki doğal afet, deprem ve felaketlerde arama kurtarma ve yardım faaliyetlerinde bulunan AFAD, Türkiye'nin insani diplomasi yürüten Kamu Diplomasisi oyuncularından birisidir. (Eren, 2018:59). AFAD'ın gerçekleştirdiği farklı türdeki faaliyetlerden bazıları şunlardır:

- Türkiye'ye sığınmak zorunda olan Suriyeli mülteciler için barınma kampları kurulması ve bu kamplarda sığınmacıların ihtiyaçlarının karşılanması
- Son 6 yılda 50'ye yakın ülkede gerçekleşen doğal afet, deprem ve felaketlerde insani yardım ve arama kurtarma çalışmalarında bulunulması
- Suriye, Balkanlar, Myanmar, Somali ve Açlık tehlikesi yaşayan Afrika ülkelerine yardım kampanyaları düzenleyerek, Kızılay ve Diyanet Vakfı ile birlikte eş zamanlı olarak bu bölgelerde operasyonel yardım faaliyetleri yürütmek (AFAD İnternet Sitesi).

Kamu Diplomasi faaliyetlerinin insani diplomasideki en başarılı aygıtlarından birisi olan AFAD'ın (Tosun, 2021) Türkçe yayın yapan sosyal medya adresleri takipçi sayısı olarak toplamda 1 milyon sayısını geçmiş ve etkileşim açısından iyi bir grafik çizmektedir. İngilizce yayın yapan Twitter hesabı ise @AfadTurkiye kullanıcı adıyla yayın yapmakta ve takipçi sayısı 64.961'dir (AFAD, 2022)

#### **2.6.6. Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu (TRT)**

Büyük devletlerin medya diplomasisi ayağını oluşturmak amacıyla kurdukları ve dünyanın çeşitli ülkelerinde yayın yapmasını sağladıkları televizyon kanalları bulunmaktadır. İngiltere'nin BBC, Amerika Birleşik Devletleri'nin CNN, Rusya'nın RT, Çin Halk Cumhuriyeti'nin CCTV, Almanya'nın DW kanalları buna bir örnektir (Demirkıran, 2021). Bu kanalların bir kısmı doğrudan devlet kontrolünde olduğu gibi bir kısmı ise devlet tarafından desteklenmektedir. Türkiye Cumhuriyeti Devleti'nin ilk televizyon ve radyo kanalı da olan TRT, yurtiçi yayınları dışında yurtdışında devletin medya diplomasisi aracı olarak faaliyetlerini sürdürmektedir.

Tv ve radyo kanallarında İngilizce başta olmak üzere yayın yaptığı ülkenin dilinde ulaşan TRT'nin farklı dil ve lehçelerde yayın yapan tv kanallarından bazıları; TRT World, TRT Arabi, TRT Avaz ve TRT Kurdi'dir. TRT Türk kanalı ise Avrupa'da yaşayan Türk vatandaşları ve soydaşlara yönelik yayın yapmaktadır. TRT'nin farklı dillerde yayın yapan radyo kanallarından bazıları ise TRT World ve Türkiye'nin Sesi Radyosu'dur. Bu tv ve radyo kanallarında, uluslararası camiaya Türkiye'de olan haberler, Türk Devleti'nin resmi görüş ve politikaları, Türkiye'nin kültürel, tarihi, turistik özellikleri anlatılırken, kamu diplomasisinin medya diplomasisi faaliyetleri de gerçekleşmiş olmaktadır. TRT tarafından üretilen belgeseller ve dizi filmler de yabancı dilde yayınlanarak ülke kültürünün ihracı, dış dünyada Türkiye algısının olumlu yönde gelişim göstermesi çabalarına destek olunmaktadır (Güner, 2021).

Sözgelimi, TRT 1 kanalında Türkçe olarak yayına başlayan ve Osmanlı Devleti'nin kuruluş sürecini anlatan "Diriliş Ertuğrul" dizisi farklı dillere çevrilerek, başka ülkelerin tv kanallarında yayınlanmıştır. Azerbaycan, Pakistan, Amerika Birleşik Devletleri, Kazakistan, Endonezya, İngiltere, Kuzey İrlanda, Bosna Hersek, Kuzey Afrika ülkeleri gibi toplamda 71 ülkeye ihraç edilen dizinin en büyük hayranlarından birisi de, Venezuela Devlet Başkanı Nicolas Maduro olmuştur (Anadolu Ajansı). Nicolas Maduro, Türkiye'ye yaptığı resmi ziyarette dizi setini ziyaret etmiş ve dizi oyuncularının giydiği kıyafetleri giyip poz vermiştir.

TRT ile birlikte Türkiye’de dizi film üretip dünyaya ihraç eden çok başarılı yapım şirketleri ve özel kanallar bulunmaktadır. Ancak sadece TRT’nin bu örnekte verdiği başarısı bile ne kadar başarılı bir kamu diplomasisi yürüttüğünü göstermektedir (TRT World İnternet Sitesi) TRT, aynı zamanda bir medya kuruluşu olduğu için, Dijital Diplomasi faaliyetleri olarak diğer tüm kurumlardan daha farklı ele alınmalıdır. Hem internet siteleri, hem sosyal medya hesapları, hem de yabancı dil ve lehçede yayın yapan radyo ve televizyon kanalları, TRT’ye dijital diplomasi faaliyetlerini uygulama sorumluluğun en önemli görev bölümünü vermiştir.

Yabancı dilde haber paylaşımı yapan Twitter hesapları 1.556.663 takipçi sayısı ile Arapça paylaşımlar yapan @TRTArabi, 484.561 takipçi sayısı ile İngilizce paylaşımlar yapan @TRTWorld, bunun yanı sıra farklı yabancı dillerde yayın yapan ve on binlerce takipçisi olan diğer twitter hesaplarıyla, yine Facebook’ta İngilizce paylaşımlar yapan ve 3.500.000 takipçisi olan @trtworld, 3.200.000 takipçisi olan @TRTArabi Instagram’da İngilizce paylaşımlar yapan, takipçi sayısı 792.000 olan @trtworld, arapça paylaşımlar yapan ve takipçi sayısı 1.400.000 olan @trtarabi kullanıcı adlarıyla (TRT, 2022) büyük etkileşimler almakta ve Türkiye’nin dijital diplomasi gücüne güç katmaktadır. TRT’nin dijitaldaki gücü bunlarla da sınırla kalmayıp adı geçen bu sosyal medya hesaplarında Türkiye’nin menfaatlerine uygun görsel, video ve içerikler üretmektedir. Radyo ve Televizyon kanallarını frekansa gerek kalmaksızın, farklı dil ve lehçelerde internet aracılığıyla dünyanın her yerine ulaştırmaktadır.

### **2.6.7. Anadolu Ajansı**

Türkiye Büyük Millet Meclisi’nden daha önce kurulan Anadolu Ajansı, Atatürk’ün emriyle 6 Nisan 1920 tarihinde kurulmuş, 1925 yılında ise resmi bir nitelik kazanmıştır. Cumhuriyet’in ilk dönemlerinde, meclisin aldığı kararları halka duyurma görevinin yanında, Türkiye’nin haklı milli mücadelesini dış dünyaya doğru bir şekilde duyurma göreviyle çalışmaya başlayan Anadolu Ajansı, yarı özerk bir yapıdadır. (Eren, 2018:99). Bugün Türkiye’nin 81 ilinde ve ilçelerde temsilcilikleri bulunan ajansın, yurtdışında yaklaşık 40 ülkede temsilciliği bulunduğu ve 13 farklı dilde yayın yaptığı bilinmektedir.

Türkiye’nin dış dünyaya kendini anlatma aracı olan ve medya diplomasisinin TRT gibi bir başka kolu olan Anadolu Ajansı, Türkiye ile ilgili dış dünyada üretilen manipülatif ve gerçeği yansıtmayan haberlere karşı Türkiye’nin gerçek görüş ve eylemlerini dünyaya anlatmıştır. Girilemeyen savaş bölgelerine dahi muhabir göndererek dünyaya haber ulaştıran

Anadolu Ajansı, son Azerbaycan – Ermenistan savaşında, Ermenistan'ın Gence şehrinde sivillerin yaşadığı binaya attığı füze nedeniyle öldürülen insanları dünya gündemine taşımış (AA, 2020) ve dünya kamuoyunun tek taraflı bakış açısının değişmesinde önemli bir rol oynamıştır. Bunun yanı sıra yurt dışında faaliyet gösteren TİKA, Kızılay, AFAD gibi Türk Devlet aygıtlarının yaptıkları faaliyet ve açıklamaları da hem ilgili ülke hem de dünya kamuoyuna yayarak önemli bir görev üstlenmektedir.

Anadolu Ajansı da tıpkı TRT gibi diğer kurum ve kuruluşlardan farklı olarak Dijital Diplomasi faaliyetlerinin en önemli aygıtlarından birisidir. Kamu Diplomasisinin en başat araçlarından birisi olan Anadolu Ajansı, telefon ve bilgisayar uygulamalarıyla, yabancı dilde yayın yapan sosyal medya hesaplarıyla ve bu hesaplarda yaptığı bölgeden anlık farklı dilde haber paylaşımlarıyla dijital diplomasi çalışmalarını sürdürmektedir. Anadolu Ajansı'nın yabancı dillerde, farklı sosyal medya hesaplarında yayın yapan ondan fazla hesabı yaklaşık 2 milyon kişi tarafından takip edilmektedir. Twitter'da İngilizce yayın yapan ve 189. 447 takipçisi olan @anadoluagency, 1.126.717 takipçisi olan ve Arapça yayın yapan @aa\_arabic, Facebook'ta 448.000 takipçisi olan @ anadoluagencyenglish bunlardan bazılarıdır (AA, 2022).

#### **2.6.8. Türk Hava Yolları**

Yurtdışında Turkish Airlines markası ile faaliyet gösteren Türk Hava Yolları 1933 yılında Hava Yolları Devlet İşletmesi ismiyle faaliyete geçmiş, şu anki ismini ise 1956 yılında alarak THY kısaltması ile Türk Hava Yolları ismi aynı zamanda markası olmuştur.

Dünya genelinde yaklaşık 70 farklı ülkeye ve yüzden fazla farklı şehre uçuşlar düzenleyen THY, dünyanın önde gelen havayolu şirketlerinden birisidir (Turizm Günlüğü Seyahat Gazetesi). Türkiye Cumhuriyeti Devleti'nin diplomatik ilişki kurduğu ülkelerin neredeyse tamamına uçuşlar gerçekleştiren THY, ilgili ülkelerde reklam ve tanıtım faaliyetleriyle, gerçekleştirdiği sponsorluk anlaşmalarıyla Türkiye'nin tanıtımını yapmaktadır (Köksoy, 2016).

Dünya'nın en bilinen ve güçlü futbol kulüplerinden birisi olan Barcelona'yla 2009 yılında yaptığı sponsorluk anlaşması, Avrupa Basketbol Ligi olan Euroleague ile 2010 yılında yaptığı sponsorluk anlaşması bunlardan sadece birkaçıdır. Yine ilgili ülkelerde kültür, sanat, spor ve sosyal sorumluluk projelerine verdiği sponsorluk hizmetiyle Türkiye'nin ve kendisinin tanıtımını etkili bir biçimde yapmaktadır. Türkiye'nin THY gibi bir havayolu şirketinin olması diplomatik ilişkilerde elini güçlendiren bir araç olmuştur.

Yolculuk esnasında Türkiye'yi tanıtıcı filmler ve basılı bültenleri yolcularla buluşturan THY, yurtdışında yayınlattığı reklamlarında Türkiye ile ilgili imgelere de yer vererek ve Türkiye'ye turist yolcu da taşıyarak aynı zamanda Türkiye'nin bir turizm elçisi olmuştur (Eren, 2018:78).

Türk Hava Yolları, uluslararası hizmet ve lojistik sektörünün önde gelen markalarından biridir. Uçaklarında kullandıkları dijital ekranlarda Türkiye'nin ve Türkiye'ye özgü öğelerin tanıtımı farklı dillerde yapmaktadır (Köksoy, 2016). Bununla birlikte yabancı dilde yayın yapan sosyal medya hesaplarından da Türkiye ile ilgili paylaşımlar yapmaktadır. Türkçe paylaşımlar yapan ve Facebook'un çeviri özelliği sayesinde sayfaya girilen ülkenin dilinde de okunabilen, 10.617.513 takipçisi olan THY Facebook Sayfası dışında, İngilizce paylaşımlar yapılan 1.900.000 takipçisi bulunan @turkishairlines instagram hesabı ve 1.861.809 ile @TurkishAirlines kullanıcı adlı Twitter hesabı bulunmaktadır (THY, 2022).

### **3. DİJİTAL DİPLOMASİ**

#### **3.1. DİJİTAL DİPLOMASİ KAVRAMI**

Dijital diplomasi; internet diplomasisi, twiplomasi (twitter diplomasisi), e-diplomasi (elektronik diplomasi), siber diplomasi ve web 2.0 diplomasisi, kamu diplomasisi 2.0 şeklinde çeşitli adlarla belirtilmektedir. Dijital diplomasi konusu, kamu diplomasisinde önemli bir yere sahiptir (Melissen ve Keulenaar, 2017b: 4; Holmes, 2015: 15; Soiriu, 2015: 33; Adesina 2017: 1; Seib, 2012: 120). Web 2.0 ilk defa 2004 senesinde kullanılan bir kavramdır ve artık içindekiler ve uygulamalar yalnızca kişiler tarafından ortaya çıkarılıp yayınlanmamakta bununla birlikte devamlı olarak kullanıcılar tarafından değişiklik yapılabilmektedir (Kaplan ve Haenlein, 2010: 60-61). İnternet sitelerinin geleneksel kullanım şekli yazı, biçim, ses paylaşımı ile yapılmakta ve bu siteye giriş yapan kullanıcılar da bu sunumların ziyaretçi şeklinde okuma, işitme ve izleme faaliyetlerinde tüketici şeklinde bulunmaktadır. Web 2.0 ile birçok aktif platform sitelere eklenebilmiş ve aktif olmayan izleyiciler bundan sonra geri dönütlerini sisteme ekleyebilen özneler haline dönüşmüşlerdir. Dijital diplomasi “devlet ve devlet dışı katılımcıların video görüşmelerinden sosyal medya platformlarına kadar internet ve bilgi iletişim teknolojileri ile uluslararası değişimi idare etmeleri” şeklinde belirtilmektedir (Bjola ve Holmes, 2015:207-208).

Dijital diplomasi, “yeni kamu diplomasisinin bir şekli halinde diplomatik bağlantıları ilerletmek amacıyla internet, bilgi iletişim teknolojileri ve sosyal medyanın kullanımı”

manası taşımaktadır (Rashica, 2018: 77). Dijital diplomasi özetle, “web ile güncel bilgi ve iletişim teknolojilerinin diplomatik hedefler uğruna kullanımınıdır” (Hanson, 2012: 2). Dijital diplomasi, kapsamlı olarak e-posta kullanımı, videokonferans, Whatsapp uygulaması, internet sitesi, sosyal medya uygulamaları ve bununla birlikte SecondLife gibi oyunları da içeren bir manada kullanılırken, dar manada ise sosyal medya uygulamalarına yoğunlaşmaktadır. Devletlerin Dışişleri Bakanlıkları ve dış temsilcilikleri dijital teknolojiyi 2000’lerden sonra kullanıma geçmişlerdir. Lord Palmerston’un 1860’da telgraf için “bu diplomasinin bitiştir” sözü, Harold Nicolson’un 1960’larda telefon için “çok tehlike içeren bir araç” sözüne benzer olarak ilk başta diplomatik usullere çok ters görülmesine rağmen mecburen bütün diplomatik seviyelerde kullanılır durumdadır (Hocking ve Melissen 2015: 14). Dijital diplomasinin ilk defa ABD dış politika faaliyetlerinde kullanıldığı belirtilmektedir (Tassilova vd., 2018: 323). İlk Dışişleri Bakanlığı internet sitesi de 2001 senesinde yine ABD’de kullanılmıştır. 5 Şubat 1994 tarihinde ABD Başkanı Bill Clinton ile İsveç Başbakanı Carl Bildt’in birbirlerine gönderdikleri e-postalar dijital diplomasinin ilk örneklerindedir (medium.com, 2019; Sandre, 2015: xviii-xix).

Dünyada ilk e-devlet kullanımı yapılan internet sitesi 2000 senesinde usa.gov ismiyle ABD’de yayına girmiştir. 2007 yılında ABD Dışişleri Bakanlığı tarafından diplomasi ile ilgili ‘Dipnote’ isimli ilk blogu yayınlamıştır. Aynı şekilde 2007 senesinde ABD america.gov isimli portalı hizmete geçirmiştir. Bu portalın etkileşimli biçimde tasarımı yapılmış ve içerisinde webcastlar, bloglar, videolar, Youtube, Twitter, Facebook bağlantıları ve bununla birlikte Second Life ismi verilen üç boyutlu sanal dünya oyunu bulunmaktadır (Zahang ve Fahmi, 2015: 317). 2019 Mart ayı datalarına göre, ortalama 7.7 milyarlık dünya nüfusunun 4.3 milyarı yani ortalama %55’i internete erişebilmektedir. Kuzey Amerika’da nüfusun %94’ü, Avrupa’da %81’i, Avusturalya’da nüfusun %68, Latin Amerika’da %66, Orta Doğu’da %65, Asya’da %50 ve Afrika’da ise %35 düzeylerinde ulaşım sağlayabilmektedir (internetworldstats.com, 2019). Son on senede internete ulaşım her ne kadar hız kazansa da dijital ayrışma devam etmektedir. Ulaşma ortalamalarından anlaşıldığı üzere bölgeler arasında internet ulaşımı ile ilgili çok fazla farklar görülmektedir. İnternete ulaşımı yalnızca alt yapının sayesinde ortaya çıkarabilecek bir olgu değildir. İnsanların bu erişime ulaşabilecekleri bilgisayar ya da akıllı telefon gibi bir teknolojik araçlarının bulunması ve bu aracı kullanabilecek bilgisayar okuryazarlığı bilgilerinin bulunması gerekmektedir.

### 3.2. DİJİTAL DİPLOMASİDE SOSYAL MEDYANIN KULLANIMI

Dijital diploması ve internet ulaşım seviyeleri ile ilgili bilgilerden sonra birçok yazarın dijital medyanın başlangıcı olarak gördüğü sosyal medyayı incelemek gerekmektedir. Sosyal medya, “kullanıcılara enformasyon, fikir, ilgi ve bilgi paylaşım fırsatı vererek iki taraflı etkileşim ortaya çıkaran çevrimiçi araçlar ve web siteleri için herkesin kullandığı bir kavramdır” (Sayımer, 2008: 123). 2001 senesinde Wikipedia çıkarıldığı zaman çok az kişi başarı sağlayacağını düşünmüştür fakat artık aylık 20 milyon başlık ve 400 milyon görüşmeci ile internetin temel bilgi kaynağı şeklinde kendini göstermektedir (Kaplan ve Laenlein, 2012: 101). Bu olay 2004 senesinde inşa edilmiş olan Facebook ve 2006 senesinde inşa edilen Twitter için de aynıdır. Sosyal medya internete ulaşımın olduğu her bölgede yaşamımızda olmuştur. Sosyal medya ya da web 2.0 bireylerin karşılıklı bilgi alışverişi yapmasını sağlayan ve kullanıcı merkezli olarak içerik ortaya koymaya izin veren uygulamalardır. Sosyal medya çok kapsamlı bir çerçevede uygulamaları barındırmaktadır. Mikro-bloglar (Twitter), oyunlar (WOW), sosyal ağlar (Facebook), fotoğraf paylaşımı (Instagram), video paylaşımı (Youtube), müzik (Spotify), yer paylaşımı (Foursquare), aktif mesajlaşma (WhatsApp), özel gruplar (Linkedin), görüş belirtme (Tripadvisor), blog (Tumblr) gibi çeşitleri mevcuttur. Bahsedilen bu uluslararası örnekler haricinde yalnızca bazı ülkelerde tercih edilen sosyal medya uygulamaları da bulunmaktadır. Mesela Rusya’da VKontakte; Çin’de QZone,ve QQ; Kanada ve Avusturalya’da Reddit gibi yalnızca bazı ülkelerde ya da bazı dile sahip bölgelerde tercih edilen sosyal medya uygulamaları mevcuttur.

Sosyal medyanın yasaklandığı ya da uluslararası olanlarının yasaklandığı ülkeler de vardır. Pakistan, Çin, Kuzey Kore, İran, Bangladeş, Vietnam gibi ülkeler Facebook, Twitter ve Youtube gibi sosyal medya uygulamalarına sansür getirmişlerdir. Sosyal medya uygulamaları içinde Facebook 2.3 milyar, Youtube, 1.9 milyar, WhatsApp 1.5 milyar, Facebook Messenger 1.3 milyar, Instagram 1 milyar ve Twitter 321 bin kullanıcıya sahiptir. Çin’in kendisinin olan sosyal medya uygulamaları ise We Chat (Facebook gibi) 1 milyar, QQ (Messenger gibi), QZone (blog) 500 bin, Douyin-TikTok (You Tube gibi) 500 bin, Sina Weibo (Twitter gibi) 450 bin takipçisi vardır (statisca.com, 2019). Çin’de mevcut uygulamalara üyelik için Çin kimlik numarası ya da Çin’de kayıtlı telefon numarası olmak zorundadır (Korkmaz ve Büyük, 2019: 38). Uygulamalar zamanla çeşitlenmekte ve yeni özellikler getirilerek birbirinin içine geçme meyili göstermektedir. Mesela Facebook bir sosyal ağ sitesi şeklinde incelenirken içerisinde video paylaşımı, yer paylaşımı,

fotoğraf/görsel paylaşımı ve ayrıca aktif mesajlaşma özelliği bulundurarak büyüme meyili göstermiştir. İnternet siteleri ve sosyal medya uygulamaları teşkilatların iletişim taktikleri yönünden birçok yarar getirmiştir. Etkileşim, içeriğin ilerletilebilir olması, eş vakitli iletişim, global erişim ve elde olan bütün iletişim malzemelerini bünyesinde bulundurabilmesi yeni medyanın özellikleri şeklinde belirtilmektedir (Bennett, 2004: 11-13). Teşkilatlar maliyetsiz bir kitle iletişim aracı elde etmişlerdir. Geleneksel yönden kitle iletişim araçlarında olmak için basın bülteni, basın toplantısı gibi teknikler tercih etmektedirler. İnternet siteleri ve sosyal medya uygulamaları teşkilatlara editörlerin ve gazetecilerin eşik nöbetini geçerek kamularına erişme imkânı sağlamaktadır. Saat, limit ve dil gibi sınırlılıkları yok etmektedir. Yeni medya özellikleri arasında hız da bulunmaktadır (Yamamoto, 2011: 144).

Acil zamanlarda, kriz ortamlarında hemen bilgi paylaşılabilir. Teşkilatlara reel iletişime benzer etkili iletişim imkânları tanımaktadır. Onlarla diyalog oluşturma, eleştirileri kavrama, teklifleri inceleme ve karşılıklı konuşma fırsatı ile fikir değiştirme imkânı elde etmişlerdir. Özellikle sosyal medya uygulamalarının internet sitelerine uyumlu hale gelmesiyle, blog, sosyal paylaşım siteleri ve mikro-blogların kullanımıyla teşkilatlar kamuların düşüncelerini anında öğrenme fırsatı yakalamışlardır. Diplomasinin bilgi toplama fonksiyonu geleneksel yönden, elçilikler, seçilmenler ve diplomatlar tarafından yapılmaktayken yeni dönemde sosyal ağlar, mikro-bloglar (1276 Dijital Diplomasi: Kamu Diplomasisi Çerçevesinden Avrupa Birliği Üye Ülkeleri ve Türkiye Dışişleri Bakanlıkları İnternet Uygulamaları) ve arama motorları bilgi elde etmenin en önemli yolu olmuştur (Hocking ve Melissen 2015: 44). Fakat sosyal medya devletler tarafından tehlikeler barındırmaktadır. Sosyal medya kişilere dünyanın çeşitli bölgelerinden ortak bir hedefe ilişkin teşkilatlanma ihtimali sunmaktadır, bu da devletlerin politikalarının eskiye oranla çok daha önde olmasına neden olmuştur. Yöresel bir mevzu küresel etkiye neden olabilmektedir. Mesela Japonya'nın Taiji şehrinde yunus avcılığı geleneksel şekilde her sene Eylül ayında gerçekleştirilirken, konu 2007 senesinde YouTube kanalında paylaşıldıktan sonra çok fazla tepki toplamış 'Yunus Katliamı' başlığında birçok paylaşım yapılmış ve ayrıca bununla alakalı çekilen belgesel film 'The Cove' 2010 senesinde en iyi belgesel film ödülünü kazanmıştır. Konu fazlasıyla tartışmaya açık bir başlık şeklinde bütün dünyada gündem olmuştur. Japonya, yunusların yenilmesi ve avlanılmasının kültürel bir durum olduğunu belirtse de, uluslararası kamuoyunda çok fazla tepki almıştır ve yunus avcılığına ilişkin yasal düzenleme istekleri hala mevcuttur (Euro News Youtube Kanalı, 2014).

Sosyal medyanın çoğu kişinin hiç bilmediği ve bilemeyeceği bir konuyu önümüze sunma becerisi bulunmaktadır. Dezenformasyon ve manipülasyon yapılarak sosyal medyada devletler aleyhinde bilgi kirliliği içeren saldırılar olmaktadır. Devletler bu saldırıları görmezden gelmek yerine, ilgili platformlarda mücadele yöntemleri geliştirerek kanıtlar ve cevaplar sunarak tedbirler almalıdır. Diğer taraftan bazı ülkelerin siyasal seçimleriyle alakalı savunulamaz eylemler içinde buldukları görülmektedir. Bu fiillerini korumak için dijital diplomasinin kullanıldığı gözlemlenmektedir. Aouragh, İsrail'in dijital diplomasisi eylemlerini değerlendirerek Hasbara adı verilen dijital diplomasi eylemlerinin gerçekte devletin kendisine ilişkin kınamaları kontrol altına almak amacıyla geliştirdiği ve photoshop uygulamalarıyla fotoğrafların değiştirilip paylaşıldığı reklam ya da psikolojik operasyonlara benzer bir faaliyet olduğunu belirtmektedir (Aouragh, 2016: 285). Aouragh bu uğraşların günümüz internet mecrasında “harika bir başarısızlık” ile sonuçlandığını makalesinde (Aouragh, 2016) detaylı bir biçimde anlatmaktadır. Bjol ve Jiang kamu diplomasisinde sosyal medyanın kullanımının üç önemli etki ortaya koyduğunu belirtmektedir. Bu etkiler gündem belirleme, varlık ortaya koyma ve konuşma olarak belirtilmektedir. Sosyal medya dijital diplomasinin dış politika hedeflerine erişmek için yabancı ülke kamuoyunu etkisi altına alma çabası şeklinde ele alınmaktadır. Gündem tercihi ilk olarak ne çeşit paylaşımların bilgilendirme ve etkileme amacıyla kullanılacağı belirlenmektedir. Varlık ortaya koyma faaliyetinde ise alakası bulunan kamulara erişmek için doğru malzemelerin seçimi yapılmaktadır. Son olarak da konuşma başlığında etkiyi sağlamak için tek taraflı bilgi paylaşımı ile iki taraflı iletişime ilişkin konuşma durumu arasında tercih yapılmaktadır (Bjol ve Jiang, 2015: 74-75).

Sosyal medya belli başlı konuları ön plana çıkararak kamuoyunun gündemine getirme becerisine sahiptir. Kullanımının kolay olması ve hızı sosyal medyayı önemli bir duruma getirmiştir. Sosyal medyanın ikinci görevi varlık ortaya koyma-genişleme şeklinde belirtilmiştir. Bu sık tercih edilen sosyal medya platformlarında aktif olma demektir. Yalnızca o ortamda olmak da yeterli kalmamakta, ülkelerin hedeflediği kamuları tarafından anlaşılma için uğraşmaları gerekmektedir. Bu yüzden devletlerin açtıkları hesaplarda erişmek istedikleri kamunun dilinde paylaşımlarda bulunması ve o ülkede en sık tercih edilen sosyal medya araçlarında bulunmaları gerekmektedir. Sosyal medyada gerçekleştirilen paylaşımların yeniden paylaşılması, mesajın genişlemesi şeklinde yorumlanmaktadır. Böylece mesaj sadece hesabın takipçilerine değil daha fazla kişiye ulaşabilmektedir (Bjola ve Holmes, 2015: 208). Üçüncü başlık konuşma-geliştirme

şeklindedir. Sosyal medya ve etkileşim içeren özellikleri, sürekli bir iletişimin diplomatlar ve yabancı kamular arasında kurulmasını mümkün kılmaktadır (Bjola ve Holmes, 2015: 207). Kamu diplomasisinin çağımızda kabul edilen yönelimi iletişimin monolog değil diyalog biçiminde gerçekleşmesidir. Bunun için iki taraflı ya da çok taraflı iletişim ile katılım sağlanmaktadır. Bu şekilde diplomatların yanlış iletişimleri düzenleme ve karşılıklı anlayışı sağlama imkânı ortaya çıkmaktadır. Süreç, paylaşım yapma, yapılan yorumlarla geri dönüt alma, bunlara yeniden yorum yapma şeklinde olduğunda bu konuşma durumuna ne kadar çok kişi katılırsa konuşmanın daha etkili olduğu görülmektedir. Sosyal medya konuşmaya katkı sağladığı şekilde en etkin haliyle kullanılabilir (Rahaghi, 2011: 187).

### **3.2.1. Facebook**

Kişilerin birbirleriyle tanıştığı, etkileşim kurduğu, fotoğraflarını, videolarını ve diğer bilgilerini değiş tokuş ettiği, genellikle arkadaşlarla, ailelerle, aynı işi yapanlarla, öğrencilerle, hobicilerle, girişimcilerle ve sosyal ağ içinde sayısız diğer kişilerle bağlantı sağladığı çevrimiçi bir toplum olan Facebook (Gunter, 2009: 5) Şubat 2004'te Mark Zuckerberg tarafından The Facebook adıyla (Levy, 2010: 5) Harvard Üniversitesi öğrencilerine yönelik bir ağ olarak başlatıldı (Gunter, 2009: 7). Facebook'un başlangıç amacı üniversite öğrencileri için bir sosyal ağ olmaktı ve eskiden bu sisteme giriş yapmak için "edu" uzantılı bir e-posta adresi gerektirmekteydi (Zarella ve Zarella, 2011: 13). Kurulduktan bir ay sonra Mart 2004'te Zuckerberg, Stanford, Yale ve Columbia'ya erişimi genişletti. Facebook 2006'ta herkesin kullanımına açıldı (Levy, 2010: 7-8).

Dünyanın en büyük ve en çok bilinen markalarının yatırım yaptığı Facebook (Zarella ve Zarella, 2011: 1) şehirlerdeki, bölgelerdeki, işteki, okuldaki, evdeki, yurt dışındaki ve bunun gibi yerlerdeki insanları birbirine bağlamaktadır (Gunter, 2009: 5). 2020 yılında dünyanın en değerli şirketleri arasında 70,3 milyar dolar marka değeriyle, Coca-Cola, Samsung, McDonald's gibi şirketleri geride bırakarak beşinci sırada yer alan Facebook'un (forbes.com, 2020) bahsi geçen senenin üçüncü çeyreği itibariyle günlük aktif kullanıcı sayısının 1.82 milyar kişi olduğu rapor edilmiş durumdadır. Aylık olarak ise 2.7 milyar aktif kullanıcıya sahip olmakla birlikte, aylık ziyaretlerin %45'ini ABD oluşturmaktadır (Clement, 2020).

Bu gibi yüksek sayıda kullanıcıya sahip olan Facebook bireysel olarak, kişinin sahip olduğu arkadaşlarla ya da talep edilen izinle beraber, bütün Facebook âlemiyle

ürettiği gönderileri (yazı, fotoğraf, video, gif, ses, web sitesi linki vb.) paylaşmaya, bahsi geçen gönderi üzerinden etkileşim kurmaya olanak tanımakla birlikte, belirli odak konu üzerine kurulmuş olan topluluklara katılmaya, onlarla görüş alışverişi yapmaya imkân vermektedir. Ayrıca, Facebook'un Messenger uygulaması ile birlikte tanıdıklarla veya başka kişilerle mesajlaşılabilen, kamera ile görüntülü konuşulabilen, dosya gönderilip alınabilmektedir. Diğer taraftan kurumsal olarak, Facebook kullanılmakta, kurumlar müşterilere, paydaşlara, kamuoyuna, hükümet yetkililerine bu mecra sayesinde ulaşabilmekte, onlarla ilişki kurabilmektedir. Buna ek olarak, dünyanın neredeyse yarısının Facebook'ta olduğu düşünülürse, dijital diplomasi adına eşsiz fırsatlar sunduğundan dolayı, yabancı kamuları hedefleyen, ilk önce zihni değişimler arzulayan, isteklerin gerçekleşmesiyle bu durumun hareketlere yansımaları bekleyen pratisyenler tarafından kullanılmaktadır.

### **3.2.2. Twitter**

Twitter, sosyal medya için önemli bir öğedir ve siyasal iletişimde önemi gün geçtikçe artmaktadır. Bununla birlikte internet ve telefonla birlikte bilgisayar teknolojisinin dönüşümü tarafından şekil alan medya düzeninin önemli bir elemanıdır. Twitter, özellikle gazeteciler ve siyasetçiler gibi ilk elden haber yapan politik oyuncular için önemlidir. Teknolojideki ilerlemeler ile Twitter web sitesinde artık resim ve filmler paylaşılabilir. Bununla birlikte güncel işleyen bir ağ sisteminde bulunan Twitter, bilgi alışverişi sağlamayı ve başka kullanıcılarla bağlantı sağlamayı, mühim haberlerin hızlı bir biçimde yayınlanmasını sağladığı gibi, YouTube ve Facebook gibi karışık platformlara bağlanılmasına da imkân tanımaktadır (Lakomy, 2014, s. 1).

Twitter'ın en önemli işlevi, özet biçiminde özlü içeriği ile hızlı akışa sahip olmasıdır; bu şekilde kullanıcılar takip ettikleri diğer bir kullanıcı hakkında güncel yayınlanan bütün bilgiye erişim sağlayabilmektedirler. Bu durum da Twitter'ı, önemi büyük, öz ve net haberi direkt kaynağından elde etmek için tercih eden siyasetçilerin takipçileri olan gazetecilere, yararı olan bir gelişme olmuştur. Bundan sonra siyaset alanındaki oyuncular içişleri ve dışişlerindeki durumlara hemen karşılık vermelerine olanak verecek bir araçları olacakken, gazeteciler de pek çok siyasetçiyi bir arada takibe alabilmektedir. Bu teknik, Twitter'ın yanıt verebilirlik, bir diğer ifade ile ileten ve büyük dinleyici yığını için önemli olan bilgiyi toplumla direkt olarak paylaşma becerisidir.

Sandre (2013, s. 1), Twitter'ın, en hızlı ilerleyen sosyal medya çeşidi olmakla yetinmeyip, bununla birlikte dünyanın çeşitli bölgelerindeki pek çok büyükelçi için dijital diplomasiye dönüş aracı olduğunu belirtmektedir.

Twitter'ın dış politikaya getirdiği en önemli değişiklik ulusal ya da politik konuma bakılmadan süzgeçten geçirilmemiş bilgi ve dünya genelinde etkileşime çok fazla erişim sağlayabilmesidir. Bununla birlikte, ilerlemekte olan dünyada cep telefonu kullanan kişi sayısının çoğalması da bilgi paylaşımını demokratikleştirmektedir. Bu şekilde yurttaşlar ve sivil toplum, politikacılarca yapılan açıklamalardan ötürü hükümetleri sorumlu tutabilmekte, eleştirebilmektedir (Schwarzenbach, 2015, s. 1). Twitter, diyalog oluşturma özelliği kamu diplomasisinde olması gereken iki taraflı katılım ve kısa bir vakit kaybederek iletişim kurma yönünden diplomatlar için önemli bir mecra olmuştur (Yepsen, 2012, s. 14).

Buna ek olarak, Twitter'da birçok farklı formatta gönderiler oluşturulabilmektedir. '280 karakterli mesajlar tasarlanabilmekte (help.twitter.com, 2020a), günlük 2400 tweet atılabilmekte (help.twitter.com, 2020b), gönderi içine 4 fotoğraf, bir gif ya da bir video eklenebilmektedir (help.twitter.com, 2020a). Bu gibi niteliklere sahip olan bahsi geçen mecra, 2019 yılında aylık 330 milyon, günlük ise 195 milyon kullanıcıya sahiptir. Söz konusu kullanıcılar her gün yarım milyar tweet göndermekte, bu saniye başına 5,787 tweete denk gelmektedir. Ayrıca, kabaca 500 milyon insanın Twitter'a bir hesabı olmaksızın her ay eriştiği düşünülmektedir (Lin, 2020). Her ne kadar platform içinde yer alan ya da üyeliksiz olarak mecrada bulunan kişi sayısı çok olmasa bile, Twitter ünlü kişilerin, siyasi liderlerin, kurumsal firmaların ve bireysel kullanıcıların yer aldığı dünya çapında bir sosyal medya mecrasıdır. Bilhassa, kurumsal yapılar için ve kamusal alanda etkin olan kişilerin yer alma arzusunun bulunduğu bir ortam şeklinde ifade edilebilen Twitter dijital diplomasi adına da yararlanılan online ağlar içinde ön sıralardadır.

Örneğin ilk Twitter hesabını oluşturan büyükelçi, ABD Meksika Büyükelçisi olmuş ve bu dönemden sonra dijital diplomasi devletlerarası ilişkilerde ve kamu diplomasisinde önemli bir durum haline gelmesi yaşanan ciddi olaylarla kendini göstermiştir. Bu önemli durumlar 2010 senesi Arap Baharı ve 2011 Occupy Hareketi olmuştur (Wilson & Corey, 2012: 350; Wichowski, 2015: 66 ). Bu yönden sosyal medya ile oluşan dijital diplomasi yaşamımıza dâhil oluşunun dönüm noktası 2010 senesidir. Arap Baharı ve Occupy Hareketinde dünya genelinde protestoların meydana gelebilmesinde sosyal medyanın insanları birleştiren gücünün etkisi büyüktür. İlk olarak Anonymous olmak üzere çeşitli hacker grupları insanların teşkilatlanmasında önderlik etmişlerdir (Wichowski, 2015: 66).

Arap ülkelerindeki bu protesto hareketlerinin internette aksaklığa sebebiyet vermemesi ve ulusal hükümetin interneti kesmemesi için örneğin, ABD ve küresel teknoloji şirketleri dışarıdan müdahalelerde bulunmuşlardır. 2009 senesinde Arap ülkelerindeki toplumun düşüncesini ölçmekle görevlendirilen ABD Dışişleri Bakanlığı kapsamındaki “digital outreach team” bu dönemde önemli bir görev yürütmüştür (Khatib et.al, 2012: 453-472). 2010 reform hareketlerinin tetikleyicisi ise Twitter üzerinden #egypt gibi hashtaglar paylaşarak insanların teşkilatlanmasının sağlanması olmuştur (Polat, 2011: 30-33). Protestoların çoğalması ve internet kesintisi başlaması ile ABD bu kez merkezless interneti hedefleyen projeleri desteklemiş, Google ve Yahoo ile anlaşma yapmıştır. Internet-in-a-Suitcase ile, yani merkeze bağlı olmayan internet bağlantısı ile, bu Arap ülkelerine internet verilmeye çalışılmıştır (Forbes, 2012 ). Bu şekilde sosyal medyanın uluslararası iletişimde etkisi ortaya çıkmış, dijital diplomasi üzerine odaklanan devlet politikaları öne çıkmıştır.

#### ABD Resmi Kurumsal Hesapların Etki Ölçümleri

15 Ocak 2022

	Beyaz Saray <a href="#">@WhiteHouse</a>	Dışişleri Bakanlığı <a href="#">@StateDept</a>	Savunma Bakanlığı <a href="#">@DeptofDefense</a>
<b>Takipçi sayısı</b>	6.882.538	6.311.091	6.473.984
<b>Gün başına atılan ortalama <u>tweet</u> sayısı</b>	28.42	12.05	10.43
<b>Çekilebilen <u>tweetlerin</u> sayısı</b>	3200	3200	3200
<b><u>Tweetlerinin</u> RT yapılma oranı</b>	%34,0	%36,78	%48,5
<b>Alınan toplam RT sayısı</b>	<a href="#">3.102.194</a>	327,326	377,613
<b><u>Tweetlerinin</u> beğenilme oranı</b>	%34,0	%36,8	%48,6
<b>Alınan toplam beğeni sayısı</b>	<a href="#">11.026.366</a>	782,528	<a href="#">1.287.732</a>
<b><u>Tweet</u> başına alınan ortalama RT sayısı</b>	2,848.66	278.10	243.46
<b><u>Tweet</u> başına alınan ortalama beğeni sayısı</b>	10,125.22	664.85	878.66

	Cumhurbaşkanlığı @tcbestepe	Dışişleri Bakanlığı @TC_Disisleri	Milli Savunma Bakanlığı @tcsavunma
Takipçi sayısı	8.886.597	1.615.204	2.379.617
Gün başına atılan ortalama tweet sayısı	5.19	4.03	3.37
Çekilebilen tweetlerin sayısı	3200	3199	3200
Tweetlerinin RT yapılma oranı	%93,16	%45,67	%93,41
Alınan toplam RT sayısı	<u>2.811.574</u>	85,723	965,538
Tweetlerinin beğenilme oranı	%93,16	%45,73	%93,41
Alınan toplam beğeni sayısı	<u>12.394.262</u>	85,723	<u>5.650.344</u>
Tweet başına alınan ortalama RT sayısı	943.16	58.67	323.03
Tweet başına alınan ortalama beğeni sayısı	4,157.75	131.85	1,890.38

### 3.2.3. Instagram

Sosyal medya mecraları arasında son zamanların en rağbet gören uygulamalarından olan (Sepetci, 2017: 93), kullanıcılarına deneyimledikleri anın resmini ya da videosunu çekmek suretiyle söz konusu imajları çeşitli filtreler aracılığıyla manipüle eden, efektlerle tasarlayıp çözünürlüklerini değiştirebilen (Sabuncuoğlu ve Gülay, 2016: 108) Instagram Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından San Francisco’da geliştirildi. İlk versiyon 6 Ekim 2010’da hayata geçti (Patel, 2014). Fotoğraflara beğenme, yorum yapma ve etkileşim oluşturma gibi nitelikleriyle Instagram (Atasoy, 2018: 30) 3 Nisan 2012 tarihinde Androidler için kullanılır oldu. Doğru yönetimin en büyük adımlarından biri olan bahsi geçen gelişme akabinde 9 Nisan 2012’de Facebook onu yaklaşık 1 milyar dolara satın aldı (Patel, 2014).

2017 senesine geldiğinde ise Instagram hikaye (story) olanağı sunmasıyla birlikte, resim ve de video gönderilerini takipçilere aktarabilme yetisine sahip oldu (Atasoy, 2018: 26). Buna ek olarak, bahsi geçen mecra sadece görüntü üzerine kurgulanan bir yapıda bulunmamakta, ayrıca mesaj gönderme ve alma gibi fonksiyonları da bünyesinde barındırmaktadır. ‘Sosyal ağ olarak asimetrik bir yapıda bulunan (örneğin A kullanıcısı B’yi takip ediyorsa, B’nin de A’yı takip etmesi gerekmez)’ (Hu vd., 2014: 596), gençler arasında oldukça popüler olan (Sepetci, 2017: 101) Instagram yalnızca kişisel olarak değil, kurumsal olarak da yararlanılan ortamlar arasında yer almaktadır. Bilhassa, influencer (etkileyici) şeklinde tabir edilen kişilerin Instagram gibi ağları kullanması, dolayısıyla söz konusu

etkileyicilerin farklı mutabakatlarla beraber çeşitli oluşumlarla yaptıkları anlaşmalar neticesinde takipçilerinin davranışlarını ya da satın almalarını dönüştürücü yönde hareketleri, anılan mecranın etkili olduğunun göstergeleri şeklinde yorumlanabilmektedir.

Öte yandan, Instagram'ın sosyal hayatta iş gören birçok unsur için göz ardı edilemeyecek düzeyde bir platform olduğu gerçeği onun kullanıcı sayılarından da ileri gelmektedir. Bu kapsamda, '2018 yılında Instagram'ın aktif kullanıcı sayısı 1 milyara ulaşmış durumdadır. Aynı tarihlerde, anılan platformu 500 milyondan fazla kişi günlük olarak kullanmaktaydı ve hesap sahipleri her gün 53 dakika ilgili ortamda zaman harcamaktaydı (Mohsin, 2020b). Dolayısıyla, görsellikten yola çıkarak sunduğu özellikleriyle ve sahip olduğu kullanıcı sayılarıyla Instagram dijital diplomasinin kullandığı araçlar içerisinde önemli bir konumda bulunmaktadır. Özellikle, dünyanın farklı lokasyonlarında ikamet eden kişilerin ilgili platformda yer alması, dijital diplomatların bir araçla onlara ulaşması manasına gelmekte ve bu durum onlar adına işlevsel olmaktadır.

### **3.3. SOSYAL MEDYA ARAÇLARININ DİJİTAL DİPLOMASİDEKİ ETKİLERİ**

Çağımız dünyasında dünya liderleri ve diplomatlar sosyal medyayı ve daha çok Twitter'ı, kamuyu etkilemek, iletişime geçmek istedikleri vatandaşlar ile direkt iletişim kurmak için tercih ederken diplomatik faaliyetlere internet araçları ile daha çok destek sağlanmaktadır. Günümüzde internet, devletler açısından eşi benzeri olmayan bir diplomatik araç olmuştur; bu şekilde devletler internetin hedefe uygun kullanımı sayesinde sadece değişik konulardaki tavırlarını değil bununla birlikte düşüncelerini dünya genelinde tanıtma fırsatını yakalamışlardır (Christodoulides, 2005, s. 2). Bu şekilde bir fonksiyon doğru kullanıldığında bir büyükelçilik ve sonucunda temsil ettiği devlet, büyükelçinin görevde bulunduğu ülkede olumlu görünüş ortaya konulmasına destek sağlamaktadır. İnternette bilgi araştırması yapan, e-posta aracılığıyla çalışma arkadaşları ile iletişim kuran, elektronik mecrada tasarı metinleri üzerinde görüşmeler yapan diplomatlar, bununla birlikte sosyal medya platformlarını gittikçe çoğalan bir biçimde etkili şekilde kullanmaktadırlar.

Facebook ve Twitter gibi sosyal medya platformları diplomasie ciddi bir gerçek zaman ölçüsü dâhil ederek iletişimi çok hızlı ve genel olarak daha az problemlili duruma taşımıştır (Adesina, 2017, s. 8). İletişimde ortaya çıkan hızlı değişikliklerden ötürü diplomasie her daim kendi ortamının belirli iletişim şekillerine uyum sağlamak ve değişmek

mecburiyetindedir. Hocking ve Melissen (2016, s. 1) NATO Public Diplomacy Forum'da sundukları bildiride sosyal medyanın Twitter'da takipçi sayılarına göre sıralama yapılan siyasi liderler tarafından tanıtım hedefleri için tercih edildiğini ve aslında belirli politikalara destek vermek amacıyla ve daha geniş kapsamda görüşme, bilgi toplama ve yurtdışındaki yurttaşlara konsolosluk hizmeti sunulması şeklinde önemli diplomasi ve dışişleri bakanlığı fonksiyonlarında da yine sosyal medyadan yararlanılabileceğini belirtmektedirler. Bunun karşılığında hükümetler de dışişleri bakanlıklarında ve dünyanın çeşitli bölgelerindeki büyükelçiliklerinde dijital diplomasi uygulamaları gerçekleştirmektedir. Bu şekilde ülkeler sosyal medya hesapları yolu ile kendilerini ziyaret edenlerle etkileşim kurup onlara dış politika mesajlarını, tarih ve kültürlerini, erdemlerini ve geleneklerini göstermek için diyalog kanalları kurmaktadır (Manor ve Segev, 2015, ss. 14 – 47). Park ve Lim (2014, s. 72).

Bu ülkeler sosyal medya platformlarının Güney Kore ve Japonya'da vatandaşların katılım sayısını çoğaltmak için kullanıldığını, Geybullayeva (2012, s. 176) Dağlık Karabağ'daki pozitif değişimin çift taraflı diplomatik girişimler aracılığıyla isteklendirilmesinde sosyal medyanın etkin bir öge olduğunu belirtmektedirler. Sosyal medya coğrafi, kültürel ve dilsel kısıtlamaları yok ederek kişiler arasında bilgi ulaşımının eşit biçimde olmasını sağlamaktadır. Bundan sonra sosyal medya sayesinde uluslararası etkileşim birkaç 'fare tıklanması eylemiyle' kolayca yapılabilmektedir. Kamerası bulunan her çeşit cep telefonu veya dizüstü bilgisayar küresel toplumları etki altına almakta ve bilgilendirmekte tercih edilmektedir (Armstrong, 2009, s. 1).

Dijital dünyada yapılan diplomasi etkinliklerinin bazı zamanlar kendi krizlerini ortaya çıkarabileceği de göz ardı edilmemelidir. 30 Ekim 2020'de olan İzmir depreminin sonrasında Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın sosyal medya hesabından, Türkiye'ye geçmiş olsun mesajı gönderen ülkelere, ulusal bayraklarını ekleyerek teşekkür mesajı yayınlanmıştır. Paylaşımların birinde Tayvan'a da teşekkür edilmesinin sonrasında, bu paylaşım kaldırılarak Tayvan bayrağı olmayan biçimde yeni bir görsel paylaşımıştır (BBC İnternet Sitesi). Bu olayda, Çin'in Tayvan bayrağına tepkili olması nedeniyle paylaşımın kaldırıldığı düşüncesi ortaya çıkmıştır (Karagül ve Baştan, 2021).

Alan yazında daha çok bilgi bulunmayan fakat dışişleri bakanlıklarının üzerinde çalışma yaptığı bilinen Veri Diplomasisi (datadiplomacy) ileride büyük verinin (big data) diplomasiyi ne şekilde dönüştüreceği ve diplomasiye ne şekilde destek olacağı konusu da teknoloji şirketleri ile devletlerarasında görüşülecek konular arasındadır. Dye'a göre Veri Diplomasisi; veri biliminden gelen görüşlerin ve uygulamaların, sosyal bilimler, uluslararası

ilişkiler ve diplomatik görüşmelerin bütünleştirilmesi ve bazı zamanlarda ilişkilerin kolaylaşması amacıyla diplomatik araç ortaya koyan bir yapı olarak görülmektedir (Jacobson and Höne and Kurbalija, 2018). Dışişleri bakanlıklarının bazıları günümüzde önemli iletişim için şubeler oluşturarak konuyla ilgili çalışmalar yapmaktadır.

Görev yaptığı dönemde sosyal medyayı aktif olarak kullanan İngiltere'nin Türkiye Eski Büyükelçisi Richard Moore'un sosyal medya kullanımı, bununla ilgili verilebilecek örnekler arasındadır. Türkçe öğrenmiş ve Twitter'ı Türkçe şeklinde de kullanan büyükelçi, daha çok İngiltere'ye eleştiri yapan insanlara verdiği cevaplarla ve Beşiktaş'a karşı olan sempati ile Türk vatandaşlarla iletişim içerisinde görevini devam ettirerek yeni kamu diplomasisinde olumlu bir profil ortaya koymuştur.

İngiltere'nin 2014-2018 senelerinde Mısır Büyükelçiliği görevini yapan John Casson yeni kamu diplomasisi kullanan diplomat profili için yeterli bir örnektir. 1.2 milyonu aşkın takipçisi bulunan büyükelçi Casson'un 250 bini aşkın takipçisi Mısırlı olup Mısırlı takipçileriyle Arapça tweetler paylaşarak gıda ve futbol konularından etkileşimler kurmayı başarmıştır (Casson, 2022). Fransa Cumhurbaşkanı Emmanuel Macron, Türkiye ile ilişkilerin bozulduğu zamanda Türkçe tweet paylaşarak (Macron, 2022), Türk vatandaşlarına direkt mesaj gönderebilmiştir. Önderlerin Twitter'ı etkin biçimde kullanmaları da bir diğer dijital diplomasi örneğidir. Bazı önderler sosyal medya uygulamalarını diplomasi eylemi için aktif şekilde kullanabilirken, bazı önderler bunu yapmayabilmektedir.

Önderler iç politikada, seçmenlerini birleştirmek, parti reklamlarını yapmak, politikalarını vatandaşlara iletmek gibi amaçlarla sosyal medyayı aktif biçimde kullanırken, dış politikada, öteki ülke önderlerine mesajlarını göndermek, politikalarını uluslararası aktörlere iletmek, uluslararası alanda ortaya çıkan durumlarda ülkelerinin vaziyetlerini takipçilerine göndermek gibi nedenlerle sosyal medyayı aktif şekilde kullanmaktadır.

ABD Başkanı Donald Trump sosyal medyayı daha aktif kullanan önderler arasındadır. Trump iç kamuoyuna ve uluslararası kamuoyu ile önderlere mesaj iletmek amacıyla Twitter'ı etkin biçimde kullanmıştır. Tweetlerin muhatapları ve kamuoyları devlet başkanına uygun olmayan bir üslupta olduğu söylene de Trump, tweetlerinde manipülasyon yaparak menfaatlerine göre muhataplarını yönlendirmeyi hedeflemiştir. Trump bununla birlikte Twitter'ı dış politika enstrümanlarından biri durumuna taşımıştır.

ABD'nin geleneksel dostlarından şikayetçi olurken otoriter önderleri çok kez övmüştür. 300 milyar dolarlık Çin mahsullerine ek gümrük vergilerinden, Türkiye'nin

Suriye'nin kuzeyinde gerçekleştirdiği operasyona, Kuzey Kore önderine nükleer silahlar ile ilgili paylaştığı mesajdan, İran ile ilgili paylaştığı mesajlara kadar (NY Times, 2022), geniş bir çapta dış politika hakkındaki yönlendirmeleri Twitter yoluyla gerçekleştirmiştir. Mesela, Türkiye'nin Suriye'nin kuzeyinde sürdürdüğü operasyon hakkında paylaştığı ve Türkiye'nin ekonomisine yönelik tehdit içeren tweet (Euro News, 2022) ile Trump, ayrıca pazarlara mesaj vererek Türkiye'nin ekonomisini bir anda zarara uğratabilmiştir.

Türkiye ile Yunanistan ilişkilerinin çalkantılı olduğu bir zamanda, İzmir de olan depremin sonrasında Yunanistan Başbakanı ve Yunanistan Dışişleri Bakanlığı Türkiye'ye destek mesajlarını twitter yoluyla göndermiştir. Benzer biçimde Türkiye tarafı da mesajlara ve iyi dileklere yanıt paylaşmıştır (Euro News, 2022). Yalnızca devlet ve hükümet liderlerinin değil, büyükelçiliklerin de bazı zamanlar ülkeler arasındaki gerginliği Twitter'dan devam ettirebildiği görülmektedir.

12 Şubat 2020 tarihinde saat 15.33'te ABD Ankara Büyükelçiliğin twitter hesabından yayınladığı videolu tweet'de, "Amerika Birleşik Devletleri, Esad sisteminin, Rusya'nın, İran'ın ve Hizbullah'ın İdlid'e yaptığı saldırılarını ayıplamaktadır" (US Embassy Turkey, 2022) mesajı paylaşılmıştır. Bu mesaj sonrasında Rusya'nın Ankara Büyükelçiliği, aynı gün saat 20.26'da Twitter hesabından ABD Dışişleri Bakanı Pompeo'nun konu hakkında ki paylaşımının yanına Anadolu Ajansı'nın, ABD Savunma Bakanlığı'nın YPG/PKK için bütçe isteğinde bulunduğunu belirten haberini "Takdiri size bırakıyoruz" (RusEmbassy Turkey, 2022) şeklinde yayınlamıştır.

Herhangi bir ülkenin Dışişleri Bakanı, başka bir ülkenin Dışişleri Bakanını takip edip onun ismini etiketleyerek paylaşımlarda bulunabilmekte, onun paylaştığı bir cümleye anında cevap verebilmekte, ona tepki gösterebilmekte ya da teşekkür edebilmektedir. Bir devlet yetkilisinin başka bir devletle ilgili olumlu ya da olumsuz paylaşımlarda bulunması iki devlet ilişkilerini etkileyebilmekte, her paylaşımın kültürel, siyasi, askeri veya ekonomik sonuçları olabilmektedir.

Yahut herhangi bir ülkenin resmi kurum veya kuruluşu adına açılan sosyal medya hesaplarından başka bir ülke hakkında o ülkenin dili kullanılarak paylaşımlarda bulunulabilmektedir. Özellikle ülkelerin yumuşak diplomasi uygulayıcıları olan kuruluşların yayınladığı açıklamalar yahut herhangi bir ülkede bulunan başka bir ülkenin büyükelçiliğine ait sosyal medya hesaplarının yaptıkları paylaşımlar buna örnek olarak gösterilebilir. Dijital diplomasinin uygulanmasındaki amaç tıpkı diplomasinin ana amacında olduğu gibi taraflarla

insani barışçıl ilişkiler kurmaktır. Ancak dijital medyada bazen bu amaçla yapılan açıklamalar ya da paylaşımlar ters etki gösterebilmekte, insanları, ülkeleri, devlet ilişkilerini olumsuz yönde etkileyebilmektedir (Başlar, 2013).

Barışçıl insani ilişkiler kurmak amacıyla gerçekleştirilmesi gereken dijital diplomasinin olumlu ve olumsuz sonuçları bulunmaktadır. İyi niyetli çaba ve çalışmalar, faaliyet ve paylaşımlar, istenildiğinde daha olumlu sonuçlar doğurabileceği gibi öngörülmeven olumsuz sonuçlar da ortaya çıkarabilir. Duruma, zamana ve hedef kitlenin yapısına göre bununla ilgili örnekler çoğaltılabilir. Bunlardan bazıları benzerleri gerçekleşmiş olan aşağıdaki olumlu ve olumsuz sonuçlar doğurabilecek örnek davranış ve sonuçlar olabilir (Kruckeberg & Vujnovic, 2005: 296-304):

- Yumuşak güç diplomasisinin etkin bir şekilde uygulanmasını sağlayarak, bir ülkenin başka bir ülke halkı için yaptığı çalışmaları anlatabilmesi.
- Dünya gündeminde olan olumsuz bir olayın olumlu hale dönebilmesi için herhangi bir ülkenin veya kurumunun ortaya koyduğu çalışmaların kamuoyuna anında iletilmesi sağlanarak imaj çalışması yapılabilir. Herhangi bir devletin ya da devlet yetkilisinin, dünyanın herhangi bölgesinde gerçekleşen felakete yardım gönderildiğini, müdahale edildiğini açıklaması gibi.
- İki ülke ve taraf arasındaki diplomatik krizin yumuşatılabilmesi için gecikmeden ve ağır sonuçlar doğmadan açıklamalar yapılabilir. Sözgelimi, Rus büyükelçi Karlov suikastından sonra Türk Devlet yetkilileri sosyal medyadan üzüntülerini belirten açıklamalar yaparak (Hurriyet.com.tr, 2016) karşı tarafın tepkisinin yumuşatılmasını sağlamıştı.
- Dünya kamuoyunun tepkisini çeken bir terör örgütü veya tehlikeli olaya karşı yapılan kınayıcı açıklamalar, yapılan etkin müdahaleler anlatılarak uluslararası itibar kazanılabilir.

Dijital diplomasinin, yukarıdaki örneklerde anlatıldığı üzere olumlu sonuçları olabileceği gibi aşağıdaki örneklerde anlatıldığı gibi olumsuz sonuçları da olabilir.

- Herhangi bir devlet yetkilisinin başka bir ülkenin veya aidiyetin hassas olduğu bir konuda yanlış anlaşılabilir paylaşımlar yapması iki ülke arasında veya farklı ülkeler arasında krizlerin ortaya çıkmasına neden olabilir. Sözgelimi bazı Avusturyalı ırkçı devlet yetkililerinin İslamiyet ve Müslümanlarla ilgili yaptıkları paylaşımlar, halkı

Müslüman olan ülkelerin tepkisini çekmiş, sosyal medyadaki tepkiler devlet ilişkilerine de yansımıştır.

- Sahte kullanıcı adları ile açılan sosyal medya hesaplarının bir devlet hakkında olumsuz propaganda ve iftira içeren paylaşımlar yapması, herhangi bir uluslararası sorunda bir devletin haklıyken haksızmış gibi görünmesine, yalnız kalmasına neden olabilir. Bazı terör örgütlerinin kendilerine yapılan müdahaleleri, bu tür propaganda yöntemlerini kullanarak manipüle etmeleri bu duruma örnek olarak verilebilir.

- Herhangi farklı bir ülke vatandaşlarına jest yapmak amaçlı paylaşımlar yapılırken, o ülkeye hasım olan başka bir ülkenin vatandaşları incitilebilir. Sözelimi, bir ülkenin kuruluş yıldönümü kutlanırken, o ülkenin hasmı olan ülke tepki gösterebilir. Bu da diplomatik olarak sorunlar doğurabilir.

- Tüm dünyayı ilgilendiren bir konuda bir devlet başkanının veya devletin sonuçları ağır olabilecek paylaşımlarda bulunması ya da uluslararası finans kuruluşlarının ekonomi ile alakalı yaptıkları olumsuz açıklamalar farklı ülke ekonomilerinde olumsuz sonuçlar doğurabilir.

Tüm bu örnekler dışında, gerçekleşmiş olumsuz ve olumlu sonuçları olan başka somut olaylar da bulunmaktadır.

- Amerikan Başkanı Donald Trump'ın açıklamalarını sosyal medyadan yapması ve kullandığı üslup kendi ülkesinde ve başka ülkelerde tepki çekebilmektedir. ABD Büyükelçiliği'ni Kudüs'e taşıyacağı ile ilgili tek taraflı ve uluslararası kamuoyunda tepki çeken açıklamaları hem İslam ülkelerinin hem de uluslararası toplumun tepkisini çekmiştir.



**Donald J. Trump**   
@realDonaldTrump

Following 




Best wishes to Prime Minister [@Netanyahu](#) and all of the people of Israel on the 70th Anniversary of your Great Independence. We have no better friends anywhere. Looking forward to moving our Embassy to Jerusalem next month!

9:30 AM - 18 Apr 2018

21,165 Retweets 87,665 Likes



 9.7K

 21K



 88K



- Amerika Birleşik Devletleri donanmasına ait sosyal medya hesabında, kapak fotoğrafı olarak Amerikan Donanmasının İstanbul Boğazına silah doğrulturken çekilmiş bir fotoğrafı kullanması (NTV İnternet Sitesi, 2018) ve kuruluş yıldönümlerinde bu fotoğrafı paylaşmaları Türk Kamuoyunun tepkisine neden olmuş ve ilişkilerin gerginleşmesine neden olmuştur.

- Suudi gazeteci Cemal Kaşıkçı'nın İstanbul'da öldürülmesi ile ilgili olayın aydınlatılması çalışmasında farklı devlet ve uluslararası yapı temsilcilerinin açıklamaları baskı unsuru olmuş ve Suudi Arabistan yönetimi konuyla ilgili açıklamalar yapmak zorunda kalmıştır. Suudi Arabistan, aleyhindeki olumsuz algıyı kırmak için Sosyal Medya fenomenlerini kullanarak (Euronews, 2019) ülkenin itibarını yeniden arttırma girişimlerinde bulunmuştur.

- Venezüela Devlet Başkanı Nicolás Maduro'nun bir Türk dizisine hayran olduğunu açıklaması, Türkiye'ye gelip ilgili dizi setini ziyaret ederken çektiği fotoğrafları (Cnn Türk, 2020) sosyal medyada paylaşması Türk halkı tarafından sempati ile karşılanmış ve Maduro'ya karşı yapılan darbe girişimi sonucunda, Türkiye'de yaşayan sosyal medya kullanıcıları Maduro lehine sosyal medya paylaşımlarında bulunmuşlardır (Sputnik TR, 2019).

Olumsuz sonuçların doğmaması ve dijital diplomasinin profesyonel olarak uygulanabilmesi için bazı devletler, dijital diploması ile ilgili çalışmalar yapmakta ve yalnızca bu alanda faaliyet göstermeleri için insan gücü yetiştirmektedir. Bazı ülkelerin dijital diploması alanında yetiştirdiği insan gücü sayısı farklı ülkelerin dışişleri merkez teşkilatı personel sayısından dahi fazla olabilmektedir (Yücel, 2016).

### **3.4. DİJİTAL DÖNÜŞÜM**

Dijital mecranın ilerlemesi öncelikle teknolojiye yönelik sermayenin bu alanla ilgili yaptığı yatırımlarla alakalıdır. Devletin başlattığı bilgisayar ve internet ağı yatırımları, daha çok soğuk savaşın bitmesinin sonrasında sermayenin önderliği ile devam etmiştir. Sermayenin küresel yönden artışı soğuk savaştan önceki dönemde aranmalıdır. Nye, Jr. Ve Keohane 1970’li senelerde çıkardıkları iki temel eser ile beraber liberal teoriye ve uluslararası ilişkiler disiplinine kattıkları transnasyonalizm ve karşılıklı itimat görüşleri etkilerini teknolojiye de ortaya koymuştur. Devletlerin politikada devletlerarası bağlantıları idare eden tek kişi olmadıklarını belirten transnasyonalizm (ulusaşırıılık) kavramı ayrıca uluslararası düzende plüralist yapıyı göstermektedir.

Ulusalcılık terimi; dünyanın çeşitli bölgelerinde hayat süren kişilerin karşılıklı bakış açılarında değişiklik oluşturma gücüne sahip olduğunu gösterirken, bu durumun uluslararası menfaat gruplarının ortaya çıkmasına neden olabileceğini ve bu değişiklik gücünü bulunduran uluslararası menfaat gruplarının birbirlerine karşı bağımlılık ortaya çıkarabileceğini belirtmektedir. Neoliberallere göre ekonomik alanda çoğalan birbirine bağımlı olma, devletlerin kuvvetini askeri yönden daha çok ekonomik yönden çoğalan önemini göz önünde bulundurur ve bu şekilde ekonomik alanda işbirliği uğraşlarının daha fazla ve başarılı olduğunu belirtmektedir. 1970’li senelerde ortaya çıkan ekonomik krizler, ülkelerin dünya ekonomilerini görmeyerek bağımsız eylem gerçekleştirme özgürlüğünü elinde bulundurmadığını ortaya çıkarmıştır. İnternet içinde ortaya çıkan ekonominin 1990’lı ve 2000’li senelerde hızla ilerlemesi, yaşanan o dönemde internet konusunda neoliberalizmin büyük galibiyetini ortaya çıkarmıştır. Devletin ortaya çıkardığı ve pazar oyuncularının sürdürdüğü dijital reformun boyutları teknoloji şirketlerinin pazardaki karşılığı ile değerlendirilebilir. 2019 senesinin en önemli ilk 5 markasının teknoloji şirketi olmasının yanı sıra en önemli 10 markanın 6’sı teknoloji şirkettir. İnternet kullanımı gün geçtikçe çoğalmaktadır. Dünya çapında ortalama 4,95 milyar kişinin internet kullandığı düşünülmektedir (Bigumigu, 2022). Yani, çevrimiçi mecralar ile birbirine bağlı trilyonlarca dolarlık ekonomisi olan şirketler ile çevrimiçi düzeneklerle, karşılıklı anında iletişim

kurabilen milyarlarca kişinin bulunduğu gerçeği vardır. İnternet kullanımının çoğalması ve kişiler açısından kabullenilmesi çok kısa sürede sağlanmıştır.

İnternetin toplumlar tarafından kabullenilme hızı, daha önceki tüm teknolojilerin hızını geçmiştir (We Are Social, 2021). İnternetin yaygın hale gelmesi, bu konuya ilişkin teknik, yazılım ve donanımsal gereksinimlerin ortaya çıkmasını ve bu gereksinimlerin karşılanma zorunluluğunu ortaya çıkarmıştır. İlk olarak dünya çapında kablo ağlarıyla bağlantı sağlanan internet, erişimin oluşması için kablo ağının yanı sıra bilgisayar, akıllı telefon ve tablet gibi aracı donanımlara, internetin kullanılabilmesi için yazılım alt yapısı gerektiren sitelere gereksinim olmuştur. Bu ise güncel sermaye sınıfının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Günümüz teknolojilerinin dünya çapında bu denli etkin olmasına neoliberal politikalar neden olmuştur. Farklı ülkeler, devlet çalışanları ve yurттаşlar ile ilgili bilgiler bir ulusun hukukuna bağlı olan teknoloji sermayesinin elindedir (Bozkurt, Hamutoğlu, Liman, Taşçı & Aykul 2021). Bu bilgilerin güvenliğinin ne şekilde sağlanacağı gibi pek çok ulusal güvenlik konusu artık uluslararası problem boyutundadır. Dijitalleşmedeki ve sonucunda ortaya çıkan dijital diplomasideki ilerlemeler; devlet, sermaye ve sivil toplum arasında ortaya çıkan karşılıklı bağımlılıkları ve bu bağımlılıkların uluslararası politikadaki etkisi yönünden incelenmesinin daha doğru olacağı düşüncesini ortaya çıkarmıştır. Ve bu düşünceden yola çıkılarak neoliberal bakış açısı, dijital diplomasinin ilerleyişi üzerinde daha doğru bir açıklama zemini oluşturmaktadır (Karagül & Baştan, 2022).

### **3.5. DİJİTAL DİPLOMASİ UYGULAMA ÖRNEKLERİ**

Medya genel anlamıyla iletişim alanında bilginin, verinin iletilmesi ve depolanması amacıyla kullanılan tüm kanal ve araçlara verilen addır. Güncel medya, ilerleyen bilgisayar teknolojisiyle geleneksel ortamların çok çeşitli ve dijital ortamlara dönüşmesi ve ayrıca teknolojiyle beraber ilerleyen etkileşimli medya seçenekleridir (Misçi, 2006: 128). Yeni medya ile zaman, mekân ve sınır kavramları tamamen kalkmıştır. Sonsuz bilgi paylaşımı dünyanın bir ucundan diğer ucuna çok kısa süre içerisinde gerçekleşebilecek duruma gelmiştir. Sosyal medya da yeni medya unsurları içerisinde en popüler olanıdır. İnternet erişimi ile çeşitli platformlarda tüm dünya ile iletişim kuran, fikir ve düşünceleri ifade eden insanların sayısı gitgide artış göstermektedir. Dünyaya yön veren devlet liderleri attıkları bir tweet ile gündemi değiştirebilmekte, borsaları alt üst etmekte, ülkeleri savaşın eşiğine getirebilmektedir. İletişim teknolojileri sayesinde bilgi, yerel üstü kitleye küresel boyutta ulaşabilmektedir. Uluslararası ilişkiler alanı da iletişim teknolojilerinin yarattığı imkânlardan beslenmektedir (Barker, 1996). Bilgi, anahtar güç kaynağıdır ve eskisine göre

daha az aracı ile çok daha hızlı bir şekilde daha uzağa, daha fazla insana ulaşılabilir. Radyo, televizyon ve gazete sadece dinleyici, izleyici ve okur kitlesi oluşturmuştur. Fakat internet; gazete, radyo ve televizyon gibi sadece zamanı yönetmemekte, toplumun çeşitli kesimlerden geniş kitleleri davalara ortak etmektedir.

Böylelikle toplumun haber alma kaynakları çeşitlenmektedir ve yeni bir dış politika dinamiği yaratılmaktadır. Diplomasinin yürütülmesinde sıradan kişiler, artık diplomasinin nesnesi olmaktan çıkıp öznesi olmaya başlamıştır. Tabii bu arada, bu denge diplomatlar tarafından da takip edilmektedir. Bu süreçte dijital varlıklar ve teknoloji o kadar hızlı ilerlemiştir ki diplomasi türünde köklü değişimlere uğramıştır (Nye, 2021). Bireyler arasındaki tüm hiyerarşik sınıflar aşılıp dijital varlıklar aracılığıyla yeni bir iletişim tarzı belirlenmiştir. Sosyal medya, bu iletişimi viral etkileşim boyutuna taşımıştır. Etkileşimi sağlayan bu iletişim şekli, Arap Baharı ile beraber daha belirgin hale gelmiştir ve ülkeler için farkındalık yaratmıştır (Kırık, 2014). Teknolojiyi daha yakından takip etmeleri, sosyal medya hareketlerini analiz ederek bireylerin nabzını ölçmeyi, gelecek olayları öngörmeleri gerektiğini fark etmişlerdir. Böylelikle bazı devletler dijital varlıklarla tamamen yakın olmaları gerektiğini düşünmüştür. Sosyal medya ve diplomasinin yakınlığı dijital diplomasinin ana noktasıdır. Dijital medyanın ilerleyişi ile beraber ekonomi, eğitim, devlet işleri ve birçok alanda dijitalleşmeye başlanmıştır. Devletler, sosyal medyayı kullanarak diğer ülkelerin nasıl davranacağı konusunda fikir yürütme imkânı bulabilmektedir (Adesina, 2017). Sosyal medyanın diplomasi açısından birçok avantajı vardır. Devletlere, diğer ülkelerin vatandaşlarına neredeyse gerçek zamanlı olarak ulaşma fırsatı sağlamaktadır. Sosyal medya platformları ayrıca etkileşim, artan katılım ve dolayısıyla diplomasinin amaçlarını ilerletme alanları da sağlamaktadır.

Sosyal medya, erişim hızı, kullanım kolaylığı ve diğer yöntemlere kıyasla düşük maliyetli oluşundan dolayı birçok elçilik için çekici bir araç haline gelmiştir. Ayrıca mevcut kamu diplomasisinin çabalarının ana hedefi olan genç nüfusa ulaşmada sosyal medya anahtar unsurdur. Sosyal medya, farklı ülkelerde yaşayan insanların maruz kaldıkları sorunları duyurma imkânı vermektedir. Örneğin; doğal felaketler ve terör saldırıları, savaş gibi nedenlerle ihtiyaç duydukları desteği sosyal medya aracılığıyla dünyaya duyurabilmektedirler (Yağmurlu, 2011). Dünyadaki birçok ülke, sosyal medya platformlarını kullanarak âni yakalayabilmekte, dış politika hedeflerini belirleyebilmekte ve olumlu marka imajı yaratma imkânına sahip olmaktadır. Twitter, hangi milletten olduğuna, hangi politik statüye sahip olduğuna bakılmaksızın dünya çapında ücretsiz üyelikler kabul

ederek bilgiye erişilebilmesini sağlamıştır. ABD merkezli PEW raporuna göre dijitalleşen dünyada 2025 yılında ‘new nations’ yani yeni uluslar oluşacağı iddia edilmektedir (www.pewresearch.org, 01.09.2019). Şu an “dünyanın en kalabalık ülkesi neresi?” diye sorulduğunda dijital diplomasi açısından ilk olarak Facebook sonra Çin denilebilmektedir. Hatta beşinci sırada Whatsapp sonra sırasıyla ABD, LinkedIn, Instagram, Twitter olarak sıralanmaktadır (Yücel, 2016: 750).

Sosyal medya araçları olan Twitter ve Facebook, küresel kamuoyunu etkilemekte ve devlet gibi hareket etmektedir. Mesela, Kosova dünyanın yarısı tarafından tanınma problemi yaşayan bir ülkedir ve ülke vatandaşlarının sayısı yurt dışında daha fazladır. Facebook, 2008 yılında bağımsız olan Kosova’yı 2013 yılının ortalarında bir devlet gibi hareket ederek tanımıştır (Brunetti, 2015). Diplomasi anlık olarak gerçekleşmektedir. Ülkeler Twitter, Facebook, Youtube, Whatsapp, Periscope gibi sosyal medya mecralarında ‘trending topic’ ve ‘hashtag’ özelliklerini kullanarak kendi dış politikalarını yönetmektedir. Artık 1990’ların CNN etkisi (Belknap, 2001), 2000’lerin Youtube etkisine dönüşmüştür. Aynı şekilde geleneksel TV anlayışının yerini Twitter almıştır. Bu mecralar aracılığıyla algı yönetimi yapılmış, etkileşim sağlanmış böylelikle kitleler hareket haline geçmiştir. Dijital diplomaside ekibe, insanlara ve araçlara devamlı yatırım yapmak gerekmektedir. Aynı şekilde inovatif bir ekip ve araçlar ile dijital diplomasi stratejileri belirlenmesi gerekmektedir. Dijital diplomasinin önemini anlamamızı sağlayacak dünyada çok sayıda örnek mevcuttur.

Dijital diplomasi siyasi kişilerin; kendi kendilerine, devletlerin devlet adamlarıyla ve toplumla iletişim kurabilmelerini sağlayan bir diplomasi çeşididir. Dijital diplomasinin öncüleri ABD ve İngiltere’dir (Arslan, 2014). Dijital diplomasiyi, 21. yüzyıl devlet adamlığı şeklinde tanımlayan ABD Dışişleri Bakanlığı; diplomasi konusunda global çapta ilerleyen hissedarlarla bağlantı oluşturabilmek amacıyla güncel teknolojileri kullanmada önder olarak kabul edilmiştir. ABD Dışişleri Bakanlığı’na göre; 21. yüzyıl siyaset uzmanlarının gündeminde, değişimi şekillendiren uluslararası bağlantılardaki yeni güçler bulunmaktadır. 21. yüzyıl devlet adamlığını diğerlerinden ayıran fark, birbiriyle bağlantılı dünya gidişatında, teknolojilerinden tam şekilde yararlanan, güncel, geliştirilmiş ve adapte edilmiş diplomasi aletlerini tercih etmesidir (U.S. Department of State, 2014). 2002 senesinde ABD Dışişleri Bakanlığı, 25 tane ofiste iş başı yapan, 150’den fazla tam gün mesai yapan sosyal medya çalışanı olan, E-Diplomasi Görev Gücü Ofisini inşa etmiştir. Bahsedilen ofis, 11

Eylül 2001 saldırılarına destek sağlayan bilgi kısıtlamalarının önüne geçmek ve Dışişleri Bakanlığı'nın iletişim sağlama ve bilgi paylaşma becerisini ilerletmek düşüncesiyle inşa edilmiştir (Olubukola, 2017: 9).

ABD Dışişleri Bakanlığı yapısına ait Uluslararası Bilgi Bürosu çalışanları, diplomatların sosyal medya yolu ile dünyanın çeşitli yerlerinden birçok kişiye ulaşarak etkileşimli bir biçimde iletişim kurabilecekleri, ekonomiden politikaya; politikadan, diplomasiye; kültürden, küresel değişimin etkilerine yönelik konular ile ilgili konuşabilecekleri CO.NX adı verilen bir sistem kurmuşlardır. Bu düzen yetkin kişiler tarafından gerçekleştirilen konuşmaların ya da belediyede yapılan toplantılarının iletilmesine katkı sağlamaktadır (www.gatc.org, 3.2.2020). Bu şekilde iletişimle yakınlığı olmayan, soğuk tipli diplomatlar; dijital diplomatlar haline gelmektedir. Dijital diplomasi eğitimleri yönünden incelendiğinde de İngiltere ve Amerika'da lisans ve yüksek lisans düzeyinde ders verildiği gözlemlenmektedir. ABD'liler dijital diplomasiyi bir çözüm süreci şeklinde görmektedir. 'Massive on Online Courses (MORC)' yani "Yaygın Çevrimiçi Kurs" adı verilen proje ile toplumsal çevrimiçi kurslar gerçekleştirerek dünyanın farklı yerlerine eğitim etkinlikleri sağlanmaktadır (www.mooc.org, 7.9.2019). Dijital dünyada algoritmalar öyle bir duruma gelmişlerdir ki, kişiler algoritmaları değil algoritmalar kişileri hoş görür hale gelmiştir. Dijital oyunlar da bu dönemin bir kısmını oluşturmuş ve diplomasi parçası şeklinde yere sahip olmuşlardır. Örneğin, ABD Dışişleri Bakanlığı diğer ülkelerdeki insanlara ve kendi ülkesindeki insanlara sesini duyurabilmek, onları etkisi altına alabilmek amacıyla "Trace Effects" adı verilen bir oyun oluşturmuştur. Oluşturulan bu oyun ile Amerikan İngilizcesini, İngiliz İngilizcesinin kullanıldığı bölgelerde öne çıkartmayı amaçlamıştır (www.americanenglish.state.gov, 7.9.2019). Esasında bu oyun sayesinde dijital kopuntuyu gidererek, diğer ülkedeki halkla ana kara arasındaki halkın iletişim sağlamaları ve etkileşim kurmalarına destek olunmuştur.

ABD ve İngiltere'den sonra Hindistan, İsrail ve Fransa da dijital diplomasi için çokça yatırım yapmıştır. Örneğin, İsrail 'Hasbara' adı verilen kamu diplomasi bakanlığını tam anlamıyla dijital diplomasi yapısı haline getirilmiştir. Hasbara, BDS adı verilen Boycott, Divestment, Sanctions (direniş, arıtma, kanunlar) eylemi, İsrail'in hâkimiyetine ve yaymacasına karşı, bünyesinde şiddet olmayan bir dayanma gücü olarak inşa edilmiştir (Zatari, 2018). Örneğin, İsrail Hasbara sayesinde Gazze'yle alakalı sert saldırganlığa karşılık veriyormuş şeklinde bir algı meydana getirme uğraşı vardır. Bu yüzden Twitter yoluyla "gaza, PillarofDefense, Israelunderattack" adlarıyla hashtagler başlatmışlardır (Kuntsman,

A., R. Stein, 2015: 118). İsveç de dijital diplomasi ile ilgili kazançlı çalışmalar gerçekleştirmişdir. Mayıs 2007'de hayali bir podyumda, "Second Life" sitesinde ilk hayali elçiliği kurarak pek çok genç insana ulaşmayı ve onlara İsveç ile ilgili bilgi vermeyi amaçlamıştır (www.reuters.com, 18.5.2018). Demokrasiye uygun yapısı, gelişme seviyesi ve ileri teknolojisi olan İsveç; ülke içerisinde ve dışında berrak ve etkili bir iletişim sağlamak için dijital diplomasiyi tercih etmektedir. 2014 senesinde bununla ilgili temel olanaklarına sahip olduğu için halkı, düzenleme kuruluşlarını, diplomatları birleştiren "Diplohack" (Diplohack, 2022) faaliyeti oluşturmaktadır. Global çapta dijital dönüşümün bir figürü olmayı amaçlayan İsveç, kişi hakları ve özgürlük ile ilgili uluslararası diplomatik faaliyetler yürütmektedir.

Bir diğer dijital diplomasi faaliyeti ise "The Global Dialogue on the Future Iran" Kanada'nın Mart 2013'te çıkardığı dijital diplomasi tasarısıdır. Bu tasarı Kanada Dış İlişkiler, Ticaret ve Kalkınma Bakanlığı ile Toronto Üniversitesi desteğiyle yapılmıştır. Tasarıda hedeflenen İran halkının değer verdiği, önceliği olan toplumsal konuları hayali podyumda halka açık bir biçimde tartışabilmektir. Bu şekilde Kanada'nın benimsediği aydın önderlik rolü ile dış bağlantıların da kuvvetlendirilmesi sağlanacaktır. İranlılar bu faaliyeti çok fazla ilgi ile karşılamışlardır. Her bölgeden İranlının dijital podyumda buluşmasına fırsat verilmiştir. Tasarıda daha çok İranlı gençleri ilgilendiren konulara değinilmiştir. Kanada, bu tasarı ile Kanada'daki 120,000 İranlı vatandaşı kazanmayı hedeflemiştir. Bununla birlikte bu tasarının arkasındaki nedenlerden biri de İran'ın nükleer faaliyetleri ve ortaya çıkardığı tehditlerin olduğu belirtilmektedir. Tasarı, ulus imajı yönünden teknolojik gelişmelerin belirteci rolündedir (www.theglobaldialogue.ca, 11.5.2018). Uluslararası bağlantılarda menfaatler öncüdür. Ülkeler arasında sorunlar oluştuğu dönemler, sorun oluşan ilgili ülkenin etniği hedef alınır ve toplumun desteğini kaybetmemek için bunu dengede tutacak taktikler geliştirilir. Kanada da bu politikayı yumuşak güç yoluyla dijital diplomasi ile dengede tutmayı hedeflemiştir (Kurt, 2016: 155-183). Son dönemlerde dünya çapında ortaya çıkan Covid-19 virüsü döneminde devletler, devlet adamları ve toplum dijital medyaları aktif şekilde tercih etmiştir. İnternet kamusal ve özel iletişimde etkin iletişim sağlayabilecek bir fırsat ortaya çıkarmıştır. Devletler, salgının korkunç etkilerine karşı ne şekilde tedbir alınacağı ile ilgili konularda sürecin seyri ile ilgili bilgileri dijital medya yoluyla halkına aktarmıştır.

Çevrimiçi durumlarda önderler rehber olmaya uğraşmıştır. Konsolosluklar ve büyükelçiler yurtdışında hapis olan insanlarına konsolosluk yardımı sağlamış, başka ülkede

hayatını sürdüren tedavi yardımına gereksinimi olan halkının gereksinimlerini karşılamış, gereken bilgilendirme ve uyumla ilgili çalışmalarını dijital mecralar üzerinden gerçekleştirmiştir. Sosyal medya mecraları yoluyla vatandaşlar gereksinimlerini ve isteklerini devlet adamlarına iletebilmiştir. Küresel çapta, pek çok alanda yıkıma sebep olan salgınla mücadelede eğitim, ekonomik, sosyal, kültürel ve pek çok alandaki uğraşlar; diyaloglar dijital mecralar da gerçekleştirilmiştir. Dünyayı etkisi altına alan bir virüs olduğu için uluslararası mücadelenin ve diplomasinin her koşulda devamının zorunluluğundan dolayı bu etkinlikler dijital mecralar üzerinden gerçekleştirilmiştir (Tahiroğlu & Bozkurt, 2021). G-7, G20 şeklindeki zirveler, Dünya Bankası ve Uluslararası Para Fonu toplantıları çevrimiçi şekilde yürütülmüştür. Devlet adamları, ülkelerin liderleri ile video konferans yoluyla görüşmeler gerçekleştirmiştir. Bu dönemde ortaya çıkan önemli ilerlemelerden birisi de salgın süreci ile ilgili doğru anda doğru bilgiyi sağlamak amacıyla kurulan sohbet robotlarının kullanılmasıdır.

Dünya Sağlık Örgütü ve Whatsapp'ın birlikte hazırladığı İngilizce, İspanyolca, Fransızca ve Arapça dillerinde faaliyet gösteren seyahat teklifleri, konsolosluk hizmetleri ile ilgili bilgileri ve virüs durum raporlarını gösteren özel mesajlaşma faaliyetini kullanıma sunmuştur. Hindistan, İngiltere ve Avustralya da bu faaliyeti yakından takip etmiş, DigDiploRox'ın desteği ile Litvanya Dışişleri Bakanlığı da sohbet robotları uygulamasını kullanmışlardır (www.uscpublicdiplomacy.org, 5.4.2020). Diplomasi, diplomatların elinden zamanla medyatik bir hale gelmiştir. Durum bu şekildeyken de dijital diplomaside medya kurumları önemli bir yere sahip olmaktadır. Örneğin TRT Avaz kanalı, dijital mecralarda 8 farklı dilde yayın yapmaktadır. Son dönemlerde etkin şekilde kullanılan dijital medya, resmi oyuncularca da aktif bir biçimde kullanılmaktadır. Kızılay, YTB (Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı) ve TİKA (Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı) gibi önemi büyük kamu kuruluşları da genellikle aktif olarak Facebook ve Twitter hesaplarını kullanmaktadırlar.

Bu üç kamu diplomasi katılımcılarının sosyal medya hesapları analiz edildiğinde takipçilerini Türk ve yabancı kişilerin oluşturduğu ve takipçi sayısı farklarının az olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu hal de dijital diplomasinin iç ve dış enerjileri ile ilgili açıklayıcı olmaktadır. 2018 Temmuz'daki Twiplomacy raporuna göre, Laos, Moritanya, Nikaragua, Kuzey Kore, Svaziland ve Türkmenistan yönetimleri olmak üzere yalnızca altı ülkenin sosyal medya mecrasında resmi bir kaydı bulunmamaktadır. 193 BM üye devletinin yüzde doksan yedisinin sosyal medya mecrasında resmi bir kaydı bulunmaktadır. Bununla birlikte

Çin yönetiminin Danıştay Bilgi Bürosu Twitter, Facebook ve YouTube'da varlığını devam ettirmekte ve Çin büyükelçilerinin yanında yedi Çin büyükelçiliği de Twitter'da varlığını aktif şekilde devam ettirmektedir. Yöneticiler tarafından en çok tercih edilen ikinci ağ ve en fazla kullanıcıya sahip sosyal medya mecrası ise Facebook'tur. 179 ülkenin liderleri ve dışişleri bakanları bu mecrada bulunmakta ve bu da tüm BM üye ülkelerinin yüzde 93'üne karşılık gelmektedir. Devlet yöneticileri için üçüncü en çok tercih edilen sosyal ağ ise Instagram'dır. BM üye ülkelerinin yüzde 81'i bu sosyal medya mecrasını tercih etmektedir (www.twiplomacy.com, 27.05.2019). Dünya, gelişen bilgi iletişim teknolojilerine uyum sağlamaya başlamıştır. 193 ülkenin mevcut diplomasisi, dijitale adapte olmuş durumdadır. Amerika Birleşik Devletleri Dışişleri Bakanlığı sosyal ağlarda 9 farklı dilde kesintisiz bir şekilde 7/24 çevrimiçi iletişim stratejileri yürütmektedir.

ABD'nin yeni dijital diplomasi programlarından biri de genç diplomatlarının dijital diplomasiye uyum sağlayabilmeleri için düzenlediği eğitimlerdir. İsrail de bu konuya odaklanmış ve İsrail Haifa Üniversitesi Citizen Diplomats/Vatandaş Diplomatlar yüksek lisans programı açmıştır. Sonrasında çevrimiçi eğitim programı başlatmıştır (Köse, 2017: 2358). Türkiye'de dijital diplomasi'nin ilk uygulamaları, 2007 yılında kurulan Yunus Emre Enstitüsü tarafından başlatılmıştır.

Kamu diplomasisinin kültürel boyutunu temsil eden enstitü, kültür diplomasisi faaliyetlerini dijital platformlarda ilan etmek için 2010 yılında "@yeeorgtr" kullanıcı adlı Twitter hesabı açmış ve Mayıs 2020 itibariyle 10.1B tweet ile 52.4B takipçiye ulaşmıştır. Daha sonra Dışişleri Bakanlığı'nın ve dış temsilciliklerin internet sayfaları yenilenmiştir hatta resmi Twitter hesapları üzerinden basın toplantıları düzenlenmeye başlanmıştır. Dünya liderlerinin neredeyse hepsinin sosyal ağlarda hesapları bulunmaktadır. Siyasetçiler kamuoyunu ikna etmek istemekte ve bu amacı doğrultusunda küresel kamuoyunun sosyal mecralardaki versiyonunda yer edinmek zorunda kalmaktadır.

Dünya liderleri ve diplomatlar, etkilemek istedikleri kitleyle doğrudan konuşmak ve etkileşim kurmak için sosyal medyayı ve özellikle Twitter'ı kullanmaktadır. Önemli liderlerinin Twitter takipçi sayıları sırasıyla şu şekildedir: eski ABD Başkanı Barack Obama'nın, 118,6 milyon; Donald J. Trump'ın, 81.2 Milyon; Papa Francis'in, 18.6 Milyon şeklindedir (www.twitter.com, 20.4.2019). Obama'nın en çok takipçi sayısına sahip olması, daha interaktif ve şeffaf paylaşımlar yapmasından kaynaklanmaktadır. Dijital diplomasi'nin, siyaset alanına da önemli katkıları bulunmaktadır. Amerika Birleşik Devletleri'nin 2008 Başkanlık seçimlerinde bu etki gözlemlenebilir. Seçimlerde Obama, seçim bütçesinin

yarısını sosyal medya çalışmalarına ayırmıştır. Bu oran Barack Obama'nın oylarının yaklaşık %8'i kadarını sosyal medya çalışmaları sayesinde aldığını göstermektedir. 2018 Twiplomacy çalışmasında devlet ve hükümet başkanlarının, 187 dışişleri bakanlıklarının kişisel ve kurumsal olarak 951 Twitter hesabı incelenmiştir. Sosyal medya platformlarından Facebook da devlet erkânları tarafından kullanılan ikinci popüler sosyal medya ağıdır.

BM üye üyelerinin %93'ü ülkelerini bu platformda da temsil etmektedir. Ayrıca BM üyelerinin %81'inin kullandığı üçüncü popüler sosyal ağ ise Instagram'dır (www.twiplomacy.com, 27.05.2019.). Twitter, dijital diplomasi için kilit iletişim aracıdır. Donald Trump, Ocak 2017'de göreve başladığından beri Twitter üzerinde en büyük etki yaratan siyasi liderdir. @RealDonaldTrump, 81 milyondan fazla takipçisi ile en çok takip edilen dünya lideridir (www.twiplomacy.com, 15.05.2020.). Aynı zamanda Twitter'da en fazla etkileşimi almıştır. Sosyal medya platformları ve dijital iletişim aygıtlarına yeteri kadar kaynak tahsis etmeyen ülkelerin, uluslararası arenada dijital diplomasi hareketinde düzenin gerisinde kalma riski vardır.

Aslında önemli olan nokta diplomatik aktörlerin ve elçilerin yeni iletişim teknolojilerini kullanmaları değil, stratejik planlama açısından hangi amaç için, ne şekilde kullandığı; bu araçlara nasıl bir işlevlik kazandırdığıdır. Devlet aktörlerinin sosyal medyada monolog iletişim kurarak basın bülteni yayınlamamaları vatandaşlar ile etkili iletişim kurmaları gerekmektedir. Aksi takdirde yeni iletişim teknolojilerinin yapısına aykırı davranmış olurlar. Bu anlamda içinde bulunulan dönemin gereği olarak siyasetçiler ve devlet organlarının dijital platformları uygun prensipler çerçevesinde kullanmaları ve politika üretmeleri gerekmektedir. Sosyal medya, diplomasiye mühim bir gerçek zamanlı boyut dâhil ederek iletişimi ultra hızda, gerekli hale getirmiştir. Fakat bazı diplomatlar, bu değişimi mesleklerinde reform yapma fırsatı olarak görürken diğerlerine göre bu, sözleşmeler için bir meydan okuma ve uluslararası ilişkileri yürütmenin kanıtlanmış ve kabul edilmiş biçimi veya kendi çıkarları için tehlike olarak algılamaktadır.

### **3.5.1. Dijital Diplomasi Bağlamında Ukrayna – Rusya Savaşı**

Rusya Federasyonu'nun 2008 senesinde ortaya çıkan Osetya krizinden beri siber saldırıyı dış politika amaçlarına ulaşmak için bir teknik şekilde kullandığı söylenmektedir. Son dönemde Ukrayna Cumhurbaşkanı Volodimir Zelenski, Rusya'ya karşı savaşta Ukrayna tarafında olması için gönüllü insanları ülkesine çağırmıştı. Ukrayna ordusunda "uluslararası lejyon" ismi konulan bu gönüllü birliğine Ukrayna Dışişleri Bakanı Dmytro Kuleba'nın

söylemine göre 52 ülkeden 20 bini aşkın başvuru oldu. Aynı Zelenski' nin uluslararası lejyon davetindeki gibi Ukrayna Başbakan Yardımcısı ve Dijital Dönüşüm Bakanı Mykhailo Fedorov, resmi Twitter hesabından gerçekleştirdiği paylaşımda "Ukrayna Bilişim Teknolojisi Ordusu/IT Army of Ukraine" kurduğunu ilan etmiştir. Bilişim teknolojisi gönüllülerine açıklama yapan Fedorov, Rusya'ya karşı gerçekleştirilecek siber mücadelede Ukrayna tarafında savaşıacak gönüllüleri ortak hareket edebilecekleri Telegram grubuna üye olmaya çağırmıştır. Fedorov, bütün siber işlem özelliği olan görevlerin, 35 bini aşkın üyesi olan Telegram grubunda verileceğini dile getirmiştir. Öte yandan, Fedorov Ukrayna bilişim ordusunun kuruluşunun yanı sıra, fiziki ordunun ekonomik yönden desteklenmesi için de birtakım çalışmalar yapmaktadır (Akıllı, 2022).

Volodimir Zelenski 'ye ait twitter hesabının Rusya'nın askeri operasyonu öncesinde 500 binden az olan takipçi sayısı, bugünden itibaren 6.4 milyonu aşmış haldedir. Başka bir ifade ile Ukrayna önderinin Twitter'daki takipçi sayısı dokuza katlanmış durumdadır. Sosyal medya inceleme kuruluşu Social Blade'in verilerine (Habertürk, 2021) göre ocak ayında haftada yaklaşık 10 dolaylarında tweet atan Zelenski, işgal operasyonu ile beraber 23 Şubat - 3 Mart tarihleri arasında bu sayıyı 130'un üzerine taşımıştır (Habertürk, 2021). Tweetlerini Ukraynaca, İngilizce şeklinde paylaşan Zelenski'nin ülkesi Ukrayna'da normalde Twitter fazla tercih edilen bir sosyal ağ değildir. Ocak 2022 verilerine göre 43 milyonluk nüfusa sahip Ukrayna'da 31 milyon internet kullanıcısı mevcuttur. Bahsedilen kullanıcılar arasında sosyal medya kullanıcılarının toplamı 28 milyon civarındadır. Fakat bütün bu sayılara rağmen Ukrayna'daki Twitter kullanan sayısı 1 milyonun altındadır. Bu senenin başlangıcında tam olarak 910 bin olan ülkedeki Twitter kullanan sayısının savaş şartlarında artış göstermiş olabileceği düşünülmektedir (Akıllı, 2022). Zelenski'nin başarılı şekilde sürdürdüğü "dijital diplomasi" bu dönemin önemli bir boyutunu meydana getirmektedir. Başkan Volodimir Zelenski'nin 16 Mart'ta ABD Kongresi'ne gerçekleştirdiği sanal konuşma anında izlettiği video da bunun bir örneğidir (Habertürk, 2022).



2008'deki Osetya Krizi'nden sonra, 2014'te Rusya'nın Kırım'ı işgal etmesi, Rusya – Ukrayna arasındaki krizi derinleştiren bir eylem olmuştur. "*Dağıtılmış Hizmet Reddi/Distributed Denial of Service (DDoS)*" olarak bilinen ve ülkelerin resmi ve özel önemli kurumlarına sızarak işlevsiz hale getirmeyi sağlayan bir siber saldırı biçim olan (DDoS) saldırıları Kırım işgalinden sonra artmaya başlamıştır. Savaş'ın başladığı haftalarda Ukrayna makamları, Rusya'nın Ukrayna kamu kurumlarının resmi sitelerine ve dijital alt yapısına yönelik siber bir saldırı düzenlediğini açıklamışlardır (Akıllı, 2022). Rusya – Ukrayna Savaşı başladıktan sonra, her iki tarafın da sosyal medyada paylaştığı, bazıları geçmişte veya başka bir bölgede gerçekleşmiş olan savaş görüntülerini dezenformasyon amacıyla kullanarak dünya kamuoyunun desteğini alma çabalarının yanı sıra, açılan hashtaglerle savaşa dair bazı kelimeler sosyal medyanın gündemine taşınmıştır.

Bu tez konusunun sınırlılıkları nedeniyle ele almadığımız ancak her iki ülke halkının da yoğun olarak kullandığı Telegram uygulamasında gruplar kurulmuş ve bu gruplarda anlık yardımlaşma, operasyona dair görüntüler paylaşıldığı gibi +18 denilebilecek şiddet görüntüleri de korkutma, sindirme ve propaganda amaçlı paylaşılmıştır. Türkiye merkezli BAYKAR Savunma Şirketi tarafından üretilen insansız hava araçları olan Bayraktar TB-2'lerin Ukrayna Devleti tarafından savaş boyunca kullanılması ve Rusya'ya karşı üstün başarılar elde etmesi sosyal medyada Ukrayna yetkililerinin ve halkının teşekkür paylaşımlarıyla yer bulmuş, Ukrayna Savunma Bakanlığı Twitter hesabı (Defence intelligence of Ukraine, 2022) ve Ukraynalı kullanıcılar Bayraktar TB-2'nin yaptığı operasyon görüntülerini zafer cümleleriyle paylaşmışlardır.

Öyle ki, Ukrayna askeri kıyafeti giyen bir grup tarafından Bayraktar TB-2'ler için bir şarkı bestelenmiş (Bayraktar - Ukrainian War Song, 2022) dijital platformlarda yayınlanmış.

Bu şarkı Ukrayna halkı tarafından neredeyse savaş marşı gibi paylaşılmıştır. Ukrayna'yı destekleyen çeşitli ülke halkları, sosyal medya üzerinden para bağışı toplayarak Ukrayna ordusuna Bayraktar TB-2 Sihalari hediye etmek için kampanya başlatmışlardır. Bayraktar TB-2'lerle ilgili bu gelişmeler, Baykar şirketine ve TB-2'leri geliştiren Selçuk Bayraktar'a dünya çapında sempati duyulmasına neden olmuştur. Baykar Şirketi'nin böylelikle bir kamu diplomasisi yürüten bir aygıt olmasını sağlamıştır (NTV İnternet Sitesi, 2022).

Rusya'nın Ukrayna'ya saldırısına dünya kamuoyundan çok büyük tepkiler gelmiştir. Farklı devlet yetkilileri, uluslararası örgütler, spor kulüpleri, sanatçılar ve sosyal medya kullanıcıları Rusya'yı kınayan paylaşımlar yapmışlardır. Rusya'ya ait sosyal medya hesaplarını etiketleyerek sert söylemlerde bulunmuşlardır (Basmacı & Çarık, 2022). Bazı kullanıcılar, sosyal medya profillerine Ukrayna Bayrağı, Ukrayna Bayrağı'nın rengi olan Mavi ve Sarı renklerden oluşan görseller koyarak Ukrayna'ya destek vermişlerdir. Bu tezin "Dijital Diplomasi Bağlamında Güç Teorileri" başlığı altında detaylıca yer verdiğimiz dijital diplomasi sert güç kavramlarından biri olan hacktivism'in temsilcilerinden olan dünyaca ünlü Anonymous Hacker Grubu (Akdeniz, 2013), Rusya'nın Ukrayna'ya saldırısı nedeniyle Rusya'nın dijital sistemlerine karşı saldırıya geçtiklerini açıklamış, hatta bir Rus kanalını ele geçirerek yayınlarını engellediklerini belirtmişlerdir (Akıllı, 2022).

Ukrayna'nın çeşitli ülkelerdeki büyükelçilikleri Ukrayna'ya yardım amaçlı banka hesapları açarak, farklı ülkelerde bağış toplamış ve bu kampanyayı büyükelçiliklerin sosyal medya hesaplarından duyurmuştur. Ukrayna Devleti, savaş nedeniyle farklı ülkelere sığınmak zorunda kalan vatandaşları ve onlara yardım etmek isteyen insanlar için bir büyükelçiliklerinin siteleri aracılığıyla insanların gittikleri ülkelerde barınacak yer, güvende olacakları mekânlar bulmaları sağlanmıştır.

Ukrayna Cumhurbaşkanı Zelenski'nin savaşın başından bu yana neredeyse saat başı video çekip sosyal medyadan paylaşması, kendi halkına moral vermiş ve Rusya gibi büyük bir güce karşı direniş sergiliyor olması dünya kamuoyu tarafından ilgiyle karşılanmıştır. Bununla birlikte, Zelenski'nin Twitter hesabından, ülkesine yardımda bulunan devlet başkanlarını etiketleyerek onlara teşekkür etmesi ya da ülkesine silah göndermeyen, yeterli destekte bulunmayan ülkeleri isim vererek eleştirmesi, o ülke halkları nezdinde liderlerinin tepki çekmesine neden olmuştur.

Dijital platformları adeta bir silah gibi kullanan Zelenski, kurmaylarıyla birlikte görüntü vererek, "ülkemin başındayım" mesajı vermiş ve bu da ülkesine verilen desteği

arttırmıştır. Rusya'ya ait basın kuruluşları ise yaptıkları propaganda içeren haberler nedeniyle çok sayıda ülkede yasaklanmış ve bu kuruluşların sosyal medya hesapları sansürlenmiştir (Basmacı & Çarık, 2022). Sosyal medyanın bu kadar gelişmiş olması ve milyarlarca insanın anlık olarak sosyal medya kullanması lider davranışlarına etki etmiştir. Rusya'yı savaştan vazgeçirmek için Moskova'yı ziyaret eden Rus Devlet Başkanı Vladimir Putin'i ziyaret eden Fransa Cumhurbaşkanı'nın, Putin tarafından protokol kurallarına uygun olmayan bir şekilde uzun bir masaya, Putin'den çok uzak bir noktaya oturtulması ve bu görüntünün servis edilmesi sosyal medya kullanıcıları tarafından Putin'in gövde gösterisi yaptığı, Macron'un ise küçük düşürüldüğü yorumlarının yapılmasına neden olmuştur (İHA, 2022).

Ukrayna Savunma Bakanlığı'na ait Twitter hesabı olan @DefenceU hesabının yalnızca Ukrayna'lılar tarafından değil farklı ülke halkları tarafından da takip edilmesi enteresan bir durum arz etmiştir. Bir Savunma Bakanlığı sayfasının çok fazla etkileşim ve beğeni alması, Ukrayna'nın dijital imkânları çok iyi kullandığının bir göstergesidir. Ukrayna'nın tüm bu dijital başarılarının nedenlerinden birisi de, yaygın sosyal medya platformlarının en önemlilerinin batı menşeli olmasından kaynaklanmaktadır. Rusya'nın bu platformlarda aktif bir şekilde yer almaması, Facebook ve Twitter gibi sosyal medya uygulamalarını vatandaşlarının kullanımına kapatması (Beyaz Gazete, 2022), kendi sosyal medya ve dijital araçlarını kullanmayı tercih etmeleri Rusya'nın Ukrayna kadar etkileşim içerisinde olmamasına neden olmuştur.

Ukrayna Cumhurbaşkanı Volodimir Zelenski dijital mecrayı bu kadar planlı ve profesyonel kullanırken, Rusya Devlet Başkanı Vladimir Putin'in şahsi sosyal medya hesabı dahi bulunmamaktadır (Hurriyet.com.te, 2018). Etkileşim çağı diyebileceğimiz 21. Yüzyılda, çağın gerektirdiği iletişim olanaklarının dikkate alınmaması, gözden kaçması ya da karşı araçlar geliştirme yoluna gidilmesi başarısızlıkla sonuçlanabilir. Bu çağda aktif bir biçimde işlevsellik kazanan dijital diplomasiyi görmezden gelmek, devletleri güçlüyken güçsüz, haklıyken haksız duruma düşürülebilir. Ukrayna – Rusya savaşında dijital diplomasinin önemi en az kullanılan ağır silahlar kadar önemlidir.

### 3.5.2. Dijital Diplomaside Devletlerin ve Kişilerin Kıyaslanması

Dijital diplomasi hareketinin görüldüğü en önemli ülkeler ABD, İsrail ve Büyük Britanya'dır. "21. Yüzyıl Devlet Modeli" ismiyle ABD Dışişleri Bakanlığınca dijital diplomasi için 'devlet planı' hazırlanmıştır. İsrail devleti, 'Hasbara' ismiyle bilinen kamu diplomasisi faaliyetlerinde sorunlar ve düzensizlikler meydana gelmesi nedeniyle 'yurttaş diplomatlar' yetiştirme projesi başlatarak bu bireylere gelecek zamanlarda güncel medyada ülkelerini temsil etme imkânı tanıyacaktır. Britanya ise Dışişleri Bakanlığı'nın faaliyetiyle sosyal medya araçları kullanım kılavuzu hazırlayıp sunmuştur. İsveç, 2013 senesinde 'dijital diplomasi ekibi' uygulamasıyla farkındalık sağlamış ve sosyal ağlarda fazlasıyla takipçi elde etmiştir. Pek çok ülke büyükelçilerinin çevresinde dijital diplomasi alanında eğitilmiş bireyleri görevlendirmiştir. (Radikal, 2012; Webrazzi, 2014).

ABD Dışişleri Bakanlığı bünyesinde kurulan "21. Yüzyıl Devlet Modeli"nde yeni medya diplomatlara konuşma imkânı vermesi haricinde daha mühim bir kalite olarak yurttaşları ve dünyanın çeşitli ortamlarından bireyleri dinleme fırsatı sunmaktadır. Bu model genelinde büyükelçiler ve diplomatlar dijital diplomasi ile ilgili eğitim aldıktan sonra iletişim kurmak için yöresel ve küresel sosyal medya araçlarına tümleşik olmaları için destek verilmektedir. Dışişleri Bakanlığı ve bakanlık bünyesindeki birimlerin Twitter'da 301 resmi hesabında 11 çeşit dilde dünyanın farklı bölgelerindeki kişilerle iletişim sağlanmaktadır. Pek çok sosyal medya platformunun yararlı duruma getirilmesi ile dünya çapında 20 milyon insanla bireysel iletişim kurulmuştur (State, 2010).

Birleşik Krallık dijital diplomasi alanında önder ülkeler arasındadır. "Dijital Kamu Diplomasisi" taktiği planlayan ilk ülke Birleşik Krallık'tır. Dışişleri Bakanlığı'nın birimi olarak Dijital Diplomasi dairesi etkinliklerini tempolu biçimde devam ettirmektedir. Dijital Diplomasi dairesinin sunduğu sosyal medya ve diğer güncel teknolojileri kullanma rehberi diplomatları yurt dışında görev başı yapmadan önce bu alanları öğretmek için planlanmıştır. Diplomatların verdiği mesajlar doğru kişilere ulaşırsa etkili olmakta ve geniş kitlelere hitap etmektedir. Bunun önemli faydası da maliyetinin hiçbir şekilde bulunmamasıdır. Bu gibi sebeplerden ötürü dijital kamu diplomasisinin geleneksel diplomasiye oranla çok önemli faydaları bulunmaktadır (Mytko, 2012). Dijital diplomasi konusunda en önemli konumda olan ülke İsrail olarak belirtilmektedir. 'Mavi Marmara' vakasının da bir miktar etkisiyle uluslararası kamuoyunda imajını olumlu hale getirme gereksinimi duyan İsrail, diplomatik bağlantılarını yeni medyaya da ekleme kararına varmıştır. Hayfa Üniversitesi, 'yurttaş diplomatlar' yetiştirmek amacıyla 2012 senesinde yüksek lisans programı başlatmıştır. 'Sanal

büyükelçiler' (Ambassadors online) ismiyle eğitim verilen öğrenciler, Wikipedia sayfalarına bilgi eklemesi ve güncellemesi, forumlar, bloglar, chat odaları, Facebook ve Twitter kullanımı ile internet gazetelerine yazılacak yorumların özelliği ile alakalı eğitim aldıktan sonra güncel medyada dijital diplomasi bünyesinde İsrail için 'yurttaş diplomat' olarak görevlendirileceklerdir. İsrail, 2009 senesinde uluslararası kamuoyunu etkisini altına almak amacıyla Twitter konsolosluğunu kurmuştur. İsrail kamu diplomasisi ile ilgili planlı çalışmalar gerçekleştirmekte ve bu çalışmalarına dijital diplomasi ile katkı sağlamaktadır (Radikal, 2012; Digitalaffairs, 2010).

Asper Yeni Medya Diplomasi Enstitüsü, uluslararası camiaya İsrail'in mesajını gönderme ve güncel medya teknolojilerinin görevi, fonksiyonu ve kullanımına odaklanmıştır. Bu enstitü çeşitli pencerelerden İsrail'in imajı ile ilgili çalışmalar yürütmektedir (Demir, 2012: 157). İsrail devleti bir tedbir olarak güncel medyaya değer verirken dijital diplomasiyi bir araç şeklinde kullanmaktadır. Güncel medya üzerinden dijital imaj kurma çabasında dijital diplomasi etkinlikleri sadece dışişleri bakanlığı ve diplomatların eline bırakılmamıştır. Kamu diplomasisi perspektifiyle hükümet dışı çalışmalarla da diplomatik eylemler dijital diplomasi kapsamında dünyaya gösterilmektedir. Dijital diplomasinin kullanım şekli yönünden değişik bir örnek Mısır'da görülmüştür.

Arap Baharı sürecinde beş gün internetin olmaması eylemcilerin teşkilatlanmasını ve faaliyete geçmesini önemli boyutta aksatmıştır. ABD bu dönemde 'internet özgürlüğü' ve 'demokratik gelişme' kapsamında bu olaya dâhil olmuş ve eylemcilere Proxy server'lar, çevrimiçi kumar siteleri ve evlilik siteleri aracılığıyla ne şekilde iletişim kurabilecekleri ile ilgili ders verilmiştir (Yılmaz, 2012: 162). Günümüz çağında, bundan sonra sosyal ağların ülkeleri kabul etmesi dahi diplomatik bir olay şeklinde görülmektedir. Facebook, 1.3 milyar nüfusu sebebiyle eğer sınırları bulursa dünyanın en büyük üçüncü ülkesi olabilecek durumdadır. Ve bu sebeple bağımsızlığını ilan eden Kosova'nın Facebook tarafından tanınması dijital diplomasi ile ilgili haber niteliğinde olmakta ve Kosova'yı gündeme taşımaktadır (Yenisafak, 2014). 2013 Dijital Diplomasi raporuna göre; -İsveç kendisini Twitter'da "Dünyanın en demokratik Twitter hesabı" şeklinde göstermiştir. Instagram uygulamasını en iyi kullanan lider Abdullah Gül seçilmiştir. Kosova, digitalKosovo.org ve conx.state.gov web siteleri ile dijital diplomasi konusunda faaliyete geçmiştir ve çok önemli bir yükseliş yaşamıştır.

-Düşünce kuruluşu: Brookings Enstitüsü

-Araştırma Merkezi: Oxford İnternet Enstitüsü (@oiiioxford) ve MIT Medya Labaratuvarı (@MediaLab)

-Dijital şirketi: Burson Marsteller (@BMDigital)

-Kültürel Diplomasi Projesi: Türkiye (@Turkayfe)

-Dijital Diaspora Hesabı: World Uyghur Congress (uyghurcongress.org) ve No Sochi 2014 (nosochi2014.com)

-Dijital şehir Diplomasisi: Dubai (dubai.ae) -Dijital Kurumsal Diplomasi: Türk Hava Yolları (turkishairlines.com) (youtube.com/user/TURKISHAIRLINES) Kobe vs. Messi: The Selfie Shootout

-Dijital Ülke Markalaşması: İsveç (curatorsofsweden).com

-Seyahat Portalı Uygulaması: Peru (peru.travel)

-Seyahat Önerisi Uygulaması: Fransa (Dışişleri Bakanlığına ait bir uygulama)

2013 Dijital Diplomasi raporuna göre, İran, bu konuda lider ülkeler olan ABD ve Britanya gibi Doğu coğrafyasının önemli ülkelerinden birisidir. İran Cumhurbaşkanı Hasan Ruhani, Twitter aracılığıyla ABD Başkanı Obama ile görüşmüş, Papa'ya mesaj yollamış, Yahudilerin bayramını kutlamış, Twitter kurucusu Jack Dorsey ve gazeteci Christian Amanpour ile iletişime geçmiştir. Bu etkileşim nedeniyle İran'a yapılan yasaklama dijital yönden yok edilmiştir. Dijital diplomasi kriz anlarında yoğun olarak tercih edilirken, sosyal medya diplomatik krizlere de neden olmaktadır. ABD Eski Alaska Valisi Sarah Palin, ABD Başkanı Obama'yı "Taliban üyesi Müslüman" şeklinde ki bir fotoğrafı favorilerine koymuş, fakat hemen ardından bu olay sebebiyle af dilemiştir. Bir diğer kriz ise ABD Kongre üyesi Anthony Weiner, özel mesaj olarak yollamaya uğraştığı çıplak fotoğraflarını açık hesabında paylaşması nedeniyle istifa etmek mecburiyetinde kalmıştır. ABD Savunma Bakanlığı maliye bütçesi hesaplanırken dijital diplomasiye de dikkat edilmektedir. ABD tarafından bakıldığında bilgi-veri siber asayışı ve dijital diplomasinin birbirini tamamlayan düzenleri bulunmaktadır (Radikal, 2012; Yenisafak, 2014).

### 3.5.3. Toplumsal Dijital Hareketler

Ülkelerarası polemiklerde sosyal medya kullanıcıları olan bireyler de diplomatik olaylara müdahil olmaktadır. İnsanların aralarında oluşan veya devlet ve halk arasında gerçekleşen diplomatik olaylarda, çözüm sağlanamayan problemlere belki de paylaşılan birkaç tweet sayesinde çözüm sağlanabilmektedir. İletişim ve bilgi teknolojisinin çoğalması sayesinde topluluk protesto yöntemleri, değişiklik göstermiş bununla birlikte de diplomaside meydana gelen bir inkılabı da neden olmuştur. Dünyadaki geniş çapta gerçekleşen protestolar sosyal medya yolu ile iletişim sağlanarak yürütülmüştür. Küresel yönden dijital diplomasi 2010 Arap Baharı (Akpınar & Özcan, 2022) ve 2011 Wall Street (Özdemir, 2015) olayının başlama zamanına denktir. İnsanların memnun olmama ve organizasyon güçleri ile dijital materyaller birleşince büyük topluluklar tarafından devletlere karşı durulabilmesine imkân sağlamıştır.

Bu şekilde vatandaşların bir arada devletin siyasetinde değişikliklere neden oldukları görülmüştür. İşsizlik nedeniyle eğitim aldığı bölümde mesleğini yapamayıp, pazarcılık yapan Muhammed Bouazizi'nin 17 Aralık 2010'da Tunus'ta kendisini yakarak intihar etmesi ile ortaya çıkan ve ülke yöneticisini deviren toplum hareketi pek çok Orta Doğu ülkesini de yüreklendirmiştir. Arap Baharı ismi verilen bu hareket Mısır, Libya, Suudi Arabistan, Suriye, Bahreyn, Ürdün ve Yemen gibi ülkelerde sıklıkla görülmeye başlamıştır (Akıllı, 2012). Bu anlamda sosyal medya araçlarının yeri yadsınamayacak derece de önemlidir.

Abdesselam Trimech, Bouazizi'den önce yerel idareyi protesto eden bir diğer işportacıdır. Ancak Bouazizi'nin kameralar karşısında kendini yakması ve bununla ilgili fotoğrafların Facebook'ta bütün dünyaya ulaşması toplumsal teşkilatlanmayı sağlayan önemli bir detaydır. Verilen bu yankılar geniş çapta ve küçük çapta bütün Arap dünyasında grevler ve mitingler yapılmasına, halkın ayaklanmasına sebep olmuştur. Demokrasi arayışının sonucu olan Arap Baharı olayında insanlar cep telefonları ve internet yoluyla teşkilatlanmışlardır (Akpınar & Özcan, 2022). Sosyal medya araçlarından Facebook, Twitter ve Youtube tercih edilmiştir. Facebook ve Twitter gibi sosyal medya araçlarının oldukça etkin olduğu bu dönemde internet kullanım ortalamalarında önemli derecede artış görülmektedir. Tunus'tan sonra mitinglerin yapıldığı Mısır'da internet kullanıcı sayısı 2000'li dönemlerin başlarında yarım milyona varmamışken ortalama yüzde dört binlik artış ile 17 milyona ulaşmıştır. Bununla birlikte Facebook kullanımı altı ayda büyük artış göstermiştir (www.bianet.org, 10.9.2019).

Yeni toplumsal olaylar arasında olup iletişim araçları ile küresel çapa ulaşan bir başka protesto ise Wall Street'i İşgal Et hareketi'dir (Occupy Wall Street). Bu hareket, 17 Eylül 2011 yılında Amerika'nın New York şehrinde baş göstermiştir. İsmi ABD mali sektörünün ana üssü olan Wall Street'den almıştır. Ülkedeki gelir durumunu protesto amacıyla bir araya gelen insanlar Zuccoti Parkı'nda protestolarını yapmıştır. Parkın adını "Özgürlük Meydanı" şeklinde değiştiren protestocular, Mısır'ın Tahrir Meydanı'nı kendilerine esin kaynağı olarak gördüklerini belirtmiştir (Özdemir, 2015). Facebook ve Twitter öncelikli olarak sosyal medya araçlarının etkili bir biçimde kullanılmasıyla hareket, uluslararası boyutta duyulmuştur. 13 Temmuz'da #OccupyWallStreet hashtag'inin ilk başta Adbusters üyelerine iletilen bir mailde kullanılması ile süreç Twitter ve Facebook'ta hızlı bir şekilde yayılmaya başlamıştır. #OWS, #OccupyWallStreet, #NYPD en fazla tercih edilen etiketlerdendir. Wall Street'i İşgal Et hareketinde Facebook ve Twitter kullanımını önemli olmuştur.

Olaylar sosyal medyanın, politika ve diplomasideki önemini ve konumunu göstermektedir. Bununla birlikte bu dönemde Twitter'ın kendine yönelik bir biçimde demokratikleşmeye uğraştığına yönelik tartışmalar yaşanmıştır. Sosyal medyanın etkin bir biçimde kullanımı ile bir hükümeti devirebilmenin, kurabilmenin, toplulukları ayaklandırmanın imkânının olduğu görülmektedir. Bundan sonra sosyal medya ve sosyal hareketler karşılıklı birbirlerine güç katan iki platformdur. Ancak dijital diplomasiyi yalnızca sosyal medyaya bağlı tutmamak gerekmektedir. Buna daha önce de bahsedilen ABD'nin ortaya çıkardığı "Trace Effects" oyunu ve "MORC" örnek gösterilebilir.

### 3.6. DİJİTAL DİPLOMASİ'DE BİRTAKIM YAKLAŞIMLAR

Son dönemlerde kamu diplomasisi ve yumuşak güç gibi siyasal, soyut ve deneysel gelişmeler üzerine kurulan dijital diplomasi (Sotiriu, 2015: 33) sanal hayatta dış dünya ile iletişime geçme ve onları büyüleme ritüellerini gerçekleştirmekle birlikte, bahsedilen kamu diplomasisi yöntemlerinden ve taktiklerinden yoğun şekilde faydalanmaktadır. Sonucunda, herhangi bir ihtiyaç durumunda yabancı toplumların etkili şekilde ikna edilmesi için gerekli olan ortamın ortaya çıkarılmasında işlev gören dijital diplomasi çerçevesinde uygulanabilecek güç teorileri de kamu diplomasisi kaynağından gelmektedir. Alan yazın yapıldığı takdirde, sert güç, yumuşak güç ve akıllı güç şeklinde kavramlar ortaya çıkmaktadır. Bununla birlikte ilgili faktörlerin incelenmesi faydalı olmakla beraber, dijital dünyanın kendi bağlamında değerlendirilmesi alana katkı sağlayacak güçtedir.

#### 3.6.1. Slaktivizm, Klktivizm ve Hacktivizm

Bir ülke tarafından istenilenlerin hayata uyarlanmasında zor kullanma merkezli teknikler arasında, amaçlanan karşıdaki kişiye kendi üstünlüğünü gösterme, yeri geldiğinde bahsi geçen gücü ona karşı uygulama ve üstün olunan kısımlarda ilgili kişileri sıkıştırma gibi taktikler bulunmaktadır. Bahsedilen uygulamaların, aslında insanlığın en ilkel vaktinden çağımız modern hayatına kadar kullanıldığını belirtmek mümkün olmakla beraber, gelecekte de kişi boyutundan uluslararası ilişkiler boyutuna kadar ilerleyeceğini söylemek mümkündür.

Özellikle uluslararası siyasette havuç ve sopa şeklinde ismi geçen zorlayıcı tutumların ya da gözdağlarının hedefe ulaşmak için kullanılması durumu olarak belirtilen sert güç (Raimzhanova, 2015: 6) baskı ve ödeme kullanımı olmakla beraber (Nye, 2009: 160), zorla yönlendirme ve gözdağı verme odaklıdır (Özbek, 2018: 7). Yumuşak güç örneklerine göre daha çok sayıdadır ve güçlü olan (Wilson, 2008: 119) sert güç, devletin askeri gücünün kudreti ve ekonomik gücünü kullanma becerisidir (Nye, 2006: 26). Haliyle, her ne kadar başta güçlü devletler olmak üzere tüm ülkeler sert güç araçlarını kullanmadan kuvvetli görünme düşüncesinde olsalar dahi, bu durum bahsedilen araçların popülerliğinin yok olmasına neden olan bir gelişme görülmemiştir (Yatağan, 2018: 74).

Diğer taraftan, kamu diplomasisi etkinliklerinde de, doğrudan anlatımla değil ama dolaylı şekilde askeri kuvvetin büyüklüğünün aktarımı, ekonomik seviyede iyi durumlarda bulunulması gibi konuların önemli olmasıyla çekicilik ögesi boyutunda değerlendirilebilen sert güç öğeleri, durum ve şartın ortaya çıkardığı sonuçlardan etkilenebilmektedir. Haliyle,

benzer olan verilerin dijital hale dönüştürülmesiyle ortaya çıkan değişim ve sanal dünyanın meydana çıkması süreciyle, internetin ve sosyal medya ağlarının çıkması, toplum açısından ilgi görmesi bu konuda sert güç öğelerinin de değişmesine sebep olmuştur. Eski dönemlerde askeri müdahale, savaş ya da ekonomik öğelerin kullanılması ile sert gücün kullanım şekilleri, dijital dünyada, kendine özgü boyutlarıyla dönüşmüş olmakla birlikte, dijital diplomasiye etki edebilmektedir. Bahsi geçen etki durumu yalnızca devlet öğelerinden değil, adı geçen diplomasinin başrolleri olan yabancı halklar, özel sektör hizmetleri, STK'lar gibi toplulukların girişimleriyle de meydana gelebilmektedir.

Slaktivizm, kliktivizm ve hacktivizm geleneksel anlamda sert güç öğelerine tıpatıp benzerlik göstermese bile, devlet idaresinde diplomasiye, kamu diplomasisine ve dijital diplomasiye olumsuz etkisi olabilecek seviyede güce sahiptir. Bir toplumun üzerine yabancı insanlarca organize edilebilecek slaktivist ve kliktivist etkinlikler uluslararası sahnede bahsi geçen ülkenin görüntü ve itibarına olumsuz yönde etkiler gösterebilmektedir.

#### **a) Slaktivizm**

Dijital yaşamda sert güç öğeleri olarak slaktivizm, kliktivizm ve hacktivizm gibi kavramları inceleyebilmek mümkündür. İlk başta slaktivizm incelendiğinde, bu kavramın 'tembel –slacker- ve aktivizm -activism- (Yeğen, 2014: 90; Narmanlıoğlu, 2016: 446) kelimelerinden doğduğu görülmektedir. Az gayret veya vakit gerektirdiği varsayılan eylemleri yaşama uyarlamak amacıyla internet ile politik ve sosyal dönüşümleri başarmak için çalışma anlamına gelen slaktivizm (Slacktivism, Oxford Dictionary, 2020) bireysel olarak bir eylem ortamında değil, bilgisayar âleminde paylaşımlar yaparak (McCafferty, 2011) ya da bir şeyler yazarak destek olmayı içine almaktadır (Yeğen, 2014: 90). Bu paylaşımlar, devletlerin lehine veya aleyhine olan konularda, ülke vatandaşlarının kendi görüşlerini belirttikleri destek veya tepki içeren paylaşımlar olabilir.

#### **b) Kliktivizm**

Diğer yandan, alan yazında slaktivizmle fazlasıyla iç içe geçmiş durumda olan, 'İngilizce klik –click- kelimesinden ortaya çıkan kliktivizm (Gürel ve Nazlı, 2019: 192; Turhan, 2017: 31) toplumsal tutumlara ve davranışlara fiziksel olarak dahil olmayıp ekran karşısından, olduğu yerden dahil olmayı, örgütlemeyi veya destek olmayı barındırmaktadır (Yılmaz vd., 2015: 491). Sosyal medya ve dijital mecrada, destek veya tepki amaçlı olarak yapılan davranışları tanımlayan kliktivizmle (Clicktivism, Oxford Dictionary, 2020), dijital kullanıcılar günümüzde ortaya çıkan sosyal medya eylemleri olan retweet yapma (yeniden

paylaşma), favorilere ekleme (paylaşılan bir gönderiyi beğenme), beğenilmeyen bir paylaşımı spam bildirme (zararlı veya tehlikeli görülen bir paylaşımın sosyal medya sitesine şikâyet edilmesi) gibi kendi varlıklarını belli eden dijital davranışlar gösterebilirler.

**c) Hactivizm**

Bilgisayar teknolojisi ile veya programlama yöntemleriyle toplumsal bir soruna ilişkin reaksiyon gösterme olan hactivizm ise (Demirkıran, 2013: 28), tamamıyla siyasi amaçlarla tercih edilmiş hedeflere, genellikle bilgi elde edip yayımlama ya da bir dönem sistemi kullanılmaz duruma getirerek zarara uğratma gayesiyle kamuoyu kazanmak için başlanılan eylemlerden ortaya çıkmaktadır (Uçkan, 2013: 67).

Bir diğer yandan, dijital diplomasi etkinlikleri planlayan bir devletin, sanal dünyada bulunan platformlarını işlevi olmayacak duruma getiren hactivizm bununla birlikte toplumun bilmesinin faydalı olabileceği gizli malumatları toplumla paylaşabilmekte, bu tutum ise zorlu zamanları ortaya çıkarabilmektedir (Yeğen, 2014).

## SONUÇ

Diplomaside dijital medya tercihinin son zamanlarda önemli boyutta bir artış göstermesi, dahası, bu teknolojik güncellemelerin devlet yetkilileri, siyasetçiler ve diplomatlar açısından etkili şekilde tercih edilmesiyle yükseliş gösteren bir terim olarak “dijital diplomasi”, bilinen diplomasi etkinliklerinin bilgi toplumunun ve çağın ihtiyaçlarına göre yapılması anlamındadır. “Twi-diplomacy” ya da “e-diplomasi” şeklinde ifade edilen dijital diplomasi, son dönemlerde pek çok dünya lideri tarafından, Twitter, Instagram ve Facebook gibi güncel sosyal medya uygulamaları ile kullanımının sıklıkla görüldüğü bir diplomasi şekli haline gelmiştir. Medya ortamında dünyanın her tarafından milyonlarca kişi tarafından içeriklere erişilmesi ve bir anda kitleleri etkisi altına alması gibi özellikleri olan dijital platformlar, bu bakımdan yüz yüze yapılan diplomasi etkinliklerinin etkileri üzerinde de önemli bir role sahip olmuştur. Türkiye gibi şartları zor bir coğrafyada olan bir ülkenin de diplomaside dijital teknolojilerin sağladığı imkânlardan faydalanması, fiillerini dünyaya sunması için neredeyse mecburiyet haline gelmiştir.

Özellikle Covid-19 sürecinde dijital diplomasinin daha çok yükselişe geçtiğini söylemek mümkündür. Temelinde, dışişleri bakanlıkları ve uluslararası kuruluşların, son dönemlerde kamu diplomasininin yürütülmesi kapsamında dijital diplomasi materyallerini kullandıkları belirtilmektedir. Ayrıca devletlerin güvenlik ve mülteciler gibi konuları idare etmek için de dijital diplomasi tekniklerini kullandıkları görülmektedir. Bu bağlamda kullanımı çoğalarak devam eden dijital diplomasi kavramının incelenmesi, hareketlerin ortaya çıkarılması ve kuramsal yorumunun yapılmasına ilişkin bir gereksinim meydana gelmiştir. Dijital diplomasi kavramının teorik anlamda yumuşak güç, uygulama anlamında ise kamu diplomasisine dâhil edilen teknolojik gelişmeler sonucunda meydana gelen bir kavram olduğu görülmektedir.

Dijital diplomasi döneminde sosyal medya araçları devletlerin, kişilerin, uluslararası teşkilatların karşılıklı bağlantı sağladığı iletişim ağı durumundadır. Dijital diplomasinin bu dönüşümü devletleri, uluslararası teşkilatları yenileyerek onlara çeşitli çıkış yolları sunmuştur. Kriz yönetimlerinde, kaybettikleri kuvveti yeniden elde etmede önemli rolü bulunmaktadır. Teknolojinin ve kamu diplomasininin değerini anlamış tüm uluslararası liderler, dijital diplomasiyi bireysel çıkarları ve amaçları için kullanmıştır. Dijital diplomasi düzeyinde ülkeler, uluslararası teşkilatlar, kişiler daha uygun bütçeyle mesajlarını gönderme, kampanyalarını gerçekleştirme, tartışma ve konuşma ortamı elde etmişlerdir.

Diplomaside dijitalleşmenin ilk örnekleri 2001 senesine kadar gitse de özellikle 2007-2014 tarihlerinde dışişleri bakanlıkları, büyükelçilikler, bireysel yönden liderlerin ve diplomatların farklı farklı sosyal medya mecralarını kullanması ile kurumsallaşmaya başladığı görülmektedir. Dünyanın pek çok bölgesinden diplomatik kurumlar oluşturdukları sosyal medya hesapları ile çok güzel bir dijital varlık meydana getirmiştir. Ayrıca dijital diplomasinin başlangıç noktası olarak da kabul edilen ABD Dışişleri Bakanlığı sahip olduğu çok sayıda hesap ile tam anlamıyla bir sosyal medya imparatorluğu kurmuştur. Kosova'nın tanınma sürecinde yaptığı dijital çalışmalar, İsveç'in sanal bir oyun platformunda büyükelçilik açması, İsrail'in Hasbara teşkilatını kurup yaptığı dijital çalışmalar, İngiltere'nin dijital diplomatlar yetiştirmeye yönelik yaptığı çalışmalar Dijital Diplomasi'nin gelecekte ne kadar etkili olacağına dair ipuçları vermektedir. Bununla birlikte, hala dijital diplomasi ile ilgili adım atmayan, bu alana uzak kalan ya da yavaş adımlar atan devletler de bulunmakta, diplomatlarını ve kurumlarını dijital diplomasinin getirdiği yenilikler ışığında yeterince aydınlatamamaktadır. Bu alan dönemsel politikalar ve uygulamalarla değil uzun vadeli stratejiler ve profesyonel çalışmalarla şekillenmelidir.

Diplomasi belirli bir rütbesi ve adetleri olan geleneksel bir yapıdadır. Dijital diplomasi ise geleneksel diplomasiyi tamamlayan yeni bir tekniktir. Dijital diplomasinin meydana gelmesi ile geleneksel diplomatik tekniklerden vazgeçilemeyeceği gibi artık diplomaside dijital medyaların kullanımı da kattığı imkânlar sebebiyle vazgeçilmez bir yerdedir. Değişken ve neredeyse anlık olarak güncellenen bu tekniğin sürekli olarak takip edilmesi ve güncellemeler ışığında uygulamaların dönüştürülmesi gerekmektedir.

## KAYNAKÇA

AA, (2020), <https://www.aa.com.tr/tr/azerbaycan-cephe-hatti/ermenistan-ordusu-azerbaycanin-gence-ve-mingecevir-kentlerine-fuze-saldirisi-duzenledi-13-sivil-hayatini-kaybetti/2009245> (e.t. 19.07.2022)

AA, (2022). Facebook: <https://www.facebook.com/anadoluagencyenglish> (e.t. 21.07.2022), (e.t. 21.07.2022), Twitter: <https://twitter.com/anadoluagencyenglish> (e.t. 21.07.2022), Twitter: [https://twitter.com/aa\\_arabic](https://twitter.com/aa_arabic) (e.t. 21.07.2022)

Adcock Frank – Mosley, D. J., (1975). *Diplomacy in Ancient Greece*, London: Thames and Hudson

Adesina, O. S. (2017). *Foreign Policy in an Era of Digital Diplomacy*. *Cogent Social Sciences*, Vol. 19, No. 3, s. 8-13.

AFAD (2022), <https://twitter.com/AFADTurkiye>, (e.t. 21.07.2022)

AFAD İnternet Sitesi, <https://www.afad.gov.tr/her-kosulda-vatandaslarimizin-yanindayiz> , (e.t. 19.07.2022)

Akar, A. L. & Mezkit, M. (2013). *Dünden Bugüne Türk Kızılayı ve 2023 Vizyonu* . *Yeni Fikir Dergisi* , 5 (11) , 1-11 . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/yenifikirjournal/issue/61744/923077>

Akçay, E.Y, Kodaman, T (2010). “Kuruluştan Yıkılışa Kadar Osmanlı Diplomasi Tarihi ve Türkiye“ye Bıraktığı Miras”, *SDÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, Aralık (22), 81-82.

Akıllı, Erman (2012), “Türk Dış Politikası Zemininde Arap Baharı”, *Ortadoğu Analiz*, Cilt: 3 - Sayı 37, ss.39–45.

Akıllı, Erman (2022). *Diplomaside Dijital Dönüşüm ve Türkiye*. *Sabah Gazetesi İnternet Sitesi*: <https://www.sabah.com.tr/yazarlar/perspektif/erman-akilli/2022/01/01/diplomaside-dijital-donusum-ve-turkiye> (e.t. 20.07.2022)

Akıllı, E. (2022). *Diplomaside Dijital Dönüşüm: Rusya – Ukrayna “Siber” Savaşı*. <https://www.sabah.com.tr/yazarlar/perspektif/erman-akilli/2022/03/12/diplomaside-dijital-donusum-rusya-ukrayna-siber-savasi>

Aouragh M. (2016). “Hasbara 2.0: Israel’s Public Diplomacy in the Digital Age”, *Middle East Critique*, 25(3): 271-297.

Aktaş, Y. (2015).Türkiye Selçuklu Devleti'nin Diploması Tarihi. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Erzurum.

Akdeniz, G. (2013). Hacker Etiği. Hack Kültürü ve Hactivizm ( ss. 9-15). İstanbul: Alternatif Bilişim

Alioğlu, S.D. (2019). Siber Saldırıları ve Ülkelerin Siber Güvenlik Politikaları, İstanbul Bilgi Üniversitesi Lisansüstü Programlar Enstitüsü, Bilişim ve Teknoloji Hukuku Yüksek Lisans Programı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul

Alsan, Zeki Mesud, (1948). Devletler Hukukunda Yeni Gelişmeler, Ankara: AÜHF, s. 186-187. Anadolu Ajansı İnternet Sitesi, <https://www.aa.com.tr/tr/dunya/israil-polisinden-mescid-i-aksaya-baskin/2566122> , (e.t. 19.07.2022)

Alsan, Zeki Mesud, (1950). Yeni Devletler Hukuku Birinci Cilt, Ankara: Güney Matbaacılık

Akpınar, M. F. & Özcan, A. (2020). Mısır Halk Ayaklanmalarında Sosyal Medyanın Rolü . AJIT-e: Academic Journal of Information Technology , 10 (39) , 149-171 . DOI: 10.5824/ajit-e.2019.4.007

Anadolu Ajansı, <https://www.aa.com.tr/tr/dunya/dirilis-ertugrul-venezuelada-yayinda/1292314> , (e.t. 19.07.2022)

Anderson, M. S. (1993). The Rise of Modern Diplomacy 1450-1919, London-New York: Longman

Armstrong, M. (2009). Social Media as Public Diplomacy. Perspectives. Cilt 1, s. 2. Erişim adresi ( 04 Kasım 2017): [http://mountainrunner.us/2009/01/public\\_diplomacy\\_is\\_not\\_public-relations](http://mountainrunner.us/2009/01/public_diplomacy_is_not_public-relations)

Arslan, Yusuf. (2014) ABD VE İNGİLTERE'DE KAMU DİPLOMASİSİ UYGULAMALARININ KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ, YL TEZİ, BURSA, 2014. (e.t. 21.07.2022)

Atasoy, M. U. (2018). İnternet Reklamlarının Tüketicilerin Satın Alma Davranışları Üzerine Etkisi, Yaşar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Avar, Yusuf. (2016), «Devletler Arası İlişkilerin Gelişimi ve Diploması Tarihi.» Tuiç Akademisi, 25 10 2016: 1-13.

Aydın, H. (2018). Türkiye-Afrika İlişkilerinde Yumuşak Güç Unsuru: Eğitim. Afrika Araştırmacıları Derneği (AFAM) İnternet Sitesi: <https://afam.org.tr/turkiye-afrika-iliskilerinde-yumusak-guc-unsuru-egitim/> , (e.t. 19.07.2022)

Barker, J. Craig. (1996). The Abuse of Diplomatic Privileges and Immunities, A Necessary Evil?, Aldershot- Brookfield-Singapore-Sydney: Dartmouth, s. 16-17.

Basmacı, Göksel & Çarık, Şenol. (2022). Rusya – Ukrayna Savaşı ve Medya. Urzeni Yayınevi, İstanbul. 2022. : [https://www.researchgate.net/publication/361434302\\_Internet\\_Ortamlarindaki\\_Bilgi\\_Kirliliginin\\_Savas\\_Donemlerinde\\_Medyaya\\_Etkisi\\_Rusya-Ukrayna\\_Savasi\\_Ornegi](https://www.researchgate.net/publication/361434302_Internet_Ortamlarindaki_Bilgi_Kirliliginin_Savas_Donemlerinde_Medyaya_Etkisi_Rusya-Ukrayna_Savasi_Ornegi)

Başlar, G.(2013). Yeni Medyanın Gelişimi ve Dijitalleşen Kapitalizm, Akademik Bilişim - XV. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri 23-25 Ocak 2013, Akdeniz Üniversitesi, Antalya

Batıraporu.com, (2021). <https://batiraporu.com/ifade-ozgurlugu/fransada-sari-yelekli-ler-yine-polis-tarafindan-darbedildi/> (e.t. 23.07.2022)

Bayraktar - Ukrainian War Song, (2022). <https://www.youtube.com/watch?v=S3FGWPMj16M> (e.t. 27.07.2022).

BBC İnternet Sitesi, <https://www.bbc.com/turkce/vert-cul-37753076> , (e.t. 19.07.2022)

Beckman,G. (2018). Antik Yakın Doğu'da Diplomasi, Savaş ve Antlaşmalar, Aktüel Arkeoloji Dergisi, Cilt: Ocak - Şubat, Sayı: 61, 18-28.

Beyaz Gazete, (2022). <https://beyazgazete.com/haber/2022/3/5/rusya-da-facebook-tan-sonra-twitter-da-yasaklandi-6444345.html> (e.t. 27.07.2022)

Belknap, M. (2001). The CNN Effect: Strategic Enabler or Operational Risk. U.S. Army War College Strategy Research Project.

Bigumigu. (2022). Verilerle İnternet Kullanımı ve Sosyal Medya Alışkanlıkları: <https://bigumigu.com/haber/verilerle-internet-kullanimi-ve-sosyal-medya-aliskanliklari/#:~:text=%C5%9Eu%20anda%20d%C3%BCnya%20%C3%A7ap%C4%B1nda%204,medyada%20ge%C3%A7irdi%C4%9Fi%20vakit%20de%20art%C4%B1yor.> (e.t. 21.07.2022)

Bjola, Corneliu and Holmes, Marcus (Eds.) (2015) Digital Diplomacy: Theory and Practice, NY: Routledge.

Bjola, Corneliu; Pamment, James (2019). Countering Online Propaganda and Extremism: the 'dark side' of digital diplomacy, Routledge, New York.

Bjola, Corneliu and JIANG, Lu (2015). Social Media and Public Diplomacy: A Comparative Analysis of the Digital Diplomatic Strategies of the EU, US and Japan in China. (Eds.), Corneliu Bjola and Marcus Holmes. Digital Diplomacy: Theory and Practice. NY: Routledge, s.71-88.

Bozkurt, A. , Hamutoğlu, N. B. , Liman Kaban, A. , Taşçı, G. & Aykul, M. (2021). Dijital bilgi çağı: Dijital toplum, dijital dönüşüm, dijital eğitim ve dijital yeterlilikler . Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi , 7 (2) , 35-63 . DOI: 10.51948/auad.911584

Brunetti, F. (2015). Digital Kosovo: Diplomacy and State Recognition in the XXIst Century. <http://www.iurisprudentes.it/2015/09/09/digital-kosovo-diplomacy-andstate-recognition-in-the-xxist-century-2/> (Erişim Tarihi: 17.11.2018).

Casson, John, (2022). John Casson'un Twitter Hesabı: <https://twitter.com/JohnCassonUK> (e.t. 23.07.2022)

Clement, J. (2020). Facebook: Number of Daily Active Users Worldwide 2011-2020. Web sayfası: <https://www.statista.com/statistics/346167/facebook-globaldau/#:~:text=With%20over%202.7%20billion%20monthly,most%20popular%20social%20network%20worldwide.> (e.t. 16.12.2020)

Clicktivism, Oxford Learner's Dictionaries. (2020). Oxford University Press. Erişim: 12 Eylül 2020, <https://en.oxforddictionaries.com/definition/clicktivism>

Cnn Türk. (2020). Venezuela Devlet Başkanı Maduro'dan Diriliş Ertuğrul dizisine övgü: <https://www.cnnturk.com/video/dunya/venezuela-devlet-baskani-madurodan-dirilis-ertugrul-dizisine-ovgu>. (e.t. 23.07.2022)

Cnn Türk. (2022). İsrail'den Mescid-i Aksa'ya Baskın: <https://www.cnnturk.com/video/dunya/israilden-mescid-i-aksaya-baskin22042022#:~:text=%C4%B0%C5%9Fgal%20alt%C4%B1ndaki%20Do%C4%9Fu%20Kud%C3%BCs'te,g%C3%B6re%20m%C3%BCdahalede%2031%20Filistinli%20yara%20land%C4%B1.> (e.t. 23.07.2022)

Çakı, C. (2019). Birinci Dünya Savaşı'nda Zulüm Propagandasının Kullanılması: İtilaf Devletleri'nin Alman Karşısı Propaganda Posterleri Üzerine İnceleme. Dergipark: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/649822> , (e.t. 19.07.2022)

Çelik, Edip F. (1980). Milletlerarası Hukuk, C. I, İstanbul: İstanbul Üniversitesi  
Defence Intelligence Of Ukraine, (2022).  
<https://twitter.com/chntncl/status/1501863442986291205> (e.t. 26.07.2022).

Devlet Arşivleri Başkanlığı İnternet Sitesi,  
<https://www.devletarsivleri.gov.tr/Sayfalar/Yayinlar/Koleksiyonlar.aspx?c=1> , (e.t. 19.07.2022)

Demirkıran, Cenk, (2021). Uluslararası Televizyon Yayıncılığı, İksad Yayınevi, Ankara, 2021.

Dış İşleri Bakanlığı, (2022). Türkiye Dışişleri Bakanlığı Tarihçesi: <https://www.mfa.gov.tr/turkiye-cumhuriyeti-disisleri-bakanligi-tarihcesi.tr.mfa#:~:text=1924%20y%C4%B11%C4%B1nda%2039%20d%C4%B1%C5%9F%20temsilcili%C4%9Fe,toplam%20253%20misyonu%20sahip%20bulunmaktad%C4%B1r.> (e.t. 24.07.2022)

Dikran M. Zenginkuzucu, (2021). “Myanmar, Uluslararası Suçlar ve Uluslararası Toplum: Kendisine Karşı İşlenen Ağır Suçlarda Uluslararası Toplumun Cevabı”, Uluslararası İlişkiler, Cilt 18, Sayı 69, 2021, s. 49-70, DOI: 10.33458/uidergisi.912068

Diplohack. (2022), Diplohack Nedir? : <https://ab.gov.tr/p.php?e=51681> (e.t. 21.07.2022)

Erdem, G. (2008). Osmanlı İmparatorluğu'nda Sürekli Diplomasi“ye Geçiş Süreci, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Ankara, 2008, 301-319.

Eren, E. (2018). Balkanlarda Türk Kamu Diplomasisi ve Faaliyet Alanları. T.C. Sabahattin Zaim Üniversitesi.  
<https://openaccess.izu.edu.tr/xmlui/bitstream/handle/20.500.12436/507/Balkanlarda%20T%C3%BCrk%20kamu%20diplomasisi%20ve%20faaliyet%20alanlar%C4%B1.pdf?sequence=1&isAllowed=y> , (e.t. 19.07.2022)

Ergüven, Nasuh Sarp, (2016). Uluslararası Hukukun Tarihsel Boyutuyla Diplomasinin Kurumsal Gelişim Süreci. : [https://www.researchgate.net/publication/291948177 Uluslararası Hukukun Tarihsel Boyutuyla Diplomasinin Kurumsal Gelişim Süreci](https://www.researchgate.net/publication/291948177_Uluslararası_Hukukun_Tarihsel_Boyutuyla_Diplomasinin_Kurumsal_Gelişim_Süreci) (e.t. 23.07.2022)

EuroNews, (2019). 'Güven tazelemek' isteyen Suudi Arabistan'ın sosyal medya fenomenli tanıtımı eleştirildi

EuroNews, (2022). Trump Tweet haberi: <https://tr.euronews.com/2019/10/07/trump-turkiye-suriye-de-cizmeyi-asarsa-ekonomisini-mahvederim-suriye-operasyon> (e.t. 23.07.2022). Liderlerin İzmir Depremi ile ilgili tweetlerinin haberi: <https://tr.euronews.com/2020/10/30/izmir-depremi-sonras-dunya-liderlerinden-turkiye-ye-gecmis-olsun-mesajlar> (e.t. 23.07.2022)

EuroNews Youtube Kanalı. (2014). Japonya'nın geleneksel yunus balığı avına çevrecilerden tepki: <https://www.youtube.com/watch?v=Ud4CXjYvdGw>. (e.t. 17.06.2022)

Forbes. (2012). Internet-in-a-Suitcase: The Web Technology That Wants You to Be Free, <https://www.forbes.com/sites/knowledgewharton/2012/03/08/internet-in-a-suitcase-the-web-technology-that-wants-you-to-be-free/#2eca8ded71e4>, (e.t. 10.01.2021)

Forster, (1994).

Genç, 10-12; Erdoğan Merçil, Büyük Selçuklu Devleti, Nobel Yayıncılık, Ankara 2011, 1-5; Vardan, 12-14; Nesimi Yazıcı, İlk Türk-İslâm Devletleri Tarihi, Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları, Ankara 2005, 130-138, 177-189.

Girgin, K. (1992). Osmanlı ve Cumhuriyet Dönemleri Hariciye Tarihimiz (Teşkilât ve Protokol), Ankara: TTK, s. 37-38.

Girgin, K. (1994). Osmanlı ve Cumhuriyet Dönemleri Hariciye Tarihimiz (Teşkilat ve Protokol), Türk Tarih Kurumu Basımevi, Ankara,37-38.

Gunter, S. K. (2009). Sams Teach Yourself Facebook, Indiana: Pearson Education.

Güner, S. (2021). Türkiye'nin Kamu Diplomasisi ve Yumuşak Güç Uygulamalarında Medya'nın Rolü; TRT'NİN Uluslararası Kanalları Üzerine Bir Değerlendirme. Dergipark: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1799278> , (e.t. 19.07.2022)

Güngörmez, Bengül, (2002). Kitle İletişim Araçları, Siyaset ve Propaganda. U.Ü. Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi Yıl: 3, Sayı: 3, 2002. (e.t. 23.07.2022)

Gürdal, E. (2021). Dijital Diplomatlar: Dijital Diplomaside Yeni Nesil Diplomatlar. *Bitlis Eren Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Akademik İzdüşüm Dergisi*, 6(1), 114-127.

Habertürk. (2022). İşte Ukrayna lideri Zelenskiy'nin Twitter, Instagram ve Facebook'taki son durumu başlıklı haber: <https://www.haberturk.com/zelenskiy-nin-sosyal-medya-hesaplarinda-takipcileri-9-a-katlandi-3363212-teknoloji> (e.t. 23.07.2022)

Hamilton, Keith – Langhorne, Richard, (1995). *The Practice of Diplomacy Its Evolution, Theory and Administration*

Halklailiskiler.co. (2022). Geçmişten Bugüne Kitle İletişim Araçları, <https://halklailiskiler.co/gecmisten-bugune-iletisim-araclari/> (e.t. 23.07.2022)

Hocking, B. ve Melissen, J. (2016, Şubat). Diplomacy and digital disruption. NATO PD Forum 2016'da sunulan bildiri, Hilton Grand Place Brussels Hotel.

Hrw.org, (2021). <https://www.hrw.org/tr/news/2020/03/17/339568> (e.t. 23.07.2022).

Hurriyet.com.tr, (2016). <https://www.hurriyet.com.tr/gundem/suikast-sonrasi-disisleri-bakanligindan-aciklama-40311730> (e.t. 23.07.2022).

Hurriyet.com.tr, (2018). <https://www.hurriyet.com.tr/teknoloji/putin-telefon-bile-kullanmiyorum-dedi-sahte-twitter-hesabi-kapatildi-41034775> (e.t. 27.07.2022).

İHA, (2022). Macron ve Putin'in oturduğu masa Fransa basınının gündeminde: <https://www.iha.com.tr/haber-macron-ve-putinin-oturdugu-masa-fransa-basininin-gundeminde-1025847/> (e.t. 27.07.2022)

İpşirli, 3-5; Balcı, 26 vd; Muhammed Hamidullah, İslâm Peygamberi, I, (Çev. Salih Tuğ), İmaj İç ve Dış Ticaret, Ankara 2003, 217 vd.

İri, Murat (2013). “Bollywood Sineması: Hindistan’ın Hareketli Resim Sanayii Üzerine Notlar”, *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, Sayı 18, (2013), 21-35.

İskit, Temel, (2007). *Diplomasi, Tarihi, Teorisi, Kurumları ve Uygulaması*, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi

Jacobson, Barbara Rosen and Höne, E. Katharina and Kurbalija, Jovan. (2018). *Data Diplomacy: Updating diplomacy to the big data era 2018.*: [https://www.diplomacy.edu/wp-content/uploads/2019/07/Data\\_Diplomacy\\_Report\\_2018.pdf](https://www.diplomacy.edu/wp-content/uploads/2019/07/Data_Diplomacy_Report_2018.pdf) (e.t. 23.07.2022)

Kafesoğlu, İbrahim, *Türk Milli Kültürü*, Ötüken Neşriyat, İstanbul 2000.

Kalın, İbrahim. (2012). “Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi”. Kamu Diplomasisi (Ed: Abdullah Özkan-Tuğçe Ersoy Öztürk). İstanbul: Tasam Yayınları

Kaplan, Andreas M. and Haenlein, Michael (2010). Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media, *Business Horizons*, 53(1), s. 59-68.

Karabekmez Kars, B. (2021). Dijital Diplomasinin Kullanımı: 15 Temmuz Darbe Girişimi Örneği, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.

Karagül, S & Baştan, Y. (2021). Diplomasinin Dönüşümü ve Dijital Diplomasisi.

Karal, E.Z (1988). Büyük Osmanlı Tarihi I. Cilt Nizam-ı Cedid ve Tanzimat Devirleri, Türk Tarih Kurumu Yayınları, Ankara, 152-155.

Khatib, L. & Dutton, W. & - Thelwall, M. (2012).Public Diplomacy 2.0: A Case Study of the US. *Digital Outreach Team Middle East Journal*, 66( 3), 453-472.

Kırık, A. M. (2014). Arap Baharı Bağlamı’nda Sosyal Medya-Birey Etkileşimi ve Toplumsal Dönüşüm . 21. Yüzyılda Eğitim Ve Toplum Eğitim Bilimleri Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi , 1 (3) , 87-98 . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/egitimvetoplum/issue/5130/69848>

Kızılay, (2022). Facebook: <https://www.facebook.com/Kizilay> (e.t. 21.07.2022), Twitter: <https://twitter.com/kizilay>, (e.t. 21.07.2022), Instagram: <https://www.instagram.com/kizilay> (e.t. 21.07.2022)

Kızılay İnternet Sitesi, <https://www.kizilay.org.tr/Bagis/BagisKategorisel/4/yurt-disi-yardimlari> , (e.t. 19.07.2022)

Köksoy, E. (2016). Yeni Diplomatik Temsil Biçimi Olarak Marka Diplomasisi: Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme . *Selçuk İletişim* , 9 (2) , 242-261 . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/josc/issue/19032/201202>

Kruckeberg, Dean & Vujnovic, Marina (2005). “Public Relations, Not Propaganda, for US Public Diplomacy in a post-9/11 World: Challenges and Opportunities”, *Journal of Communication Management*, Volume: 9, Issue: 4, pp.296-304.

Kuntsman, A. ve Stein, R., (2015), *Digital Militarism: Israel's Occupation in the Social Media Age*, Stanford University Press, California.

Kurnaz İ., Avcı Y. (2016). Diplomaside Tarihin Geri Dönüşü: Klasik Diplomasinin İnsani Diplomasieye Evrimi, Editör: Erman Akıllı, Türkiye’de ve Dünyada Dış Yardımlar, Nobel Yayınları, Ankara

Kurt, G., (2016), "Dijital Diplomaside Güncel Bir Örnek: Kanada'nın "The Global Dialogue on the Future of Iran" Projesi", Kamu Diplomasisinde Yeni Yaklaşımlar ve Örnekler, ed. G. A. Sancar, Beta Yayıncılık, İstanbul.

Lakomy, M. (2014). Tweets on top. Responsive policy. *Studia Medioznawcze Media Studies*, 2 (57). Erişim adresi: [http://studiamedioznawcze.pl/article.php?date=2014\\_2\\_57vecontent=en](http://studiamedioznawcze.pl/article.php?date=2014_2_57vecontent=en) adresinden edinilmiştir.

Levy, J. R. (2010). *Facebook Marketing*, Indiana: Pearson Education.

Lin, Y. (2020). 10 Twitter Statistics Every Marketer Should Know in 2021. Web sayfası:<https://www.oberlo.com/blog/twitterstatistics#:~:text=Here's%20a%20summary%20of%20the,are%20between%203%20and%2065>. Erişim Tarihi: 19.12.2020.

Macron, Emmanuel, (2022). Fransa Cumhurbaşkanı Emmanuel Macron’un Türkçe olarak paylaştığı tweet: <https://twitter.com/EmmanuelMacron/status/1307210250852933633> (e.t. 23.07.2022)

Manor, I. ve Segev, E. (2015). Part 5 – America’s Selfie: How the US Portrays Itself on its Social Media Accounts. C. Bjola ve M. Holmes (Ed). *Digital Diplomacy, Theory and Practice* (e-book) içinde (s. 8-29). London ve New York: M. Routledge Taylor ve Francis Group.

McCafferty, D. (2011). Activism vs. slacktivism. *Communications of the ACM*, 54(12), s. 17- 19.

Medin, B., Koyuncu, S. (2017). Cinema as a softpowerinstrument: Hollywood cinema case. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 3(3), 836-844. DOI: 10.24289/ijsser.307385

Mehmed Altay Köymen, Büyük Selçuklu İmparatorluğu Tarihi V, İkinci İmparatorluk Devri, Türk Tarih Kurumu Basımevi, Ankara 1991

Menemencioğlu, Ethem. (1944), *Medeniyet Nizamı Diplomasie Yoliyle*, İstanbul: Türkiye Basımevi, s. 57.

Mieroop, M. (2006). Antik Yakın Doğu'nun Tarihi, Gül, S. (Çev.) Dost Yayınları, Ankara.

Milliyet Gazetesi İnternet Sitesi, <https://www.milliyet.com.tr/egitim/tika-nedir-ne-is-yapar-tika-hangi-amacla-kurulmustur-faaliyetleri-nelerdir-6421238#:~:text=T%C4%B0KA%20kurulu%C5%9Funun%20temel%20faaliyeti%20ihtiyac%C4%B1,benzerlik%20ta%C5%9F%C4%B1yan%20%C3%BCIkelere%20yard%C4%B1m%20ger%C3%A7ekle%C5%9Fir.> , (e.t. 19.07.2022)

Mişçi, S., (2006), "Yeni Medya Kullanımının Organizasyon Yapısı Üzerindeki Etkileri", Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferansı Bildiri Kitapçığı, İstanbul.

Mohsin, M. (2020b). 10 Instagram Stats Every Marketer Should Know in 2021. Web sayfası: <https://www.oberlo.com/blog/instagram-stats-every-marketer-shouldknow> Erişim Tarihi: 20.12.2020

Nicholson, H. (1950). Diplomacy. London-New York: Oxford University Press.

NTV İnternet Sitesi. (2018). ABD Donanmasından İstanbul Boğaz Paylaşımı: <https://www.ntv.com.tr/dunya/abdde-donanmasindan-istanbul-bogazi-paylasimi,fR4YW3NAfk6DekI9-1knUQ> (e.t. 23.07.2022)

NTV İnternet Sitesi. (2022). 'Bayraktar TB2 Ukrayna'da oyunu değiştirdi': <https://www.ntv.com.tr/galeri/dunya/bayraktar-tb2ukraynada-oyunu-degistirdi,7tfG0 SIYkCbAHKQ9ZxIRg> (e.t. 21.07.2022)

NY Times, (2022). Trump Tweet: <https://www.nytimes.com/interactive/2019/11/02/us/politics/trump-twitter-presidency.html> (e.t. 23.07.2022)

Nye, S.J. (2005). Soft Power: The Means to Success in World Politics. New York: Public Affairs

Nye, S.J. (2021). Soft power: The evolution of a concept. Journal of Political Power

Oral Sander, Anka'nın Yükselişi ve Düşüşü Osmanlı Diplomasi Tarihi Üzerine Bir Deneme, İmge Yayınları, Ankara, 2010, 154.

Oral Sander, Siyasi Tarih İlk Çağlardan 1918'e, İmge Yayınları, Ankara, 2006, 241.

Ökmen, Yunus Emre ve Göksu, Oğuz, (2019). Kültürel Diplomasisi Bağlamında Türk Dizilerinin İhracatı ve Kültür Aktarımına Katkısı: ‘Diriliş Ertuğrul’ Örneği: [https://tasam.org/Files/Icerik/File/Kamu\\_Diplomasisinde\\_Yeni\\_Y%C3%B6nelimler\\_\(2\).pdf](https://tasam.org/Files/Icerik/File/Kamu_Diplomasisinde_Yeni_Y%C3%B6nelimler_(2).pdf) 18aaac77-d41b-4ee7-9d58-6178c992cab3.pdf (e.t. 23.07.2022)

Özgür, Gizem, (2019), Soğuk Savaş Dönemi Doğu – Batı Blokları Arasındaki Mücadelede Propaganda. T.C. İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Uluslararası İlişkiler Bölümü Y.L. Tezi.

Özden, Ö.ve Alan, G. (2019). Kamu Diplomasisi Oluşturulmasında Dijital Diplomasi'nin Etkisi: Türkiye’de Bulunan Büyükelçiliklerin Twitter Kullanımı. *Erciyes İletişim Dergisi*, 7(2), 1345-1366.

Özdemir Önder; (2015), “Başarısız Bir Sosyal Medya Deneyimi: Occupy Wall Street”: <https://sendika.org/2015/01/basarisiz-bir-sosyal-medya-deneyimi-occupy-wall-street-ozdemir-ozdemir-241295> (e.t. 19.07.2022)

Özkan, A. (2015). Strategic Practices Of Public Diplomacy Policies In Educational Field And Turkey’s Potential For Cultural Diplomacy . *Erciyes İletişim Dergisi* , 4 (1) , . DOI: 10.17680/akademia.v4i1.5000080313

Patel, K. (2014). History of Instagram. Web sayfası: <https://gbsindependent.org/1275/bottom-line/history-of-instagram/> Erişim Tarihi: 20.12.2020.

Polat, İ. H. (2011). Sosyal Medya Devrimleri. Cesur Yeni Medya: Wikileaks ve 2011 Arap İsyanları Üzerine Tartışmalar. (Ed. Mutlu Binark & Işık Barış Fidaner). İstanbul: Alternatif Bilişim.

Queller, Donald E. (1967). The Office of Ambassador in The Middle Ages, Princeton-New Jersey: Princeton University, s. 25.

Rahaghi, John (2011). New Media or Old in Egypt and South Korea?, (Ed.), William A. Rugh. The Practice of Public Diplomacy, NY: Palgrave MacMillan, s.175-190.

Rashica, Viona (2018). The Benefits and Risks of Digital Diplomacy, South East European University Review, 13(1), s. 75-89.

Rus Embassy Turkey, (2022). Rusya Büyükelçiliği Türkiye Twitter Hesabının paylaştığı tweet: <https://twitter.com/rusembturkey/status/1227645097879179264>. (e.t. 23.07.2022)

Saka, Erkan (2019). Yeni Medya Çalışmaları V Türkiye İnternet Tarihi: <https://ekitap.alternatifbilisim.org/pdf/turkiye-internet-tarihi.pdf> (e.t. 23.07.2022)

Sandre, A. (2013). Twitter for Diplomats: A Guide to the Fastest Growing Digital Diplomacy Tool. Diplo. Erişim adresi: ( 29 Mart 2018) <https://www.diplomacy.edu/blog/twitter-diplomats-guide-fastest-growing-digital-diplomacy-tool>

Sandre, Andreas (2015). Introduction: The Road to Diplomacy 3.0, (Ed.), Andreas Sandre. Digital Diplomacy: Conversations on Innovation in Foreign Policy, Lanham: Rowman and Littlefield, s.xvii-xxxvi.

Sayımer. İdil (2008). Sanal Ortamda Halkla İlişkiler, Beta Yayınları, İstanbul.

Seviğ, (1962).

Sepetci, N. (2017). Sosyal Medyada Mahremiyet Algısının Çöküşü: Instagram Örneği, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı, Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Sezen Yılmaz, Büyük Selçuklu Devleti'nde Elçilik Kurumu, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü, İstanbul 2010

Siddiqui, Iqtidar Husain, "Science of Medicine and Hospitals in India during the Delhi Sultanate Period", Indian Historical Review, 39/1, New Delhi 2012

Signitzer,B.(2008). "Public Relations and Public Diplomacy, Some Conceptual Explorations". Ansgar Zerfass, Betteke van Ruler, Krishnamurthy Sriramesh, (Eds.), Public Relations Research European and Internationals Perspectives and Innovations.

Sivrioğlu, Ulaş Töre ve Yılmaz, Muzaffer Ercan, (2017). İlkçağ Uygarlıklarında Diplomasi, U.U. International Journal of Social Inquiry /U.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Cilt / Volume 10, Sayı / Issue 2, 2017 ss./pp. 179-227. : [https://www.academia.edu/36568467/%C4%B0lk\\_%C3%87a%C4%9F\\_Uygarl%C4%B1klar%C4%B1nda\\_Diplomasi](https://www.academia.edu/36568467/%C4%B0lk_%C3%87a%C4%9F_Uygarl%C4%B1klar%C4%B1nda_Diplomasi) (e.t. 23.07.2021)

Slackivism, Oxford Learner's Dictionaries. (2020). Oxford University Press. Erişim: 12 Eylül 2020, <https://en.oxforddictionaries.com/definition/slackivism>

Sosyal Medya Siteleri, Seo Akademi, <https://www.seokursu.com.tr/sosyal-medya-siteleri>, (e.t. 04.06.2020)

Soysal, İ. (1999). Umûr-ı Hariciye Nezaretinin Kurulması, Çağdaş Türk Diplomasisi: 200 Yıllık Süreç, Ankara: TTK, s. 72.

Soysal, İ. (2011). Kitle İletişim Araçları ve Diploması. İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, 0(2), 0-0. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iusiyasal/issue/613/6198>

TDK, Türkçe Sözlük, <https://sozluk.gov.tr/>, (e.t. 04.06.2022)

Sputnik TR. (2019). Maduro'ya en büyük sosyal medya desteği Türkiye'den: #WeAreMaduro. <https://tr.sputniknews.com/20190124/maduroya-en-buyuk-sosyal-medya-destegi-turkiyeden-1037267424.html>

Şehitoğlu, R. & Eren, E. (2022). Konferans Diplomasisi Perspektifinde Antalya Diploması Forumu'nun Uluslararası İlişkilerdeki Rolü . İletişim ve Diploması , Kamu Diplomasisi ve Ülke Markalama Özel Sayısı , 185-204 . DOI: 10.54722/iletisimvediploması.1111491

Tahiroğlu, A. F. & Bozkurt, C. (2021). Dijitalleşme ve Covid-19 Pandemisi Arasındaki İlişki: Uygulamalı Bir Analiz . İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi , 9 (2) , 145-154 . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iicder/issue/65542/1003247>

THY, (2022). Facebook: <https://www.facebook.com/TurkishAirlinesTR> , (e.t. 21.07.2022), Twitter: <https://twitter.com/TurkishAirlines>, (e.t. 21.07.2022), Instagram: <https://www.instagram.com/turkishairlines/> (e.t. 21.07.2022)

TİKA. (2022) Facebook: <https://www.facebook.com/TikaTurkey> , (e.t. 21.07.2022), Twitter: [https://twitter.com/Tika\\_Turkey](https://twitter.com/Tika_Turkey), (e.t. 21.07.2022), Twitter.com/tika\_english1, (e.t. 21.07.2022), Instagram: [https://www.instagram.com/tika\\_turkey/](https://www.instagram.com/tika_turkey/) (e.t. 21.07.2022)

TİKA İnternet Sitesi, <https://www.tika.gov.tr/tr/haber/liste> , (e.t. 19.07.2022)

TRT Haber İnternet Sitesi, <https://www.trthaber.com/etiket/yunus-emre-enstitusu/sayfa-1/> , (e.t. 19.07.2022)

Tosun, S. (2021). Bir Sosyal Politika Aracı Olarak Afad. Hastane Öncesi Dergisi , 6 (1) , 117-134 . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/hod/issue/58618/769375>

TRT, (2022). Facebook: <https://www.facebook.com/trtworld> (e.t. 21.07.2022), Facebook: <https://www.facebook.com/TRTArabi> (e.t. 21.07.2022), Twitter: <https://twitter.com/trtworld> (e.t. 21.07.2022), Twitter: <https://twitter.com/TRTArabi> (e.t. 21.07.2022), Instagram: <https://www.instagram.com/trtworld> (e.t. 21.07.2022), Instagram: <https://www.instagram.com/trtarabi> (e.t. 21.07.2022)

TRT World İnternet Sitesi, <https://www.trtworld.com/video/tv-shows/venezuelan-president-nicolas-maduro-loves-the-turkish-series-resurrection-ertugrul/5b1129762f15da048403d99d> , (e.t. 19.07.2022)

Tuncer, H. (1982). Diplomatlarda Aranılan Başlıca Nitelikler. Milletlerarası Hukuk ve Milletlerarası Özel Hukuk Bülteni , 2 (1), 17.

Tuncer, H. (1991). Eski ve Yeni Diplomasi, Dış Politika Enstitüsü, Ankara.

Turizm Günlüğü Seyahat Gazetesi, <https://www.turizmgunlugu.com/2020/07/28/thy-yurt-disinda-hangi-ulkelere-sefer-duzenleniyor/> , (e.t. 19.07.2022)

Türkiye Cumhuriyeti Dışışleri Bakanlığı İnternet Sitesi, <https://www.mfa.gov.tr/turk-kultur-merkezleri-turkce-egitim-merkezleri.tr.mfa#:~:text=Yunus%20Emre%20Enstit%C3%BCs%C3%BC%20ise%2C%20Vakfa,ayr%C4%B1ca%20bilimsel%20%C3%A7al%C4%B1%C5%9Fmalara%20destek%20vermektedir> , (e.t. 19.07.2022)

Uğurlu, S. (2015). “Gelişen İletişim Araçlarıyla Modern Halkla İlişkiler: Digital PR”. Günümüzde ve Gelecekte Stratejik Halkla İlişkiler Yönetimi. (Der. Saadet Uğurlu.) İstanbul: Beta Yayınları, 259-311.

Us Embassy Turkey, (2022). ABD Türkiye Büyükelçiliği Tweeti: <https://twitter.com/USEmbassyTurkey/status/1227568692969582592?s=19> (e.t. 23.07.2022)

We Are Social. (2021). Digital 2021: Global Overview Report. <https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2021-local-country-headlines-reportjanuary-2021-v03> (e.t. 15.05.2022)

Wichowski, A.(2015). Secrecy Is For Losers. Digital Diplomacy: Theory and Practice, (Ed. Corneliu Bjola - Marcus Holmes). London and New York: Routledge Taylor & Francis Grup.

Wilson, Mark I. & Corey, K. E. (2012). The Role of ICT in Arab Spring Movements. Networks and Communication Studies, NETCOM, 26 (3-4), 343-356.

Yağmurlu, Aslı. (2019). Dijital Diplomasi: Kamu Diplomasisi Çerçevesinden Avrupa Birliği Üye Ülkeleri Ve Türkiye Dışışleri Bakanlıkları İnternet Uygulamaları. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 7(2), 1267-1295.

Yağmurlu, Aslı. (2019). "Kamu Diplomasisi Aracı Olarak Kültür Enstitüleri" International Congress on Multidisciplinary Social Sciences, May 7-10, 2019, Ankara.

Yağmurlu, Aslı. (2019). Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler ve Sosyal Medya, Selçuk İletişim Dergisi, 7(1): 5-15.

Yamamoto, Takahiro (2011). U.S. Public Diplomacy 2.0 in Asia: Beyond Catchup, (Ed.), William A. Rugh. The Practice of Public Diplomacy, NY: Palgrave MacMillan, s.143-158.

YEE, (2022). YEE, (2020) Facebook: <https://www.facebook.com/yeeorgtr> (e.t. 21.07.2022), Twitter: <https://twitter.com/yeeorgtr>, (e.t. 21.07.2022), Instagram: <https://www.instagram.com/yeeorgtr>, (e.t. 21.07.2022)

Yegen, C. (2014). Dijital Aktivizmin Bir Türü Olarak Hacktivizm Ve "RedHack" . Intermedia International E-journal , 1 (1) , 118-132 . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/intermedia/issue/8643/107905>

Yepsen, E. A. (2012). Practicing Successful Twitter Public Diplomacy: A model and case study of US efforts in Venezuela. CPD Perspectives on Public Diplomacy. Paper 6, s. 7-36. Erişim adresi: <https://www.uscpublicdiplomacy.org/sites/uscpublicdiplomacy.org/files/useruploads/u35361/2012%20Paper%206.pdf>

Yıldırım, K. E. & Yıldırım, A. (2017). Türkiye'nin Yumuşak Güç Sembollerinden Türk İşbirliği Koordinasyon Ajansı ve Yurtdışı Türkler ve Akraba Toplulukları Başkanlığı'na Genel Bakış. Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi , 33 (33) , 203-219 . DOI: 10.17498/kdeniz.297888

Yılmaz, Cemal ve Kılıç, Yusuf. (2020). Eski Yakındoğu'nun Diplomasi Dönemi: Amarna Çağı ve Arşivi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1165187> (e.t. 23.07.2022)

Yoğun, P. (2019). Diplomasi Tarihi Işığında İlk Türk Kadın Diplomat: Adile Ayda. Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Van.

YTB, (2020) Facebook: <https://www.facebook.com/yurtdisiturkler> (e.t. 21.07.2022),  
Twitter: <https://twitter.com/yurtdisiturkler>, (e.t. 21.07.2022), Instagram:  
<https://www.instagram.com/yurtdisiturkler>, (e.t. 21.07.2022)

YTB İnternet Sitesi, <https://www.ytb.gov.tr/kurumsal/baskanligimiz-2> , (e.t. 19.07.2022)

YTB İnternet Sitesi, <https://www.ytb.gov.tr/haberler> , (e.t. 19.07.2022)

Yunus Emre Enstitüsü İnternet Sitesi, <https://www.yee.org.tr/tr/kurumsal/yunus-emre-enstitusu> , (e.t. 19.07.2022)

Yücel, G. (2016). Dijital Diplomasi, TRT Akademi, ISSN 2149-9446, Cilt 01, Sayı 02, 748-760.

Zafer Kartal, N. (2021). Dijital Diplomasinin Bir İdeolojik Aygıt Olarak Küresel Halkla İlişkilerde Kullanımı: ABD, Rusya Ve Çin'in Türkiye'deki Uygulamalarına Bir Bakış. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Anabilim Dalı, Isparta.

Zahang, Juyan and FAHMI, Shahira. (2015). The Use of Social Media in Public Diplomacy, (Eds.), G. Golan; S. Yang; D. Kinsey. International Public Relations and Public Diplomacy, NY: Peter Lang, s.315-332.

Zarella, D. - Zarella, A. (2011). The Facebook Marketing Book, Sebastopol: O'Reilly Media.

Zhong, X. ve Lu, J. (2013). "Public Diplomacy Meets Social Media: A Study of the U.S. Embassy's Blogs and Micro Blogs". Public Relations Review. 39, 542-548.

## ÖZGEÇMİŞ

### Kişisel Bilgiler

Adı, Soyadı : Alparslan Tolga AKPINAR

### Eğitim Durumu

Lisans : Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü

Yüksek Lisans: KAEÜ, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Uluslararası İlişkiler Bölümü

### Mesleki Deneyim

Kırşehir Belediyesi

2012 – (Halen)

Yayınlar : Akpınar, A.Tolga. (2022). Dijital Diplomasi'nin Gelişimi ve Etkileri. IV. Uluslararası Kapadokya Sosyal Bilimler Öğrenci Kongresi. Aksaray Üniversitesi, 2022.