

İletişim ve Diplomasi'den...

YENİ MEDYA ve KAMU DİPLOMASİSİ AKTÖRÜ OLARAK BYEGM

ÖZET

Günümüzde bilgiyi güçlü yapan özelliklerden biri, alınıp satılabilen bir meta olma özelliğidir. Bilginin bu özelliği sayesinde artık alışlagelmiş yapılar yerlerini yenilerine terk etmektedir. Her kavramda önce bir bütünleşme/benzeşme ardından da bir dönüşüm yaşanmaktadır. Bunun en güzel örneklerini bizzat günlük hayatımızda yaşamaktayız. En önemli iletişim aracımız olan telefon yerini yavaş yavaş elektronik posta veya elektronik mesajlaşmaya, dokunmaktan büyük haz duyduğumuz gazeteler yerlerini internet gazetelerine, bir güç simgesi olan kâğıt paralar yerini elektronik para ve fonlara, devlet dairelerine sunulan dilekçeler yerini elektronik formlara bırakmaktadır. Bilgi çağı olarak adlandırılan içinde bulunduğumuz çağın şüphesiz en önemli aktörü bilgidir. Bu gelişmelerin birer nimet veya birer eziyet olarak görülmesinin kişiden kişiye değişebileceği bir kenara bırakılacak olursa, bu hizmetleri mümkün kılan teknolojilerin önemine vurgu yapmak gerekmektedir.

Bugün dünya birçok alanda büyük değişimler yaşamaktadır. Yaşanan değişime ülkeler, kurumlar, kuruluşlar ve bireyler olarak insanlar kendilerini adapte etmenin yollarını aramaktadırlar. Geçmiş çok eskilere dayanan Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü (BYEGM) de kendini bu yeniçağın değişim ve dönüşüm şartlarına uyarlamaya çalışmaktadır. BYEGM, dünyadan Türkiye'ye doğru yaşanan değişim ve dönüşüm çarkı içinde konumunu güçlendirmek için devlet kurumu olmasının gereği olarak ciddiyetini ve sorumluluğunu kaybetmeden proaktif bir hizmet anlayışını benimsemiş durumdadır.

Bu çalışmada BYEGM, bilgi çağının en önemli yönünü oluşturan "Yeni Medya ve Kamu Diplomasisi" kavramları çerçevesinde genel olarak değerlendirilmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü (BYEGM), Yeni Medya, Kamu Diplomasisi, Sosyal Medya.

GİRİŞ

“Kitle iletişim araçları, bilgi, görüş ve düşüncelerin paylaşılmasını sağlayan; sosyal örgütlenmeyi güçlendiren; kamuoyu oluşturan; insanın anlama, anlatma, öğrenme ve eğitim görme gibi temel ihtiyaçlarını karşılayan; insan ilişkilerini değiştirip geliştiren; yeni davranış ve tutum kalıplarını, görüş ve düşünce akımlarını yaygınlaştıran en etkin iletişim araçlarıdır” (Ülkü, Demir, 2013: 592).

Günümüz dünyasında posta, mobil telefon, faks gibi haberleşme araçları; gazete, radyo, televizyon gibi kitle iletişim araçları; uydular, bilgisayarlar (internet ve e-posta) birer iletişim aracı olarak iletişimin ayrılmaz parçaları durumuna gelmiştir. Bu elektronik iletişim araçları, kurduğu haberleşme ağıyla kültürü de yaygınlaştırmış; dünyamızı McLuhan'ın o çok eleştirilen ancak önemli eğilimlerden birini anlamamıza yardımcı olan metaforik deyimini “küresel köy”e ilham vermiştir.

21. yüzyıl birçok alanda yeniliklere yol açmıştır. Günümüzde başta teknolojik gelişmeler olmak üzere siyasi, ekonomi, sosyo-kültürel ve medya alanlarında baş döndürücü değişimler yaşanmaktadır. Özellikle iletişim ve medya alanında eskiye nazaran küresel düzeyde olağanüstü yeniliklerin yaşanması toplumsal yaşamın pek çok alanında büyük yeniliklere yol açmıştır. Diğer taraftan, postmodern kamu yönetimi anlayışı ve kamu işletmeciliği gibi kamu yönetimine yönelik yeni bakış açıları da bu noktada etkili olmaktadır. “Postmodern kamu yönetimi yeni bir devlet-vatandaş ilişkisinin kurulduğu ve eskisinden tamamen farklı bir devlet-yurttaş modelidir” (Şeyhanlıoğlu, 2007: 104). Bu model beraberinde birçok kavramı da kamu yönetimi anlayışına getirmektedir. Yeni ancak postmodernizmin ürünü olan söz konusu kavramlar tüm gelişmiş ülkelerde olduğu üzere Türkiye özelinde de hayat bulmaktadır (Ökten, 2012: 239). Artık küresel bir aktör olan, Türkiye’de -2002 yılından bu yana her alanda olduğu gibi-yönetişim, küreselleşme, esnek yönetim, yurttaş bilinci, çoğulculuk, bürokrasinin azaltılması, sivil toplumun rolünün artması konularında önemli derecede gelişme yaşandığı gözlemlenebilmektedir.

Bu konuların dünyadaki gelişimleri paralelinde Türkiye’de de hayat bulmasında iki önemli aracın yardımcı olduğu söylenebilir. Bunlar; iletişim (özellikle yeni medya) ve diplomasidir (özellikle yumuşak güç kullanımıyla kamu diplomasisi).

Genel tanımlamalara göre; iletişim alanında bilgi, enformasyon veya verinin iletimi ve depolanması amacıyla kullanılan kanallara ve araçlara medya denilmektedir. Günümüzde ise, medya kavramı, insanların zihninde daha çok kitle iletişim araçlarını veya onun bir alt kolu olan haber yayın organlarını çağrıştırdığı için “yeni medya” kavramının kapsadığı alanın genişliğinin ilk bakışta tam anlamıyla anlaşılammaktadır. Bu konudaki tartışmalar ise yoğun bir şekilde devam etmektedir. Çünkü “yeni medya” kavramı sadece gazete, radyo, televizyon ve sinema gibi “geleneksel medya” unsurlarının teknolojik olarak daha gelişmiş iletim

ortamlarında, benzer işlevleri icra etmeleri anlamına gelmemektedir. “Geleneksel Medya” olgusu üzerinden “kitle iletişim araçları” anlamına indirgenen ‘medya’ kavramı, “yeni medya” kavramsallaştırmasıyla birlikte asli anlamı olan, “iletişim araçları” anlamını geri kazanmaktadır.

Bu bağlamda, yeni medya kavramı, geleneksel medyadan farklı olarak, sayısal tabanlı, iletişim kuran unsurların arasında eş zamanlı ve geniş kapasiteli, karşılıklı ve çok katmanlı etkileşimin yüksek hızda gerçekleştiği, çoklu-ortam yapısına sahip iletişim araçları ve kanallarını kapsamaktadır (Dijk, 2004; akt. Binark, 2007: 5).

Diğer bir ifadeyle, gündelik yaşamın hemen her alanında giderek daha yaygın bir şekilde kullanılan, yaşam pratiklerini köklü biçimde dönüştüren, toplumsal hayatın birtakım gerekleri yüzünden kullanım yoğunluğu mütemadiyen artan ve ihtiyaçlar bağlamında düşünüldüğünde neredeyse insan bedeninin bir uzantısı haline gelen cep telefonu, bilgisayar, internet ortamı, taşınabilir bellekler vb., kısacası sayısal teknolojilerin tamamı yeni medya başlığı altında toplanabilmektedir.

Hayatın içinde geleneksel medyanın kapladığı yeri ve zamanı, giderek daha fazla ikame etme eğiliminde olan yeni medya; artık kişilerarası iletişimden ticarete, siyasetten eğitime, kültürden sanata, spordan sağlığa yaşamın hemen her alanında oldukça etkin bir şekilde kullanılmaktadır.

İnternete erişerek, e-posta aracılığıyla iletişim kuran, farklı platformlarda sohbet eden, birçok kişisel internet sitesi üzerinden fikir ve düşüncelerini ifade eden, internet sitelerinden enformasyon arayan, elektronik alışveriş yapan, çevrimiçi veya çevrimdışı film izleyen veya oyun oynayan ve benzeri birçok edimi sanal ortamda gerçekleştiren insan sayısı gün geçtikçe artmaktadır.

Öte yandan, bugün küresel alanda medya alanında yaşanan bu gelişmelere yeni bir iletişim dili olan “Kamu Diplomasi”si eklenmiş durumdadır. Bu bağlamda, dünyada söz sahibi olmak isteyen ülkelerin, diğer dünya ülkeleri ile ilişkilerinde yeni dile ihtiyaç duydukları aşikârdır. Daha çok ülkeler arasındaki sıkı ve çok boyutlu etkileşimlerin ortaya koyduğu bir zorunluluktan kaynaklanan bu yöntemde, artık kendi bölgelerinde ve diğer bölgelerde bir iddia sahibi olan ülkelerin kendilerini küresel birer aktör olarak ortaya koyarken kamu diplomasisini kullanmaları şarttır.

Kamu diplomasisinin esası, ülkelerin “yumuşak güçlerini” kullanmalarıdır. Medya, kültür, sanat, bilim, spor, eğitim gibi konular yumuşak gücün araçlarıdır. Buna en iyi örneklerden biri olarak, TRT’nin Ortadoğu ülkelerine yönelik başlattığı ve önemli bir kamu diplomasisi aracı sayılabilen Arapça televizyon yayınının verilebilmesi mümkündür.

Gelişen iletişim teknolojilerine paralel olarak kamu diplomasisi araçları arasında özellikle medya öne çıkmaktadır. Çünkü ancak televizyon, radyo, internet, gazete/dergi yayıncılığı ile yüz milyonlarca insana ulaşmak, onları bilgi-

lendirmek, yönlendirmek, etkilemek mümkün olabilmektedir. Aynı zamanda medya yayınları ile toplumlar arasında ortak amaç birliği oluşturmak da mümkündür. Medya aracılığıyla toplumların birbirini daha yakından tanımalarının, etkileşim içinde bulunmalarının aynı zamanda ekonomik, siyasi, sosyal alanlarda işbirliği yapmalarının da önü açılmaktadır.

Medyanın kamu diplomasisi aracı olarak kullanılmasındaki en kritik nokta medya yayın içerikleridir. Bu içeriklerin, toplumları birbirine yakınlaştıracak olan unsurlardan biri olduğu göz önünde bulundurulursa, önemi daha kolay anlaşılabilir. Dolayısıyla, yayın içeriklerinin mutlaka uzmanlar tarafından hazırlanmasının, ortak paydaların altını çizecek, farklılıkları öne çıkarmaktan kaçınmayacak, stratejik vizyona sahip bir yayın politikasının izlenmesinin önem arz ettiği söylenebilmektedir.

Kamu diplomasisi çift taraflı bir iletişim ve etkileşimi öngörmektedir. Öncelikli hedef, muhatap kitlenin dinlenmesi ve önceliklerinin tespit edilmesi; ikinci olarak bilgilendirme, paylaşım, ikna ve etkileme amaçlanmaktadır (Kalin, 2010: 56). Bu yüzden kamu diplomasisi, dinamik ve çok boyutlu bir iletişim sürecidir. Konuşmak kadar dinlemek, anlatmak kadar anlamak, iletme kadar iletişime açık olmak önemlidir.

Kısaca, iletişim ve diplomasiin birlikte değişim ve gelişim sağladığı günümüz dünyasında bu alanda faaliyet gösteren aktörlerin de bu değişim ve gelişime ayak uydurma gereksinimi ortadadır. İşte bu çalışmada da BYEGM, bir Kamu Diplomasisi ve Yeni Medya aktörü olarak ele alınmaya çalışılmıştır. Çalışmada öncelikle, BYEGM'nin kısaca tarihçesine, görev tanımı ve yapısına değinildikten sonra iletişim araçlarının başında gelen medyanın çağımızdaki yeni adıyla "Yeni Medya" ile yeni bir diplomatik dil ve üslup olan "Kamu Diplomasisi" kavramları çerçevesinde genel hatlarıyla Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü değerlendirmeye ve analiz edilmeye çalışılmıştır.

BYEGM'NİN TANITIMI

Başbakanlık Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü (BYEGM), 231 sayılı Kanun Hükmünde Kararname ile düzenlenen görevlerini; ulusal ve uluslararası gelişmeler ışığında ulusal politikaları da göz önünde bulundurarak büyük bir titizlik ve sorumlulukla yerine getirmektedir. BYEGM, uluslararası medyayı yakından izleyerek karar alma süreçlerini zamanında ve doğru bilgilerle beslemekte, basını bilgilendirmekte, böylece gelişmesine, Türkiye'nin tanıtımına katkıda bulunmaktadır.

BYEGM, bir yandan Türkiye'nin artan uluslararası etkinliğini besleyen kurumlardan biri olarak basın alanında uluslararası işbirliği mekanizmalarını oluştururken, bir yandan da yerel basın kuruluşlarını ve çalışmalarını desteklemekte, yerli ve yabancı basın mensuplarının çalışabileceği uygun ortamları sağlamak için yurt içi ve yurt dışı faaliyetlerini sürdürmektedir.

Çağımızın en hızlı gelişen sektörlerinden birinin de medya olduğu bilinciyle hareket eden Genel Müdürlük, son dönemde çalışmalarının kapsamını ve etki alanını genişletebilmek için köklü bir yapısal dönüşüm geçirmiş, sahip olduğu bilgi teknolojilerini yenilerken yurt içi ve yurt dışı teşkilatlarında genişleme sağlamış ve kadrolarında da uzmanlaşma yoluna gitmiştir.

BYEGM, kuruluşundan bu yana Türkiye’de basın çalışanlarının yanında yer almış ve çalışmalarına destek olmuştur. Bugüne kadar daha çok “Basın Kartları” ile bilinen Müdürlük bunun ötesinde de yerel, ulusal ve uluslararası alanlarda birçok faaliyet ve çalışması bulunan bir kurum haline gelip, büyüyen Türkiye’de başat kurumlardan biri olması gereğinin bilincinde olarak hareket etmektedir. (www.byegm.gov.tr).

Uluslararası medyayı yakından izleyerek karar alma süreçlerini zamanında ve doğru bilgilerle beslemek; basının gelişmesine, Türkiye’nin tanıtımına katkıda bulunmak ve bunlara ilişkin iletişim stratejilerini oluşturmak BYEGM’ nin temel görevleri arasında yer almaktadır.

Genel Müdürlük vizyonunu; dünyada gerçekçi bir Türkiye algısının yerleşmesine, güçlü ve özgür basın ortamının sağlanmasına katkıda bulunan referans kurum olmak hedefiyle görevlerini yerine getirmek şeklinde belirlemiştir (www.byegm.gov.tr).

A. BYEGM’nin Tarihçesi

19. yüzyılın ilk çeyreğinde Osmanlı İmparatorluğu içinde çeşitli milletlerin gazete çıkarması, Türkçe gazetelerin yayınlanması ve nihayetinde Türklerin de gazete çıkarmaya başlaması ile Bâb-ı Âli gazetelerin önemini anlamış, resmî bir gazetenin çıkarılmasını istemiştir. Bunun yanında, sayıları gün geçtikçe artan gazeteleri bir düzene sokmak amacıyla bir müdürlük kurulması gerektiğine karar verilmiştir.

Bu doğrultuda BYEGM, Matbuat İdaresi adıyla 1862’ de ortaya çıkmış ve 1913’e kadar bir müdürlük olarak faaliyet göstermiştir. Bu tarihlerde ilk önce Marif, 1870’te Hariciye ve 1877’de de Dahiliye Nezaretlerine bağlı kalıp, 1913’ten sonra İstanbul’da saltanatın kaldırışının tarihi olan 1 Kasım 1922’ye kadar Umum Müdürlük olarak devam etmiştir. Bu İdare, İstanbul’da böylece devam ederken, bazı vazifelerini yeteri derecede yerine getirememesinden dolayı ve mili müdafaa davasıyla beraber 7 Haziran 1920’de de Ankara’da “Matbuat ve İstihbarat Müdüriyeti Umumiyesi” kurulmuştur. Ankara’da yeni kurulan bu İdare’ye, matbuatın¹ yanı sıra neşriyat², irşadat³ (www.sozluksu.com) ve istihbarat işlerini yürütmek görevi de verilmiştir. Matbuat ve İstihbarat Müdüriyeti Umumiyesi İstanbul,

¹ Tab’ edilmiş neşriyat. Basılmış şeyler.

² Gazete, kitap, radyo vs. vasıtalarla neşrolunmuş, yayılmış şeyler.

³ Hak ve hakikati ve doğru yolu bildirmeler.

Zonguldak, Antalya ve İzmit'te bulunan istihbarat müdürlüklerinden aldığı haberlerle Avrupa telsiz istasyonlarının askeri telsiz istasyonu vasıtasıyla elde edilen dış haberlere ait neşriyatı, günün belli zamanlarında memleketin her tarafına telgrafla bildirmek ve bastırılarak şehir içinde ve merkeze bağlı veya merkezdeki yerlere dağıtılmak üzere bu ihtiyacı karşıladığı gibi, günlük gazetelerin yayılmasına yardım etmek, risale, kitap bastırmak suretiyle halkı aydınlatmak ve bilgilendirmek işine de büyük önem vermiştir (İskit, 1943: 226).

İdare, en az birincisi kadar önemli olan propaganda vazifesine de ağırlık vermiştir. Milli menfaatlerin korunmasında çok kuvvetli olan dış ülkelerin siyaset ve fikir teşkilatlarını da yakından takip ederek halkı aydınlatılabilmek amacıyla Londra, Paris, Berlin Viyana ve Cenevre gibi başlıca Avrupa Merkezlerinin yanı sıra Amerika'da da temsilcilikler kurmuştur. Mücadelenin yayılması için de gerekli olan haberlerle davanın maksat ve gayesini anlatan ve çeşitli dillerde bastırılmış yayınları bu kanallardan parlamento, matbuat ve siyaset adamlarının bilgisine sunmuştur (İskit, 1943: 228). Bu vazifeler doğrultusunda, İdare bir süre eş zamanlı ve ayrı yerlerde iki Matbuat İdaresi olarak faaliyet göstermiştir.

Ankara'daki İdare, ilk başlarda TBMM İcra Riyasetine bağlıyken, 25 Aralık 1920'de Hariciye'ye bağlanmış ve kapatıldığı 1 Mayıs 1931 tarihine kadar buraya bağlı kalmıştır. Bu süre zarfında, Umum Müdürlük Ankara'da kuruluşundan itibaren 1929 yılına kadar müstakil olarak kalmış ve ancak 1929–1931 arasında Hariciye'de bir şube haline getirilmiştir.

1 Haziran 1933'te Dâhiliye'ye bağlı olarak tekrar kurulan "Matbuat Umum Müdürlüğü" de 31 Mayıs 1940 tarihine kadar buraya bağlı olarak devam etmiştir. Daha sonra, 22 Mayıs 1940'ta kabul edilip, 31 Mayıs 1940 tarihinden itibaren yürürlüğe giren 3837 sayılı yeni bir kanunla Matbuat Umum Müdürlüğü 1 Haziran 1940'tan itibaren Başvekâlete bağlanmış ve yine bu kanunla yeni Umum Müdürlüğün teşkilat ve vazifeleri tespit edilmiştir. 1 Ağustos 1943'den itibaren de yeni bir kanunla yine Başvekâlete bağlı olarak "Basın ve Yayın Umum Müdürlüğü" adıyla yeniden teşkil edilmiştir (İskit, 1943: 393).

Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü, (eski adıyla "Matbuat ve İstihbarat Müdüriyeti Umumiyesi"), daha sonraki dönemlerde (1984 yılına kadar) çalışmalarını farklı isimler altında ve değişik bakanlıklara bağlı olarak sürdürmüştür. 18 Haziran 1984 tarihinde yayımlanan 231 sayılı Kanun Hükmünde Kararname ile "Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü" adı altında teşkilatlandırılmış ve o tarihten bu yana Başbakanlığa bağlı olarak faaliyetlerini yürütmektedir.

B. BYEGM'nin Yapısı

BYEGM, 231 sayılı Kanun Hükmünde Kararname ile düzenlenen görev ve sorumluluklarını yerine getirmek üzere Merkez Teşkilatı, 17 İl Müdürlüğünden⁴ oluşan Taşra Teşkilatı ve 39 Basın Müşavirliği/Ataşeliğinden⁵ oluşan Yurt Dışı Teşkilatı ile faaliyetlerine devam etmektedir (www.byegm.gov.tr).

BYEGM'nin Merkezi teşkilat yapısı; Hukuk Müşavirliği, İnsan Kaynakları Dairesi Başkanlığı, Haber Dairesi Başkanlığı, Basın-Yayın Daire Başkanlığı, Enformasyon Dairesi Başkanlığı, Tercüme Dairesi Başkanlığı, Strateji Geliştirme Dairesi Başkanlığı, Taşra ve Yurtdışı Teşkilatları ve Destek Hizmetleri Dairesi Başkanlığı'ndan oluşmaktadır (www.byegm.gov.tr).

Daire Başkanlıkları arasında 4 tanesi icracı (Haber, Basın Yayın, Enformasyon ve Tercüme Daire Başkanlıkları), diğerleri ise, destek hizmetler olarak faaliyet göstermektedir.

C. BYEGM'nin Görev ve Yükümlülükleri

231 sayılı Kanun Hükmünde Kararname'ye göre BYEGM'nin temel görevleri şöyle sıralanabilmektedir:

- *Devletin tanıtma siyasetinin ve tanıtma ile ilgili alanlarda Hükümetçe uygulanacak stratejilerin tespitine yardımcı olmak,*
- *Kamuoyunun ve ilgili makamların zamanında ve doğru bilgilerle aydınlatılmasını ve bu faaliyetler için gerekli aydınlatıcı ve tanıtıcı bilgi akımını sağlamak,*
- *Hükümet faaliyetlerinin ve yapılan hizmetlerin iç ve dış kamuoyuna etkin bir biçimde yansıtılmasına ve bunların kamuoyu üzerindeki etkisinin belirlenmesine ait hizmetler yapmak,*
- *Basınla ilgili münasebetlerin düzenlenmesi ve basının güçlendirilmesi için gerekli faaliyetlerde bulunmak,*
- *Yerli ve yabancı basın-yayın organlarının ve mensuplarının çalışmalarını kolaylaştırmaya yönelik tedbirleri almak, bu hususta gerekli düzenlemeleri yapmak,*
- *Türkiye aleyhindeki propaganda faaliyetlerini takip etmek, değerlendirmek ve sorumlu kamu kuruluşları ile işbirliği yapmak, gerekli karşı tedbirleri almak,*

⁴ Adana, Afyonkarahisar, Antalya, Bursa, Çanakkale, Diyarbakır, Edirne, Erzurum, Gaziantep, İstanbul, İzmir, Kayseri, Konya, Muğla, Samsun, Şanlıurfa ve Trabzon

⁵ Abuja, Astana, Aşkabat, Atina, Bakü, Berlin, Bern, Beyrut, Bişkek, Brasilia, Brüksel, Cakarta, Cidde, İslamabad, Kahire, Kuala Lumpur, Lahey, Lefkoşa, Londra, Madrid, Moskova, New York, Saraybosna, Paris, Pekin, Pretoria, Riyad, Roma, Sofya, Stokholm, Şam, Tahran, Taşkent, Tokyo, Trablus, Varşova, Viyana, Vaşington ve Yeni Delhi

- Türkiye'nin dış tanıtma faaliyetlerini yönlendirmek ve bu amaçla kamu kurum ve kuruluşları, özel sektör kuruluşları, meslek kuruluşları, amaca yönelik vakıflar, dernekler gibi teşekküllerle işbirliği yapmak,
- Yabancı ülkelerde Türkiye'nin menfaatleri doğrultusunda yapılan aydınlatma faaliyetlerine katılmak,
- Enformasyon ve aydınlatma faaliyetlerini Türkiye'nin dış politikasını destekleyecek şekilde düzenlemek ve Dışişleri Bakanlığı ile işbirliği suretiyle yürütmek.

BYEGM ve YENİ MEDYA

A. Yeni Medya Tanımı

Yeni medya, gelişen bilgisayar teknolojisiyle geleneksel mecraların çok yönlü ve dijital mecralara dönüşmesi ve bununla beraber teknolojiyle birlikte gelişen etkileşimli medya alternatifleridir (Misçi, 2006: 128).

Yeni medya, zaman ve mekân kavramlarını ortadan kaldırarak dünyanın bir ucundan diğer ucuna bilgi aktarımı ve paylaşımını saniyelerle ifade edilebilen zaman dilimi içinde gerçekleştirdiği gibi sonsuz bilginin arşivlenmesinde de büyük kolaylıklar sağlamıştır.

Yeni medya için iletişim ağları oldukça önem taşımaktadır. Analog hatlar yerini dijital ağlar almaktadır. Bu ağların bant genişliğinin artmasıyla metin, ses, görüntü gibi çoklu ortam kaynaklarına ulaşım kolaylaşmaktadır.

Yeni medya kavramları içinde belki de en çok popüler olanı sosyal medya alanıdır. Sosyal medya, Wikipedia'da yer alan tanımı itibarıyla "tek yönlü bilgi paylaşımından, çift taraflı ve eş zamanlı bilgi paylaşımına ulaşılmasını sağlayan medya sistemidir" (www.tr.wikipedia.org). Daha genel ve sade bir tanımla ise, sosyal medya; sosyalleşmek, diğer kişilerle iletişimde bulunmak, tanıdıkların amaç, yaşam ve hedefleri gibi detayları birbirleriyle paylaştığı, anlık gelişmelerle aktarımların birçok kişi tarafınca bilinmesini sağlayan bir iletişim ağıdır. Sosyal medya takip edilmeyi ve takip etmeyi, kısacası münferit platformda izlenilebilir olmayı getirir. Sosyal medya kişilere birbirlerinin hayatlarındaki en son gelişmeleri haber veren bir habercidir.

Son birkaç yıldır özellikle Ortadoğu ve Afrika ülkelerinde meydana gelen halk protestolarında bir yeni medya alanı olarak sosyal medyanın büyük bir yeri vardır. Eylemciler mevcut devlet yönetimlerine karşı sokak eylem organizasyonlarını sosyal medya üzerinden kurdukları iletişimle gerçekleştirdiler. Yine dünya medyasıyla sosyal medya üzerinden haber ve görüntü paylaşımlarında bulundular. Bu çağın yeni bir iletişim ve bilgi paylaşım portalı olarak sosyal medya gün geçtikçe yaygınlaşmaktadır.

Günümüzde haber alma, bilgi paylaşım ve nefret/şiddete davet söyleminin yayılma biçimleri, internet ve toplumsal paylaşım ağlarının (yeni medyanın) gündelik iletişim dokularında her gün yaratmakta olduğu değişimlerle yakından ilişkilidir. Yine bugünkü dünyada; gazete, radyo, televizyon, bilgisayar, tablet bilgisayarlar ve hatta cep telefonu gibi diğer temel iletişim teknolojilerinin aksine yeni medya, etkileşimli yeni kamusal alanlar yaratarak şiddet ve nefret söyleminin yaşam bulabileceği ve yeniden üretime girebileceği en elverişli ortamı sağlamıştır.

Bütün bunların ötesinde, yeni medyanın dünya toplumları ve birey olarak insan üzerindeki olumlu ve olumsuz tepkileri hala netleşebilmiş değildir. Bu alanda hukuki zeminde hem mevzuat açısından hem de toplumsal meşruiyet alanında objektif kurallar ortaya konulmuş değildir. Bu doğrultuda, yeni medya alanında başta BYEGM olmak üzere, üniversitelerin ve konuyla ilgili kurumlar tarafından ortak çalışmaların yapılması yararlı olduğu söylenebilir.

B. BYEGM'nin Yeni Medya Kapsamında Faaliyet Alanları ve Çalışmaları

Bilişim teknolojilerindeki gelişimle birlikte hızlı değişimlerin yaşandığı günümüz dünyasında enformasyonun önemi, kitle iletişim araçlarının etkisi ve haberlere erişim hızı her geçen gün artmaktadır. Diğer taraftan basın ve ifade özgürlüğü, ülkelerin dünya kamuoyuna yansımaları açısından merkezi bir rol oynamaktadır.

İletişimin interaktif ve etkileşimli bir yapıya kavuştuğu “Yeni Medya Düzeni” ile de yazılı ve görsel medya araçlarının yerini artık mobil ve web tabanlı medya araçları almaktadır. BYEGM de, bu alanda yeni bazı çalışmaların yapılması konusunda gerekli altyapıyı kurmanın yollarını geliştirmektedir.

1. Sosyal Medyada BYEGM

BYEGM'nin basın, enformasyon ve yayın konusunda birçok bilgi paylaşımı artık yeni medya alanı olan sosyal medya (Facebook ve Twitter) üzerinden de yapılmaktadır.

BYEGM'nin bu bağlamda bazı faaliyetleri kısaca şu şekilde sıralanabilir; Genel Müdürlük, sosyal medya mecralarında resmi Facebook ve Twitter hesapları ile 2012 Aralık ayından bu yana yer almaktadır. 6 aylık bir süre sonunda Facebook beğeni sayısı yaklaşık olarak 45.000 Twitter takipçi sayısı ise 5.000 rakamına ulaşmıştır (www.twitter.com/byegm). Henüz çok yeni olmasına rağmen, sosyal medya mecralarında gerek takipçi sayısı, gerekse içerik olarak kamu kurumları arasında ön sıralarda yer almaktadır.

Facebook ve Twitter ile başlanan sosyal medya mecralarına son olarak kurumsal linkedin hesabı da eklenmiştir (www.facebook.com/BBYEGM). Facebook ve Twitter hesaplarından günlük olarak belirlenen paylaşımlar arşivdeki ilgili fotoğraflarla birlikte yapılmaktadır. Genel Müdürlüğün, İl Müdürlüklerinin etkinliklerine ve organizasyonlarına ilişkin duyuruları, haberler fotoğrafları ile birlikte Ge-

nel Müdürlüğün sosyal medya hesaplarından paylaşılmaktadır. Önemli organizasyonlara ilişkin paylaşımlar ise, özellikle Twitter hesabından anlık olarak yapılarak kamuoyunun faaliyetlerle ilgili anında haberdar edilmesi sağlanmaktadır. Yine, 23. ve 24. Yerel ve Bölgesel Medya Buluşmaları ile 1. Türkiye Çocuk ve Medya Kongresi tanıtım toplantısında Facebook ve Twitter üzerinden anlık paylaşımlar gerçekleştirilmiştir.

Ayrıca, yerel basını güçlendirmek amacıyla Aralık 2012’de BYEGM tarafından Muğla’da gerçekleştirilen 23. Yerel ve Bölgesel Medya Buluşması’nda “Yeni Medya: Yarın İçin Dijital Çözümler” başlıklı etkinlikler düzenlenerek, katılımcılara hem teorik hem de uygulamalı eğitimler verilmiş, sosyal medya kullanımı ve dijital yayıncılık konularında bilgilendirilmeleri sağlanmıştır.

Genel Müdürlüğün sosyal medya hesapları üzerinden çeşitli uygulamalar gerçekleştirilmeye devam edilmektedir. Basın kartlarının yeni şeklinin basın mensupları tarafından seçilmesi ve kurumsal logo yarışması Facebook hesabı üzerinden yapılan uygulama ile gerçekleştirilmiştir. Facebook üzerinden yapılan uygulamalar ile daha yoğun katılım ve daha etkin bir iletişim sağlanmıştır. Böylece, postmodern kamu yönetimi uygulamasının istediği yurttaş odaklılık, şeffaflık ve yönetim kriterleri bu tür uygulamalarla hayata geçirilmiştir.

2. İnternet Haber Siteleri Yayın Esaslarının Belirlenmesi Çalışmaları

İnternetin ülkemize girişi ile birlikte, internet gazeteciliği de gündemimize girmiş bulunmaktadır. Genellikle yaygın ve yerel medya organlarının kendi adıyla yayınladığı internet haber siteleri mevcuttur. Fakat bağımsız internet haber sitelerinin de sayısı hızla artmaktadır. İnternet gazeteciliği, haberi çok hızlı bir şekilde ve neredeyse canlı verebildiğinden yazılı basının sınırlarını zorlamaktadır.

İnternet medyasının yaygınlaşması ile birlikte, basın özgürlüğü, kişisel hak ve özgürlüklerin korunması, telif hakları, reklam payları ve internet üzerinden haber yayını yapan gazetecilerin basın kartı sahibi olması konuları da gündeme gelmiş ve internet medyasına ilişkin bir yasal çerçevenin çizilmesi zorunluluğu ortaya çıkmıştır.

Bu çerçevede, Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü koordinasyonunda; Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu, Telekomünikasyon İletişim Başkanlığı ve Basın İlan Kurumu temsilcilerinin katılımı ile oluşturulan **çalışma grubu**, uzun bir çalışma süreci sonunda ve ilgili basın meslek kuruluşlarının da görüşlerini almak suretiyle bu Kanun Tasarısı Taslağını hazırlamıştır.

Medya mevzuatının ilgili maddelerinde gerekli düzenlemeleri yaparak sektörün gelecekteki sorunlarını da çözüme vizyonunu ortaya koyan düzenlemeleri içeren kanun tasarısı Başbakanlıkta beklemektedir.

BYEGM ve KAMU DİPLOMASİSİ

A. Kamu Diplomasisi Tanımı

Stratejik bir iletişim aracı olarak Kamu Diplomasisi, “kamuoyunun anlaşılması, bilgilendirilmesi ve etkilenmesi” faaliyetlerinin toplamı olarak tanımlanmaktadır (Krause, Evera, 2009).

Bu sürecin önemli bir parçacı olan siyasi iletişim ise “siyasi bir imkân ve kaynak olarak bilginin devletler, örgütler yahut bireyler tarafından üretilmesi, dağıtılması, kontrolü, kullanımı ve proses edilmesi” olarak tasvir edilmektedir (Manheim, 1993: 166–167). Kamu diplomasisinin amacı propaganda değil, nesnel verilere ve gerçeklere dayalı stratejik bir iletişim dili inşa etmek ve farklı kesimlerin hizmetine sunmaktır (www.kamudiplomasisi.org).

Diplomasi, sözlükteki genel tanımıyla: “Milletlerarası münasebetlerin müzakerelerle yürütülmesi; bu münasebetlerin büyükelçi ve elçilerle icrası ve idaresi metodu; diplomatların ilgi ve sanatı”dır (Horby, 1988: 242).

Encyclopedia Britannica- milletlerarası münasebetleri yönetme konusunda yerleşik usul veya milletlerarası münasebetleri, başlıca müzakere yoluyla yönetme sanatından bahsetmektedir. Yine diplomasi, Cull tarafından “uluslararası ortamı idare etmek için savaşa ramak kala milletlerarası aktörler tarafından mevzileştirilen mekanizmalar” olarak tarif edilmektedir (Cull, 2009).

Diplomasi konusu, özellikle uluslararası ilişkilerin ortaya çıkmaya başladığı 15. yüzyıldan itibaren Avrupalı düşünürler tarafından üzerine durulmaya başlanan bir alan olmuştur. 20. yüzyılın başlarına kadar dünya diplomasisi Avrupa diplomasisi anlamına geliyordu. Bu dönemde Asya, Afrika ve Amerika uluslararası alanında seslerini duyurabilecek güce sahip değildi. Önemli uluslararası meselelerde (savaş, barış vb.) kararlar, genel olarak Avrupa devletleri tarafından alınırdı. Bu diplomasi yönteminin en önemli özelliklerinden biri ‘gizli’ olmasıydı. Ülkeleri yönetenler, en önemli dış politika kararlarını dahi halklarına hiç danışmaksızın, onlardan tamamen habersiz tek başlarına alıp uygulayabilmekteydiler (www.kamudiplomasisi.org).

Birinci Dünya Savaşı’na kadar süregelen bu durum, savaştan sonraki dönemde yeni bir diplomasi anlayışını şekillendirmeye başlamıştır. Yeni diplomasi anlayışının savunuculara göre, diplomasi, yalnızca diplomatların eline bırakılamayacak kadar önemliydi. Demokratik idare ilkelerine dayanarak, halkın hayati menfaatlerinin söz konusu olduğu durumlarda, kamuoyunun mutlaka haberdar edilmesini ve karar verme mekanizmasının her aşamasında kamuoyuna kanaat oluşturabilme ve ifade edebilme imkânının tanınmasını gerektiriyordu. Yeni diplomasi

anlayışına göre diplomasi, diplomatların yanı sıra, artık büyük çapta politikacılar eliyle icra ediliyordu (Tuncer, 2009: 78).

Günümüzde modern diplomasi/kamu diplomasisi hızla geleneksel diplomasi-nin kapalı, hiyerarşik ve elitist düzeninin yerini almaya başlamıştır.

Kamu diplomasisi uygulamaları eskilere dayanmasına rağmen, çok yakın zamanlarda kullanılmaya başlanmış bir kavramdır. Son dönemde uluslararası bir yöntem olarak kullanılmaya başlanan kavram, devletlerarası ve resmi kurumlar arasındaki ilişkilerle yürütülen klasik diplomasi-nin yerini almıştır. Kamu diplomasisi, klasik diplomasiden farklı olarak halklardan halklara, sivil ve diğer toplum kurum/kuruluşları ile yürütülmektedir.

Küreselleşmenin, siyasi gücün adem-i merkezileşmesinin ve bilgi dolaşımının önemli boyutlara ulaştığı çağımızda, kamu diplomasisi tanıtma ve propaganda faaliyetlerinin ötesinde bir yer edinmiştir.

Söz konusu diplomasi türü, günümüz diplomatını, başta hükümetler olmak üzere, medya, akademik çevreler, öğrenciler, gençlik grupları, akademisyenler, sanatçılar, kültürel kuruluşlar, bölgesel ve mahallî birimler, özel teşebbüsler ve çok geniş bir yelpazeyi kavrayan özel menfaat grupları ve sivil toplum teşekkülleriyle münasebet kurmaya itmekte ve bunun için gerekli beceri ve özelliklere sahip olmasını zorunlu kılmaktadır (İskit, 2011: 308).

Kamu diplomasisinin temelini “yumuşak güç” (soft power) kavramı oluşturmaktadır. “Yumuşak güç” kavramı Soğuk Savaş’ın sonunda Nye tarafından, askeri ve ekonomik gücünden ziyade kültürünün cazibesi özelliğiyle bir aktörün uluslararası zeminde isteneni alma kabiliyetinin bir ifadesi olarak icat edilmiştir (Nye, 2005: 16).

Yumuşak güç başkalarının tercihlerini şekillendirme becerisine ve siyasî gündemi diğer insanların önceliklerini şekillendirecek biçimde tayin etme kabiliyetine dayanır. Siyasî liderler ve Antonio Gramsci gibi düşünürler gündemi teşekkül ettirmekle ve bir müzakerenin sınırlarını tespit etmekle temin edilen gücün farkına uzun zaman önce varmışlardır (Nye, 2005: 17).

Kamu diplomasisi, yumuşak gücün yanı sıra; kültürel diplomasi, politik iletişim, kültürlerarası diyalog ve kültürlerin diyalogu, propaganda, medeniyetler arası ittifak, kriz yönetimi, medya yönetimi, medya ilişkileri, halkla ilişkiler, stratejik iletişim, global iletişim, stratejik etki, psikolojik faaliyetler, enformasyon ve medya faaliyetleri (Fiske, 2005: 8) gibi pek çok teknik terimle alakalı bir faaliyettir.

Kamu diplomasisi mekanizmasındaki her bir unsurun, her bir soyut önceliğin hayata geçirilmesinde eşit rol alması gerektiği beklenmemelidir. İdeal durum söz konusu kamu diplomasisi aktörünün yaklaşımına ve zaman ölçeğine uyan görevleriyle politika ve mekanizmanın terkihiyle ortaya çıkmaktadır (Cull, 2009: 15-16).

Çağımızda yeni medyanın ve bilgi teknolojilerinin kamu diplomasisini uygulamada ve değerlendirmede önemli bir rol oynadığı görülmektedir. Kamu diplomasisi uygulayıcıları yeni medya teknolojilerini ve platformlarını kullanma ve bu yeni realiteye etkili bir biçimde angaje olmak için stratejiler geliştirmek zorundadırlar.

Buna ek olarak uygulayıcılar, dışarıdaki kitleye ulaşmada yerel medyanın öneminin devam ettiğini bilmeleri gerekir. Hızla artan farklı ve çok yüzlü medya ortamı, ayrılmış ve birbirinden oldukça farklılaşmış bir kitle meydana getirmiştir. Özellikle gelişmekte olan dünyada medya pazarının bu parçalanmış hali kamu diplomasisi uygulayıcıları için yeni mücadele alanları yaratmaktadır. Bilgi için geniş kaynakların fazlalaşması ve yeni medya tiplerinin ortaya çıkması, yabancı ülkelerdeki bir kaynaktan alınan mesaja karşı rekabet ortamı oluşturarak bilgisinin en fazla güvenilir kaynaktan alınması sağlanmalıdır (Fouts, 2006: 13–14).

B. BYEGM'nin Kamu Diplomasisi Kapsamında Yaptığı Çalışmalar

1920'de kurulan BYEGM, 231 Sayılı Kanun Hükmünde Kararname ile belirlenen temel amacına yönelik olarak dünyada gerçekçi bir Türkiye algısının yerleşmesine, güçlü ve özgür basın ortamının sağlanmasına katkıda bulunan referans kurum olma vizyonu çerçevesinde aynı zamanda Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü'nün sekretarya hizmetlerini de yerine getirmektedir.

Kamu diplomasisi alanında tüm ilgili kurumlar arasında koordinasyon sağlamak amacıyla Koordinatörlük Başbakanlık bünyesinde gerçekleştirilmektedir. Türkiye'nin kamu diplomasisi uygulamalarında çatı kurum olan Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü, dış kamulara yönelik olarak gerçekleştireceği kamu diplomasisi etkinliklerini çeşitli kurumların ortak çabalarıyla gerçekleştirmektedir. Kamu kurumları olarak; Cumhurbaşkanlığı, Başbakanlık, Dışişleri Bakanlığı, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Milli Eğitim Bakanlığı, Avrupa Birliği Bakanlığı, Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT), Türk İşbirliği ve Kalkınma İdaresi Başkanlığı (TİKA), Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü (BYEGM), Anadolu Ajansı (AA), Başbakanlık Tanıtım Fonu ve çalışmanın niteliğine göre ilgili diğer kurumlar olarak ortaya çıkmaktadır (Yağmurlu, 2007: 27).

Dolayısıyla, Kuruluş gerekçesi, yapısı ve görev tanımı gereği BYEGM'nin Türkiye'deki kamu diplomasisi aktörleri arasında önemli bir yere sahip olduğunu söylemek mümkündür.

Kamu diplomasisinin üç önemli boyutu vardır. Her üç boyut da farklı oranlarda, doğrudan devlet bilgisi ve uzun vadeli kültürel münasebetler gerektirmektedir;

İlk boyutu, yerel ve dış politikaların genel durumunun açıklanmasını ihtiva eden "günlük iletişimler"dir. Modern demokrasilerde devlet görevlileri, kararlarını verdikten sonra, basına ne söyleyecekleri ve bunu nasıl yapacaklarına umumiyetle çok dik-

kat ederler. Fakat çoğunlukla ülke basınına odaklanmaktadırlar. Hâlbuki yabancı basın, kamu diplomasisinin ilk boyutu için en önemli hedef olmalıdır.

İkinci boyut, siyasî bir kampanyada veya bir reklam kampanyasında olduğu gibi, bir dizi basit temanın geliştirildiği “stratejik iletişimler”dir. Kampanya, ana temaları markalamak veya özel bir devlet politikasını geliştirmek için, bir yıl içindeki sembolik olayları ve iletişimlerini planlamaktadır.

Kamu diplomasisinin üçüncü boyutu, burslar, mübadele programları, staj, seminerler, konferanslar ve medya kanallarına ulaşım suretiyle, yıllar içerisinde önemli kişilerle “uzun süreli münasebetler” geliştirmektir.

Bu itibarla, BYEGM tarafından gerçekleştirilen kamu diplomasisi faaliyetlerinin ağırlıklı olarak kamu diplomasisinin üçüncü boyutu ile ilgili olduğu söylenebilir.

Kamu Diplomasisi kapsamında BYEGM'nin yaptığı başlıca çalışmalar; *yurt dışı medya takibi, çeviri yayınlar, yurt dışı basına ilişkileri artırmaya yönelik çalışmalar, yabancı basına yönelik çalışmalar ve basın müşavirlerinin ve ataşelerin çalışmaları* şeklindedir.

1. Yurt Dışı Medya Takibi

- **Medya İzleme Merkezi:** BYEGM bünyesindeki Medya İzleme Merkezince, 25 dilde (Almanca, Arapça, Boşnakça, Bulgarca, Çince, Danca, Ermenice, Farsça, Farsça Deri Lehçesi, Fransızca, Gürcüce, Hırvatça, Hintçe, İngilizce, İspanyolca, İtalyanca, Japonca, Karadağca, Kürtçe, Makedonca, Romence, Rusça, Sırpça, Urduca, Yunanca) 24 saat yabancı medya takibi ve çevirileri yapılmaktadır.

- **Devlet Enformasyon Sistemi (DES):** BYEGM, açık kaynaklardan bilgileri derlemekte ve ilgili makamlara iletmektedir. Bu doğrultuda, yıllardır Medya İzleme Merkezi bünyesinde sürdürülen çalışmalar Devlet Enformasyon Sistemi (DES) adıyla daha da geliştirilmiştir. DES, yerli ve yabancı medyadan 24 saat gerçek zamanlı derlemelerin takibinin sağlandığı, 25 dilde haberlerin Türkçeye çevrilmiş hâlini ve orijinallerini sunan, arşivleme yöntemiyle de eski tarihli haberlere erişime imkân veren bir teknik yapıya sahiptir. Sistem; yerli ve yabancı, yazılı ve görsel basında yer alan tüm haberlerden devletin üst makamlarını bilgilendirme amacı taşımaktadır. Genel Müdürlüğe, bir yıl içinde ulaşan yaklaşık 1,5 milyon yabancı haber, deneyimli ve uzmanlaşmış personel tarafından değerlendirmeye tabi tutulmaktadır. Bunun sonucunda dikkate değer görülen yaklaşık 40 bin dış kaynaklı haber devletin üst makamlarına sunulmaktadır. Ayrıca konularına göre ayrılan bu haberler bülten ve elektronik posta olarak kullanıcılara ulaştırılmaktadır. DES ile ayrıca yaygın basın ve yerel basın haberleri ile ajans haberleri de kullanıcıların ilgisine sunulmaktadır.

DES'de; 40 yabancı televizyon, 25 dilde 300'ün üzerinde yabancı haber sitesi, 3 yabancı haber ajansı, 3 yerli ajans, 92 ülkeden 48 dilde 1700'ün üzerinde yayın or-

ganının ilk baskılarının yer aldığı online gazete büfesinden 21 dilden tarama 150 yerel gazete bulunmaktadır.

2. Çeviri Yayınlar

- **Bültenler:** BYEGM tarafından derlenen haberlerin işlenmesi suretiyle “Dış Basında Türkiye” bülteni hazırlanarak Genel Müdürlüğün internet sayfasında yayımlanmakta ve günde iki defa güncellenmektedir. Ayrıca, dünyada ve Türkiye’deki güncel gelişmelere bağlı olarak özel bültenler çıkarılmaktadır. 2010 yılında 41, 2011 yılında 55 konuda özel bülten yayımlanmıştır. Bunlara ilaveten her yıl Dış Basın Değerlendirme Raporu hazırlanmakta ve internet sayfasında yayımlanmaktadır (www.byegm.gov.tr/kataloglar).

- **Diğer Başlıca Yayınlar:** BYEGM, Türkiye’deki yabancı basın mensuplarının, büyükelçiliklerin, iş adamlarının ve yurt dışında Türkiye’deki gelişmelerle ilgilenen kesimlerin istifadelerine sunulmak üzere, günlük ulusal basınının önemli başlıkları ve kısa özetlerinden oluşan bülten 4 dilde (Almanca, Fransızca, İngilizce, Rusça,) internet sayfasında yayımlanmaktadır. Bunlara kısa süre içinde Arapça bültenin de eklenmesi için çalışmalar başlatılmıştır.

BYEGM’ nin Türkçenin yanı sıra başka yabancı dillere çevrilmiş olan diğer başlıca yayınları şunlardır: Türkiye Kitabı, Ayın Tarihi, 4 dilde BYEGM Tanıtım Kataloğu, Bir Bakışta Türk Medyası, Türk Dili Konuşan Ülkeler Medya Forumu ve Balkan Ülkeleri Medya Forumu Kitapları, İletişim ve Diplomasi Akademik Hakemli Dergisi.⁶

3.Yurt Dışı Basınla İlişkileri Artırmaya Yönelik Çalışmalar

Forumlar

- Türk Dili Konuşan Ülkeler Medya Forumları

- *Türk Dili Konuşan Ülkeler ve Topluluklar Medya Forumu/1:* Türk Dili Konuşan Ülkeler Medya Forumu Türkçe konuşan ülkeler arasındaki işbirliğinin küreselleşen dünyada önemli bir kamu diplomasisi aracı haline gelen medya aracılığıyla Dışişleri Bakanlığı Stratejik Araştırmalar Merkezi (SAM) işbirliğinde 21–22 Aralık 2010 tarihlerinde Ankara’da gerçekleştirilmiştir.

“Küreselleşen Dünyada Medya: Fırsatlar ve Sorunlar” teması altında gerçekleştirilen söz konusu Forumu, Azerbaycan, Kazakistan, Kırgızistan, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti ve Türkmenistan’dan davet edilen 62 yabancı basın mensubu

⁶ İletişim ve Diplomasi Akademik Hakemli Dergisi İngilizce makaleleri yanı sıra her makalenin İngilizce özetlerini de içermektedir.

ile Türkiye'nin önde gelen medya kuruluşları yetkilileri, akademisyenler, kamu kurum ve kuruluşlarından üst düzey yetkililer ve çok sayıda davetli katılmıştır.

Türk dili konuşan ülke medya mensuplarının ilk kez bir araya gelme fırsatı bulunduğu Forum sonunda yayınlanan sonuç bildirgesinde Türk kökenli gazeteciler arasında bilgi paylaşımı, görüş alışverişi ve mesleki dayanışmanın sağlanmasına zemin oluşturacak bir "Türk Dili Konuşan Ülkeler Medya Birliği'nin tesis edilmesi, "Türk Dili Konuşan Ülkeler Medya Formu"nun her yıl düzenli olarak belirlenecek bir ülkede gerçekleştirilmesi amacıyla bir "Çalışma Grubu" oluşturulmasına karar verilmiştir. Söz konusu Çalışma Grubu 17 Ekim 2011 tarihinde Ankara'da toplanarak "Türk Dili Konuşan Ülkeler ve Topluluklar Medya Platformu (Türk Medya Platformu)" kurulmasını kararlaştırmış ve "Türk Medya Platformu Tüzüğü" hazırlanarak üyeler tarafından imza altına alınmıştır.

- **Türk Dili Konuşan Ülkeler ve Topluluklar Medya Forumu/2:** Türk dünyası medyası için açılımlara kaynaklık eden "Türk Dili Konuşan Ülkeler ve Topluluklar 2. Medya Forumu" 28 Ekim 2011 tarihinde Bakü'de düzenlenmiştir. Forum, "Küreselleşen Dünyada Türk Dili Medyanın Etkileri: Farklılıklar ve Ortak Çıkarlar" teması altında, Türkiye ile birlikte Azerbaycan, Türkmenistan, Kazakistan, Kırgızistan, Kazan Özerk Cumhuriyeti, Saha-Yakut Özerk Cumhuriyeti, Kırım Özerk Cumhuriyeti, Hakasya Özerk Cumhuriyeti, Tuva Özerk Cumhuriyeti, Başkurdistan Özerk Cumhuriyetinden kamu ve özel sektör basın temsilcilerinin katılımıyla gerçekleşmiştir.

Türk Dili Konuşan Ülkeler ve Topluluklar 2. Medya Formu'nun sonuç bildirgesinde "Türk Dili Konuşan Ülkeler ve Topluluklar Medya Platformu"nun kurulduğu ilan edilmiş ve "Platform Koordinasyon Kurulu" teşkil edilmiştir.

- **Balkan Ülkeleri Medya Forumu:** 12 Balkan ülkesinden gelen medya mensuplarının, akademisyenlerin ve sivil toplum kuruluşu temsilcilerinin katılımıyla 2-3 Mayıs 2011 tarihlerinde Bursa'da gerçekleştirilen Balkan Ülkeleri Medya Forumunda; bölgede medya sektörünün durumu; ikili, bölgesel ve uluslararası ilişkiler ile kültürel işbirliğinin kalıcı bir barış ve istikrar ortamına katkısı tartışılmıştır. Forum sonucunda büyük bir uzlaşma ile kabul edilen Sonuç Bildirgesi'nde; uzun uğraşlar verilerek sağlanan barış ortamının devamının ancak Balkan Medyasının "Ortak Bir Gelecek İdeali"ne olan bağlılığı ve katkısı ile mümkün olabileceği vurgusu yer almıştır.

- **Türk-Arap Medya Forumu:** BYEGM, gelecekte halkların daha müreffeh ve huzur içinde yaşamasında basının gücünden yararlanılmasının zorunlu hale geldiğine olan inancıyla Türkiye'nin yanı sıra Arap Ligi üyesi 22 ülkeden⁷ yaklaşık 200 önde gelen basın mensubunu davet ederek 30 Kasım-01 Aralık 2011 tarihle-

⁷ Bahreyn, Birleşik Arap Emirlikleri, Cezayir, Cibuti, Fas, Filistin, Irak, Katar, Komorlar, Kuveyt, Libya, Lübnan, Mısır, Moritanya, Somali, Sudan, Suriye, Suudi Arabistan, Tunus, Umman, Ürdün ve Yemen.

rinde İstanbul'da Türk-Arap Medya Forumunu gerçekleştirmiştir. Foruma Türkiye'den aralarında basın mensubu, akademisyen, öğrenci ve vatandaşların da bulunduğu 400 civarında davetli katılmıştır. Bölgemizde ortaya çıkan önemli meselelerde basın kuruluşları ve mensupları arasında ortak algı ve tutumların varlığının önemine vurgu yapılan Forum'da ortak bir platformda birleşmenin ülke-
rimizin geleceği ve mesleki gelişimimiz açısından gerekli bir adım olduğu kanaatine varılmıştır. Ayrıca, Türk ve Arap Ligi ülkeleri basın mensuplarının ortak çalışma yürütme kararı aldığı ve halklarımızın barış dolu bir bölgede, istikrarlı ve müreffeh bir dünya için ortak çaba gösterme konusundaki güçlü iradesinin bir göstergesi olarak "Türk-Arap Medya Platformu" oluşturulması oy birliği ile kabul edilmiştir.

- **Türkiye-Afrika Medya Forumu:** Türkiye'nin Afrika ülkelerine yönelik olarak takip ettiği çok boyutlu dış politikasını ve medyanın toplumlar ve devletler üzerindeki gücünü göz önünde bulunduran BYEGM, başta Türk dış politikasına medya sektörünün öncü kurumu olarak destek vermek, Türkiye'nin "Afrika Açılımı"nı ulusal ve uluslararası camiada görünür kılmak ve sektör içindeki işbirliğini arttırmak amacıyla Başbakan Yardımcısı Sayın Bülent ARINÇ'ın himayelerinde, Dışişleri Bakanlığı ve Afrika Medya Girişimi (AMI)'nin desteğini alarak Türkiye-Afrika Medya Forumu'nu düzenlemiştir.

Afrika Birliği üyesi 54 ülkeden basın mensuplarının ve akademisyenlerin geniş katılımlarıyla 09-10 Mayıs 2012 tarihlerinde Ankara'da düzenlenen Forumun Sonuç Bildirgesi'nde; Türkiye ve Afrika ülkeleri medya kuruluşları arasında sağlıklı ve süreklilik taşıyan ilişkilerin önemine değinilerek Forum ile başlayan işbirliği ve diyalog sürecinin somut adımlarla desteklenmesi kararı alınmıştır. Buna göre; geleceğe yönelik atılması planlanan somut adımlardan birincisini Türk Afrika medya kuruluşları ve mensupları arasında istişarelerin kurumsallaştırılması için ortak bir platformun kurulması, ikincisini BYEGM ve Afrika Medya İnsiyatifi (AMI) arasında bir gazeteci değişim programının oluşturulması, üçüncüsünü ise yine BYEGM ve AMI arasında Afrika medya sektörünü geliştirmek amacıyla Afrikalı medya kuruluşlarının teknik donanımına ve diğer kaynaklara erişimlerini kolaylaştırmaya yönelik bir mekanizma tesis edilmesi oluşturmaktadır.

Söz konusu Sonuç Bildirgesi'nde ifade bulan ve yukarıda bahsedilen 3 somut adımdan ikisi olan Türkiye-Afrika Medya Platformu'nun kuruluşunun deklare edilmesi ve Genel Müdürlüğümüz ve AMI himayesinde bir medya mensubu değişim protokolünün imzalanması gerçekleştirilmiştir.

- Avrupa Medya Buluşmaları

- **Avrupa Medya Buluşmaları/1 (Köln-Almanya):** BYEGM tarafından Avrupa'daki Türk medya potansiyelini ortaya çıkartmak amacıyla bir çalışma başlatıl-

miş ve bir envanter çıkarılmıştır. Bu potansiyeli ortaya koymak adına ilk olarak Almanya'da Türkçe yayın yapan medya kuruluşlarını ve çalışanlarını bir araya getirerek kaynaştırmak, sorunlarını yerinde tespit etmek ve Genel Müdürlüğün kendilerine yönelik hizmet ve faaliyetlerinden haberdar olmalarını sağlamak amacıyla 05-06 Şubat 2011 tarihlerinde Almanya'nın Köln kentinde toplantı düzenlenmiştir. Söz konusu etkinlik kapsamında yurt dışında yaşayan 160 civarında Türk basın mensubu ile bir araya gelinerek tanışma ve bilgilendirme toplantıları yapılmış, karşılıklı fikir alışverişinde bulunulmuştur.

- **Avrupa Medya Buluşmaları/2 (Brüksel-Belçika):** Avrupa'da Türkçe yayın yapan medya kuruluşları ile iletişiminizi güçlendirmek için düzenlenen Avrupa Medya Buluşmalarının ikincisi 23-24 Eylül 2011 tarihlerinde Brüksel Medya Buluşması adı altında düzenlenmiştir. Belçika ve Hollanda başta olmak üzere Avrupa'nın çeşitli ülkelerinden katılan çok sayıda basın mensubunun yanı sıra sivil toplum örgütlerinin temsilcileri ile vatandaşların da ilgi gösterdiği toplantının sonunda basın kuruluşlarının ve mensuplarının mesleki çalışmalarını kolaylaştırıcı bütün tedbirlerin alınmaya devam edileceği vurgulanmıştır.

- **Avrupa Medya Buluşmaları/3 (Paris-Fransa):** Avrupa Medya Buluşmalarının üçüncüsü 14 Nisan 2013'te Paris'te gerçekleştirilmiştir. Buluşmaya basın ve enformasyon alanındaki kurumların üst düzey temsilcileri ile 10 farklı Avrupa ülkesinden toplam 96 medya mensubunun yanı sıra Türkiye'den de basın mensupları katılım sağlamıştır. Katılımcılar, söz konusu kurumların üst düzey yetkililerine soru ve sorunlarını dile getirme, öneri ve taleplerini iletme imkânı bulmuşlardır. Ayrıca, bu toplantıda "Avrupa'da Yerleşik Türk Yerel Medyasının Sorunları ve Beklentileri Araştırması"nın sonuçları katılımcılarla paylaşılmış ve "Avrupa medyasında Türk ve Müslüman Topluma Yönelik Ayrımcılık" konusunda sunumlar yapılmıştır.

- **İslam İşbirliği Teşkilatı (İİT) Medya Forumu**

İslam İşbirliği Teşkilatı'na (İİT) üye ülkelerin medyalarını birleştirmek ve aralarındaki iletişimi artırmak amacıyla İİT Medya Forumu'nun kurulması 19-20 Nisan 2012 tarihlerinde Gabon'un başkenti Libreville'de düzenlenen İİT 9. Enformasyon Bakanları Toplantısında kararlaştırılmıştır.

İslam dünyasında medya ve iletişim alanında işbirliğini, iletişimi ve uzmanlığı artırmayı amaçlayan bir medya çatı kuruluşu olması öngörülen söz konusu Forumun oluşturulmasına yönelik olarak İİT Genel Sekreterliğinin üye ülkelere yaptığı çağrıya ilk cevap veren ülke Türkiye olmuştur. Türkiye'nin bu başvurusu 15-17 Kasım 2012 tarihlerinde Cibuti'de düzenlenen İİT 39. Dışişleri Bakanları Konsyeyi Toplantısında da dile getirilmiştir.

Bu çalışmalar kapsamında söz konusu Forum merkezinin Türkiye'de oluşturulmasını öngören ve Forum'un yapısını ve işleyişini düzenleyen taslak bir

tüzük hazırlanmıştır. Tüzüğün İİT'ye üye ülkelerin temsilcileri ile ele alındığı İİT Medya Forumu Hazırlık Toplantısı 24-25 Haziran 2013 tarihlerinde Ankara'da düzenlenmiştir. (www.byegm.gov.tr/basinduyurulari). Afganistan, Arnavutluk, Azarbaycan, Bahreyn, Bangladeş, Benin, Burkina Faso, Cezayir, Filistin, Gabon, Gambiya, Gine, Irak, Kırgızistan, Lübnan, Mısır, Moritanya, Mozanbik, Nijer, Senegal, Suudi Arabistan, Tacikistan, Uganda, Ürdün ve Yemen temsilcilerinin yanı sıra İİT Genel Sekreterliği temsilcilerinin de katıldığı bu toplantıda söz konusu tüzük kabul edilmiş ve yapılan deklarasyonla da İİT Dışişleri Bakanları Konseyine İİT Medya Forumuna "İlgili kuruluş" statüsünün verilmesi talep edilmiştir.

- Sempozyum ve Kongreler

- *Uluslararası Kadın ve Medya Sempozyumu*: BYEGM, medyada kadın konusunun sıklıkla gündeme gelmesinden yola çıkarak konunun yerli ve yabancı basın mensuplarıyla ortak bir platformda tartışılmasını sağlamak amacıyla 04-05 Nisan 2012 tarihlerinde Antalya'da "Uluslararası Kadın ve Medya Sempozyumu"nu gerçekleştirmiştir. Sempozyuma Türkiye'den 81 ilden yaygın ve yerel basın mensuplarının yanı sıra ABD, Yemen, KKTC, İngiltere, Suudi Arabistan, Yunanistan, Mısır, Azerbaycan, Belçika, Ürdün, Birleşik Arap Emirlikleri'nden çok sayıda yabancı basın mensubu da iştirak etmiştir. Sempozyumun sonuç bildirgesinde medya ve kadın konusunda tüm tarafların dikkate alacağı temel ilkeler belirlenerek bir yol haritasının temeli atılmıştır.

- *I. Türkiye Çocuk ve Medya Kongresi*: 14-15 Kasım 2013 tarihleri arasında BYEGM, Çocuk Vakfı, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) işbirliği ile "I. Türkiye Çocuk ve Medya Kongresi" düzenlenecektir.

Kongrenin temel amacı, çocuk ve medya ilişkisini 'imkânlar' ve 'güçlükler' çerçevesinde etkilenen taraf çocuk ve etkileyen bütün tarafların katılımı ve tüm boyutlarıyla değerlendirmek, çocuklar için medyanın demokratikleşmesi sürecini harekete geçirmektir.

I. Türkiye Çocuk ve Medya Kongresi'nde, çocukların medyanın olumsuz etkilerinden korunması ve olumlu yanlarından faydalanmasına yönelik çalışmalar değerlendirilecektir. Kongre sonunda, "İstanbul Medya ve Çocuk Bildirgesi" ile "Türkiye Çocuk ve Medya Stratejisi ve Uygulama Planı 2014-2018 Belgesi" hazırlanacaktır. Bu kapsamda, çocuk ve medya konusunda uzman 26'sı yurtiçi ve 21'i yurtdışından konuşmacının kongreye katılması ve beklenmektedir.

- Yabancı Basına Yönelik Çalışmalar

- *Yabancı Basın Heyetleri*: BYEGM, hazırlanan bilgilendirme programları çerçevesinde, yabancı basın mensuplarını gruplar hâlinde ya da münferiden Türkiye'ye davet ederek ilk elden bilgi almalarını temin etmektedir. Ayrıca, Tür-

kiye'nin tarihi ve kültürel mirasının tanıtılmasına ilgili kurumlarla işbirliği yaparak katkı sağlamaktadır. Ayrıca, devlet ve hükümet yetkililerinin Türkiye'ye yaptıkları resmî ziyaretler sırasında beraberlerindeki basın heyetlerine de gerekli hizmetler verilerek etkili ve hızlı bir haber akışı, bilgilenme ve tanıtım için uygun ortamlar oluşturulmaktadır.

- **Yerleşik Yabancı Basın:** Yabancı basın ve yayın organlarının temsilcisi, muhabiri ya da benzeri sıfatlarla Türkiye'ye gelen yabancı basın mensuplarının Türkiye'deki mesleki çalışmalarını kolaylaştırmak amacıyla akreditasyonları yapılmakta ve kendilerine daimî nitelikli basın kartı verilmektedir. Türkiye'ye daimî görevle gelen yabancı basın mensubu sayısında önceki yıllara oranla önemli artışlar kaydedilmiş ve dünyanın önde gelen basın kuruluşları Türkiye'de büro açmışlardır.

- **Basın Merkezleri ve Masaları:** BYEGM gerek hizmet binasında bulunan Basın Merkezi ve gerekse uluslararası organizasyonlar, yabancı heyet ziyaretleri ve kriz durumlarında kurduğu geçici basın merkezleri ile hizmet vermektedir. Özellikle de son yıllarda genel seçimler ve referandum dolayısıyla yurt içinde ve yurt dışında büyük basın merkezleri kurulmuştur. Ayrıca, uluslararası zirve, toplantı vb. etkinlikler kapsamında ayrıca basın masaları da oluşturmaktadır. Kurulan basın masası özellikle, etkinlikler kapsamında akredite edilen yerli ve yabancı basın mensupları için hazırlanan akreditasyon kartlarının dağıtım merkezi olması açısından önem taşımaktadır.

- Basın Müşavirlikleri ve Ataşeliklerin Çalışmaları

BYEGM'nin Yurtdışı teşkilatının çalışmaları da Kamu Diplomasisi alanında Türk dış politikasına katkı sağlamaktadır. Basın müşavirleri ve ataşelerinin ana görevleri şunlardır;

a) *Devletin tanıtma siyasetinin ve tanıtma ile ilgili alanlarda hükümetçe belirlenen stratejilerin yurtdışında uygulanmasına yardımcı olmak,*

b) *Hükümet faaliyetlerinin ve yapılan hizmetlerin dış kamuoyuna müessir şekilde yansıtılmasına ve kamuoyu bunların dış üzerindeki etkisinin belirlenmesine ait hizmetleri yapmak,*

c) *Türkiye aleyhindeki propaganda faaliyetlerini takip etmek ve değerlendirmek, gerekli görülenler üzerine misyon şeflikleri ve Genel Müdürlük ile koordinasyon halinde düzeltici ve bilgilendirici belge ve dokümanları ilgili birimlere ulaştırmak, bunların o medya kuruluşunda veya yayınlarında yer almasını sağlamak,*

ç) *Yabancı ülkelerde Türkiye'nin menfaatleri doğrultusunda yapılan faaliyetlere katılmak, bu faaliyetlerin ilgili ülke medyasında Türkiye'nin görüşleri doğrultusunda ve doğru bir şekilde yer almasını sağlayıcı girişimlerde bulunmak,*

d) Enformasyon ve aydınlatma faaliyetlerinin Türkiye'nin dış politikasını destekleyecek şekilde düzenlenmesi ve uygulanmasına yardımcı olmak (Başbakanlık, 2013:md:16(1)).

SONUÇ

Enformasyon ve telekomünikasyon teknolojileri, 21. yüzyılı şekillendiren en etkili güçler arasında yer almaktadır. Bu teknolojiler insanların yaşama, öğrenme ve çalışma şekilleriyle, sivil toplum ile devletin etkileşimini devrim yaratacak şekilde etkilemiş ve hala bireysel ve toplumsal yaşamı kökünden değiştirmekte; çok ciddi ekonomik, sosyal, kültürel ve politik sonuçlar doğurmaktadır.

Teknolojik yenilikler iletişimde de kendini göstermekle birlikte, iletişimi “yeni medya” adındaki farklı bir boyuta taşımıştır. Günümüzde, kişileri birbirleriyle iletişimde ve bağlantıda tutan bir sistem olarak yeni medyanın geniş alanlara yayıldığı görülmektedir. Yeni medya kanalları geleneksel medya kanallarından daha farklı bir iletişimi desteklemektedir.

Dolayısıyla, klasik iletişimde hedeflenen, içtenlik, samimiyet gibi duygulardan ziyade, yeni medyada hedeflenen doğru haberin aktarımının en hızlı şekilde gerçekleştirilmesidir. Bu aktarımı sağlayan yeni medya araçlarının başında gelen; TV, uydu antenleri, fiber optik kablolar, bilgisayarlar, mobil telefonlar, çağrı cihazları vb. yaşam tarzımızı, çalışma biçimimizi, birbirimizle ilişki kurma ve sürdürme alışkanlıklarımızı köklü bir biçimde değiştirmektedir.

Yeni iletişim teknolojilerinin doğurduğu en önemli sonuç, küresel ve yerel düzeyde enformasyon ve bilgi akışının hızlanmış, kolaylaşmış ve ucuzlanmış olmasıdır. Artık dünyanın herhangi bir A noktasından, bir B noktasına günün her anında sinyal ulaştırmak, ses, yazı, görüntü ve veri göndermek oldukça kolaylaşmıştır.

Ülkelerin ve toplumların etkileşimi sonucu ortaya çıkan çoğulcu ilişkilerini yeni bir bakış açısıyla yeniden dizayn eden yeni medyanın yanı sıra revaçta olan bir diğer kavram ise kamu diplomasisidir. Devletlerden devletlere veya hükümetlerden hükümetlere icra edilen klasik diplomasi uygulamalarının yerini, hızla halklardan halklara yapılan kamu diplomasi uygulamaları almaktadır. Kamu diplomasisi, klasik diplomasinin en büyük destekçileri olan askerî ve siyasî gücün yerine yumuşak güç dediğimiz ve daha çok diğer ülke halkları algısında sempati ve olumlu bir imaj oluşturma doğrultusundaki kültürel, ticarî, sanatsal ve eğitim faaliyetlerini kullanmaktadır. Yumuşak gücün etkili kullanımı ve hedefine ulaşması için bütün ülkeler uluslararası ilişkilerde, diğer başlıca faaliyetlerin yanı sıra kamu diplomasisine de önem vermektedirler.

Doğru mesajı, doğru kanaldan, en uygun iletişim aracıyla ve doğru hedefe yönelik bir şekilde gerçekleştirilen iletişimin, doğru iletişim olduğu gerçeğinden hareketle, doğru iletişim olmadan diplomasinin iyi ve etkin bir şekilde yürütülmesinden söz etmenin mümkün olmadığını söylemek mümkündür. Dolayısıyla, ile-

tişimdeki yenilikleri takip ederek, buna en kısa sürede uyum sağlamak, diğer kamu kurumları için önemli olduğu kadar, bir kamu diplomasisi aktörü için de önemlidir.

Bilginin ve haberin doğru, hızlı ve çok yönlü bir biçimde yayıldığı bu dönemde, bir kamu diplomasisi aktörü olan BYEGM'nin postmodern ve yeni kamu yönetimi anlayışıyla hareket eden bir devlet kurumu olarak görmek mümkündür. Bu doğrultuda BYEGM'nin, öncelikle iç kamuoyu olmak üzere Türkiye'nin kültür hinterlandına giren coğrafya ve buna bağlı olarak onlarca ülkede faaliyetler içinde olduğunu söylemek mümkündür. BYEGM'nin bu yöndeki çalışma ve faaliyetleri gün geçtikçe çoğalmakta ve çeşitlenmektedir.

Kısaca, iletişim ve diplomasinin birlikte değişim ve gelişim sağladığı günümüz dünyasında, bu alanda faaliyet gösteren aktörlerden biri olarak BYEGM'nin de bu değişim ve gelişime ayak uydurma gereksiniminin kaçınılmaz olduğu ortadadır. Bu itibarla; BYEGM yeni medya alanında; çağı takip eden bir anlayışla sosyal medyaya dâhil olmuş ve internet haberciliği konusundaki mevzuat çalışmalarını başlatmış diğer taraftan, Kamu diplomasisi alanında; yurt dışı medya takibi, çeviri yayımlar, yurt dışı basınla ilişkileri artırmaya yönelik çalışmalar, yabancı basına yönelik çalışmalar ile basın müşavirlerinin ve ataşelerin çalışmaları çerçevesinde Balkanlar'dan Afrika'ya, Türkçe konuşan ülkelerden Arap ülkelerine, Avrupa'dan İslam ülkeleri'ne kadar geniş bir dünya coğrafyasında Türkiye'nin kamu diplomasisi alanındaki bir aktörü olmuştur. Bununla birlikte, BYEGM'nin yenilikçi ve postmodern bir yapı ve anlayışla hareket ettiğini ve dünyadaki yeni değişim ve gelişmelere de ivedilikle uyum sağlayacak nitelikte bir kamu kurumu olduğunu söylemek mümkündür.

Dolayısıyla, bu çalışmada, Yeni Medya ve Kamu Diplomasisi'nin BYEGM'nin temel faaliyet alanlarının arasında yer aldığı ve Devlet Kurumu olarak, günümüzde geçmişe nazaran daha proaktif bir anlayışı ve stratejiyi benimsediği ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Çalışmada öncelikle, BYEGM'nin kısaca tarihçesine, görev tanımı ve yapısına değinildikten sonra, Yeni Medya ve yeni bir diplomatik dil ve üslubu benimseyen Kamu Diplomasisi kavramları çerçevesinde, genel hatlarıyla BYEGM değerlendirilmeye ve analiz edilmeye çalışılmıştır.

KAYNAKÇA

- BAŞBAKANLIK (2013), “Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğünün Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname”, R.G.: 18/6/1984, No: 18435 (Mük.)
<http://www.mevzuat.gov.tr/Metin.Aspx?MevzuatKod=4.5.231&MevzuatIliski=0&sourceXmlSearch=> (Erişim Tarihi:15.07.2013)
- BAŞBAKANLIK (2013), “Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü Merkez, Taşra ve Yurtdışı Teşkilatı Görev, Yetki, Sorumluluk ve Çalışma Esasları Hakkında Yönetmelik”, R.G.: 7 Haziran 2013, No: 28670
- BİNARK, M. (2007), *Yeni Medya Çalışmalarında Yeni Sorular ve Yöntem Sorunu, içinde Yeni Medya Çalışmaları*, Mutlu Binark (der.), Dipnot Yayınları, Ankara
- BYEGM, (2013), *BYEGM on Twitter*, <https://twitter.com/byegm> (Erişim Tarihi: 10.06.2013)
- Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü, www.byegm.gov.tr, (Erişim Tarihi: 09.03.2013)
- BYEGM (2012) “*Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü Tanıtım Kataloğu*”, Ankara, <http://www.byegm.gov.tr/kataloglar.aspx>, (Erişim Tarihi: 11.04.2013)
- BYEGM, “*Dünyayı İzliyor Türkiye’yi Anlatıyoruz*”
<http://www.byegm.gov.tr/content.aspx?s=gm>, (Erişim Tarihi: 19.05.2013)
- BYEGM, (2013), “*Genel Teşkilat Şeması*”,
<http://www.byegm.gov.tr/content.aspx?s=ts>, (Erişim Tarihi: 21.06.2013)
- BYEGM, (2013), “*İslam İşbirliği Teşkilatı Medya Forumu Hazırlık Toplantısı Sona Erdi*”
<http://www.byegm.gov.tr/basinduyurulari.aspx?ahid=699&ac=1#>(ErişimTarihi:19.07.2013)
- BYEGM, (2012), “*Turkish Media At A Glance*”, Ankara
http://www.byegm.gov.tr/htmls/bir_bakista_turkiye/ing/index.htm,
(Erişim Tarihi:10.07.2013)
- CULL, N.J. (2009), *Public Diplomacy: Lessons from the Past*. Los Angeles: Figueroa Press.
- DEMİR V. (2007), “*Değişen Uluslararası İlişkiler Çerçevesinde Kamu Diplomasisi ve Halkla İlişkilerin Müşterek Kavramları*”,
<http://kamudiplomasisi.org/demo/images/stories/makale001.pdf>,
(Erişim Tarihi: 19.07.2013)
- FISKE; P. G., Plumridge, H. (2005). *European Infopolitik: Developing EU Public Diplomacy Strategy*. London: The Foreign Policy Centre.
- FOUTS, J. S. (2006), *Public Diplomacy Practitioners, Policy Makers, and Public Opinion*, A Report of the Public Diplomacy and World Public Opinion Forum April 9–11, 2006. Washington: USC Center on Public Diplomacy & the Pew Research Center.
- HORBY, A.S. (1988), “*Oxford Advanced Learner’s Dictionary of Current English*”, Oxford University Press: Great Britain 27. Impression.
- İSKİT, S. (1943), “*Türkiye’de Matbuat İdareleri ve Politikaları*”, Başvekalet Basın Yayın Umum Müdürlüğü Yayınlarından: 2.

- İSKİT, T. (2011), *"Diplomasi, Tarihi, Teorisi, Kurumları ve Uygulaması"*, 3. Baskı, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- KALIN, İ. (2010) *"Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi"*, Yükselen Değer Türkiye, MÜŞİYAD, s:49-67, İstanbul.
- <http://www.kamudiplomasisi.org/makaleler/makaleler/100-tuerk-d-politikas-ve-kamu-diplomasisi.html>, (Erişim Tarihi:15.07.2013)
- http://www.musiad.org.tr/img/arastirmalaryayin/pdf/arastirma_raporlari_67.pdf
- KAMU DİPLOMASİSİ ENSTİTÜSÜ www.kamudiplomasisi.org, (Erişim Tarihi:15.07.2013)
- KRAUSE, P., EVERA, S. (2009), *"Public Diplomacy: Ideas for the War of Ideas"*, Belfer Center for Science and International Affairs, Harvard Kennedy School.
- MANHEİM, J. B. (1993), *"The War of Images: Strategic Communication in the Gulf Conflict"*, Stanley A. Renshon (ed.), *The Political Psychology of the Gulf War. Leaders, Publics, and the Process of Conflict* içinde Pittsburgh, University of Pittsburgh Press, Londra.
- MİŞÇİ, S. (2006), *"Yeni Medya Kullanımının Organizasyon Yapısı Üzerindeki Etkileri"*, Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferansı Bildiri Kitapçığı, İstanbul.
- NYE, J. S. (2005), *"Dünya Siyasetinde Başarının Yolu Yumuşak Güç."* Reyhan İnan Aydın Tercüme, Elips Kitap, İstanbul.
- ÖKTEN, S. (2012) *"Türkiye'de Postmodern Kamu Yönetimi Uygulamamaları"* Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi, sayı: 5, ss. 227-243.
- ŞEYHANLIOĞLU, H. (2007), *"Postmodern Kamu Yönetiminde E-Devlet"*, Türk İdare Dergisi, sayı: 456, ss. 81-106.
- T.C. BAŞBAKANLIK BASIN YAYIN VE ENFORMASYON GENEL MÜDÜRLÜĞÜ <https://Facebook.com/BBYEGM>, (Erişim Tarihi:18.07.2013)
- TUNCER, H. (2009), *Diplomasinin Evrimi, Gizli Diplomasiden Küresel Diplomasiye*. Kaynak Yayınları, İstanbul.
- ÜLKÜ, E., DEMİR, M. (2013) *"Kitle İletişim Araçlarının Öğrencilerin Sınıf İçi Davranışlarına Etkisi"*, International Journal of Social Science, Vol. 6, ss.587-608.
- YAĞMURLU, A. (2007), *"Halkla İlişkiler Yöntemi Olarak Kamu Diplomasisi"*, İletişim Araştırmaları Dergisi, 5(1): 9-38.
- VİKİPEDİ, Özgür Ansiklopedi, *"Sosyal medya"*. http://tr.wikipedia.org/wiki/Sosyal_medya, (Erişim Tarihi:15.05.2013).