

SAVAŞ DÖNEMİ DİJİTAL DİPLOMASİ: UKRAYNA-RUSYA SAVAŞI ÖRNEĞİ

WARTIME DIGITAL DIPLOMACY: EXAMPLE OF UKRAINE-RUSSIA WAR

Kurbani GEYİK

Dr. Öğr. Üyesi, Radyo TV ve Sinema
Anabilim Dalı, Yozgat Bozok
Üniversitesi,
Yozgat/Türkiye.
Asst. Prof., Department of Radio, TV
and Cinema, Yozgat Bozok University,
Yozgat/Türkiye.
kurbani.geyik@bozok.edu.tr
ORCID ID: 0000-0001-7154-5743

Cuma YAVUZ

Doktora Öğrencisi, Felsefe ve Din
Bilimleri Anabilim Dalı, İslami
Araştırmalar Enstitüsü, Ankara Sosyal
Bilimler Üniversitesi,
Ankara/Türkiye.
Ph.D. Student, Department of
Philosophy and Religious Studies,
Institute of Islamic Studies, Ankara
Social Sciences University,
Ankara/Turkey.
cumayavuzz@gmail.com
ORCID ID: 0000-0002-6227-2891

Makale bilgisi | Article Information

DOI: 10.47994/usbad.1229282

Makale Türü / Article Type: Araştırma Makalesi / Research Article

Geliş Tarihi / Date Received: 04.01.2023

Kabul Tarihi / Date Accepted: 01.04.2023

Yayın Tarihi / Date Published: 20.04.2023

Yayın Sezonu / Pub Date Season: Nisan / April

Bu Makaleye Atıf İçin / To Cite This Article: Geyik, K. & Yavuz, C. (2023).
Savaş Dönemi Dijital Diplomasi: Ukrayna-Rusya Savaşı Örneği. *USBAD
Uluslararası Sosyal Bilimler Akademi Dergisi* 5(11), 6-33.

İntihal: Bu makale intihal.net yazılımınca taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir.
Plagiarism: This article has been scanned by intihal.net. No plagiarism detected.



İletişim: Web: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/usbad>
mail: usbaddergi@gmail.com

Öz: Bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, devletler ve toplumlar arasındaki ilişkileri yeniden yapılandırmaktadır. Devletlerin diplomasi alanındaki faaliyetlerini etki altına alan iletişim teknolojileri, hükümetlerin uluslararası toplumla ilişkilerine yeni boyut kazandırmaktadır. Devletler, uluslararası alanda stratejik hedefleri doğrultusunda toplumlara ikna etmek amacıyla hedef kitlelere yönelik faaliyetlerini, sosyal medya üzerinden yürütmekte, mesaj aktarım sürecini anlık gerçekleştirilebilmektedir. Geleneksel diplomatik faaliyetlerden farklı olarak dijital diplomasi, iki yönlü iletişim sürecini kapsamaktadır. Bu iletişim sürecinde de Twitter, önemli aktörlerden biri olarak öne çıkmaktadır. Özellikle savaş, afet gibi kriz durumlarında uluslararası alanda önemli iletişim platformu rolünü üstlenen Twitter merkezli diplomasi faaliyetleri, uluslararası kamuoyu desteğini almak açısından büyük önem arz etmektedir. Bu çalışmada, birçok ülkeyi doğrudan veya dolaylı olarak etkileyen Rusya-Ukrayna Savaşı sürecinde, dijital diplomasi kullanımını ele alınmaktadır. Rusya ve Ukrayna'nın, uluslararası kamuoyunun desteğini almaya yönelik gerçekleştirdiği dijital diplomasi faaliyetleri kapsamında sosyal medyada izledikleri iletişim stratejisi, örneklem olarak seçilen iki ülkenin Ankara Büyükelçiliklerinin Twitter hesapları üzerinden incelenmiştir. Savaşın ilk iki haftasını kapsayan ve içerik analizi yöntemine başvurulmuş gerçekleştirilen çalışmanın bulguları, Ukrayna ve Rusya Büyükelçiliklerinin, savaşla ilgili gelişmeleri kendi tezleri doğrultusunda Türkiye kamuoyuna düzenli olarak aktardığını hem etkileşim düzeyi hem de paylaşım sayısı bakımından Ukrayna Büyükelçiliğinin çok daha fazla öne çıktığını ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Dijital Diplomasi, Rusya, Ukrayna, Twitter

Abstract: Communication technologies have brought a new dimension to the relations of governments with international society. Today, states carry out their activities for target audiences through social media platforms in order to persuade societies in line with their strategic goals, and the message transfer process can be carried out instantly. Twitter-based diplomatic activities are of great importance in terms of gaining international public support. In this study, the use of digital diplomacy in the process of the Russian-Ukrainian War is discussed. The communication strategies followed by Russia and Ukraine in the social media within the scope of the digital diplomacy activities carried out to gain the support of the international public was examined through the Twitter accounts of the Ankara Embassies of the two countries selected as a sample. The findings of the study, which covers the first two weeks of the war and was carried out using the content analysis method, reveal that the Ukrainian and Russian Embassies regularly convey the developments related to the war to the Turkish public in line with their thesis, and the Ukrainian Embassy stands out much more in terms of both the level of interaction and the number of posts.

Key Words: Digital Diplomacy, Russia, Ukraine, Twitter

Giriş

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin sonucu olarak ortaya çıkan yeni iletişim ortamlarının çok hızlı bir şekilde yaygınlaşması, sosyal, siyasal ve ekonomik hayatta çeşitli dönüşümlere neden olmuştur. Bu dönüşümleri medya açısından ele alan Van Dijk (2018), iletişim ağlarının teknoloji merkezli yapısal dönüşümünün toplumsal dinamikleri değiştirdiğini belirtir. Geleneksel toplumlarda birbirine yakın yaşayan insanlar doğrudan etkileşim içinde bulunurken, günümüz toplumları ise zaman ve mekân faktörünü önemli ölçüde aşarak etkileşimin boyutunu daha da uzağa esnetmektedir (Van Dijk, 2018). Yeni iletişim ortamları, enformasyonun, zaman ve mekân faktöründen kaynaklanan engellerden bağımsız olarak her yere anlık iletilme olanağını ortaya çıkarmış, anlık sosyal ilişkilerin kurulmasıyla etkileşimin boyutu yerelden küresel boyuta evrilmiştir. Özellikle "bilginin yayınlanmasını, değişimini ve depolanmasını sağlayan bir iletişim aracı" şeklinde

tanımlanan internet, kamusal ve özel iletişimin merkezi haline gelmiştir (Westcott, 2008). Sosyal medya da dahil olmak üzere çevrim içi çağdaş araçlar, milyonları açık konuşma alanlarında bir araya getirmektedir. Her gün Twitter gibi sosyal medya platformlarını kullanan 2 milyardan fazla insanla, dijital bağlantı dünyayı küçülttü ve bu süreçte milyarlarca insanın günlük hayatını değiştirdi. Artık dünyanın dört bir yanından insanlar arasında aracısız diyalog ve bilgi alışverişi, yıl boyunca günde 24 saat gerçekleşmektedir.

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki bu devrim, küresel olarak diplomasiyi yürütülmesinde de köklü değişikliklere neden olmuştur. Bilginin dünya çapında akış şeklini kontrol eden teknoloji, dış politikanın temel malzemesi olan ve hükümetlerin birbirleriyle etkileşim biçimlerini oluşturan haberin daha hızlı, daha kolay ulaşılabilmesini sağlamıştır. Diplomasiyi amaçlayan hükümetlerin etkileşimleri bu gelişmelerden önemli ölçüde etkilenmektedir. Geleneksel diplomasi araçları, çok önemli olmaya devam etse de etkileşime hiç olmadığı kadar açık günümüz dünyasında sadece ülkelerin değil bireyler ve kuruluşların uluslararası ilişkilerde önemli rol oynayabilmesi dijital diplomasi olarak adlandırılan kavramın ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Geleneksel diplomasi tek yönlü ve ideolojik bir süreci ifade ederken, dijital diplomasi ise çift yönlü iletişim özelliği sayesinde hedef kitleler bu sürece dahil olabilmektedir. Yeni iletişim ortamlarının etkileşim özelliği, bireylere düşüncelerini devletin diplomatik kanallarına anlık olarak iletme olanağı sunmaktadır (Nweke, 2012). Yeni iletişim ortamlarında, bilginin yayılma hızındaki artışla birlikte aşırı bilgi yüklemesi durumu söz konusudur. Hükümetler, bilgi kirliliğine bağlı olarak aleyhe olabilecek söylemleri kontrol altına almak üzere Twitter gibi sosyal medya hesaplarıyla halkla diyaloga önem vermeye başlamışlardır. Bu bağlamda günümüzde, birçok araştırmacı özellikle Twitter'ın kamu diplomasisinde kullanılan önemli bir araç olarak tanındığını ifade etmektedir (Fletcher, 2011).

Türkiye'nin Barış Pınarı Harekâtı kapsamında Washington Büyükelçiliğinin dijital diplomasi faaliyetlerinin ele alındığı Özdemir'in (2020) çalışmasında, dijital diplomasi etkin bir rol üstlenmenin sosyal medya araçlarının kullanımıyla paralel olduğu, sosyal medya kanallarında diplomasi bağlamında gerçekleştirilecek eylemlerin, uzun vadede imaj ve itibara katkı sağlayacağı sonucuna ulaşılmıştır. Çömlekçi'nin, 2019'da yaptığı "Dijitalleşen Diplomasi ve Sosyal Medya Kullanımı: Büyükelçilik Facebook Kullanımı" başlıklı çalışmasında da dijital diplomasi bağlamında sosyal medyada paylaşımların reklamlarla öne çıkarılması, fenomenlerden faydalanma, etkileşimsel özellikleri kullanma gibi kullanıcılarla olan etkileşimi artırmanın ülkelerin politikalarının daha geniş bir kitleye yayılmasını sağladığı belirlenmiştir. Bu çalışmalarda ortaya konulduğu gibi dijital diplomasiyi uluslararası ilişkilerin yürütülmesi için sunduğu önemli olanaklara rağmen, analitik bir bakış açısıyla dijital diplomasiyi nasıl çalıştığı, ne derece başarılı olduğu ve sınırlılıklarının ne olduğu hakkında ise çok az şey bilinmektedir (Bjola, 2018). Özellikle savaş gibi uluslararası ölçekte krize neden olan olağanüstü durumlarda, dijital diplomasiyi nasıl kullanıldığı ve ne ölçüde etkili olabildiği sorusu, Rusya-Ukrayna Savaşı ile birlikte öne çıkmıştır. Bu noktadan hareketle tasarlanan

çalışmamızda, yakın dönemin en büyük krizlerinden Rusya-Ukrayna Savaşı ekseninde dijital diplomasi kullanımı ele alınmıştır. 70 yıldan fazla bir süre aynı devletin (SSCB) parçaları olan Ukrayna ve Rusya'nın, aralarındaki gerilimin 24 Şubat 2022'de silahlı çatışmalara dönüşmesi sürecinde, tarafsız konumda kalarak her iki ülke ile ikili ilişkilerini sürdürme çabası içinde bulunan Türkiye'ye yönelik kamu diplomasi faaliyetlerini önemli kılmaktadır.

Rusya ve Ukrayna'nın Ankara Büyükelçiliklerinin, savaş dönemi Twitter kullanımlarının içerik analiz yöntemine başvurularak incelendiği bu çalışmanın temel argümanı, savaşan tarafların, Twitter üzerinden kamu diplomasi uygulayarak uluslararası kamuoyunun önemli bir parçası olan Türkiye'nin desteğini almaya çalıştığıdır. Ukrayna, topraklarının önemli bir kısmını büyük bir silahlı güçle işgal eden Rusya'ya karşı Türkiye'den yardım ve destek almaya çalışırken, Rusya ise aynı platform üzerinden uluslararası alanda tepkilere neden olan Ukrayna işgalini Türkiye kamuoyu nezdinde meşrulaştırma ve işgale dair ağır eleştirilere karşı kendilerini savunma çabası içindedir. Bu bağlamda, çalışmanın araştırma soruları şu şekilde oluşturulmuştur: Ukrayna ve Rusya, savaş dönemi Twitter üzerinden, Ankara Büyükelçilikleri aracılığıyla nasıl bir kamu diplomasi yaklaşımı sergilemektedir? Ukrayna ve Rusya, Twitter diplomasi faaliyetleri kapsamında, savaşla ilgili gelişmeleri, Türk kamuoyuna ne ölçüde ve nasıl aktarmaktadır? Büyükelçilik hesapları, hangi alanlarda paylaşım yapmaya ağırlık vermektedir? Yapılan paylaşımların nitelik ve içeriğinin Türkiye kamuoyu üzerinde nasıl bir etkisi olmaktadır? Bu araştırma soruları üzerine inşa edilen çalışmada kavramsal çerçeve ise buna uygun olarak kamu diplomasi kavramı üzerinden oluşturulmuştur.

Literatürde dijital platformlarda yapılan kamu diplomasi faaliyetlerini araştıran çalışmalar bulunsa da Ukrayna ve Rusya'nın savaş döneminde Türkiye kamuoyuna yönelik yürüttükleri kamu diplomasi faaliyetleriyle ilgili yapılmış bir araştırma bulunmamaktadır. Bu nedenle, devam eden savaş dönemi boyunca tarafsızlığını koruyan ve iki ülke ile ilişkilerini sürdürme çabası içinde bulunan Türkiye'ye yönelik Rusya ve Ukrayna'nın kamu diplomasi uygulamalarına dair araştırma soruları, literatürdeki bir boşluğu doldurmaya yönelmiş olması bakımından da önem arz etmektedir.

1. Kamu Diplomasisi

Devletlerin hem iç hem de dış kamuoyunu dikkate alarak dış politika geliştirirken, aldıkları kararlara ilişkin muhataplar nezdinde destek görebilmesi için uluslararası kamuoyunu da ikna etmesi artık zaruri görülmektedir. Bu zorunluluğa bağlı olarak kamu diplomasi kavramının önemi giderek artmaktadır (Kocabıyık, 2019).

Kamu diplomasisi, devletlerin ya da hükümetlerin diğer ülkelerin diplomatik kurumlarıyla ilişkilerini düzenleme ve yabancı milletlerle iletişim bağı oluşturarak onları etkileme faaliyeti olarak bilinmektedir. Manheim (1990), kamu diplomasi kavramını, hükümetlerin uluslararası kamuoyu veya seçkinlerin düşüncelerini belirli çıkarlar doğrultusunda etkileme çabası olarak tanımlamaktadır. Bu süreç, ülkeler arasındaki ilişkilerin yurtiçi ve yurtdışında görevlendirilen temsilciler

aracılığıyla yürütülmesini kapsamaktadır. Bu yönüyle kamu diplomasisi, devletler arası düzenli veya karmaşık ilişkilerin uluslararası iletişim kanalları üzerinden kurulduğu bir araçtır (Berridge ve James, 2001).

Cull (2009: 12) da kamu diplomasisini; "uluslararası bir aktörün yabancı bir halkla ilişki kurarak uluslararası çevreyi yönetme girişimi" olarak tanımlamaktadır. Kamu diplomasisinin, dinleme, savunma, kültürel diplomasi, değişim diplomasisi ve uluslararası yayıncılık olmak üzere beş unsuru kapsadığına dikkat çeken Cull (2008), ek olarak psikolojik savaşı da kamu diplomasisine paralel bir eylem olarak ele almaktadır.

Cull'a göre kamu diplomasisinin ilk bileşeni olarak dinleme; uluslararası alanda bir diplomatik kurumun hedef kitle olarak belirlenen toplumların kendisi hakkındaki bakış açılarına dair bilgi edindikten sonra, buna göre kamu diplomasisi faaliyetlerini belirlemede bir etken olarak kullanmasıdır. İkinci unsur olan savunma ise diplomatik kurumların politikasının, fikrinin ya da çıkarlarının uluslararası kamuoyu nezdinde destek bulabilmesi için iletişim faaliyeti gerçekleştirerek uluslararası kamuoyunu yönlendirme çabasıdır. Kültürel diplomaside de diplomatik kurumlar kendi kültürünün özelliklerini diğer toplumlara yayma çabası içindedir. Değişim diplomasisi kapsamında ise devletler, vatandaşlarını eğitim amaçlı yurt dışına gönderir ve aynı şekilde yurt dışından da yabancı öğrencileri kabul eder. Kamu diplomasisinin bir diğer önemli bileşeni olarak uluslararası yayıncılıkta da diğer toplumlarla ilişki kurmak amacıyla radyo, televizyon ve internet gibi iletişim araçları kullanılmaktadır. Cull, bunlara ilaveten ele aldığı psikolojik savaşı ise kamu diplomasisinin dışında bir alan olarak kabul etse de bu eylem türünü diplomatik kurumların savaş zamanı gibi durumlarda diğer toplumlarla iletişim kurması, belirlenen hedeflere ulaşabilmek amacıyla iletişimden yararlanması olarak tanımlamakta ve dolayısıyla psikolojik savaş yöntemlerini de kamu diplomasisi uygulamalarında dikkate almaktadır (Cull, 2009: 18-22).

Mevcut kamu diplomasisi tanımları ele alındığında, devletten devlete yönelik geleneksel diplomasi anlayışında esas öznenin diğer ülkelerin kamuoyları olduğu anlaşılmaktadır. Özellikle Soğuk Savaş sonrası dönemde önemi artan kamuoyu, devletlerin dış politikalarının belirlenmesinde önemli bir güce ulaşmıştır. Eski ABD Başkanlarından Reagan (1987), kamu diplomasisindeki değişime atıfta bulunurken, bilgi çağında, telekomünikasyon uyduları ve yeraltındaki fiber optik kablolar ile bu yeni çağda, geleneksel diplomasi tek başına yeterli olmadığı, sadece yabancı hükümetlere değil, onların halklarına da hitap edilmesi gerektiğine vurgu yapmıştır. Reagan'ın bu ifadelerinden de anlaşılacağı üzere, yeni diplomasi anlayışında, ülke halklarına yönelik diplomasi faaliyetleri özellikle iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin etkisiyle ön plana çıkmaktadır.

2. Dijital Diplomasi ve Sosyal Medya

Dijital teknoloji alanında yaşanan gelişmelerin etkisiyle uluslararası sistem, sürekli yeniden yapılanmakta, sistemde var olan ve sistemi etkileme kapasitesine sahip faillerin sayısı ise çeşitlenerek artmaktadır. Bu duruma bağlı olarak diplomasi ve kamu diplomasisi kavramlarında da bir dönüşüm yaşanmaktadır. Devlet dışı

aktörlerin etkisini artırması, kamu diplomasisinin yaygınlaşmasını ve çeşitlenmesini teşvik etmektedir (Cull, 2009: 13).

Diplomatik yöntemler, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler sayesinde ortaya çıkan internet tabanlı Twitter, Facebook, YouTube, Instagram gibi yeni iletişim ortamlarının yaygınlaşmasıyla dönüşüm sürecine girmiştir. Dijital iletişim ortamlarının diplomatik amaçlarla kullanılmasıyla gerçekleşen bu dönüşüm, dijital diplomasi kavramıyla bağlantılı olarak açıklanmaktadır. Devletlerarası ilişkilerin dijital platformlar üzerinden stratejik bir şekilde toplum önünde kurulmasını sağlayan bir diplomasi süreci olarak dijital diplomasi, aynı zamanda kamu diplomasisini kast etmek amacı ile de kullanılmaktadır (Gürdal, 2021).

Dijital diplomasi ortaya çıkışı, internetten yaklaşık 20 yıl sonra hayatımıza giren sosyal medya uygulamalarının yaygınlaşmasıyla mümkün olmuştur. Devletlerarası ilişkileri etki altına alan en önemli gelişmelerden biri olarak değerlendirilen sosyal medya platformları, 2000'li yıllardan itibaren yaygınlaşmaya başlamıştır. Öne çıkan sosyal medya uygulamalarından Facebook 2004, YouTube 2005, Twitter 2006 ve WhatsApp 2010 yılından itibaren kullanıcıların hizmetine sunulurken, bir taraftan web tabanlı teknolojilerin diğer taraftan akıllı telefon teknolojilerindeki ilerlemelerin sonucu olarak söz konusu yeni iletişim platformları hızlı bir şekilde tüm dünyada ilgi görmeye başlamıştır. Geniş kitlelere ulaşmasıyla politik amaçlı bir araç olarak öne çıkan sosyal medya platformlarından Twitter, diplomatik kurumların da dikkatini çekmiş ve kısa sürede bu yeni iletişim mecrasında yer almışlardır.

Twitter, dış politika katılımına hareket kazandırırken, diplomatik ilişkileri de daha şeffaf hale getirmektedir. Devletler dış politikalarına ilişkin kamuoyunun görüşlerini, Twitter platformu sayesinde öğrenebilmektedir. Twitter kullanımı geleneksel diplomatik araçlarla aynı etkiye yol açmaktadır. Bu bağlamda birçok ülkenin diplomatik kurumları Twitter'ı kullanarak toplumla doğrudan iletişim imkanına ulaşabilmektedir (Sayın vd., 2022).

İlk Twitter hesabını açan diplomatlardan biri ABD'nin Meksika Büyükelçisi olurken, zamanla hemen hemen tüm dünyada devlet ve hükümet başkanlarının yanı sıra yurt içi ve yurt dışı temsilcileri yeni iletişim araçlarını sıklıkla kullanır hale gelmiştir. Kamu diplomasisinde yeni etkili yollar Twitter gibi sosyal medya platformları, dünyada yakın dönemde yaşanan 2010 Arap Baharı, 2011 Occupy Hareketi'nde ne kadar etkili iletişim araçları olduğunu ortaya koymuştur (Wilson ve Corey, 2012; Wichowski, 2015).

Günümüz diplomasisindeki bu yenilikler, devletlere ve uluslararası kuruluşlara birbirleriyle bağlantı kurmaları açısından önemli fırsatlar sunmaktadır. Küresel politikaya yakın olabilmek bakımından yenilikçi yollar arayışı içinde bulunan devletler, kamu kurumları ve uluslararası örgütler, yeni normlara uyum sağlamak ve örgütsel olarak yeniden yapılanmak için büyük bir çaba içinde bulunmaktadır (Anadolu Ajansı [AA], 2020). Diplomatik kurumlarını, esnek ve proaktif anlayışa göre tasarlayan ABD, İngiltere ve Fransa gibi gelişmiş ülkeler, yeni iletişim

ortamlarının sunduğu olanaklarını daha aktif kullanma eğilimindedir (Gouveia ve Plumridge, 2005; Gregory, 2011; McClory, 2015).

Bu çalışmada da bir diplomasi aracı olarak ele alınan Twitter, diplomasi alanındaki etkinliği her geçen gün artan yeni iletişim ortamı olarak öne çıkmaktadır. 2006 yılında Jack P. Dorsey tarafından kurulan Twitter, akıllı cep telefonu, bilgisayar gibi web tabanlı araçlar üzerinden kullanıcılara duygu, düşünce ve görüşlerini, herhangi bir konudaki sahip oldukları bilgiyi kitlelerle anlık paylaşma imkânı sunmaktadır. Kurulduğu günden bu yana her geçen gün kullanıcı sayısını artıran Twitter'ın, 2022 yılının ilk çeyreğindeki günlük ortalama aktif kullanıcı sayısının 229 milyon ulaştığı görülmektedir (AA, 2022). Günümüzde kamunun gündemini belirlemede en etkili platformlar arasında ilk sırada yer alan yeni medya ortamlarında, bir kullanıcı hesabına sahip olmamak, neredeyse hayat belirtisi göstermemek olarak kabul edilmektedir. Kitlelerin toplanma mekânına dönüşen sosyal medya, politikaçılar, diplomatlar, sivil toplum kuruluşları gibi kitlelere yön vermek isteyen kesimler için bir çeşit meydan olarak değerlendirilmektedir. Böyle bir aracı platform olma özelliği kazanan Twitter gibi sosyal medya kuruluşlarını, katılımcılara yönelik benimsediği yaklaşımlar giderek daha fazla önem kazanmakta ve bu mecralara kullanıcılarla ilgili sergilenen tutum ve atılan adımlar çok daha fazla derin etkilere yol açmaktadır. Nitekim, ABD merkezli sosyal medya platformu Twitter'ın ABD'nin eski başkanlarından Donald Trump'ın hesabını kalıcı olarak askıya alması, dünyanın gündemine oturmuş, Twitter'ın daima propagandasını yaptığı "ifade özgürlüğü ve tarafsızlık" politikalarının gerçeği yansıtip yansıtmadığı tartışmalarını da beraberinde getirmiştir. Küresel ölçekte yaşanan bu tartışmalı süreçte, Twitter gibi belli bir güce sahip sosyal medya şirketleri, "sansürcülük" gibi suçlamalarla karşı karşıya kalmıştır (Çelik, 2022).

Politik yönüyle tartışmaların odağında bulunan ve 28 Mayıs 2022 tarihinde dünyanın en zengin insanlarından biri olan Tesla şirketinin CEO'su Elon Musk tarafından satın alınmasıyla sahiplik yapısı değişen Twitter, daha önce borsaya açık olarak faaliyetlerini sürdürürken, yeni dönemde SpaceX gibi bir özel şirkete dönüşmesine bağlı olarak patronun taleplerinin daha fazla dikkate alınacağı yönünde değerlendirmeler öne çıkmıştır (Bal, 2022).

3. Olağandışı Dönemlerde Diplomasi

Devletler, uluslararası politik iletişimin aktörleri arasına, geleneksel diplomasiyi etki alanı dışında kalan grupların ve bireylerin katılmalarıyla, savaş ve doğal afetler gibi olağan dışı durumlarda, diğer devletlerin yanı sıra uluslararası örgütlerden de destek alabilmek ve onlara kendi tezlerini açıklamak üzere yeni bir diplomasi çeşidi olan kamu diplomasisi yöntemlerini kullanmaya başlamışlardır. Bu yeni diplomasi anlayışında temel düşünce, uluslararası toplum içinde yer alan grupların ve bireylerin düşüncelerini etkilemeye yönelik bir iletişim kurmaktır (Gilboa, 2000).

Olağan dışı dönemlerde devletlerarası ilişkinin biçimi diplomasiyi ziyade "kamu diplomasisi" niteliği arz etmektedir. Olağan süreçlerde devletlerarasında diplomasi yoğunluklu bir ilişki kurulurken, olağan dışı durumlarda ise "kamu diplomasisi" yoğunluklu bir ilişki ortaya çıkmaktadır. Olağan dışı durumlarda kurulan kamu

diplomasisi yoğunluk ilişkisi, kısa vadeli hedeflere yöneliktir. Acil insani yardımlarla krizin aşılması, zararların asgari düzeye düşürülmesi gibi hedefler ön plana çıkarılmakta, hedef kitleye tek yönlü mesajlar iletilmektedir (Çevik, 2014). Kriz durumunda propaganda yöntemleri kullanılarak kurulan iletişimde verilen mesajlar, daha çok insanları eylemlere sevk etme, imajı koruma ya da değiştirme amaçlı olmaktadır. Bu noktada, yeni iletişim teknolojileriyle kurulan günümüz küresel iletişim ağları dikkate alındığında, propaganda yöntemlerini uygulama alanının giderek kısıtlandığını belirtmek gerekir. Bilindiği üzere, propaganda, enformasyon akışındaki kısıtlığa dayanmaktadır. Ancak yeni iletişim ortamlarında enformasyon akışını durdurmak, sınırlamak mümkün değildir. İnternetin bilgiye erişim kaynağı haline gelmesinin sonucu olarak, enformasyon kısıtlığının tam aksi bir durum yaşanmaktadır (Aydemir, 2005). Günümüzde hükümetler, yeni iletişim ortamlarında enformasyon bombardımanının neden olduğu bilgi kirliliğiyle mücadele etmek durumunda kalmaktadır. Sosyal medya ağları aracılığıyla bilgi kirliliğinin yayıldığı günümüzde, hükümetler kendi tezleri doğrultusunda hem ülkelerinin kamuoyunu hem de uluslararası kamuoyunu yönlendirme amaçlı çeşitli yöntemlere başvurmaktadır. Savaş, çatışma ya da kriz dönemleri, hükümetlerin propaganda faaliyetlerinin ve kriz iletişiminin en yoğun olduğu dönemler olarak bilinmektedir. Hükümetler, özellikle bu olağan dışı dönemlerde, iletişim teknolojilerinden yararlanarak propaganda için hazırladığı görsel ve işitsel materyalleri hedef kitleyle paylaşmaktadır. Bu materyaller dolaşıma sokulurken esas amaç kendi halkı ve askerinin moralini yükseltmek, güven oluşturmak, milli birlik duygularını harekete geçirmek, düşman askerinin moralini düşürmek, uluslararası aktörleri, iç ve dış kamuoyunu yönlendirmektir.

4. Ukrayna-Rusya Savaşına Genel Bakış

İkinci Dünya Savaşı sonrasında yapılan Birleşmiş Milletler Antlaşması'yla savaşlar, devletlerin "hakkı" olmaktan çıkarılarak, uluslararası ilişkilerde kuvvet kullanımının yasaklanmasına rağmen, başvurulan bir yöntem olarak devam ettirilmektedir. Askeri harcamaların, küresel ekonomide önemli bir orana sahip olması, devletlerin çıkarlarını silah gücüyle koruma altına alacaklarına olan inançlarını ortaya koymaktadır. Rusya'nın Ukrayna'ya yönelik 24 Şubat 2022'de başlattığı askeri harekât da uluslararası ilişkilerde silahlı kuvvet kullanımının olağan örneklerinden biri olmasına rağmen uluslararası toplumun, özellikle Batının büyük tepkisini çeken savaşlardan biridir.

Rusya ile Ukrayna arasında yaşanan savaşa giden süreç ele alındığında, gerilimin uzun tarihi geçmişe dayandığı görülmektedir. 70 yıldan fazla bir süre aynı devletin (SSCB) parçaları olan Ukrayna ve Rusya, bu ortak tarihi geçmişe bağlı olarak ikili ilişkilerini bir noktaya kadar geliştirmiş, ancak 1991'de SSCB'nin dağılmasıyla bağımsız olan iki devlet arasında Ukrayna Rusya'nın etki alanı olarak varlığını sürdürmüştür (Kappeler, 2014). Bağımsızlığını kazandıktan sonra dış politikasında eksen belirlemede zorluklarla karşılaşan Ukrayna, Batı ve Rusya ikileminde kalmıştır. Etnik köken olarak Batısında Ukraynalılar, Doğusunda ise çoğunlukla Rusların yaşadığı Ukrayna'da, bölünmüş bir siyasi yapıya sahiptir.

Ukrayna kökenliler Batı yanlısı, Doğu'da yaşayan Ruslar ise Rusya yanlısı dış politikayı savunmaktadır (Ahmadli ve Taşkiran, 2020). Bir süre, denge politikasını uygulayan Ukrayna, 2004 Turuncu Devrimi ile Batı yanlısı bir yönetime sahip olmuş, ancak 2010'da yapılan seçimlerde Rusya yanlısı Viktor Yanukoviç'in devlet başkanı olarak seçilmesiyle yeniden Rusya ve AB arasında ikilemde kalacağı bir siyasi durumun içine düşmüştür. Rusya yanlısı siyasi görüş ve blokun güçlenmesiyle Kasım 2013'te imzalanması planlanan AB-Ukrayna ortaklık anlaşmasının Rusya lehine bir tavırla imzalanmaması, Ukrayna Krizi'nin başlamasının temel nedeni olarak görülmektedir (Özdal vd., 2014). Ukrayna yönetiminin Avrupa Birliği ile ortaklık anlaşmasını imzalamaması, Batı yanlısı halkın protesto gösterilerine neden olmuştur (Şirin, 2019). Batı yanlısı gösterilerin şiddetlenmesi ve artan can kayıplarının sonucunda, yeni hükümet kurulmuş ve Ukrayna'da Rusçaya bölgesel dil hakkı tanıyan yasanın iptal edilmesi gibi Rusya'yı rahatsız edecek bazı adımlar atılmıştır. Bu durum, Rus nüfusun yoğun olarak yaşadığı Ukrayna'nın doğusunda hükümet aleyhine protestoları tetiklerken, ülkenin siyasi ve ekonomik istikrarına ciddi şekilde zarar veren kaotik bir sürecin de başlanmasına yol açmıştır. Ukrayna'da yaşanan siyasi krizi lehine çevirmeye çalışan Rusya'nın ilk olarak Kırım'a askeri müdahalesiyle iki ülke arasındaki gerginlik doruğa ulaşmıştır (Semercioğlu, 2016). Uluslararası alanda kabul görmeyen referandumla Kırım'ın bağımsızlığını ilan ederek, Rusya'ya bağlanmış olmasından hemen sonra, Ukrayna'nın Donetsk ve Luhansk eyaletlerinde de bağımsızlık hareketi başlatılmış, 7 Nisan 2014'te Donetsk Halk Cumhuriyeti, 28 Nisan 2014'te ise Luhansk Halk Cumhuriyeti kurulmuştur. Rusya tarafından desteklenen bu ayrılıkçı hareketler, yıllardır süren çatışmaları da beraberinde getirmiştir (Cabbarlı, 2016). Krizin çözümüne yönelik gerçekleştirilen diplomatik çabalar sonuç vermemiş, Rusya Devlet Başkanı Putin, 21 Şubat 2022'de Donetsk ve Luhansk'ın bağımsızlığını tanıdığını açıklamıştır (British Broadcasting Corporation [BBC], 2022). Putin, 22 Şubat 2022'de yaptığı ulusa sesleniş konuşmasında, 2015'te imzalanan Minsk Anlaşması'nın artık geçersiz olduğunu öne sürerek, Donbas bölgesine askeri hareketin başlatıldığını duyurmuştur (Sputnik, 2022). Putin, Ukrayna'nın doğusundaki ayrılıkçı sözde yönetimlerin Rusya'dan askeri yardım talebi üzerine başlattıkları operasyonun amacının, Kiev yönetimi tarafından istismara, soykırıma maruz kalan insanları korumak, Ukrayna'yı silahsızlandırmak ve Neo-nazilerden temizlemek olduğu iddiasını öne sürerken, başta ABD ve İngiltere olmak üzere NATO ve Avrupa Birliği üyesi ülkeler ise Rusya'ya yönelik bir dizi ekonomik yaptırım uygulamaya almıştır. Devam eden savaşta, Rusya, Ukrayna'ya silah desteği veren Batılı ülkelere karşı başta nükleer silahlar olmak üzere tüm kartları ortaya koymakta, buna karşılık bu ülkelerin de Ukrayna'ya askeri yardımlara devam ettiği bilinmektedir. Diğer taraftan hem Rusya hem de Ukrayna ile ikili ilişkilerini sürdüren Türkiye, NATO üyesi olup, tarafsız kalma çabasında olan tek ülke olarak dikkat çekmektedir (Çelik, 2022). Türkiye'nin tarafsız kalma çabaları hem Rusya hem de Ukrayna yönetimi ile ilişkilerini devam ettirmiş olması, Türk kamuoyuna yönelik her iki ülke yönetiminin dijital diplomasi faaliyetlerini önemli kılmaktadır.

5. Yöntem

Bu çalışmada, uluslararası ölçekte yakın dönemin en büyük krizlerinden birine neden olan Rusya-Ukrayna Savaşı'nda tarafların diplomasi aracı olarak Twitter'ı nasıl kullandığı ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Rusya Federasyonu'nun, Ukrayna'ya yönelik 24 Şubat 2022'de başlattığı operasyon, ABD ve Avrupa ülkeleri başta olmak üzere NATO'nun sert tepkisine neden olurken, Türkiye, NATO üyesi olmasına rağmen hem Rusya hem de Ukrayna ile ikili ilişkilerini sürdürerek tarafsız ülke konumunda kalmayı tercih etmiştir. Bu durum, savaşan tarafların Türkiye kamuoyunun desteğini almaya yönelik diplomasi faaliyetlerini daha da önemli kılmıştır.

Her iki ülkenin diplomatik kurumlarından Ankara Büyükelçiliklerine ait Youtube kanalı, Facebook, Twitter ve Instagram hesapları üzerinden savaş dönemi paylaşımlar yapılmıştır. Dolayısıyla, Rusya ve Ukrayna'nın, Cull'un kamu diplomasisinin önemli bileşkesi olarak belirttiği uluslararası yayıncılık faaliyetleri söz konusudur. Twitter, diğer sosyal medya hesapları ile kıyaslandığında daha politik bir zemin olduğundan, bu çalışmada, Rusya ve Ukrayna'nın Ankara Büyükelçiliklerinin sosyal medya üzerinden yürüttüğü dijital diplomasi faaliyetleri kapsamında ele alınan resmî Twitter hesabı üzerinden yaptığı paylaşımlarla sınırlandırılmıştır. Söz konusu Twitter sayfalarından, savaşla ilgili gelişmeler Türk kamuoyuna düzenli olarak aktarılmıştır. Bu çalışmanın amacı, Rusya ve Ukrayna'nın Ankara Büyükelçiliklerine ait Twitter hesaplarından, savaşla ilgili gelişmelerin Türk kamuoyuna ne ölçüde ve nasıl aktarıldığını ortaya koymaktır.

Çalışmada, Rusya ve Ukrayna'nın Ankara Büyükelçiliklerinin, savaşın ilk 2 haftalık döneminde, 24 Şubat-9 Mart 2022 tarihlerinde Twitter üzerinden yaptığı paylaşımlar incelenmiştir. Araştırmada, savaşın ilk 2 haftalık döneminin seçilmesinin birtakım nedenleri bulunmaktadır. Seçilen zaman aralığı, Rusya-Ukrayna Savaşı'nın yaşandığı süreçte, her iki tarafın Ankara Büyükelçiliklerine ait Twitter sayfalarından da en fazla paylaşımın yapıldığı dönemdir. Ukrayna Büyükelçiliği Twitter hesabından yapılan paylaşım sayısı, savaşın ilk 2 haftalık döneminde günlük ortalama 40'ın üzerinde olurken, bu sayının sonraki günlerde 30'un altına düştüğü görülmektedir. Rusya'nın Ankara Büyükelçiliğine ait Twitter sayfasından da savaşın ilk iki haftalık döneminde paylaşımların diğer dönemlere göre daha yoğun olduğu belirlenmiştir (Twitonomy, 2023)

İçerik analizi yöntemine başvurulmuş yapılan çalışmada, konularına göre içeriği, mesaj ve format türü, kullanıcı tepkileri, kullanılan dil ve etiketler değerlendirilmiştir. Çalışmada ayrıca, büyükelçilik Twitter hesaplarının etkileşimli iletişim kurma durumları da ele alınırken, paylaşımların retweet edilme, beğeni ve yorum alma sayıları incelenmiştir. Genel etkileşim oranı, retweet, beğeni ve yorum sayısının toplanıp takipçi sayısına bölünmesiyle elde edilmiştir (Kell, 2019). Rusya ve Ukrayna'nın Ankara Büyükelçiliklerinin resmi Twitter hesaplarından yapılan paylaşımlara ise manuel taramayla erişilmiştir.

Çalışmada başvurulan içerik analizi, sosyal bilimler alanında araştırmacılar tarafından sıklıkla başvurulan araştırma yöntemleri arasındadır. Berelson (1952) içerik çözümlemesini, iletişim materyalinin içeriğinin nesnel, sistemli ve nicel olarak betimlemesi olarak açıklamaktadır (Aktaran Krech ve ark., 1983). Krippendorff (2004) da içerik analizi yöntemini verilerden yinelenebilir ve geçerli çıkarsamalar yapmak üzere kullanılan bir araştırma yöntemi olarak ifade etmektedir. İçerik analizi yöntemi teknikleri, derinlemesine inceleme olanağı sunarken, metnin içeriğini açığa çıkarmasına da imkân tanımaktadır (Holsti, 1968).

Araştırma kapsamında, Rusya ve Ankara Büyükelçiliklerinin Twitter hesaplarından paylaşılan içeriklerin kodlanması amacıyla literatürde yer alan çalışmalar taranmış (Özdemir, 2020; Erkmen vd., 2019); bu araştırmanın yapısına uygun kodlama kategorileri de dahil edilerek, çalışmaya özgün bir kodlama cetveli oluşturulmuştur.

Nitel içerik analizi kapsamında kullanılan kodlama cetveli şu kategorilerden oluşmaktadır:

- Tweet türü - özgün ve alıntı tweet
- Kullanıcı tepkileri - retweet, yorum ve beğeni sayısı
- Konularına göre mesajın içeriği - savaş konulu ve savaş dışı
- Ukrayna Büyükelçiliği Twitter Hesabından paylaşılan mesaj içeriklerinin alt kategorileri – Çatışma Bölgelerindeki Gelişmeler, İstatistiksel Veri Paylaşımı (Rusya'nın askeri kayıpları), Savaş Mağduru Siviller (savaşın sivil yerleşim bölgelerinde neden olduğu kayıp ve yıkımlar, insani yardım faaliyetleri), İşgale Direniş (Ukrayna ordusu ve halkının Rusya'ya karşı mücadelesi), Yardım Çağrısı (Rus işgaline karşı uluslararası toplumdaki yardım talepleri), Uluslararası Destek (Yabancı devletlerin Ukrayna ordusuna ve halkına destek faaliyetleri), Rusya'nın İddialarına Yanıt (Ukrayna'nın, Rusya tarafından Ukrayna yönetimine yönelik öne sürdüğü suçlamalara karşı açıklamaları), Savaşa Dair Analizler (Savaşın genel seyrine dair değerlendirmeler, yorumlar, analizler), Diplomatik Girişimler (Uluslararası alandaki diplomatik faaliyetleri, barış müzakereleri), Diğer.

- Rusya Büyükelçiliği Twitter hesabından paylaşılan mesaj içeriklerinin alt kategorileri -

Çatışma Bölgelerindeki Gelişmeler, Sivillerin Kalkan Olarak Kullanıldığı İddiaları (Ukrayna ordusu tarafından yerleşim bölgelerinde sivilleri kalkan olarak kullandığına dair suçlamalar) Ukrayna Yönetimiyle İlgili İddialar (Savaşın gerekçesi olarak Ukrayna yönetimine yöneltilen suçlamalar), Batının Tutumuna Yönelik Tepkiler (ABD ve Avrupa ülkelerinin Ukrayna'ya destek amaçlı uyguladığı politikalara yönelik eleştiriler), Savaşın Seyrine Dair Analiz (Savaşın genel seyrine dair değerlendirmeler, yorumlar, analizler), Ukrayna'nın İddialarına Yanıt (Rusya'nın, Ukrayna tarafından Rus ordusuna yöneltilen suçlamalara karşı açıklamaları), Diplomatik Girişimler (Uluslararası alandaki diplomatik faaliyetleri, barış müzakereleri), Diğer, Savaş Dışı Konular (Diplomatik Temaslar, Diğer).

- Paylaşım türü – metin, fotoğraf/görsel, video, gif, link
- Kullanılan dil – Türkçe, İngilizce, Ukraynaca, Rusça, diğer
- Kullanılan Etiketler

Excel programında, iki araştırmacı tarafından gerçekleştirilen kodlama işleminde tutarlılığı ve kodlama güvenilirliğini elde edebilmek için Merten tarafından geliştirilen formül kullanılmıştır (Akkor, 2005). Aynı veri seti kullanılarak, ön kodlama çalışması yapıldıktan sonra benzerlikler ve farklılıklar tespit edilmiş, uzlaşılan görüş doğrultusunda yeniden revize edilen kodlama sistemine göre analiz gerçekleştirilmiştir. Hesaplanan uyuşma katsayısının yüzde 78 ile güvenilir olduğu belirlenmiştir.

6. Bulgular

6.1. Tweet Türleri ve Etkileşim Düzeyi

Çalışmada elde edilen bulgulara göre, 24 Şubat ile 9 Mart 2022 tarihleri arasında, Ukrayna'nın Ankara Büyükelçiliğinin Twitter hesabından, 364 özgün tweet, 22 retweet, 64 açıklamalı retweet bulunmaktadır. Retweet ve açıklama eklenmiş retweet paylaşımları incelendiğinde, önemli kısmının Ukrayna devlet yetkililerinin Twitter hesaplarından yapılan paylaşımlar olduğu görülmektedir. Açıklama eklenerek yapılan retweetlerde ise Ukraynaca dilindeki tweetlerin Türkçeye aktarılmış hali öne çıkmaktadır. Araştırma sürecinde, günlük ortalama 32 paylaşım yapılan Ukrayna Büyükelçiliği Twitter hesabında toplamda 450 gönderi tespit edilmiştir.

Tablo 1. Ukrayna'nın Ankara Büyükelçiliği 24 Şubat-9 Mart 2022 Tarihli Twitter Paylaşımları

| Tarih | Özgün Tweet | Retweetleme | Açıklamalı |
|---------------|-------------|-------------|------------|
| 24.02.2022 | 21 | 4 | 30 |
| 25.02.2022 | 26 | 2 | 7 |
| 26.03.2022 | 42 | 4 | 9 |
| 27.03.2022 | 31 | 1 | 2 |
| 28.03.2022 | 23 | 0 | 4 |
| 01.03.2022 | 29 | 1 | 2 |
| 02.03.2022 | 15 | 2 | 1 |
| 03.03.2022 | 19 | 3 | 2 |
| 04.03.2022 | 16 | 2 | 2 |
| 05.03.2022 | 24 | 0 | 0 |
| 06.03.2022 | 28 | 1 | 0 |
| 07.03.2022 | 35 | 1 | 1 |
| 08.03.2022 | 30 | 1 | 0 |
| 09.03.2022 | 25 | 0 | 4 |
| Toplam | 364 | 22 | 64 |

Aynı dönemde, Rusya'nın Ankara Büyükelçiliği Twitter hesabından ise 95 özgün tweet, 24 retweet, 5 açıklamalı retweet olarak paylaşım yapıldığı saptanmıştır. Paylaşım sayılarına göre, Rusya Ankara Büyükelçiliğinin, Ukrayna Büyükelçiliği

kadar Twitter hesabını aktif kullanmadığı, gönderi sayısının 4 kat daha az olduğu belirlenmiştir. Günlük ortalama 9 paylaşımın yapıldığı Rusya Büyükelçiliği hesabında, retweet ve açıklamalı retweet paylaşımlar önemli bir yer tutarken, bu tür paylaşımların kaynağının ise Ukrayna Büyükelçiliği hesabına benzer şekilde bağlı bulunduğu devlet yetkililerine ait resmi hesaplar olduğu belirlenmiştir.

Tablo 2. Rusya'nın Ankara Büyükelçiliği 24 Şubat-9 Mart 2022 Tarihli Twitter Paylaşımları

| Politika | Özgün Tweet | Retweetleme | Açıklamalı |
|------------|-------------|-------------|------------|
| 24.02.2022 | 11 | 2 | 0 |
| 25.02.2022 | 6 | 2 | 0 |
| 26.03.2022 | 6 | 2 | 1 |
| 27.03.2022 | 9 | 1 | 0 |
| 28.03.2022 | 5 | 1 | 1 |
| 01.03.2022 | 8 | 1 | 1 |
| 02.03.2022 | 8 | 0 | 0 |
| 03.03.2022 | 9 | 0 | 0 |
| 04.03.2022 | 9 | 4 | 0 |
| 05.03.2022 | 3 | 4 | 1 |
| 06.03.2022 | 8 | 1 | 0 |
| 07.03.2022 | 8 | 0 | 0 |
| 08.03.2022 | 4 | 4 | 0 |
| 09.03.2022 | 1 | 4 | 1 |
| | 95 | 26 | 5 |

Araştırmada ele alınan ve incelenen diğer bir husus, yapılan paylaşımların etkileşim boyutudur. Bir hesaptan sunulan içerik sayısı söz konusu hesabın ne ölçüde etkin olduğu ve hedef kitleye erişim noktasında ne kadar işlevsel özellik arz ettiği hususunda bazı ipuçları ortaya koysa da bu tek başına anlamlı değildir. Twitter'da bir hesabının sosyal medya ağı içerisinde ne oranda bir dalgalanma oluşturduğunu belirleyebilmek için gönderilerin etkileşim boyutuna bakmak gerekmektedir. Bu bakımdan, araştırma kapsamındaki tarih aralığında büyükelçiliklere ait Twitter hesaplarındaki paylaşımların her birine yapılan yorum, retweet ve beğeni sayıları ele alınmıştır. Gönderilen içeriğin hedef kitle tarafından ne ölçüde ilgi gördüğünü ortaya koyan etkileşim oranının belirlenebilmesi için, tweetlerin, retweet ve beğeni sayılarının toplam takipçi sayılarına oranlarının hesaplanmasıyla belirlenebilmektedir. (Kürkçü Dumanlı, 2017).

Tweetlerin etkileşim oranlarını belirlemek için aşağıdaki formül kullanılarak hesaplanmıştır (Sterne, 2010):

$$\text{Tweet Etkileşim Oranı} = \frac{\text{Tweetin beğenilme ve retweet miktarı toplamı}}{\text{Tweeti paylaşan hesabın toplam takipçi sayısı}} \times 100$$

Erişimin sık sık dalgalanması ya da dalgalanabileceği gibi bir durum söz konusu olduğunda daha doğru sonuçlara ulaşmak için kullanılan söz konusu yöntemde,

takipçi sayısı arttıkça katılım oranında düşüş olabileceği gibi ve bu durumun tersi de ortaya çıkabilir. Bu nedenle, etkileşim oranını takipçi analizleriyle birlikte incelemek daha avantajlı sonuçlar sunabilmektedir (Sterne, 2010). Bu bağlamda, incelenen Ukrayna ve Rusya Büyükelçiliklerine ait Twitter hesaplarının araştırma tarihi aralığında, yeni takipçi, toplam takipçi, gönderilerin retweet ve beğeni sayıları tespit edilmiştir.

Tablo 3. Ukrayna Büyükelçiliği Twitter Hesabı Takipçi Sayısı ve Etkileşim Oranı

| Tarih | Yeni Takipçi | Toplam Takipçi | Retweet | Beğeni | Yorum | Etkileşim Oranı (%) |
|------------|---------------|----------------|--------------|---------------|--------------|---------------------|
| 24.02.2022 | 8507 | 24593 | 6771 | 48109 | 1717 | 223,15 |
| 25.02.2022 | 6456 | 31049 | 4252 | 42254 | 749 | 149,78 |
| 26.03.2022 | 29453 | 60502 | 29404 | 308632 | 4388 | 558,71 |
| 27.03.2022 | 33757 | 94259 | 12687 | 110146 | 3410 | 130,31 |
| 28.03.2022 | 14909 | 109168 | 3070 | 33329 | 1279 | 33,34 |
| 01.03.2022 | 26404 | 135572 | 2923 | 26781 | 1677 | 21,91 |
| 02.03.2022 | 2251 | 137823 | 1997 | 14883 | 796 | 12,24 |
| 03.03.2022 | 1029 | 138852 | 1549 | 15426 | 607 | 12,22 |
| 04.03.2022 | 662 | 139514 | 1851 | 15933 | 511 | 12,74 |
| 05.03.2022 | 383 | 139897 | 2038 | 18855 | 791 | 14,93 |
| 06.03.2022 | 161 | 140058 | 3346 | 22067 | 834 | 18,14 |
| 07.03.2022 | 1353 | 141411 | 1733 | 15747 | 349 | 12,36 |
| 08.03.2022 | 169 | 141580 | 3117 | 24336 | 633 | 19,39 |
| 09.03.2022 | 502 | 142082 | 1991 | 11107 | 401 | 9,21 |
| Toplam | 125996 | 142082 | 76729 | 707605 | 18142 | |

Tablo 3'te de görüldüğü üzere, Ukrayna'nın Ankara Büyükelçiliği hesabında, savaşın ilk günlerinde, yeni takipçi ve toplam takipçi sayısı ile birlikte gönderilerin retweet ve beğenilme ve yorum sayılarında artış söz konusudur. Araştırmanın başladığı 24 Şubat 2022 tarihinde 16 bin 86 takipçisi bulunan Ukrayna Büyükelçiliği hesabı, çalışmanın sonlandırıldığı 9 Mart 2022 tarihine kadar toplam 125 bin 996 yeni takipçiye ulaşmış, toplam takipçi sayısı ise 142 bin 82 olarak belirlenmiştir. Gönderilerin etkileşim oranını da etkileyen retweet, beğeni ve yorum sayılarına bakıldığında ise Ukrayna Büyükelçiliği hesabının, toplam takipçi sayısına oranla oldukça yüksek olduğu görülmektedir. Araştırma tarihi aralığında, gönderilerin günlük ortalama retweet edilme sayısı 5 bin 480, beğeni sayısı 50 bin 543, yorum sayısı ise bin 295 olarak saptanmıştır. Toplam takipçi, gönderilerin retweet ve beğeni sayıları, yukarıda yer verilen formüle göre hesaplanarak Tablo 3'te sunulan etkileşim oranları ise çatışmaların başladığı ilk birkaç günde oldukça yüksek çıkarken, araştırma sürecinin sonunda düştüğü görülmektedir.

Rusya'nın Ankara Büyükelçiliği Twitter hesabının etkileşim düzeyine ilişkin bulgulara bakıldığında ise araştırma tarihi aralığında, Ukrayna Büyükelçiliği hesabına göre hem yeni takipçi sayısı hem de gönderilerin retweet, beğeni ve yorum sayılarının oldukça düşük olduğu görülmektedir. Tablo 4'te de görüldüğü

üzere, araştırmanın başladığı 24 Şubat 2022 tarihinde 40 bin 563 takipçisi bulunan Rusya Büyükelçiliği hesabının, 2 haftalık süreci kapsayan çalışmanın sonunda 6 bin 440 yeni takipçiye ulaşmıştır. Gönderilerin günlük ortalama retweet edilme sayısı 401, beğenilme sayısı bin 161, yorum sayısı ise 281 olarak belirlenmiştir. Tablo 4'te de sunulan etkileşim oranları ise araştırma tarihi aralığında kısmen artan takipçi sayısına rağmen düştüğü, 2 haftalık ortalama etkileşim oranınının 3,50 olduğu saptanmıştır.

Tablo 4. Rusya Büyükelçiliği Twitter Hesabı Takipçi Sayısı ve Etkileşim Oranı

| Tarih | Yeni | Toplam | Retweet | Beğeni | Yorum | Etkileşim |
|---------------|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|-----------|
| 24.02.2022 | 901 | 41464 | 431 | 1359 | 405 | 4,31 |
| 25.02.2022 | 213 | 41677 | 287 | 712 | 315 | 2,40 |
| 26.03.2022 | 216 | 41893 | 426 | 910 | 422 | 3,19 |
| 27.03.2022 | 334 | 42227 | 734 | 1526 | 552 | 5,35 |
| 28.03.2022 | 1012 | 43239 | 455 | 1147 | 289 | 3,70 |
| 01.03.2022 | 1198 | 44437 | 570 | 1561 | 460 | 4,80 |
| 02.03.2022 | 928 | 45365 | 605 | 1796 | 287 | 5,29 |
| 03.03.2022 | 549 | 45914 | 597 | 1984 | 302 | 5,62 |
| 04.03.2022 | 485 | 46399 | 449 | 1574 | 218 | 4,36 |
| 05.03.2022 | 179 | 46578 | 214 | 641 | 137 | 1,83 |
| 06.03.2022 | 105 | 46683 | 195 | 851 | 87 | 2,24 |
| 07.03.2022 | 72 | 46755 | 462 | 1630 | 97 | 4,41 |
| 08.03.2022 | 200 | 46955 | 51 | 285 | 311 | 0,71 |
| 09.03.2022 | 48 | 47003 | 146 | 281 | 59 | 0,90 |
| Toplam | 6440 | 47003 | 5622 | 16257 | 3941 | |

6.2. İçerik Türleri

İncelenen hesaplara ait paylaşımların içeriğine ilişkin bir değerlendirme yapıldığında (Tablo 5), Ukrayna'nın Ankara Büyükelçiliği Twitter sayfasındaki gönderilerin tamamının Rusya-Ukrayna Savaşı ile ilgili konulardan oluştuğu görülmektedir. Ukrayna Büyükelçiliği hesabının savaş konulu paylaşımları arasında, ilk sırada yüzde 25,25'lik bir oranla çatışma bölgelerindeki gelişmeler yer almaktadır. Rusya ve Ukrayna ordusu arasında yaşanan çatışmalarla ilgili son dakika paylaşımlarının yapıldığı Ukrayna Büyükelçiliği Twitter sayfasında, önemli yer teşkil eden bir diğer içerik türünün ise uluslararası alanda Ukrayna'ya verilen destek mahiyetindeki gelişmelerle ilgili olduğu tespit edilmiştir. Savaşta, Rusya'ya karşı Ukrayna'ya verilen desteklerle ilgili mesajların yer aldığı paylaşımların oranı yüzde 16,66'dır. Ukrayna Büyükelçiliği hesabında öne çıkan savaş konulu diğer içerik türü, yüzde 13,11'lik bir oranla savaş mağduru sivillerle ilgilidir. Bunu sırasıyla, yüzde 10,88'lik oranla Ukrayna'nın Rusya'ya karşı dünyadan talep ettiği yardım çağrısı, yüzde 9,11 oranıyla başta Ukrayna Cumhurbaşkanı olmak üzere devlet yetkililerinin savaşa dair genel değerlendirmeleri, yüzde 5,55 oranıyla Rus işgaline karşı Ukrayna Ordusu ve vatandaşlarının sergilediği direniş, yüzde 4,66 oranında Ukrayna'nın diplomatik alanda savaşla ilgili yürüttüğü faaliyetler, yüzde 3,33 oranıyla Ukrayna'nın Rus ordusuna yönelik verdiği zaiyatları gösteren istatistiksel tablolar, yüzde 2,88 oranıyla Rusya'nın öne sürdüğü iddialara yönelik

Ukrayna tarafının açıklamaları, yüzde 8,22 oranıyla da Rusya'ya karşı Ukrayna'ya destek verenlere yönelik teşekkür mesajı, Türkiye'den satın alınan Bayraktar SİHA, yabancıların Ukrayna'dan tahliyesine yönelik faaliyetler, savaşın dünya basınına yansımaları gibi içeriklerden oluşan diğer kategorisindeki paylaşımlar takip etmektedir.

Tablo 5. Ukrayna Büyükelçiliği Twitter paylaşımlarının konularına göre dağılımı

| Tarih | Savaş Konulu Paylaşımlar | | | | | | | | | |
|---------------|-----------------------------------|----------------|------------------------|------------------------------|----------------|---------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------|-----------|
| | Çatışma Bölgelerindeki Gelişmeler | İşgale Direniş | Savaş Mağduru Siviller | İstatistiksel Veri Paylaşımı | Yardım Çağrısı | Uluslararası Destek | Rusya'nın İddialarına Yanıt | Savaşın Seyrine Dair Analiz | Diplomatik Girişimler | Diğer |
| 24.02.2022 | 15 | 0 | 0 | 0 | 15 | 11 | 0 | 0 | 8 | 7 |
| 25.02.2022 | 10 | 0 | 1 | 0 | 11 | 6 | 3 | 0 | 2 | 2 |
| 26.03.2022 | 11 | 1 | 1 | 0 | 6 | 18 | 6 | 10 | 0 | 0 |
| 27.03.2022 | 10 | 1 | 2 | 0 | 1 | 7 | 2 | 5 | 2 | 4 |
| 28.03.2022 | 9 | 0 | 2 | 1 | 1 | 7 | 0 | 5 | 2 | 0 |
| 01.03.2022 | 6 | 0 | 2 | 3 | 7 | 6 | 1 | 2 | 3 | 3 |
| 02.03.2022 | 3 | 2 | 4 | 1 | 2 | 0 | 0 | 2 | 0 | 4 |
| 03.03.2022 | 5 | 2 | 2 | 1 | 0 | 3 | 1 | 3 | 0 | 7 |
| 04.03.2022 | 5 | 1 | 4 | 1 | 0 | 4 | 0 | 0 | 1 | 4 |
| 05.03.2022 | 5 | 3 | 3 | 1 | 1 | 6 | 0 | 2 | 0 | 3 |
| 06.03.2022 | 13 | 3 | 5 | 2 | 0 | 1 | 0 | 3 | 1 | 1 |
| 07.03.2022 | 8 | 2 | 9 | 2 | 2 | 5 | 0 | 7 | 1 | 1 |
| 08.03.2022 | 9 | 6 | 13 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 09.03.2022 | 6 | 4 | 11 | 2 | 3 | 0 | 0 | 2 | 1 | 0 |
| Toplam | 115 | 25 | 59 | 15 | 49 | 75 | 13 | 41 | 21 | 37 |

Rusya'nın Ankara Büyükelçiliği Twitter hesabından yapılan paylaşımların içerik türlerine ilişkin bulgulara göre ise savaş konulu paylaşımlar gönderilerin yüzde 85,71'ini oluşturmaktadır. Savaş konulu paylaşımlar arasında, yüzde 19 oranıyla Rusya'nın Ukrayna yönetimiyle ilgili Nazilik ve soykırım suçlamalarını yönelttiği mesajlar ilk sırada, yüzde 16,66 oranıyla başta Devlet Başkanı Vladimir Putin olmak üzere Rusya devlet yetkililerinin savaşın seyrine dair analizleri ikinci sırada ve yüzde 12,60 oranıyla diplomatik girişimler de üçüncü sırada yer almaktadır. Bu tür içerikleri, yüzde 11,90 oranıyla Ukrayna tarafından öne sürülen sivillere yönelik saldırı iddialarına Rus makamlarının yanıtlarını içeren mesajlar, yüzde 7,93 oranıyla Rusya tarafının savaşla ilgili Batılı ülkelerin tutumuna yönelik tepkileri, yüzde 7,14 oranıyla çatışma bölgelerindeki gelişmeler ve sivillerin Ukrayna ordusu tarafından kalkan olarak kullanıldığı dair iddialar ile Batılı ülkelerin uyguladığı yaptırımların Rusya ekonomisine etkileri, ABD'nin ve NATO müttefiklerinin Ukrayna topraklarında askeri biyolojik programlar gerçekleştirdiğine dair iddiaları kapsayan diğer kategorisindeki gönderiler takip etmektedir.

Tablo 6. Rusya Büyükelçiliği Twitter paylaşımlarının konularına göre dağılım

| Tarih | Savaş Konulu Paylaşımlar | | | | | | | | Savaş Dışı Konular | |
|------------|---|---|---|--|--------------------------------------|-------------------------------------|--------------------------|----------|------------------------|----------|
| | Çatışma Bölgele- rinden Geliş- meler | Sivillerin Kalkan olarak kullandığı iddiaları | Rusya'nın Ukrayna Yönetimiyle İlgili İddiaları | Batının Tutumuna Yönelik Tepkiler | Savaşın Seyrine Dair Analiz | Ukrayna'nın İddialarına Yanıt | Diplomatik Girişimler | Diğer | Diplomatik Temaslar | Diğer |
| 24.02.2022 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 0 | 0 | 0 | 7 | 2 |
| 25.02.2022 | 1 | 1 | 0 | 3 | 2 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 26.03.2022 | 0 | 0 | 4 | 3 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 |
| 27.03.2022 | 0 | 0 | 3 | 0 | 1 | 5 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 28.03.2022 | 0 | 1 | 2 | 0 | 1 | 2 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 01.03.2022 | 0 | 2 | 3 | 0 | 6 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 02.03.2022 | 1 | 0 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 03.03.2022 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 3 | 0 | 1 | 3 | 0 |
| 04.03.2022 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 0 | 4 | 0 |
| 05.03.2022 | 0 | 2 | 1 | 1 | 3 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 06.03.2022 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 7 | 0 | 0 | 0 |
| 07.03.2022 | 1 | 1 | 5 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 08.03.2022 | 3 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 2 | 0 | 1 |
| 09.03.2022 | 1 | 0 | 2 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| | 9 | 9 | 24 | 10 | 21 | 15 | 16 | 4 | 15 | 3 |

6.3. Savaş Konulu İçeriklerin Paylaşım Biçimlerine Göre Bulgular

Tablo 7’de, Ukrayna’nın Ankara Büyükelçiliği Twitter hesabında, araştırma tarihi aralığında yapılan savaş konulu paylaşımların biçim türlerine göre dağılımı yer almaktadır. Araştırma bulguları, Ukrayna’nın Ankara Büyükelçiliği Twitter hesabında, savaş konulu paylaşımlarda, yeni iletişim teknolojilerinin avantajlardan biri olan multimedya özelliğinden yoğun bir şekilde yararlandığını göstermektedir. 24 Şubat-9 Mart 2022 tarihleri arasında yapılan 450 paylaşımın yüzde 54,22’sinde fotoğraf, video, grafik gibi bir görsel unsur kullanıldığı saptanmıştır. En çok tercih edilen paylaşım tipleri yüzde oranlarına göre, fotoğraf, video, grafik, link ve canlı yayın olarak sıralanmaktadır.

Tablo 7. Ukrayna Büyükelçiliği Twitter Hesabından yapılan paylaşımların Biçim türlerine göre dağılımı

| Tarih | Fotoğraf | Video | Canlı Yayın | Link | Grafik |
|------------|----------|-------|-------------|------|--------|
| 24.02.2022 | 8 | 2 | 3 | 2 | 6 |
| 25.02.2022 | 10 | 2 | 1 | 3 | 1 |
| 26.03.2022 | 15 | 11 | 0 | 2 | 4 |
| 27.03.2022 | 6 | 4 | 0 | 1 | 3 |
| 28.03.2022 | 7 | 2 | 0 | 0 | 2 |
| 01.03.2022 | 5 | 5 | 0 | 3 | 3 |
| 02.03.2022 | 8 | 6 | 0 | 1 | 2 |
| 03.03.2022 | 6 | 4 | 0 | 0 | 3 |
| 04.03.2022 | 7 | 4 | 0 | 3 | 2 |
| 05.03.2022 | 10 | 6 | 0 | 1 | 2 |
| 06.03.2022 | 6 | 5 | 0 | 0 | 3 |

| | | | | | |
|------------|------------|-----------|----------|-----------|-----------|
| 07.03.2022 | 9 | 8 | 0 | 0 | 0 |
| 08.03.2022 | 5 | 12 | 0 | 0 | 1 |
| 09.03.2022 | 13 | 5 | 0 | 1 | 0 |
| | 115 | 76 | 4 | 17 | 32 |

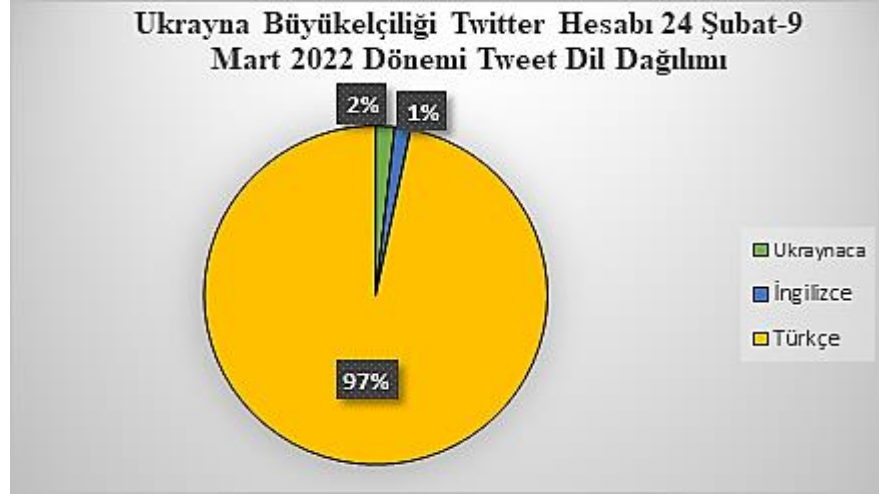
Rusya'nın Ankara Büyükelçiliğine ait Twitter hesabından yapılan paylaşımların biçim türlerine bakıldığında ise söz konusu araştırma tarihi aralığında yapılan 126 paylaşımın 79'unda bir görsel unsur kullanıldığı tespit edilmiştir. Paylaşım biçimlerinin dağılımına göre, fotoğraf ilk sırada yer alırken, bunu sırasıyla vido, link ve grafiklerin izlediği belirlenmiştir. Sosyal medyanın sunduğu canlı yayın imkanından ise hiç yararlanılmadığı görülmektedir.

Tablo 8. Rusya Büyükelçiliği Twitter Hesabından yapılan paylaşımların Biçim türlerine göre dağılımı

| Tarih | Fotoğraf | Video | Canlı Yayın | Link | Grafik |
|------------|-----------|-----------|-------------|-----------|----------|
| 24.02.2022 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 25.02.2022 | 0 | 1 | 0 | 2 | 0 |
| 26.03.2022 | 2 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| 27.03.2022 | 2 | 4 | 0 | 0 | 0 |
| 28.03.2022 | 4 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 01.03.2022 | 3 | 4 | 0 | 7 | 0 |
| 02.03.2022 | 0 | 2 | 0 | 1 | 0 |
| 03.03.2022 | 3 | 2 | 0 | 2 | 0 |
| 04.03.2022 | 6 | 2 | 0 | 2 | 0 |
| 05.03.2022 | 2 | 3 | 0 | 0 | 0 |
| 06.03.2022 | 1 | 0 | 0 | 2 | 0 |
| 07.03.2022 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| 08.03.2022 | 2 | 2 | 0 | 3 | 1 |
| 09.03.2022 | 4 | 2 | 0 | 1 | 0 |
| | 31 | 24 | 0 | 22 | 2 |

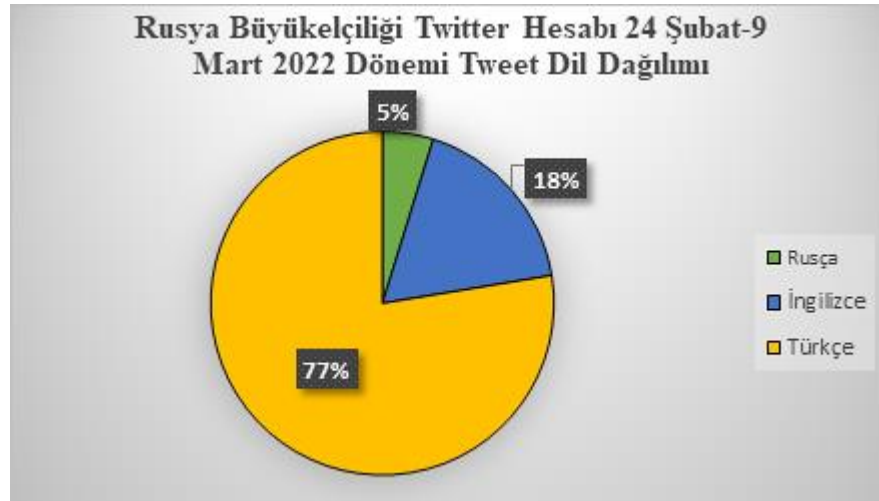
6.4. Paylaşımlarda Kullanılan Dil

Ukrayna Büyükelçiliği'nin Twitter hesabının hedef kitesinin Türkiye kamuoyu olmasına bağlı olarak, kullanılan dil dağılımında Türkçe ön plana çıkmaktadır. Gönderilerin yüzde 97'si Türkçe dilinde hazırlandığı görülürken, yüzde 2'sinin İngilizce ve yüzde 1'inin de Ukraynaca olduğu belirlenmiştir.



Şekil 1. Ukrayna Büyükelçiliği Twitter Hesabında Kullanılan Dil Dağılımı

Rusya'nın Ankara Büyükelçiliği Twitter hesabında da Türkçe, İngilizce ve Rusça paylaşımlar yer almaktadır. Gönderilerin yüzde 77'sini Türkçe, yüzde 18'inin İngilizce ve yüzde 5'inin de Rusça dilinde paylaşıldığı tespit edilmiştir.



Şekil 2. Rusya Büyükelçiliği Twitter Hesabında Kullanılan Dil Dağılımı

6.5. Savaş Konulu İçeriklerde Hashtag Kullanımı

Hashtaglerin, sıklıkla kullanılan ve tweetlerin bir arada, aynı konu etrafında bir bütünsellik içinde sunulmasını sağlayan bir Twitter özelliği olarak, özellikle Ukrayna Büyükelçiliği tarafından yoğun olarak kullanıldığı belirlenmiştir. Tablo 9'da, Ukrayna'nın Ankara Büyükelçiliği Twitter sayfasında, 24 Şubat – 9 Mart 2022 tarih aralığındaki savaş konulu paylaşımlarında kullanılan hashtagler verilmiştir. Ukrayna Büyükelçiliğinin paylaşımlarında kullanılan hastaglere bakıldığında, çoğunlukla slogan tarzında olduğu görülmektedir. En fazla kullanılan hashtagler arasında, StayWithUkraine, #StopRussianAgression, #RussiaInvadedUkraine ve #StandWithUkraine ön plana çıkmaktadır.

Tablo 9. Ukrayna'nın Ankara Büyükelçiliği tarafından 24 Şubat-9 Mart tarihlerinde Kullandığı Tüm Hashtagler#

| |
|-----------------------------|
| #StayWithUkraine |
| #StopRussianAgression |
| #RussiaInvadedUkraine |
| #StandWithUkraine |
| #SONDAKİKA |
| #PutinUkraynadanGit |
| #KatilPutinUkraynadanDefol |
| #NoRussiaInSWIFT |
| #NoRussianFakeNews |
| #StopRussiaNow |
| #StopRussianTerror |
| #StopRussia |
| #FightLikeUkrainan |
| #sondurum |
| #StopPutinNOW |
| #CloseTheSky |
| #UkraynalılarınHayatıÖnemli |
| #YaşasınUkrayna |

Rusya'nın Ankara Büyükelçiliğinin Twitter sayfasındaki savaş konulu paylaşımlarda kullanılan hashtaglere nadiren başvurulduğu belirlenmiştir. Tablo 10'da görüldüğü üzere, araştırma tarihi aralığında yapılan paylaşımlarda #FakeNews, #DebunkingFakes ve #RussiaHelps gibi hashtaglerin yanı sıra, Devlet yetkililerinin isimleri için açılan #Putin, #Medinsky ve #Novak gibi hastagler de ön plana çıkmaktadır.

Tablo 10. Rusya'nın Ankara Büyükelçiliği tarafından 24 Şubat-9 Mart tarihlerinde Kullandığı Tüm Hashtagler#

| |
|-----------------|
| #FakeNews |
| #Putin |
| #DebunkingFakes |
| #RussiaHelps |
| #Medinsky |
| #Novak |

7. Sonuç ve Değerlendirme

İletişim teknolojileri alanında yaşanan gelişmeler, toplumsal yaşamın hemen hemen her alanında dönüşüme neden olmaktadır. Diplomasi de yeni iletişim

teknolojilerinin etkisi altında yeniden yapılanan alanlar arasında yer almaktadır. Geleneksel diplomaside, radyo, televizyon ve gazete gibi kitle iletişim araçlarından yararlanırken, günümüz diplomasi faaliyetlerinde ise yeni iletişim teknolojilerine, sosyal medya araçlarına sıklıkla başvurulmaktadır. İletişimin önünde önemli bir engel teşkil eden zaman ve mekân faktörlerinin büyük ölçüde aşılmasını sağlayan yeni iletişim ortamlarından Twitter gibi sosyal medya platformları, özellikle afet ve salgın gibi olağandışı durumlarda yürütülen dijital diplomasi faaliyetlerinde artık önemli rol oynamaktadır.

Çalışmamızda, Rusya ve Ukrayna arasında 24 Şubat 2022’de başlayan ve araştırmanın yapıldığı süreçte devam etmekte olan savaşın ilk iki haftalık döneminde, sosyal medya platformlarından Twitter üzerinden gerçekleştirilen dijital diplomasi faaliyetleri ele alınmıştır. Rusya ve Ukrayna’nın savaş dönemi dijital diplomasi faaliyetleri, diplomatik kurumlardan Ankara Büyükelçiliklerinin Twitter sayfaları özelinde incelenmiştir. Savaş döneminde, ABD ve Avrupa ülkeleri Ukrayna yanında yer alırken, Türkiye’nin tarafsız kalma çabaları, her iki ülkenin Ankara Büyükelçiliklerinin dijital diplomasi faaliyetlerini önemli kılmaktadır. Ukrayna ve Rusya’nın, devlet olarak tarafsız konumda bulunan Türkiye’de kamuoyuna yönelik, dijital diplomasi faaliyetleri kapsamında nasıl bir iletişim stratejisine başvurduğunun ortaya konulması amacıyla Twitter sayfaları üzerinden yaptıkları paylaşımların içerik analizi gerçekleştirilmiştir.

Yapılan içerik analizi, Ukrayna ve Rusya’nın Ankara Büyükelçiliklerinin, Twitter sayfalarında savaşla ilgili kendi tezleri doğrultusunda yoğun paylaşımlar yaptıklarını ortaya koymaktadır. Araştırma tarihi aralığında, Ukrayna’nın Ankara Büyükelçiliği Twitter hesabından toplam 450 gönderi paylaşılırken, Rusya Büyükelçiliğine ait sayfadan ise yapılan paylaşım sayısının 124 olduğu görülmektedir. Ukrayna Büyükelçiliğinin Twitter hesabını çok daha aktif bir şekilde kullandığı, takipçi sayısı, paylaşımlara dair beğeni, yorum ve retweet edilme sayısının Rusya Büyükelçiliği Twitter hesabına oranla oldukça yüksek olduğu dikkati çekmektedir. Araştırmanın başladığı 24 Şubat 2022 tarihinde 16 bin 86 takipçisi bulunan Ukrayna Büyükelçiliği hesabı, çalışmanın sonlandırıldığı 9 Mart 2022 tarihine kadar toplam 125 bin 996 yeni takipçiye, toplam takipçi sayısının ise 142 bin 82’ye ulaştığı görülmektedir. Gönderilerin etkileşim oranının, retweet, beğeni, yorum ve toplam takipçi sayısı dikkate alındığında, oldukça yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Rusya’nın Ankara Büyükelçiliği Twitter hesabının etkileşim düzeyine ilişkin bulgulara bakıldığında ise araştırma tarihi aralığında, Ukrayna Büyükelçiliği hesabına göre hem yeni takipçi sayısı hem de gönderilerin retweet, beğeni ve yorum sayılarının geride kaldığı görülmektedir. Araştırmanın başladığı 24 Şubat 2022 tarihinde 40 bin 563 takipçisi bulunan Rusya Büyükelçiliği hesabının, 2 haftalık çalışmanın sonunda 6 bin 440 yeni takipçiye ulaşabildiği gözükmektedir.

Paylaşımların konu dağılımına ilişkin bulgular da Ukrayna’nın Ankara Büyükelçiliği Twitter sayfasındaki gönderilerin tamamının Rusya-Ukrayna Savaşı ile ilgili olduğunu, Rusya’nın Ankara Büyükelçiliği sayfasında ise az da olsa savaş

dışı diplomatik faaliyetlere de yer verildiğini ortaya koymaktadır. Ukrayna Büyükelçiliğinin paylaşımları arasında savaşla ilgili cepheden son dakika gelişmeler, yüzde 25,25 oranıyla ilk sırada bulunmaktadır. Çatışma bölgelerinden güncel gelişmelerin düzenli olarak paylaşıldığı Ukrayna Büyükelçiliği Twitter sayfasında, ayrıca diplomatik temaslar, uluslararası topluma yardım çağrıları, müttefik ülkelerin yardımları, savaşta Rusya ordusunun sivillere yönelik saldırıları, bu saldırılara karşı Ukrayna halkı ve ordusunun direnişine dair gönderiler öne çıkan diğer içerik türleri arasında yer almaktadır.

Rusya'nın Ankara Büyükelçiliği Twitter hesabından yapılan paylaşımların içerik türlerine ilişkin verilere göre ise savaş konulu gönderiler, paylaşımların yüzde 85,71'ini oluşturmaktadır. Savaş konulu paylaşımlar arasında, yüzde 19 oranıyla Rusya'nın Ukrayna yönetimiyle ilgili Nazilik ve soykırım suçlamalarını yönelttiği mesajlar ilk sırada bulunmaktadır. Başta Devlet Başkanı Vladimir Putin olmak üzere Rusya devlet yetkililerinin savaşın seyrine dair analizlerinin de yoğun olarak paylaşıldığı Rusya Büyükelçiliği sayfasında, en çok yer verilen diğer içerik türleri arasında diplomatik girişimler, Ukrayna tarafından öne sürülen sivillere yönelik saldırı iddialarına Rus makamlarının yanıtlarını içeren mesajlar, Batılı ülkelerin savaşla ilgili tutumuna yönelik tepkiler, Batılı ülkelerin uyguladığı yaptırımların Rusya ekonomisine etkileriyle ilgili paylaşımlar bulunmaktadır.

Savaş konulu paylaşımların biçim türlerine dair veriler de Ukrayna'nın Ankara Büyükelçiliği Twitter hesabının dijital teknolojilerin sunduğu mültimedya özelliğinden yoğun bir şekilde yararlandığını göstermektedir. Paylaşımların önemli kısmının görselleştirilerek sunulduğu Ukrayna Büyükelçiliği sayfasında, araştırma tarihi aralığındaki 450 gönderinin yüzde 54,22'sinde fotoğraf, video, grafik gibi bir görsel unsura rastlanmaktadır. Görsel öğelerden fotoğraf ve videoların önemli kısmı çatışma bölgelerini, grafikler ise askeri zayıfları yansıtmaktadır. Zinderen'in (2021) bir çalışmasında, görsel öğelerin yazılı metinlere göre daha hızlı algılandığı, metinlerde ilk odaklanılan öğeler arasında fotoğraf ve illüstrasyonların yer aldığına ilişkin saptamaları dikkate alındığında, Ukrayna Büyükelçiliğinin paylaşımlarda en fazla fotoğrafa ağırlık vererek, takipçilerinin ilgi düzeyini artırmaya çalıştığı anlaşılmaktadır.

Rusya'nın Ankara Büyükelçiliğine ait Twitter hesabından yapılan paylaşımların biçim türlerine ilişkin verilere göre ise söz konusu araştırma tarihi aralığında yapılan 126 paylaşımın 79'unda bir görsel unsur bulunmaktadır. Paylaşım biçimlerinin dağılımına göre, fotoğraf ilk sırada yer alırken, bunu sırasıyla video, link ve grafikler izlemektedir. Çatışma bölgelerinden çok az sayıda fotoğraf ve videoların yer aldığı Rusya Büyükelçiliği sayfasında yer alan görsellerin büyük çoğunluğu devlet yetkililerinin resmi toplantılarını yansıtmaktadır.

Ukrayna ve Rusya'nın Ankara Büyükelçiliklerine ait Twitter hesaplarının hedef kitlesinin Türkiye kamuoyu olmasına bağlı olarak, kullanılan dil dağılımında da Türkçe ön plana çıkmaktadır. Ukrayna'nın Twitter sayfasında gönderilerin yüzde 97'si Türkçe dilinde hazırlandığı görülürken, yüzde 2'sinin İngilizce ve yüzde 1'inin de Ukraynaca olduğu belirlenmiştir. Rusya'nın Ankara Büyükelçiliği Twitter

hesabından yapılan paylaşımlarda kullanılan dillerin ise Türkçe, İngilizce ve Rusça olduğu, gönderilerin yüzde 77'sinin Türkçe, yüzde 18'inin İngilizce ve yüzde 5'inin ise Rusça dilinde paylaşıldığı görülmektedir.

Hashtag kullanımıyla ilgili bulgular da Ukrayna Büyükelçiliği Twitter sayfasının, Rusya Büyükelçiliğinin sayfasına oranla oldukça ilerisinde olduğunu ortaya koymaktadır. Ukrayna Büyükelçiliği her paylaşımında verilmek istenen mesaja uygun ve özgün hashtagler kullanılırken, Rusya Büyükelçiliği sayfasında ise hashtag kullanımına nadiren başvurulduğu, Twitter uygulamasının sunduğu bu özellikten yeterince yararlanılmadığı anlaşılmaktadır.

Araştırmada elde edilen bulgular göstermektedir ki, savaşan taraflardan Ukrayna, dijital diplomasi faaliyetleri kapsamında, tüm dünya ülkelerini doğrudan etkileyen Rusya-Ukrayna Savaşı ile ilgili devlet olarak tarafsız konumda kalmaya çalışan Türkiye'de kamuoyunun desteğini almaya yönelik Twitter üzerinden yoğun bir iletişim kampanyası yürütmektedir. Savaşın en başından itibaren Türkiye kamuoyunun desteğini almaya yönelik yeni iletişim ortamlarının sunduğu tüm yeni olanakları kullanarak yoğun paylaşımlar yapan Ukrayna'nın Ankara Büyükelçiliğinin kısa sürede artan takipçi sayısı ve etkileşim oranıyla bu amacına ulaştığı görülmektedir. Ukrayna'nın, uluslararası alanda sağladığı meşruiyetin de sosyal medya üzerinden yürüttüğü dijital diplomasi faaliyetlerinin etkili olmasını sağladığı anlaşılmaktadır.

Rusya tarafının ise araştırma döneminde, dijital diplomasi kanallarını Ukrayna kadar etkin kullanmadığını söyleyebiliriz. Savaşın ilk gününden itibaren, cephedeki gelişmeleri anlık olarak görselleriyle paylaşan Ukrayna'nın aksine, Rusya tarafının çoğunlukla devlet yetkililerinin açıklamalarına yer vermekle yetinmesine bağlı olarak Türkiye'deki sosyal medya kullanıcılarından yeterince ilgi görmediği ortadadır. Rusya'nın Ankara Büyükelçiliğinin savaşın başlamasıyla takipçi sayısı ve etkileşim düzeyini, savaş öncesi döneme kıyasla artırdığı, ancak bu noktada Ukrayna Büyükelçiliğinin gerisinde kaldığı görülmektedir. Twitter paylaşım ve takipçi sayısı ile birlikte etkileşim oranı bakımından, Ukrayna Büyükelçiliğinin, Rusya Büyükelçiliğinden çok daha önde olduğu sonucuna varılmıştır.

KAYNAKÇA

Ahmadli, K., & Taşiran, C. (2020). Ukrayna Krizi Bağlamında Avrupa Birliği Tarafından Rusya'ya Uygulanan Yaptırımlar ve Etkileri. *Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi* 7(14), 125-138.

Akkor Gül, A. (2005). *A Media Agenda Setting Research: The Mardin Kızıltepe Event* [Symposium]. 3rd International Symposium Communication in the Millennium, North Carolina, United States of America.

Anadolu Ajansı. (2022, February 24). *Rusya Devlet Başkanı Putin Donbas'a Özel Askeri Operasyon Kararı Aldı*. <https://www.aa.com.tr/tr/dunya/rusya-devlet-baskani-putin-donbasa-ozel-askeri-operasyon-karari-aldi/2512311> adresinden 10 Mayıs 2022 tarihinde alınmıştır.

Anadolu Ajansı. (2022, April 28). *Twitter, İlk Çeyrekte Kullanıcı Sayısı ve Gelirini Artırdı*. <https://www.aa.com.tr/tr/bilim-teknoloji/twitter-ilk-çeyrekte-kullanici-sayisi-ve-gelirini-artirdi/2575580> adresinden 23 Mayıs 2022 tarihinde alınmıştır.

Anadolu Ajansı. (2020, April 29). *Kovid-19 Sürecinde Dijital Diplomasi*. <https://www.aa.com.tr/tr/analiz/kovid-19-surecinde-dijital-diplomasi/1822867> adresinden 8 Haziran 2022 tarihinde alınmıştır.

Aydemir, E. (2005). Uluslararası Krizlerde Kriz İletişimi ve Uygulaması. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi* 5(10), 204-231.

Bal, A. (2022). Twitter'da Musk Döneminde Değişmesi Beklenen 5 Şey. <https://www.ntv.com.tr/teknoloji/twitterda-musk-doneminde-degismesi-beklenen-5-sey,POX9SOQYv06KtT04ZcJGA> adresinden 3 Mart 2023 tarihinde alınmıştır.

Bjola, C. (2018). Digital Diplomacy 2.0: Trends and Counter-Trends. *Mexican Journal of Foreign Policy* 113, 1-14.

BBC (2022, February 22). *Rusya - Ukrayna: Putin, Ayrılıkçı Luhansk ve Donetsk Bölgelerinin Bağımsızlığını Danıdı*. <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-60452304> adresinden 28 Şubat 2022 tarihinde alınmıştır.

Berridge, G. R., & James, A. (2001). *A Dictionary of Diplomacy*. (3 st ed.). Palgrave.

Cabbarlı, H. (2016). İki üç arasındaki Ukrayna. *Karadeniz Araştırmaları* 13(50), 95-123.

Cull, N. J. (2008). Public Diplomacy: Taxonomies and Histories. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* 616, 31-54.

Cull, N. J. (2009). *Public Diplomacy: Lessons from the Past*. Figueroa Press

Çelik, S. (2022). Rusya'nın Ukrayna'yı İşgali: AB Entegrasyonu İçin Yeni Dönem. *Uluslararası Anadolu Sosyal Bilimler Dergisi* 6(2), 521-533.

Çelik, F. (2022). Panoptik Sonrası Dünyada Küresel Hegemonyanın Sosyal Medya Üzerinden Değerlendirilmesi: Donald Trump Vakasının Betimsel Analizi. *Yeni Medya* 13, 229-246.

Çevik, B. S. (2014). *Uluslararası Halkla İlişkilerde İnsani Yardımlar: Kamu Diplomasisi Boyutu*. Stratejik Düşünce Enstitüsü Yayınları.

Çömlekçi, M. F. (2019). Dijitalleşen Diplomasi ve Sosyal Medya Kullanımı: Büyükelçilik Facebook Hesapları Üzerine Bir Araştırma. *Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 8(1), 1-13.

Erkmen, Ö., Arslan, C., Gümüş, B., & Doğu Öztürk, İ. (2019). Türkiye'de Ekoloji Hareketlerinin Sınırlı Sosyal Medya Kullanımı: Ekoloji Birliği Twitter Ağı Analizi Örneği. *Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences* 56, 31-66.

Fletcher, T. (2011, November 16). Twiplomacy – Riding the Digital Tiger. <https://www.gov.uk/government/news/twiplomacy-riding-the-digital-tiger> adresinden 10 Mayıs 2022 tarihinde alınmıştır.

Gilboa, E. (2000). Mass Communication and Diplomacy: A Theoretical Framework. *Communication Theory* 10(3), 275-309.

Gouveia, F., & Plumridge, H. (2005). European Infopolitik: Developing EU Public Diplomacy Strategy. London: Foreign Policy Centre. <http://www.kamudiplomasi.org/pdf/kitaplar/EUpUBLICDIPLOMACYSTRATEGY>. Pdf adresinden 25.08.2022 tarihinde alınmıştır.

Gregory, B. (2011). American Public Diplomacy: Enduring Characteristics, Elusive Transformation, *The Hague Journal of Diplomacy* 6(3-4), 351-372.

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.

Holsti, O. R. (1968). The Handbook of Social Psychology. G. Lindzey & E. Aronson (Ed.), *Content Analysis* (pp. 596-692). Addison-Wesley Publishing Company.

Kappeler, A. (2014). Ukraine and Russia: Legacies of The Imperial Past and Competing Memories. *Journal of Eurasian Studies* 5(2), 107-115.

- Kell, L. A. (2019). How to Increase Rates of Engagement on Twitter. Retrieved from <https://itp.live/content/3089-does-your-twitter-account-have-goodengagement>
- Kocabıyık, H. (2019). Değişen Diplomasi Anlayışı, Kamu Diplomasisi ve Türkiye. *Avrasya Etüdüleri* 55(1), 163-196.
- Krech, D., Crutchfield, S. & Ballachey, E. (1983). *Cemiyet İçinde Fert.* (Çev.). Mümtaz Turhan. İstanbul: Milli Eğitim Basımevi.
- Krippendorff, K. (2018), *Content Analysis: An Introduction to its Methodology.* California: Sage Publications.
- Kürkçü Dumanlı, D. (2017). Haber Tweetleri Üzerinden Kullanıcı Etkileşiminin Analizi. *Erciyes İletişim Dergisi* 5(1), 221-234.
- Manheim, J. B. (1990). *Strategic Public Diplomacy: The Evolution of Influence.* Oxford: Oxford University Press.
- McClory, J. (2015). The Soft Power 30 A Global Ranking of Power, Report Portland. Retrieved from https://portland-communications.com/pdf/The-Soft-Power_30.pdf
- Özdal, H., Özertem, H. S., Has, K., & Yegin, M. (2014). Ukrayna Siyasi Krizinde Rusya ve Batı'nın Tutumu. *Uluslararası Stratejik Araştırma Kurulu* 28, 1-23.
- 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.
- Nweke, E. N. (2012). Diplomacy in Era of Digital Governance: Theory and Impact. Information and Knowledge Management. *International National Sharing Platform* 2(3), 22-26.
- Sayın, Y., Avcı, S. & Candan, M. (2022). Twitter Diplomasisi Üzerinden Türkiye-İran İlişkilerini Anlamak: Erdoğan ve Ruhani Dönemleri (2013-2021). *Erciyes İletişim Dergisi* 9(1), 269-292.
- Semercioğlu, H. (2016). Ukrayna Krizi Bağlamında AB-Rusya İlişkilerinin Ekonomi Politikası. *LAÜ Sosyal Bilimler Dergisi* 7(2), 188-202.
- Sputnik. (2022, February 24). Ukrayna Krizi. <https://tr.sputniknews.com/20220224/rusya-devlet-baskani-vladimir-putin-donbassa-askeri-operasyon-karari-aldi-1054179910.html>. adresinden 10 Mayıs 2022 tarihinde alınmıştır.
- Sterne, J. (2010). *Social Media Metrics: How to Measure and Optimize Your Marketing Investment.* John Wiley & Sons Publishers.
- Şirin, İ. M. (2019). Öncesi ve Sonrası ile Ukrayna'da Maidan Süreci. (Yüksek Lisans Tezi). Erişim Adresi: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Twitonomy. (2023). @UKRinTR'nin Twitter Profili Analizi. <https://www.twitonomy.com/profile.php?sn=@UKRinTR> adresinden 3 Mayıs 2023 tarihinde alınmıştır.
- Twitonomy. (2023). @RusEmbTurkey'in Twitter Profili Analizi. <https://www.twitonomy.com/profile.php?sn=@RusEmbTurkey> adresinden 3 Mayıs 2023 tarihinde alınmıştır.
- Van Dijk, J. (2018). *Ağ Toplumu.* (Ö. Sakin, Trans.) KAFKA Yayınları.
- Westcott, N. (2008). Digital Diplomacy: The Impact of The Internet on International Relations. *Oxford Internet Institute* 16, 1-20.
- Wichowski, A. (2015). Secrecy is for losers., Corneliu Bjola & Marcus Holmes. (Ed.), *Digital Diplomacy: Theory and Practice* (pp.52-70). Routledge.
- 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.

Zinderen, A. (2021). Veri Gazeteciliğinde Görsel Hikâye Anlatımı: Haberde Görselleştirme ve İnfografik Tasarım Üzerine Bir Göz İzleme Çalışması. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi* 10(3), 1861-1877.

GENİŞLETİLMİŞ ÖZET: Çalışmamızda, Rusya ile Ukrayna arasında 24 Şubat 2022 tarihinde başlayan ve araştırma sürecinde devam eden savaşın ilk iki haftalık döneminde Twitter'da yürütülen dijital diplomasi faaliyetleri ele alınmıştır. Rusya ve Ukrayna'nın savaş dönemi dijital diplomasi faaliyetleri Ankara Büyükelçiliklerinin Twitter sayfaları özelinde incelenmiştir. ABD ve Avrupa ülkeleri, savaş sırasında Ukrayna'nın yanında yer alırken, Türkiye'nin tarafsız kalma çabası, her iki ülkenin Ankara Büyükelçiliklerinin dijital diplomasi faaliyetlerini önemli hale getirmiştir. Savaşta tarafsız bir pozisyonu benimseyen Türkiye'de, Ukrayna ve Rusya'nın dijital diplomatik faaliyetleri kapsamında ne tür iletişim stratejileri uyguladıklarını ortaya çıkarmak için Twitter sayfalarında yaptıkları paylaşımların içerik analizi yapılmıştır. İçerik analizi, savaşla ilgili kendi tezleri doğrultusunda, Ukrayna ve Rusya'nın Ankara Büyükelçilikleri tarafından Twitter'ın yoğun bir şekilde kullanıldığını ortaya koymaktadır. Araştırma döneminde, Ukrayna'nın Ankara Büyükelçiliği'nin Twitter hesabından toplam 450 paylaşım yapılırken, Rusya Büyükelçiliği'nin sayfasından yapılan paylaşım sayısı 124 olmuştur. Ukrayna Büyükelçiliği'nin Twitter hesabını oldukça aktif kullandığı, takipçi sayısı, paylaşımlara dair beğeni, yorum ve retweet edilme sayısının Rusya Büyükelçiliği Twitter sayfasına oranla çok daha yüksek olduğu görülmüştür. Araştırmanın başladığı 24 Şubat 2022 tarihinde 16 bin 86 takipçisi bulunan Ukrayna Büyükelçiliği hesabı, çalışmanın sonlandırıldığı 9 Mart 2022 tarihine kadar toplam 125 bin 996 yeni takipçiye, toplam takipçi sayısının ise 142 bin 82'ye ulaştığı görülmektedir. Gönderilerin etkileşim oranının, retweet, beğeni, yorum ve toplam takipçi sayısı dikkate alındığında, oldukça yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Rusya'nın Ankara Büyükelçiliği Twitter hesabının etkileşim düzeyine ilişkin bulgulara bakıldığında ise araştırma tarihi aralığında, Ukrayna Büyükelçiliği hesabına göre hem yeni takipçi sayısı hem de gönderilerin retweet, beğeni ve yorum sayılarının geride kaldığı görülmektedir. Araştırmanın başladığı 24 Şubat 2022 tarihinde 40 bin 563 takipçisi bulunan Rusya Büyükelçiliği hesabının, 2 haftalık çalışmanın sonunda 6 bin 440 yeni takipçiye ulaşabildiği gözükmemektedir. Paylaşımların konu dağılımına ilişkin bulgular, Ukrayna'nın Ankara Büyükelçiliği'nin Twitter sayfasındaki paylaşımların tamamının Rusya-Ukrayna Savaşı ile ilgili olduğunu ve Rusya Büyükelçiliği sayfasında ise savaş dışı diplomatik faaliyetlere az da olsa yer verildiğini ortaya koymaktadır. Ukrayna Büyükelçiliği'nin gönderilerine bakıldığında, savaşla ilgili cepheden son dakika gelişmelere dair paylaşımların, yüzde 25,25 oranıyla ilk sırada bulunduğu anlaşılmaktadır. Çatışma bölgelerinden güncel gelişmelerin düzenli olarak paylaşıldığı Ukrayna Büyükelçiliği Twitter sayfasında, ayrıca diplomatik temaslar, uluslararası topluma yardım çağrıları, müttefik ülkelerin yardımları, savaşta Rusya ordusunun sivillere yönelik saldırıları, bu saldırılara karşı Ukrayna halkı ve ordusunun direnişine dair gönderiler, öne çıkan diğer içerik türleri arasında bulunmaktadır. Ankara'daki Rusya Büyükelçiliği'nin Twitter hesabından yapılan paylaşımların içerik türlerine ilişkin verilere göre, paylaşımların yüzde 85,71'ini savaş konulu paylaşımlar oluşturuyor. Savaş konulu paylaşımlar arasında yüzde 19'luk oranla Rusya'nın Ukrayna yönetimini Nazizm ve soykırımla suçladığı mesajlar ilk sırada yer alıyor. Başta Devlet Başkanı Vladimir Putin olmak üzere Rusya devlet yetkililerinin savaşın seyrine dair analizlerinin de yoğun olarak paylaşıldığı Rusya Büyükelçiliği sayfasında, en çok yer verilen diğer içerik türleri arasında diplomatik girişimler, Ukrayna tarafından öne sürülen sivillere yönelik saldırı iddialarına Rus makamlarının yanıtlarını içeren mesajlar, Batılı ülkelerin savaşla ilgili tutumuna yönelik tepkiler, Batılı ülkelerin uyguladığı yaptırımların Rusya ekonomisine etkileriyle ilgili paylaşımlar bulunmaktadır. Araştırmanın bulguları, Ukrayna'nın dijital diplomasi faaliyetleri kapsamında Türk kamuoyunun desteğini almak için Twitter'da yoğun bir iletişim kampanyası yürüttüğünü gösteriyor. Savaşın başlangıcından itibaren Ukrayna'nın Ankara Büyükelçiliği'nin yeni medya platformlarının sunduğu tüm imkanları kullanarak, savaşla ilgili haberleri yoğun bir şekilde paylaşarak Türk kamuoyunun desteğini kazandığı görülmektedir. Ukrayna tarafı, Twitter hesabının kısa sürede artan takipçi sayısı ve etkileşim oranı ile bu hedefine ulaşmıştır. Rusya'nın Ankara Büyükelçiliği'nin savaşın başlamasıyla takipçi sayısı ve etkileşim düzeyini, savaş öncesi döneme kıyasla artırdığı,

ancak bu noktada Ukrayna Büyükelçiliğinin gerisinde kaldığı görülmektedir. Twitter paylaşım ve takipçi sayısı ile birlikte etkileşim oranı bakımından, Ukrayna Büyükelçiliğinin, Rusya Büyükelçiliğinden çok daha önde olduğu sonucuna varılmıştır.

EXTENDED ABSTRACT: In our study, the digital diplomacy activities carried out on Twitter during the first two-week period of the war between Russia and Ukraine, which started on February 24, 2022 and continued in the process of the research, were discussed. The wartime digital diplomacy activities of Russia and Ukraine were examined specifically on the Twitter pages of their Embassies in Ankara. While the US and European countries sided with Ukraine during the war, Turkey's efforts to remain neutral made the digital diplomacy activities of the Embassies of both countries in Ankara important. In order to reveal what kind of communication strategies Ukraine and Russia have applied to the public within the scope of digital diplomatic activities in Turkey, which adopted a neutral position in the war, a content analysis of their posts on their Twitter pages has been carried out. The content analysis reveals that the Twitter is being used intensively by the Ankara Embassies of Ukraine and Russia in line with their own thesis about the war. During the research period, a total of 450 posts were shared from the Twitter account of the Embassy of Ukraine in Ankara, while the number of posts made from the page of the Russian Embassy was 124. It is noteworthy that the Ukrainian Embassy uses its Twitter account more actively, the number of followers, the number of likes, comments and retweets on the posts are much higher than the Russian Embassy's Twitter account. It is seen that the Ukrainian Embassy account, which had 16.086 followers on February 23, 2022 before the war, reached a total of 125.996 new followers until the end of the work on March 9, 2022, and the total number of followers reached 142.082. It is understood that the interaction rate of the posts is quite high when the number of retweets, likes, comments and total followers are taken into account. When we look at the findings on the level of interaction of the Twitter account of the Russian Embassy in Ankara, it is seen that both the number of new followers and the number of retweets, likes and comments of the posts fell behind the Ukrainian Embassy account within the research date range. It seems that the Russian Embassy account, which had 40.563 followers on February 23, 2022, was able to reach 6.440 new followers after 2 weeks of work. Findings regarding the distribution of the topics of the posts reveal that all of the posts on the Twitter page of the Ukrainian Embassy in Ankara are related to the Russia-Ukraine War, and the Russian Embassy page in Ankara also includes non-war diplomatic activities, albeit a little. Among the shares of the Ukrainian Embassy, breaking developments related to the war are in the first place with a rate of 25.25 percent. On the Twitter page of the Embassy of Ukraine, where the latest developments from the conflict lines are regularly shared, diplomatic contacts, calls for help to the international community, aid from allied countries, the attacks of the Russian army on civilians in the war, and posts about the resistance of the Ukrainian people and army against these attacks are among the other prominent content types. According to the data on the content types of the posts made on the Twitter account of the Russian Embassy in Ankara, posts on war constitute 85.71 percent of the posts. Among the posts on war, the messages in which Russia accused of Nazism and genocide regarding the Ukrainian administration with a rate of 19 percent, are in the first place. On the Russian Embassy page, where the analyzes of Russian state officials, especially President Vladimir Putin, on the course of the war are shared extensively, other types of content most frequently included are diplomatic initiatives, messages containing the responses of the Russian authorities to the allegations of attacks against civilians by Ukraine, reactions to the attitude of Western countries regarding the war and the effects of the sanctions imposed by Western countries on the Russian economy. The findings of the research show that within the scope of its digital diplomatic activities, Ukraine carries out an intensive communication campaign on Twitter to get the support of the Turkish public. From the beginning of the war, it is seen that the Embassy of Ukraine in Ankara, has been sharing the coverages about the war intensively by using all the opportunities offered by the new media platforms to gain the support of the Turkish public and, has achieved this goal with the increasing number of followers and interaction rate of its Twitter account in a short time. It is seen that the Russian Embassy in Ankara increased the number of followers and

interaction level with the start of the war compared to the pre-war period, but at this point it lagged behind the Ukrainian Embassy. It has been concluded that the Ukrainian Embassy is far ahead of the Russian Embassy in terms of Twitter share and number of followers, as well as interaction rate.