

Araştırma Makalesi | Research Article

Kamu Diplomasisi ve Dijital İletişim

Public Diplomacy and Digital Communication

Muhammet Musa BUDAK (Ph.D.)



Freelance Resarcher

City/Turkey

mmbudak@hotmail.com

Başvuru Tarihi | Date Received: 17.09.2021

Yayına Kabul Tarihi | Date Accepted: 26.01.2022

Yayınlanma Tarihi | Date Published: 31.01.2022

<https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.997103>

Öz

İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişme ve dijitalleşme kamu diplomasisi aktör ve kurumlarının normları, hedefleri ve çalışma prosedürlerini derinden etkilemiştir. Bu makale kamu diplomasisi ve iletişimdeki dijitalleşmeyi iki farklı boyutu ile ele almaktadır. İlk kısım kamu diplomasisi faaliyetlerinde dijital iletişim araçlarının kullanımına odaklanan işlevsel bir boyuttur. Dijital iletişim araçlarının kamu diplomasisi faaliyetlerinden sorumlu kurumların çalışma prosedürlerini nasıl etkilediği ve kamu diplomasisi faaliyetlerinin değerlendirilmesinde dijital teknolojilerin kullanımı ele alınacaktır. İkinci kısımda ise dijital toplumun değer ve normlarının kamu diplomasisi uygulamaları ve uygulayıcılarının değer algılarını nasıl etkilediği normatif bir yaklaşım ile analiz edilecektir.

İletişim teknolojilerinin gelişimi ile ortaya çıkan dijital toplumu karakterize etmeden kamu diplomasisinin dijitalleşmesi süreci anlaşılacaktır. Kamu diplomasisinde dijitalleşme her ülkenin farklı seviyelerde olduğu devam eden bir süreçtir. Kamu diplomasisi dilinden, sosyal medya araçlarının politika yapımında kullanılmasına kadar radikal değişikliklere sebep olan dijitalleşme değerler açısından süregelen tartışmaların önüne geçememiştir. Kamu diplomasisi kuruluşlarının dijital toplum normlarının bir gereği olarak esnek, dijital iletişim teknolojilerini yenilikçi şekillerde kullanabilen yapılar olmalıdır. Yeniliğe verdikleri yanıt anında olmayabilir, ancak zamanla dijital teknolojilerin uygunluğunu, dijital toplumun taleplerini ve kendi hedeflerini dengelemeyi öğrenmeleri beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: İletişim, Uluslararası İlişkiler, Kamu Diplomasisi, Dijitalleşme, Değerler.

Abstract

Development in communication technologies have deeply affected the norms, goals and procedures of public diplomacy actors and institutions. This article discusses digitalization of public diplomacy and communication with two different dimensions. Firstly, effects of digital communication platforms on the working procedures and activities of public diplomacy institutions and the use of digital technologies in the evaluation of public diplomacy activities will be discussed. In the second part, how the values and norms of the digital society affect practice of public diplomacy and the value perceptions of its practitioners will be analyzed with a normative approach.

Digitalization of public diplomacy processes cannot be understood without characterizing the digital society that emerged with developments in communication technologies. Although digitalization has caused radical changes from the language of public diplomacy to use of social media, it has not been able to prevent the ongoing discussions in terms of values. As a requirement of digital society, structures of public diplomacy institutions should be flexible and may use digital technologies in innovative ways. Their response to innovation may not be immediate, but over time they are expected to learn to balance the possibilities of digital technologies, their goals, and needs of digital society.

Keywords: Communication, International Relations, Public Diplomacy, Digitalization, Values.



Giriş

Diplomasi kavramı ve pratik olarak devamlı bir değişim içerisinde. Parşömenin icadından e-postanın tıklanmasına kadar, iletişim teknolojilerinin bilgi dolaşımı üzerindeki etkisi, diplomasideki bu gelişimde çok önemli olmuştur. İletişim teknolojilerindeki gelişme kamu diplomasisi ve uygulamalarında da kendisini göstermekte, özellikle dijital alanda yaşanan gelişmeler kamu diplomasisi faaliyetlerinde hızla karşılık bulmaktadır (Bjola & Holmes, 2015; Manor, 2019; Ovalı, 2020; Bjola, Cassidy, & Manor, 2019; Hocking, 2005; Zaharna, 2005). 2020 yılı itibarı ile dört ülke haricinde (Laos, Kuzey Kore, Sao Tome ve Türkmenistan) tüm Birleşmiş Milletler (BM) üye devletleri sosyal medyada resmi olarak varlık göstermektedir. Bunlardan *Twitter*, devlet/hükümet başkanı veya dış işleri bakanı seviyesinde 1089 hesap ile en çok kullanılan uygulamadır (Twiplomacy 2020). Özellikle COVID-19 dönemi diplomasiyi yoğun bir şekilde dijital ortama kaydığı bir sürecin yaşanmasına sebep olmuştur. Artık sadece liderlerin halka açık toplantıları değil güvenlik zirveleri ve hatta BM Genel Kurul açılış toplantıları bile dijital platformlar üzerinden yapılmaya başlanmıştır.

Kamu Diplomasisi kavramını ilk kullanan araştırmacılardan olan Joseph Nye (2005, s. 14), bu kavramı devletlerin askeri olmayan enstrümanlar ile diğer aktörlere nüfuz ve etki edebilmesi olarak tanımlamaktadır. Cull'un (2009, s. 36) ifadesiyle kamu diplomasisi, başka bir ülkenin dış politikasının kabulünü kolaylaştırmak için yabancı halklar arasında olumlu bir ortam yaratmayı amaçlayan faaliyetleri içermektedir. Pamment (2013, s. 8)'in tanımına göre ise bir iletişim eylemi olarak kamu diplomasisi, uluslararası bir aktörün tutum ve politikalarının yabancı ülke halklarına iletilmesidir. Bu çerçevede yirminci yüzyılın büyük bölümünde "kamu diplomasisi" terimi "propaganda" terimi ile ilişkilendirilmiştir. Gifford Malone'ye göre bu tür bir iletişimin amacı, vatandaşlarının tutumlarını etkileyerek yabancı hükümetlerin politikalarını kendi lehlerine dönüştürebilmektir (Manor, 2019, s. 11). Yirminci yüzyıl kamu diplomasisi, hedeflenen etkinin oluşumunda üç aşamalı bir yaklaşımı benimsemiştir. Dışişleri bakanlıkları, elçilikler veya uluslararası yayıncılar gibi kamu diplomasisi aktörleri toplum içerisinde öncelikle hedef alınması gereken belirli etkili grupların var olduğu savunuluyordu. İkinci aşamada ise, kamu diplomasisi faaliyetleri bu seçkinlerin fikirlerini, inançlarını ve davranışlarını etkilemeyi amaçlamaktaydı. Son olarak da bu seçkinlerin de kendi hükümetlerinin politikalarını etkilemeleri beklenmekteydi (Pamment, 2013, s. 6-8). Kitle iletişim kuramlarından iki aşamalı akış olarak adlandırılan yaklaşım ile benzeşen bu yöntem ile mesaj öncelikle kanaat önderlerine iletilmekte daha sonra bu kanaat önderleri tarafından yeniden kodlanarak geniş toplum kesimlerine iletilmektedir. Bu şekilde iletilen mesajların sosyal kabulü artmaktadır (Polat, 2016, s. 104).

Radyo ve televizyon gibi iletişim teknolojileri, bu süreçlerde kamu diplomasisi mesajlarının yabancı elitler arasında yayılabileceği ortamlardı. Yirminci yüzyıl kamu diplomasisi, haberciler ve alıcılar arasında sınırlı etkileşimi öngören ve diplomatların mesajlarını sıkı bir şekilde kontrol etmelerine izin veren tek yönlü bilgi akışlarından oluşuyordu. Radyo ve televizyon yayınları gibi kitle iletişim araçları yabancı elitlere kamu diplomasisi mesajlarına cevap verme veya bunlara itiraz etme fırsatı sunmayan tek taraflı bir iletişime dayanıyordu. Kitle iletişim kuramlarından *anaakım iletişim süreci modelinin* önerdiği açıklamalar çerçevesinde değerlendirildiğinde propaganda olarak adlandırılan bu çalışmalar uzun yıllar ülke yönetimlerinin sıkça başvurdukları yöntem olmuştur. Harold Lasswell'in öne sürdüğü üzere mesajlar kitleler üzerinde direk etki

oluşturmaktadır. Bu mesajların tekrarı ve şiddetinin artırılması toplum nezdinde kabulü ve etkisini de artıracaktır (Polat, 2016, s. 44-45).

Yirmi birinci yüzyıl ile etkisini çok daha fazla hissettiren küreselleşme ve dijitalleşmenin kamu diplomasisine etkileri araştırmacılar açısından yeni çalışma alanları oluşturmuştur. Dijital araçların kamu diplomasisi üzerindeki etkisine ilişkin olarak kamu diplomasisi 2.0, dijital kamu diplomasisi ve sanal diplomasi dahil olmak üzere çok sayıda kavram önerisi ortaya çıkmıştır (Collins, DeWitt, & LeFebvre, 2019; Manor, 2019; Ovalı, 2020; Seib, 2016; Bjola & Holmes, 2015; Yücel, 2016). Geleneksel ve çevrimiçi diplomasi arasındaki ilişki incelenen başlıklardan birisi olmuştur. Bazıları dijital diplomasi'nin geleneksel diplomatik hedeflere ulaşmayı kolaylaştırdığını savundu (Manor & Segev, 2015, s. 94). Özellikle tüm insanlar tarafından benimsenen norm ve prensiplere bağlılıklarını göstermek suretiyle sosyal medyayı kullanan devlet aktörleri, bu şekilde diğer politik amaçları için daha elverişli uluslararası ortam oluşturmayı hedeflemeye başladılar. Benzer şekilde, dijital iletişim, bir ülkenin imajını diğer halklar arasında yeniden şekillendirmeye ve bir ülkenin geleneksel yumuşak güç kaynaklarını artırmaya yardımcı olabilmektedir. Bazı araştırmacılar ise, çevrimiçi diplomasi'nin geleneksel diplomatik faaliyetler üzerindeki etkisini araştırdılar. Örneğin, büyükelçilikler artık başkentler arasında tek aracı olma özelliklerini kaybettikleri için kaynakların daha çok dijital erişim için ayrıldığı görülmeye başlandı (Archetti, 2012, s. 194). Yapılan çalışmalarda kamu diplomasisi açısından hedef kamuoyları ile etkileşim kurmak için sosyal medyanın potansiyel kullanımına odaklanıldı (Manor & Pamment, 2019, s. 2-5).

Dijitalleşmenin özellikle iletişim araçlarında yaşanan dijitalleşmenin dönüştürücü doğasının kamu diplomasisi alanında da kendini gösterdiği bir gerçektir. Dijitalleşme, ülkelerin yabancı ülke halkları ile etkileşime girmesine, küresel sanal elçilikler kurmasına ve belirli sayıda uluslararası yayıncıdan kaynaklanan sınırlılıkların üstesinden gelmesine olanak sağlamıştır. Dijitalleşme, sosyal medyada çok sayıda aktörün halkın ilgisi ve desteği konusunda rekabet ettiği bir ortam oluşturmanın yanı sıra, kendi görüşlerinin de dinlenilmesini isteyen çevrimiçi kamuoyunun oluşmasını sağlamıştır (Yücel, 2016, s. 758-759). Bununla birlikte dijitalleşme, dezenformasyon ve stratejik algı operasyonları açısından da yeni bir araç haline gelmiştir.

Literatürde şimdiye kadar yapılan araştırmalar, dijital diplomasi ağlarının geleneksel diplomatik ağlarla nasıl ilişkili olduğunu ve dijital faaliyetlerin güç ilişkilerinin yeniden yapılandırılmasına katkıda bulunup bulunmadığını net olarak ortaya koyamamaktadır. Alanda bu yönde yapılacak çalışmaları destekleyebilecek metodolojiler ve kavramsallaştırmalar bulmakta zorlanılmaktadır. Diplomasi'nin dijitalleşmesine ilişkin literatür yeni oluşmaya başlamıştır ve üç farklı başlık altında çalışılmaktadır: dijital diplomasi, kamu diplomasisi ve diplomatik çalışmalar. Bu kavramsallaştırmalar arasında da farklılıklar tartışma konusu olmaya devam etmektedir (Ekşi & Taş, 2020, s. 225-231).

Kamu diplomasisinin dijitalleşmesine yönelik çalışmalarda gözden kaçırılmaması gereken en temel unsur dijitalleşmenin bir durum olmayıp uzun vadeli bir süreç olduğudur. Literatürde değinilen yaklaşımların her biri çağdaş kamu diplomasisi çalışmalarına katkıda bulunurken dijital çağın getirdiği değişimin uzun soluklu doğasının tespit edilmesi bakımından eksik kalmaktadır. Ülkeler ve yürüttükleri diplomatik faaliyetler dijital olanlar ve dijital olmayanlar olarak ayrılamaz. Aksine, her ülke, dijitalleşme sürecinin farklı bir aşamasındadır. Kamu diplomasisi dijital teknolojilerin yoğun olarak kullanıldığı bir mecradır. ABD, İsrail ve İsveç gibi sosyal medya ve dijital platformları

kamu diplomasisi faaliyetlerinde ilk kullanan ülkeler yanında daha sonra sürece dahil olan ülkeler için çevrimiçi halklarla iletişim ve sanal ilişkiler kurma arzusu en önemli motivasyon olmuştur (Azócar, Manor, & Cardoso, 2018, s. 2). Kamu diplomasisi alanında dijitalleşme statik bir durum olmaktan çok bir süreç olmaya devam etmektedir. Diğer taraftan çevrimiçi diplomasi alanı, geleneksel diplomasinin doğrudan bir kopyası değildir. Bu nedenle, dijitalleşen diplomasi, mevcut diplomatik varlığı tamamlayıcı, genişletici olarak düşünülebilir ve aynı zamanda diplomatların etkinliklerini artırmak için yeni fırsatlar sunabilir (Pamment, 2013; Manor, 2016).

Bu çerçevede makalede kamu diplomasisinde yaşanan gelişim analiz edildikten sonra dijitalleşen kamu diplomasisi iki farklı boyutu ile ele alınacaktır. İlk kısım kamu diplomasisi faaliyetlerinde dijital araçların kullanımına odaklanan işlevsel bir boyuttur. Bu bölümde dijital araçların kamu diplomasisi faaliyetlerinden sorumlu kurumların çalışma prosedürlerini nasıl etkilediği ve kamu diplomasisi faaliyetlerinin değerlendirilmesinde dijital teknolojilerin kullanımı ele alınacaktır. İkinci kısımda ise dijital toplumun değer ve normlarının kamu diplomasisi uygulamasını ve uygulayıcılarının değer algılarını nasıl etkilediği normatif bir yaklaşım ile analiz edilecektir.

Gelişen Kamu Diplomasisi

Bir kavram olarak 1965 yılında ilk olarak Edmund Gullion tarafından dile getirilen Kamu Diplomasisi geleneksel diplomasiye yaklaşım ve yöntem olarak pek çok farklılık getirmekle birlikte pek çok benzerlikleri de ihtiva ediyordu. En bariz benzerlik baskın aktör olarak devletleri kabul etmesiydi (Budak, 2021, s. 17-21). Nye (2005) de ülkelerin politik hedeflerine ulaşmada askeri güç kadar etkili olacağını altını çizdiği yumuşak güçten faydalanılması noktasında devletleri ve özellikle çalışmasında ABD'yi öne çıkarıyordu. Nye, uluslararası arenada köklü, baskın oyuncular olarak ulus devletlerin kültür, siyasi ideoloji ve politik imajlarından "faydalanarak" diğer ülke halklarını etkileyebileceğinin altını çizmiştir.

Kamu diplomasisi kavramının kullanılmaya başladığı süreçte en çok öne çıkarılan husus iletişim olmuştur. Fakat yaklaşık elli yıl önce, Soğuk Savaş döneminde, iki kutuplu bir sistem üzerinden yapılan tanımlamalarda iletişim yetenekleri ve kısıtları karşılaştırılabilir iki ayrı kamp bulunmaktaydı. Coğrafi ve politik olarak ayrılmış iki ayrı gruba yönelik diğerini karıştırmayacak çerçevesi tanımlanmış mesajların ulaştırılması görece daha kolaydı. Bu rekabet ortamında iki tarafında elindeki en önemli enstrüman izlenip kontrol edilebilen radyo, televizyon ve uluslararası yayınlar gibi çoğu devlet kontrolünde olan kitle iletişim araçları idi. Bu araçlarla kamu diplomasisi stratejilerinde öne çıkan olabildiğince fazla bilgi üretimi ve yayılmasıydı. Bilginin yayılması hayati önem taşıyordu. En ikna edici bilgileri tasarlamak ve bunları mümkün olan en etkili şekilde iletmek kadar rakibi izole edip, itibarsızlaştırmak stratejilerin önemli bir amacıydı. Bu kapsamda bize karşı onlar yaklaşımı yeterince ikna gücene sahipti. Kitle iletişim araçları da bu konuda işlevsel ve sahipleri de istekliydiler. (Zaharna, 2005, s. 215).

Yirmi birinci yüzyılda ise, kamu diplomasisi araştırmacıları ve uygulayıcıları arasında "yeni" kamu diplomasisi olarak adlandırılan kavramsal bir tartışma başlamıştır. Yeni kamu diplomasisini teşvik eden, küresel bir medya ekolojisinin ortaya çıkışı ve dijital toplumun yükselişi olmuştur. Bu bağlamda kamu diplomasisi yerini, hükümet dışı organizasyonların ve kişilerin de aktör olabildiği, yeni medya ile küresel çapta daha fazla etkileşimin mümkün olabildiği yeni kamu diplomasisine bırakmıştır (Ekşi, 2014, s. 72-74). Jan Melissen (2005, s. 11-16) yeni kamu diplomasisini, monologdan diyaloga,

angajmana ve uzun vadeli ilişki kurmaya geçerken “bağlı” halklarla etkileşim kurmaya odaklanan bir kamu diplomasisi olarak tanımlamıştır. Pamment (2013, s. 38-46), iki yönlü iletişimin artık sadece elitlere değil, yabancı kamuoylarına da odaklandığı için dinamik, işbirliği merkezli ve kapsayıcı olan “yeni” kamu diplomasisinin özü olduğunu belirtmiştir. Dahası, “yeni” kamu diplomasisi, sosyal medya siteleri gibi yeni dijital teknolojilerden yararlanırken yirminci yüzyıl yayın modellerinden açık bir kopuşu temsil etmektedir. Etki artık twit’ler, paylaşımlar ve beğeniler yoluyla elde edilebilmektedir.

Küreselleşme, kamu diplomasisinin yürütüleceği yeni bir medya ortamı meydana getirmiştir. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin tüm dünyada yaygınlaşması ve dijital teknolojilerin gelişmesi, kişileri bağlayan ağlar ve ağlar içerisinde sürekli bilgi akışına olanak sağlayan küresel medya ekolojisini oluşturmuştur. Bu ağlar ve bilginin akışı mekân, zaman veya ulusal sınırlarla kısıtlanamamaktadır. Bu küresel medya ekolojisi, geleneksel kamu diplomasisi uygulamasına farklı yaklaşımları zorunlu hale getirmiştir. Çünkü sivil toplum kuruluşları (STK), aktivistler, blog yazarları ve hatta terörist gruplar mesajlarını çevrimiçi olarak yayabildikleri için devletler iletişim üzerindeki tekellerini kaybetmiştir (Pamment, 2013, s. 20-37). Benzer şekilde STK’lar, blog yazarları gibi “yeni” kamu diplomasisi aktörlerinin meydana gelen olaylar hakkında kendi bakış açılarına göre diğer halkları etkileme çalışmalarına girmeleri, dijital dünyayı birden fazla aktörün kamuoylarının dikkatini çekmek için yarıştığı rekabetçi bir arenaya dönüştürmüştür (Manor, 2016, s. 49). Buna paralel olarak, küreselleşen medya ekolojisi, kamu diplomasisi faaliyetlerinin hedeflerindeki kamuoylarını takip ettikleri sosyal ağlara göre sınıflara bölünmesine yol açmıştır. Bazı insanlar *Facebook* aracılığıyla dünyayı öğrenirken, diğerleri blog yazarlarına veya geleneksel haber sitelerine yönelmiştir. Diplomatların belli sayıda gazete veya haber ajansı aracılığıyla yabancı halkların geniş kesimleriyle iletişim kurabildiği günler geride kalmıştır (Manor, 2019, s. 6). Geleneksel diplomasi kurumlarını bir kenara bırakmayan, kamu diplomasisi faaliyetlerinde devlet dışı aktörlerin rollerinin arttığı ve önem kazandıkları bu süreç diyalog ve ağ temelli yaklaşımları ortaya çıkarmıştır (Hocking, 2005; Zaharna, 2005; Fitzpatrick, 2011).

Bu bağlamda dijitalleşmenin kamu diplomasi açısından bir “oyun değiştirici” olduğuna yönelik genel bir kanı bulunmaktadır. Dijitalleşen kamu diplomasisi tartışmalarında temel yaklaşım, hükümetler ve yabancı kamuoyları arasındaki güç ilişkilerinin kalıcı olarak değiştiğine yönelik kanaattir. Bu kanaat ise dijital platformların etkileşime açık dinamik mimarisinden kaynaklanmaktadır. Bu çerçevede ülkelerin uluslararası politik kampanyalarına karşı kamuoylarında güçlü karşı tepkiler oluşabilirken, Paris iklim müzakerelerinde olduğu gibi diplomatik müzakereleri etkileyen uluslararası ağlar oluşabilmektedir (Collins, DeWitt, & LeFebvre, 2019, s. 86). Blog yazarları veya fenomenler gibi kişi ve gruplar da ülkeleri yeni politikalar benimsemeye zorlayabilmekte, hükümetlerin olayları uluslararası arenalarda kendi çerçevelerinden sunmalarına karşı çıkabilmektedir (Seib, 2016, s. 70-100). Dolayısıyla yabancı kamuoyları da diplomatik mesajların sadece pasif alıcıları olma konumundan çıkmıştır.

Kamu Diplomasisinin Değişmeyen Değerleri

Kamu diplomasisinin dijitalleşmesi uygulama ve yöntemlerde farklılıklar oluştursa da geleneksel diplomasiden ayrıştığı noktaları muhafaza etmektedir. Bu kapsamda değerlendirilebilecek en önemli husus *meşruiyet* arayışıdır. Tüm ülkeleri diğer kamuoylarını etkilemeye sevk eden kendi tutumlarını açıklayarak toplumların onayını alabilmektir (Kalın, 2011; Nye, 2005). STK’lar gibi devlet dışı aktörlerin uluslararası

ilişkilerde önem kazanması da bu kuruluşların bağımsız olarak değerlendirilmesi ve diğer kamuoylarında kampanyalarının daha fazla etki oluşturabilmesinden kaynaklanmaktadır.

Kamu diplomasisinin araçları ve yöntemleri değişse de değişmeyen bir değer, insanları cezbetme odaklı olmasıdır. Bu bağlamda iletilen mesajlar yanında insanların meyletmesini sağlayacak öğeleri barındıran bir kültür, siyasi değerler, işleyişini her durumda belirli normlara göre devam ettirebilen kurumlara sahip olma, meşruiyet kaygısı taşıyan politikalar yürütebilme ve şeffaflık kamu diplomasisi açısından önem taşımaktadır (Manor, 2019; Kalın, 2011; Cull, 2009; Melissen, 2005; Nye, 2005). Bu nedenle iletilen mesajın çok iyi tasarlanmış olması, ilgi uyandırması veya radyo haberi, gazete makalesi *Youtube* videosu ya da *Instagram* görseli olarak verilmesi yanında kaynağına ilişkin kabuller etkinliğini belirlemektedir. Bu bağlamda kültür merkezlerinin kurulması, uluslararası öğrenci değişim programları, kalkınma yardımları gibi insan odaklı sosyal etkileşim barındıran faaliyetler ülkelerin kamu diplomasisi faaliyetlerinin bir parçası olmaya devam etmektedir.

Bu çerçevede kamu diplomasisi uygulamalarında meydana gelen kapsamlı değişikliklere rağmen yeni bir kamu diplomasisi kavramsallaştırması değil, “kamu diplomasisinin dijitalleşmesi”ni ortaya koyan bir kavramsallaştırma daha doğru olacaktır. Dijitalleşmeyi dijital araçların kullanılmasını aşan bir süreç olarak görmek gerekmektedir. Dijitalleşme dünya çapında diplomatik aktör ve kurumların normlarını, hedeflerini ve çalışma prosedürlerini etkilemektedir. Farklı yöntem ve araçların bu bağlamda kamu diplomasisi çalışmalarında kullanılması kaçınılmazdır. Buna paralel olarak kamu diplomasisinin hedef kitleleri de değişmekte ve çeşitlenmektedir. Fakat kamu diplomasisinin en temel amacı olan diğer kamuoylarını yumuşak güç unsurları ile etkileyerek ülkelerin tutumlarına ilişkin olumlu bir kanaat oluşturma çabası sürekliliğini devam ettirmektedir.

Dijitalleşen Kamu Diplomasisi Fonksiyonları ve Kurumlar

Avrupa siyasi haritasının yeniden şekillendirildiği 1814’te, uluslararası konferansların resmî belgeleri, birçok memur ve müzakere masasında olan taraflarca dikkatle okunan, düzenlenen, yeniden okunan ve onaylanan belgelerdi (ColumbiaUniversity, 2015). 21. yüzyıla gelindiğinde ise 280 karakterden ibaret bir *twit* onlarca diplomatın, günlerce çalışması sonucu varacakları sonuçları doğrulamaktadır. Bu geleneksel diplomasiinin açık olarak aşağılanması olarak da görülebilir. Belki de bu *twitler*, diplomasiinin artık bir sır olmadığı, diplomatların işlerini kapalı kapılar ardında gizlilikle yürütemeyeceği ve anlaşmaların artık kamuoyları tarafından da onaylanması gerektiği hususlarında malumun ilanıdır.

Dışişleri bakanlıkları ve kamu diplomasisi kuruluşlarında yaygınlaşan dijital girişimler, diplomaside çokça tartışılan “değişimin yönetimi» konusunda boşluğu doldurma potansiyeline sahip gözükmektedir. Diplomatik uygulamalar açısından “devrim” olarak görülebilecek bu değişim için geç kalınmakta olduğu da bir gerçektir. Firmalar işlerini yönetme, kişiler sosyal ilişkilerini yürütme ve devletler kendilerini yönetme yöntemlerini dijital imkanları kullanarak çok daha önce geliştirmeye başladılar. Hükümetler ve uluslararası kuruluşlar artık sosyal medyanın uluslararası ilişkilerin nasıl yürütüleceği konusunda potansiyel bir oyun değiştirici olduğunun farkına varıyorlar (Bjola, 2015, s. 4). Sosyal medya ve dijital platformların diplomatik amaçlarla kullanılması olarak tarif ettiğimiz kamu diplomasisinin dijitalleşmesi kavramı geniş olarak alındığında dış politika aktörlerinin bilgi yönetimi, stratejik planlama, uluslararası müzakereler ve hatta

kriz yönetimi pratiklerinde önemli değişiklikleri de içeren bir yaklaşım ve uygulama bütünlüğünü de beraberinde getirmektedir.

Dijital toplumun ortaya çıkması ile sanal büyükelçilik örneklerinde görüldüğü üzere diplomatik pratiklerde zamanı ve mekânı anlamsız hale getiren çalışmalar ortaya çıkmaya başlamıştır. Sanal büyükelçilikler gibi uygulamalar, diplomatların aradaki mesafe ne olursa olsun uzaktaki topluluklarla gerçek zamanlı olarak iletişim kurmalarına ve sohbet etmelerine imkân sağlamıştır. Sanal dünyadaki bu büyükelçilikler de fiziksel dünyadan bağımsız olarak her ülkenin kendi zaman diliminde hizmet vermeye başladılar. Benzer şekilde, kamu diplomasisinin dijitalleşmesi, uygulayıcıların ülkelerin tutum ve yaklaşımlarını kendi sosyal medya hesaplarından aktarmalarını da beraberinde getirdi. Diplomatlar, devletleri için sosyal medya profilini yönetirken, dijital dünyanın özelliklerini daha da özümsemeye başladılar. Bu durum devlet ve kurumların sosyal medyada kişileşmesini beraberinde getirdi. Sosyal medya sitelerinde, devletler diğer kullanıcılarla etkileşime girebilir, onların yorumlarını yanıtlayabilir ve hatta içeriği beğenip paylaşabilir. Bu durum vatandaş ile devlet arasında mesafeyi azaltmakta, kamu diplomasisini günlük yaşamının bir parçası haline getirmektedir (Manor & Pamment, 2019, s. 5).

Kamu diplomasisi faaliyetlerinde sosyal medyanın gün geçtikçe daha fazla kullanılabilir olması bu faaliyetlerin daha yaygın ve etkin olmasına önemli ölçüde katkı sağlamıştır. Örneğin kriz dönemlerinde iletişim yönetiminde küresel medya kurumları ve haber ajansları gibi belli sayıda aktörle etkileşime öncelik vermek gerekiyordu. Ülkeler bu tür yayınlar yoluyla, halkın kriz algısını etkilemeyi, politikalarını meşrulaştırmayı ve bu politikalara destek sağlamayı hedefliyorlardı. İletişim alanında yapılan çalışmalar, medyanın uluslararası krizler sırasında milli kimlik etrafında toplanma eğilimi gösterdiğini ve yönetimlerin politikalarını desteklediğini göz önüne alarak, diplomatların uluslararası olayları milli mesele olarak sunma çabasında olduklarını ortaya çıkarmıştır. Dahası, gazetecilerin bu tür krizler bitene kadar yönetimi eleştirmesi pek olası değildir. Yine de sosyal medya, hükümetlerin geleneksel uluslararası medya kuruluşlarını atlayarak, kendi halkları ve uluslararası kamuoyları ile direkt iletişim kurmasını sağlarken, tüm bu izleyicilerin kriz algılarını da etkileyebilmelerine imkân sağlamaktadır. Bu şekilde hükümetler kamu diplomasisi faaliyetlerinde artık geleneksel medya aktörleri atlayabilmekte ve çevrimiçi halkla doğrudan etkileşime girebilmektedirler (Manor & Crilley, 2020, s. 85).

Ülkelerin uygulamalarında dijitalleşme farklı işlevlerle karşımıza çıkmaktadır. Türkiye Dışişleri Bakanlığı, Barış Pınarı Harekâtında ulusal ve uluslararası kamuoyunu anlık olarak bilgilendirirken, Kanada Dışişleri Bakanlığı dijital konsolosluk yardımının sağlanmasına odaklanmakta, Hindistan vatandaşlarına Dışişleri Bakanlığı politika belgelerine ve devlet başkanlarının ziyaretlerinin özetlerine doğrudan erişim sunabilmektedir (Özdemir, 2020; Manor & Pamment, 2019). Dışişleri Bakanlıkları sosyal medyada vatandaşlarını bilgilendirmeyi hedefleyebilirken, vatandaşlar da ülkelerinin bakış açısıyla dünya olayları hakkında bilgi edinmeyi umarak yetkililerin sosyal medya profillerini takip edebilmektedirler. Bu durum dijitalleşmesinin ötesinde zamanla ülkelerin kendi iç siyasetleri ile uluslararası politikada vermek istedikleri mesajların iç içe geçtiği “küreyerleşen” bir kamu diplomasisine yönelişi işaret etmektedir.

Sosyal medya avantajlar sağlarken kamu diplomasisi aktörlerinin kendilerini geliştirmelerini de zorunlu hale getirmektedir. Sosyal medyadaki hızlı etkileşim krizler sırasında ortaya çıkan olaylar ve konular hakkında konunun muhatabı resmi makamların yorum yapmasını zorunlu kılmaktadır. Gerçek zamanlı diplomasi olarak görülebilecek bu

uygulama, haber kuruluşlarının, gazetecilerin ve hatta sıradan vatandaşların Arap Baharı, Ukrayna'daki renkli devrimler, Fransa'da Sarı Yelekliler ve COVID-19 pandemi sürecinde ortaya çıkan olayların/bilgilerin anlık olarak sosyal medyadan yayınlanmalarından sonra daha görünür hale gelmiştir. Ülkeler uluslararası politikaları için çevrimiçi kamuoylarının desteğini kazanmaya çalışırken bağımsız gazeteciler, fenomenler ve hatta troller ile rekabet etmek zorunda olduklarını görüyorlar. Buna ilaveten diplomatlar artık karşılaştıkları krizlerde resim ve görsel kullanımını artırmaktadırlar. Yeni medyanın çevrimiçi ilgiyi çekmek için görsellere ihtiyaç duyduğu göz önüne alındığında, multimedya kullanımı bir zorunluluk halini almıştır (Seib, 2016, s. 101-118).

Gerçek zamanlı diplomasi de karşılaşılan bir diğer zorluk kurumsal kültürler ile dijital toplumun gereksinimlerinin buluşturulmasında yaşanmaktadır. Örneklendirmek gerekirse ABD Dışişleri Bakanlığı'nın Dijital İletişim Ekibinin (Digital Outreach Team-DOT) 2009'daki faaliyetleri dikkat çekici olacaktır. 2009'da ABD Başkanı Obama'nın Kahire Üniversitesi'nde Müslüman dünya ile ilişkilerde yeni bir başlangıç çağrısı yapan konuşması sonrasında DOT üyeleri, Müslüman internet kullanıcılarıyla sohbet etmek ve ABD'nin yeni diplomatik programına olan bağlılığını göstermek için Arap dünyasındaki popüler web sitelerini ziyaret etti. DOT kısa sürede kendisini izleyicilerin sorularına ve yorumlarına yanıt veremeyecek durumda buldu. DOT üyelerinin çok kısa bir sürede çevrimiçi olarak yayınlanan soru ve yorumlara yanıt vermesi günler aldı. Bunun nedeni, verilecek her bir yanıtın doğruluk açısından araştırılması ve tüm DOT üyeleri tarafından ortak bir şekilde onaylanması gerekliliği idi (Khatib, Dutton, & Thelwall, 2012, s. 464-465).

Dışişleri Bakanlıklarının son yıllarda dijital bilgi toplama ve işleme sistemlerine yaptıkları harcamaların arttığı görülmektedir. İngiliz Dışişleri Bakanlığı kısa süre önce büyük bir veri analizi birimi ve açık kaynaklı bir istihbarat birimi kurmakta, İsrail Dışişleri Bakanlığı dijital diplomasi birimi için veri bilimcilerini işe almakta ve Yeni Zelanda Dışişleri Bakanlığı daha fazla veri toplamak ve analiz etmek amacıyla dijital departmanı için yeni bilgisayar bilimcileri istihdam etmektedir (Manor & Pamment, 2019, s. 3).

Kamu diplomasisinin dijitalleşmesinin pratikte bir diğer sonucu ise uygulayıcıların faaliyetlerini ve araçlarını çeşitlendirmiş olmasıdır. 21. yüzyılda kamu diplomasisi uygulayıcılarının artık aynı zamanda kendi medya içeriklerini doğrudan sosyal medya izleyicilerine ulaştırmak için üreten, dağıtan ve günlük işlemlerinde medya mantığını gözetebilen medya aktörleri olarak kabul edilmesi ve ihtiyaçları karşılayabilecek donanımlara sahip olması gerekmektedir. Buna göre klasik medya aktörleri ile etkileşimi öne çıkaran geleneksel yayın modelinden, gerçek zamanlı yapılandırılmış sunumlar ve farklı izleyici kitleleri ile etkileşimlere öncelik veren bir ağ modeline dönüşüm söz konusudur.

Dijitalleşen kamu diplomasisi veri güvenliği açısından bir takım soru işaretlerini de beraberinde getirmektedir. ABD'nin BM Misyonunda Basın ve Kamu Diplomasisi Ofisi'nde bir medya analisti olarak görev yapmış olan Alexis Wichowski ise dijital diplomasiğin milli güvenliği tehlikeye atabileceği argümanına karşı çıkmaktadır. Fakat dijital ortamın ulusal güvenliği sarsacak ölçekte istenmeyen ifşaların gerçekleşebileceği, sızmaların olabileceği bir yer olduğunu kabul etmektedir. Wikileaks ve Snowden bu tür sızıntıların en bariz ve muhtemelen son olmayan örnekleridir. Bununla birlikte Wichowski, hükümetlerin bir gizlilik kültürüne çekilme eğiliminin ters etki yarattığını savunmaktadır. Bilgi paylaşım kültürünün yükselişini öne sürerek, bilgiye erişimi sınırlayan hükümet

baskılarının hedeflerine ulaşamadığını iddia etmektedir. Sızıntılara ilişkin tarihsel olarak gizlilik kültürünün ulusal güvenlik çıkarlarına zarar verdiğini savunmaktadır. Buna göre şeffaflık ve açıklık ulusal güvenlik çıkarlarına daha iyi hizmet edebilmektedir (Wichowski, 2015, s. 65-68).

Öte yandan dijitalleşen diplomasi pratiklerinin her ülke için bir yenilik getirmediği de görülebilmektedir. Bu bağlamda geleneksel kamu diplomasisinin mevcut çalışma yöntemlerini dijital bir bakış açısıyla kopyaladığı iddiaları da bulunmaktadır. İngiltere ve Kanada Dışişleri Bakanlıklarının *Twitter* kullanımları üzerine yapılan bir araştırma bu iddiayı desteklemekte ve pratikte sosyal medya ortamını kullanmanın önemli bir politika değişikliğini temsil etmediği sonucuna varmaktadır. Buna göre bazı ülkelerin dijital diplomasi stratejileri yukarıdan aşağıya yapılmış, devlet merkezli iletişim kalıplarını takip etmektedir (Clarke, 2015, s. 124-125). Burada üzerinde durulması gereken konu önemli bir araç olan sosyal medyanın kullanımında kamu diplomasisi yaklaşımına uygun olarak mı hareket edileceği yoksa yapılandırılmış “gerçek”lerin sunulacağı bir mecra mı olduğundaki karardır. Ülkeler çıkarlarını dile getirmek, güç kullanımını haklı çıkarmak ve ortaya çıkan olayların kendi zaviyelerinden yorumunu sunmak için sosyal medyayı kullanabilir. Bu tür etkinlikler, çevrimiçi kamuoyu arasında bir ülkenin politikaları için elverişli bir ortam oluşturulmasına katkı sağlayabilir. Fakat bu tür yaklaşımlar ülkelerin dijital toplumun dünya görüşlerini ve davranışlarını etkilemeye çalıştıkları tek yönlü bir süreçtir. Tersine, sosyal medya aracılığı ile kamu diplomasisi ise uygulayıcıların, ülkelerin dış politikasının kabulünü kolaylaştırmak için yabancı kamuoylarıyla diyalog yoluyla ilişkiler kurmaya çalıştıkları iki yönlü bir süreçtir (Melissen, 2005; Bjola & Pamment, 2018; Manor & Crilley, 2020; Fitzpatrick, 2011). Dolayısıyla, sosyal medyada her iki yaklaşımın hedefleri benzer olmasına rağmen kullanılan mantık oldukça farklıdır.

Kamu diplomasisinin dijitalleşmesinin uygulayıcılar açısından getirdiği bir diğer olumsuz durum ise mesajların iletiminde yaşanacak karışıklıklardır. Bu durum kamu diplomasisi literatüründe altı çizilen koordinasyon problemi değil aynı zamanda hedef kitleyi bölümlere ayırmanın giderek daha zor olduğunu kabul etme sorunudur. Bu hususta sıklıkla alıntılanan bir örnek, ABD Başkanı Bush’un iç kamuoyu için tasarlanan ama daha çok dış kamuoylarında yankı bulan “şer eksen” konuşmasıdır. Kısacası, kamu diplomasisine giderek daha fazla ihtiyaç duyulabilir, ancak bunu tutarlı ve etkili bir şekilde gerçekleştirmek çok daha zordur (Hocking, 2005, s. 38).

Genel olarak değerlendirildiğinde 1990’lı yıllara kıyasla hedefleri açısından çok bir değişiklik olmasa da kamu diplomasisinin dijitalleşmesi ülkelerin diğer kamuoylarının algısını şekillendirme ve politikalarına destek kazanmak için yaptıkları çalışmalarda muhatap oldukları kitleleri çeşitlendirdi, olaylara karşılık verme ve pozisyon alma sürelerini azalttı, rekabet ettikleri aktörlerin sayısını ve dikkat çekmek için kullandıkları araçları artırdı. Bununla birlikte ülkelerin yerli ve yabancı kamuoylarına vermek istedikleri mesajlar için geleneksel medyaya bağımlılıklarını da azalttı. Hükümetler çevrimiçi kamuoyunu etkilemek için medya araçlarını kullanan birçok aktör arasından biri oldular. Bu bağlamda bu çalışma kamu diplomasisinde ülkelerin klasik medya aracılığıyla mesajlarını yaymak için uğraştığı geleneksel yayıncılık modelinden sosyal medyada gerçek zamanlı yapılandırılmış sunumların olduğu 21. yüzyıl ağ modeline geçildiğini savunmaktadır. Olumlu olabilecek bu gelişmelere karşı kamu diplomasisinin dijitalleşmesi bir takım problemleri de beraberinde getirmiştir. Güvenlik konusunda dijital platformlarda yaşanan zafiyetler ülkeler açısından siyasi ve sosyal maliyeti çok daha büyük sıkıntılar doğurabilmektedir. Birçok kaynağın anonim olması bilgi kirliliğini

artırmakta doğru bilgiye ulaşmayı daha zor hale getirmektedir. Ülkeler itibarsızlaştırmaya yönelik daha fazla kaynak ayırmak zorunda kalmakta hatta dijital ortamlardaki karşı saldırılar çok daha fazla kirliliğe sebep olabilmektedirler. Bu çerçevede daha çok görselle şekillenen kamuoyu algısını hedef alan “üretilmiş” içeriklerle mücadelede ülkeler daha zor durumda kalabilmektedir.

Dijitalleşen Kamu Diplomasisi ve Değişmeyen Değerler

Hükümetlerin siyasi hedeflerine ulaşmak için daha fazla dijital içeriğe ve teknoloji uzmanlığına ihtiyaç duyduğu bir dönemdeyiz. Uluslararası ilişkilerde de dijital mecralara çok daha fazla önem verilmesi, dikkatle takip edilmesi gereken bir süreç yaşanmaya başlamıştır. Kamu diplomasisi araçlarının giderek çeşitlendiği, dijitalleştiği bu dönemde hükümetlerin siyasi hedefleri ve kamu diplomasisi uygulamalarındaki amaçlarının genel olarak aynı kaldığı görülmektedir. Giderek dijitalleşen bir toplumun değerleri ve bu toplumların bina ettikleri siyasi yapıların hedeflerinin değişmemesi mümkün müdür? Bu bölümde kamu diplomasisinin dijitalleşmesinin ve etki alanını genişletmesinin hükümetlerin siyasi hedeflerinde bir değişikliğe yol açıp açmadığı sorgulanacaktır. Bununla birlikte değişen, gelişen ve dijitalleşen kamu diplomasisinin esasını oluşturan değer merkezli yapısını ne kadar muhafaza edilebildiği analiz edilecektir.

Öncelikle dijital toplumu karakterize etmeden kamu diplomasisinin dijitalleşmesi süreci anlaşılacaktır. “Yeni” kamu diplomasisinin dijital teknolojilerin ortaya çıkmasıyla temelde yeniden şekillenen toplumlara ait sosyal varlıklar olan insanlar tarafından uygulanmasıdır. Dolayısıyla, kamu diplomasisinin dijitalleşmesini anlamak, dijital toplum tarafından öncelenen normları, ve bunların mantığını anlayabilmektir. Dijital toplumun normları, işleyişi ve mantığı dijitalleşen kamu diplomasisi faaliyetlerinde açık olarak kendisini göstermektedir.

Kamu diplomasisi aktörleri artık dijital kamuoyunun dikkatini çekmek için rekabet etmek zorundadır. Açıklık ve özgünlük gibi normlar değer kazanmaktadır. Dijital toplum kamu diplomasisi aktörlerinin daha şeffaf ve farklı olmayı benimsemelerini talep etmektedir. Kamu diplomasisi aktörleri dijital kamuoyunu cezbedebilmek için klasik diplomaside alışık olunmayan yeni yaklaşımlar geliştirmektedir (Azócar, Manor, & Cardoso, 2018; Seib, 2016; Özdemir, 2020; Özlü & Alan, 2020). Londra’daki Rusya Federasyonu Büyükelçiliği, dijital platformlarda komplo teorileri geliştirerek İngiltere hükümeti ile alay eden ve azarlayan klasik diplomaside görülemeyecek bir üslup benimsemiştir. Geleneksel kamu diplomasisi perspektifinden bakıldığında Rus büyükelçiliğinin bu üslubunun Rusya’nın dış politikası için kolaylaştırıcı bir yaklaşım olmadığı aşikardır. Yine de dijital toplum perspektifinden bakıldığında, Rus büyükelçiliği kendisini diğer diplomatik misyonlardan ayıran, sosyal medyada etkileşimini artıran ve dijital toplumda cazibe yeteneğini potansiyel olarak geliştiren benzersiz bir “iBrand” oluşturmuştur (Manor, 2019, s. 19). Benzer şekilde önceki ABD Başkanı Donald Trump’ın *twitter* üzerinden diğer ülke liderleri ile iletişimde kullandığı dil klasik diplomaside garipsenen ama sosyal medyada ilgi uyandıran bir tarz oldu. Buradan hareketle dijitalleşen kamu diplomasinin klasik diplomasiye nazaran odağında halk olduğunu çok daha açık olarak gösteren ve diplomaside kullanılan üslupta kendisini çarpıcı şekilde ortaya koyan bir etki görüyoruz.

Bireyselleşmenin yoğun olarak teşvik edildiği dijital toplumda “özgün olmak” arayışı kamu diplomasisi uygulayıcılarını da farklı arayışlara itmektir. Dijital toplumunda dolaşımda olan algı ve söylemler etkili olmaktadır. Toplumların benimsediği yeni değerlerin diplomatlar tarafından da benimsenmesi kuvvetle muhtemeldir. Daha sonra

bu değerler kamu kurumları ve hükümetlere de sirayet etmektedir. Bu çerçevede dijital toplum tarafından olmazsa olmaz olarak görülen şeffaflık ve özgünlük kamu diplomasisi uygulayıcılarının özel hayatları yanında mesleki hayatlarında da bu normlara uygun hareket etmeleri beklentisini oluşturmaktadır.

Sosyal medya siteleri kullanıcılarının, başarılarını ve başarısızlıklarını, zaferlerini ve yenilgilerini, düşüncelerini ve boşanmalarını paylaşmaya teşvik etmektedir. Bu teşvik sosyal medyada diğerlerinin “Beğen” ve “Karmaşık” gibi etkileşimlerine imkân sağlayan dijital platformların altyapısı tarafından da desteklenmektedir. Daha fazla etkileşimin öne çıktığı dijital toplumun bu motivasyonu kullanıcıları her halleri ile kamuya açmaktadır. Bir kullanıcı ne kadar açıksa, o kadar çok beğeni almakta ve o kadar çok dikkat çekmektedir. Özgünlük, bir kullanıcının diğer tüm sosyal medya kullanıcılarıyla dijital kamuoyunun dikkatini çekmek için farklılıkta rekabet etme ihtiyacını doğurmaktadır. Bu tür rekabet motivasyonu kendine özgü bir görünümü, tonu ve ilgi alanları olan benzersiz bir çevrimiçi marka yani *iBrand* oluşturularak kazanılmaktadır. Ancak bu değerler, doğası gereği, temeli algoritmalar olan dijital toplumun mantığıyla bağlantılıdır. Verileri dijital ortamda toplamak ve bu verileri en yüksek teklifi verene satılabilecek bilgiye dönüştürmek algoritmaların görevidir. Sosyal medya algoritmaları her beğeni, paylaşım ve yorumu analiz eder. Böylece şirkete her kullanıcı için sanatsal zevki, politik ideolojisi, harcama alışkanlıkları ve en sevdiği ürünler dahil olmak üzere zengin bir profil sunmaktadır. Bu bilgi daha sonra reklamları kullanıcının gönlüne göre uyarlamak için kullanılmaktadır. Şeffaflık ve özgünlüğün dijital toplum tarafından benimsenmesi teşvik edilmektedir. Çünkü dijital toplumlarda elde edilen kazançların devamlılığını sağlayan algoritmaların sürekli veri akışına ihtiyacı vardır (Manor, 2019, s. 18). Daha önce de belirttiğimiz üzere sosyal bireyler olan diplomatlarda da bu veri akışının içerisinde yer almaktadır.

Dijital toplum aynı zamanda kişilerin çekici bir *hikayesi* olması gereken bir mecradır. Bu *hikaye*, kişinin çeşitli dijital profiller ile farklı amaçlara ulaşması için kullanılır. Kişinin *LinkedIn*'deki hikayesi iş aramak için kullanılırken, *Facebook*'taki hikayesi sosyal kabul elde etmek için kullanılmaktadır (Storr, 2018, s. 245-247). *Hikayenin* mantığı dünyanın her yerindeki diplomatik kurumlar tarafından benimsenmiştir. Lawrence Freedman (2014, s. 30) *hikayenin* önemini şu şekilde vurgulamaktadır; “Son yıllarda, başarılı bir stratejinin temel ön koşulu olan *hikaye* hakkında pek çok tartışma yapıldı. Sadece belirli eylemler için bir gerekçe sağlamakla kalmayıp aynı zamanda geleceğe yönelik beklentiler ve böylece dostların yanı sıra düşmanların da yeni durumu kabullenmesine yardımcı olacak *hikayeler* önem kazanmaktadır. Krizlerin belli bir çerçevede sunulması ve göze çarpması istenen noktalarının öne çıkarılması bu *hikayeleri* oluşturan kelimeler aracılığıyla olmaktadır”. *Hikayeler* önemlidir çünkü çerçeve ve anlamlandırma sunmaktadırlar. İbrahim Kalın'ın (2011) Türkiye'nin ince güç kaynakları ve kamu diplomasisi imkanlarını konu alan makalesindeki yeni bir Türkiye *hikayesi* vurgusu bu bağlamda dikkat çekicidir.

Sürekli krizlerin yaşandığı ve yeni krizlerin kapıda olduğu dünyada, oluşturulacak *hikayeler* dijital kamuoyunun dünya olaylarını anlamasına ve göreliliği bir güvenlik duygusu oluşturmaya yardımcı olabilmektedir. Uluslararası dijital toplumda ülkelerin kendi hikayelerini öne çıkarmak ve kabul ettirmek için ciddi bir rekabet içine girdikleri görülebilmektedir. Dijitalleşen kamu diplomasisinde *hikayeler* bu bağlamda farklı anlatımları olan söylemler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu tür rekabet ortamlarında gerçek olanın hangisi olduğunun tartışılıyor olması toplumlarda devamlı bir güvensizlik ve belirsizlik halinin hissedilmesine sebep olmaktadır (Bjola & Pamment, 2018, s. 1-10). Afganistan ve Irak örneklerinden de hatırlanacağı üzere aynı ülkede yaşanan çatışmalar

için ortaya konulan farklı hikayelerde hem özgürleştirilen hem de boyun eğdirilmek üzere bombalanan ülkelerin olduğu bir dünya artık dijital mecralarda aynı anda sunulabilmektedir.

Hikayelerin görsellerle desteklenmesinin zorunluluk haline gelmesi “Selfie diplomasisi” kavramsallaştırmasını da beraberinde getirmiştir. Ülkelerin hikayelerde olduğu gibi kendilerini anlattıkları ya da görülmesini arzu ettikleri taraflarını sosyal medya mecraları üzerinden tasvir etmeleri olarak anlaşılabilir “selfie diplomasisi” her zaman ülkelerin istediği yönde ilerlemez. Ülkelerin kendilerini tasvirleri ile diğer ülkelerdeki anlatılar ve medyanın sunduğu “gerçekler”in olabildiğince birbirini desteklemesi beklenir. Farklılık ne kadar büyükse selfie o kadar az güvenilir hale gelmektedir. Bölgesinde çatışmaları körükleyen bir yönetim olarak etiketlenen bir ülke barış ve huzur içinde bir yaşam selfiesi yaymakta zorlanırken, iç savaşla parçalanmış bir ülkenin yatırımları çeken bir ülke selfiesi inandırıcı bulunmamaktadır (Manor & Segev, 2015, s. 92-93).

Kamu diplomasisinin geleneksel diplomasiden en temel ayırt edici özelliği muhakkak ki *dinleme, dinleyebilme* nosyonudur. Dijitalleşen kamu diplomasisi ülkelerin kendi ve yabancı kamuoylarını dinleme kapasitesini artırmıştır. Kişilerin ve organize grupların seslerini başkaca bir araca gerek olmaksızın ve uygun maliyetlerle daha geniş kitlelere ulaştırmalarına imkân sağlayan sosyal medya platformları bu yönleri ile de kamu diplomasisi uygulayıcılarına kolaylık sağlamaktadır. Sosyal medya mecralarının etkileşime açık yapısı kamu diplomasisi faaliyetlerinin etkinliklerinin ölçülmesi ve geri bildirim alınması açısından da elverişli bir altyapıya sahiptir. Dinleme farklı boyutlar alabilmektedir. Yeni Zelanda örneğinde olduğu üzere politika yapım sürecinde dijital toplumun görüşlerinin alınması olabileceği gibi Litvanya örneğinde olduğu üzere sosyal medyada ülkeye ilişkin yapılan tartışmalar üzerinden olası politika değişikliklerini hesaplamak şeklinde de olabilmektedir. Ya da Obama döneminde olduğu gibi sosyal medya tepkilerine göre diplomatik manevraların belirlenmesi olarak da karşımıza çıkabilmektedir (Manor, 2019, s. 337-338).

Kamu diplomasisinin dijitalleşmesi, geleneksel dönemde iddia olarak ortaya konulan halkı merkeze alan politika yapım sürecine daha somut adımlarla yaklaşılmasına sebep olmuştur. Niyet ister ilişki kurmak ister etkilemek olsun, şu anda hükümetleri ve kamu diplomasisi uygulayan diplomatları meşgul eden en temel unsur kamuoyudur. Diğer ülke kamuoylarına yönelik verilecek mesajlara ilişkin sosyal medya hesaplarını yönetenler dijital toplumun vereceği tepkileri hesaba katarak yerli uzmanlardan danışmanlık alabilmektedir. Bunlar, daha ilgi çekici içerik oluşturmak için değerli geri bildirimler sunabilmektedir. Fakat genel olarak dijital toplum, stratejik iletişim kampanyalarında olduğu üzere manipülasyona oldukça açık olarak görülebilmektedir. Hatta istenilen algının oluşturulması için zaman zaman kurumsal hesaplar, zaman zaman da farklı sosyal medya profilleri dijital toplumu manipüle edilmesinde kullanılabilir. Her hâlükârda halk, kamu diplomasisinin geleneksel hedef kitlesi olan seçkinlere ek olarak merkezi bir rol kazanmaktadır (Özlu & Alan, 2020; Fitzpatrick, 2011).

Kamu diplomasisinin dijitalleşme sürecinde yaşanan bir diğer tartışma ise geleneksel kamu diplomasisinde de sıkça öne çıkan ilişki/iletişim kurma ile propaganda arasındaki çizginin belirsizleşmesidir. Dijital toplumun normlarına göre ve dinleyerek oluşturulan yeni kamu diplomasisi stratejileri ile ülkelerin çıkarlarının öncelendiği fakat yeni gerekliliklerinde göz ardı edilmediği yukarıdan aşağıya bir yaklaşımla tasarlanmış stratejiler dijitalleşen kamu diplomasisi süreçlerinde de karşımıza çıkabilmektedir.

Ülkeler kendi hikayelerini dijital platformlar üzerinden aktarıırken diyalog kurmaktan daha ziyade oluşturmak istedikleri algıya odaklanmaktadır. Dijital teknolojinin sunduğu imkanları sonuna kadar kullanan kamu diplomasisi uygulayıcıları eski adetleri yeni mecralarda da devam ettirebilmektedir. 2003 yılında Irak'ın işgali sürecinde ABD'nin klasik küresel medya kanalları ile yürüttüğü kampanya ile 2014'te Kırım'ın ilhalkında Rusya'nın sosyal medya mecralarını kullanarak sürdürdüğü kampanya aynı amaca hizmet etmektedir. Bununla birlikte dijital teknoloji sayesinde gerçekliklerin dijital toplumun normları ve değerlerine göre servis edilebiliyor olması hakikat konusunda insanların kuşkularını her geçen gün daha fazla artırmaktadır (Bjola & Pamment, 2018, s. 172-180).

Genel olarak değerlendirildiğinde dijitalleşen kamu diplomasisinin kullandığı araçlar çeşitlense de çıkış noktası olan değerler varlığını korumaktadır. Kamuoylarını yani halkı esas alan kamu diplomasisinde dijitalleşme sürecinde kullanılan üslubun da belirlenen hedef kitlenin diline daha da yaklaştığı görülmektedir. Sosyal medya aynı zamanda kamuoylarını dinleme konusunda ülkelere kolaylık sağlamaktadır. Tabii dinlemenin farklı boyutları da bu süreçte gelişmektedir. Geleneksel kamu diplomasisinde özgün bir *hikayeye* yapılan vurgu artık olabildiğince çok detay veren selfie beklentisine dönüşmüş durumdadır. Şeffaflık ve hesap verilebilirlik gibi normların öne çıkması ve yaşanan keskin rekabet sosyal medyada hayatın tüm karelerine ilişkin paylaşımları teşvik etmektedir. Bu devasa veri akışının kullanımı ülkeler açısından farklı imkanlar sunabilmektedir. Kamu diplomasisinde diyalog mu propaganda mı tartışması, dijitalleşmenin önüne geçemediği bir sorun olmaya devam etmektedir. Monolog bilgi aktarımında ziyade etkileşimin öncelendiği sosyal medyada, aleyhte beyanlara rağmen yapılandırılmış gerçeklik sunan paylaşımlar algı manipülasyonlarının artarak devam ettiğinin bir göstergesidir.

Sonuç

Bu makale kamu diplomasisinin dijitalleşmesi sürecini analiz ederek, dijital teknolojilerin diplomatik kurumların normlarını, değerlerini, çalışma rutinlerini, yapılarını etkileyen uzun vadeli bir süreç olarak kavramsallaştırılması gerektiğini öne çıkarmıştır. Kamu Diplomasisinin dijitalleşmesi sürecinde normlarını dikkate alma durumunda olduğu dijital toplum monoloğa değil diyaloga dayanmaktadır. Makalede dile getirildiği gibi, dijital toplumun üyeleri mesajların sadece alıcısı değil; yorum yapan, düzenleyen, paylaşan ve muhatapları ile iletişim kuran kişilerdir. Bireysel, topluluklar veya ağlar şeklinde olsun dijital dünyada içerik oluşturma ve yayma süreçleri, yeni dijital işbirlikleri ve ilişkilerin oluşumuna yol açmaktadır. Monolog bir kamu diplomasisi bu nedenle dijital halklarla iletişim kurma görevi için uygun değildir. Bugünlerde sadece "*merhaba*" şeklinde *twit* atan bir büyükelçi dijital toplumdan gelen onlarca belki de yüzlerce yanıt ve GIF'lerin muhatapı olacaktır. Esasen bu geleneksel kamu diplomasisinin amacı olan halkla doğrudan iletişimi kolaylaştıran bir gelişme olmuştur. Bu durum kamu diplomasisi faaliyetlerinde kullanılan üslubun da halka yaklaşmasına sebebiyet vermiştir. Ülkeler hikayelerini/selfielerini daha çok resim ve multimedya görselleri ile aktarmaya başlamıştır.

Kamu diplomasisinin dijitalleşmesi süreci tüm ülkelerde tek tip şekilde ilerlememektedir. Aksine, her ülke kendine özgü dijitalleşme sürecinin ortasındadır. Bazı ülkeler on yıl önce dijital teknolojileri benimserken, diğerleri yalnızca şu anda çevrimiçi platformlara geçiş yapmaktadır. Bazı ülkelerin kamu diplomasisi kuruluşlarında dijitalleşme bir bütün olarak yeni soft programlar ve çalışma prosedürlerinin dayattığı yukarıdan aşağıya bir süreçken, bir kısmında ise, uygulayıcıların teknolojiyle başarılı deneyimleri ile şekillenen aşağıdan yukarıya bir süreçtir. Bu nedenle, bazı ülkeler düzensiz, öngörülemez ve duyulmak istenen dijital bir toplumla iletişim kurmaya alışmışken, diğerleri kurumsal iletişim kültürlerini

dijital platformların avantajlarına ve tehlikelerine uyarılma sürecindedir. Kamu diplomasisi uygulayıcılarının çevrimiçi platformlardaki varlıkları, sosyal medyayı daha sık kullanmaları ülkelerin geleneksel diplomasiyi terk ettiği anlamına da gelmemektedir. Fakat ülkeler bu süreçte olmak olmamak ayırımında değil, muhakkak olmak ama hangi yönlerde gelişmek konusunda karar vermektedir. Bazı ülkeler dijital kaynakları haberciler ve diasporalarla ilişkileri geliştirmeye ayırırken, diğerleri ulusal markalarını yönetmek için sosyal medyayı kullanmaya odaklanmaktadır. Dijital hedefler aynı zamanda ülkelerin dijitalleşme sürecini de şekillendirmektedir. Örneğin ulus markalaşması multimedya içeriği üretimi ve yayılması konusunda yetkin olmayı gerektirirken, yabancı kamuoyları ile ilişki kurmak dijital platformlarda sürekli çift yönlü etkileşimleri gerektirmektedir. Süreçte ülkeler hedefleri ve yeterlilikleri arasında bir denge kurmaya çalışırken, kamu diplomasisi uygulayıcıları her geçen gün dijital dünyada yeteneklerini geliştirmektedir. Dijital toplum kültürü ve dijital teknoloji altyapısı kamu diplomasisinin dijitalleşmesi sürecini de şekillenmektedir.

Geleneksel kamu diplomasisinde olduğu gibi dijitalleşen kamu diplomasisi de dezenformasyon ve karşı propaganda ile mücadeleye yönelik farklı yaklaşımlar geliştirilmektedir. Bu bağlamda ülkeler vatandaşlarına doğru bilgilere nasıl erişeceklerini ve dijital platformlarda “sahte” veya yanlış haberleri nasıl tespit edeceklerini öğreten medya okuryazarlığı programlarına öncelik vermelidirler. Hatta bu programlar bir kamu diplomasisi faaliyeti olarak kullanılabilir. İngiltere örneğinde olduğu gibi ülkeler dijital uzmanlıklarını ve medya okuryazarlığı programlarını, diğer kamuoyları ile bağlarını güçlendirme ve ilişkileri derinleştirme aracı olarak görerek diğer ülkelerle paylaşabilir. Bununla birlikte dijital dünyada istedikleri algıyı oluşturmak için yapılandırılmış gerçeklikler sunma yarışında olan çok sayıda aktör dijitalleşmenin sunduğu imkanları çıkarları doğrultusunda kullanabilmektedir.

Dijital teknolojilerin altyapısı veya tasarımı genellikle ülkelerin kamu diplomasisi faaliyetlerini de şekillendirmektedir. Örneğin *Twitter* gibi sosyal medya platformları ulusal sınırları aşmakta ve “dost” ülkeler yanında “düşman” ülke kamuoyları ile direkt etkileşime girmeye imkân sağlamaktadır. Bunun yanında sosyal medya analitiği, ülkelerin dijital faaliyetlerinin etkisini ölçme olanağı sunmaktadır. Bu analizler çoğunlukla dijital etkileşime odaklandığından, ülkeler ve dijital toplum arasındaki iletişiminin kapsamını değerlendirmek için paylaşımları ve beğenileri saymasına yol açmaktadır. Dijital toplum açısından önemli bir ölçüt olan bu sayılar kamu diplomasisi faaliyetlerinin etkinlik analizi için sınırlılıklar getirmektedir. Bununla birlikte ülkeler *hikayelerini* doğrudan yayabilmektedir. Yabancı kamuoylarının dünya görüşlerini şekillendirmek için geleneksel medyaya bağımlılık azalmıştır.

Kamu diplomasisi uygulayıcısı kurum ve kuruluşlar dijital toplum normlarının bir gereği olarak esnek, dijital teknolojileri yenilikçi şekillerde kullanabilen yapılar olma durumundadır. Yeniliğe verdikleri yanıt anında olmayabilir, ancak zamanla dijital teknolojilerin uygunluğunu, dijital toplumun taleplerini ve kendi hedeflerini dengelemeyi öğrenmeleri beklenmektedir. Bu bağlamda dijitalleşen kamu diplomasisi faaliyetlerinin etkinliğini ve dijital toplumda değişen normlarını analiz eden yeni araştırmalar yol gösterici olacaktır.

Kaynakça

- Archetti, C. (2012). The impact of new media on diplomatic practice: an evolutionary model of change. *The Hague Journal of Diplomacy*, 7(2), 181-206.
- Azócar, D. A., Manor, I., & Cardoso, A. R. (2018). The Digitalization of Public Diplomacy: Towards a New Conceptual Framework. *Revista Mexicana de Política Exterior*, 1-6.
- Bjola, C. (2015). Making sense of digital diplomacy. C. Bjola, & M. Holmes içinde, *Digital Diplomacy Theory and Practice* (s. 1-9). London: Routledge.
- Bjola, C., & Holmes, M. (2015). *Digital Diplomacy Theory and Practice*. New York: Routledge.
- Bjola, C., & Pamment, J. (2018). *Countering Online Propaganda And Extremism: The Dark Side Of Digital Diplomacy*. New York: Routledge.
- Bjola, C., Cassidy, J., & Manor, I. (2019). Public Diplomacy in the Digital Age. *The Hague Journal of Diplomacy*, 83-101.
- Budak, M. M. (2021). *Kamu Diplomasisi Aracı Olarak Burs Programları ve Türkiye Uygulamaları*. Ankara: Nobel.
- Clarke, A. (2015). Business As Usual? An Evaluation Of British And Canadian Digital Diplomacy As Policy Change. C. Bjola, & M. Holmes içinde, *Digital Diplomacy Theory and Practice* (s. 111-126). London: Routledge.
- Collins, S. D., DeWitt, J. R., & LeFebvre, R. K. (2019). Hashtag diplomacy: twitter as a tool for engaging in public diplomacy and promoting US foreign policy. *Place Branding and Public Diplomacy*, 78-96.
- ColumbiaUniversity. (2015, 2 5). *The Congress of Vienna 1814-1815: Making Peace after Global War*. 12 5, 2021 tarihinde YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=FJu8IwhU77I> adresinden alındı
- Cull, N. J. (2009). *Public Diplomacy, Lessons from the Past*. Los Angeles: Figueroa.
- Ekşi, M. (2014). *Kamu Diplomasisi ve Ak Parti Dönemi Türk Dış Politikası*. Ankara: Siyasal.
- Ekşi, M., & Taş, F. D. (2020). Dijital Diplomasi Yeni Bir Tür Diplomasi Midir? *Uluslararası Kriz ve Siyaset Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 213-239.
- Fitzpatrick, K. R. (2011). *U.S. Public Diplomacy in a Post-9/11 World: From Messaging to Mutuality*. Los Angeles: Figueroa Press.
- Freedmen, L. (2014). Ukraine and the art of crisis management. *Survival*, 7-42.
- Hocking, B. (2005). Rethinking the New Public Diplomacy. J. Melissen içinde, *The New Public Diplomacy, Soft Power in International Relations* (s. 28-41). New York: Palgrave Macmillan.
- Kalın, İ. (2011). Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi. *Perceptions*, 5-23.
- Khatib, L., Dutton, W., & Thelwall, M. (2012). Public diplomacy 2.0: A case study of the US digital outreach team. *The Middle East Journal*, 66(3), 453-472.
- Manor, I. (2016). Are we there yet: Have MFAs realized the potential of digital. *Brill Research Perspectives in Diplomacy and Foreign Policy*, 1-110.
- Manor, I. (2019). *The Digitalization of Public Diplomacy*. Switzerland: Palgrave Macmillan.

- Manor, I., & Crilley, R. (2020). The Mediatisation of MFAs: Diplomacy in the New Media Ecology. *The Hague Journal of Diplomacy*, 66-92.
- Manor, I., & Pamment, J. (2019). Towards prestige mobility? Diplomatic prestige. *Cambridge Review of International Affairs*.
- Manor, I., & Segev, E. (2015). America's Selfie: How the US Portrays Itself on its Social Media Accounts. C. Bjola, & M. Holmes içinde, *Digital Diplomacy Theory and Practice* (s. 89-108). New York: Routledge.
- Melissen, J. (2005). The new public diplomacy: Between theory and practice. J. Melissen içinde, *The new public diplomacy: Soft power in international relations* (s. 3-27). New York: Palgrave Macmillan.
- Nye, J. S. (2005). *Yumuşak Güç: Dünya Siyasetinde Başarının Yolu*. Ankara: Elips.
- Ovalı, A. Ş. (2020). Türkiye-ABD İlişkilerinde Twitter Diplomasisi. *Uluslararası İlişkiler*, 17(65), 23-45.
- Özdemir, M. (2020). Dijital Diplomasi Ve Sosyal Medya: Barış Pınarı Harekâtı Kapsamında Türkiye Washington Büyükelçiliğinin Twitter Kullanımı. *Uluslararası Halkla İlişkiler ve Reklam Çalışmaları Dergisi*, 3(2), 87-105.
- Özlu, Ö., & Alan, G. A. (2020). Kamu Diplomasisi Oluşturulmasında Dijital Diplomasinin Etkisi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 7(2), 1345-1366.
- Pamment, J. (2013). *New Public Diplomacy in the 21st Century : A Comparative Study of Policy and Practice*. *New Diplomacy Studies*. London: Routledge.
- Polat, V. (2016). *Kitle İletişim Kuramları*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi.
- Seib, P. (2016). *The Future of #Diplomacy*. New Jersey: Wiley.
- Storr, W. (2018). Book six: The digital self. W. Storr içinde, *Selfie: How the West became self-obsessed* (s. 243-303). London: Picador.
- Twiplomacy 2020*. (tarih yok). 02 28, 2021 tarihinde <https://twiplomacy.com/>: <https://twiplomacy.com/blog/twiplomacy-study-2020/> adresinden alındı
- Wichowski, A. (2015). Secrecy is for Losers; Why diplomats should embrace openness. C. Bjola, & M. Holmes içinde, *Digital Diplomacy Theory and Practice* (s. 52-70). New York: Routledge.
- Yücel, G. (2016). Dijital Diplomasi. *TRT Akademi*, 1(2), 748-760.
- Zaharna, R. S. (2005). The Soft Power Differential: Network Communication and Mass Communication In Public Diplomacy. *The Hague Journal of Public Diplomacy*, 3(2), 213-228.

Public Diplomacy and Digital Communication

Muhammet Musa BUDAK (Ph.D.)

Extended Abstract

Diplomacy is in a constant change in concept and practice. From the invention of the parchment to the click of e-mail, the impact of communication technologies on the circulation of information has been crucial in this evolution of diplomacy. This development in communication technologies also manifests itself in public diplomacy and its practices, especially the developments in the digital field find a rapid response in public diplomacy activities (Bjola & Holmes, 2015; Manor & Pamment, 2019; Ovalı, 2020; Bjola, Cassidy, & Manor, 2019). As of 2020, all UN member states have an official presence on social media, except for four countries (Laos, North Korea, Sao Tome and Turkmenistan). Of these, Twitter is the most used application with 1089 accounts at the level of state/head of government or foreign minister (Twiplomacy 2020). In particular, the COVID-19 period has led to a process in which diplomacy has shifted to the digital environment intensively. Now, not only public meetings of leaders, but also security summits and even UN General Assembly meetings have started to be held on digital platforms.

Joseph Nye (2005), one of the first researchers to use the concept of Public Diplomacy, defines this concept as states' ability to effect and influence other actors with non-military instruments (p. 14). In the words of Cull (2009), public diplomacy includes activities aimed at creating a positive environment among foreign peoples in order to facilitate the acceptance of another country's foreign policy (p. 36). According to the definition of Pamment (2013), public diplomacy as a communication act is the communication of the attitudes and policies of an international actor to the peoples of foreign countries. In this context, for most of the twentieth century the term "public diplomacy" has been associated with the term "propaganda".

In the twenty-first century, a conceptual discussion called "new" public diplomacy has started among public diplomacy researchers and practitioners. It has been the emergence of a global media ecology and the rise of the digital society that have spurred the new public diplomacy. Jan Melissen (2005) defined the new public diplomacy as a public diplomacy that focuses on interacting with "connected" peoples as they move from monologue to dialogue, engagement and long-term relationship building. Moreover, the "new" public diplomacy represents a clear break from twentieth-century broadcast models while leveraging new digital technologies such as social media sites. Impact can now be achieved through tweets, shares and likes (Manor, 2019). The global media ecology has necessitated different approaches to traditional public diplomacy practice. Because non-governmental organizations (NGOs), activists, bloggers and even terrorist groups can spread their messages online, states have lost their monopoly on communication (Pamment, 2013). "New" public diplomacy actors have turned the digital world into a competitive arena where multiple actors compete for the attention of the public (Manor, 2016).

In this context, there is a general belief that digitalization is a "game changer" for public diplomacy. The basic approach in digitalized public diplomacy debates is the conviction that the power relations between governments and foreign public opinion have changed permanently. This opinion stems from the interactive dynamic architecture of digital

platforms. In this framework, strong counter-reactions may occur in the public opinion against the international political campaigns of countries, while international networks may be formed that affect diplomatic negotiations, as in the Paris climate negotiations (Collins, DeWitt, & LeFebvre, 2019). Therefore, foreign publics have also ceased to be merely passive recipients of diplomatic messages.

The impact of globalization and digitalization on the society of the twenty-first century and the effects of these changes on public diplomacy have aroused great interest among researchers. Regarding the impact of digital tools on public diplomacy, many concept proposals have emerged, including public diplomacy 2.0, digital public diplomacy, and virtual diplomacy (Collins, DeWitt, & LeFebvre, 2019; Manor, 2019; Ovalı, 2020; Seib, 2016; Bjola & Holmes, 2015; Yücel, 2016). It is a fact that the transformative nature of digitalization, especially in communication tools, manifests itself in the field of public diplomacy. Digitization has allowed countries to interact with foreign peoples, establish global virtual embassies, and overcome the limitations of a certain number of international broadcasters. In addition, digitalization has also become a new tool in terms of disinformation and strategic perception operations.

The most basic element that should not be overlooked in the studies on the digitalization of public diplomacy is that digitalization is not a situation but a long-term process. While each of the approaches mentioned in the literature contributes to contemporary public diplomacy studies, it falls short in identifying this long-term nature of the change brought about by the digital age. Countries and their diplomatic activities cannot be separated into digital and non-digital. Rather, each country is at a different stage of the digitization process. But it is a fact that public diplomacy is a medium where digital technologies are used extensively. The desire to communicate and establish virtual relations with online publics has been the most important motivation for the countries that first used social media and digital platforms in their public diplomacy activities, such as the USA, Israel and Sweden, as well as the countries involved in the process later on (Azócar, Manor, & Cardoso, 2018). In this context, this article adopts not a new public diplomacy conceptualization, but a conceptualization that reveals the “digitalization of public diplomacy”. It is necessary to see digitalization as a process that goes beyond the use of digital tools. Digitalization affects the norms, goals and working procedures of diplomatic actors and institutions worldwide. In this context, digitalized public diplomacy is discussed in two different dimensions in the article. The first part is a functional dimension focusing on the use of digital tools in public diplomacy activities. In this section, how digital tools affect the working procedures of institutions responsible for public diplomacy activities and the use of digital technologies in the evaluation of public diplomacy activities is discussed. In the second part, how the values and norms of the digital society affect the practice of public diplomacy and the value perceptions of its practitioners are analyzed with a normative approach.

Keywords: Communication, International Relations, Public Diplomacy, Digitalization, Values.

Bu makale **intihal tespit yazılımlarıyla** taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by **plagiarism detection softwares**. No plagiarism detected.

Bu çalışmada “**Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi**” kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the “**Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive**” were followed.

Araştırma tek bir yazar tarafından yürütülmüştür.

The research was conducted by a single author.

Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile **çıkar çatışması** bulunmamaktadır.

There is no **conflict of interest** with any institution or person within the scope of the study.