

DİJİTAL DİPLOMASİ FAALİYETİ OLARAK TÜRK BÜYÜKELÇİLERİN TWİTTER KULLANIMI: AVRUPA BİRLİĞİ ÜLKELERİNDE GÖREV YAPAN TÜRK BÜYÜKELÇİLER ÖRNEĞİ

THE USE OF TWITTER BY TURKISH AMBASSADORS AS A DIGITAL
DIPLOMACY ACTIVITY: THE EXAMPLE OF TURKISH AMBASSADORS
SERVING IN EUROPEAN UNION COUNTRIES

Emin SALİHİ 

Öz

Devletler kamu diplomasisi alanında faaliyetlerini çeşitlendirmektedir. Dijital diplomasi bunlardan biridir. İletişim teknolojilerindeki gelişmeler sonrası dijital diplomasi faaliyetleri çerçevesinde çeşitli araçlar kullanılmaktadır. Büyükelçilerin sosyal medya kullanımı bunlardan biridir. Sosyal medya, aracısız bir şekilde yabancı devletlerin vatandaşlarına ulaşma noktasında önemli avantajlar sağlamaktadır. Kamu diplomasisi faaliyetleri çerçevesinde büyükelçilerin sosyal medyayı etkin kullanması görev tanımlarına dâhil olmaktadır. Çalışmanın amacı Türk büyükelçilerin yeni gelişmelere ne kadar uyum sağladığı sorusuna cevap aramaktır. Çalışmanın örneklemini Avrupa Birliği'nde (AB) görev yapan büyükelçilerden olmaktadır. 11 büyükelçinin Twitter hesabı olduğu tespit edilmiştir. Belirli bir zaman dilimi belirlenerek (15-28 Ekim 2020), örneklem içinde yer alan büyükelçilerin Twitter hesapları incelenmiştir. Büyükelçilerin hesaplarında yapılan paylaşımlar tasnif edilmiş, tablolar halinde sayısal verilere dönüştürülmüş ve paylaşımların içerik analizi yapılmıştır. Çalışmada, Türk büyükelçilerin kamu diplomasisi faaliyeti çerçevesinde Twitter hesaplarını etkin kullanmadıkları sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kamu Diplomasisi, Dijital Diplomasi, Büyükelçi, Sosyal Medya, Twiplomasi.

Abstract

States diversify their activities in the field of public diplomacy. Digital diplomacy is one of them. After the developments in communication technologies, various tools are used within the framework of digital diplomacy

* Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Bölümü, eminsalihi@gmail.com, ORCID: 0000-0003-0074-0407

activities. The use of social media by ambassadors is one of them. Social media provides significant advantages in reaching citizens of foreign states without intermediaries. The effective use of social media by ambassadors within the framework of public diplomacy activities is included in their job descriptions. The aim of the study is to seek an answer to the question of how well Turkish ambassadors adapt to new developments. The sample of the study consists of the ambassadors serving in the European Union (EU). It has been determined that there are 11 accounts among the ambassadors. The Twitter accounts of the ambassadors in the sample were examined by determining a specific time period (15-28 October 2020). The shares made in the accounts of the ambassadors were classified, converted into numerical data in tables, and content analysis of the shares was made. In the study, it was concluded that Turkish ambassadors did not use their Twitter accounts effectively within the framework of public diplomacy activities.

Keywords: Public Diplomacy, Digital Diplomacy, Ambassador, Social Media, Twiplomacy.

1. Giriş

Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanı Mevlüt Çavuşoğlu 10 Kasım 2020 Tarihinde 12. Büyükelçiler Toplantısı'nı gerçekleştirmiştir. Bakan Çavuşoğlu, konuşmasının ilk etabında bakanlığın diplomatik açısından ve gerçekleştirilen faaliyetlerden söz etmiştir. Buna göre Türkiye'nin 152 büyükelçilikle diplomatik ağı en yoğun olan beş ülkeden biri olduğu ifade edilmiştir. Bununla birlikte Çavuşoğlu, kurumlarının dijital ortamda diplomasiye uyum sağladığını dile getirmiştir. Bakan dijitalleşmeyi; kurumsal sosyal medya hesapları, konsolosluk hizmetlerinin dijital ortama taşınması ve dijital ortamda gerçekleştirilen toplantılar ile tarif etmiştir (Çavuşoğlu, 2020). Ancak büyükelçiler toplantısında, büyükelçilerin dijital alanı kullanmalarına dair bir öneri ya da yönlendirilme yapılmamıştır.

Bu alanda yapılan akademik çalışmalarda da devlet kurumlarının sosyal medya kullanımına dair konuların işlendiği görülmektedir. Aslı Yağmurlu, Türkiye ve AB'ye üye devletlerin dışişleri bakanlıklarının internet kullanımlarını ele alan bir çalışma gerçekleştirmiştir (Yağmurlu, 2019). Tüm sosyal medya araçlarının devletler tarafından nasıl kullanıldığını çalışmada gözlemlemiş ve içerik analizi yapmıştır. Mehmet Fatih Çömlekçi ise Birleşik Krallık ve Finlandiya'nın Ankara Büyükelçiliklerinin Facebook kullanımı üzerine bir araştırma yapmıştır (Çömlekçi, 2019). Çömlekçi her iki devletin stratejik dış politika hedefleri doğrultusunda sosyal medyayı etkin kullandığı sonucuna varmıştır. Türkiye, Barış Pınarı Harekâtı sürecinde dijital diplomasiyi kullanmıştır. Bu konuyla alakalı iki çalışma dikkatleri çekmektedir. Yenal Göksun, Harekât sürecinde Türkiye'de kurum ve karar alıcıların Twitter'ı nasıl kullandıklarını yapılan paylaşımların söylem ve içerik analizi ile ortaya koymaktadır (Göksun, 2019). Murat Özdemir ise Türkiye Washington Büyükelçiliği'nin Barış Pınarı Harekâtı sürecinde Twitter kullanımını incelemiştir (Özdemir, 2020). Çalışmada büyükelçilik Twitter hesabının yeterince etkileşim almadığı için başarısız olduğu sonucuna varılmıştır. Ali Şevket Ovalı ise Türkiye ve Amerika Birleşik Devletleri (ABD) karar alıcılarının ikili ilişkide Twitter'ı nasıl kullandıklarını ve ikili ilişkilere etkilerini ele almıştır (Ovalı, 2020). Son olarak Nur Uysal ve Jared Schroeder, Türkiye hükümetinin Twitter hesabını kullanma stratejilerini incelemiş ve söz konusu stratejilerin başarılı bir kamu diplomasisi faaliyeti olup olmadığını değerlendirmiştir (Uysal & Schroeder, 2019).

Muhakkak burada değinilmeyen başka değerli çalışmalar da mevcuttur; ancak konuyla ilgili literatür incelemesinde ekseriyetle kurumların ve karar alıcıların sosyal medya kullanımı üzerine çalışıldığı görülmektedir.

Geniş toplum kitlelerine ulaşma konusunda Twitter'ın gücü ve büyükelçilerin bu alanda daha çok faaliyet göstermeleri gerektiği düşüncesine İngilizce literatürde rastlanmaktadır. Dijital diplomasi ile ilgili en çok atıf alan çalışmalardan biri olan *Digital Diplomacy: Between Promises and Reality* başlıklı kitap, Corneliu Bijola ve Marcus Holmes editörlüğünde yazılmıştır (Bjola & Holmes, 2015). On bölümden oluşan çalışmada kamu diplomasisi adına büyükelçilerin dijital diplomasi alanında daha etkin olmaları gerektiği fikri ön plana çıkmıştır. Dijital diplomasiyi kamu diplomasisi bağlamında ele alan Ilan Manor de çalışmada benzer bir sonuca varmıştır (Manor, 2017). Washington ve Londra'da bulunan büyükelçiliklere dair yaptığı dijital diplomasi araştırmaları büyükelçilerin bu alanda yapabileceklerini ortaya koymaktadır. Arturo Sarukhan, Washington'da görev yapan ve Twitter'ı büyükelçi sıfatıyla kullanan ilk kişidir. Andreas Sandre çalışmada Sarukhan ile yaptığı mülakatı yazmıştır (Sandre, 2015). Sarukhan'ın bir büyükelçi olarak sosyal medyada yer alma sürecinin anlatıldığı çalışma, bu alanı çalışmak isteyenler için önemli veriler sunmaktadır. *Twitter for Diplomats* Andreas Sandre'nin bu alana kattığı bir diğer önemli eserdir (Sandre, 2013). Çalışmada büyükelçilerin sosyal medya platformları arasından neden Twitter'ı tercih etmeleri gerektiği konusunda veriler sunulmaktadır.

Literatürde Türk büyükelçilerin sosyal medya kullanımı ile ilgili bir çalışma bulunmamaktadır. Emekli Büyükelçi Namık Tan ve Bağdat Büyükelçisi Fatih Yıldız Twitter faaliyetleri ve takipçi sayılarıyla dikkat çekmiştir. Ancak literatür incelemesinde Türk büyükelçilerin Twitter Kullanımına dair kapsamlı bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu çalışmada Türk büyükelçilerin Twitter kullanımı analiz edilmeye çaba gösterilmiştir. Türk büyükelçilerin dijital diplomasideki gelişmelere uyumu ve başarısı ölçülmeye ve açıklanmaya çalışılmıştır. Burada başarı kıstasını da tespit etmekte fayda vardır. Diplomatların yabancı ülke vatandaşlarıyla etkileşim içinde olmaları başarılı bir kamu diplomasi çalışması için ilk aşama olarak kabul edilmektedir. Belirlenen örneklem çerçevesinde büyükelçi hesaplarının içerik analizi yapılarak bu konuda bir sonuca varılmaya çalışılmıştır.

Çalışma üç alt başlıktan oluşmaktadır. Öncelikle kamu diplomasisinin ve dijital araçların devletler tarafından gittikçe önemsendiği fikri işlenmiştir. Aynı bölümde Twitter'ın diğer sosyal medya platformlarından farkı ortaya konulmuş ve büyükelçilerin bu platformda neden yer almaları gerektiği açıklanmaya çalışılmıştır. Diplomatik mesajların Twitter'da daha çok yer aldığı öyle ki Twiplomasi kavramının ortaya çıktığı anlatılmaya çalışılmıştır. Çalışmanın bir diğer alt başlığında büyükelçilerin Twitter'ı neden ve nasıl kullandıkları konusu işlenmiştir. Büyükelçilerin görev tanımları, kamu diplomasisi bağlamında Twitter'ın sundukları ve gelişmiş ülkelerin bu alandaki çalışmaları bu bölümde ele alınmıştır. Son bölümde ise Türk büyükelçilerin Twitter kullanımı incelenmiştir. AB üyesi ülkelerde görev yapan büyükelçilerin isimleri belirlenmiştir. Ardından büyükelçiler Twitter'da araştırılmıştır. Buna göre 11 büyükelçinin hesabı tespit edilmiştir. Hesabı tespit edilen büyükelçilerin

15-28 Ekim 2020 Tarihlerindeki Twitter kullanımına dair veriler toplanmış, ölçülmüş ve elde edilen bulgulara son bölümde yer verilmiştir.

2. Dijital Diploması

Şartların ve teknolojik imkânların değişimi ile birlikte diplomaside yeni yöntemler ve araçlar kullanılmaya başlamıştır. Klasik diploması kavramı, devletlerin kendi dışışleri bürokrasisi ile muhatap devletlerin bürokrasisi arasındaki görüşmeleri anlaşılır kılar. Ancak Devletler daha sonra yabancı devlet vatandaşlarının düşüncelerine etki etmeyi de önemli buldu. Bu anlamda Soğuk Savaş döneminde kamu diploması kavramı da ön plana çıktı. Kamu diplomasisinde devletler kültür, turizm, sanat ve eğitim gibi araçları kullanarak yabancı devlet vatandaşlarının günlünü kazanma ve düşüncelerine etki etmeye çalıştılar (Yücel, 2016, s.748). Soğuk Savaş sonrası dünyada demokratikleşmenin ve kamuoyunun dış politikaya etkisinin artışıyla birlikte devletler, araçlarını çeşitlendirerek kamu diploması çalışmalarına daha da önem verdiler.

Günümüzde internet kullanımının artmasıyla devletler kamu diploması bağlamında dijital alanı kullanmaktadırlar. Dijital diploması, kamu diplomasısının bir formu olarak değerlendirilmektedir. Günümüzde dijital diploması Web 2.0'dan esinlenilerek “diploması 2.0” veya “net diploması” şeklinde adlandırılmaktadır (Manor, 2017). Dijital diploması, internet ve teknolojik iletişim araçlarını kullanarak diplomatik hedeflere ulaşma aracı olarak tanımlanabilir (Sotiriu, 2015, s.35). Kamu diplomasisinde devletlerin düşüncelerini anlatması, argümanlarını desteklemesi, ikna etmeye çalışması, iletişim kurması ve yaptığı olumlu şeyleri daha görünür hale getirmesi önemsenir. İnternet ve dijital araçlar devletlere, yabancı devlet vatandaşlarına sınır tanımadan ulaşmada önemli bir imkân sağlamaktadır.

Dijital alanın topluma hitap etme veya toplumu anlama noktasında önemi süreç içerisinde görülmektedir. Özellikle topluma hitap etme ve mesaj iletme bağlamında seçim yarışlarında sosyal medyanın insanlara ulaşmadaki gücü siyasilerin dikkatini çekmektedir. Örneğin ABD 2008 seçimlerinde Barack Obama seçim kampanyasını geleneksel medya araçlarından çok dijital alana ağırlık vererek yaptı ve olumlu sonuçlar aldı (NTV, 2010). Muhatap olduğunuz toplumu anlamak ve gelişmeleri takip etmek açısından da devletler bu alanda olma zorunluluğunu hissetmektedir. Arap Ayaklanmaları sürecinde sosyal medyanın gücü, toplumsal hareketler bağlamında dikkat çekici bir örnektir. İnternetin, kamu diploması bağlamında sunduğu araçlar tespit edildikçe devletler bu alanda daha çok var olmaya çalışmaktadırlar. Özellikle devletlerin dışışleri bakanlıkları sosyal medya platformlarında daha çok faaliyet göstermeye başladılar (Bjola, 2015, s.7). Devletler, sosyal medya aracılığı ile yabancı ülkelerde yaşayan vatandaşlarına ve yabancı devlet vatandaşlarına doğrudan erişebilme, hitap etme ve iletişim kurma fırsatını etkin bir şekilde kullanmaya çalışıyorlar.

Dijital diploması alanında devletlerin faaliyet yelpazeleri çeşitlilik göstermektedir. Örneğin İsveç 2011 yılından itibaren her hafta devlet Twitter hesabını bir yabancının kullanımına açmaktadır. Yabancı kullanıcı İsveç'teki gözlemlerini hesapta paylaşmaktadır. Bu uygulama İsveç'in sansürsüz ve

demokratik bir devlet olduğu algısını oluşturmaktadır (Hoffmann, 2015, s.279). Yine İsveç Dışişleri Bakanlığı çalışanlarının sosyal medyada daha çok yer alması konusunda diplomatlarını cesaretlendirmektedir. Bakanlık diplomatlarının sosyal medya aracılığı ile toplumla daha çok iletişimde olmalarını ve birlikte işbirliği alanları oluşturmalarını beklemektedir (Pelling, 2015, s.166). Bir başka örnek olarak, ABD Dışişleri Bakanlığı farklı dillerden bloggerları istihdam etmektedir. Bloggerlar interneti ve hitap ettikleri kesimi iyi bildikleri için bilgileri doğru aktarma konusunda uzmandır. ABD'nin özellikle Arapça ve Urduca dillerinde blogger istihdam ettiği görülmektedir (Sotiriu, 2015, s.39). ABD, El-Kaide gibi örgütlerin internet aracılığı ile sempatican topladığını tespit ettikten sonra bu alandaki çalışmalarını artırmıştır (Rashica, 2018, s.78). Başka örnekler verilecek olursa Norveçli büyükelçiler iletişim aracı olan Skype programıyla üniversite öğrencileri ile toplantılar düzenleyip iletişim kurabiliyor, Hindistan Dışişleri Bakanlığı diasporada bulunan vatandaşlarının çocukları için bilgisayar oyunları geliştirebiliyor, Gürcistan Diaspora Bakanlığı çevrimiçi bir şekilde kendi dillerinin eğitimini verebiliyor (Manor, 2017, s.2). İnternet aracılığı ile devletlerin gerçekleştirdiği faaliyetlere dair örnekler artırılabilir. Ancak devletler, devlet kurumları, siyasilere ve bürokratlar mesaj iletme, bilgi verme, düşüncelerini yayma ve kendi dışındakileri dinleme aracı olarak Twitter'ı kullanmaktadır. Dijital ortamda araçlar oldukça fazla iken Twitter'ı kamu diplomasisi bağlamında ayrı tutmak gerekir. Teknolojik iletişim araçları arasında Twitter ve devletlerin Twitter'ı kullanma biçimleri dikkat çekicidir. Öyle ki diplomasi adına bu alandaki faaliyetler sonrası "Twiplomasi" kavramı ortaya çıkacaktır.

2.1. Twiplomasi

Dijital iletişim araçları arasında sosyal medya önemli bir yer tutmaktadır. Twitter, Facebook ve Instagram gibi sosyal medya alanları sınır tanımadan küresel düzeyde iletişim kurmak için oldukça önemlidir. Ancak Twitter diğer sosyal medya mecralarından, mesaj iletme, geri bildirim ve haber alma bağlamında farklılaşmaktadır. Pek çok sosyal medya mecrası arkadaşlık kurma, aile ile iletişim içinde olma ve sosyal yaşamla ilgili faaliyetleri paylaşma ile ilgiliyken Twitter'da insanlar ilgi duydukları kişi ve kurumları takip etmektedir. Twitter da kendini bu şekilde konumlandırmaktadır. Twitter, 2009 yılında açılış sorusunu "ne yapıyorsun?" yerine "neler oluyor?" şeklinde değiştirmiştir (Yağmurlu, 2019, s.1286). Böylece Twitter gündem takip etmek için daha çok kullanılan bir mecraya dönüşmüştür.

Twiplomasi kavramı, Twitter'ın diplomasi aracı olarak kullanılmasıyla ortaya çıkmıştır. Devlet başkanlarının da mesajlarını daha çok Twitter kullanarak iletmeyi tercih ettikleri görülmektedir. Twitter kullanımı üzerine 2018 yılında yapılan çalışmada devlet başkanlarının üçte ikisinin Twitter hesabı olduğu tespit edilmiştir (Uysal & Schroeder, 2019, s.2). Ancak diplomasi alanında Twitter'ın kullanımı çeşitlilik gösterirken bu çalışmada kamu diplomasisi bağlamında değerlendirilecektir. Twitter ile kamu diplomasisinin ilişkisini anlamak için, başarılı bir kamu diplomasisinin ne olduğunu ortaya koymak gerekir. Kamu diplomasisinde yabancı devlette yaşayan insanlarla iletişim kurmak oldukça önemlidir (Yepsen, 2012, s.18). Belki de kamu diplomasisi faaliyetlerinin başarısı

için ilk koşul olarak başarılı bir iletişim gösterilebilir. Twitter alanı, dış politika ile ilgili hem siyasilere hem de diplomatlara mesaj verme ve verdikleri mesaja karşılık olarak yanıtları okuyarak geri bildirim alma şansı tanımaktadır (Sandre, 2013, s.7). Bu anlamda Twitter bir kamu diplomasi faaliyet alanı olarak sadece mesaj verme yeri değil; aynı zamanda mesaj alma ve siyasi eğilimleri görme yeri olarak görülmelidir (Göksun, 2019, s.142). İzlenen politikaların dışarıdan nasıl algılandığını muhataptan kitlenin verilen mesajlara yaptığı geri bildirimlerden anlamak mümkündür. Bu nedenle Twitter alanında tek taraflı mesajlardan çok diyaloglara da önem verilmektedir.

3. Büyükelçilik ve Twiplomasi

Büyükelçiler, bir devleti yabancı bir ülkede temsil eden en üst düzey memurlardır. Büyükelçiler devletler arasındaki ilişkilerin geliştirilmesi ve sürdürülmesi konusunda önemli sorumluluklara sahiptir. Büyükelçiler; buldukları ülkelerde devlet liderleri, siyasiler, kanaat önderleri ve sivil toplum örgütleri ile ilişkilerini güçlendirerek görevlerini idame ettirirler. Bu konu tartışmalı olsa da büyükelçilerin, buldukları ülkeyi iyi bilmelerinden ve gelişen olayları daha yakından takip etmelerinden dolayı siyaset yapımında da ülkelerinin karar alıcılara yardımcı olabilecekleri düşünülür (Sönmezoglu, 2012, s.460); ancak süreç içerisinde büyükelçilerin görev tanımında ve onlardan beklentilerde değişimler yaşanmaktadır. İletişim araçlarının gelişmesiyle devlet liderleri birbirleriyle iletişimi daha rahat ve yoğun yapmaktadır. Devlet liderleri 1940'lerden bu yana telefon görüşmeleriyle doğrudan muhataplarıyla iletişim kurabilmektedir. Örneğin Türk Dışişleri Bakanı 2020 yılında küresel salgın sürecinde Cumhurbaşkanı'nın 205 telefon konferansı ve 11 video konferansı düzenlediğini ifade etmiştir. Bakanın kendisi de 251 telefon konferansı ve 50 video konferans düzenlemiştir (Çavuşoğlu, 2020). Bunun dışında zirve toplantılarında da devletler, devlet başkanları düzeyinde daha yoğun bir şekilde fikir alışverişinde bulunabilmektedir. Dolayısıyla devletler adına karar alıcıların başka devlet karar alıcılarıyla doğrudan görüşme imkânları artmış ve büyükelçilerin görev tanımındaki bu hususun önemi azalmıştır.

Büyükelçilerin görev tanımlarında yer alan sorumluluklarından bazılarının önemi azaldığı gibi bazıları da artmaktadır. Devletler kamu diplomasisine daha çok önem atfederken ve dijital alanda çalışmalar yaparken büyükelçilere de yeni sorumluluklar yüklenmektedir. Büyükelçiler bulunduğu ülkenin siyasileri, dış politika bürokrasisi ve sivil toplum örgütleriyle görüşmeler yaparak siyasi faaliyetlerini sürdürürken kamu diplomasisi faaliyetleri adına toplumla da daha yakın ilişki kurmaları beklenmektedir. Toplumla ilişki kurma adına dijital alanın sunduğu imkânlar büyükelçilerin de dikkatini çekmektedir. Büyükelçiler, 2000'li yılların sonuna doğru Twitter'da daha çok görünür olmuşlardır. Hatta ülkelerinde yasak olmasına rağmen Çinli diplomatlar Twitter'ı aktif kullanmaktadır (NTV, 2020). Çinli diplomatların faaliyetleri bu bölümün sonunda aktarılacaktır.

Büyükelçilerin sosyal medyayı kullanması elzem midir ya da büyükelçiliklerin kurumsal hesapları yeterli değil midir? İsrail'in eski Washington Büyükelçisi Michael Oren, Twitter'da insanların bir makine ile değil de bir insanla diyalog kurmayı tercih ettiklerini gözlemlemiştir. Bu anlamda

büyükelçilik kurumsal sosyal medya hesabı ile büyükelçinin kişisel sosyal medya hesabı farklılaşmaktadır. Büyükelçiliklerin kurumsal hesaplarında tek taraflı bir iletişim bulunmaktadır. Sadece beğeni ve yeniden paylaşım ile etkileşim kurulmaktadır ki bu başarılı bir kamu diplomasisi için yeterli değildir (Manor, Segev & Kampf, 2015, s.338). Kurumsal hesaplarda kiminle diyalog kurulduğu bilinmediğinden o platformda yapılan paylaşımlara yanıt ya da yorum yapılmayabiliyor. Ancak büyükelçinin paylaşımlarına olumlu sözler, tenkitler, sorular veya sadece beğeni sekmesi tıklanarak bir geri dönüş sağlanıyor. Örene göre kendi Twitter hesabında insanlarla doğrudan iletişim kurması ülkesi ile alakalı olarak daha şeffaf ve demokratik olduğu yönünde bir imaj oluşturmuştur (Sotiriou, 2015, s.43). Kamu diplomasisinde iletişim çok önemlidir. Bu anlamda insanla iletişim kurmak daha çekici gelebilmektedir.

Washington'da görev yapan büyükelçilere 2012 yılında yapılan bir araştırmada neden Twitter'ı kullandıkları sorulmuştur. Büyükelçilerin "halka doğrudan ulaşmak" ve "iletişim kurmak" gibi yanıtlar verdikleri görülmüştür (Sandre, 2013, s.38). Büyükelçilerin etkin bir iletişim için Twitter hesaplarının aktif olması önemli bir kıstastır. Sosyal medya hesaplarını aktif kullanan diplomatlar aynı zamanda temsil ettikleri ülkenin kurumsal hesaplarına da katkı sunmaktadırlar. Londra büyükelçileri üzerine yapılan bir araştırmada takipçisi çok olan büyükelçilerin temsil ettikleri kurumun takipçi sayısına olumlu yönde katkı sundukları sonucuna varılmıştır (Manor, 2017, s.295).

Twitter hesabını etkin kullanan, ilgi çekici hale getiren ve takipçi sayısını artıran büyükelçiler hesaplarını kamu diplomasisi alanında sonuç getirecek hale dönüştürmektedir. Büyükelçiler dış politika mesajlarını, takip ettikleri normları ve değerleri, ülkelerinin kültürleri ve güzelliklerini sosyal medya aracılığı ile paylaşmakta ve buldukları ülkedeki insanlara bu yönde mesajlar iletebilmektedir (Manor, 2017, ss.290-291). Çok sık rastlanmasa da büyükelçiler buldukları ülkelerdeki gezilerini, yerel halkla iletişimlerini ve gözlemlerini sosyal medyadan paylaşmaktadır. Bu çalışmada da ele alacağımız Türkiye Bağdat Büyükelçisi Fatih Yıldız'ın twitter hesabında bu tür paylaşımlara rastlanmaktadır (Yıldız, 2020a). Büyükelçilerin buldukları ülkedeki halkın kalbini kazanacak faaliyetlerde bulunmaları temsil ettikleri ülkelere bir kamu diplomasisi faaliyeti olarak yansımaktadır. Kamu diplomasisinde mesaj iletmek kadar dinlemek de önemlidir. Dinleme faaliyeti iki yönlüdür. Bunlardan biri, sosyal medyadan bir ülkenin iç siyasi eğilimleri ve gidişatı okunabilir. Örneğin Arap İsyancı sürecinde sosyal medyayı iyi okuyabilen diplomatlar ancak gidişatı görebilmiştir. Büyükelçiler bu okumayı yapabilecek yetkin kişilerdir. İkincisi ise büyükelçilerin kişisel Twitter hesaplarından yaptıkları paylaşıma gelen yorumlar ile muhatap kitleyi dinlemesidir. Büyükelçiler kendi sosyal medya hesapları aracılığı ile bulunduğu ülkedeki halkla karşılıklı bir diyaloga ve iletişime girebilmektedir. Büyükelçiler muhatap kitleyi dinleyerek ve anlayarak onların düşüncelerini etkileyebilecek mesajları yeniden şekillendirerek iletebilir. Kamu diplomasisinde düşünceye etki etmek önemlidir ve bunu başarabilmek için önce dinlemek gerekir

Sosyal medyayı kullanmak olumlu bir faaliyet görünmesine rağmen diplomatların sosyal medya hesaplarını kullanırken dikkatli olmaları ve riskleri hesaplamaları gerektiğini de belirtmek gerekir. Öncelikle diplomatların sosyal medya hesapları temsil ettikleri devletin politikaları ile uyumlu

olmalıdır. Örneğin bir diplomat, kendi devletinin böyle bir eğilimi olmadığı sürece, bulunduğu ülkede mevcut iktidarı rahatsız edecek paylaşımlarda bulunmamalıdır. Bunun dışında diplomatlar sosyal medya hesaplarında özenli bir dil kullanmalıdır. Yanlış anlaşılacak veya geniş kitleleri rahatsız edecek paylaşımlardan kaçınılmalıdır. Örneğin İsveç Dışişleri Bakanı'nın Davos Zirvesine giderken "Stockholm'den ayrıldım Davos'a gidiyorum. Akşam yemeğini merak ediyorum. Küresel açlık acil bir sorun" şeklindeki paylaşımı büyük bir tepki çekmiştir. Yapılan paylaşım Davos'ta konuşulacak olan küresel yoksulluk meselesi konusunda alaycı bir tavır olarak algılanmıştır (Adesina, 2017, s.11). Diplomatların sıkça düştükleri bir diğer hata yalan haberler üzerine yorumlar yapılmasıdır. Trol ya da yalan haber üzerine yapılacak sosyal medya yorumları diplomatları zor duruma düşürebilmektedir (Ruël, 2018). Ancak bu alanda yapılan çalışmalar araştırmacıların ve deneyimli diplomatların, söz konusu riskleri dikkate alarak diplomatların sosyal medya alanında etkin olmaları gerektiğini savunmaktadır. Diplomatlar mevcut siyasi durumu yorumlama ve düşüncelerini sosyal medya aracılığı ile doğru bir şekilde aktarma konusunda iyi eğitim almış kişilerdir. Twitter'ı ilk kullanan büyükelçilerden biri olarak kayıtlara geçen Arturo Sarukhan da diplomatların yazı konusunda serbest bırakılmalarını savunmaktadır. Aksi takdirde yazılanların bir denetime tabi olmasının hızlı bir şekilde mesaj iletme şansını diplomatların elinden alacağını belirtmektedir (Sandre, 2015, s.71). Kurumlar, sosyal medyada gündem yakalamanın ve hızlı olmanın önemli olduğunu farkına varmalıdır.

Dünya'da büyükelçilerin Twitter'ı nasıl kullandıkları önce Arturo Sarukhan örneği ile anlatılabilir. Sarukhan, Washington'da görev yapan büyükelçiler arasında 2009 yılında Twitter'da paylaşım yapan ilk büyükelçidir. Sarukhan ilk paylaşımında Meksika temsilcisi olarak ABD'de bulunan Meksikalı diasporanın yanı sıra ABD halkı ile doğrudan iletişim kurmanın memnuniyetini ifade etmiştir. Meksikalı Büyükelçi, geleneksel medyanın vermek istediği Meksika imajını değiştirmek için sosyal medya kullanma fikrini geliştirdiğini belirtmiştir. Sarukhan, geleneksel medyada, özellikle narkotik ve örgütlü suç kapsamında, Meksika'nın olumsuz bir imaj çerçevesinde ön plana çıkarıldığı ve bunu Twitter aracılığı ile değiştirmeyi amaçlamıştır (Sandre, 2015, s.70). Dolayısıyla geleneksel medyanın bir alternatifi olarak sosyal medyayı görmek ve doğrudan halkla iletişim kurarak ülke imajına katkı sunmak büyükelçilerin yapabileceği önemli kamu diplomasisi faaliyeti olarak gösterilebilir.

Günümüzde pek çok ülke dijital diplomasi faaliyetleri kapsamında Twitter faaliyetlerini yoğunlaştırmaktadır ancak Çin, diplomasi alanında son dönemde en dikkat çeken ülkelerden biri durumuna gelmiştir. Çin büyükelçilikleri ve diplomatlarının Twitter hesaplarında 2019 yılından sonra ciddi bir artış yaşanmıştır. Çin bu alana önemli yatırımlar yapmakta ve belirli stratejiler izlemektedir. Stratejilerden biri Çin'in iyi yanları ve gelişmiş teknolojileri ile ilgili bilgiler vermekse diğeri de Çin'e cephe alan ülkeler ile ilgili onların olumsuz yanlarını Twitter hesapları ile gündeme getirmektir (Feng, 2019). Özellikle Sincan Uygur Özerk Bölgesinde Çin'in izlediği politikalara karşı yapılan eleştirilere Çinli diplomatların cevap geliştirmeye çalıştıkları görülmektedir. Örneğin ABD eski Ulusal Güvenlik Danışmanı Susan Rice, Sincan'da Çin'in insanlık adına utanç verici faaliyetler yaptığını dile getiren bir Twitter paylaşımı yapmış ve Çinli diplomat Lijian Zhao, ABD'de Afrika kökenli insanların mağduriyetlerini dile getiren bir paylaşım ile söz konusu paylaşıma yanıt vermiştir (Callick,

2020). Çinliler, Batı medyasının Çin'i kötü göstermeye çalıştığını düşünmektedir. Bu nedenle Twitter platformunda Çinli diplomatlar olayların kendi açılarından nasıl görüldüğünü anlatmaya çalışmaktadır. Bu sayede Çin dünyadaki zayıf olan yumuşak gücünü güçlendirme çabasına girer. Özellikle ABD basını ve yetkililerinin Covid-19 virüsünü "Çin virüsü" olarak adlandırmaları ve küresel salgından dolayı Çin'i suçlamalarına karşılık olarak Çinli diplomatlar kendi ülkelerini savunan Twitter paylaşımları yapmaya devam etmektedir. Twitter'da aktif olan ve Çin'in dış politika argümanlarını girişken bir şekilde savunan genç diplomatlar "Kurt Savaşçılar" olarak adlandırılmaktadır (Zhu, 2020). Çin son yıllarda bu alanda dikkat çekici hamleler gerçekleştirdiğinden burada faaliyetleri örneklendirilmiştir. Ancak günümüzde farklı ölçekteki devletler bu alanı önemsemekte ve diplomatlarına sosyal medya eğitimi vererek kendi ülkeleri adına kamu diplomasi faaliyetlerine katkı sunmalarını sağlamaktadır (Adesina, 2017, s.8).

4. Türk Büyükelçilerin Twitter Kullanımı

Çalışmanın bu bölümünde AB ülkelerinde görev yapan Türk büyükelçilerin Twitter kullanımı somut verilerle ortaya konulacaktır. Öncelikle örneklemin nasıl oluşturulduğu ve içerik analizi yapılırken neyin, neden ve nasıl incelendiği anlatılacaktır. Ardından belirtilen yöntem çerçevesinde büyükelçilerin Twitter hesaplarının içeriğinin analizi yapılacaktır. Bu bölümün üçüncü alt başlığında büyükelçiler adına, kamu diplomasisi faaliyetleri bağlamında, Twitter kullanımında daha iyisini yapmak mümkün mü sorusundan hareketle bu alanda ön plana çıkan Bağdat Büyükelçisi Fatih Yıldız'ın Twitter kullanımı analiz edilecektir. Fatih Yıldız, aktif görevde bulunan büyükelçiler arasında en çok Twitter takipçisi olan Türk büyükelçisidir. İçerik analize ve karşılaştırmanın ardından son olarak araştırmada elde edilen bulgular değerlendirilecektir.

4.1. Çalışmanın Örnekleme

Twitter, 340 milyon kullanıcı ile dünyada en yaygın kullanılan sosyal medya platformlarından biri olarak ön plana çıkmaktadır (Aslam, 2020). Kullanıcıların dünya dağılımı ise farklılık göstermektedir. Ancak Twitter erişimi dünyanın bütün ülkelerinde mümkün değildir. Twitter'dan kimi nedenlerle rahatsız olan devletler Twitter'a erişimi yasaklayabilmektedir. Twitter yasak olmadığı ama kullanım oranının düşük olduğu ülkeler de bulunmaktadır. Söz konusu ülkelerde insanların Twitter'a alternatif sosyal medya platformlarına yöneldikleri görülmektedir. Dolayısıyla dünyanın herhangi bir coğrafi bölgesini örneklem olarak almak mümkün değildir. Avrupa ve kurumsal olarak Avrupa Birliği, örneklem olarak alınabilecek coğrafyalardan biridir. AB ülkelerinde Twitter'ın yasak olmadığı görülmektedir. Avrupada internet sorunu da olmadığı gibi Twitter kullanımı da yaygındır (Sandre, 2013, s.15).

Twitter'ın kamu diplomasisi açısından etkili olduğu ve büyükelçilerin bu konuda güdümlü olmaları gerektiğini söyleyebilmek için söz konusu ülkelerde demokratik rejimlerin olması gerekmektedir. İletişim ve ifade özgürlüğünün olması halinde yabancı devlet vatandaşlarının düşüncelerine etki

edilebilmesi ve bunların yabancı devletin dış politikasına etki edebilmesi bağlamında Twitter önemli bir kamu diplomasisi aracı olabilir. Bu hususlar dikkate alındığında çalışmada AB ülkelerinde görev yapan Türk büyükelçilerin Twitter hesaplarının örneklem olarak alınması uygun görülmüştür.

Çalışmada 27 AB Ülkesinin 24'ü tüm detaylarıyla incelenebilmiştir. Güney Kıbrıs Rum Yönetimi (GKRY) ile diplomatik ilişkilerin olmaması nedeniyle değerlendirilmeye alınmamıştır. Çalışmanın yapıldığı dönemde Türkiye'nin Helsinki/Finlandiya Büyükelçiliği Twitter hesabı tespit edilememiştir. Yine çalışmanın yapıldığı dönemde Dublin/İrlanda Cumhuriyeti Büyükelçisi'nin henüz atanmaması nedeniyle, GKRY dışındaki iki ülkenin tüm verilerine ulaşılamamıştır. Geriye kalan üyelerin sayısal verileri eksiksiz olarak tablolar halinde sunulmuştur. Çalışmada 21-28 Ekim 2020 tarihlerindeki paylaşımlar dikkate alınmış ve ölçümler bu dönemdeki paylaşımlara göre yapılmıştır. Belirtilen tarihler Türkiye'nin hem Karabağ meselesinde hem de Doğu Akdeniz'de yoğun diplomasi yürüttüğü bir döneme denk gelmektedir. Bu anlamda büyükelçilerin Twitter'da gündem oluşturabilecekleri bir dönem olduğu söylenebilir.

Kamu diplomasisi, dijital diplomasi ve sosyal medyaya dair bir konuda başarıyı ölçmenin güç olduğu söylenebilir. Büyükelçinin Twitter kullanarak ilettiği mesajın muhatap kitlenin duygu ve düşüncelerine ne kadar etki ettiğini ancak muhatap kitlenin tespiti ve onların görüşü sorularak anlaşılabilir. Dijital bir ortamda paylaşılan yazıların kime ulaştığını tespit etmek mümkün olmadığından geri bildirim almak da güçleşmektedir. Bu nedenle Twiplomasi alanında yapılan çalışmalarda başarı; hesabın kullanım şekli, paylaşımların içeriği, takipçi sayısı ve özellikle paylaşımların aldığı etkileşim ile ölçülebilmektedir. Bu anlamda yazılan mesajların kimler tarafından takip edildiği kadar takipçilerle etkileşim durumu da önemlidir. Çünkü daha önce de ifade edildiği üzere Twitter sadece mesaj iletme alanı değil aynı zamanda bir "dinleme" alanıdır. Kamu diplomasisinde muhatap kitleyi dinlemek, anlamak ve politikaları bu anlamda yeniden şekillendirmek oldukça önemlidir. Yine etkileşim konusunda da çalışmada kıstaslar belirlenerek ölçme yapılmaya çalışılmıştır. Burada özellikle büyükelçilerin yabancı devlet vatandaşlarına hitap edebilecek paylaşımları ve onların aldığı etkileşim ölçülmeye çalışılmıştır. Çalışmada sadece paylaşımları sayısal bir boyuta indirgemek yerine ayrıca büyükelçi hesaplarına dair gözlemler yapılmış ve örnekler işlenerek içerik analizi yapılmıştır.

4.2. Sayılarla Büyükelçilerin Twitter Kullanımı

Çalışmada büyükelçilerin Twitter kullanımı dört tabloda incelenmiştir. Öncelikle Birinci tabloda ülke, büyükelçi, büyükelçilik hesabı, büyükelçinin hesabı gibi başlıklar altında genel bilgiler verilmiştir. Burada özellikle hangi büyükelçilerin Twitter hesabının olduğuna dair bir tasnif yapılmaya çalışılmıştır. İkinci tabloda büyükelçiliklerin Twitter'a katılım yılları incelenmiştir. Çalışmanın konusu büyükelçilerin Twitter kullanımına dair olsa da ikinci tablonun konu açısından kurumsal bir yaklaşımın olup olmadığına dair veriler sunması beklenmektedir. Üçüncü tabloda AB ülkelerinde görev yapan ve Twitter hesabı bulunan büyükelçilerin, Twitter'ı nasıl kullandığı incelenecaktır. Paylaşım sayısı, paylaşımın büyükelçi tarafından yazılarak mı yapıldığı yoksa büyükelçilerin başka paylaşımları Retweet mi ettiği, hangi dilde paylaşımların yapıldığı gibi hususlar dikkate alınarak büyükelçilerin

Twitter'ı kullanma şekli belirlenmeye çalışılacaktır. Son tabloda ise büyükelçilerin ekseriyetle yabancı devlet vatandaşlarına hitap eden, yani yabancı dilde kendileri tarafından yazılan Tweetlerin aldığı etkileşim incelenecektir.

Tablo 1. Sayılarla Büyükelçilik ve Büyükelçi Twitter Hesapları

AB Ülkeleri	Türk Büyükelçi	Büyükelçinin Doğum Tarihi	Büyükelçilik Twitter Hesabı Takipçi Sayısı	Paylaşım Sayısı	Elçilik Hesabının Katılım Yılı	Sayılarla Büyükelçi Twitter Hesabı
Almanya	Ali Kemal Aydın	1965	7.698	7.884	2011	495 Takipçi, 15 Paylaşım
Avusturya	Ozan Ceyhun	1960	3.239	33,4 B	2013	4.551 Takipçi, 3.430 Paylaşım
Belçika	Hasan Ulusoy	1966	1.968	2.916	2016	Twitter Hesabı Yok
Bulgaristan	Aylin Sekizkök	1970	4.278	13,1 B	2012	2.395 Takipçi, 1.594 Paylaşım
Çekya	Egemen Bağış	1970	4.097	11,4 B	2011	1,3 Mn Takipçi, 20,4 B Paylaşım
Danimarka	Uğur Kenan İpek	-	2.421	728	2012	18 Takipçi, 18 Paylaşım
Estonya	Süleyman İnan Özyıldız	1957	1.989	2.843	2011	Twitter Hesabı Yok
Finlandiya	Mehmet Vakur Erkul	1959	Twitter Hesabı Yok	-	-	Twitter Hesabı Yok
Fransa	İsmail Hakkı Musa	-	7.812	3.552	2010	3.554 Takipçi, 572 Paylaşım
GKRY	-	-	-	-	-	-
Hırvatistan	Mustafa Babür Hızlan	1961	1.524	9.504	2015	Twitter Hesabı Yok
Hollanda	Şaban Dişli	1958	546	5.453	2019	22,5 B Takipçi, 870 Paylaşım
İrlanda	Büyükelçi Bulunmamaktadır	-	2.374	34,2 B	2014	Twitter Hesabı Yok
İspanya	Cihad Erginay	1966	3.451	2.442	2011	2.563 Takipçi, 2.418 Paylaşım
İsveç	Hakkı Emre Yunt	1962	815	7.113	2016	Twitter Hesabı Yok
İtalya	Murat Salim Esenli	1962	4.687	11,9 B	2012	Twitter Hesabı Yok
Letonya	Gülsun Erkul	1968	2.822	14,6 B	2011	Twitter Hesabı Yok
Litvanya	Gökhan Turan	1970	1.961	3.670	2013	Twitter Hesabı Yok
Lüksemburg	Fazilet Dağcı Çiğlık	1973	1.355	2.318	2013	Twitter Hesabı Yok

Macaristan	Ahmet Akif Oktay	1961	1.892	1.905	2012	517 Takipçi, 622 Paylaşım
Malta	Kerem Ahmet Kıratlı	1963	909	1.778	2016	Twitter Hesabı Yok
Polonya	Tahsin Tunç Ügdül	1957	2.016	2.656	2015	Twitter Hesabı Yok
Portekiz	Lale Ülker	1959	2.792	10,6 B	2011	20 Takipçi, 5 Paylaşım
Romanya	Fusun Aramaz	1969	2.966	7.395	2010	Twitter Hesabı Yok
Slovakya	Hatice Aslıgül Ügdül	1957	1.689	7.739	2012	Twitter Hesabı Yok
Slovenya	Esen Altuğ	1963	834	5.224	2016	126 Takipçi, 313 Paylaşım
Yunanistan	Burak Özügergin	1965	3.431	5.196	2012	Twitter Hesabı Yok

GKRY ve İrlanda Cumhuriyeti'nde Türk büyükelçiler bulunmamasından dolayı büyükelçi nezinde 25 hesap incelenmiştir. Dışişleri Bakanlığı web sayfasından büyükelçilerin öz geçmişi incelemiş ve Egemen Bağış, Şaban Dişli, Ozan Ceyhun ve Fazilet Dağcı Çılgık'ın siyasi bir kariyer sonrası büyükelçi olarak atandığı görülmüştür. Bu çalışmada taranan 25 büyükelçiden 21'inin ise bakanlıkta meslek memurluğu kariyerinin olduğu tespit edilmiştir. 25 Büyükelçinin Twitter hesapları tarandığında 14 büyükelçinin Twitter hesabının olmadığı sonucuna varılmıştır. AB'de görev yapan ve Twitter hesabı olmayan büyükelçilerin sayısı dikkat çekicidir. Geriye kalan 11 büyükelçiden üçü siyasi kariyerdan büyükelçiliğe geçiş yapmışlardır. Egemen Bağış ve Şaban Dişli Türk siyasetinde bilinen ve milletvekilliği yapan kişilerdir. Ozan Ceyhun ise Almanya Sosyal Demokrat Partisi'nden Avrupa Parlamentosu Milletvekilliği yapmıştır. Dolayısıyla her üç büyükelçinin takipçi sayılarını bakanlıkta mesleki kariyeri olan diğer büyükelçilerle kıyaslamak pek doğru olmayacaktır.

Üç büyükelçinin dışında geriye kalan sekiz büyükelçinin takipçi sayısı yüksek değildir. Büyükelçi ile büyükelçinin görev yaptığı büyükelçilik arasındaki takipçi sayısı kıyaslaması burada büyükelçinin takipçi sayısını değerlendirmek için bir veri olarak kabul edilmektedir. Büyükelçilerin takipçi sayısı elçiliğin kurumsal hesabının takipçi sayısından azdır. Büyükelçiliğin hesabını takip eden kullanıcılar, büyükelçinin hesabını ilgi çekici buldukları takdirde büyükelçinin de hesabını takip etmektedir. Büyükelçi hesabını etkin kullandığında ters yönde de bir katkı sunabilmektedir. Londra ve Washington'da bulunan büyükelçilikler ve büyükelçilerin Twitter hesapları ile ilgili yapılan bir araştırmada, bazı ülke büyükelçilerinin takipçi sayısının büyükelçiliğin takipçi sayısından çok olduğu ve bu gibi durumlarda büyükelçilerin büyükelçiliğin kurumsal hesabının takipçi sayısına katkı sunduğu tespit edilmiştir (Manor, 2017, s.295). Hesaplarını etkin kullanmayan, geçmişte Twitter'a katılan ancak bu platformda varlığını sürdürmeyen büyükelçilerin hesapları üçüncü ve dördüncü tabloda dikkate alınmamıştır. Danimarka ve Portekiz Büyükelçileri'nin takipçi ve paylaşım sayıları değerlendirildiğinde hesapların etkin olmadığı söylenebilir. Almanya Büyükelçisi'nin, Kasım 2020'den sonra Twitter hesabını daha etkin kullandığı görülse de çalışmanın ele alındığı dönemde paylaşım yapmamıştır.

Büyükelçi hesabını etkin kullanmaması nedeniyle Almanya'daki büyük bir diaspora nüfusuna rağmen takipçi sayısını artıramamıştır.

Tablo 2. Büyükelçilik Kurumsal Hesaplarının Katılım Yılları

Ülke Sayısı	Yıllara Göre Twitter Hesap Katılım Yılı									
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
25	2	6	6	3	1	2	4	x	x	1

BBC, Çin'in Twitter'ı etkin kullanmayı bir kurum politikası olarak geliştirdiğini dile getirmek adına Çinli diplomatların 2019 yılından sonra Twitter'a katılımının arttığını sayılarla ortaya koymuştur (Feng, 2019). Katılım yılları incelendiğinde Türk büyükelçiliklerinin bakanlığın yönlendirmesiyle bu konuda kurumsal bir politika izlediğini ifade etmek pek mümkün değildir. Tablo 1'de görüldüğü üzere Fransa/Paris Büyükelçiliği Twitter'a 2010 yılında katılmasına rağmen Belçika/Bürüksel Büyükelçiliği 2016 yılında katılmıştır. Son olarak Türkiye'nin Helsinki Büyükelçiliği'nin Twitter hesabının olmaması da ilginç bir durumdur. Hâlbuki Finlandiya'nın Ankara/Türkiye Büyükelçiliği sosyal medyayı etkin kullanmaktadır. Örneğin büyükelçiliğin Facebook hesabında Grigory Petrov tarafından yazılan Beyaz Zambaklar Ülkesi kitabı tanıtılırken söz konusu kitabın Atatürk tarafından da önerildiği belirtilmektedir (Çömlekçi, 2019, s.7).

Büyükelçiliklerin kurumsal resmi Twitter hesapları çalışmanın konusu olmasa da tablodan anlaşılacağı üzere GKRY ve Finlandiya dışında 25 ülkede büyükelçiliklerin resmi Twitter hesapları bulunmaktadır. Çalışmada sayılarla ortaya konulmasa da kurumsal hesaplarda tweet yerine retweet yapıldığı gözlenmektedir. Cumhurbaşkanı, Dışişleri Bakanı, Dışişleri Bakanlığı, Anadolu Ajansı, İletişim Başkanlığı ve turizm içerikli paylaşımlar olduğu "Go Turkey" hesaplarından yapılan paylaşımlar kurumsal büyükelçilik hesaplarında retweet edilmektedir. Dolayısıyla kurumsal hesaplarda yerel dilden çok Türkçe ve İngilizce paylaşımlar dikkati çekmektedir.

Tablo 3. Türk Büyükelçilerin 15-28 Ekim 2020 Tarihlerinde Twitter Kullanımı

Ülke	Büyükelçi	Takipçi Sayısı	Paylaşım Sayısı (15-28 Ekim)	Tweet - Retweet	Dil		
					T.	İng.	Yerel
Bulgaristan	Aylin Sekizkök	2.395	13	4 - 9	4	9	-
Çekya	Egemen Bağış	1,3 Mn	59	21 - 38	45	13	1
Fransa	İsmail Hakkı Musa	3.554	26	12 - 14	9	2	15
Hollanda	Şaban Dişli	22,5 B	-	-	-	-	-
İspanya	Cihad Erginay	2.563	10	0 - 10	9	1	
Macaristan	Ahmet Akif Oktay	517	4	1 - 3	1	3	
Slovenya	Esen Altuğ	126	8	2 - 6	1	5	2
Avusturya	Ozan Ceyhun	4.551	-	-	-	-	-
Almanya	Ali Kemal Aydın	495	-	-	-	-	-

Tabloda twitter hesabını fiili olarak kullanan dokuz büyükelçi yer almaktadır. Ancak tabloda görüldüğü üzere Lahey Büyükelçisi Şaban Dişli ve Viyana Büyükelçisi Ozan Ceyhun'un verileri tabloda yer almamaktadır. Geçmişte aktif siyaset ve milletvekilliği görevi olması nedeniyle de Şaban Dişli'nin sosyal medyayı etkin kullandığı görülmektedir. Ancak Dişli, Haziran 2020'den sonra nadiren paylaşımlarda bulunmuştur. Baştan belirlenen araştırma döneminde de Sayın Dişli'nin paylaşımı tespit edilememiştir. Bu nedenle Şaban Dişli'nin Twitter kullanımı ile ilgili veri sunulamamaktadır. Viyana Büyükelçisi Ozan Ceyhun hakeza siyasi kariyeri olan Türk Büyükelçilerindedir. Ceyhun, her gün onlarca paylaşım yapmaktadır. Paylaşımlarında kendi yorumundan çok Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, Türk Dışişleri Bakanı Mevlüt Çavuşoğlu ve Türk Dışişleri Bakanı Yardımcısı Yavuz Selim Kıran'a ait paylaşımları Retweet etmektedir. Ceyhun, karar alıcılar dışında Dışişleri Bakanlığı ve İletişim Başkanlığı gibi kurumların paylaşımlarına da kendi hesabında yer vermektedir. Ancak büyükelçi, güncel olayları da kendi hesabında değerlendirmektedir. Örneğin Viyanada 3 Kasım 2020'de gerçekleşen terör saldırısında bir polis ve kadını kurtaran Türk gencini büyükelçi hesabında daha görünür kılmıştır. Ozan Ceyhun, Türk genci ile ilgili paylaşımlar yaparak, makamına kabul edip bu konuda mesajlar ileterek Twitter hesabında kamu diplomasisi faaliyetlerine de yer vermektedir (TRT Deutsch, 2020). Almanya Sosyal Demokrat Partisi'nden Avrupa Parlamentosu Milletvekilliği de yapan Ceyhun, Almanca dilini paylaşımlarında da kullanmaktadır. Hesabın içeriği ile ilgili bunları söyleyebiliyor olmamıza karşın somut veriler tabloda sayılarla desteklenememektedir. Çünkü büyükelçi, 30 Ekim 2020 tarihinden önceki tüm paylaşımlarını Twitter hesabından silmiştir.

Tablo 3'te büyükelçilerin, kendi metinleri ve yorumlarıyla paylaşımlar yapmak yerine başka kurum ya da karar alıcıların paylaşımlarını yeniden paylaşmayı tercih ettikleri görülmektedir. Büyükelçilerin kendi faaliyetleri, gözlemleri ve konular ile ilgili yorumlarına hesaplarında yeterince yer verilmemesi hesaplarına olan ilgiyi düşürebilir. Özellikle Twitter hesaplarının incelendiği dönem itibarıyla büyükelçilerin Karabağ meselesinde Azerbaycan'ın tezlerini destekleyen paylaşımlara yer verilmiştir. Yine konu bağlamında Asala terör örgütünün faaliyetleri ve şehit büyükelçilerimiz ile ilgili paylaşımlar dikkati çekmektedir.

AB'de görev yapan Türk büyükelçiler arasında paylaşım açısından en zengin hesabın Prag Büyükelçisi Egemen Bağış'ın olduğu görülse de Sayın Bağış'ın siyasi bir geçmişinin olduğunu hatırlatmak faydalı olacaktır. Sayılar her zaman doğru sonuca götürmemektedir. Büyükelçilerin paylaşımları içerik analizleri daha kapsamlı yapılmalıdır. Tabloda görüldüğü üzere paylaşımların büyük oranda Türkçe yapılmıştır. Medyatik bir kişilik olan büyükelçi Twitter hesabında, verdiği röportajlar ve canlı yayın programlarıyla ilgili bilgiler de vermiştir. Bağış, 19 Ekim Muhtarlar Gününü de kutlamış ve çok yoğun etkileşim almıştır (Bağış, 2020a). İslamofobi konusunda hassas olan Bağış, terörle İslam'ı bağdaştıran Hollandalı vekili da hedef almıştır (Bağış, 2020b). Özetle Sayın Büyükelçi'nin Twitter kullanım şeklinin diplomatik kariyeri olan bir büyükelçiden farklı olduğu söylenebilir.

Büyükelçilerin Twitter kullanımı kamu diplomasisi bağlamında ele alındığı için paylaşımlardaki dil de çalışmada önemsenmiş ve tabloda yer verilmiştir. Diasporaya hitap etmek açısından Türkçe

kullanılabileceği gibi yabancı devletin vatandaşlarıyla daha yoğun ilişki kurmak adına yerel dili de kullanmak önemlidir. Mesajı iletmek ve yabancı devlet vatandaşlarını dinlemek açısından yerel dili kullanmak iletişimi güçlendirir. Türk büyükelçilerin, tabloda görüldüğü üzere, yerel dili kullanmak konusunda yeterli olmadığı görülmektedir. Paris Büyükelçisi Dr. İsmail Hakkı Musa yerel dili yani Fransızca'yı kullanma konusunda ön plana çıkmaktadır. Tablo 4'te sayılar incelendiğinde yerel dili kullanan büyükelçinin daha çok etkileşim aldığı görülmektedir.

Tablo 4. Türk Büyükelçilerinin Kendi Paylaşımlarındaki Etkileşim

Ülke	Büyükelçi	Takipçi	Büyükelçinin Yabancı Dilde Yaptığı Paylaşım Sayısı	Beğeni	Yorum	Yeniden paylaşma (Retweet)
Bulgaristan	Aylin Sekizkök	2.395	2	84	-	33
Çekya	Egemen Bağış	1,3 Mn	2	616	51	479
Fransa	İsmail Hakkı Musa	3.554	12	2436	238	1228
İspanya	Cihad Erginay	2.563	-	-	-	-
Macaristan	Ahmet Akif Oktay	517	1	-	-	-
Slovenya	Esen Altuğ	126	2	6	2	-

Başarılı Twiplomasi faaliyetinde yabancı devlet vatandaşlarıyla etkileşime girmek önemli bir kıstas olarak görülmektedir. Hesap takipçilerinin hangi milletten olduklarını tespit etmek mümkün değildir. Bu nedenle yabancı milletlerle etkileşimi, büyükelçinin İngilizce ya da bulunduğu ülkedeki yerel dil ile yaptığı paylaşımlarla ölçmenin daha doğru olduğu düşünülmüştür. Burada sözü edilen paylaşımlar doğrudan büyükelçi tarafından yazılan metinler olarak anlaşılmalıdır. Twitter dilinde etkileşim, yapılan paylaşımın beğeni ve yorum alması ya da başkaları tarafından yeniden paylaşılması durumu olarak kabul edilmektedir. Tablo 4'te büyükelçilerin yabancı dilde, yani yabancı devlet vatandaşlarının anlama olasılığının olduğu dilde, kendileri tarafından yazılan Tweetler ve bu Tweetlerden aldıkları toplam etkileşim sayıları verilmiştir.

Tablo 3 yorumlanırken ifade edildiği üzere Egemen Bağış takipçi ve paylaşım sayılarıyla ön plana çıksa da bu paylaşımların ilgili alan yelpazesinin geniş olduğu söylenebilir. Bağış'ın, belirtilen tarihlerde yabancı dilde kendisi tarafından yazılan iki Tweeti bulunmaktadır. Bunlardan biri İslam'a hakaret eden İrkçı Hollandalı vekil ile alakalıdır (Bağış, 2020b). İngilizce metnin altında video da paylaşan Bağış Türk takipçilerinin ilgisini buradan çekmiş olabilir. Paylaşımın altındaki yorumlarda Türkçe dilinin ağırlıklı olduğu görüldüğünde tahmine dayalı iddia güçlenmektedir. Sofya Büyükelçisi Aylin Sekizkök'ün de Asala terör örgütü ile ilgili paylaşımının etkileşim aldığı görülmektedir (Sekizkök, 2020). Budapeşte Büyükelçisi Ahmet Akif Oktay ve Lübliana Büyükelçisi Esen Altuğ'un paylaşımlarının çok fazla etkileşim almadığı görülmektedir. Tabloda yer alan etkileşim sayılarının sadece söz konusu dönemde yapılan paylaşım içerikleri ile ilgili değil; aynı zamanda genel kullanımın sonucu olduğu da söylenebilir. Örneğin Lübliana Büyükelçisi Esen Altuğ, Slovenya'da bir dergiye verdiği röportajı kendi hesabında paylaşmasına rağmen çok fazla etkileşim almamıştır (Altuğ, 2020). Büyükelçinin bulunduğu ülkenin Türkiye ile yakınlığının olmaması veya söz konusu ülkede

Türk diasporasının az olması büyükelçinin Twitter hesabına gösterilen ilgiye etki edebilir. Kadınların diplomasideki yerini ele alan bu röportaj ilgi çekici olmasına karşın o döneme dek büyükelçinin Twitter hesabını etkin kullanmaması veya Slovenya'nın Türkiye'ye karşı ilgisinin az olması nedeniyle paylaşım etkileşim almamış olabilir.

Yaptığı paylaşımlara etkileşim alma konusunda en başarılı büyükelçi olarak Paris Büyükelçisi Dr. İsmail Hakkı Musa ön plana çıkmaktadır. Büyükelçi'nin Fransızca yaptığı 12 paylaşım binlerce etkileşim almıştır. Büyükelçi Twitter hesabını oldukça etkin kullanmıştır. Araştırmanın yapıldığı dönemde, Ermeni diasporasının güçlü olduğu Fransa'da Karabağ meselesini dile getirdiği görülmüştür (Musa, 2020a). Bunun dışında bu dönemde Fransa'de Çeçen bir genç tarafından öldürülen Fransız bir öğretmen ile ilgili büyükelçinin paylaşımları önemlidir. Fransız Devlet Başkanı Emmanuel Macron'un cinayeti "İslami Terör" olarak adlandırması İslamofobi olarak algılanmıştır. Buna karşın büyükelçi taziyelerini Fransızca yazmış ve paylaşımına Fransızca olumlu yorumlar almıştır (Musa, 2020b). Daha sonraki günlerde öldürülen öğretmen Samuel Paty'nin çalıştığı kurumda anma töreni düzenlenmiş büyükelçi de törene bir grup Türk profesör ile katılarak çelenk bırakmıştır. Türkiye'nin cinayete yaklaşımını ortaya koyan bu faaliyetleri büyükelçi Twitter hesabında da paylaşmıştır (Musa, 2020c). Dr. Hakkı İsmail Musa'nın, bulunduğu ülke vatandaşlarının acısını dikkate alarak onların dilyle hitap etmesi önemli ve başarılı bir kamu diplomasisi faaliyeti olarak kabul edilmelidir.

4.3. Twitter'ı Etkin Kullanan Türk Büyükelçi Fatih Yıldız

AB ülkelerinde görev yapan büyükelçilerin Twiplomasi konusunda başarabildikleri yukarıdaki tablolarda anlatılmaya çalışıldı. Daha iyisi mümkün mü sorusu yine bir Türk Büyükelçi üzerinden anlatılmaya çalışılacaktır. Washington Eski Büyükelçisi Namık Tan'ın emekli olmasıyla aktif büyükelçiler arasında en çok Twitter takipçisine sahip olan Bağdat Büyükelçisi Fatih Yıldız, Twitter'ı kullanım şekli ve aldığı etkileşim ile bu alanda çalışma yapanların dikkatini çekmektedir. Fatih Yıldız, Bağdat sokaklarına inen ve halkla kurduğu ilişkiler sonucu toplumun sempatisini toplayan bir büyükelçi olarak haberlere de konu olmaktadır (Star, 2017). Büyükelçi, Irak'ta 40. Ayım başlıklı paylaşımında gerçekleştirdiği halkla ilişkiler faaliyetlerine dair veriler sunmaktadır (Yıldız, 2020b). Büyükelçi faaliyetleri ile Türk basınında da yer almıştır. Bunun dışında Türkiye'nin mezhepçi bir dış politika izlediği iddialarının olduğu bir dönemde Şiiler tarafından önemsenen Hz. Hüseyin'in Kerbelâ'da şehit edilmesinin 40. Gününün anmalarına katılmıştır (Sudani, 2018). Büyükelçi, halkla kurduğu yakın temasa dair bilgileri kendi Twitter hesabında paylaşarak daha geniş kitlelere ulaşmaktadır.

Fatih Yıldız araştırmanın yapıldığı dönemde yine Twitter aracılığı ile önemli bir kamu diplomasisi faaliyetinde bulundu. Irak'ta ve hatta Arap toplumunda anne veya baba olan kişiler, büyük çocuklarının annesi veya babası olma sıfatıyla isimlendirilir. Örneğin büyük çocuğunuzun adı "Murat" ise o kişiye "Murat'ın babası" anlamına gelen "Abu Murat" ismiyle seslenilir. Kızının ismi "Aşkım" olan büyükelçi, Twitter hesabındaki ismini "Abu Aşkım" olarak değiştirmiş ve bunu Arapça bir paylaşım ile Iraklı takipçilerine duyurmuştur (Yıldız, 2020c). Paylaşım 1400 beğeni 184 yorum almıştır. Yorumlar incelendiğinde bunların 182 tanesinin Arapça yazıldığı ve güzel temenniler içerdiği görülmektedir.

Kamu diplomasisinde yabancı devlet vatandaşlarının gönlünü ve sevgisini kazanmak önemli ise söz konusu Twitter faaliyeti örnek olarak gösterilebilir. Iraklılara sempatik gelen faaliyet Irak'ın önde gelen ulusal kanallardan biri olan Irakıyye Kanalında da haber yapılmıştır (ديسلا ميرك, 2020). Faaliyetin ses getirmesi sadece bir paylaşımın sonucu değil; uzun süreli bir çabanın sonucu olarak düşünülmemelidir. Büyükelçinin sahip olduğu takipçi sayısı bu düşüncüyü destekler niteliktedir. Bu bölümde, AB ülkelerinde görev yapan büyükelçiler için yapıldığı gibi, Fatih Yıldız'ın 15-28 Ekim 2020 Tarihlerinde Twitter kullanımı çalışmada analiz edilmiştir.

Tablo 5. Bağdat Büyükelçisi Fatih Yıldız'ın 15-28 Ekim 2020 Tarihlerinde Twitter Kullanımı

Bağdat Büyükelçiliğinin Takipçi Sayısı	Fatih Yıldız'ın Takipçi Sayısı	Paylaşım Sayısı (15-28 Ekim)	Tweet - Retweet	Dil		
				T.	İng.	Arapça
16.700 Takipçi	77.800	14	14 - 0	9	1	4

Tabloda görüldüğü üzere büyükelçinin takipçi sayısı büyükelçiliğin kurumsal hesabının takipçi sayısından fazladır. Diplomasi kariyerine sahip AB ülkesi büyükelçilerimiz arasında 3554 Takipçi ile en çok takipçi sayısına sahip olanın Dr. İsmail Hakkı Musa olduğu düşünüldüğünde Fatih Yıldız'ın takipçi sayısı daha da dikkat çekici hale gelmektedir. Yıldız, paylaşımlarındaki metinleri kendisi yazmakta yani Retweet etmemektedir. Dolayısıyla büyükelçinin hesabı daha ilgi çekici olabilmektedir. Son olarak büyükelçinin Arapça paylaşım sayısı da dikkati çekmektedir. Yıldız önemli bulduğu konularda aynı metni Türkçe, Arapça ve İngilizce dillerinde paylaşmaktadır. Büyükelçinin Arapça dilini bilmiyor olmasına rağmen hesabında Arapça paylaşımlar yapması bu konuda profesyonel destek aldığını ve dolayısıyla bu konuyu önemseydiğini göstermektedir.

Tablo 6. Bağdat Büyükelçisi Fatih Yıldız'ın Kendi Paylaşımlarındaki Etkileşim

Büyükelçinin Yabancı Dilde Yaptığı Paylaşım Sayısı (Kendi Yazdığı)	Beğeni	Yorum	Yeniden paylaşma (Retweet)
5	2681	270	185

Tablo 6'da Fatih Yıldız'ın dördü Arapça ve biri İngilizce olan paylaşımlarına aldığı etkileşim sayıları yer almaktadır. Sayıların oldukça yüksek olduğu görülmektedir. Etkileşimleri sadece burada değerlendirilen beş paylaşım üzerinden okumak doğru olmayacaktır. Fatih Yıldız'ın üç yılı aşan Bağdat Büyükelçiliği sürecinde yaptıklarının bir sonucu olarak görülmelidir.

5. Sonuç

Tablo 1'de görüldüğü üzere Twitter hesabı olmayan büyükelçi sayısının çok olması dikkati çekmektedir. Bu konuda genç ya da deneyimli büyükelçiler arasında bir fark görülmemektedir. AB ülkelerinde görev yapan büyükelçilerin Twitter'ı nasıl kullandıklarını araştırmak için çıkılan yolda, sadece on büyükelçinin aktif Twitter hesabı olduğu gerçeğiyle karşılaşmıştır. Hesabı olan on büyükelçiden

üçü ise nadiren paylaşım yapmaktadır. Gelişmiş ülkeler bu konuda büyükelçilerini teşvik etmekte ve sosyal medya kullanımı ile ilgili eğitim vermektedir.

Hesabı olan büyükelçilerin takipçi sayısı yeterli görülmemektedir. Türkiye, önemli sayıda diaspora-ya sahip olan ülkelerden biridir. Hem diaspora hem de yabancı devlet vatandaşlarının dikkatini çekecek bir hesap olması durumda takipçi sayılarının artabileceği tahmin edilmektedir. Büyükelçi hesaplarının daha da ilgi çekici hale gelmesi için büyükelçilerin etkinliklere katılması ve bunları hesaplarında paylaşmaları katkı sunabilir. Fatih Yıldız örneğinde olduğu gibi sokağa inen, etkinliklere katılan ve yabancı ülke vatandaşlarının kalbini kazanan büyükelçilerin Twitter hesapları daha çok ilgi görmektedir.

Tweet-Retweet oranlarına bakıldığında büyükelçilerin hesaplarında pek konuşmadığı görülmektedir. Büyükelçiler, dış politika olaylarını bir ülkede en iyi yorumlayacak kişilerdendir. Bu anlamda hem büyükelçilere güvenilmeli hem de büyükelçilerin daha cesur olması beklenmelidir. Büyükelçiler paylaşımlarının ardından da diyalog kurmaktan çekinmemelidir. Paylaşımlara gelen yorumlara yanıt vererek “dinleme” süreci daha iyi yapabilir. Dinleme sürecinden sonra yeniden yorum yazarak muhatapların düşüncelerine etki edilebilir. Kamu diplomasisi sadece muhatapların gönlünü kazanmakla ilgili bir konu değildir. Aynı zamanda bir ülkenin dış politikasını savunmak, izlenen politikalarda haklı tarafları muhataplara iletmek ve ikna etmek de önemli bir kamu diplomasisi faaliyetidir. Ancak Twitter’ı etkin kullanan büyükelçilerin de paylaşım yaptıktan sonra diyalogu sürdürmedikleri görülmektedir.

Büyükelçiler tarafından gerçekleştirilen paylaşımların yabancı devlet vatandaşlarını etkileyebilmesi veya Twitter tabiri ile etkileşim alması için onların anlayacağı dilden olmalıdır. Bu anlamda sadece Türkçe paylaşımlar yerine büyükelçiler buldukları ülkenin dili ya da en azından İngilizce paylaşım yapmalıdırlar. Paris ve Bağdat Büyükelçilerinin yerel dilde paylaşım yaptığı ve en çok etkileşimi yine söz konusu büyükelçilerin aldığı tablolarda görülmektedir. Büyükelçi bulunduğu ülkenin dilini bilmiyorsa da bu konuda profesyonel yardım almalıdır.

Dış politika hedeflerine varmada yabancı devlet kamuoyuna etki etmenin önemi görüldükçe kamu diplomasisi çalışmaları artmıştır. Kamu diplomasisinde amaç yabancı devlet vatandaşlarıyla iletişim kurmak ve onların düşüncelerine etki etmektir. Günümüzde yabancı devlet kamuoyuyla iletişim kurmak için çeşitli dijital araçlar ve imkânlar bulunmaktadır. Dijital platformlar, aynı zamanda yabancı devlet vatandaşlarına ulaşmanın en kolay ve en az maliyetli yolu olarak görülmektedir. Dijital diplomasi kapsamında yapılabilecek faaliyetlerin yelpazesi geniştir. İkinci bölümde devletlerin gerçekleştirdiği dijital diplomasi faaliyetlerine örnekler verilmiştir. Ancak diplomasi adına Twitter’da yapılabilecekler için ayrı bir başlık ele alınmıştır. Diplomaside karar alıcılar ve bürokratlar Twitter’ı kullanarak geniş kitlelere doğrudan hitap edebilmektedir. Düşünceleri iletmek ve muhatapları dinlemek için Twitter önemli bir platformdur. Bu alanı büyükelçiler de kullanmaya başlamıştır.

Türkiye’de dış politikada karar alıcılar, dış politika bürokrasisinde yer alan kurumlar ve devletin iletişim kurumları Twitter’ı aktif bir şekilde kullanmaktadır. Türkiye Cumhurbaşkanı Recep Tayyip

Erdoğan dünyada en çok takipçiye sahip devlet başkanlarından biridir. Ancak büyükelçilerin misyonu ve Twitter aracılığıyla yapacakları faaliyetlerin kamu diplomasisine katkısı farklı bir düzeyde olabilmektedir. Çalışmada dünyadan örnekler verildiği gibi Türkiye'den Paris Büyükelçisi Dr. Hakkı İsmail Musa ve Bağdat Büyükelçisi Fatih Yıldız'dan olumlu katkılara dair örnekler verilmiştir. Büyükelçiler, görev yaptıkları yabancı devlette bilfiil buldukları için muhataplarını daha iyi tanımakta ve etkinlikleri farklı bir düzeyde olabilmektedir. Örneğin bir devlet başkanı ya da dışişleri bakanlığı kurumsal Twitter hesabında verilecek mesaja kıyasen, büyükelçinin bir etkinliğe katılarak bulunduğu ülke halkının sempatisini kazanıp mesaj iletmesi hiç şüphe yok ki daha etkili olacaktır.

Bu çalışmada Türk Büyükelçilerin Twitter kullanımı yabancı devlet vatandaşlarıyla ilişkileri bağlamında ele alınmıştır. Türkiye'nin vatandaşları ve akraba toplulukları Avrupa'da önemli bir diaspora gücü oluşturmaktadır. Büyükelçilerin sosyal medyadan diasporaya yönelik faaliyetleri de bir başka araştırma konusu olabilir. Çalışmada bu konuya değinilmemiştir. Twitter'a katılmayan büyükelçilerin neden böyle bir tercihte buldukları da başka bir tartışma konusudur. Öte yandan Twitter'da var olan büyükelçilerin hangi amaçla bu platformu kullandıkları incelenebilir. Bu çalışmada ekseriyetle büyükelçilerin yabancı ülke vatandaşlarıyla etkileşimi ölçülmeye çalışılmıştır. Buna göre ilk olarak Twitter hesabı olan büyükelçi sayısının yeterli olmadığı görülmüştür. İrlanda Cumhuriyeti ve GKRY dışında 25 ülkede görev yapan büyükelçilerden sadece 11'i Twitter hesabına sahiptir. Siyasi kariyeri olan büyükelçiler dışındakilerin takipçi sayısı kurumsal hesaplara kıyasla yine yeterli değildir. Paris Büyükelçisi dışında yabancı dilde yapılan paylaşımların sayısı azdır. Buna göre söz konusu paylaşımlar da yeterince etkileşim almamıştır. Washington'da görev yaptığı dönemde Twitter'ı en etkin kullanan büyükelçilerden biri olarak gösterilen Emekli Büyükelçi Namık Tan, meslektaşlarının Twitter'ı kullanma konusundaki kaygılarını anladığını ama bu platformun öneminin de farkına varılması gerektiğini belirtmiştir.

KAYNAKÇA

- Adesina, O. S. (2017). Foreign policy in an era of digital diplomacy. *Cogent Social Sciences*, 3(1), 1-13. doi:10.1080/23311.886.2017.1297175
- Altuğ, E. [@esen_altug] (2020, 27 Ekim). My interview in Ona @Delo #WomenInDiplomacy. [Tweet]. *Twitter*. https://twitter.com/esen_altug/status/132.111.3511498571776 adresinden alındı.
- Aslam, S. (2020). Twitter by the numbers (2020): Stats, demographics & fun facts. <http://www.omnicoreagency.com/twitter-statistics/> adresinden alındı.
- Bağış, E. [@EBofis] (2020a, 19 Ekim). Demokrasimizin mihenk taşı muhtarlarımızın 19 Ekim #MuhtarlarGünü'nü tebrik ediyoruz. [Tweet]. *Twitter*. <https://twitter.com/EBofis/status/131.820.1611576029184> adresinden alındı.
- Bağış, E. [@EgemenBagis] (2020b, 25 Ekim). You are the real terrorist, a disgusting one, indeed. How many times do I have to tell you and your sick friends to put these ugly things in your appropriate place?. [Tweet]. *Twitter*. <https://twitter.com/EgemenBagis/status/132.037.0772322471936> adresinden alındı.
- Bjola, C. (2015). Making sense of digital diplomacy. Bjola, C., & M. Holmes (Eds.), *Digital Diplomacy: Theory and Practice* (ss.1-9). New York: Routledge.

- Bjola, C., & Holmes, M. (Eds.). (2015). *Digital diplomacy: Between promises and reality*. New York: Routledge.
- Callick, R., (2020, 21 Mayıs), Behind China's newly aggressive diplomacy: "Wolf Warriors" Ready to Fight Back, *The Conversation* (Erişim Tarihi: 07.07.2020). <http://theconversation.com/behind-chinas-newly-aggressive-diplomacy-wolf-warriors-ready-to-fight-back-139028> adresinden alındı.
- Çavuşoğlu, M. [@MevlutCavusoglu] (2020, 10 Kasım). #Canlı 12. Büyükelçiler Konferansı #BKON2020 #GelenektenGeleceğe Ankara. [Tweet]. *Twitter*. <https://twitter.com/MevlutCavusoglu/status/132.611.8047602647040> adresinden alındı.
- 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.
- Feng, Z. (2019). China and Twitter: The year China got louder on social media. *BBC News*. <https://www.bbc.com/news/world-asia-china-50832915> adresinden alındı.
- Göksun, Y. (2019). Barış Pınarı Harekâtı ve Twitter diplomasisi. *Journal of Current Research on Social Sciences*, 9(4), 137-168. doi: 10.26579/jocress.329.
- Hoffmann, H. (2015). Digital public diplomacy on Twitter? The Case of @sweden. *International Journal of Diplomacy and Economy*, 2(4), 278-299. doi:10.1504/IJDIPE.2015.073931.
- Manor, I. (2017). The digitalization of diplomacy: Toward clarification of a fractured terminology. *Exploring Digital Diplomacy*. <https://digdipblog.com/2017/08/08/the-digitalization-of-diplomacy-toward-clarification-of-a-fractured-terminology/> adresinden alındı.
- Manor, I., Segev, E., & Kampf, R. (2015). Digital diplomacy 2.0? A cross-national comparison of public engagement in Facebook and Twitter. *The Hague Journal of Diplomacy*, 10(4), 331-362. doi:10.1163/1871191X-12341318.
- Musa, İ. H. [@ihakkimusa] (2020a, 23 Ekim). Merci @TF1 pour ce témoignage impartial à la ligne de front dans le Haut-Karabakh. Une initiative courageuse qui détrône la propagande arménienne!. [Tweet]. *Twitter*. <https://twitter.com/ihakkimusa/status/131.957.9162391302144> adresinden alındı.
- Musa, İ. H. [@ihakkimusa] (2020b, 17 Ekim). Horrifié par ce meurtre atroce d'un professeur à Conflans-Sainte-Honorine. Rien ne le justifie. Mes condoléances à ses proches. [Tweet]. *Twitter*. <https://twitter.com/ihakkimusa/status/131.744.1155202732035> adresinden alındı.
- Musa, İ. H. [@ihakkimusa] (2020c, 23 Ekim). À #ConflansSaintHonorine, un group de professeurs turcs détachés en France ont déposé hier une gerbe de fleurs en hommage à #SamuelPaty devant le collège où il enseignait, pour exprimer leur vive émotion et leur soutien. Je les remercie!. [Tweet]. *Twitter*. <https://twitter.com/ihakkimusa/status/131.957.3257109049344> adresinden alındı.
- NTV, (2010, 12 Mart). İnternet olmasaydı Obama kazanamazdı!, *NTV* (Erişim Tarihi: 07.12.2020). <https://www.ntv.com.tr/turkiye/internet-olmasaydi-obama-kazanamazdi,RjX-GI6-wEWT7oen5IU8pg> adresinden alındı.
- NTV, (2020, 13 Ocak). Çinde yasak olan sosyal medya, diplomatların kullanımına açıldı. *NTV* (Erişim Tarihi: 07.12.2020). <https://www.ntv.com.tr/dunya/cinde-halka-yasak-olan-sosyal-medya-diplomatlarin-kullanimina-acildi,IAL-mOzrdU-ySjvkn79S4w> adresinden alındı.
- Ovalı, A. Ş. (2020). Türkiye-ABD ilişkilerinde Twitter diplomasisi. *Uluslararası İlişkiler / International Relations*, 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), 56-86.

- Pelling, J. (2015). When doing becomes massage: The case of the Swedish digital diplomacy. Bjola C., & Holmes, M. (Eds.), *Digital Diplomacy: Theory and Practice*. (ss.164-181). New York: Routledge.
- Rashica, V. (2018). The benefits and risks of digital diplomacy. *SEEU Review*, 13(1), 75-89. doi: 10.2478/seeur-2018-0008.
- Ruël, H. (2018). Diplomats and social media: New competences needed for 'Bird Watching'. *Diplomat Magazine*. <http://www.diplomatmagazine.eu/2018/03/03/diplomats-social-media-new-competences-needed-bird-watching-dr-huub-ruel-professor-international-hospitality-business-diplomacy-global-talent-management-innovat/> adresinden alındı.
- Sandre, A. (2013). *Twitter for diplomats*. Cenevre: DiploFoundation and Istituto Diplomatico.
- Sandre, A. (2015). *Digital diplomacy: Conversations on innovation in foreign policy*. New York: Rowman & Littlefield.
- Sekizkök, A. [@aylinsekizkk] (2020, 19 Ekim). Starting early 70's until late 80's Turkish diplomats and their families were targeted by Armenian terrorist groups. We lost so many precious lives; we still mourn them. [tweet]. *Twitter*. <https://twitter.com/aylinsekizkk/status/131.821.7752725889024> adresinden alındı.
- Sotiriou, S. (2015). Digital diplomacy: Between promises and reality. Bjola, C. & Holmes, M. (Eds.). *Digital Diplomacy: Theory and Practice*. (ss.33-52). New York: Routledge.
- Sönmezöglü, F. (2012). *Uluslararası politika ve dış politika analizi* (5. Baskı.). İstanbul: Der Yayınları.
- Star, (2017, 10 Aralık). Türkiye'nin Bağdat'taki "Sıra Dışı" Büyükelçisi, *Star* (Erişim Tarihi: 04.12.2020). <https://www.star.com.tr/guncel/turkiyenin-bagdattaki-sira-disi-buyukelcisi-fatih-yildiz-haber-1284510/> adresinden alındı.
- Sudani, M. (2018). Kerbelâdaki Erbain etkinlikleri, *Anadolu Ajansı* (Erişim Tarihi: 04.12.2020). <https://www.aa.com.tr/tr/pg/foto-galeri/kerbelada-erbain-etkinlikleri/0> adresinden alındı.
- TRT Deutsch. [@TRTDeutsch] (2020, 3 Kasım). Sie haben trotz der Terrorgefahr in #Wien zwei Menschen das Leben gerettet – und dabei ihr eigenes Leben riskiert. Nun werden Recep Tayyip Gültekin und Mikail Özen für ihre heldenhafte Tat vom türkischen Botschafter in Wien, Ozan Ceyhun, empfangen und ausgezeichnet. [Tweet]. *Twitter*. <https://twitter.com/TRTDeutsch/status/132.362.7249027977218> adresinden alındı.
- Uysal, N., & Schroeder, J. (2019). Turkey's Twitter public diplomacy: Towards a "new" cult of personality. *Public Relations Review*, 45(5), 1-9. doi:10.1016/j.pubrev.2019.101837
- Yağmurlu, A. (2019). Dijital Diplomasi: Kamu diplomasisi çerçevesinden Avrupa Birliği üye ülkeleri ve Türkiye Dışişleri Bakanlıkları internet uygulamaları. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 7(2), 1267-1295. doi: 10.19145/e-gifder.554946.
- Yepsen, E. (2012). *Practicing successful Twitter public diplomacy: A model and case study of U.S. efforts in Venezuela*. Los Angeles: Figueroa Press.
- Yıldız, F. [@FATIHYILDIZ_MFA] (2020a). https://twitter.com/FATIHYILDIZ_MFA adresinden alındı.
- Yıldız, F. [@FATIHYILDIZ_MFA] (2020b, 15 Mayıs). Irak'ta 40'nci ayım. Irak'ta tecrübe etmekten mutlu olduğum ve beni eğiten faaliyetlerimin ilk 10'u: 1. Erbain'in parçası olup, ziyaret çadırında ihsan sunmak. 2. Çocuk bayramımızı Irak'ın rengarenk çocuklarıyla kutlamak. 3. Kerbela ve Nefes'te yerlerinden edilmişleri ziyaret. [Tweet]. *Twitter*. https://twitter.com/FATIHYILDIZ_MFA/status/126.136.7002800611328 adresinden alındı.

- Yıldız, F. [@FATİHYILDIZ_MFA] (2020c, 21 Ekim). أضحيا مقشع ي تنبان و فرعين ممن بيقار علا ءاقصدلا ا دحأ. مقشع و با ب ي لولا ي ياسد ي لء دوجوملا "ح تاف" تادبتساو امك. أدبا نهذ متنبا قرافتلا بلاع نار ءانذبولسلأا هنا. أريتك كلذ تبيحا. مقشع و با ب ي لولا ب. [Tweet]. *Twitter*. https://twitter.com/FATİHYILDIZ_MFA/status/131.894.9308251709441 adresinden alındı.
- Yücel, G. (2016). Dijital diplomasi. *TRT Akademi*, 1(2), 748-760.
- Zhu, Z. (2020, 15 Mayıs). Interpreting China's 'Wolf-Warrior diplomacy', *The Diplomat* (Erişim Tarihi: 20.11.2020) <https://thediplomat.com/2020/05/interpreting-chinas-wolf-warrior-diplomacy/> adresinden alındı.
- في مباسد مسلا ريغ @FATİHYILDIZ_MFA دادغب ي في كرتلا ريفسلا. [kareemsayid] (2020, 22 Ekim). ك, ديسلا ي في مباسد مسلا ريغ... ي قارء قيدص بيسب رتيوت. [Tweet]. *Twitter*. <https://twitter.com/kareemsayed/status/131.937.7177444552716> adresinden alındı.

THE USE OF TWITTER BY TURKISH AMBASSADORS AS A DIGITAL DIPLOMACY ACTIVITY: THE EXAMPLE OF TURKISH AMBASSADORS SERVING IN EUROPEAN UNION COUNTRIES

Emin SALİHİ* 

States diversify their activities in the field of public diplomacy. Digital diplomacy is one of them. After the developments in communication technologies, various tools are used within the framework of digital diplomacy activities. The use of social media by ambassadors is one of them. Social media provides significant advantages in reaching citizens of foreign states without intermediaries. The effective use of social media by ambassadors within the framework of public diplomacy activities is included in their job descriptions. The aim of the study is to seek an answer to the question of how well Turkish ambassadors adapt to new developments.

In academic studies in this field, it is seen that issues related to the use of social media by state institutions are also discussed. There is no study on the use of social media by Turkish ambassadors in the Turkish literature. The power of Twitter in reaching large masses of society and the idea that ambassadors should be more active in this field are encountered in the English literature. Details about the studies done in this field are given in the study.

In this study, the use of Twitter by Turkish ambassadors is analyzed. The adaptation and success of Turkish ambassadors to developments in digital diplomacy has been tried to be measured and explained. It is useful to determine the continent of success. Interaction of diplomats with foreign citizens is considered as the first step for successful public diplomacy work. The content analysis of the ambassador's accounts was tried to be made within the framework of the determined sample.

The sample of the study consists of ambassadors serving in the European Union (EU) countries. There are two reasons why especially EU countries are preferred as a sample. First of all, there are no social media bans in EU countries. Thus, the citizens of the country can use social media whenever

* Niğde Ömer Halisdemir University, Department of Political Science and International Relations, eminsalihi@gmail.com, ORCID: 0000-0003-0074-0407

they want. Second, the internet usage rate is high in EU countries. There is no external obstacle for Turkish ambassadors to communicate with the citizens of the country they serve on social media. In the study, it was determined that 11 Turkish ambassadors, who are serving in EU countries, have Twitter accounts. In the study, the posts on 21-28 October 2020 were taken into account and measurements were made according to the shares in this period. Turkey conducted intense diplomacy both in the Karabakh and the Eastern Mediterranean issues in these specified dates in this sense, it can be said that ambassadors could create an agenda on Twitter in these period.

Therefore, it becomes difficult to get feedback on digital diplomacy activities. It is difficult to determine who is watching the post. The content of the posts, the number of followers and especially the interaction of the posts are the measures of success in social media. In the study, especially the shares of the ambassadors that could appeal to foreign citizens and their interaction were tried to be measured.

The study consists of three subtitles. First of all, the idea that “states are getting attach more importance to public diplomacy and its digital tools” has been addressed. In the same section, the difference of Twitter from other social media platforms was revealed and it was tried to explain why the ambassadors should take place in this platform. Diplomatic messages are more common on Twitter so that the concept of Twiplomacy has emerged. In another subtitle of the study, why and how ambassadors use Twitter is discussed. Job descriptions of the ambassadors, the opportunities offered by Twitter in the context of public diplomacy and the work of developed countries in this field are discussed in this section. In the last chapter, Twitter usage of Turkish ambassadors is examined. The names of the ambassadors serving in EU member states have been determined. Then the ambassadors were searched on Twitter. Accordingly, the accounts of 11 ambassadors were determined. The datas on the use of Twitter of The determined ambassadors were collected and measured. The findings are given in the last section.

Twitter usage of Turkish ambassadors was analyzed with numerical data. In the study, it was concluded that Turkish ambassadors did not use their Twitter accounts effectively within the framework of public diplomacy activities. As can be seen in numbers, it is noteworthy that the number of ambassadors who do not have a Twitter account is high. There is no difference between young and experienced ambassadors in this regard. On the way to investigate how ambassadors use Twitter, we encountered the fact that only ten ambassadors had active Twitter accounts. Three of the ten ambassadors who have an account rarely share posts. Developed countries encourage their ambassadors on this issue and provide training on the use of social media. Looking at the rate of Tweet – Retweet, it is seen that the ambassadors do not speak much in their accounts. Ambassadors are one of the best experts to interpret foreign policy events in a country. In this sense, both ambassadors should be trusted and ambassadors should be expected to be more courageous. In order for the posts made by the ambassadors to affect the citizens of foreign states or to get interaction with the term Twitter, they should be in the language they understand. In this sense, ambassadors should post in the language of the country they are in, or at least in English, instead of sharing only in Turkish. It is seen in the

tables that Paris and Baghdad Ambassadors share in the local language and these ambassadors posts take the most interactions. However, it is revealed by the numbers that the posts of the ambassadors in foreign and local languages is generally not sufficient.