

DİJİTAL DİPLOMASİ BAĞLAMINDA SOSYAL MEDYA MESAJLARININ ÇERÇEVELENMESİ: DAĞLIK KARABAĞ SAVAŞI 2020 ÖRNEĞİ

FRAMING SOCIAL MEDIA MESSAGES IN THE CONTEXT OF DIGITAL DIPLOMACY: THE EXAMPLE OF THE NAGORNO-KARABAKH WAR 2020

Mehmet Yaşar ARCA

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Gülşehir Sosyal Bilimler MYO
Büro Hizmetleri ve Sekreterlik
myasararca@nevsehir.edu.tr
ORCID: 0000-0001-6768-330X

ÖZ

Geliş Tarihi:
03.01.2023

Kabul Tarihi:
03.04.2023

Yayın Tarihi:
30.06.2023

Anahtar Kelimeler
dijital diplomasi,
kamu diplomasisi,
çerçeveleme kuramı
Dağlık Karabağ
Savaşı,

Keywords
digital diplomacy
public diplomacy
framing theory
Nagorno-Karabakh
war

Dijital diplomasi, yumuşak bir güç olarak ele alınan kamu diplomasisinin devamı niteliğinde dijital araçların diplomasiyi dönüştürmesi sonucu yapılan önemli diplomasi faaliyetlerinden birisidir. Özellikle de savaş zamanları sosyal medya araçlarından aktarılan mesajlar, ulusal ve uluslararası kamuoyunun desteğini alabilmek açısından önem kazanmaktadır. Bu amaçla ülkeler aktardıkları mesajları çerçeveleyerek, belirli bir bakış açısı ve algı oluşturacak şekilde kamuoyuna sunmaktadır. Araştırmanın amacı 2020 yılı Dağlık Karabağ Savaşı süresince dijital diplomasi kapsamında sosyal medya mesajlarının nasıl çerçvelendiğini ortaya koymak ve Azerbaycan'ın galibiyetinde dijital diplomasi ve çerçevelemenin etkisi olup olmadığını yorumlamaktır. Makalenin araştırma bölümünde nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Twitter hesaplarından toplanan veriler, içerik analizi metoduyla çözümlenmiştir. Araştırmanın örnekleme Azerbaycan Devleti ve Ermenistan Devleti'nin Dış İşleri Bakanlıklarının resmi Twitter hesaplarıdır. Araştırma her iki ülkenin 27 Eylül 2020 ve 10 Kasım 2020 tarihleri arasında yer alan popüler tweet'lerle sınırlandırılmıştır. Sonuç olarak Azerbaycan Devleti tarafından, işgalci, saldırgan ve suçlu çerçeveleri kullanılırken, Ermenistan tarafından kullanılan çerçevelerin aitlik ve terör çerçevelerinin kullanıldığı ortaya konulmuştur. Özetle, Azerbaycan'ın dijital diplomasi çalışmaları ve çerçeveler kullanmasının bu savaşı kazanmasında etkisi olduğu düşünülmektedir.

ABSTRACT

Digital diplomacy is one of the important diplomacy activities as a result of digital tools transforming diplomacy as a continuation of public diplomacy, which is considered as a soft power. Messages transmitted from social media tools, especially in times of war, gain importance in terms of gaining the support of national and international public opinion. For this purpose, countries frame the messages they convey and present them to the public in a way that creates a certain perspective and perception. The aim of the research is to reveal how social media messages were framed within the scope of digital diplomacy during the Nagorno-Karabakh War in 2020 and to interpret whether digital diplomacy and framing had an effect on Azerbaijan's victory. Qualitative research method was used in the research part of the article. The data collected from Twitter accounts were analyzed by the content analysis method. The sample of the research is the official Twitter accounts of the Ministry of Foreign Affairs of the State of Azerbaijan and the State of Armenia. The research was limited to popular tweets from both countries between 27 September 2020 and 10 November 2020. As a result, it has been revealed that while the frames used by the Azerbaijan State are occupier, aggressor and criminal, the frames used by Armenia are belonging and terror. In summary, it is thought that the use of digital diplomacy and framing had an effect on Azerbaijan's victory in this war.

DOI: <https://doi.org/10.30783/nevsosbilen.1229007>

Atıf/Cite as: Arca, M. Y. (2023). Dijital diplomasi bağlamında sosyal medya mesajlarının çerçeveleme: Dağlık Karabağ savaşı 2020 örneği. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 13(2), 888-904.

Giriş

İletişim, toplum ve medya arasındaki ilişki önemli meselelerden birisini oluşturmaktadır. İletişim dil aracılığıyla toplumun tüm aktörlerini kaynaştıran ve toplumsal bütünlüğü sağlayan önemli bir araçtır. İster ilkel ister gelişmiş bir toplum olsun ortak bir dile, kültüre, göstergelere ve hepsini kapsayan iletişime sahip olmayan bir toplumu düşünmek mümkün değildir. Ülkeler, kendi çıkarlarını koruyabilmek ve sürdürebilmek amacıyla mesajlarını kitle iletişim araçlarıyla hem kendi iç kitesine hem de tüm dünyaya duyurmaktadır. Bunun en önemli amacı bu araçların ülkelere sosyo-politik yapı içinde kendilerini ifade edebilme olanağı sağlamasıdır. Ülkeler bu ifadeler aracılığıyla bir duruş sergileyebilmekte, tavır ortaya koyabilmekte, seslerini duyurabilmekte ve belirli bir kamuoyu oluşturabilmektir. Ülkeler kendi seslerini duyurdukları sürece sosyo-politik düzlemde bir algı yaratabilmekte ve böylece kendilerini belirli bir perspektiften sunarak hem ulusal hem de uluslararası kamuoyundan destek görebilmektedir.

Günümüzde kendi egemenliğine sahip her devletin uluslararası alanda kendini korumak, ülkenin güvenliği sağlamak, gücü elinde tutmak ve itibarlı ve saygın bir ülke imajına hâkim olmak, sahip olduğu ideolojiyi savunmak, ülkenin gelir ve refah seviyesini en üst düzeye taşımak gibi dış siyaset planlarında belirli amaçları bulunmaktadır (Yavaşgel, 2021: 245). Dış siyaset devletlerin diğer devletler üzerindeki etki, izlenim ve rızaya dayalı güç olgusundan kaynaklı amaçlarla şekillenmektedir. Bu bakımdan kamu diplomasisi dış siyaset ile yakından ilişkili bir kavramdır. Bir ulusun dış siyaset politikalarındaki amaç ve hedefleri kamu diplomasisinin de amaç ve hedefleriyle yakından örtüşmektedir. Bir devletin coğrafi olarak hem yakın bölgesindeki hem de küresel çaptaki konumu, güç ilişkileri hükümetler ve kamular aracılığıyla gerçekleşmektedir (Köksoy, 2019: 22). Bu süreçte günümüz teknolojilerinin de etkisiyle dijital bir dönüşüm gerçekleşmekte ve diplomasi faaliyetleri dijital diplomasi terimiyle anılmaktadır. Dijital diplomasi, uluslararası aktörler (devletler, hükümet ve sivil toplum kuruluşları vd.) arasındaki diplomatik ilişkileri güçlendirmek için tüm dijital iletişim teknolojileri, interneti ve sosyal ağları kullanan kamu diplomasisinin günümüz teknolojik koşullarına dönüşmüş biçimidir (Rashica, 2019: 23). Bu bağlamda sosyal medya platformları ülkelerin bu amaçları doğrultusunda mesajlarını iletebildikleri önemli bir araç olmaktadır. Sosyal medya araçlarının yapısı gereği etkileşimli olması ve mesajları kitlelere hızlı bir şekilde ulaştırabilme niteliğine sahiptir. Bu gibi nedenlerden dolayı özellikle de savaş zamanlarında bu araçların önemi daha da artmaktadır. Savaş zamanlarında devletler mesajlarını aktarırken kamuoyunu etkileme amacı gütmekte ve bu nedenle mesajlarını belirli bir bakış açısıyla halka sunmaktadır. Çerçeveleme, “haber içeriğini seçerek, vurgulayarak, dışında bırakarak ya da detaylandırarak haber hakkında bir bağlam oluşturan ve sorunun ne olduğunu söyleyen planlanmış fikirlerdir” (Tankard, 2001: 100). Devletler savaşta hem psikolojik açıdan karşı tarafa üstünlük sağlamak hem de diğer ülkelerin ve diğer kamuoylarının desteğini almak amacıyla mesajlarını çerçevelemektedir.

Amacı 2020 yılı Dağlık Karabağ Savaşı süresince dijital diplomasiinde sosyal medyada mesajlarının nasıl çerçvelendiğini ortaya koymak ve yorumlamaktır. Araştırmanın soruları şunlardır:

1. Dijital diplomasi bağlamında Dağlık Karabağ Savaşı 2020 döneminde ülkelerin sosyal medya hesaplarından atılan tweet’ler nasıl çerçvelendi?
2. Azerbaycan Devletinin dijital diplomasi çalışmaları savaşın galibi olmasında kendisine katkı sağlamış mıdır?

Bu bağlamda araştırmanın modeli durum çalışmasıdır. Araştırmanın veri çözümleme metodu içerik analizidir. İçerik analizi metne uygulanan anket gibidir. Sosyal medya mesajları içerik analizi tekniklerinden birisi olan frekans ve kategorisel analizle incelenmiştir. İçerik analizinde MAXQDA Analytics Pro 2022 programından yararlanılmıştır. Bu bağlamda oluşturulan kategoriler, dil, etiketler, bahsedilenler, bağlantılar, görseller ve emojilerdir. Araştırmanın örneklemini Azerbaycan Devleti ve Ermenistan Devleti’nin Dış İşleri Bakanlıklarının resmi Twitter hesaplarıdır. Araştırma her iki ülkenin 27 Eylül 2020 ve 10 Kasım 2020 tarihleri arasında yer alan Azerbaycan’ın 49, Ermenistan’ın ise 47 popüler tweet’iyle sınırlandırılmıştır.

Kavramsal Çerçeve

Kamu Diplomasiinin Dijital Diplomasiye Dönüşümü

Diplomasi eski medeniyetlerin ortaya çıkışından beri var olan önemli bir olgudur. Eski devletler birbirleriyle diplomatik ilişkiler kurabilmek için elçiler göndermiş ve birbirleriyle bu şekilde iletişim kurmuşlardır. Bu yüzden

o dönemlerde elçilerin rolü oldukça önemliydi. Diploması tarihine bakıldığında elçilere zarar verildiğinde bu olayın nelere yol açabileceğini anlatan önemli olaylar mevcuttur. Örneğin, İran bölgesinde yer alan Harzemşahlar Devleti, Moğol Devleti tarafından gönderilen elçiyi idam etmiş, elçinin muhafızlarının da sakallarını yakmıştır. Bu olay Moğol İmparatoru Cengizhan'ı çok sinirlendirmiş, Harzemşahlar Devleti'ne karşı savaş açmış ve 1220 yılında bu toprakları istila etmiştir (Black, 2010: 11). Diplomatik ilişkiler tarih boyunca önemli bir konu olmuş ve toplumların birbirleri üzerindeki etkileşimlerini belirlemiştir. Devletlerin sosyal, siyasi ve dini yapıları, devletlerin birbiriyle kurdukları ilişkiler üzerinden diğer bir ifadeyle diploması ile şekillenmiştir.

Diplomasının tarihsel bağlamda değişimini somut örnekler üzerinden görebilmek için 200 yıl arayla aynı şehirde düzenlenen diplomatik görüşmelere bakmak gerekir. Bu görüşmelerden ilki, 1814 yılı Eylül ayında düzenlenen Viyana Kongre'sidir. Viyana Kongresi, Avrupa devletlerinin liderlerinin, 200'den fazla diplomatın, siyasilerin, gazetecilerin, aydınların vd. birçok kesimin katılım gösterdiği önemli bir geleneksel diploması örneğidir. Viyana Kongresi'nin düzenlenme amacı Napolyon'un yenilgisi sonrası Avrupa'daki imparatorlukların güç dengesini sağlamaktır. Viyana Kongresi'ne büyük bir katılım sağlanmış hatta kongre sırasında şehrin nüfusu o dönem için yüzde 33 oranında artış gösterdiği söylenmiştir. Viyana Kongresi'nde oldukça şaşalı bir organizasyon düzenlenmiştir. Örneğin, diplomatlara gösterişli yemekler verilmiş, maskeli balolar yapılmış, ünlü besteci Beethoven tarafından yönetilen 7. Senfoni dinletisi gerçekleştirilmiştir. Viyana Kongresi'nden 200 yıl sonraya gelindiğinde yine 2015 yılında Viyana'da İran'ın nükleer silah programı krizini çözümlmek için diplomatik bir görüşme düzenlenmiştir. Bu görüşmede İran, Rusya, Çin, Fransa, Almanya ve İngiltere'nin dış işleri bakanları vd. bürokratlar bir araya gelmiştir. Bu görüşmenin 200 yıl önceki görüşmeden farkları bulunmaktadır. Bu diplomatik görüşme Viyana Kongre'sindeki gibi kırmızı halıların olduğu bir müzede değil de bir otelde gerçekleşmiştir, balolar düzenlenmemiş ve önceki yıllarda olduğu gibi şehrin nüfusunu artıracak bir kalabalık grup yoktur. Bu görüşmedeki en büyük fark ise dijital teknolojilerin etkili bir biçimde kullanılmasıdır. 2015 yılında düzenlenen bu konferansta ülke liderleri fiziksel olarak bu konferansa katılmamıştır. Liderler, görüşmeleri dijital iletişim araçlarıyla gerçekleşen telekonferanslarla takip etmişler ve mesajlarını bu araçlarla iletilmişlerdir (Manor, 2019: 1-2). Dijital iletişim teknolojilerinin gelişmesi diploması alanındaki bu dönüşümün en büyük nedenidir. Viyana'da gerçekleşen iki diplomatik görüşme arasındaki farklılıklar, diplomasının geleneksel diplomasiden dijital diplomasiye doğru değişim ve gelişim sürecini ortaya koymaktadır.

Dijital diplomasiyi daha iyi anlayabilmek ve temelleri sağlam bir çerçeveye oturtabilmek adına öncelikle kamu diploması kavramını ele almak gerekmektedir. Bunun en önemli nedeni dijital araçların toplum tarafından daha erişilebilir olmasıdır çünkü bu araçlar üzerinden yapılacak olan diploması kamuya tamamen açıktır. Sosyal medya ağları vb. dijital platformlar üzerinden aktarılan diplomatik mesajlar, yabancı kamuoyunun dikkatini çekebilir, onlarla etkileşime geçilmesini sağlayabilir ve onların algılarını yönlendirebilir (Gürdal, 2021: 116). Bu bağlamda dijital diploması, yumuşak bir güç olarak devletler tarafından kullanılan kamu diplomasısının, bilgi iletişim teknolojilerinin ilerlemesi sonucu hayatımıza giren dijital araçlar tarafından dönüştürülmüş hali sayılmaktadır.

Yumuşak Bir Güç Olarak Kamu Diploması

Güç, istenilen sonuçları elde edebilmek için diğerlerini etkileyebilme yeteneğidir. Bir kişinin davranışını etkileyebilmek için üç temel yol bulunmaktadır. Bunlardan ilki baskı ve tehdit, ikincisi rüşvet ve ödeme üçüncüsü ise diğerlerini sizin isteklerinize yönlendiren cazibedir. Bu yollardan üçüncüsü bizi yumuşak güç terimine götürmektedir. Yumuşak güç, "bir kişinin istenilen sonuçları elde edebilmek amacıyla baskı, zorlama ve rüşvet olmadan çekicilik ve cazibeyi kullanarak başkalarını etkileyebilme yeteneğidir" (Nye, 2008: 94). Bu güçte hiçbir baskı ve zorlama yoktur ve tamamen etki ve rıza ön plana çıkmaktadır. Akçadağ'a (2010: 3) göre yumuşak güç, "başka insanları cezbetme, kalplerini ve zihinleri kazanma yeteneğidir." Tanımlardan hareketle ulusların yumuşak güç kullanımında askeri müdahale ve ekonomik yaptırım gibi sert güç uygulamaları bulunmamaktadır. Kamu diplomasısının temel amacı bir ulusun hükümetlerinin dışında özellikle halklarına iletişim aracılığıyla kendi fikirlerini, değerlerini ve planlarını aktararak bir etki yaratmaktır. Bu kapsamda yapılan kamu diplomasısının amacı diğer ülkenin halklarında istenilen algıların, etki ve rızanın yaratılmasıdır. Bu süreç genel olarak kullanılan iletişim araçları tarafından aktarılan enformasyon ile gerçekleşmektedir.

Bir ülkenin yumuşak gücü kendini üç temel düzeyde göstermektedir. Bunlar, kültür, politik değerler ve dış politikadır. Kamu diploması diğer ülkelerin halklarını etkilemek ve harekete geçirmek için bu üç temel düzeyi kullanmaktadır. Kamu diplomasısının kendisini yumuşak bir güç olarak gösterdiği ilk unsur kültürdür. Kültür

gündelik yaşam içinde toplumda bir dizi anlam yaratır. Kültürel-politik değerler ve dış politika, temel olarak edebiyatla, sanat ve eğitimle aktarılmaktadır. Kültürel bir aktarım genellikle radyo televizyon yayıncılığı, bir ülkenin başka bir ülkede açtığı kültür merkezleri, ulusun kendi dilinin yayılması, öğrenci değişimleri vb. gibi çeşitli araçlarla yapılmaktadır. Amerika'nın yıllardır Hollywood aracılığıyla kendi kültürel değerlerini ve politikalarını yayması İngilizce'nin dünyada resmi dil olması, yumuşak bir güç olarak kullanılan kamu diplomasisinin en bilinen örnekleri sayılabilir. İki kutuplu dünya düzeninin hakim olduğu Soğuk Savaş dönemindeki kültürel diplomasi de yaygın olarak medyadan bilgi aktarımı, filmler ve aktüel haberler aracılığıyla yapılmıştır. (Nye, 2008: 98). Yumuşak bir güç unsuru olan kamu diplomasisinin ülkelere sağladığı bazı avantajlar bulunmaktadır. Bir ülkenin uluslararası kamuoyunda karşı karşıya kaldığı politik bir durumda medyadan ve kamuoyundan alacağı destek o ülkenin uluslararası düzeyde alacağı kararları ve eylemlerini şekillendirebilir. Amerika Irak'a girmeden önce kitle iletişim araçlarını etkili bir şekilde kullanarak uluslararası desteği almış ve Irak'a savaş açmıştır. Bu bağlamda Amerika uluslararası alanda yaptığı Irak'ta kitle imha silahlarının var olduğu iddiası ve terör örgütlerinin Irak ile ilişkili olduğuna dair söylemleri, Amerika'nın Irak'a girmesi konusunda uluslararası kamuoyunun rızası üzerinde etkili olduğu söylenebilir.

Kamu diplomasisinin üç temel boyutu bulunmaktadır. Birincisi “bilgilendirme amaçlı günlük iletişim” boyutudur. Bir ülkenin aldığı politik kararlarda iç ve dış kamuoyunu yönlendirmektedir. Bunu yaparken hükümetler yalnızca iç değil dış basına da eşit bir biçimde kullanarak doğru ve zamanına uygun bilgiler aktarmalıdır. İkinci boyut stratejik iletişimdir. Stratejik iletişim, bir ülkenin markalaşma faaliyetlerini içermektedir. Belirli bir stratejiye dayanan tutarlı ve bütünsel bir iletişim planı kamu diplomasisinin önemli bir boyutunu oluşturmaktadır. Üçüncü boyut ise uzun vadeli kalıcı ilişkilerin kurulması ve sürdürülmesidir. Burslar, öğrenci değişimleri, eğitimler, seminerler, konferanslar ve ülkenin medya kanalları bir ülkenin diğer ülke halklarını etkilemek ve kalıcı ilişkilerin kurulmasını sağlamak amacıyla yapılan önemli kamu diplomasisi araçlarıdır (Nye, 2008: 101-102; Özkan, 2015: 6). Kamu diplomasisinde üç boyut da eşit derecede önemlidir. Bir ülkenin başka bir ülkenin halklarına düzenli ve stratejik olarak enformasyon dağıtması, öğrenci değişimi, öğrenci bursu vd. gibi bireysel deneyimlerle inşa ettiği ilişkiler kalıcı ve uzun vadeli bir ülke algısının ortaya çıkmasını sağlayabilmektedir.

Kamu Diplomasisinin Gelişimi

İngiltere'nin Japonya ile olan ilişkilerinin geliştirilmesinde büyük payı olan İngiliz diplomat Sir Ernest Mason Satow'a göre diplomasi, “devletler arası ilişkilerin barışçı yollar vasıtasıyla yürütülmesidir.” (Barratt, 1985: 191). Bu bağlamda diplomasi'nin amacı, devletler arası ilişkilerin barışçıl çözüm yöntemleri kullanılarak kurulmasını sağlamaktır. Geleneksel diplomasi bir ülkenin diğer ülkenin hükümetine yönelik olarak yapılmaktayken gelişen ve değişen dünya koşullarının getirdiği küreselleşmeyle birlikte modern diplomaside bu süreç yalnızca başka bir ülkenin hükümetine yönelik değil, hükümetin dışında kalan önemli aktörler ve halklarına yönelik de yapılmaktadır. Bu bağlamda ortaya çıkan kamu diplomasisi geleneksel diplomasi çalışmalarını daha da güçlendirmek amacıyla önem kazanmaktadır (Doğan, 2012: 13). Kamu diplomasisi faaliyetleri, geleneksel diplomasi'nin aksine bir devletin yalnızca hükümetini değil o devletin önemli aktörlerini ve kamularını etkileme amacıyla gerçekleştirilmektedir.

Kamu diplomasisi teriminin kullanımı Soğuk Savaş dönemindeki Amerika ve Rusya egemenliğinde geçen iki kutuplu dünya düzenine dayanmaktadır. Bu dönemde, Amerika ve Rusya arasında büyük bir mücadele vardı. İki küresel güç de sosyal, siyasal ve kültürel olarak kendi görüş ve değerlerini diğer ülkelerin halkları üzerinde yaymaya çalışmakta ve ideolojilerini onlara benimsetme çabası içerisindeydi. Bu çabaların galibi Amerika gibi görünmektedir. Rusya egemenliğindeki Demir Perde ülkelerinin Amerika'nın kamu diplomasisi çalışmaları sonucu Sovyet Rejimi çözülmüş, Berlin Duvarı'nın yıkılmasıyla da Doğu Bloku ortadan kalkmıştır (Szondi, 2008: 2). Bu açıdan bakıldığında kamu diplomasisi bir ülkenin diğer ülkenin halkları üzerinde egemenlik kurma meselesi olarak ele alınabilir.

Kamu diplomasisi kavramı 1965 yılında ilk kez “Tufts University Fletcher School of Law and Diplomacy” dekanı ve diplomat Edmund A. Gullion tarafından kullanılmıştır. Gullion'a göre kamu diplomasisi bir ülkenin dış politikalarının oluşturulması ve uygulanması sürecinde halkın tutumlarını etkilemeyi amaçlamaktadır. Uluslararası ilişkilerin geleneksel diplomasi'nin ötesindeki diğer ülkelerde kamuoyu oluşturma, çıkar gruplarıyla etkileşim ve kültürlerarası iletişim gibi boyutlarını kapsamaktadır (Cull, 2009: 19). Kamu diplomasisinin temel hedeflerinden birisi bir ülkenin diğer ülkelerin hükümet dışında yer alan aktörleri ve halkları üzerinde olumlu

etkiler bırakabilmektir. Tuch (1990: 3), kamu diplomasisini, “bir hükümetin, ulusunun kendi fikir ve ideallerini, ulusal hedeflerini ve mevcut politikalarını, kurumsal yapılarını ve kültürünü, yabancı halklara aktarma amacıyla yapılan iletişim süreci” olarak tanımlamıştır. Genel bir tanım yapmak gerekirse kamu diplomasisi, bir ülkenin kendi değerlerini, fikirlerini ve planlarını dış kamuoyular tarafından benimsenmesini sağlama, karşılıklı anlayış, ilişki ve güven inşa etme gibi amaçlarla yapılan stratejik bir iletişim süreci olarak ifade edilebilir (Filiz, 2021: 781). Kamu diplomasisi literatürüne bakıldığında kamu diplomasisini yumuşak bir güç unsuru olarak nitelendiren çalışmalar mevcuttur. Bunun en önemli nedeni kamu diplomasisi sürecinde kaba güç yerine etkinin ve rızanın kullanılmasıdır. Bu bağlamda kamu diplomasisi yumuşak bir güç bağlamında incelenecektir.

Dijital Diplomasi Kavramının Gelişimi

Bilgi iletişim teknolojilerinin ve dijital araçların ortaya çıkması ve yaygınlaşması sosyal, kültürel, siyasal ve ekonomik yapıları değişime uğratmıştır. Bu alanlardan birisi de diplomasiyi. Holmes (2015: 15) dijital diplomasiyi, “dijital araçlar ve sanal iş birliği aracılığıyla değişimi yönetme stratejisi” olarak tanımlamıştır. Bu açıdan bakıldığında dijital diplomasiyi diplomasinin teknolojik koşulların dönüşümüyle ortaya çıkan bir süreç olarak ele almak mümkündür. Bir ülke tarafından belirlenen dış politikanın dijital araçlar ve ortamlar üzerinden başka bir ülkenin hükümetlerine ve halklarına yönelik yapılan her türlü diplomasi faaliyeti dijital diplomasi olarak tanımlanabilir. Diğer bir ifadeyle dijital diplomasi, bir ülkenin lideri, politik aktörleri, dış işleri bakanlıkları, büyükelçilikleri, kuruluşları ya da ülkenin hükümet dışı önemli aktörleri, kanaat önderleri ve diğer kuruluşları tarafından dijital araçlar özellikle sosyal medya araçları üzerinden ürettiği içeriklerle yabancı hükümet ve halklarını etkileme çabalarıdır.

Hanson’a (2012: 6) göre dijital araçların dijital diplomasi bağlamında ülkelere getirdiği bazı olumlu ve olumsuz yanlar bulunmaktadır. Bunlar:

- Bilgi iletişim teknolojileri ve sosyal medya hükümetlerin dış politikalarını aktaracağı ve siyasi etkiyi besleyecek olan geniş kitlelere doğrudan seslenme fırsatı sunmuştur.
- Kitleleri verilere göre gruplara ayırabilme ve mesajları bireysel ve grupsal olarak aktarabilme fırsatı yaratmıştır.
- Siyasi ve toplumsal hareketlerin ortaya çıkmasına erken uyarı yeteneği sağlayarak siyasiler ve diplomatlar arasındaki farkındalığı artırmıştır.
- Daha önce diplomatların elit kesimin dışında kalan ve ulaşamayacağı birey ve kitlelerin de seslerini dinleyebilme ve onlardan bilgi alabilme fırsatı yaratmıştır.
- Kısa süreli ve kontrol edilemez krizler yaratarak ülkenin itibarına ve ekonomisine önemli zarar verme riski taşımaktadır.
- Hükümetlere dış politikayı kontrol etmede mesaj içeriklerini kontrol etme gücünün azaltmıştır.

Bu kapsamda dijital diplomasinin diplomasi faaliyetlerine olan en önemli etkisi, hükümetlerin hem bireysel hem de kitlesel olarak daha geniş bir hedef kitleye seslenebilmesidir. Hükümetler dijital araçlar üzerinden internete erişimi olan her bireye mesajlarını ileterek kendisi ile ilgili istenilen olumlu algıları oluşturabilmektedirler.

Gökhan Yücel, (2016) diplomasinin bugünkü konumunu anlamamız açısından diplomasiyi dört bölüme ayırmıştır. Diplomasi 1.0 geleneksel diplomasiyi nitelendirmek için kullanılmaktadır. Buradaki diplomasi süreci bir ülkenin hükümetinden başka bir ülkenin hükümetine yönelik, sert güç ve müzakere gibi eski geleneklerle gerçekleşmektedir. Diplomasi 2.0 ise yumuşak güç olarak adlandırılan kamu diplomasisi sürecidir. Kamu diplomasisi ikinci dünya savaşından sonra soğuk savaş döneminde ortaya çıkmış ve propagandanın yerini almıştır. Buradaki süreçte ülkeler başka bir ülkenin halklarını bilim, sanat, eğitim, turizm vd. alanlar aracılığıyla yumuşak bir güç kullanarak etkilemeye çalışmışlardır. Diplomasi 3.0 ise bilgi iletişim teknolojilerinin gelişmesi sonucu yine yumuşak bir güç unsuru olan bugün yaşadığımız dijital diplomasi sürecidir. Diplomasi 3.0 sosyal medyanın diplomatik araçlarla kullanılmasıdır. Diplomasinin gelecekte ortaya çıkacak bir süreç olarak nitelendiren Diplomasi 4.0 ise “uber diplomasi” sürecidir. Bu süreçte siber fiziksel sistemler ve algoritmalar

kastedilmektedir. Bu bağlamda diplomasi 4.0 süreci şu an için güncel bir kavram olan “metaverse” kavramıyla da ilişkilendirilebilir.

Dijital diplomasi kavramı sosyal ağ diplomasisi, e-diplomasi, online (çevrimiçi) diplomasi, siber diplomasi ve Twitter diplomasisi (twiplomacy) gibi kavramlarla da ifade edilebilmektedir (Göksu & Özkan, 2021). Bu kavramların ortak yanı hepsinin dijital ağlar ile bağlantılı olmasıdır. Dijital diplomasi dijital teknolojinin olanaklarıyla meydana gelen bir süreç olduğu söylenebilir. Dijital diplomasiyi kamu diplomasisinin günümüz şartlarına dönüşmüş hali olarak ele almak mümkündür (Rashica, 2019: 23). Bunun nedenlerine bakılırsa sosyal medya gibi dijital araçların, yumuşak bir güç olarak varsayılan kamu diplomasisinin kullandığı tekniklerden de birisi olmasıdır. Dijital araçlar devlet, hükümet vd. aktörlerin uluslararası geniş kamulara o ülkelerin halklarına seslenebilme yetisi vermiştir. Ayrıca dijital araçların kolayca erişilebilirliği ve dünya üzerinde milyarlarca ulaşan kullanıcılarının olması bu araçların diplomasi amacıyla kullanılmasını hem cazip hem de zorunlu kılmaktadır.

Manor ve Segev'e (2015) göre dijital diplomasi bir ülkenin dış politika hedeflerine ulaşmak için temel bir araçtır. Bununla birlikte dijital diplomasi o ülkenin uluslararası alandaki imajı ve itibarını proaktif bir şekilde stratejik olarak yönetmesi amacıyla sosyal medya araçlarının kullanımını da ifade etmektedir. Onlara göre dijital diplomasi dış işleri bakanlığı ve büyükelçilikler olmak üzere iki düzeyde faaliyet göstermektedir. Devletler, bu iki düzeyde faaliyet göstererek dış politika hedeflerini gerçekleştirebilir, ayrıca tarihi ve kültürel değerleri üzerinden ulus markalama faaliyetlerini gerçekleştirebilir (Adesina, 2017: 3). Bu bağlamda hükümetler özellikle de twitter, instagram vd. sosyal medya araçları üzerinden açtıkları resmi hesaplarla dış politika hedeflerini uygulayabilir ve uluslararası alanda vermek istedikleri mesajları aktarabilir ve ulusal kamuoyunun algılarını yönlendirebilirler.

Sosyal Medya Olgusu

Sosyal medya ve çerçevelemeyi daha iyi anlayabilmek için öncelikle her iki kavram da ayrı ayrı irdelenmelidir. Sosyal bilimlerin yapısından dolayı literatürde yer alan yeni medya, dijital medya, sayısal medya, sosyal medya, ağ toplumu vd. kavramların aslında çoğu zaman aynı olguyu ifade ettiği ve birbirleri yerine kullanıldığı görülmektedir. Makalede öncelikli olarak dijital medya kavramı kullanılsa da yeni medya kavramı da eş anlamlı olarak kullanılmıştır. Yeni medya, radyo, televizyon, gazete vd. araçların dışındaki sayısal medyayı, interneti ve sosyal ağları nitelemek için kullanılan bir terimdir (Binark, 2015: 15). Van Dijk'a (2016) göre yeni medyanın en önemli özelliği, telekomünikasyonu, veri iletimini ve kitle iletişimini tek bir ortamda bir araya getirmesidir. Bu özellik “yöndeşme” kavramı ile ifade edilmektedir. Van Dijk'ın da sistemin bütünü ağ toplumu kavramıyla nitelendiği bu yapıda telekomünikasyon sistemleri, veri iletimi ve kitle iletişim araçları birbirleriyle iç içe geçmiş halkalar halindedir.

Sosyal medya, “mesaj, fotoğraf, video, müzik, grafik, bilgi ve enformasyon ve oyun uygulamaları gibi birtakım şeylerin paylaşılmasını sağlayan internet uygulamalarıdır” (Van Dijk, 2016: 251). Yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte geleneksel kitle iletişim araçlarına ek olarak sosyal medya ağları ortaya çıkmıştır. Sosyal medya ağları Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, Pinterest ve Tiktok gibi platformları nitelemek için kullanılmaktadır. Sosyal medya belirli bir ağ aracılığıyla kullanıcıların sanal kimlikleri üzerinden kendilerini ifade edebildikleri ve birbirleriyle etkileşime geçebildiği platformlardır. Sosyal medya yalnızca bireylerin değil, ülkenin liderleri, hükümetin tüm bakanlıkları, bakanları, büyükelçilikleri, kamu kurumları, markaları, özel kuruluşları, sivil toplum kuruluşları (STK), gazeteleri, habercileri vb. kesimlerinin de seslerini duyurabildikleri ve kamuoyu oluşturabildikleri bir araçtır.

2021 Ekim ayı “We Are Social” raporuna göre 7.89 milyarlık insan nüfusuna sahip dünyada 5.29 milyar insan internet, 4.88 milyar insan cep telefonu ve 4.55 milyar insan da sosyal medya kullanıcıdır (<https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2021-october-global-statshot-report-v03>, Erişim Tarihi, 08.01. 2022). Sosyal medya platformları ülkelerin bu amaçları doğrultusunda mesajlarını iletebildikleri önemli bir araç olmaktadır. Sosyal medya araçları etkileşimli bir yapıdadır ve aktarılan mesajları kitlelere hızlı bir şekilde ulaştırabilme niteliğine sahiptir. Bu gibi nedenlerden dolayı sosyal medya platformları birçok durumda bireylerle hızlı bir şekilde etkileşime geçme ve onlardan destek alma amacıyla kullanılmaktadır.

Sosyal Medya ve Çerçeveleme Kuramı İlişkisi

Sosyal medya aracılığıyla üretilen mesajlar, kaynak tarafından arzulan duygu, düşünce, davranış ve belirli imajları hedef kitleler üzerinde etki yaratmak amacıyla çerçevelenerek oluşturulmaktadır. Türk Dil Kurumu (TDK) sözlüğünde “çerçeve” kavramı “bir konu veya düşünce alanının sınırları ya da bu sınırlar içindeki alan” olarak belirtilmiştir (<https://sozluk.gov.tr>). Çerçeveleme kelimesi, İngilizce’de “frame” ya da “framing” kelimesine karşılık gelmektedir. Bu kelimeler Oxford İngilizce Sözlüğünde, “Bir şeyin arka planını oluşturan fikirler veya yapı”, “Bir şeyin çevresine kenarlık yapmak” veya “Bir şeyi belirli bir kalıp içerisinde ifade etmek” anlamlarına gelmektedir (<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com>, Erişim Tarihi,, 15.,01.2022). Bu anlamlardan yola çıkarak çerçevelemenin belirli bir düşüncenin veya belirli bir anlamın sınırlandırılması ve algılanış biçiminin değiştirilmesiyle ilgili bir kavram olduğu söylenebilmektedir (Arca, 2021: 67). Literatür incelendiğinde çerçeveleme kuramının psikoloji, sosyoloji ve medya olmak üzere üç farklı alanda ortaya çıktığı görülmektedir. Bateson 1955 yılında çerçeve kelimesini ilk tanımlayan kişi olmuştur. Bateson (1955) “çerçeve” kelimesini insanların önyargılarının belirli bir olay veya durumda nasıl yorumlandığı veya değerlendirildiğini açıklamak için kullanmıştır (Feste, 2011, s. 15). Sosyoloji alanında çerçevelemeyi ele alan ilk isim olan Goffman (1974: 21), “Frame Analysis, An Essay On The Organization Of Experience” kitabında birincil çerçeve olarak adlandırdığı çerçevelemeyi “yorum şemaları” olarak tanımlamıştır. Goffman’a göre çerçeveler, organizasyonun derecesine göre değişmektedir. Böylece çerçeveler, kimi zaman varsayım ve kuralları olan düzgün bir yapıda ya da yapısal bütünlüğü olmadan çoğunlukla, bir anlayış, bir bakış açısı sağlama amacıyla kullanılmaktadır. Bu bağlamda çerçeveleme, “sonsuz sayıda gerçekleşen somut olayları bulma, algılama, tanımlama ve etiketleme olanağı tanıyan yorum şemalarıdır.” Sosyolojik temelde çerçeveler toplumsal hayattaki olayları belirli kalıplara sokarak, olayların tanımlanması izin verirler.

Çerçeveleme kuramını medya araştırmaları bağlamında ele alan Entman’a (1993: 53) göre ise çerçeveler, algılanan gerçekliğin bazı yönlerini seçerek, bu gerçekliğin tanımını, neden ve sonuç ilişkisini, ahlaki biçimini ve olayın çözüm önerisini getirerek iletişim metinleri vasıtasıyla ön plana çıkarmaktır. Çerçeveler neyin nasıl algılanacağı hakkında birtakım kalıplar sunmaktadır. Bir olay, durum veya sorunla ilgili bireylerin nasıl algılayacağı o olayın nasıl ve hangi çerçevelerle sunulduğuna bağlıdır. Bu açıdan bakıldığında Tankard’ın tanımı da oldukça önemlidir. Çerçeveleme, “haber içeriğini seçerek, vurgulayarak, dışında bırakarak ya da detaylandırarak haber hakkında bir bağlam oluşturan ve sorunun ne olduğunu söyleyen planlanmış fikirlerdir” (Tankard, 2001: 100). Çerçeveler bireylerin olay hakkında ne düşüneceğini, nasıl düşüneceğini, o olaya ne tür anlamlar yükleyeceğini önceden hesaplamaktadır. Böylece çerçeveler, olayların algılanış biçimini yönlendirerek toplumsal hayatta bireylerin düşünceleri üzerinde etkiler yarabilmekte ve kamuoyu oluşturabilmektedir. Sosyal medya araçları da günümüzde insanların günlük olaylar ve gelişmeler hakkında enformasyon ve bilgi aldığı araçların başında gelmektedir. Bu bağlamda sosyal medya araçları kurumların doğrudan aracısız bir şekilde mesajlarını çerçevelediği ve topluma ilettiği yer olmaktadır. Kurumlar b/fentöylece kendisi hakkında olumlu algıların oluşması amacıyla mesajlarını çerçeveleyerek göndermekte ve kamuoyunun algılarını yönlendirebilmeyi amaçlamaktadır. Özellikle de savaş zamanlarında sosyal medyanın aktif bir biçimde enformasyon yayılması amacıyla kullanılması mesajların birinci elden çerçevesizliğini sağlamaktadır.

Dağlık Karabağ 2020 Savaşının Arka Planının İncelenmesi

Dağlık Karabağ bölgesindeki sorunların arka planını incelemek için Ermenilerin bu bölgelere yerleşiminden bahsetmek önemlidir. Tarihsel belgelere bakıldığında Ermenilerin Azerbaycan bölgelerine gelmesi 19. yüzyılda gerçekleşmiştir. Bunun en büyük nedeni Rusya’nın güneyinde Müslüman ve Türk bir devletin varlığından rahatsızlık duymasıdır. Bu nedenle 1813 yılında Rus İmparatorluğu ile Kaçar Hanedanlığı (İran) arasında imzalanan Gülistan Antlaşması ve 1828 yılında imzalanan Türkmençay Antlaşmasıyla Türkiye’den 86.000 ve İran’dan 40.000 Ermeni, Nahçıvan, Erivan ve Karabağ bölgelerine yerleştirilmiştir (Abdullayev, 2004: 9). Birinci Dünya Savaşının ardından Dağlık Karabağ bölgesi İngilizler ve Osmanlılar egemenliğine geçmiş, 1920’lerden sonra da Azerbaycan Cumhuriyetine bağlı bir yer olarak Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği (SSCB) egemenliğine girmiştir (Asal, 2013: 59). Bölge Azerbaycan Cumhuriyetine bağlı özerk bir bölge olarak SSCB’ye bağlı olsa da Ermeniler bölgeye sonradan gelenlerin Azeriler olduğunu iddia etmekte ve bu bölgenin kendilerine ait olduklarını söylemektedir. Ermeniler, Dağlık Karabağ bölgesinde yaşayan Ermenilerin asimilasyona uğramadığını iddia etmişler ve bu nedenle bölgeyi önemli bir son kale olarak görmüşlerdir (Gamaghelyan, 2005, akt. Söker, 2017: 557). Dağlık Karabağ bölgesi iki millet arasında geçmişten beri varolan ciddi bir problem olmuştur.

Sovyet rejiminin çözülmeye başlamasıyla Ermeniler, 1987 yılında Karabağ'da Ermeni nüfusunun fazla olduğunu iddia ederek bölgenin kendilerine geçmesi konusunda SSCB'ye başvurmuşlardır. Fakat Ermenilerin bu çabaları yetersiz kalmış ve SSCB lideri Gorbaçov tarafından Sovyet anayasasınının 78. maddesi gereği reddedilmiştir. Bunun üzerine 12 Temmuz 1988 yılında Ermeniler Karabağ'da kendilerini özerk bir bölge olarak Ermenistan'a bağlandıklarını açıklamış ve devlet dairelerine Ermenistan bayrakları asmıştır. Ermenistan Devleti daha sonra 1 Aralık 1989 ve 9 Ocak 1990 yıllarında Dağlık Karabağ bölgesiyle sosyal ve ekonomik yönden birleşme kararı almış ve bu durum Moskova ve Azerbaycan tarafından büyük bir tepki görmüştür. Bu dönemde bölgede Azeriler ve Ermeniler arasında çatışmalar başlamıştır. Olaylar 1992 yılında devam etmiş ve Ermeniler tarafından Hocalı Katliamı gerçekleştirilmiştir. Amerika, Rusya ve Fransa öncülüğünde AGİT Minsk grubu kurulmuş ve 9 Mayıs 1994 yılında iki devlet arasında ateşkes antlaşması imzalanmıştır (Gökçe, 2011: 1142).

Dağlık Karabağ Savaşı 2020, 27 Eylül ile 10 Kasım 2020'de tekrar başlamış ve şiddetli bir biçimde artmıştır. Rusya öncülüğünde ateşkesler yapılsa da bu ateşkesler bozulmuş ve savaş Azerbaycan Devletinin galibiyetiyle 10 Kasım 2020'de sona ermiş, Karabağ bölgesi Azerbaycan Devleti'nin himayesi altına girmiştir.

Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı 2020 yılı Dağlık Karabağ Savaşı süresince dijital diplomaside sosyal medyada mesajlarının nasıl çerçvelendiğini ortaya koymaktır. Bu kapsamda savaş süresince iki tarafın da yaptığı dijital diplomasi çalışmalarını incelemek amacıyla iki ülkenin dış işleri bakanlıklarının resmi twitter hesapları incelenecektir. Azerbaycan Cumhuriyetinin bu başarısında dış işleri bakanlığının sosyal medyasında gerçekleştirilen dijital diplomasi çalışmalarının olumlu bir etkisi olup olmadığı yorumlanacaktır.

AS1. Dijital diplomasi bağlamında “Dağlık Karabağ Savaşı 2020” döneminde sosyal medya hesaplarından atılan tweet'ler nasıl çerçvelendi?

AS2. Azerbaycan Devletinin dijital diplomasi çalışmaları savaşın galibi olmasında kendisine katkı sağlamış mıdır?

Araştırmanın Yöntemi

Araştırmanın veri çözümleme metodu içerik analizidir. İçerik analizi teknikleri, bir söylemi anlamada ve yorumlamada, öznel etkenlerden kurtulmayı sağlamak amacıyla taşıyan, söylemin ilk bakışta kolayca anlaşılabilen içeriği yerini, gizli üstü örtülen anlamları bulmayı hedeflemektedir (Bilgin, 2014: 1) İçerik analizi metne uygulanan anket gibidir. Sosyal medya mesajları içerik analizi tekniklerinden birisi olan frekans ve kategorisel analizle incelenmiştir. İçerik analizinde MAXQDA Analytics Pro 2022 programından yararlanılmıştır. Kategorisel analiz, genel olarak, belirli bir mesajın önce birimlere bölünmesi ve ardından bu birimlerin, belirli kriterlere göre kategoriler halinde gruplandırmasını ifade eder. (Bilgin, 2014: 19). Bu bağlamda oluşturulan kategoriler, dil, etiketler, bahsedilenler, bağlantılar, görseller ve emojilerdir.

Araştırmanın Önemi ve Özgünlüğü

Dijital diplomasinin en önemli amaçlarından birisi ülkelerin hem ulusal hem de uluslararası kamuoyunu etkilemek ve kendisi hakkında olumlu imaj, algı oluşturulmasını sağlamak ve kendisini itibarlandırmaktır. Böylece ülkeler, herhangi bir olay veya durum karşısında yaptığı eylemleri meşru kılabilmekte ve kamuoyunun desteğini alabilmektedir. Çerçeveler insanların nasıl algılayacağını biçimlendirerek, onların zihninde olaylar veya durumlar hakkında birtakım algılar oluşturabilmektedir. Bu açıdan bakıldığında çerçeveleme kuramı ile dijital diplomasinin amaçlarının örtüştüğü görülmektedir. Çerçeveler, bireylerin ve toplumların algılarını oluşturarak veya yönlendirerek ülkelerin siyasal iletişim ve dijital diplomasi çalışmalarında fark yaratabilmektedir. Çerçeveleme analizi mesajlarda kullanılan anlamların açığa çıkartılması için kullanılan en etkili tekniklerden birisidir. Dijital diplomaside kullanılan mesajların çerçeveleme analizi ile gizli anlamlarının ortaya koyulması ve önemli olduğu düşünülen iki konunun birlikte ele alınacak olması araştırmanın önemini ve özgünlüğünü oluşturmaktadır.

Araştırmanın Modeli

Araştırmanın modeli (deseni) durum çalışmasıdır (örnek olay). Durum çalışmasında nasıl ve niçin soruları temele alınarak, araştırmacının kontrolü dışında olan ve gelişen bir olgunun veya olayın derin bir şekilde irdelenmesine yardımcı olmaktadır (Yıldırım & Şimşek, 2021: 300). Durum çalışmasında araştırmacının temel amacı bir olayı veya olguyu yorumsamacı bir paradigmayla anlamlandırmaya çalışmaktır. Araştırmada birden fazla durum (örnek

olay) ele alınacağından “bütüncül (karşılaştırmalı) çoklu durum deseni” kullanılacaktır. Bu desende her bir durum tek bir analiz çerçevesinde kendi içinde bütün olarak ele alınır ve birbiriyle daha sonra karşılaştırılır.

Araştırmanın Örneklemi

Araştırmanın örneklemi, Azerbaycan ve Ermenistan Dış İşleri Bakanlığı'nın Resmi Twitter hesaplarıdır. Bu iki hesabın 27 Eylül 2020 ile 10 Kasım 2020 tarihleri arasında attıkları tweet'ler incelenmiştir. Bu tweet'ler Azerbaycan tarafından atılan 49, Ermenistan tarafından atılan 47 popüler tweet'lerle sınırlıdır. Popüler tweet'ler, Twitter'ın gelişmiş aramalar kapsamında yer alan araçlardan birisidir.

Bulgular

İçerik analizi yapılırken Twitter'dan gelişmiş arama seçeneği ile 27 Eylül 2020 ile 10 Kasım 2020 tarihleri arasında yer alan tweet'ler aratılmış ve o tarihler içinde yer alan Azerbaycan Dış İşleri Bakanlığı hesabından 49, Ermenistan Dış İşleri Bakanlığı hesabından 47 popüler tweet'e ulaşılmış, bu tweet'ler Excel dosyasına alınmış ve dil, konu etiketleri, bahsedilenler, bağlantılar, görseller ve emoji olmak üzere 6 kategoriye ayrılmıştır. Bu dosya ardından MAXQDA Analytics Pro 2022 programından yararlanılarak analiz edilmiştir.

Azerbaycan Dış İşleri Bakanlığının 27 Eylül 2020 ile 10 Kasım tarihleri arasında ele alınan popüler tweet sayısı toplamda 49'dur. Bu tweet'lerin hepsi direkt tweet'tir. Bu tweet'lerden 14 tanesi Azerice, 33 tanesi İngilizce, 1 tanesi hem İngilizce hem Azerice ve 1 tanesi ise Rusça yazılmıştır.

Tablo 1: Azerbaycan Dış İşleri Bakanlığı Twitter Kullanılan Dil

Kullanılan Dil	Azerice	İngilizce	Rusça
Kullanılan Dilde Atılan Tweet Sayısı	14	33	1

Tablo 1'de belirtilen Dış İşleri Bakanlığı tarafından atılan 49 tweet içerisinde 31 tweet'te konu etiketi kullanılmıştır. 14 tweet'te bahsedilen vardır, 26 tweet'te ise link bağlantısı bulunmaktadır. 19 tweet'te emoji kullanılırken 30 tweet'te emoji kullanılmamıştır.

Tablo 2: Azerbaycan Dış İşleri Bakanlığı Twitter Konu Etiketleri

# Konu Etiketleri	Sayı	# Konu Etiketleri	Sayı
#Armenia	19	#Attacks	1
#Azerbaijan	12	#Aghdam	1
#StopArmenianAggression	9	#Aggression	1
#stopattackingCivilians	6	#WarCrimes	1
#Tartar	5	#violated	1
#Barda	4	#Vienna	1
#StopArmenianOccupation	2	#USA	1
#StopArmenia	2	#Turkey	1
#Ceasefire	2	#terrorism	1
#Aghjabadi	2	#StopArmenianTerrorism	1
#warcrime	2	#Peshava	1
#Türkiyə	2	#NationalFlag	1
#Iran	2	#KarabakhIsAzerbaijan	1
#Violation	1	#humanitarianlaw	1
#Violating	1	#Goranboy	1
#UNSC	1	#genocide	1
#Tovuz	1	#Gadabay	1
#Targeting	1	#Dashkasan	1
#Rights	1	#Cumhuriyetimizin97YılıKutluOlsun	1
#PACE	1	#children	1
#Karab	1	#Afghanistan	1
#Kabul	1	#NationalFlagDay!	1
#Civilian	1	#Stopattackingcivilians	1
#StopKillingCivilians	1		

Tablo 2’de gösterilen Azerbaycan Dış İşleri Bakanlığı tarafından atılan 49 tweet’in 31’inde konu etiketi kullanılmıştır. Bu konu etiketlerinden en sık kullanılanı 19 kere kullanılan #Armenia (Ermenistan) etiketidir. En sık kullanılan ikinci etiket #Azerbaijan (Azerbaycan) etiketidir. Ardından 9 kez #StopArmenianAggression (Ermeni Saldırganlığını Durdur), 6 kez #stopattackingCivilians (Sivillere Saldırmayı Durdurun) konu etiketiyle paylaşılmıştır.

Tablo 3: Azerbaycan Dış İşleri Bakanlığı Bahsedilenler

Bahsedilenler	Sayı
@Bayramov_Jeyhun	5
@coe	2
@MevlutCavusoglu	2
@SecPompeo	2
@OSCE	2
@euronews	1
@MFA_Austria	1
@mfa_afghanistan	1
@TurkicCouncil	1
@HRW	1
@StateDept	1
@USEmbassyBaku	1
@azembassyus	1
@Amnesty	1

Tablo 3’te gösterilen Azerbaycan Dış İşleri Bakanlığı tarafından atılan tweet’lerde en fazla bahsedilen hesap @Bayramov_Jeyhun’dur. Jeyhun Bayramov Azerbaycan Dış İşleri Bakanıdır. Diğer en çok bahsedilen hesaplar ise Avrupa Konseyinin resmi hesabı @coe, Türkiye Dış İşleri Bakanı Mevlüt Çavuşoğlu’nun resmi hesabı @MevlutCavusoglu, eski Amerika Dış İşleri Bakanı Mike Pompeo’nun şu an aktif olmayan hesabı @SecPompeo’dur ve Avrupa Güvenlik ve İş Birliği Teşkilatı’nın resmi hesabı @OSCE’dir.

Tablo 4: Azerbaycan Dış İşleri Bakanlığı Emojiler

Emojiler	Sayı
Aşağı Doğru Ok	30
Azerbaycan Bayrağı	7
Türkiye Bayrağı	2
Afganistan Bayrağı	1
Amerikan Bayrağı	1
Pakistan Bayrağı	1
Kırmızı Ünlem İşareti	1

Tablo 4’te verilen Azerbaycan Resmi Twitter hesabından atılan tweet’lerde en fazla aşağı doğru ok emojisi 30 defa, Azerbaycan Bayrağı 7 defa ve 2 defa Türk Bayrağı kullanılmıştır.

Tablo 5: Azerbaycan Dış İşleri Bakanlığı Tarafından Kullanılan Görseller

Görseller	Sayı
Statik görsel	23
Video	3

Toplam 13 tweet'te görsel öge bulunmaktadır. Tablo 5'te yer alan bu görsel ögeler 10 tweet'te statik olarak toplam 23 görsel, 3 tweet'te de video bulunmaktadır.

Tablo 6: Azerbaycan Dış İşleri Bakanlığı Bağlantılar

Bağlantılar
https://mfa.gov.az/az/news/no38220nbspazerbaycan-respublikasinin-xarici-isler-nazirliyinin-metbuat-xidmeti-idaresinin-melumati
https://mfa.gov.az/az/news/7015/view
https://mfa.gov.az/az/news/7025/view
https://mfa.gov.az/az/news/7016/view
https://mfa.gov.az/az/news/6997/view
https://mfa.gov.az/az/news/7003/view
https://mfa.gov.az/az/news/7000/view
https://mfa.gov.az/az/news/7002/view
https://mfa.gov.az/az/news/7020/view
https://mfa.gov.az/az/news/7022/view
https://mfa.gov.az/az/news/7018/view
https://mfa.gov.az/az/news/7019/view
https://mfa.gov.az/az/news/no40320-azerbaycan-respublikasi-xarici-isler-nazirliyinin-metbuat-xidmeti-idaresinin-melumati
https://mfa.gov.az/en/news/7022/view
https://mfa.gov.az/en/news/no40520-statement-of-the-ministry-of-foreign-affairs-of-the-republic-of-azerbaijan-enru
https://mfa.gov.az/en/news/6997/view
https://mfa.gov.az/en/news/7003/view
https://mfa.gov.az/en/news/no38220nbspinformation-of-the-press-service-department-of-the-mfa-of-the-republic-of-azerbaijan-enru
https://mfa.gov.az/en/news/7002/view
https://mfa.gov.az/en/news/7016/view
https://mfa.gov.az/en/news/7018/view
https://mfa.gov.az/en/news/7000/view
https://mfa.gov.az/en/news/7020/view
https://mfa.gov.az/en/news/7023/view
https://mfa.gov.az/en/news/7019/view
https://mfa.gov.az/en/news/no40520-statement-of-the-ministry-of-foreign-affairs-of-the-republic-of-azerbaijan-enru

Atılan tweet'lerin 26'sında bağlantılı linki kullanılmıştır. Tablo 6'da ayrıntılı olarak belirtilen tweet'lerde paylaşılan 26 link bağlantısı da Azerbaycan Dış İşleri Bakanlığının resmî web sitesidir. Bağlantılar incelendiğinde bunlar çoğunlukla çatışmalarla bağlantılı bölgeyle ilgili haberlerden oluşmaktadır.

Ermenistan Dış İşleri Bakanlığının Resmî Twitter Hesabında yer alan tweet'ler içerik analiziyle incelenmiştir. Buna göre toplam 47 tweet yer almakta ve atılan 47 tweet'ten 46'sının dili İngilizce, 1 tanesinin dili ise Fransızcadır. 46 tweet'te konu etiketi kullanılırken sadece 1'inde hiçbir etiket kullanılmamıştır. 27 tweet'te bahsedilen bulunurken, 30 tweet'te video ve statik olmak üzere görsel ögeler yer almaktadır. Yalnızca 7 tweet'te link bağlantısı bulunmaktadır.

Tablo 7: Ermenistan Dış İşleri Bakanlığı Twitter Kullanılan Dil

Kullanılan Dil	Ermenice	İngilizce	Fransızca
Kullanılan Dilde Atılan Tweet Sayısı	0	46	1

Tablo 7'de yer alan Ermenistan Dış İşleri Bakanlığı tarafından atılan tweet'lerde Ermenice tweet'e hiç rastlanılmazken, 47 tweet'ten 46'sında kullanılan dil İngilizce, 1 tanesinde kullanılan dil ise Fransızcadır.

Tablo 8: Ermenistan Twitter Hesapları Konu Etiketleri

# Konu Etiketleri	Sayı	# Konu Etiketleri	Sayı
#Azerbaijan	22	#jihadist	1
#Artsakh	16	#Minsk	1
#Turkey	8	#Multilateralism	1
#Armenia	6	# CoE	1
#Ceasefire	6	#Europe	1
#nagornokarabakh	6	#peace	1
#terrorist	4	#OSCE	1
#ECHR	4	#syria	1
#southcaucasus	3	#Libya	1
#Shushi	3	#ConventionRights	1
#Middleeast	3	#Uruguay	1
#Warcrime	2	#vandalism	1
#Turkish	2	#Consulate	1
#stepanakert	2	#Lyon	1
#Russia	3	#desecration	1
#Nngi	2	#Turki	1
#Martuni	2	#Warcrimes	1
#phosphorus	2	#fakenews	1
#terrorism	2	#Mi24	1
#Covid19	1	#European	1
# verification	1	#freedom	1
#EmmanuelMacron	1	#Iran	1
#terrorisme	1	#france	1

Ermenistan Dış İşleri Bakanlığı tarafından atılan Tablo 8’de belirtilen tweet’lere bakıldığında en fazla kullanılan etiketler 22 kez kullanılan #Azerbaijan (Azerbaycan), 16 defa Ermenistan Devleti’nin kullandığı Karabağ Devleti’ni temsil eden #Artsakh kelimesi, 8 defa Turkey (Türkiye), 6 defa #Armenia (Ermenistan), 6 defa #ceasefire (ateşkes), yine Dağlık Karabağ anlamına gelen 6 defa Nagorno-Karabakh ve 4 defa da terrorist (terörist) etiketleri kullanılmıştır.

Tablo 9: Ermenistan Twitter Hesapları Bahsedilenler

@Bahsedilenler	Sayı
@Zmnatsakanyan	17
@OSCE	7
@naghdalyan	3
@ICRC	2
@NikolPashinyan	2
@EmmanuelMacron	1
@francediplo	1
@josepborrell	1
@JY_LeDrian	1
@morton_wendy	1
@PMaurerICRC	1
@agbueurope	1
@armgov	1
@armparliament	1
@coe	1
@ECHR_CEDH	1
@SputnikInt	1

Tablo 9’da ayrıntılı olarak yer alan Ermenistan Dış İşleri Bakanlığının Resmi Twitter Hesabındaki 27 tweet’te bahsedilen bulunmaktadır. Bu bağlamda en sık biçimde 17 kez, dönemin Ermenistan Dış İşleri Bakanı Zohrab Mnatsakanyan’ın hesabı @Zmnatsakanyan, 7 defa Avrupa Güvenlik ve İş Birliği Teşkilatı’nın Resmi Hesabı @OSCE, 3 defa Ermenistan Dış İşleri Bakanlığı sözcüsü Anna Naghdalyan’ın hesabı @naghdalyan hesaplarından bahsedilmiştir.

Tablo 10: Ermenistan Twitter Hesapları Emojiler

Emojiler	Sayı
Aşağı Doğru Ok	1
Telif İşareti	1

Tablo 10’da ayrıntılı olarak gösterilen, Ermenistan Dış İşleri Bakanlığı tarafından atılan 47 tweet’ten sadece 2 tanesinde emoji kullanılmıştır. Bu emojilerden birisi aşağı doğru ok, diğeri ise telif işaretidir.

Tablo 11: Ermenistan Dış İşleri Bakanlığı Tarafından Kullanılan Görseller

Görseller	Sayı
Statik görsel-video	30

Tablo 11’de ayrıntılı olarak yer alan Ermenistan Dış İşleri Bakanlığı tarafından atılan 30 tweet’te görsel unsular kullanılmıştır.

Tablo 12: Ermenistan Twitter Hesapları Bağlantılar

Bağlantılar
https://www.mfa.am/en/COVID-19/2020/11/05/covid_updates/10632
https://www.mfa.am/en/interviews-articles-and-comments/2020/10/27/Statement_Barda/10598
https://www.mfa.am/en/interviews-articles-and-comments/2020/10/29/statement_mfa/10604
https://www.mfa.am/en/interviews-articles-and-comments/2020/11/09/MFA_MI24/10639
https://www.mfa.am/en/interviews-articles-and-comments/2020/11/09/spox_comment_bbc/10638
https://www.mfa.am/en/interviews-articles-and-comments/2020/11/01/armfm-sputnik/10620
https://www.youtube.com/watch?v=rlzq39Em1ao&feature=emb_title

Ermenistan Dış İşleri Bakanlığı’nın Resmi Twitter Hesabından atılan 47 tweet’ten sadece 7 tanesinde link bağlantısı verilmiştir. Tablo 12’de ayrıntılı olarak yer alan bu link bağlantılarından 6 tanesi kendi dış işleri bakanlığına yönlendirmekte ve bölgeyle ilgili çatışmalar ve haberler yer almaktadır.

Değerlendirme ve Sonuç

Azerbaycan ve Ermenistan Dış İşleri Bakanlıklarının resmi Twitter hesaplarından atılan tweet’ler içerik analiziyle incelenmiş ve kullanılan çerçeveler belirlenmeye çalışılmıştır. Dış işleri Bakanlığı tarafından atılan 49 popüler tweet’in 14 tanesi Azerice, 33 tanesi İngilizce, 1 tanesi hem İngilizce hem Azerice ve 1 tanesi ise Rusça yazılmıştır. Ermenistan Dış İşleri Bakanlığı tarafından 47 popüler tweet’ten 46’sının dili İngilizce, 1 tanesinin dili ise Fransızcadır. Bu açıdan bakıldığında dijital diplomasi bağlamında Ermenistan Devleti tweet’lerini daha küresel bir perspektifle duyurmak amacıyla İngilizceyi yoğun olarak kullanırken, Azerbaycan Devleti ise çoğunlukla İngilizce olsa da kendi resmi dili olan Azericeyi de kullanarak hem ulusal hem de kendi iç kamuoyuna seslenmeye çalışmıştır. Azerbaycan Devletinin atılan tweet’lerde kendi dilini kullanmasının nedeni halkının da dijital ortamdaki desteğini alma çabası olabilir. Ermenistan ise Amerika, Rusya ve Fransa gibi diğer ülkelerde vatandaşları olan bir topluluk olduğundan onları hedeflemek amacıyla İngilizceye yer vermiş olduğu düşünülmektedir. Bu bağlamda Ermenistan Devleti daha geniş bir perspektifle küresel bir ülke çerçevesi çizirken, Azerbaycan Devleti ise İngilizce ve Azericeyi kullanarak hem ulusal hem de küresel bir ülke imajı olarak kendisini çerçevelmiştir.

Azerbaycan Dış İşleri Bakanlığı tarafından atılan 49 tweet içerisinde 31 tweet’te konu etiketi kullanılmıştır. Ermenistan Dış İşleri Bakanlığı hesabında ise 46 tweet’te hashtag (konu etiketi) kullanılırken sadece 1’inde hiçbir konu etiketi kullanılmamıştır. Bu bağlamda Ermenistan Devleti’nin hashtaglere daha fazla önem verdiği görülmektedir. Hashtagler gündem oluşturma ve konunun çerçevelenmesi bakımından oldukça önemli bir unsurdur. Konu etiketleri mesajları çerçevelemek açısından etkili olabilmektedir. Azerbaycan Devleti tarafından kullanılan #Armenia (Ermenistan) etiketi en sık biçimde kullanılan etiketten birisidir. Bu etiket hedef gösterme amacıyla sıkça kullanılmıştır. Azerbaycan tarafından #StopArmenianAggression (Ermeni saldırısını durdur), #stopattackingCivilians (Sivilleri saldırmayı bırak), #StopArmenianOccupation (Ermenistan İşgalini Durdur), #StopArmenianTerrorism (Ermeni Terörizmini Durdur), #StopKillingCivilians (Sivilleri Öldürmeyi Durdur) #Violating (Şiddet), #genocide (Soykırım) #warcrime (Savaş suçu) gibi etiketler kullanarak Ermenistan’ın

sivillere saldırdığını, masum insanları öldürdüğünü, terörist eylemler, soykırım ve savaş suçu gerçekleştirdiklerini ifade eden etiketler kullanılmıştır. Bu kapsamda Azerbaycan Devleti tarafından atılan tweet’lerde çerçeveler, *işgalci, saldırgan ve suçludur*.

Ermenistan Dış İşleri Bakanlığı Resmi Twitter Hesabı tarafından atılan tweet’lerde en çok kullanılan etiket #Azerbaijan etiketidir. Bu bağlamda Azerbaycan’ın Ermenistan’ı hedef gösterme amacıyla kullandığı gibi Ermenistan da Azerbaycan’ı aynı şekilde hedef gösterme amacıyla bu etiketleri kullanmıştır. #Artsakh ve #Nagornokarabkh etiketlerine tweet’lerde yoğun bir şekilde yer verilmiştir. Bu etiketlerde yer alan sözcükler Karabağ Devleti veya bölgesinin Ermenicede geçen isimleridir. Böylece bölgenin kendilerine ait olduğunu dile getirmek için uyguladıkları çerçevelerden birisidir. Atılan tweet’lerde Turkey etiketi de sık bir biçimde kullanılmıştır. Türkiye, Azerbaycan’ın müttefik ülkesidir. Bu nedenle Azerbaycan ile Türkiye Devleti de sık bir biçimde kamuoyuna hedef olarak gösterilmiştir. Diğer göze çarpan etiketler ise #terrorist ve #terrorism etiketleridir. Azerbaycan ve Türkiye terörizme destek verdiği ve bununla ilişkili olduğuna dair suçlamalar yapılmaktadır. Örneğin atılan tweet’lerin birinde Türkiye’nin bölgede Suriyeli ve Libyalı paralı askerleri Karabağ’da savaştığına dair iddialar bulunmaktadır. Ermenistan hesabında yine sık bir biçimde Fransa’ya yönelik etiketler kullanılmıştır. Buradaki amaç Fransa ile Avrupa’nın desteğini almaktır. Azerbaycan ise burada Türkiye etiketini sık bir biçimde kullanarak savaşta iki devletin bir arada olduğu izleniminde bulunmuştur. Bu bağlamda Ermenistan’ın kullandığı düşülen çerçeveler, *aitlik* ve *terör* çerçeveleridir. Bölgenin kendisine ait olduğunu ve karşı tarafın bu bölgeyi işgal eden eylemlerde bulunduğu ifade edilmekte ve karşı tarafı teröristlik ile suçlanmaktadır.

Azerbaycan Devleti tarafından atılan 26 tweet’te ise link bağlantısı, Ermenistan Devletinin hesabında ise 7 tweet’te link bağlantısı bulunmaktadır. Azerbaycan Devletinde toplam 13 tweet’te görsel öğe bulunmaktadır. Ermenistan Devletinde ise 30 tweet’te video ve statik olmak üzere görsel öğeler yer almaktadır. Azerbaycan hesabında 19 tweet’te emoji kullanılırken, Ermenistan hesabında sadece 2 tweet’te emoji kullanılmıştır.

Sonuç olarak her iki ülke tarafından da dijital diplomasi savaş sürecinde yoğun bir biçimde kullanılmıştır. Bu bağlamda ulusal ve uluslararası kamuoyu oluşturmak ve diğer ülkelerin desteklerini almak amacıyla mesajlar çerçevelenerek aktarılmıştır. Azerbaycan’ın dijital diplomasi çalışmaları ve çerçeveleme tekniğini kullanmasının bu savaşı kazanmasında etkili olduğu düşünülmektedir.

Kaynakça

- Abdullayev, E. (2004). *Dağlıq Qarabağ Problemi Hüquq Müstəvisində Beynəlxalq*. Tahsil Yayınevi.
- Adesina, O. S. (2017). Foreign Policy in an Era of Digital Diplomacy. *Cogent Social Sciences*, 3(1), 1-13. <https://doi.org/10.1080/23311886.2017.1297175>
- Akçadağ, E. (2010). “*Dünya’da ve Türkiye’de Kamu Diplomasisi*”. www.kamudiplomasisi.org: Erişim tarihi, 19.12.2021).<http://www.kamudiplomasisi.org/pdf/emineakcadag.pdf> adresinden alındı
- Arca, M. Y. (2021). Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Çerçeveleme Kuramı İlişkisi. *Halkla İlişkiler Anabilim Dalı-Tezli Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Asal, U. Y. (2013). Dağlık Karabağ Sorununun Çatışma Çözümü Perspektifinden Analizi. R. K. Karaca (Ed.), *Aşya’da Güvenlik Sorunları ve Yansımaları* içinde (ss. 57-82). Bilgesam Yayınları.
- Barratt, J. (1985). South African Diplomacy at the UN. G. R. Berridge, & A. Jennings (Ed.), *Diplomacy at the UN* içinde (ss. 191-203). MACMILLAN PRESS LTD.
- Binark, M. (2015). Giriş. M. Binark (Ed.), *Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri* içinde (ss. 15-25). Ayrıntı Yayınları.
- Black, J. (2010). *A History of Diplomacy*. Reaktion Books.

- Cull, N. J. (2009). Public Diplomacy before Gullion. N. Snow, & P. M. Taylor (Ed.), *Routledge Handbook of Public Diplomacy* içinde (ss. 19-23). Routledge.
- Dijk, V. (2016). *Ağ Toplumu*. Kafka Yayınları.
- Doğan, E. (2012). Kamu Diplomasinin Sunduğu Fırsatlar ve Kısıtları Üzerine. A. Özkan, & T. Ersoy Öztürk (Ed.), *Kamu Diplomasisi* içinde (ss. 13-34). Tasam Yayınları.
- Entman, R. M. (1993). Framing Toward Clarification of a Fractured Pradigm. *Journal Of Communication.*, 42(4), 51-58. <https://doi.org/10.1111/J.1460-2466.1993.TB01304.X>
- Feste, K. A. (2011). *America Responds to Terrorism*. Springer.
- Filiz, Ş. (2021). Kamu Diplomasisi Bağlamında S-400 Anlaşması'nın Uluslararası Yayın Kuruluşları Üzerinden İncelenmesi: VOA, RT ve TRT World Örnekleri . *Erciyes İletişim Dergisi*, 8(2), 777-793. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.890144>
- Gökçe, M. (2011). Yukarı Karabağ Sorunu ve Türkiye Ermenistan İlişkileri Üzerine Bir Değerlendirme. *International Periodical For The Languages, terature and History of Turkish or Turkic*, 6(1), 1139-1154. <http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.1972>
- Göksu, O., & Özkan, A. (2021). Digital Diplomacy: An Evaluation of the Means and Opportunities That Digitalization Brings To Diplomacy. E. Karadoğan Doruk, S. Mengü, & E. Ulusoy (Ed.), *Digital Siege* içinde (ss. 45-67). Istanbul University Press .
- Gürdal, E. (2021). Dijital Diplomatlar: Dijital Diplomaside Yeni Nesil Diplomatlar. *Akademik İzdüşüm Dergisi*, 6(1), 114-127.
- Hanson, F. (2012). Baked in and wired: eDiplomacy@ State. F. P.-B. (Ed.), *Institution içinde Foreign Policy at Brookings*.
- Holmes, M. (2015). Digital Diplomacy and International Change Management. C. Bjola, & M. Holmes (Ed.), *Digital Diplomacy Theory and Practice* içinde (ss. 13-32). Routledge. <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com>, https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/frame_2?q=framing
- Köksoy, E. (2019). Kamu Diplomasisi Yönetimi ve Stratejisi. O. Göksu (Ed.), *Kamu Diplomasisinde Yeni Yönelimler* içinde (ss. 11-54). Literatürk Academia Yayıncılık.
- Manor, I. (2019). *The Digitalization of Public Diplomacy*. Palgrave Macmillan.
- Nye, J. S. (2008). Public Diplomacy and Soft Power. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 94-109. <https://doi.org/10.1177/0002716207311699>
- Özkan, A. (2015). 21. yüzyılın stratejik vizyonu kamu diplomasisi ve Türkiye'nin kamu diplomasisi imkanları. https://tasam.org/Files/PDF/Raporlar/STR70_21._Yuzyilin_Stratejik_Vizyonu.pdf_66fb77c9-cd79-481e-a185-9a9c26ffe7b7.pdf: TASAM.
- Rashica, V. (2019). Digital Diplomacy: Aspects, Approaches and Practical Use. *European Perspectives – International Scientific Journal on European Perspectives*, 10(1), 21-39.doi. 10.2478/secur-2018-0008
- Söker, Ç. (2017). Dağlık Karabağ Sorununun Çatışmayı Çözme Perspektifinden İncelenmesi. *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(16), 555-574. DOI:10.9775/kauibfd.2017.027
- Szondi, G. (2008). *Public Diplomacy and Nation Branding: Conceptual Similarities and Differences*. Netherlands Institute of International Relations Clingendael.

- Tankard, J. W. (2001). The Empirical Approach to the Study of Media Framing. O. H. S. D. Reese (Ed.), *Framing Public Life, Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World* içinde (ss. 95-105). Lawrence Erlbaum Publisher.
- Tuch , H. N. (1990). *Defining Public Diplomacy. In: Communicating with the World*. Palgrave Macmillan.
- We Are Social*. (2022, 01 08). <https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2021-october-global-statshot-report-v03> adresinden alındı
- Yavaşgel, E. (2021, 12 23). *Saygınlık Siyaseti; İletişim ve Dış Siyasa İlişkiseliliği*. Erişim tarihi: <https://tasam.org/tr-TR/Icerik/4008/sayginlik-siyaseti-iletisim-ve-dis-siyasa-iliskiselligi>
- Yücel, G. (2016). Dijital Diplomasi. *TRT Akademi*, 1(2), 748-760.

EXTENDED SUMMARY

Communication is a very important concept for both individuals and communities and nation states. People came together through language and built communities. Communication has always been at the forefront for the first societies, empires, states and today's modern states. From past to present, countries have needed communication in order to express themselves on the political plane. This communication is called diplomacy. The most important purpose of diplomacy activities is to protect the interests of countries at the global level. Countries can express themselves at the global level through their diplomacy activities and create a perception, image and reputation before the society and other countries. The positions of the countries and what other societies think reveal the soft power of the country. Today, every state that has its own sovereignty has certain objectives in foreign policy plans such as protecting itself in the international arena, ensuring the security of the country, holding power and dominating the image of a respected and respected country, defending its ideology, and maximizing the income and welfare level of the country. Yavasgel, 2021: 245). Foreign policy is shaped by the effects of states on other states, by the purpose of impression and power based on consent. In this respect, public diplomacy is a concept closely related to foreign policy.

Public diplomacy is the activities carried out by a country outside the political sector of another country to influence the people living in that country. Public diplomacy is undergoing a digital transformation with the influence of today's technologies, and diplomacy activities are referred to as digital diplomacy. Digital diplomacy is a form of public diplomacy that uses all digital communication technologies, internet and social networks to strengthen diplomatic relations between international actors (states, government and non-governmental organizations) (Rashica, 2019, p. 23). In this context, social media networks are one of the most important tools that countries can show themselves in foreign policy. Digital communication channels provide a significant advantage for countries compared to mass media. This advantage is that social media tools allow direct and unmediated communication. In addition, social media tools provide the opportunity for messages to reach a wide audience very quickly. Social media tools enable the public to send information quickly, especially in difficult conditions that require a rapid flow of information, such as during wartimes. In times of war, states aim to influence the public while conveying their messages, and therefore present their messages to the public with a certain point of view. Framing is "planned ideas that create a context about the news by selecting, emphasizing, excluding or elaborating the news content and saying what the problem is" (Tankard, 2001, p. 100).

The Nagorno-Karabakh War started again on September 27 and November 10, 2020 and escalated violently. Although ceasefires were made under the leadership of Russia, these ceasefires were broken and the war ended on November 10, 2020 with the victory of the Azerbaijan State, and the Karabakh region came under the protection of the Azerbaijan State. Its aim is to reveal and interpret how its messages were framed in digital diplomacy during the Nagorno-Karabakh War in 2020. The research questions are:

1. In the context of digital diplomacy, how were the tweets sent from the social media accounts of the countries during the Nagorno-Karabakh War 2020 framed?
2. Did the Azerbaijan State's digital diplomacy efforts contribute to its victory in the war?

In this context, the model of the research is case study. The data analysis method of the research is content analysis. Content analysis is like a questionnaire applied to the text. Social media messages were analyzed by frequency and categorical analysis, which is one of the content analysis techniques. In content analysis, MAXQDA Analytics Pro 2022 program was used. The categories created in this context are language, tags, mentions, links, images and emojis. The sample of the research is the official Twitter accounts of the Ministry of Foreign Affairs of the State of Azerbaijan and the State of Armenia. In this context, the research is limited to 49 popular tweets of Azerbaijan and 47 of Armenia, which took place between 27 September 2020 and 10 November 2020 of both countries.

As a result, digital diplomacy was used extensively by both countries during the war process. In this context, messages were framed and conveyed in order to create national and international public opinion and to get the support of other countries. Although it is wrong to say that the only factor in Azerbaijan's victory in this war is digital diplomacy and framing, it is clear that it has an impact.