

KAMU DİPLOMASİSİNDE YENİ MEDYA KULLANIM BECERİLERİ

Prof. Dr. Mehmet Sezai TÜRK*
Emine SIRMALI**

GİRİŞ

Soğuk savaş dönemindeki devlet ve propaganda merkezli devletlerarası ilişkiler, iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte yerini hem kitle iletişim araçları üzerinden yapılan iletişim ve etkileşime bırakmış hem de devlet merkezli olmaktan çıkıp kurum, kuruluş, sivil toplum örgütleri, şirket ve hatta vatandaşları da içine almıştır.

Artık küresel çapta yayınlar yapan kanalların olduğu, insanlara oturdukları yerden dünyanın herhangi bir yerinde yaşanan gelişmeyi an be an takip edebilmesine olanak sağlayan internetin olduğu ve bunun gibi, insanlara bilgiye sınırsız ulaşabilme imkânı veren, onların dünyayı küresel bir bakış açısıyla analiz edebilmesine yardımcı olan ve böylece

Dünya devletleriyle kıyaslandığında Türkiye'deki kamu diplomasisi çalışmaları oldukça yenidir. "Bugün Türkiye, yıllarca kamu diplomasisine önem vermemenin getirdiği sorunlarla boğuşmaktadır ve bu sorunların en büyüğü yabancı kamuoyu tarafından tanınmamak değil, yanlış tanınmak ve kendini dünyaya iyi ifade edememektir"

* Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo Tv ve Sinema Bölümü Öğretim Üyesi.

** Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Öğrencisi.

dünya meselelerine duyarlı toplumlar yaratan bilgi teknolojileri, söz konusu toplumların kalp ve zihinleri fethedilmeden dış politika adımlarında başarıya ulaşmanın mümkün olamayacağı bir durum yaratmıştır (Emen 2013: 1). Hâl böyle olunca bilgi toplumunu ikna edebilmek ve ülkelerarası samimi ilişkileri geliştirebilmek için baskı, askeri güç ya da propaganda tekniklerini kullanmaksızın kitlelerin üzerinde olumlu etki oluşturabilme, kitleleri kendi düşüncelerine ikna etme ve kitlelere dediğini yaptırabilme dönemine geçilmiş ve bunun adına da yumuşak güç denilmiştir. Yumuşak güç yöntemlerini kullanarak devletler, toplumları etkileri altına alabilecek ve onları kendi taraflarına çekebilecek politika üretmeye başlamışlardır. Böylece devletlerarası ilişkilerde kamu diplomasisi dönemi başlamış ve küresel ilişkilerde devletler kadar medya organları, kurum, kuruluş, sivil toplum örgütleri, şirketler, vakıflar, enstitüler aktör hâline gelmiştir.

Bir devlet, dünya siyasetinde istediği sonuçları, başka devletlerin onu takip etmelerini, değerlerine hayran olmalarını sağlayarak o devlete imrenmeleri ve böylece söz konusu devlet tarafından istedikleri yöne çekilebilmeleriyle elde edebilir. Bunu tehdit veya rüşvetle değil cazibe üretebilme, kültür, siyasi değerler ve kurumlar aracılığıyla sağlıyorsa o ülke için yumuşak güç üretiyor denilebilir. Bu yüzden yumuşak gücün en önemli özelliği, diğer ülkelerin tercihlerini şekillendirmektir (Emen 2013: 2).

Günümüzde veri ve enformasyon erişimi zaman ve mekândan bağımsızdır. Hız artık en önemli etkenlerden biridir. Bilişim ve İletişim Çağı'nda teknolojik gelişmeler sayesinde bireyler veri kaynağı işlevi görmekte ve birbirleri ile olan ilişkilerinin bir bölümünü bilgisayar ağları ile sağlamaktadırlar. Bilişim ve iletişim çağı ile sınırlar yeniden belirlenmiş, toplumsal yapılar ve etkileşimli iletişim, elektronik ortamlarda şekillenmeye başlamıştır (Akyazı Neşeli Yılmaz 2014: 185). Böyle bir ortamda devletin ve devlete bağlı kurumların kamu diplomasisini yeni medya araçları üzerinden nasıl kullandığı önemli hâle gelmiştir.

Gerçekleştirilen çalışmada Türkiye'nin ve devlete bağlı kurumların dijital medya üzerinden yumuşak güç oluşturabilme potansiyelleri gözlenmiş ve kamu diplomasisi faaliyeti yürüten kurum ve kuruluşların yeni medya üzerinde yumuşak gücü kullanabilme yetileri incelenmiştir.

Bu kapsamda çalışmanın birinci bölümünde birtakım kavramların bilinilirliğini arttırabilmek için konuyla ilgili kavramlar açıklanmış ve çalışmanın kuramsal boyutu oluşturulmuştur. İkinci bölümde ise Başbakanlığa bağlı olarak çalışan kurum ve kuruluşlarının kamu diplomasisi açısından yeni medyayı kullanım becerileri incelenmiş bu kapsamda Başbakanlık

Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü, Başbakanlık Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü, Başbakanlık Tanıtma Fonu Kurulu, Başbakanlık Türk İşbirliği ve koordinasyon Ajansı, Yurt Dışı Türkler ve Akraba Toplulukları Başkanlığı, Yunus Emre Enstitüsü ve TRT'nin kurumsal olarak oluşturulan facebook ve twitter sayfalarında paylaşılan haberler incelenmiştir.

1.1. KAMU DİPLOMASİSİ

20. yüzyıla damgasını vuran soğuk savaş dönemi, o dönemin diplomasi algısı ve anlayışının sınırlılıklarını ve çerçevesini belirlemekteydi. Soğuk savaşın etkili olduğu iki kutuplu dünya düzeninde propagandist bir yaklaşım söz konusuydu. Toplumlar, baskı ve dayatma üzerinden yönetiliyordu. İletişimin sınırlı ve teknolojik olanakların günümüzdeki kadar toplumlara etkilemediği yirminci yüzyılda ideolojiler öne çıkıyordu. Küreselleşme süreciyle beraber bir asır sonra çok önemli değişim ve dönüşümler yaşanmış, teknoloji ve iletişim gelişerek dünya küçülmüş, sınırlar ortadan kalkmıştır (Özkan 4).

20. yüzyılda halkı ve kamuoyunu görmezden gelen ve propagandanın hâkim olduğu anlayış 21. yüzyılda yerini kamuoyunu, iletişimi, etkileşimi önemseyen bir anlayışa doğru değişim göstermiştir. İletişimin ve etkileşimin öne çıkmasıyla demokrasi, insan hakları ve özgürlükler daha fazla önem kazanmış, kamuoyu ülkeler ve toplumlar üzerinde belirleyici bir etken olmaya başlamıştır. Gelişen iletişim teknolojisiyle bilgiye erişmek hızlanmış, internetin yaygınlık kazanmasıyla etkileşim artmış, kamuoyunu sorgulayan, tartışan, öğrenen ve sürece katılımı önemseyen nesil konuma gelmiştir (Özkan 5). 21. yüzyılda kamu diplomasisinin önem kazanmasının altında bu nedenler yatmaktadır. 20. yüzyılda etkili olan propagandanın aksine 21. yüzyılda en etkili iletişim ve ikna aracı olarak kamu diplomasisi strateji ve yöntemleri önem kazanmıştır. Kamu diplomasisini etkili bir şekilde uygulayan ülkeler, kendi politikalarını başka ülkelere ikna yoluyla, zor kullanmadan kabul ettirebilme imkânına sahip olmuşlardır (Nye 2005: 2).

“İkiye katlamak”, “katlanmış kâğıt” gibi manalara gelen diplomasi kelimesinin kökü Yunanca kökenli “diploma” kelimesidir. Diplomasi “farklı ülkelerdeki hükümetler arasında gerçekleştirilen siyasi temaslar aracılığıyla, dış politikaları pratiğe dökmek” anlamına gelmektedir. Bu tanımdan diplomasi’nin “hükümet ve hükümetler tarafından yetkili kılınmış organlar ile sınırlı, halktan gizli ve toplumun edilgen rolde olduğu bir süreç” manası da çıkmaktadır (Tiedeman 2005: 7’den Akt: Emen 2013: 5). Bu anlamlandırma daha çok geleneksel diplomasiyi tanımlamak için uygundur.

Kamu diplomasisi kavramı ilk kez 1965 senesinde Tufts Üniversitesi, Fletcher School of Law and Diplomacy Bölümü Dekanı Edmund Gullion tarafından kullanılmıştır. Gullion kamu diplomasisini; halkların tutumu, dış politikanın oluşumu ve yürütülmesine sağladığı katkı ile ilişkilendirmiş ve kamu diplomasisinin hükümetlerin kendi ülkeleri dışındaki ülkelerde kamuoyu desteği sağlama çabası ve özel kuruluşların kendi ülkeleri dışındaki ülkelerle iletişimde bulunması gibi alanları kapsadığını ifade etmiştir. Bu bağlamda kamu diplomasisi, dış politika oluşturma sürecinde halkın yönelimini kontrol edebilmek, geleneksel diplomasi boyutlarını aşarak ülke-arası bilgi ve fikir akışı sağlamak, aynı zamanda devletlerin başka ülkelerde kendi fikirlerini üretebilmesine olanak sağlamak olarak tanımlanabilir (Emen, 2013: 2).

İnsan ilişkilerini düzenlemeyi amaçlayan “diplomasi” kelimesi, zamanla Antik Yunan’da ve Roma’da devlete ait tüm belgeleri nitelemeye başlamıştır (Mordoğan 2010: 6). Pek çok tanımı olan diplomasi Tuncer’e göre (2009: 14), uzlaşmak anlamına gelmektedir. Diplomasi aynı zamanda dış politikanın yürütülmesi biçimidir.

Szondi (2008: 7), geleneksel anlamda kamu diplomasisinin, yabancı toplumların aklının ve yüreğinin fethedilmesi olduğunu söylemekte, düşünceler vasıtasıyla hükümetlerin davranışlarını etkileyebilmeye yönelik doğrudan kurulacak devlet iletişim tekniği olarak nitelemektedir. Kamu diplomasisi bu anlamda içerisinde bilgiyi, eğitim ve kültürü barındırmaktadır.

Mannheim ise kamu diplomasisini, bir devletin, bir başka devletteki halkın ya da o devlete ait elitlerin fikirlerini etkileme ve bu fikirleri amaçladığı dış politika hedeflerine ulaştırabilme becerisidir (Emen, 2013: 8). Hans Tuch ise kamu diplomasisini, kendi ulusunun düşüncelerini ve ideallerini, kendi kurumlarını ve kültürünü aynı zamanda ulusal hedeflerini ve güncel politikalarını yabancı halklara anlatma amacı taşıyan bir hükümet iletişim süreci olarak tanımlamaktadır (Mor 2007: 667’den Akt: Emen 2013: 8). Gifford Malone ise, kamu diplomasisi sürecinin çift yönlü bir yapılandırma olduğunu ve aktörlerin kendi toplum ve politikalarını anlatmak istediklerinde önce iletişime geçmek istedikleri halkın kültürünü, tarihini ve dilini iyi bir şekilde öğrenmeleri gerektiğini ifade etmektedir (Emen 2013: 8).

Riggins ise kamu diplomasisini “ bir hükümetin açıkça yabancı kamuoyu oluşturma, ulusal hedeflere, çıkarlara ve amaçlara ulaşmak için yapılandırılmış doğru bilgiyi yayma girişimi” olarak tanımlamaktadır (Çomak & Yılmaz 2010: 135).

Kamu diplomasisinin toplumlararası bir takım ilişkileri inşa ettiğini, diğer halkların görüşlerini, ihtiyaç ve kültürlerini anlamaya yarayan bir

araç olduğunu, toplumlararası yanlış anlaşılma ve önyargıları giderdiğini, ülkenin imaj ve saygınlığını arttıran ortamlar oluşturduğunu belirten Leonard, kamu diplomasisinin bir takım etkiler sağladığını ve bu etkiler arasında bir hiyerarşik düzen olduğunu kaydetmektedir. Bu düzeni Leonard;

* Yabancı toplumlarda o ülkenin bilinirliğini arttırmak,

* Söz konusu halkların o ülkeye yönelik saygı ve minnettarlığını arttırmak,

* Kamu diplomasisi faaliyetleri yürüten ülke ile hedef toplum arasındaki bağları güçlendirmek ve

* Toplumları etkilemek şeklin de açıklamaktadır (Leonard 2002: 9'dan Akt: Emen 2013: 9).

Melissen (2005: 19), kamu diplomasisi faaliyetlerinin “devletten-halka” ve “halktan halka” iletişim şeklinde iki ana ekseninde yapıldığını belirtmektedir. “Devlet-halk eksenindeki faaliyetler, devletin izlediği politikaları, yaptığı faaliyet ve açılımları resmi araç ve kanalları kullanarak kamuya yansıtmasını içermektedir. Halktan halka doğrudan iletişim faaliyetlerinde ise sivil toplum kuruluşları, üniversiteler, araştırma merkezleri, kanaat önderleri ve medya öne çıkmaktadır.”

Geleneksel diplomasideki gibi devlet kanalları ve resmi araçlar olmaksızın gerçekleştirilen kamu diplomasisi, uygulamaların başarılı olmasında oldukça önemlidir. Çünkü devlet kanalıyla kamuoyuna gönderilen mesajlar “propaganda” olarak algılanmakta ve böylece etkisi sınırlı kalmaktadır. Kamu diplomasisinde sivil mekanizmalar aracılığıyla verilen mesajlar daha dikkatli takip edilmekte ve inandırıcılığı daha yüksek olmaktadır. Başarılı olunmak isteniyorsa diplomasi faaliyetleri geleneksel kanaldan değil kamu kanalıyla devletten bağımsız mekanizmalar aracılığıyla yürütülmelidir (Özkan 13 - 14).

Samimiyet, dürüstlük ve içtenlik kamu diplomasisinin en önemli unsurlarıdır. Bu unsurlar iknanın oluşumunda büyük rol oynamaktadır. Samimi ve içten olmayan mesajların etkili olması söz konusu değildir. Kamu diplomasisinde hedef konumunda olan ülkenin ve toplumun değerlerine saygı gösterilmelidir. Dayatma ve zorlamayla, dışlama yöntemiyle etkili mesajlar verilebilmesi mümkün değildir (Kugelman 2005'den Akt: Özkan 12).

Cull, bir kamu diplomatının ilk görevinin dinlemek olduğunu söylemektedir. Başarılı bir kamu diplomasisi için karşıdakini dinlemek büyük önem arz etmektedir (Emen 2013: 16). Joseph Nye (2008: 103) ise, konuşmanın da dinlemek kadar önemli olduğunu belirtmekte, diğerlerinin zihinlerinde neler olduğunu anlamanın önemine ve ne tür değerlerin paylaşıldığının iyi anlaşılması gerektiğine dikkat çekmektedir (Emen 2013: 16).

İkinci önemli unsur savunumdur. “Savunum, bir aktörün uluslararası sistemi, uluslararası iletişim aktiviteleriyle, yabancı toplumların genel çıkarları, fikirleri ya da politikalarını geliştirmeye çalışarak yönetmek olarak tanımlanabilir.” Daha açık bir ifadeyle uygulanması planlanan dış politika hedeflerinin ve etkinliklerin, halkın rızasını kazanmak ve eleştirilerini törpüleyebilmek için halka açıklanarak kamuoyu yaratılmasıdır. Buna örnek olarak elçiliklerin basınla olan ilişkileri ve bilgilendirmek amacıyla yürütülen faaliyetler gösterilebilir (Akt: Emen 2013: 16).

Kültürel diplomasi ve değişim diplomasisi bir diğer önemli unsurdur. “Kültürün ihracı ve insanlarla fikirlerin değiş-tokuşuyla güçlenen dış politikadır.” Kültürel diplomasiyle anlatılmak istenen; bir aktörün kültürel kaynaklarının uluslararası alanda bilinirliğini arttırıp kültürel aktarımı sağlayarak yönetmesi girişimidir. Değişim diplomasisi ise; yönetimi elinde bulunduran kişinin yurttaşlarını yurt dışına gönderip yabancı ülkelerden de vatandaşları kendi ülkesine kabul etme çalışmalarıdır (Emen 2013: 16 – 17). Günümüzde bazı kurum ve üniversite gibi yapıların Erasmus, Sokrates gibi programlarla belli süreler içerisinde yaptığı yurt dışına gönderim ve aynı oranda gerçekleştirilen yurda kabul çalışmaları değişim diplomasisine örnek olarak verilebilir.

Bir diğer unsur ise uluslararası medya yayıncılığıdır. İletişim teknolojilerinin dış politikayla bütünleştirilerek sunulması günümüz dijital dünyasında son derece önemlidir. “Cull bu elementi savunum ve kültürel diplomasi-nin bir uzantısı olarak göstermektedir” (Akt: Emen 2013: 17).

Riggins’in (1998: 4) ifadesine göre kamu diplomasisi hükümetin hedeflediği sınırlar içerisinde yabancı kamuoyu oluşturması, milli hedef, çıkar ve amaçlarına ulaşabilmek için yapılandığı doğru bilgiyi yayma işlevidir. Kamu diplomasisinde bilginin kaynağının belli ve doğruluğunun kesin olduğunu belirten Akgönenç (2009: 14), bu özelliği sayesinde kamu diplomasisinin psikolojik savaş uygulamasını içeren propagandanan ayrıldığını, propagandada bilginin kaynağının her zaman belli olamayabileceğini, doğruluğu kanıtlanmayan rivayet ve dedikoduların üretilebileceğini söylemektedir.

Nye’ye (2005: 108 – 109) göre, kamu diplomasisi üç boyuttan oluşmaktadır.

1- Günlük İletişim ve Bilgilendirme: Kamu diplomasisinin doğru bir şekilde işleyebilmesi için bilgide boşluk bırakılmaması gerekir. Bunun için, sürekli haber akışı sağlanmalı ve uluslararası basına kullanabileceği doğru ve uygun malzeme verilmelidir. Bu yapılırken iç basına verilen bilgide

dikkatli olunmalı, verilen demeçlerin dış basında nasıl kullanılabilceği iyi hesaplanmalı, ilgiyi dağıtmamak amacıyla konu sık sık işlenmeli, haberlerin tutarlılığı ve bütünlüğü sağlanmalıdır.

2- Stratejik Planlama ve Ülkenin “Markalaşması”: Ülkenin kendisini diğer ülkelere olumlu bir şekilde anlatabilmesi için planlı bir sürece ihtiyaç vardır. Dikkatli bir şekilde oluşturulan ve uzun bir zamanı kapsayacak olan bu planlı süreç içerisinde oluşabilecek sorunların, ülkenin itibarını zedeleyebilecek durumların önüne geçilebilmesi için gerekli tedbirlerin önceden düşünülerek alınması gerekir. Akademisyenler ve sivil toplum örgütleri vasıtasıyla verilecek olan mesajlar güçlendirilir. İstikrarlı ve güvenilir bir ülke imajı oluşturularak ülke hakkında olumlu ve kalıcı bir anlayış oluşması sağlanır.

3- Uzun Vadeli İlişkilerin Kurulması ve Kurumsallaşması: Değişim diplomasisi olarak adlandırılan burslar, değişim programları, staj olanakları, seminer ve konferanslar, medyanın güçlü ve etkili bir şekilde kullanılması uzun süreli ve olumlu ilişkiler kurulması açısından kamu diplomasisinde son derece önemlidir. Kişisel ilişkilerle kurulan samimiyet, kültür bazında anlaşılır ve kabul edilebilir hâle gelmek ülkenin meselelerini anlatmada kolaylık sağlamaktadır.

Kamu diplomasisi ile hedeflenen istenilen sonuçların başkaları tarafından da istenilmesini sağlamak ise mesajların nasıl duyulduğunu anlamak ve buna uygun şekilde düzenlemeler yapmak gereklidir. Etkili bir kamu diplomasisi konuşmak kadar dinlemeyi de gerektiren çift yönlü bir yapıdır. Bu nedenle ülkelerarası değişim programları, kitle iletişim araçlarıyla yapılan yayın ve mesaj aktarımlarından daha etkili bir yaklaşım olarak benimsenmiştir (Nye 2005: 111).

1.2. KAMU DİPLOMASİSİ YAKLAŞIMLARI

Signitzer ve Coombs’a (1992: 140) göre, kamu diplomasisi yaklaşımlarıyla ilgili iki temel uygulamadan söz edilebilir. Bunlardan birincisi, propaganda tekniklerinin kullanılması yoluyla dış kamuoyunun davranışlarının ikna yoluyla etkilenmesini temel alan katı yaklaşımdır. Bu yaklaşımla etkilenmeye çalışılan dış kamuoyu çoğunlukla gazete, dergi, radyo ve televizyon gibi kitlesel araçlarla siyasal bakımdan bilgilendirilir. Bu yaklaşım daha çok kısa dönemlidir ve hedef kitle ikna, araç ve yöntemleri kullanılarak etkilenmeye çalışılır (Akt: Özkan 6). Tek yönlü bir iletişim biçimini benimseyen propaganda ve ikna temelli bu yöntem “içerisinde maruz bırakma,

dayatma, dolaylı yoldan baskı uygulama girişimlerini” de barındırmaktadır. Bu yaklaşım daha çok iletişim araç ve gereçlerinin günümüzdeki kadar gelişmediği soğuk savaş döneminin kodlarıyla uyum gösteren bir yaklaşımdır. 21. yüzyılda böyle bir yaklaşımın kendine yer bulması imkânsızdır (Özkan 6). Propaganda ve ikna daha çok geleneksel diplomasiye benimsediği bir uygulamadır.

Signitzer ve Wamser’e (2006: 438) göre, kamu diplomasisi yaklaşımlarında ikinci uygulama esnek kamu diplomasisi anlayışıdır. Esnek yaklaşım, içerisinde daha çok, karşılıklı anlayış oluşturmayı, kültür, spor, eğitim, bilim gibi yumuşak güç unsurlarını yoğun bir şekilde kullanmayı, karşılıklı iletişimi ve etkileşimi barındırmaktadır.

Esnek yaklaşımda kamu diplomasisi açısından uzun dönemli faaliyetlerin ön plana çıktığını belirten Yağmurlu (2007: 17), bu uygulamada yaşam tarzlarının, siyasal ve ekonomik sistemlerin, sanatsal yetkinliklerin kullanılarak karşılıklı anlayış oluşturulmaya yönelik faaliyetler yürütüldüğünü ifade etmektedir (Akt: Özkan 7).

İletişimin, bilginin, teknolojinin yaygınlaştığı, kamuoyunun belirleyici bir aktör olarak yer aldığı günümüz dünyasında diplomasi anlayışı esnek yaklaşım olarak yerini almıştır. 21. yüzyılın bireyleri araştıran, soruşturan, itiraz eden, tartışan ve zor ikna olan kişiler olduğundan bu yüzyılda propaganda yöntemleri etkili olamaz, dayatma ve baskıyı içeren ikna metotları karşılık bulamaz. Bu yüzyılda daha çok yumuşak güç unsurlarının ustalıkla kullanılması stratejik bir önem taşımaktadır (Özkan 7).

1.3. KAMU DİPLOMASİSİ AKTÖRLERİ

Diplomasi ilk olarak gündeme geldiğinde kaynağı yalnızca hükümet olan bir iletişim süreci idi. Farklı devletlerin hükümetleri kapalı kapılar ardında diplomatik ilişkiler kurmakta ve alınan kararlar o dönemin kitle iletişim araçları vasıtasıyla kamuoyu ile paylaşılmaktaydı.

Ancak gelişen iletişim teknolojileri sayesinde diplomasi şekli değişmiş ve geleneksel diplomasiden kamu diplomasisine geçilerek diplomasiye tanımı ve alanı genişlemiştir. “Kamu diplomasisi sürecinde artık devletin dışında başka kaynaklar da yer almakta, , bu kaynaklar bazen devletin çalışmalarına dâhil olmakta bazen de devletten tamamen bağımsız olarak kendi çalışmalarını yürütebilmektedir” (Sancar 2012, 90’dan Akt: Özkan 8).

Bilgi toplumu olan 21. yüzyıl toplumunun kamu diplomasisi anlayışına geçmesiyle birlikte diplomasi tanımı değişmiş ve diplomasi sürecine katkı

lan aktörler artmıştır. Szondi (2008: 17) ve Signitzer'a (2008: 209) göre, kamu diplomasinin en baş aktörleri sivil toplum örgütleridir. Bunu üniversiteler ve okullar, kanaat önderleri, medya ve haber ajansları, iç hedef kitle, küresel işletmeler ve özel sektör kuruluşları, baskı grupları ile devlet üstü kuruluşlar izler (Sancar 2012: 91'den Akt: Özkan 8). Bunların yanı sıra kamu diplomasisi, bilimi, sanatı, sporu, eğitimi, kültürü de hedeflerine ulaşmak, amaçlarını gerçekleştirmek için araç olarak kullanabilir (Özkan 12).

Devletin belirlediği dış politika hedef ve amaçlarını yerine getirebilmek için geleneksel diplomasiyi icra eden diplomatlara bilgi toplama, etkileşime geçme ve gerektiğinde münazara yapma görevi verilmektedir. Kamu diplomasisi çağında ise bu görevin sınırları da genişletilmiştir. Artık diplomatlar, yalnızca karşı devlet yetkilileriyle değil STK'lar, dışişleri bakanlıkları, yabancı kamu kurumları, vakıflar, dernekler, siyasi gruplar, siyasi partiler ve özel şirketlerle de etkileşime girmek zorundadır (Bereket 2017: 13).

Sadece Uluslararası İlişkiler ve Siyaset Bilimi alanında değil; başka alanlarda da eğitim görmüş, yıllarca çalışıp tecrübe sahibi olmuş, çok sayıda yabancı dili konuşabilen, yabancı kültürleri iyi bilen, derin ve geniş genel kültür birikimi olan kişiler de diplomat olmaya başlamıştır. Kamu diplomatları analitik düşünme kabiliyetine sahip olmak ve ekonomik - teknik gibi konularda yetkin olmak zorundadırlar. Diplomatların önemi gitgide artan yeni medya ve yeni iletişim tekniklerini iyi bilmeleri, bunları etkin biçimde kullanmaları gerekmektedir (Bereket 2017: 13 - 14).

1.4. YUMUŞAK GÜÇ (SOFT POWER)

Yumuşak güç kavramını ilk ortaya atan Joseph Nye olmuştur. Nye, yumuşak güç kavramını tanımlamadan önce güç kavramını anlamlandırmakta ve gücün tarifini yapmaktadır. Nye'ye (2008: 94) göre güç, başkalarının kendi istediğiniz sonuçlara ulaşmasını sağlama becerisidir. Bu beceri üç yolla sağlanır. Baskı ve tehdit, teşvik ve yatırımlar ve yumuşak güç (başkasının sizin istediğinizi istemesini sağlamak).

Nye, kamu diplomasisinde yumuşak gücü, "yumuşak güç kaynakları olan kültür ve değerleri, değişim programları, kültürel ve enformasyonel faaliyetler düzenleyerek politikaya dönüştürülmesi ve yürütülmesi" şeklinde tanımlamıştır (Akt: Ekşi 2014: 37). Kültürel kaynakları yumuşak güç ve kamu diplomasisi içerisinde değerlendiren Nye (2005: 96), yumuşak gücü kültürel güç kamu diplomasisini de kültürel diplomasi şeklinde ifade etmiştir.

Ekşi'ye (2014: 38) ise ne yumuşak güç kendisinin ortaya koyduğu yumuşak güç kaynakları açısından ne de kamu diplomasisi kültürel güçten ibarettir. Kültürel kaynaklar yumuşak güç araçlarından yalnızca önemli bir kısmını teşkil etmektedir. Kültürel diplomasi de kamu diplomasisinin türlerinden sadece önemli bir türüdür.

Nye'ye göre yumuşak gücün üç temel kaynağı vardır. Bunlar; "Kültür (başkasına cazip gelecek tarafları), siyasi değerler (içeride ve dışarıda belli seviyede etkili olmaya başladıkları zaman) ve dış politikalarıdır (meşru olarak kabul edildiklerinde)." Kamu diplomasisi bu kaynakları, başka ülkelerin vatandaşlarıyla iletişime geçmek ve onları etkilemek için kullanmaktadır (Akt: Emen 2013: 14).

Karşılıklı anlayış yoluyla ülkelerin imajını ve saygınlığını geliştirmeyi amaçlayan, sadece kendi savlarını değil, karşısındaki devletin savlarını, halkların düşüncelerini de anlamaya odaklanan yumuşak güç yaklaşımı; devletlerin bu amaçlara ulaşmak için kamu diplomasisi yöntemlerinden beklentilerini arttırmaktadır. Bunun sonucu olarak kamu diplomasisi alanında, sadece devletlerin dışişleri bakanlığına bağlı personelleri değil çok farklı alanlarda çalışan resmi ve hatta özel kurumların görevlileri de yer almaktadır (Akt: Bereket 2017: 9).

Nye, kamu diplomasisi ile yumuşak gücün ortak noktasının kamuoyu olduğunu belirtmektedir. Kamu diplomasisinde amaç kamuoyunun etkilenmesi iken yumuşak güçte temel amaç kamuoyu sermayesini kazanmaktır. İki kavramın da odak noktası kamuoyudur. Ancak yumuşak güç bir güç türü iken, kamu diplomasisi bir diplomasi tarzı olarak şekillenmektedir (Ekşi 2014: 39). Devletler, kamu diplomasisi ile ülkenin yumuşak gücünü yani kültürü, sanatı, dili, tarihi, hikâyesi, fikirleri, idealleri ve değerlerini uyguladığı yöntem, program ve araçlarla hayata geçirir. Yumuşak güç ve kamu diplomasisi arasındaki ilişki ve bu kavramların birlikte kullanılmasının sebebi Nye'in kültür unsurunu yumuşak güç kaynaklarından biri olarak kavramsallaştırması ve yumuşak gücün kamu diplomasisinin bir türü olan kültür diplomasisi çerçevesinde kullanılmasına dayanmaktadır (Ekşi 2014: 40).

20. yüzyıldaki güç anlayışıyla 21. yüzyıldaki güç anlayışı arasında büyük farklılıklar vardır. 21. yüzyılda güç bir önceki asrın aksine kaba kuvveti, askeri kapasiteyi ve silahı değil etkili iletişimi ve benimsetmeyi öne çıkaran yumuşak güç olgusunu temsil etmektedir. Savaş yöntemleriyle elde edilebilecek üstünlükler bu yüzyılda kısa sürelidir ve gelip geçicidir. Kültür, bilim, eğitim, sanat, spor vb. değerlere dayanan yumuşak güç ise dolaylı etki oluşturarak son derece başarılı ilişkilerin kurulmasını sağlamaktadır (Snow 2009, 3'dan Akt: Özkan 12).

Uluslararası siyasette güç, teknolojinin ve kaynakların gelişmesiyle sermaye zenginliğinden bilgi zenginliğine doğru kaymaktadır. Bilgiye ve iletişim araçlarına verilen önem yumuşak güce verilen önemi de arttırmıştır. Hedeflenen sonuçlara ulaşabilmek amacıyla başkalarının güdülerini manipüle etmekten ziyade onları cezbederek istediğini yaptırma kabiliyeti yani yumuşak güç insanları zorlamaz aksine onlarla işbirliği yapar. Nye, yumuşak güç kullanılırken hükümetin kendi politikası olarak kültür, değerler ve tutumlarını da göz önüne alması gerektiğinin altını çizmektedir. Nye'ye göre kültür ve ideoloji gibi olgular da yumuşak güç unsurlarıdır (Başar 2011: 7). Türkiye'de dış politikada pek çok yumuşak güç stratejisini hayata geçirmiştir. Bu çerçevede Türkiye'nin dış yardım politikası, düzen kurucu, arabuluculuk/kolaylaştırıcılık rolü, ritmik ve proaktif diplomasi ile yoğun angajman politikası, komşularla sıfır sorun ve vize politikası, normalleşme açılımları ve medeniyet düzeyinde küresel barış girişimleri gibi uygulamalar yumuşak güç politikaları olarak değerlendirilebilir (Ekşi 2014: 159 – 160).

Algı yönetimi ilk dönemlerde askeri kurumlar tarafından askeri amaçlarla kullanılmış olsa da günümüzde algı yönetimi silah, askeri güç ve caydırma-korkutma yöntemleriyle ilişkisini koparmış durumdadır. Böylece daha az maliyetlidir ve silahlar kadar yıkıcı değildir (Özer 2012: 162 – 163).

Günümüzde algı yönetimi uygulanırken öncelikle iletişim kurulacak topluluk belirlenir ve topluluğun özellikleri hakkında detaylı bir araştırma yapılır. Güçlü ve zayıf yönler ortaya çıkartılır bu aşamadan sonra dijital iletişim araçları kullanılarak hedef kitlenin birtakım olaylar karşısındaki tutum ve davranışlarının değiştirilmesi amaçlanır. Bu çalışma tek yönlü bir iletişim çalışmasıdır. Algı yönetimi kısa vadeli fakat tanımı, amacı ve yöntemleriyle algı yönetimine benzeyen ve "stratejik iletişim" olarak adlandırılan uzun soluklu çalışmalar da vardır (Bereket 2017: 16).

1.5. STRATEJİK İLETİŞİM

Amerika'da stratejik iletişim danışmanlığı görevini yürüten Emil Goldman, stratejik iletişimi; insanların "tutum ve davranışlarını etkilemeye yönelik" olarak gerçekleştirilen bir strateji şeklinde tanımlamaktadır (Karagöz 2015:45). Bilgi çağında bulunan toplumun tutum ve davranışlarının etkilenebilmesi oldukça güçtür. İletişim araçları ve teknolojinin gelişip yaygınlaşmasıyla birlikte bireyler bilinçlenmiştir. İletişim kurulamayan, mesajların dinletilemediği ya da izletilemediği kitlelerin tutum ve davranışlarını etkileyebilmek imkânsızdır. Bu durumda önce sağlıklı ve etkili bir iletişim

kurma yöntemi geliştirilmeli daha sonra bu yöntemin stratejik bir şekilde kullanımı sağlanmalıdır (Özkan 2015: 481).

“Stratejik iletişim yalnızca en uygun mesajın ilgili kamuoyuna ulaştırılmasını, kamuoyunun bilgilendirilmesini amaçlayan kaynak odaklı pasif bir iletişim süreci değil, belirlenmiş mesajların vizyon ve hedeflere uygun şekilde ilgili kamuoyu ile paylaşılmasını ve kamuoyu algısının olumlu şekilde şekillenmesini sağlayacak ve etkilemeyi esas alan aktif bir iletişim sürecidir” (Gürcan 2010: 105). Stratejik iletişim planlamayı, taktikler geliştirmeyi, mesajın etkili şekilde algılanması için doğru kodlamayı, mesajın hedef kitleye en sağlıklı ve etkili şekilde aktarılmasını, tüm bunları yaparken de gelişmiş teknolojilerden en üst düzeyde yararlanmayı kapsamaktadır. Stratejik iletişimin kendine has bu özellikleri onu değerli ve etkili kılmakta, doğru kullanıldığında başarılı sonuçlar alınmasını sağlamaktadır (Özkan 2015: 482).

Stratejik iletişim yönetimi, verilecek mesajların oluşturulması, veriliş tarzı, mesajların kısa ve öz yapılandırılması, mesajlarda sürekli tekrar eden anlaşılır anahtar kavram ve sözcüklerin seçilmesi, mesajların işlevselleştirilmesi, hangi araç ve yöntemlerle verilmesinin belirlenmesidir. Ayrıca stratejik iletişim yönetimi, devletlerin iletişim faaliyetlerinin koordine edilmesi ve devlet politikaları, vizyonu ve eylemleriyle bütüncül şekilde birbiriyle tutarlı uygulamalar hâlinde icra edilmesidir (Ekşi 2014: 111).

1.6. KAMU DİPLOMASİSİ VE MEDYA

Ülkeler sahip oldukları bilgi birikimini, entelektüel değerleri, kültürel öğeleri yumuşak güç unsurlarını kullanarak başka ülkelere aktarmada çeşitli araçlar kullanmaktadır. Şüphesiz ki günümüzde bu araçların en başını kitle iletişim araçları çekmektedir (Sancar 2012: 185). Öyle ki günümüzde toplulukları en fazla etkileyen, yönlendiren, kanaat oluşmasına yardımcı olan unsur kirle iletişim araçlarıdır. Bu araçlar kitlesel bir gücü elinde bulundurur ve kitleler üzerinde bir “güven” hissi oluşturarak bu histen faydalanır (Özkan 11). Kitleler ise güvendikleri kitle iletişim araçlarından bir takım bilgiler elde ederler, bu bilgilere inanırlar ve kanaatlerini bu bilgiler doğrultusunda oluştururlar. Burada önemli olan nokta kamu diplomasisi uygulamalarında kullanımı artan kitle iletişim araçlarının etkili yol, yöntem ve unsurları saptaması, kendi özelliklerini de göz önünde bulundurarak bunu stratejik bir biçimde kullanmasıdır (Özkan 11 – 12).

Tiedeman (2005), 1. Dünya Savaşı’ndan sonra ortaya çıkan yeni diplomasinin devlet görevlilerinin tuttuğu resmi notların ötesine geçtiğini be-

lirterek yeni diplomasinin gazetenin, radyoların ve televizyonların hâkim olduğu yeni bir karar alma sürecini oluşturduğunu ifade etmektedir. Daha açık bir ifadeyle, “iletişim devrimi diplomasinin paradigmasını değiştirmiştir” (Akt: Gökırmak: 3).

Kitle iletişim araçlarının hızlı gelişmesinin diploması yöntem ve tekniklerinde oluşturduğu büyük etkiden bahseden Hoffmann’a göre, bu etki hem uluslararası toplumların ve bireylerin devletlerin karar alma süreçlerine müdahale etmelerini kolaylaştırıyor hem de devletlere yabancı toplumları kendi dış politika hedeflerine uygun olarak etkilemek için fırsatlar sunuyordu (Bereket 2017: 6).

Yaptığı araştırmada 21. yüzyıldaki yayıncılık teknolojilerinin sağladığı yeni olanakları değerlendiren David M. Abshire, bu yeni iletişim aygıtları sayesinde ülkelerarası sınırların kalkarak fikirlerin ülkeden ülkeye serbestçe dolaşabildiğini tartışmaktadır. Abshire, 1976 yılında yaptığı araştırmada, devlet tarafından yürütülen diplomasiden toplumların yürüttüğü toplumlararası türde bir diplomasiye geçildiğini kaydetmektedir (Abshire, 1976: 3-4’ten Akt: Bereket, 2017: 7).

21. yüzyılda kamuoyunu medya ve haber ajansları inşa etmektedir. Bu kitle iletişim araçları algı yönetimi ve kamuoyu kanaatini oluşturma noktasında önemli rol oynamaktadır. Kamu diplomasisini yönetenler eğer bu alanda başarılı olmak ve etkili sonuçlar almak istiyorlarsa kitle iletişim araçlarına gereken önemi de vermek zorundadırlar. Bu önem yalnızca ülke içindeki kitle iletişim araçlarına değil, uluslararası düzeyde yayın yapan her türden kitle iletişim araçlarına ve internet medyasına da verilmelidir (Özkan, 11).

Hükümetler, kamuoyu diplomasisinin temel amacı olan kamuoyu görüşlerini etkilemek için ağırlıklı olarak kitle iletişim araçlarını kullanmışlardır. Hükümetler bu şekilde bir yandan kamuoyu oluştururken diğer yandan da kitle iletişim araçları sayesinde mesajlarını hedef kitleye aktarmaktadır. Hükümetler, özellikle yabancı ülke toplumlarına kitle iletişim araçlarıyla ulaşarak ülkeyi tanıtıcı enformasyonel programlar yürütmektedir. Ülke hakkında olumlu algı ve imajların oluşmasında kritik role sahip olan kitle iletişim araçlarıyla kamu diplomasisi aktörleri yabancı toplumlara ülkeyi tanıtarak olumlu bir bakış açısı sunmayı amaçlar (Ekşi 2014: 114 - 115).

Toplumsal hayatta mesaj verme açısından önemli bir görev üstlenen kitle iletişim araçlarını devletler, özellikle soğuk savaş döneminde propaganda aracı olarak kullanmışlardır. Bugün propagandanın olumsuz bir algı yaratmasıyla devletler, kitle iletişim araçlarını kamu diplomasisi çerçevesinde

kullanmakta ve kamu diplomasisine uygun enformasyon programları düzenlemektedir. Televizyon ve radyonun yanında sinema da ülkelerin fikir ve mesajlarının insanların bilinçaltına aktarılmasında önemli bir araçtır. Günümüzde sinema filmleri ve televizyon dizileri bir ülkenin kültürü ve değerlerini, yaşam tarzını yansıtan bir araç olarak yumuşak güç unsuru şeklinde kullanılmaktadır. Başka bir deyişle, bir ülkenin sinem ve dizilerinin başka ülkelerde izleyici kitlesi bulması ülkenin çekiciliğini arttıran bir faktör olarak değerlendirilmektedir (Ekşi 2014: 115 – 116).

1.7. KAMU DİPLOMASISI VE YENİ MEDYA

Gelişen teknolojiyle birlikte sosyal medya ağları günümüzün önemli dinamiklerinden biri hâline gelmiştir. Kamuoyu oluşturma, örgütlenme, gündem değiştirme gibi amaçlarla kullanılan sosyal mecra, kamu diplomasisi alanında daha çok hedeflenen amaca ulaşabilmek, hedef kitlenin ihtiyaç ve beklentilerinin anlaşılabilmesi, uluslararası kamuoyunun ilgisinin kazanılması ve çeşitli alanlarda gerçekleştirilen çalışmalarla yaratılan olumlu algının pekiştirilmesi amaçları ile kullanılmaktadır (Erzen 2012a: 151 – 152).

Aslında dijital diplomasi yeni bir diplomasi değil, sadece diplomaside internet araçlarının kullanılması ve sanal ortamda diplomasi faaliyetlerinin ve görüşlerinin aktarılması, kamu diplomasisi anlamında bilgilendirme faaliyetlerinin sosyal medyada yürütülmesidir. Bu çerçevede eski kamu diplomasisi daha çok geleneksel iletişim araçlarına dayanırken yeni kamu diplomasisi dijital araçlara dayanmaktadır (Ekşi 2014: 116).

İnternetteki sosyal ağların siyasete etkisi nedeniyle dijital araçlar, hükümetler için günümüzde vazgeçilmez bir araç olmuştur. Artık hükümetler, sosyal ağlarda siyasi seçim kampanyaları düzenlemekte ve diplomasi-deki faaliyet ve görüşler sosyal medyadan da aktarılmaktadır. Çünkü sosyal medya, küresel siyasetin bir alanı hâline gelmekte ve kamuoylarının oluştuğu küresel kamusal alan olarak önemi artmaktadır. Hükümetler de sosyal ağlarda politikalarını anlatmak ve sosyal medyayı takip etmek zuretini duymuşlardır (Ekşi 2014: 117).

Greck (2006: 11 – 12), dijital ortamla ilişkisi olan milyonlarca insanın farkında olsun ya da olmasın, diplomasinin konusuna giren alanlarda aktif olarak yer aldığını ve sanal diplomasinin de bunun bir sonucu olarak karşımıza çıktığını belirtmektedir. Hükümetler tarafından görevlendirilen diplomatlar, konvansiyonel diplomasi yöntemlerinin yanı sıra sanal diplomasi araçlarına görevleri dolayısıyla sık sık başvurmaktadır.

Enegotiations yani, karşılıklı olarak aynı mekânda bir araya gelmeden, sanal alanda yapılan müzakereler, dijital iletişim olanaklarıyla sağlanan sanal bir diplomasi yöntemidir (Bereket 2017: 14).

Bu gibi pek çok dijital iletişim yöntemi ve sosyal medya uygulamaları, kamu diplomasisi alanında iletişim tekniği olarak sık sık kullanılmakta ve kamu diplomasisinde büyük kolaylıklar sağlamaktadır. Dijital diplomasi, sadece siyasal alanda değil ekonomik, kültürel ve sosyal alanda yabancı halkları ikna edebilmek, tanıtım veya uyarı yapmak amacıyla kullanılmakta, sosyal mecrada interaktif iletişim kurularak karşı taraftan gelen mesajlar anında yanıtlanabilmektedir. Bu durumda hem zamandan hem de maliyetten tasarruf edilmektedir (Akt: Bereket 2017: 14 – 15). Kısacası gelişen teknoloji kamu diplomasisinin amaçlarına hizmet etmekte, yabancı halkların ve devletlerin algısını olumlu yönde etkileme ve yönetme çalışmalarında sanal diplomasi ve sosyal mecra etkin bir şekilde kullanılmaktadır (Bereket, 2017: 15).

Dünya halklarının gelişen teknolojiyle birlikte farklı iletişim ve haber kaynaklarına yöneldiğini belirten Halter (2009: 11 – 16), internet ve cep telefonlarının hâkim olduğu bu yeni dünyada diplomasi araçlarının da değiştiğini ifade etmektedir. Yeni teknolojiyle birlikte bireyselleşmiş, şeffaf ve etkileşime açık yöntemler ortaya çıkmış, geleneksel kitle iletişim araçlarının yanında internet üzerinden erişilebilen “blog”lar, “podcast”ler ve “facebook”-“twitter” gibi sosyal iletişim siteleri, cep telefonu mesajları ve bilgisayar oyunları yaygınlaşmıştır.

Öyle ki, 1990’ların CNN etkisi artık yerini youtube etkisine bırakmaktadır. Devletlerin geleneksel kitle iletişim araçlarındaki kontrolü internet üzerinde kuramamasından dolayı sosyal paylaşım ağlarının etkileri gitgide artmaktadır. Bireylerin özellikle savaş alanlarında çektikleri videoları youtube ortamında paylaşmaları hükümetleri zor durumda bırakmaya yeterli olmaktadır (Ekşi 2014: 117).

Mesajları gönderen aktörlerin, mesajın hedef kitlelere ulaşıp ulaşmadığını kontrol edebilme imkânına sahip olması, hedef kitleleri belirleyebilme özelliği, gönderilen mesajların etki gücünü arttırarak planlı bir algılama yönetimi oluşturulmasına imkân tanımaktadır (Gökırmak: 4).

21. yüzyılı önceki yüzyıllardan ayıran nokta yalnızca teknolojinin yarattığı yeni iletişim araçları değil, küresel düzeyde değişen siyasetin kazandığı yeni niteliklerdir. Günümüz dünyasında ülkelerin yarısı demokrasi ile yönetilmektedir. Demokrasi ile yönetilen ülkelerde kamuoyunu etkileyebilmek önemli hâle gelmiştir. Gücün tanımı değişmiş ve artık güç

silah, top, tüfekten ziyade bilgi ile elde edilir olmuştur. Gelişen teknolojiyle birlikte bilgiye ihtiyaç duyan herkes anında bilgiye ulaşabilmektedir. “Bilginin işlenmesinin ve dağıtımının kolaylaşması ve ucuzlaması, “bolluk paradoksu” olarak adlandırılan bir bilgi patlamasına yol açmıştır. Bilginin bolluğu ilginin azalmasına neden olmuştur. İnsanlar karşılıklarına çıkan bilginin büyüklüğü altında ezilip, neye odaklanacaklarını ayırt etmekte zorlanınca, bilgiden ziyade ilgi nadir bulunan bir kaynak hâline gelmiştir” (Nye 2005: 105 - 106).

Kamu diplomasisi kavramı ilk kez 1965 senesinde Tufts Üniversitesi, Fletcher School of Law and Diplomacy Bölümü Dekanı Edmund Gullion tarafından kullanılmıştır. Gullion kamu diplomasisini; halkların tutumu, dış politikanın oluşumu ve yürütülmesine sağladığı katkı ile ilişkilendirmiş ve kamu diplomasisinin hükümetlerin kendi ülkeleri dışındaki ülkelerde kamuoyu desteği sağlama çabası ve özel kuruluşların kendi ülkeleri dışındaki ülkelerle iletişimde bulunması gibi alanları kapsadığını ifade etmiştir.

Dünyada okur yazar oranının artmasıyla insanlar propaganda konusunda tedbirli ve duyarlı hâle gelmiş, ulusal ve uluslararası ilişkilerde itibar ve güvenirlilik geçmişte olduğundan çok daha fazla önem kazanmıştır. Geleneksel güç politikasında kimin silahının daha kuvvetli, kimin ekonomisinin daha güçlü olduğu önemliyken, 21. yüzyılın siyasetinde önemli olan kimin hikâyesinin daha inandırıcı olduğu ve kimin hikâyesinin kazandığıdır (Nye 2005: 106).

İnternet araçlarının diplomaside kullanılması devletlerin de dijital mecrada yer almalarını sağlamıştır. Pek çok ülkenin devlet başkanı, başbakanlar, dış işleri bakanları ve büyükelçiler sosyal medya hesapları açarak dijital mecrada yer almaya başlamıştır. Böylece devletler için sosyal medya oyun dışı kalmamanın bir aracı ve alanı olmuştur (Ekşi 2014: 117). Devletler özellikle 2000’li yıllardan itibaren sosyal medyayı takip etmeye başlamış ve sosyal ağlarda

hesap açarak sanal iletişim ve etkileşime dâhil olmuşlardır. Sosyal medya aracılığıyla hükümetler, mesajlarını aktarmayı, politikalarına destek almak için kamuoyu oluşturmayı kamu diplomasisi çerçevesinde devlet politikası hâline dönüştürmüştür.

Hükümetlerin sanal elçilikler açarak bireylerle iletişim ve diyalog kurması, devletlerle yabancı halklar arasında köprü işlevi görmeye başlamıştır. Hükümetlerin ülke değerlerini ve kültürünü sosyal ağlar üzerinden tanıtmaları, diplomasinin teknolojiye uyum sağlamasının bir sonucudur (Ekşi 2014: 118). Günümüzde kamu diplomasisini çekici kılan da bu karşılıklı iletişim ve etkileşime açık olma durumudur. Eski dönemlerde olduğu gibi kamuoyuna tek yönlü bir bilgi akışı, kamuoyunu yönlendirmeye ve fikirleri dayatma merkezli bir iletişim biçimi olacağından kamuoyu tarafından tepkiyle karşılanma ihtimali yüksek olacaktır. Ancak karşılıklı anlama ve anlatma, dinleme ve konuşma yöntemi, hedef kamuoylarını da sürece dâhil etmekte, etkili bir iletişim stratejisinin kapısını aralamaktadır (Özkan 14).

1.8. TÜRKİYE’NİN KAMU DİPLOMASİSİ VE DİPLOMASİ AKTÖRLERİ

Soğuk savaşın sona ermesiyle birlikte günümüz uluslararası sistemi ciddi bir değişim geçirmiştir. Uluslararası sistemde tek aktör olan devlet ve askeri temelli yapı giderek yerine devletin yanında bireylerin, şirketlerin, uluslararası örgütlerin vb. yer aldığı bir yapı gelmiştir.

Günümüzde devletler, askeri yapıyı güçlendirmenin yanında uluslararası politikalarını yumuşak güç unsurlarıyla gerçekleştirmeye çalışmaktadır. Bu ise kamu diplomasisinin daha da önem kazanmasını sağlamıştır (Emen 2013: 29).

Dünya devletleriyle kıyaslandığında Türkiye’deki kamu diplomasisi çalışmaları oldukça yenidir. “Bugün Türkiye, yıllarca kamu diplomasisine önem vermemenin getirdiği sorunlarla boğuşmaktadır ve bu sorunların en büyüğü yabancı kamuoyu tarafından tanınmamak değil, yanlış tanınmak ve kendini dünyaya iyi ifade edememektir” (Akçadağ: 18).

12 Eylül darbesinden sonra yaşanan fail-i meçhul cinayetler, hapishanelerdeki işkenceler, Kürt meselesinde izlenen politikaların ürettiği maliyet, insan hakları ihlalleri ve din ve vicdan hürriyeti sorunları, Türkiye’nin içerde baskıcı ve otokratik bir ülke olduğu söylemini güçlendirmiştir. Yurt dışındaki bazı çevrelerde ise Türkiye Kıbrıs’ı işgal eden, Ermenileri katleden ve PKK ile mücadele adı altında komşu ülkelerin topraklarına askeri operasyon düzenleyen bir ülke olarak takdim edilmektedir. Ancak bugün Türkiye bu alanlarda hızla mesafe aldığı için bu algının değişmeye başladığını söyleyebiliriz. Bazı diaspora topluluklarının keskin tutumu dışında bugün Türkiye’yi işgalci, baskıcı, inkarcı, vs. olarak tanımlayan çevrelerin

sayısı azdır. Doğudan batıya dünya kamuoyu Türkiye içinde yaşanan sosyal değişime, ekonomik büyümeye ve bunların dış politikadaki yansımalarına odaklanmaktadır. Ulusal olanla uluslararası olan arasındaki çizginin giderek belirsizleştiği dünyamızda, Türkiye algısının düzelmesi ve bir başarı hikâyesi hâline gelmesi, iç ve dış politikasını doğru kurgulaması ve tutarlı bir şekilde uygulamasına bağlıdır. Fakat yaşadığımız çağda imajın, hakikatin önüne geçtiği de bir gerçektir. Bir ülkenin ve izlediği politikaların nasıl algılandığı, hangi anahtar kelimelerle tahlil edildiği, hangi atıf çerçevesine yerleştirildiği, genellikle o ülkenin nesnel gerçekliğinden daha önemlidir. Moda dünyasının “imaj her şeydir” sözü, sadece bireyler için değil, toplumlar, ülkeler ve bölgeler için de geçerlidir.

(Kalın <http://www.kamudiplomasisi.org/makaleler/makaleler/100-tuerk-d-politikas-ve-kamu-diplomasisi>).

Dünya sisteminde yaşanan hızlı değişime başarılı bir biçimde adapte olmaya çalışan Türkiye, dış politikada hedeflediği amaçları gerçekleştirebilmek için bölge halklarını etkilemek ve bu şekilde bir çekim merkezi oluşturabilmek ihtiyacı hissetmektedir. “Çok boyutlu dış politika, sürdürülebilir kalkınma, demokratikleşme gibi konulara önem ve öncelik veren Türkiye bu bağlamda çok boyutlu stratejiler geliştirme, uluslararası seviyede politikalar üretme ve uygulama yoluna gitmiştir” (Öztürk 13’ten Akt: Emen 2013: 29).

Bu doğrultuda Türk Dış Politikası’nda ortak coğrafya ve tarih ile birlikte toplumların ortak geleceğe de sahip olabileceklerine dayalı, Osmanlı İmparatorluğu’ndan kalan deneyimlerin yanı sıra Türkiye Cumhuriyeti’nin mevcut imkânları çerçevesinde ortak yeni bir oluşumun uygulanabileceği fikri ortaya atılmaktadır. Bu da Türkiye’nin yumuşak gücüne büyük bir önem atfetmekte, sadece söz konusu coğrafya ile sınırlı değil, dünya çapında Türk imajının düzeltilmesi, tanıtılması ve ulusun markalaştırılması sürecini ön plana çıkarmaktadır. Türkiye’nin yabancı toplumlara kendini doğru ifade edebilmesi, değerlerin doğru aktarımı ve bu şekilde o toplumlarla ortak çıkar ve değerlerin belirlenebilmesi, mevcut önyargılardan sıyrılabilmek ihtiyacı doğurmaktadır. Söz konusu ihtiyaçların gerçekleştirilebilmesinde kamu diplomasisi, Türkiye için en büyük araç olacaktır (Şimşek’ten Akt: Emen 2013: 29 – 30).

Çoğul modernite ve çok-merkezli küreselleşme süreçleriyle eş zamanlı olarak Türkiye’nin yeni kimlikleri de çoğulluk, çeşitlilik ve farklılık arz etmektedir. Bu da Türkiye’ye duyulan ilgiyi her gün biraz daha arttırmakta ve bu ilginin çeşitlenmesini sağlamaktadır. Son on yılda Türkiye’nin yük-

selen profili, uluslararası basında artan görünürlüğü, Türkiye’de kayıtlı yabancı gazeteci sayısının artması, akademik çevrelerde çağdaş Türkiye çalışmalarının hız kazanması, Türkiye’ye yapılan üst düzey ziyaretler ve bunların dünya kamuoyundaki yansımaları ve benzer pek çok unsur, “Türkiye hikâyesi”ni doğudan batıya küresel anlatıların en önemlilerinden biri hâline getirmiştir

(Kalın, <http://www.kamudiplomasisi.org/makaleler/makaleler/100-tuerk-d-politikas-ve-kamu-diplomasisi>).

Oluşan yeni süreçte ithalat ve ihracatını arttıran, uluslararası ticaret hacmini genişleten ve yabancı yatırımcıları kendisine çekebilen Türkiye ekonomisi, özellikle 2000’lerden önceki dönemden daha güçlüdür. Kitle iletişim araçlarını ve dijital medyayı etkin bir şekilde kullanan Türkiye, bölgede ciddi ölçüde yumuşak güç üretebilme kapasitesine sahiptir (Çavuş 2012: 28).

Bölgeye kendini daha iyi tanıtmak ve yumuşak güç unsurlarını etkin bir şekilde kullanabilmek adına Türk Dışişleri Bakanlığı bünyesinde üç yeni birim oluşturan hükümet (Enformasyon Genel Müdürlüğü, Yurtdışı Tanıtım ve Kültürel İlişkiler Genel Müdürlüğü, Diplomasi Akademisi Başkanlığı), Türkiye’yi uluslararası platformda daha iyi tanıtmak ve bölgede daha etkin olmak için çeşitli faaliyetler yürütmektedir.

2010 yılından itibaren Dışişleri Bakanlığı’nın kamu diplomasi faaliyetlerinde önemli roller üstlenen Dışişleri Bakanlığı’na bağlı olan bu birimler, yaptıkları çalışmalar ve yürüttükleri projelerle Türkiye’de kamu diplomasi faaliyetleri için yeni bir dönemin kapılarını aralamaktadırlar (Bereket 2017: 46).

Yumuşak güç aktörleri arasında olan iş dünyası da kamu diplomasisi açısından stratejik bir değere sahiptir. “21. yüzyılda ekonominin öne çıkması, küreselleşme süreciyle birlikte finans piyasaları başta olmak üzere üretimin, satışın, dağıtımın dünya geneline yayılması, emeğin ve paranın büyük bir küresel göçe tabi olması; iş adamlarını dünyanın her yerinde iş yapabilir hâle getirmiş, uluslararası şirketlerin sayısı hızla artmıştır. İş adamları gittikleri ülkelerde sadece kendi işlerini yapan insanlar değildir; onlar aynı zamanda ülkelerinin birer temsilcisi konumundadır. Ülkelerinin kültürel, sosyal, siyasi ve ekonomik anlamda tanıtımında önemli roller oynamaktadır” (Özkan 19).

Yumuşak güç aktörleri arasında olan bir diğer araç ise medya ve dijital mecradır. Kamu diplomasisi araçlarının başını çeken kitle iletişim araçla-

rı toplumu etkilemekte, yönlendirmekte ve kanaat oluşumunda rol oynamaktadır. Kitle iletişim araçları politikaların yaygınlaştırılmasında, bunların başka toplumlara aktarılmasında, mesajların ulaştırılmasında önemli bir yere sahiptir. Kitle iletişim araçları noktasında Türkiye'nin elindeki en önemli güç, TRT (Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu)'dir. Kamusal yayıncılık yapan TRT, son dönemlerde yurtdışına yönelik olarak da yayın yapmakta TRT Avaz, TRT Arapça, TRT Türk, TRT World gibi pek çok dilde yayın yapan kanallar TRT uzantılı internet siteleriyle Türkiye'nin politikalarının anlaşılmasında çok önemli rol oynamaktadır (Özkan 19 – 20). TRT gibi yumuşak güç aktörü olan bir diğer kurum ise devletin % 49 hissesine sahip olduğu Anadolu Ajansı'dır. Dünyanın 35 ülkesinde yurt dışı bürosu bulunan Anadolu Ajansı, sosyal medyayı en etkin haber ve iletişim mecrası olarak görmekte, 100. Yıl vizyonunu sosyal medya ağlarının şekillendirdiği “yeni medya” konsepti üzerine inşa etmektedir (<http://aa.com.tr/tr/p/sosyal-medya-politikalari> /<http://aa.com.tr/tr/p/yurt-disi-burolar>).

Türkiye'nin kültürüne özgü değerleriyle kültürünün önemli bir parçası olan Türkçeyi kamu diplomasisi aracı olarak güzel ve etkili bir şekilde kullanan Yunus Emre Vakfı da yumuşak güç aktörlerinden bir tanesini teşkil etmektedir. “Vakıf, 2007 yılında Türk dilini, tarihini, sanatını, kültürünü dünya çapında tanıtmak ve Türkiye'nin diğer ülkelerle kültürel alışverişin geliştirmek amacıyla kurulmuştur. Yunus Emre Vakfı'na bağlı olarak kurulan “Yunus Emre Enstitüsü” ise Türk kültürünün, tarihinin, dilinin ve edebiyatının daha iyi tanıtılması ve öğretilmesi amacıyla araştırmalar yapmayı, farklı kurumlarla işbirliği yaparak bilimsel çalışmalarını desteklemeyi ve ortaya çıkan sonuçları çeşitli yayınlar vasıtasıyla kamuoyuna duyurmayı hedeflemektedir” (Özkan 20 – 21).

TİKA (Türkiye İşbirliği ve Kalkınma Ajansı) da son yıllarda kamu diplomasisi faaliyeti kapsamında değerlendirebileceğimiz önemli girişimlerde bulunmaktadır. 1992 yılında kurulan TİKA, başta Türk dilinin konuşulduğu ülkeler ve Türkiye'ye komşu ülkeler olmak üzere, gelişme yolundaki ülkelerin kalkınmalarına yardımcı olmak, bu ülkelerle ekonomik, ticari, teknik, sosyal, kültürel, eğitim alanlarında işbirliğini projeler ve programlar aracılığıyla geliştirmek amacı taşımaktadır. Dikkat edilirse bu amaçların çoğu, bir ülkenin kamu diplomasisi stratejisi içerisinde yer alan hedeflerdir. Bu nedenle Türkiye'nin kamu diplomasisi faaliyetlerinin ülke dışında tanıtılması, yaygınlaştırılması ve pekiştirilmesi hususunda TİKA önemli bir görev üstlenmektedir (Özkan 2012: 90).

1.9. TÜRKİYE'DE KAMU DİPLOMASİSİ FAALİYETİ YÜRÜTEN KURUM VE KURULUŞLAR

1.9.1. Başbakanlık'a Bağlı Kurumlar

1.9.1.1. Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü

2010 yılında Başbakanlık bünyesinde kurulan Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü, kamu diplomasisi alanında yürütülecek çalışmalar ile stratejik iletişim ve tanıtım faaliyetleri konusunda kamu kurum ve kuruluşları ile sivil toplum örgütleri arasında işbirliği ve koordinasyonu sağlamak amacıyla kurulmuştur. Medya, sanat, kültür, siyaset, eğitim gibi çok çeşitli alanlarda kültür ve tanıtım faaliyetleri düzenleyen koordinatörlük, medya tanıtım çalışmaları kapsamında Gazeteci Heyetleri Programı, Uluslararası Basını Bilgilendirme, Kültür ve Tanıtım Faaliyetleri başlıkları altında pek çok projeyi hayata geçirmiştir. Koordinatörlük, Üniversite Programları ve Siyasal İletişim Faaliyetleri başlıkları altında da kamu diplomasisine yönelik ciddi çalışmalar, programlar ve projeler yapmaktadır. Kamu diplomasisi yöntemleriyle Türkiye'nin uluslararası toplum nezdinde saygınlığının artırılmasına yönelik stratejilerin geliştirilerek Türkiye'nin dış tanıtım çalışmalarının yürütülmesi çalışmalarına odaklanan Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü, stratejik iletişim ve tanıtım faaliyetleri konusunda kamu kurum ve kuruluşları ile sivil toplum kuruluşları arasında işbirliği ve koordinasyonu sağlamaktadır (<http://kdk.gov.tr/>).

Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü, Türkiye'nin "yeni hikâyesi"ni etkin bir şekilde anlatmayı, farklı kesimlerle diyaloga geçmeyi ve çok-terafli bir iletişim ekseninde faaliyet yürütmeyi amaçlamaktadır. Kamu diplomasisi, Türk dış politikasının ve yumuşak güç kapasitesinin en önemli araçlarından biri olarak Türkiye'nin uluslararası kamuoyunda görünürlüğünü ve etkinliğini arttırmayı hedeflemektedir. Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü, Türkiye'nin doğru ve etkin bir şekilde tanınması ve bilinmesi için kamu kurumları ile sivil örgütlenmeler arasında koordinasyonu sağlamaktadır. Türkiye'nin tanıtımında ve algı yönetiminde merkezi bir öneme sahip olan ve diplomasi, dış yardımlar, bilim ve teknoloji, ekonomi, yükseköğretim, turizm, kültür, sanat ve medya gibi geniş bir alana yayılan kamu diplomasisi faaliyetleri, Türkiye'nin yeni potansiyellerinin dünya kamuoyunda tanınmasını sağlamaktadır. Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü bu farklı faaliyet kalemlerinin koordinasyonunu sağlayarak Türkiye'nin stratejik iletişimine ve etkin tanıtımına katkıda bulunmaktadır (<http://kdk.gov.tr/faaliyetler/vizyon-misyon/8>) Koordinatörlük, Şubat 2011'de internet sitesini yayına açmıştır. Facebook, Twitter, Instagram, Youtube hesapları da bulunan Koordinatörlük, buradaki duyurularını Türkçe ve İngilizce olarak

yapmaktadır. İnternet sitesiyse hem Türkçe hem de İngilizce olarak güncellenmektedir (Akt: Bereket 2017: 57).

1.9.1.2. Başbakanlık Tanıtma Fonu Kurulu

1985 yılında kurulan Tanıtma Fonu'nun amacı, Türkiye'yi yurtiçi ve yurtdışında çeşitli yönleriyle tanıtmakla görevli kuruluşların kaynaklarını artırmak, Türk kültür varlığının yayılmasını sağlamak, devlet arşiv hizmetlerini müessir hâle getirmek, milletlerarası kamuoyunu memleketimizin menfaatleri istikametinde yönlendirmeye çalışmaktır (<http://www.tanitmafonu.gov.tr/Kurumsal.aspx?id=1>).

1.9.1.3. Başbakanlık Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü (BYEGM)

Kökü 1862 yılına dayanan Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü, bir yandan Türkiye'de yaşanan gelişmelerin dünya basınındaki yansımalarını takip etmekte diğer yandan politika üretme süreçlerini ve Türkiye'nin etkin tanıtım faaliyetlerini yürütmektedir. Genel Müdürlüğün haber merkezinde günün her saati dünya basını takip ediliyor ve Türkiye ile ilgili yayınlanan haberler 40 dilden Türkçe'ye çevriliyor. Basın alanında Türkiye'nin uluslararası etkinliğini artırmak amacıyla Afrika'dan Amerika'ya, Ortadoğu'dan Balkanlar'a çeşitli konularda medya buluşmaları, seminerler ve forumlar düzenleyen BYEGM, uluslararası işbirliği mekanizmalarını hayata geçiriyor. hükümet faaliyetlerini ve yapılan hizmetleri iç ve dış kamuoyuna etkin bir biçimde anlatan ve ülkenin tanıtılmasına yönelik faaliyetlerde bulunarak ilgili kurumlarla koordineli şekilde iletişim stratejileri oluşturan BYEGM, faaliyetlerini Türkiye'nin dış politikasını destekleyecek şekilde düzenleyerek Dışişleri Bakanlığı ile koordineli bir şekilde çalışmalarını yürütmektedir (<http://www.byegm.gov.tr/turkce/hakkinda>).

1.9.1.4. T.C. Başbakanlık Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı (TİKA)

Dağılan Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği'nin ardından bağımsızlığına kavuşan Türk devletlerinin kendi sosyal yapısını üretmesi, kendi kimliğini sağlıklı bir şekilde inşa etmesi, kültürel ve siyasi hakların gelişmesi, teknik alt yapı konusunda eksiklerin giderilmesi için 1992 yılında kurulmuştur. Kurum, Orta Asya'da yaşayan Türk kökenli vatandaşlar için sosyal, ekonomik ve kültürel alanda pek çok çalışma gerçekleştirmiştir. Kurum; eğitim, sağlık, restorasyon, tarımsal kalkınma, maliye, turizm, sanayi alanında bir çok proje ve faaliyeti hayata geçirmiştir. Ajans, beş kıtada 140'tan fazla ülkede kalkınma odaklı işbirliği çalışmaları yapmaktadır. Türkiye, TİKA aracılığıyla Pasifik'ten Orta Asya'ya, Ortadoğu ve Afrika'dan Balkanlara, Kafkasya'dan Latin Amerika'ya kadar birçok ülke ile bilgi ve

tecrübesini paylaşmaktadır (<http://www.tika.gov.tr/tr/sayfa/hakkimizda-14649>).

TİKA'nın görevleri, gelişme yolundaki ülkelerle ekonomik, ticari, teknik, sosyal, kültürel ve eğitim işbirliğinin, bu ülkelerin kalkınmalarına katkıda bulunacak projelerle geliştirilmesi, gelişme yolundaki ülkelerin bağımsız devlet yapılarının geliştirilmesi, mevzuatın hazırlanması, kamu görevlilerinin yetiştirilmesi, serbest piyasa ekonomisine geçiş sürecinde bankacılık, sigorta, dış ticaret, bütçe ve vergi sistemi gibi alanlarda ihtiyaç duyacakları yardımların sağlanması, bu ülkelere uzmanlar gönderilmesi, bu ülkelerden gelecek eleman ve öğrencilerin eğitim ve staj görmesi, bu kişilere burs tahsis edilmesi amacıyla gerekli düzenlemelerin ve koordinasyonun yapılması ve eğitim ve kültür alanlarındaki işbirliği programlarının, yurtdışında, Türk Kültür Merkezleri aracılığıyla yürütülmesi için gerekli düzenlemelerin yapılmasıdır (Akçadağ 20).

1.9.2. Dışişleri Bakanlığı'na Bağlı Kurumlar

1.9.2.1. Dışişleri Bakanlığı Enformasyon Genel Müdürlüğü

Türkiye'de, Dışişleri Bakanlığı bünyesindeki Kamu diplomasisi faaliyetlerinin koordinasyonu ve gerçekleştirilmesi, Dışişleri Bakanlığı'nın diğer ilgili birimleri ve dış temsilcilikleriyle birlikte Enformasyon Genel Müdürlüğü tarafından yapılmaktadır (Akt: Bereket 2017: 48). Türk Dışişleri Bakanlığı'na bağlı olan birimler ve yurt dışındaki temsilcilikler birer kamu diplomasisi uygulayıcısıdır. Enformasyon Genel Müdürlüğü, bu uygulamaları derlemekte, koordine etmekte ve strateji belirleyici bir rol oynayabilmektedir (Bereket 2017: 48-49).

Genel Müdürlük, eskiden olduğu gibi (2010 yılı öncesi) bilgilendirme amacıyla önemli gördüğü konularda basın bültenleri, bilgilendirme toplantıları düzenlemeye devam etmektedir. Bu çalışmaların, 2010 yılından sonra da şeklen ve içerik olarak çok fazla değişmediği, sadece biraz daha planlı ve programlı bir halde sunulmaya başladığı görülmektedir. Geçen zaman içinde en önemli farkın, Genel Müdürlüğün paylaşımlarında e-posta ve sosyal medya hesaplarını aktif olarak kullanmaya başlaması olduğu söylenebilir (Akt: Bereket 2017: 49 – 50).

1.9.2.2. Dışişleri Bakanlığı Yurtdışı Tanıtım ve Kültürel İlişkiler Genel Müdürlüğü

Temelde yabancı ülkelerde siyasi ve kültürel alanlarda Türkiye'yi tanıtmayı amaçlamaktadır. Dış İşleri Bakanlığı bünyesindeki Genel Müdürlük, Dışişleri Bakanlığı'nın kamu diplomasisi çalışmalarının kültürel boyutunu yönlendirmektedir.

Genel Müdürlük, Türkiye'nin tanıtımına yönelik olarak sergiler düzenlemekte, Türkiye haftaları, Türkiye Yılı ve festivallerin düzenlenmesine katkıda bulunmakta, mevcut festivallere/kültürel etkinliklere katılmakta, yurtdışında Türk dış politikası ile ilgili konferanslar gerçekleştirmekte, Türkiye'yi tanıtıcı belgesel filmler ile yayınlar hazırlamaktadır (<http://www.mfa.gov.tr/ulkemizin--yurtdisinda-tanitimi.tr.mfa>). Genel Müdürlük bünyesinde, üç birim çalışmaktadır: Kültür İşleri Genel Müdür Yardımcılığı, Yurt Dışı Tanıtım Genel Müdür Yardımcılığı ve Kültürel Diplomasi Genel Müdür Yardımcılığı (Bereket 2017: 51).

1.9.2.3. Dışişleri Bakanlığı Diplomasi Akademisi

Dışişleri Bakanlığı Diplomasi Akademisi, Türkiye'nin dış ilişkilerinin, Türk dış politikasının ve konsolosluk hizmetlerinin yürütülmesinde görev alan Dışişleri Bakanlığı mensuplarının temel ve hazırlayıcı eğitimleri ve stajları ile hizmet içi eğitim faaliyetlerini planlayarak yürüten ve farklı ülkelerin kariyer diplomatlarına eğitim programları sunan bir eğitim kurumudur. Akademi, Bakanlık mensuplarının yurtdışındaki eğitim programlarına, yabancı dil ve mesleki amaçlı kurslara ve seminerlere katılım faaliyetlerini planlamak ve yürütmekle de görevlidir. Diplomasi Akademisi ayrıca, Türkiye'nin yurtdışındaki diplomatik temsilciliklerine atanan diğer kamu kurum ve kuruluşları personelinin eğitim görevini de yerine getirmektedir. Diplomasi Akademisi, diğer ülkelerle 3 ay-1 yıllık süreler için yabancı stajyer diplomat değişiminin eşgüdümünü de üstlenmiştir. Akademi, bu görevlerine ilaveten, her yıl Bakanlık tarihçesini hazırlamak suretiyle kurumsal hafıza açısından da önemli bir işlevi yerine getirmektedir (<http://diab.mfa.gov.tr/tr/hakkimizda/hakkimizda/>).

'Uluslararası Genç Diplomatlar Eğitim Programı', Dışişleri Bakanlığı'nın kamu diplomasisi çalışmalarının eğitim faaliyetleri alanına dâhil ettiği bir programdır. "Eğitim programı, çok kültürlü bir ortamda bir araya gelen genç diplomatlar için önemli bir platform oluşturmakta ve Türkiye'nin küresel varlığı, prestiji ve kamu diplomasisinin geliştirilmesinde önemli bir işlevi yerine getirmektedir. Bu bağlamda, eğitim programı Türkiye'nin medeniyeti, tarihi, sanatı, müziği, edebiyatı ile dış politika ve diplomasisini çok geniş bir katılımcı kitlesine tanıtan önemli bir girişimdir (Akt: Bereket 2017: 52 – 53).

1.9.3. Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Daire Başkanlığı (YTB)

Başbakanlığa bağlı olarak 6 Nisan 2010 tarihinde kurulan kurum, yurtdışındaki vatandaş, soydaş ve akraba topluluklar ile Türkiye'de öğrenim gören uluslararası burslu öğrencilere yönelik çalışmaları düzenleme ve

yönetme, bu alanlarda verilen hizmetleri ve yapılan faaliyetleri geliştirmek amacıyla kurulmuştur. Yürüttüğü çalışmalarla hem yurtdışında yaşayan Türkler hem de soydaş ve akraba topluluklarla ilişkileri güçlendirmekte, ekonomik, sosyal ve kültürel alanda çeşitli projeler hayata geçirmektedir (<https://www.ytb.gov.tr/kurumsal.php>).

1.9.4.Yunus Emre Vakfı - Yunus Emre Enstitüsü ve Türk Kültür Merkezleri

Yunus Emre Vakfı; Türkiye'yi, Türk dilini, tarihini, kültürünü ve sanatını tanıtmak; bununla ilgili bilgi ve belgeleri dünyanın istifadesine sunmak; Türk dili, kültürü ve sanatı alanlarında eğitim almak isteyenlere yurt dışında hizmet vermek; Türkiye'nin diğer ülkeler ile kültürel alışverişini arttırıp dostluğunu geliştirmek amacıyla 05.05.2007 tarihli ve 5653 sayılı kanunla kurulmuş bir kamu vakfıdır. Yunus Emre Enstitüsü ise Vakfa bağlı bir kuruluş olarak bu Kanunun amaçlarını gerçekleştirmek üzere yurt dışında kurduğu merkezlerde yabancılara Türkçe öğretimi çalışmalarının yanı sıra ülkemizin tanıtımı amacıyla kültür ve sanat faaliyetleri yürütmekte, ayrıca bilimsel çalışmalara destek vermektedir. 2009 yılında faaliyetlerine başlayan Yunus Emre Enstitüsünün yurt dışında 40'dan fazla kültür merkezi bulunmaktadır. Kültür merkezlerimizde verilen Türkçe eğitiminin yanı sıra, farklı ülkelerdeki eğitim kurumlarıyla yapılan işbirlikleri ile Türkoloji bölümleri ve Türkçe öğretimi desteklenmektedir. Kültür merkezleri aracılığıyla kültür ve sanatın tanıtılması amacıyla birçok etkinlik düzenlenmekte, ulusal veya uluslararası etkinliklerde Türkiye temsil edilmektedir (<http://www.yee.org.tr/tr/yunusemreenstitusu>).

Ayrıca vakıf kültürel diplomasi çalışmalarını resmi olarak başlatan ilk kurumdur. Bu açıdan, kamu diplomasi çalışmalarının kültürel boyutunu, Türkiye'de temsil eden ilk kurum özelliğini de taşımaktadır (Yağmurlu 21'den Akt: Bereket 2017: 65).

1.9.5.TRT

Televizyon ve radyo yayıncılığı, geçmişte olduğu gibi günümüzde de kamu diplomasisi çalışmalarında çok önemli bir yere sahiptir çünkü televizyon ve radyo yayıncılığı, yabancı dillerde yapıldığında bir ülkenin sesini küresel boyutta tüm dünyaya duyurabilmektedir. Bunun yanında, yayıncılık o devletin kendi ana dilinde ama sınırların dışına yönelik olarak yapıldığında o ülkenin diasporasını hedeflemektedir. Bu açıdan, TRT, her iki türde de yayın yapabilen teknik ve içerik kapasitesine ve alt yapısına sahip bir kurumdur ve Türkiye'nin kamu diplomasisi çalışmalarında aktif rol oynamaktadır. Özellikle, 2000'lerin ikinci yarısından itibaren değişme-

ye başlayan yeni kamu diplomasisi stratejisinde çok kilit rol oynayan bir kurum olmuştur. Bugün de bu önemi devam etmektedir (Bereket 2017: 67).

Gelişen internet teknolojilerini, web tabanlı dijital yayıncılığın sunduğu imkânları kullanan TRT, 2008 yılında www.trt-world.com web sitesi üzerinden 35 dilde radyo yayına başlamıştır (Ekşi 2014: 228).

TRT; kamu diplomasinin öngördüğü tanıtım ve enformasyon çalışmalarını yayınlar yaparak hedeflenen kitlelere ulaştırma görevinin ikinci aşamasını, TRT Avaz kanalını açarak gerçekleştirmiştir. TRT Avaz da 2009 yılı içinde, TRT Şeş'in ardından yayına başlamıştır. Amaç, Türkiye ile kültürel açıdan yakınlığı olan Ortadoğu, Orta Asya, Kafkasya, Orta Avrupa ve Balkanlardaki 27 ülkeye de televizyon ekranlarından ulaşmaktır. Bu geniş coğrafyada kullanılan diller arasında büyük benzerlikler olduğu gibi bazı farklılıklar da vardır. Bu sebeple; 27 ülkeye aynı yayını farklı dillerde ulaştırmak önemli bir çabanın, ciddi bir iş gücü ve emeğin ürünüdür. Ayrıca, bu ülkeler birbirine her ne kadar toplumsal ve kültürel açıdan benzese de yine önemli farklılıklar barındırmaktadır. Bu açıdan yapılan TV programlarının bu ülkelerde seyircinin ortak beğenisine hitap etmesi zorunludur. 27 ülkede ortak beğeni peşinde koşmak ve üretim yapmak bir yayın kuruluşu için zor bir sınavdır (Bereket 2017: 69).

TRT, Avrupa ve ABD dahil, Türkiye'den çok uzaktaki kıtalara yönelik olarak, tamamen İngilizce yayın yapan TRT-Int. kanalını da 2010 yılında açmıştır. TRT, 2016 yılında, BBC World, Al-Jazeera International gibi habercilik yapan uluslararası bir haber kanalı kurma iddiasıyla, TRT World'ün lansmanını yapmıştır. TRT World, Türkiye'den de haberlerin olduğu ama esas olarak tüm dünyadan derlenen ve tamamen İngilizce olarak hazırlanıp sunulan haberlerin yayınlandığı bir kanalıdır. Tarafsız kalmak ve güvenilir bir haber kaynağı, haber yayıncısı olmayı amaçlayarak yayına başlamıştır. Ekran kalitesi, haberleri ele alış biçimi, yayınladığı belgesel içerikli programlarla küresel bir haberci olmayı hedeflemektedir. Bu amaçla çok büyük operasyon bütçeleri ayrılmış, dünyanın dört bir yanına haberciler gönderilmiş, ana dili İngilizce olan ekran yüzleri, sunucular Türkiye'ye getirilmiş, Türk medya piyasasının genel ücretlerinden çok daha fazla ödemelerle istihdam edilmişlerdir (Bereket 2017: 70).

1.9.6. Anadolu Ajansı (AA) ve Uluslararası Faaliyetleri

Anadolu Ajansı (AA), Birinci Dünya Savaşı'ndan yenilgi ile çıkan Osmanlı Devleti topraklarında, düşman ülkelerin işgali altında Mustafa Kemal'in öncülüğünde sürdürülen Millî Mücadele döneminde kurulmuştur

(Işık 2006: 18).

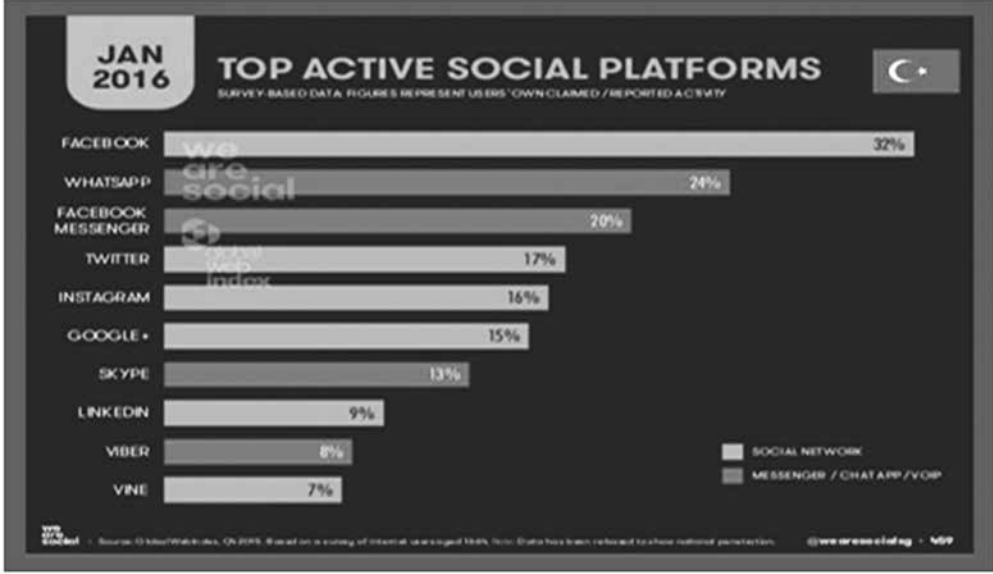
Ülkelerin uluslararası iletişim akışında etkili olmalarının en önemli yollarından biri yaygın haber ajanslarına sahip olmalarıdır. Anadolu Ajansı 2012 yılında Saraybosna'da Balkanlar Bölge Müdürlüğü kurarak Bosna Hersek basınının en önemli haber kaynaklarından biri hâline gelmiştir. Yine 2012 yılında Rusça test yayınına geçilmiş, böylece Rusça konuşan ülkelere AA aracılığıyla haberlerin ulaştırılması amaçlanmıştır. Türkiye'nin Ortadoğu politikasının bir yansıması olarak AA, Kahire'de de Ortadoğu Bölge Müdürlüğü'nü açarak 23 bölge ülkesinde örgütlenmiştir. 2012 Mayıs ayından itibaren Arapça yayın yapan AA'nın günde 150200 haber yaparak bölgesindeki AFP (100-150), AP (100-150), Reuters (150-200) gibi dünyaca ünlü haber ajanslarının hegemonyasını kırmak için önemli bir aşamaya geldiği vurgulanmıştır (Köksoy 2013: 569).

AA, 2020 yılında kutlayacağı 100'üncü yaşında, dünya meselelerine yeni bir bakış açısıyla bakmak gerektiğini düşünerek yurt içi ve yurt dışında çalışacak yeni nesil gazeteciler için AA Haber Akademisi'ni kurmuştur. İlki Şubat 2012'de başlatılan eğitimde bugüne kadar üçü savaş muhabirliği olmak üzere 6 sertifikalı eğitim gerçekleştirilmiştir. AA'nın 2020'ye dönük diğer hedefleri ise, yayın yapılan dil sayısını 11'e çıkarmak ve dünyanın en etkili 5 haber ajansından biri hâline gelmek olarak gösterilmektedir (<http://kdk.gov.tr/haber/anadolu-ajansi-turkiyenin-sesini-7-dilde-dunyaya-duyuruyor/371>).

2.1. TÜRKİYE'DE KAMU DİPLOMASİSİ FAALİYETİ YÜRÜTEN KURUM VE KURULUŞLARIN YENİ MEDYA KULLANMA BECERİLERİ

Bu bölümde Türkiye'nin kamu diplomasisi aktörlerinin yeni medyayı nasıl kullandığı analiz edilecektir. Bu bağlamda kamu diplomasisi aktörlerinin resmi web sayfaları, youtube sayfaları, facebook ve twitter hesapları incelenecek, bu mecralarda 15 - 30 Nisan 2017 tarihleri arasında yer alan haberler kamu diplomasisinin yeni medyayı kullanma şekli açısından analiz edilecektir. Araştırmanın güncel olması istendiğinden araştırmaya konu olan haberler, en yakın tarih olan 15 - 30 Nisan 2017 aralığındaki haberlerden oluşmaktadır. Pek çok sosyal medya aracı arasından facebook ve twitter'ın seçilmesi ise bu mecraların toplum tarafından en çok kullanılan sosyal medya araçları olmasıdır. Uluslararası bir şirket olan Global web Index, her yıl dünyadaki ülkelerin internet ve sosyal medya kullanım oranlarını ölçmektedir.

Aşağıdaki grafik uluslararası alanda internet ve sosyal medya kullanım oranlarını ölçen “Global web Index” tarafından alınmış bir istatistik grafiğidir. Grafikte Türkiye’de 2016 yılında en çok kullanılan sosyal medya araçları yüzdelik oranlarıyla birlikte verilmiştir.



Kaynak: <http://www.vergialgi.net/ekonomi-maliye/2016-da-dunya-da-ve-turkiye-de-internet-sosyal-medya-kullanimi/>

2.2. BAŞBAKANLIK KAMU DİPLOMASİSİ KOORDİNATÖRLÜĞÜ'NÜN YENİ MEDYA KULLANIM BECERİLERİ

Başbakanlık'a bağlı Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü, 2010 yılının Ocak ayında facebook'a katılmıştır. Sayfanın 16 bin 333 beğenisi, 16 bin 219 takipçisi bulunmaktadır. Sayfada koordinatörlüğün amaçları, yapılan etkinlik ve haberlerin fotoğrafları – videoları ve etkinlik haberleri bulunmaktadır.

Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü'nün 15 – 30 Nisan 2017 tarihleri arasında facebook sayfasında yer alan bir haberi bulunmaktadır. Haber Türkmen öğrencilerin Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü'nü ziyaret ettiği bilgisini vermektedir.

Haberin detaylarında Kamu Diplomasisi Koordinatörü Doç. Dr. Ali Osman Öztürk'ün Türkiye'nin kamu diplomasisi faaliyetlerine ilişkin öğrencilere bilgi verdiği, dünyada ve bölgede yaşanan gelişmeleri öğrencilere aktar-

diği ifade edilmektedir. Burada koordinatörlük kendi ülkesinin diplomasi faaliyetlerini ve bölgede yaşanan gelişmeleri, bölgenin önemini başka ülke vatandaşlarına aktararak ülkenin daha iyi tanınmasına katkı sağlamaktadır. Haberde Türkiye'nin gücüne dikkat çekilmiş ve daha da güçlü olması gerektiği söylenmiş, Türkiye'nin sınır komşularını da yakından takip ettiği ve diğer devletlere her zaman destek vereceği ifade edilmiştir. Burada ülkenin gücüne ve ekonomik kalkınmışlığına da dikkat çekilmektedir. Haber, facebook sayfasında 29 beğeni almış ve 5 kişi tarafından paylaşılmıştır.

Kaynak: <https://www.facebook.com/BasbakanlikKD/>

Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü, Kasım 2010 yılında twitter'a katılmıştır. Sayfada 16 bin 734 tweet, 239 takip edilen, 108 bin 921 takipçi ve 70 beğeni bulunmaktadır. Koordinatörlük tarafından sayfada şimdiye kadar 3 bin 055 video ve fotoğraf paylaşılmıştır. 15 – 30 Nisan tarihleri arasında Koordinatörlüğün twitter sayfasında toplam 21 haber paylaşılmıştır.

Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü tarafından twitter'da 17 Nisan'da Cumhurbaşkanlığı'na ait bir haber (retweet) paylaşılmıştır. Haberin başlığını Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın "Türkiye Çok Daha Büyük Adımları Atarak, Muasır Medeniyetler Seviyesinin Üstüne Çıkacak" sözü oluşturmaktadır. Hedef kitle haberin detayları için link üzerinden (<http://www.tccb.gov.tr/haberler/410/74786/turkiye-cok-daha-buyuk-adimlari-atarak-muasir-medeniyetler-seviyesinin-ustune-cikacak.html>) Cumhurbaşkanlığı'nın sitesine yönlendirilmektedir. Haberin detaylarında, 16 Nisan'da gerçekleştirilen halk oylaması sonuçlarının ardından Huber Köşkü önünde toplanan vatandaşlara Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın hitap ettiği belirtilmektedir. Bu hitabında Cumhurbaşkanı Erdoğan, hem Türkiye'ye hem de dünyaya pek çok mesaj vermektedir. "Türkiye Çok Daha Büyük Adımları Atarak, Muasır

Medeniyetler Seviyesinin Üstüne Çıkacak", "Yedi Düvelin Saldırısına Rağmen Millet Dik Durdu" başlıkları ile Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın Türkiye'deki demokrasinin önemini belirtmek açısından "Dünya yüzde 50'lerle, yüzde 55'lerle, bazı yerlerde yüzde 35'lerle seçim yapıyor. Bakın biz bugün yüzde 86'yla bir seçim gerçekleştirdik, böyle bir katılım var mı?" söylediği cümle kamu diplomasisi noktasında dünyaya verilen önemli mesajlardır. Haber twitter'da 163 yorum, 2 bin 193 retweet, 5 bin 849 beğeni almıştır.

Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü twitter sayfasında 18 Nisan 2017'de Başbakanlık BYEGM'ne ait bir haberi (retweet) paylaşmıştır. Fotoğraflı olan haber TİKA'nın Somali'deki 1000 aileye gıda yardımında bulunduğu haberi. Hedef kitlenin link üzerinden

(http://www.tika.gov.tr/tr/haber/tika_kurakliktan_etkilenen_etiyopya_nin_somali_eyaletine_gida_yardimi-34500) haberin detaylarına ulaşması hedeflenmiştir. Haberin detaylarında, Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı (TİKA) tarafından Etiyopya'nın Somali Bölgesi'ne yaşayan 1000 aileye gıda yardımında bulunduğu bilgisi verilmektedir. Kamu diplomasisi açısından Türkiye'nin zor durumda olan bir başka ülkeye yardımda bulunması ülkenin markası açısından olumlu bir durum olarak algılanmaktadır. Haberde, Türkiye'nin şefkatli, merhametli ve güçlü olduğuna vurgu yapılmaktadır. Haber, 1 yorum, 70 retweet, 65 beğeni almıştır.

18 Nisan 2017'de Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü twitter sayfasında paylaşılan bir başka haber ise, yine BYEGM'ne ait Türkiye'nin kültürel zenginliklerine dikkat çeken bir haberdir. Haberin detayında, zengin tarihinin ve kültürel mirasının öne çıkarıldığı Türkiye'nin Unesco Dünya Mirası Listesi'nde 16 tane varlığının bulunduğu belirtilmektedir. Türkiye'nin turizmi açısından büyük önem taşıyan haber, 2 yorum, 55 retweet, 80 beğeni almıştır.

19 Nisan 2017'de sosyal paylaşım sitesi twitter'da Kültür ve Turizm Bakanlığı'na ait bir haber paylaşılmıştır. Haber, mavi bayraklı plaj sayısında Türkiye'nin dünya çapında ikinci sırada olduğunu vermektedir. Plajlarının güzelliği ve denizin temizliğinin ön plana çıkarıldığı haberde Türkiye'nin uluslararası alanda 444 mavi bayraklı plaj sayısının bulunduğu ve dünya sıralamasında ikinci olduğu bilgisi paylaşılmaktadır. Türkiye'deki turizm sektörüne katkı sağlayan haber, kamu diplomasisi alanında da Türkiye'deki turist sayısını arttırmak açısından önemlidir. Haber;1 yorum, 40 retweet, 50 beğeni almıştır.

19 Nisan 2017'de Türk Kızılay'ına ait bir haber paylaşılmıştır. Haberin detaylarında Suriye'nin İdlib kentine yapılan kimyasal saldırı sonrasında Türk Kızılay'ının bölgeye aralıksız yardım yaptığı bildirilmekte ve bağış yapmak isteyenler de yönlendirilmektedir. Haber; 1 yorum, 156 retweet ve 243 beğeni almıştır.

20 Nisan 2017'de Başbakanlık Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı'na ait bir duyuru haberi paylaşılmıştır. Haberde; yurt dışında eğitim gören öğrencilerin Türkiye ile sosyal, kültürel ve ekonomik bağlarını güçlendirmeleri amacıyla, kariyer planlamalarını yaparken Türkiye'nin kurum ve kuruluşlarını tanımaları, Türkçelerini geliştirmeleri amacıyla Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı tarafından yabancı öğrencilerin Türkiye'de staj yapabilmeleri için program başvurularının açılacağı bildirilmektedir. Türkiye'nin yabancı öğrencilere tanıtılması açısından

kamu diplomasisi alanına ilişkin önemli bir program ve önemli bir haberdir. Haber, 1 yorum, 56 retweet ve 31 beğeni almıştır.

21 Nisan 2017’de BYEGM’ne ait Türkiye’nin turizm açısından ülke markasını güçlendirecek bir haber paylaşılmıştır. Fotoğraf ile görselleştirilen haberin detayında, İstanbul’un dünyanın dört bir tarafından turist çektiği belirtilerek son 5 yılda İstanbul’u ziyaret eden turist sayısı grafiksel şekilde verilmektedir. Haber; 32 retweet ve 41 beğeni almıştır.

25 Nisan 2017’de BYEGM’nün haberi (retweet) paylaşılmıştır. Haber, TİKA’nın Libya’da eğitim gören yetim çocuklara okul çantası ve kırtasiye malzemeleri hediye ettiği bilgisini vermektedir. Haber; 24 retweet ve 29 beğeni almıştır.

25 Nisan 2017’de BYEGM’nün haberi (retweet) paylaşarak Dış İşleri Bakanlığı tarafından yapılan bir kınama kararına yer verilmiştir. Haberin detayında, Avrupa Konseyi Parlamenterler Meclisi aldığı bir takım kararların kınandığı bilgisi verilmektedir. AKPM, diyalog sürecinde bulunan Türkiye’nin AKPM denetimine yeniden döndürülmesine ilişkin bir karar almıştır ve bu karar Dış İşleri Bakanlığı tarafından şiddetle kınanmıştır. Haberin detaylarında Türkiye’nin terör örgütleriyle mücadele ettiği, 3.2 milyondan fazla mülteciye kucak açtığı belirtilmektedir. Kamu diplomasisi açısından büyük önem arz eden haberde; “Türkiye’nin, Avrupa Konseyi ile kesintisiz yürüttüğü yapıcı ve samimi diyalog ve işbirliği göz ardı edilmiştir. Bu durum Türkiye’yi AKPM ile ilişkilerini gözden geçirmeye mecbur bırakacaktır. AKPM’nin bu haksız, siyasi ve yanlı kararına rağmen, Türkiye, demokratik standartlara, insan haklarına ve bu alandaki uluslararası yükümlülüklerine bağlılığından ödün vermeden vatandaşlarının hak ve özgürlüklerini geliştirme konusundaki kararlılığını sürdürecektir” denilmektedir. Burada dünya ülkelerine karşı güçlü ve demokratik Türkiye vurgusu yapılmaktadır. (Kaynak: http://www.mfa.gov.tr/no_-129_-ulkemizin-akpm-denetimi-ne-yeniden-dondurulmesi-karari-hk_.tr.mfa). Haber; 8 yorum, 62 retweet ve 66 beğeni almıştır.

27 Nisan 2017 tarihinde Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü, twitter hesabından kendi kurumsal haberini paylaşmıştır. Haberde, Türkmen öğrencilerin Koordinatörlüğü ziyaret ettiği belirtilmekte, okuyucu link üzerinden koordinatörlüğün facebook sayfasına yönlendirilmektedir. Haber; 21 retweet ve 44 beğeni almıştır.

28 Nisan 2017’de Başbakanlık tarafından yayımlanan bir mesaj haber olarak verilmektedir. Başbakan Binali Yıldırım’ın dünya devletlerini ve Birleşmiş Milletler Örgütü’nü eleştirdiği bir mesaj yayımlanmıştır. Mesaj-

da Başbakan Yıldırım, “Suriye’de 1 milyona yakın masum insan öldü, 10 milyondan fazlası yurtlarını terk etti. Bunları dünya görmezse, BM çözüm üretmezse BM ne işe yarar?” şeklinde bir mesaj yayımlamıştır. Burada Türkiye’nin sınır ülkesinin durumuyla yakından ilgilendiği, dünyanın bu zulme sessiz kaldığı ancak Türkiye’nin Suriye’deki insanların ölmesine göz yummadığı, Türkiye’nin Suriye için dünya devletlerini göreve davet ettiği mesajı verilmektedir.

28 Nisan 2017’de koordinatörlük twitter sayfasında BYEGM’ne ait Cumhurbaşkanlığı Sözcüsü İbrahim Kalın’ın bir demecine yer vermiştir. Haberin detaylarında, Atlantik Konseyi Zirvesi’ne katılan Cumhurbaşkanlığı Sözcüsü İbrahim Kalın’ın zirvede bir konuşma yaptığı ve Türkiye’nin FETÖ konusunda ABD’den net bir tutum ortaya koymasını beklediği belirtilmektedir. İslam dünyası ve Batı ilişkilerinin uzun bir geçmişe dayandığını belirten Kalın, Türkiye ile bazı AB ülkeleri arasında ilişkilerin gerildiğine, ABD’nin Türkiye ve sınırındaki terör örgütlerini desteklediğine, İslam Batı ülkeleri arasında güvensizlik olduğuna dikkat çekmektedir. Bu haber siyasi diplomasi açısından büyük önem taşımaktadır. Haber; 38 retweet ve 44 beğeni almıştır.

28 Nisan 2017 tarihinde Yunus Emre Enstitüsü’nün bir haberi twitter’da paylaşılarak Türkçe’nin önemine vurgu yapılmıştır. Yabancılara yönelik olarak hazırlanmış uzaktan Türkçe öğretebilen portalın hizmete sunulduğu bilgisi verilmektedir. Kültür diplomasisi alanına giren bu program sayesinde yabancılar ya da Türkçesi yeterli düzeyde olmayan yurt dışında yaşayan vatandaşlar Türkçe öğrenebilmektedir. Türk dilinin öğrenilmesi açısından Yunus Emre Enstitüsü’nün oluşturduğu portal, kültür diplomasisi açısından da büyük önem taşımaktadır. Haber; 49 retweet ve 56 beğeni almıştır.

30 Nisan 2017’de koordinatörlüğün twitter sayfasında TİKA’nın haberi paylaşılmıştır. Haberde, Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı (TİKA) tarafından, Kenya’nın Turkana bölgesindeki ihtiyaç sahiplerine gıda yardımında bulunduğu haberi fotoğraflarla da desteklenerek verilmiştir. Sayfadaki haber64 retweet ve 97 beğeni almıştır.

Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü’nün facebook ve twitter hesaplarında slogan olarak paylaşılan “Türkiye’nin Söyleyecek Bir Sözü, Paylaşacak Bir Hikâyesi Var” cümlesiyle Türkiye’nin dünya devletleri içerisinde bir otorite olduğu ve köklü bir geçmişe sahip, derin kültüre sahip olan bir ülke olduğu anlatılmaktadır.

Kaynak: <https://twitter.com/basbakanlikdkd>

Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü, twitter hesabını facebook hesabına göre daha aktif bir şekilde kullanmakta ve twitter sayfalarını sürekli güncellemektedir. Bunda siyasi aktörlerin facebook'a göre daha çok twitter üzerinden tweet atması ve bu yüzden twitter hesaplarının kullanıcılar tarafından sürekli takip edilmesi önemli bir faktör olarak görülebilir.

2.3. BAŞBAKANLIK BASIN YAYIN VE ENFORMASYON GENEL MÜDÜRLÜĞÜ'NÜN YENİ MEDYA KULLANIM BECERİLERİ

Başbakanlık'a bağlı Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü'nün facebook sayfasında Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü'nün amacı, fotoğraflar ve videolar, etkinlik duyuruları, beğeniler, sayfa kullanım koşulları, Instagram ve twitter bağlantısı, notlar ve gönderiler bulunmaktadır. Sayfanın 690 bin 956 beğenisi, 670 bin 978 takipçisi bulunmaktadır.

Başbakanlık BYEGM,17 Nisan 2017 tarihinde facebook sayfasında Türkiye'de yapılan referanduma ilişkin bir haber paylaşmıştır. Bu haberle daha çok kendi reklamını yapan BYEGM, yabancı gazetecilerin Türkiye'de yapılan referandum sonuçlarını dünyaya BYEGM Basın Merkezi'nden aktardıklarını belirtmektedir. Medya diplomasisi açısından önem taşıyan haberde yabancı basının düşünülerek onların dünyaya sağlıklı, doğru ve hızlı bilgi verebilmesi açısından hükümet kaynaklı BYEGM uluslararası basına hizmet verdiği aktarılmaktadır. Haber 84 beğeni almıştır ve haber 14 kişi tarafından paylaşılmıştır.

17 Nisan tarihinde paylaşılan bir başka haber ise, kültür diplomasisi açısından büyük önem arz eden turizm ile ilgilidir. Haberde, Türkiye'nin dünya turizm destinasyonunda 6. Büyük ülke olduğu belirtilmekte ve Türkiye'de kutlanan turizm haftasına dikkat çekilmektedir. Yıllara göre turist sayısı artışı ve yıllık turizm gelir miktarlarının verildiği haberde Türkiye limanları-

Kamu diplomasi-si faaliyeti yürüten kamu kurum ve kuruluşları özellikle kültür diplomasisi alanında Türkiye'yi öne çıkarabilir ve uluslararası alanda yaptıkları faaliyetleri yalnızca kendi sosyal medya sayfalarında değil dünyanın önde gelen basın ve medya kurumlarıyla işbirliği yaparak kamu diplomasisi alanında yürüttükleri faaliyetleri buralara haber olarak sunabilir.

na gelen sarı bayraklı yerli ve yabancı yat sayılarına da dikkat çekilmektedir. Türkiye’de turizm, doğa ve çevre bilincinin geliştiği belirtilen haberde Türkiye’nin doğal güzelliklerine vurgu yapılarak Türkiye’nin turizm potansiyelinin artırılması amaçlanmaktadır.

18 Nisan 2017’de BYEGM facebook sayfasında 23 Nisan Çocuk Şenliği ile ilgili bir haber paylaşılmıştır. Haberin detaylarında TRT tarafından gerçekleştirilecek olan 39. Uluslararası 23 Nisan Çocuk Şenliği’nin bu yıl Nevşehir’de kutlanacağı belirtilmekte ve 23 Nisan Çocuk Bayramı’nın uluslararası düzeyde kutlanan ilk ve tek çocuk bayramı niteliği taşıdığı ifade edilmektedir. 26 ülkenin katılımıyla gerçekleştirilecek olan 23 Nisan Çocuk Bayramı Programına 38 yılda yaklaşık 150 ülkeden 30 bin civarında çocuğun katıldığına dikkat çekilmektedir. Türkiye’nin doğal güzelliklerinin, sosyal yapısının ve kültürünün tanıtımının sağlandığı program kültür diplomasisi açısından büyük önem taşımaktadır.

19 Nisan 2017’de BYEGM facebook sayfasında Uluslararası bir televizyon kanalının Cumhurbaşkanı Erdoğan ile yaptığı mülakat haberine yer vermektedir. Haberin detaylarında Cumhurbaşkanı’nın dış politikaya dair önemli açıklamalarda bulunduğu belirtilmekte ve Cumhurbaşkanı’nın Avrupa Birliği’ni eleştirdiği cümlelere yer verilmektedir.

Türkiye’nin AB içerisinde açılan pek çok faslı yerine getirmesine rağmen fasılların daha sonra iki katına çıkarıldığını ve Suriyeli mülteciler konusunda Avrupa’nın verdiği sözü tutmadığını ifade eden Cumhurbaşkanı Erdoğan, AB’nin Türkiye’yi kapısında beklettiğini, Türkiye’nin terörle mücadele noktasında kararlı ve güçlü olduğunu söylemektedir. Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın verdiği bu mesajlar dış politika ve diplomasi açısından önem arz etmektedir.

(Kaynak : <https://www.facebook.com/BYEGM/posts/1409831209060354:0>)

20 Nisan 2017 tarihinde BYEGM, yine Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın uluslararası bir televizyon kanalına verdiği mülakatı haber olarak facebook sayfasında paylaşmıştır. Haberin detaylarında Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın ABD Başkanı Donald Trump’la telefon görüşmesi yaptığı bildirilmektedir. Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın “bir terör örgütünü bir başka terör örgütüyle yok etme anlayışını doğru bulmuyorum”, “Obama maalesef PYD ve YPG konusunda bizleri aldatmıştır”, “Türkiye artık inandığı yolda başarılı bir şekilde yürüyor”, “Türkiye artık böyle bir yanağına tokat vurulduğu zaman öbür yanağını çeviren bir ülke değil. Türkiye artık inandığı yolda başarılı bir şekilde yürüyor. Yani Türkiye eğitimde, sağlıkta, adalette, emniyette, ulaşım-

da, enerjide, gıda-tarımda, bütün altyapı-üstyapı yatırımlarında çok ciddi bir medeniyet yarışında performans yakaladı. Tabii bunu hazmedemiyorlar, sıkıntı burada. Şimdi bu yeni sistemle çok daha hızlı yürüyecek bir sürecin içindeyiz” açıklamaları dış politika anlayışını yönlendiren söylemlerdir. Burada çok güçlü bir Türkiye vurgusu yapılmakta ve Türkiye’de medeniyet alanında yaşanan gelişmelerin dünya devletleri tarafından hazmedilemediğine dikkat çekilmektedir.

20 Nisan 2017’de BYEGM facebook sayfasında, Türkiye’nin Orta Amerika ülkelerinin Dış İşleri Bakanlarını ağırladığı haberi yer almaktadır. Türkiye-Orta Amerika Entegrasyon Sistemi (SICA) 2. Dışişleri Bakanları Forumu’nun Türkiye’nin ev sahipliğinde İstanbul’da gerçekleştirildiği ve Forum’a Türkiye’nin yanı sıra Guatemala, Dominik Cumhuriyeti, Kosta Rika, El Salvador, Honduras, Belize, Nikaragua ve Panama Dışişleri Bakanları’nın katıldığı bilgisi verilmektedir. Türkiye – Orta Amerika ülkeleri arasında işbirliği olanaklarının ele alındığı toplantıda ülkelerarası çeşitli anlaşmalara imza atıldığı da belirtilmektedir. Haberde Dışişleri Bakanı Mevlüt Çavuşoğlu’nun, El Salvador Dışişleri Bakanı Hugo Martinez Bonilla ile siyasi istişare, Honduras Dışişleri ve Uluslararası İş Birliği Bakanı Maria Dolores Aguero Lara ile hava ulaştırma ve Kosta Rika Dışişleri Bakanı Manuel Gonzalez Sanz ile kültürel iş birliği anlaşması imzaladığı bildirilmektedir. Ülke markasını öne çıkartan forumülkelerin birbirini daha iyi tanınması, sosyal kültürel kaynaşma, turizm, yatırımlarve iş ortaklıkları açısından diplomasi alanında büyük önem taşımaktadır.

21 Nisan 2017’de BYEGM facebook sayfasında Türkiye’nin ev sahipliğinde İstanbul’da düzenlenen CELAC Dörtlüsü 4. Dışişleri Bakanları Toplantısı’nın haberi paylaşılmıştır. Haberde Dış İşleri Bakanı Mevlüt Çavuşoğlu’nun sözlerine yer verilerek Çavuşoğlu’nun, “Dünyanın her yerinde insani ve girişimci bir dış politika izliyoruz”, “Türkiye olarak CELAC’ı oluşturan 33 ülkenin her biriyle ikili düzeyde ilişkilerimizi her alanda güçlendirme iradesine sahibiz, çabalarımızı sürdürüyoruz” şeklinde dış politikaya ilişkin önemli demeçleri haberde yer aldı. Haberde, Çavuşoğlu’nun Türkiye’nin bölgedeki diplomatik temsil ağının son 7 yılda iki katına çıktığını belirttiği, THY’nin bölgede 6 noktaya doğrudan uçuş yaptığını, bu sayıyı artırmak için çalışmaların devam ettiğini anlattığı bildirildi. Ayrıca TİKA’nın Meksika ve Kolombiya’da iki bölgesel ofis açtığını, kültür alanında ise Yunus Emre Enstitüsünün ilk aşamada Brezilya, Meksika ve Venezuela’da kültür merkezi açmak için çalıştığı belirtildi. Haberde, dış politikaya önem veren bir siyaset anlayışı sürdüren Türkiye’nin dış politikayı geliştirmek için farklı

ülkelerle kültürel, sosyal, ekonomik işbirliği anlaşmaları imzaladığı, Türkiye'nin kültürünü farklı ülkelere taşımak, Türkiye'yi en iyi şekilde yabancı ülkelere anlatmak, tanıtmak için çalışmalar yaptığı ve Türkiye'nin gün geçtikçe büyüyüp geliştiği vurgusu yapılmaktadır.

21 Nisan 2017'de Dışişleri Bakanlığı'nın Paris'teki terör saldırısını kınayan haberi paylaşılmıştır. Haber, kamu diplomasisi açısından ikili ilişkilerin bütünlüğü ve ülkelerarası dayanışma açısından büyük önem taşımaktadır. Haberin detaylarında, Paris'te Champs-Élysées Caddesinde bekleyen bir polis aracına düzenlenen ve bir polis memurunun ölümü ve ikisinin de yaralanmasıyla sonuçlanan terör saldırısının Türkiye tarafından kınandığı belirtilmekte ve "Bu zor günde dayanışma içinde olduğumuz dost Fransız milletine ve Fransız polis teşkilatına başsağlığı diliyoruz. Yakınını kaybedenlere sabır, yaralılara da acil şifalar temenni ediyoruz. Benzer saldırılara birçok defa maruz kalmış olan Türkiye ve Türk halkı, Fransız halkının acısını anlamakta ve paylaşmaktadır. Ülkemiz, bugüne kadar olduğu gibi terörle mücadelede Fransa'ya her türlü desteği vermeye devam edecektir" denilmektedir.

22 Nisan 2017'de de Dışişleri Bakanlığı tarafından Afganistan'da gerçekleştirilen terör saldırısının kınandığı haberine yer verildi. Haberin detaylarında Türkiye'nin maddi ve manevi anlamda Afganistan'ın yanında olduğu belirtildi.

24 Nisan 2017'de yine Dışişleri Bakanlığı tarafından yapılan bir başsağlığı ve destek mesajına yer verilmiştir. Dışişleri Bakanlığı AGİT Ukrayna özel gözlem misyonu'na ait bir devriye aracının mayına çarpması sonucu hayatını kaybeden bir sağlık görevlisine ve iki yaralıya başsağlığı ve geçmiş olsun dileğinde bulunurken "Türkiye, Ukrayna'daki krize bu ülkenin egemenliği ve toprak bütünlüğü temelinde, ilgili tüm tarafların Minsk Anlaşmalarına titizlikle riayet etmesi suretiyle barışçıl bir çözüm bulunmasına yönelik çabaları desteklemeye devam edecektir" açıklaması yapılmaktadır.

24 Nisan 2017'de paylaşılan bir başka haber ise Türkiye'nin havayolu ihracatının 2.3 milyar dolardan 17.7 milyar dolara ulaştığı haberi. Haber, ülkenin marka değeri kazanması açısından uluslararası alanda dikkat çeken bir haberdir.

24 Nisan 2017'de Diyanet Vakfı, Türk Kızılayı ve İnsan Hak ve Hürriyetleri İnsani Yardım Vakfı tarafından Somali'deki vatandaşlara yönelik yapılan gıda yardımı haberi paylaşılmıştır. Türk Kızılayının, ülkede, 11 Ağustos 2011'de insani yardım operasyonuna başlatarak hava ve deniz yoluyla bölgeye toplamda 20 sevkiyat düzenlediği, 70 bin ton insani yardım malzeme-

sini Somali'ye sevk ettiği, 30 bin kişilik sığınma kampı kurduğu belirtilmektedir. Türk Kızılayının, Katar Kızılayı ile iş birliği halinde olduğu bölgedeki yol ve çevre temizliği işlerini de üstlendiği, belediyeçilik faaliyetlerini gerçekleştirdiği, kentsel dönüşüm yaptığı, su kuyuları açtığı bildirilmektedir. Haber, Türkiye'nin yardıma ihtiyacı olana el uzatma noktasında dünyanın diğer ucundaki ülkelere bile ulaştığı mesajını vermektedir.

25 Nisan 2017'de Dışişleri Bakanlığı, Ermenistan'da Türk bayrağının yakılmasını lanetlemiş ve aynı gün ABD Başkanı Trump'ın 1915 Olayları ile ilgili yaptığı açıklamayı eleştirerek ABD'yi uyarmıştır. Bakanlık tarafından "Yeni ABD Yönetimi'nden şiddet eğilimleri ve nefret söylemleri ile tanınan bu çevrelerin tek taraflı tarih anlatılarına itibar etmemesini ve tüm tarafların acılarını dikkate alan bir yaklaşım benimsemesini bekliyoruz. Birinci Dünya Savaşı döneminde hayatını kaybeden Osmanlı Ermenilerinin bu yıl da, 24 Nisan günü, İstanbul Ermeni Patrikhanesi'nde düzenlenen törenle, hak ettikleri saygıya uygun biçimde anıldıklarını ABD Yönetimi'ne hatırlatıyoruz. Cumhurbaşkanımız Recep Tayyip Erdoğan'ın söz konusu törene iletmiş mesaj Türkiye'nin konuya ilişkin yaklaşımını yansıtmaktadır" açıklaması yapılmıştır. Türkiye'nin değerlerini, bağımsızlığını, özgürlüğünü gözeterek ve dış kamuoyunun yanlış yönlendirildiğini belirterek gerekli açıklamayı yapan, dış kamuoyunu aydınlatan Türkiye, kendini anlatma, savunma, doğruları göstererek ikna etme gibi yöntemlerle kamu diplomasisi alanında önemli işlevi yerine getirmiştir.

25 Nisan 2017'de paylaşılan bir başka haber ise, TİKA'nın Azerbaycan'daki göçmen ailelerin çocuklarına eğitim desteği yaptığı haberidir. Haberde, Bakü'de yaşayan Ağdam göçmenlerinin eğitimi için 2002 yılında kurulan ve 500 öğrencinin eğitim gördüğü 149 sayılı Ağdam Göçmen Okulu'nun tadilatının TİKA tarafından gerçekleştirildiği ve bilişim sınıfı kurulduğu, Azerbaycan topraklarının yaklaşık yüzde 20'sinin Ermenistan tarafından işgal edilmiş olduğu bilgisi verilmektedir. Farklı bir ülkede Türkiye adına sosyal, eğitim, kültürel, ekonomik gibi pek çok alanda faaliyet gösteren Tika, kamu diplomasisi açısından önemli çalışmalara imza atmaktadır.

25 Nisan 2017'de BYEGM, Başbakanlık'ın bir haberini paylaşarak Dışişleri Bakanlığı tarafından Avrupa Konseyi Parlamenter Meclisi tarafından diyalog sürecinde olan Türkiye'nin yeniden denetime alınması kararını eleştirdiğini belirtmiştir.

26 Nisan 2017'de Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın uluslararası bir kanalda yaptığı açıklamaya yer verilerek AKPM'nin aldığı denetim kararının Türkiye tarafından tanınmadığı, dikkate alınmadığı belirtilmektedir.

26 Nisan 2017’de BYEGM’nin facebook sayfasında Dışişleri Bakanı Mevlüt Çavuşoğlu’nun, Özbekistan Dışişleri Bakanı Kamilov ile Türkiye-Özbekistan ilişkileri ve bölgesel konularda görüş alışverişinde bulunduğu belirtilmektedir.

27 Nisan 2017’de Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın Somali Cumhurbaşkanı Muhammed ile ortak basın toplantısı düzenlediği, Afrika ve Somali’ye yapılan yardımlar hakkında bilgi verdiği bildirilmektedir. Cumhurbaşkanı’nın “Uluslararası toplumun sırtını döndüğü, kendi kaderine terk ettiği bir ülkeden istikrar yolunda ilerleyen artık bir Somali’nin olduğunu söyleyebilirim”, Türkiye ve Somali arasında özellikle balıkçılık ve su ürünleri alanında geniş bir iş birliği alanı bulunuyor. Bu iş birliğinin ahdi temelini oluşturacak anlaşma inşallah Antalya’daki Tarım Bakanları Toplantısında imzalanacaktır. Bunun yanında enerji ve maden konularında da iş birliğimizin geliştirilmesinde, artırılmasında büyük faydalar olduğuna inanıyorum”, “Batılı Gelişmiş Ülkeler İnsani Trajediler Karşısında Üç Maymunu Oynuyor”, “Biz Kızılay’ımızla, TİKA’mızla elimizden gelen bütün destekleri süratle yoğun bir şekilde buralara hazırladık inşallah gönderiyoruz. Yokluk ve yoksulluk içinde hayata tutunmaya çalışan mazlumların görüntülerini görmezden gelenlerin yanında, biz onların yanında olmaya devam edeceğiz. Çocukların açlıktan öldüğü bir dünyada ne huzur, ne barış, ne istikrar olur” şeklindeki açıklamaları hem Türkiye’nin markalaşmasına katkısı hem de kamu diplomasisi açısından büyük önem arz etmektedir.

27 Nisan 2017’de paylaşılan haberde, BYEGM ve Sabah Gazetesi Yazarlar Kulübü işbirliğiyle Yeni Delhi’de “Medya Gözüyle Türkiye-Hindistan ilişkileri Paneli” düzenlendiği belirtilmektedir. İki ülke arasındaki iş birliğinin daha da geliştirilmesi için neler yapılabileceğinin değerlendirildiği panelde konuşan BYEGM Mehmet Akarca Hindistanlı gazetecilere seslenerek, “Bu iki liderin yönetimindeki Türkiye ve Hindistan’ın yakın gelecekte daha sıkı bir iş birliği sergileyeceğini düşünüyorum. Bu iş birliğinin sağlanması için biz elimizden geleni yapacağız, sizlerden de katkı sunmanızı bekliyoruz. Geleceğimiz birlikte” şeklinde konuşmuştur. Birlik ve beraberlik vurgusunun yapıldığı haberde ikili iş birliğine dikkat çekilmektedir.

28 Nisan 2017’de BYEGM’nin facebook sayfasında Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın Anayasa Mahkemesi’nin açılış yemeğindeki konuşması paylaşılmıştır. Yemekte Afganistan, Arnavutluk, Azerbaycan, Bosna Hersek, Cezayir, Etiyopya, Gürcistan, Irak, İspanya, Karadağ, Kazakistan, Kırgızistan, KKTC, Kosova, Malezya, Makedonya, Moğolistan, Moritanya, Nijerya, Pakistan, Romanya, Rusya, Sri Lanka, Şili, Tacikistan, Tanzanya, Tayland ve Tunus’un

Anayasa Mahkemesi başkan ve üyeleriyle; Avrupa Birliği Adalet Divanı ve Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi'nden temsilcilerinin bulunduğu dikkat çekildi. Cumhurbaşkanı'nın, "Avrupa Birliği başta olmak üzere, kimi kurum ve devletlerin 16 Nisan halk oylaması sonuçları üzerinden ülkemizin demokrasisini sorgulamasına izin veremeyiz. Türk milleti kendi iradesiyle bir tercih yapmıştır, herkes bu tercihe saygı göstermek mecburiyetindedir", "Türkiye söz konusu olduğunda riyakârlıkta sınır tanımayanlardan adaleti zaten beklemiyoruz; ama hiç değilse kendi koydukları kurallara birazcık saygı göstermelerini ümit etmenin hakkımız olduğunu düşünüyorum", şeklindeki açıklamaları kamu diplomasisi ve güçlü Türkiye vurgusu açısından önemlidir.

Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü facebook sayfasında haber, fotoğraf, video, bağış kampanyaları gibi pek çok görsel ve bilginin yanında etkinlik sekmesinde kamu diplomasisini ilgilendirebilecek uluslararası alanda düzenlenen çeşitli zirve ve forumların duyuruları paylaşılmaktadır. BYEGM, sosyal medya araçlarından biri olan facebook'u etkin bir şekilde kullanmakta, sayfadan sürekli enformasyon paylaşmakta ve Türkiye'nin markalaşma sürecine, tanıtımına, sosyal, kültürel, ekonomik faaliyetlerine, kendini doğru ve etkili bir biçimde anlatmasına, uluslararası düzeyde verdiği mesajlara kısacası kamu diplomasisi faaliyetlerine katkıda bulunmaktadır. Kaynak: <https://www.facebook.com/BYEGM/>

2010 yılının Eylül ayında twitter hesabı açan Başbakanlık Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü'nün sayfasında 17 bin 525 tweet, 132 takip edilen, 418 bin 045 takipçi ve 112 beğeni bulunmaktadır.

17 Nisan 2017'de BYEGM'nin twitter sayfasında AFAD tarafından yapılan bir haber paylaşılmıştır. Haberin detayında, Türkiye'de eğitim alan yabancı misafir öğrenci sayısının 508 bin 846'ya ulaştığı bildirilmektedir. Türkiye'nin ekonomisine katkı, kültürel ve sosyal zenginliğinin tanıtılması, yabancı misafir öğrenci sayısının artmış olması ve kitlelere duyurulmak üzere sosyal medya haber ağına eklenmesi kamu diplomasisi alanında önemlidir.

17 Nisan 2017'de paylaşılan bir başka haber ise, bir kınama haberidir. Dışişleri Bakanlığı tarafından Halep'te meydana gelen ve çoğu sivil onlarca insanın ölümüyle sonuçlanan saldırının kınandığı belirtilmektedir.

17 Nisan 2017'de Başbakan Yardımcısı Mehmet Şimşek'in twitter hesabında paylaştığı haber BYEGM twitter sayfasında (retweet) paylaşılmıştır. Başbakan Yardımcısı Şimşek, hesabında "Çin Başbakan Yardımcısı Sn. Liu Yandong ile görüştük. Çin ile ilişkilerimizi daha da geliştirmekte kararlıyız" paylaşımında bulunmuştur.

18 Nisan 2017’de BYEGM, Kızılay’ın bir tweet’ini paylaşmıştır. Bağış çağrısında bulunan Kızılay “Somali’nin, Yemen’in, Güney Sudan’ın ve Doğu Afrika’nın acil insani yardıma ihtiyacı var. Destek için Umudu Ol yazıp 2868’e gönderin. 1 SMS 10TL” şeklinde tweet paylaşmıştır.

21 Nisan 2017’de TİKA’nın paylaşımı BYEGM twitter sayfasında da paylaşılmıştır. Tika, “Bangladeş, Gazipur’da görme engelli çocuklar, okullarına TİKA’nın servisi ile gidecek” şeklinde bir paylaşımında bulunmuştur. TİKA, yurt dışında Türkiye adına hizmet vermekte ve böylece kamu diplomasisi ilişkilerine katkıda bulunmaktadır.

23 Nisan 2017’de BYEGM twitter sayfasında Kızılay’ın 23 Nisan dolayısıyla Suriyeli çocukların bayramını kutladığı ve çocuklara hediye dağıttığı haberi paylaşılmıştır.

25 Nisan 2017’de TİKA tarafından paylaşılan tweet BYEGM sayfasında paylaşılmıştır. Paylaşımında Yemen’de iç savaşın yoğun olarak yaşandığı bölgelerde TİKA’nın 750 aileye gıda yardımında bulunduğu belirtilmektedir. Yine aynı tarihte Türk Kızılay’ının kıtlık yaşayan Somali’deki vatandaşlara gıda yardımında bulunduğu ifade edilmektedir.

27 Nisan 2017’de Türkiye Diyanet Vakfı’nın bir tweet’i paylaşılmış ve TDV’nin kuraklıktan etkilenen Etiyopya’ya gıda yardımında bulunduğu belirtilmiştir. Aynı tarihte Dışişleri Bakanı Mevlüt Çavuşoğlu, “Afrika’daki büyükelçilik sayımız 39’a ulaştı. TİKA Afrika’da 14 ofisi ile faaliyet gösteriyor”, “4 bin 500 Afrikalı öğrenci YTB bursundan yararlanıyor” şeklinde iki tweet atmıştır.

27 Nisan 2017’de TİKA’nın bir haberi siteye konularak TİKA’nın Erbil’de savaş mağduru çocuklarında kaldığı kimsesizler yurduna donanım ve malzeme yardımı yaptığı bilgisi paylaşılmıştır. Aynı tarihte Başbakan Binali Yıldırım adına Başbakanlık twitter sayfasında paylaşılan Başbakan Yıldırım’ın mesajı BYEGM tarafından da paylaşılmıştır. Mesajında Başbakan, “Biz, insanlığın her türlü menfaatin üzerinde olduğuna inanan bir toplumuz. Türkiye; Suriye, Irak ve bölgede yaşanan istikrarsızlık kaynaklı her türlü terör faaliyetiyle kararlı mücadelesini bir yandan sürdürürken diğer yandan da evini barkını terk edip canını kurtarmak isteyen milyonlara da evini açmış, ekmeğini paylaşmıştır” sözlerine yer vermiştir.

28 Nisan 2017’de BYEGM, Başbakanlık tarafından paylaşılan Başbakan Binali Yıldırım’ın tweet’ini paylaşmıştır. Başbakan Yıldırım, “Bu zor coğrafyada hem barışı sağlamaya ve demokrasimizi ayakta tutmaya çalışıyoruz, hem de Avrupa’nın güvenliğini sağlıyoruz. Suriye ve Irak’tan canını kurtar-

mak için kaçmak zorunda olan milyonlarca insanı misafir ederken Deaş'la, Fetö'yle, PKK'yla mücadele ediyoruz. Başta Avrupa olmak üzere birçok ülkenin bize müteşekkir olması lazım" mesajını paylaşmıştır. Kaynak: <https://twitter.com/byegm?lang=tr>

BYEGM'nin facebook sayfasında paylaştığı haberlerin neredeyse tümü BYEGM'nin twitter sayfasında da paylaşılmıştır. Bu nedenle aynı haberlerin yeniden verilmesine gerek duyulmamıştır.

2.4. BAŞBAKANLIK TANITMA FONU KURULU'NUN YENİ MEDYA KULLANIM BECERİLERİ

Başbakanlık'a bağlı Tanıtma Fonu Kurulu'nun bir facebook sayfası bulunmamıştır. Kurulun 2013 yılında kurduğu bir twitter sayfası bulunmaktadır ancak 53 tweet, 10 takip edileni ve 109 takipçisi bulunan Tanıtma Fonu Kurulu twitter sayfasında 15 – 30 Nisan 2017 tarihleri arasında paylaşımı yapılan herhangi bir haber bulunmamıştır. Bu nedenle Başbakanlık Tanıtma Fonu Kurulu yeni medyayı etkin bir şekilde kullanmamaktadır denilebilir.

2.5. BAŞBAKANLIK TÜRK İŞBİRLİĞİ VE KOORDİNASYON AJANSI (TİKA)'NİN YENİ MEDYA KULLANIM BECERİLERİ

Başbakanlık'a bağlı olarak faaliyet gösteren Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı'nın aktif olarak kullandığı facebook hesabında 33 bin 419 takipçi ve 33 bin 554 beğeni bulunmaktadır. Aşağıda TİKA facebook sayfasında 15 – 30 Nisan 2017 tarihleri arasında paylaşılan haberler yer almaktadır.

15 Nisan 2017 tarihinde TİKA'nın facebook sayfasında paylaşılan haberde Türkiye'nin TİKA eliyle Cezayir'in tarihi ve kültürel mirasına sahip çıktığı ve Cezayir'in bağımsızlık sembollerinden biri olan Keçiova ve Paşa Camii'nin restorasyonunu üstlendiği belirtilmektedir. Yine aynı tarihte yer alan haberde, Afganistan Başbakanı Abdullah Abdullah'ın, TİKA tarafından Afganistan'da bulunan Kabil Kız Meslek Enstitüsü'nün yenilenmesi ve modern hâle getirilmesi dolayısıyla TİKA'ya teşekkür ziyaretinde bulunduğu kaydedilmektedir.

16 Nisan 2017'de facebook sayfasında yer alan haberde sel felaketiyle sarsılan Kolombiya'ya TİKA tarafından yardım eli uzatıldığı, 17 Nisan'da yer alan haberde TİKA'nın Bosna Hersek'te meydana gelen sel felaketi nedeniyle hasar gören 54 evin onarımını gerçekleştireceği, 17 Nisan'da yer alan haberde TİKA'nın Erbil'deki çocuk yurduna donanım ve malzeme desteğinde bulunduğu, yine aynı tarihteki bir haberde TİKA'nın Kırgızistan Sağlık

Bakanlığı'na işitme tarama cihazı desteğinde bulunduğu belirtilmektedir.

18 Nisan 2017'de TİKA'nın facebook sayfasında paylaşılan haberde TİKA'nın Bangledeş'teki bir sağlık ocağına ilaç yardımında bulunduğu, aynı tarihte TİKA'nın kuraklıktan etkilenen Etiyopya'ya gıda yardımı yaptığı, 19 Nisan'da paylaşılan haberde TİKA ve AFAD'ın Somali'deki 12 bin aileye gıda yardımı yaptığı, 20 Nisan'da paylaşılan haberde TİKA'nın Bosna Hersek'te bulunan tarihi Osmanlı Camii'ni yeniden yaptırdığı, aynı tarihteki haberde TİKA tarafından Somali'de Anadolu Ziraat Fakültesi binasının yaptırıldığı ifade edilmektedir.

20 Nisan'da TİKA'nın facebook sayfasında yer alan haberde, TİKA'nın Kazakistanlı uzmanlara çevre koruma ve atık yönetimi alanlarında eğitim programı düzenlediği, aynı tarihte TİKA'nın Kosova'da tarımsal kalkınma konusunda projeler yaptığı ve projelerin pek çok Kosovalının yüzünü güldürdüğü, 21 Nisan'da TİKA'nın Arnavutluk'ta Batı Balkanlar Fonu'na donanım desteği yaptığı, 24 Nisan'da paylaşılan haberde TİKA'nın 23 Nisan Çocuk Bayramı dolayısıyla Libya'daki yetim çocuklara hediye dağıttığı, Meksika'da Zapotec yerli kadınlarına TİKA'nın balık üretim ve depolama ekipmanları desteğinde bulunduğu, Azerbaycan'da göçmen kulu olarak bilinen Ağdam Göçmen Okulu'nun TİKA tarafından yenilendiği ifade edilmektedir.

26 Nisan 2017'de TİKA'nın facebook sayfasında paylaşılan haberde TİKA'nın Bakü'de Dağlık Karabağ göçmeni olan çocukların eğitim gördüğü okulun onarımı yaptırarak okula bilişim sınıfı kurduğu, TİKA'nın Tunus'taki balıkçılara ekipman desteğinde bulunduğu, 27 Nisan'da paylaşılan haberde TİKA'nın Budapeşte Teknik Üniversitesi'ne ekipman desteği yaptığı, TİKA'nın Erbil'de savaş mağduru çocukların kaldığı kimsesizler yurduna donanım ve malzeme yardımında bulunduğu, 28 Nisan'da TİKA tarafından Kosova'daki süt üreticilerine süt sağma makineleri ve süt taşıma bidonları dağıtıldığı, TİKA tarafından Meksika'da çocuklara ücretsiz hizmet veren rehabilitasyon merkezine duyuşal oda kurulduğu, 29 Nisan'da TİKA tarafından Etiyopya Kültür Bakanlığı Heyeti'ne tecrübe paylaşımı programı düzenlendiği, TİKA'nın Azerbaycan'da Türk edebiyatı ve tarihi çalışmaları yürüten Türk Araştırmaları Merkezi'ne donanım desteğinde bulunduğu, 30 Nisan'da TİKA'nın facebook sayfasında paylaşılan haberde TİKA'nın Kenya'ya gıda yardımı yaptığı bildirilmektedir. Kaynak: <https://www.facebook.com/TikaTurkey/?fref=ts>

TİKA'nın twitter sayfasında yer alan paylaşımlarla facebook sayfasında yer alan paylaşımların neredeyse tamamının aynı haber paylaşımları olduğu görülmüş ve bu haberlere tekrar yer verilmemiştir. Twitter sayfasında

yer verilir facebook sayfasında yer verilmeyen haber paylaşımları aşağıda incelenmiştir.

2011 yılının Ağustos ayında twitter sosyal paylaşım hesabına sahip olan TİKA'nın twitter sayfasında 12 bin 829 tweet, 82 takip edilen, 152 bin 165 takipçi ve 91 beğeni bulunmaktadır. "Ayrı Coğrafyalarda Aynı İmza" sloganına sahip olan TİKA, Türk birliği vurgusu yaparak dünyanın pek çok ülkesinde Türkiye olarak faaliyet gösterdiğinin, pek çok coğrafyada Türkiye bayrağının dalgalandığının da altını çizmektedir.

25 Nisan 2017 tarihinde TİKA'nın twitter sayfasında TİKA, AFAD ve Kızılay işbirliği çerçevesinde 7 bin tonluk ve 10 bin tonluk gıda yardımı yüklü iki geminin ramazan ayından önce Yemen'e gönderileceği haberi paylaşılmıştır. Kaynak: https://twitter.com/tika_turkey

TİKA'nın yürüttüğü faaliyetler göz önüne alındığında TİKA'nın dünyanın pek çok ülkesinde Türkiye adına faaliyetlerde bulunduğu pek çok ülkeye çeşitli yardımlar yaptığı, çeşitli iş kurma ve geliştirme programları düzenlediği, faaliyet gösterdiği ülkenin tarihi ve kültürel mirasına sahip çıktığı, donanım ve malzeme desteğinde bulunduğu, onarım ve restorasyon çalışmaları yürüttüğü görülmektedir. Bu bakımdan TİKA'nın Türkiye adına tam bir kamu diplomasisi faaliyeti yürüttüğü söylenebilir. Ayrıca facebook ve twitter sayfalarını etkin bir şekilde kullanan kurum, yaptığı hizmetleri görsel malzemelerle (video, fotoğraf) destekleyerek kitlelerle paylaşmakta ve inandırıcılığı da arttırmaktadır.

2.6. BAŞBAKANLIK YURT DIŞI TÜRKLER VE AKRABA TOPLULUKLAR BAŞKANLIĞI'NIN YENİ MEDYA KULLANIM BECERİLERİ

Başbakanlık Yurt Dışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı'nın resmi facebook sayfasında 140 bin 525 takipçi ve 142 bin 936 beğeni bulunmaktadır.

Başbakanlık Yurt Dışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı'nın yeni medya kullanım becerileri kapsamında 15 – 30 Nisan tarihleri arasında facebook sayfasında kamu diplomasisini ilgilendiren paylaşımlar incelenmiştir.

Başbakanlık Yurt Dışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı'nın facebook sayfasında 16 Nisan 2017 tarihinde Yurt Dışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı tarafından yurt dışında yaşayan Türk öğrencilerine yönelik burs verileceği haberi, 30 Nisan 2017 tarihinde YTB tarafından burs verilerek öğrenim gören Hindistanlı bir öğrencinin Türkiye ile ilgili

görüşlerini anlattığı video filmi bulunmaktadır. Bunun dışında sayfada çeşitli haberler paylaşılmıştır ancak bu haber kamu diplomasisi alanını ilgilendirmemektedir.

Kaynak: <https://www.facebook.com/yurtdisiturkler/?fref=ts>

Başbakanlık Yurt Dışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı'nın twitter sayfasında 7 bin 959 tweet, 111 takip edilen, 57 bin 642 takipçi, 328 beğeni bulunmaktadır. Başbakanlık Yurt Dışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı'nın twitter sayfasında facebook sayfasında yer alan haberlerin ayınlarına rastlanmış bu nedenle aynı haberler tekrar yazılmamıştır. Kaynak: <https://twitter.com/yurtdisiturkler>

Başbakanlık Yurt Dışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı'nın twitter ve facebook sayfaları incelendiğinde gerek kendi faaliyet haberlerinin gerekse kamu diplomasisine ilişkin diğer kurumların haberlerinin çok fazla paylaşılmadığı dolayısıyla Başbakanlık Yurt Dışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı'nın sosyal medyayı etkin bir şekilde kullanmadığı görülmektedir.

2.7. YUNUS EMRE ENSTİTÜSÜ'NÜN YENİ MEDYA KULLANIM BECERİLERİ

Daha çok Türkçe dilini ve Türk kültürünü öğretme, yayma işlevlerini yürüten Yunus Emre Enstitüsü 5 Mayıs 2007 tarihinde facebook hesabı açmıştır. Sayfayı 27 bin 923 kişi takip etmekte ve 28 bin 153 kişi beğenmektedir. Yunus Emre Enstitüsü'nün yeni medya kullanım becerilerini ortaya çıkarmak üzere 15 – 30 Nisan 2017 tarihleri arasında facebook sayfasında paylaşılan haberler incelenmiştir.

17 Nisan 2017 tarihinde Yunus Emre Enstitüsü'nün facebook sayfasında uzaktan Türkçe öğrenme portalının reklam içerikli haberi paylaşılmıştır. Yine aynı tarihte Gaziantep'teki Yesemek'in 3000 yıllık tarihe sahip olduğunu, Unesco dünya mirası listesinde bulunduğu belirtilerek Yesemek açık hava müzesinin reklam haberi yapılmaktadır.

18 Nisan 2017'de Gaziantep'teki Zeugma müzesinin fotoğrafları paylaşılmış ve buranın gezilip görülmesi gereken yerlerden olduğu belirtilmiş, 19 Nisan'da dünya masallarının Türkiye'de bulunduğu belirtilerek küresel kamu diplomasisi ağı kapsamında gerçekleştirilen herkes için masallar festivalinin tanıtımı yapılmaktadır. Yine 19 Nisan'da Giresun Mavi Göl'ün fotoğrafları paylaşarak gezilip görülmesi belirtilmiş, 21 Nisan'da paylaşılan bir haberde Yunus Emre Enstitüsü ile Kızılay iş birliği çerçevesinde gerçekleştirilen projede Suriyelilerin Türkçe öğrenerek sertifika aldıkları ifade

edilmiş, 22 Nisan'da paylaşılan haberde "iki Dünya Arasında" isimli masalın Türkçe ve İngilizce canlandırıldığı kaydedilmiştir.

25 Nisan 2017'de paylaşılan haberde Kudüs Başkonsolosluğu himayesinde ve Yunus Emre Enstitüsü destekli Anadolu'nun Renkleri isimli festivalde Türkiye'nin kültürel mirasının tanıtıldığı, 25 Nisan'da Gümüşhane'nin Tomara Şelalesi tanıtımı, 25 Nisan'da Yunus Emre Enstitüsü'nün Romanya'da ebru gösterisi yaptığı, 27 Nisan'da enstitü katkılarıyla Karadağ'da Osmanlı dönemi kıyafetleri defilesinin yapıldığı, 27 Nisan'da Hakkârî'nin Kayme Sarayı'nın tanıtımı, enstitü tarafından Bosna'da hüsnühat kursu düzenlendiği, 28 Nisan'da Köln Yunus Emre Enstitüsü ve Stadtgarten Köln iş birliğinde 'Best Songs of İstanbul' konserlerinin ilki olan 'Kolektif İstanbul' caz konserinin gerçekleştirildiği haberleri paylaşılmıştır. Kaynak: <https://www.facebook.com/yeeorgtr/?fref=ts>

2014 yılının Nisan ayında twitter hesabı alan Yunus Emre Enstitüsü'nün twitter sayfasında bin 313 tweet, 124 takip edilen, 786 takipçi ve bin 601 beğeni bulunmaktadır.

15 – 30 Nisan tarihleri arasında Yunus Emre Enstitüsü'nün twitter sayfasında yer alan haberler aşağıda verilmiştir.

15 Nisan 2017 tarihinde Bakü'de düzenlenen Uluslararası öğrenci festivalinde Bakü Yunus Emre Enstitüsü'nün Türkiye'yi tanıtmak için stant açtığı, 17 Nisan'da TİKA tarafından Azerbaycan'da kurulan ABAD Sanatkârlık Merkezi'nin ziyaret edildiği, 18 Nisan'da KKTC Vakıflar İdaresi tarafından düzenlenen iyilik festivalinde Yunus Emre Enstitüsü tarafından ebru, kaligrafi ve çömlek sanatının tanıtıldığı, 19 Nisan'da enstitü tarafından Lefkoşa'da 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Şenliği dolayısıyla çocuk şenliği düzenleneceği, 19 Nisan'da enstitü tarafından Cezayir'de Türkçe öğrenme programı düzenleneceği, 20 Nisan'da enstitü tarafından "Bosna Hersek Süreli Yayınlarında Türk Edebiyatı" adlı kitabın tanıtımının yapıldığı, aynı tarihte Lübnan Üniversitesi'nde "Çağdaş Türk Şiiri" konferansı verildiği, 26 Nisan'da Astana'da Karagöz Hacivat gösterisi gerçekleştirildiği, aynı tarihte Kudüs Başkonsolosluğu'nun himayesinde Enstitü tarafından desteklenen "Anadolu'nun Renkleri Projesi"nin Kudüs'te tanıtıldığı, 27 Nisan'da Amsterdam'da ortaokul ve liselerde Türkçe'nin seçmeli ders olduğu, aynı tarihte Bosna Hersek'te "Tercihim Türkçe" projesi kapsamında 5. Çocuk Şenliği düzenlendiği, 28 Nisan'da enstitünün Bakü'de "Türk Edebiyatı Okumaları" projesi gerçekleştirdiği, aynı tarihte Hatay'daki Titus Tünelinin tanıtım haberi yer almaktadır.

Kaynak: <https://twitter.com/yeeorgtr>

Görüldüğü üzere Yunus Emre Enstitüsü kamu diplomasisi alanının daha çok dil ve kültür kısmında faaliyet göstermekte ve yaptığı ya da yapacağı etkinlikleri facebook ve twitter üzerinden duyurmaktadır. Enstitünün twitter sayfasını facebook sayfasında daha etkin kullandığı, twitter sayfasında daha çok haber ve etkinlik bulunduğu gözlenmiştir. Yunus Emre Enstitüsü yeni medyayı etkin bir biçimde kullanmakta ve kültür diplomasisini başarılı bir şekilde yürütmektedir denilebilir.

2.8. TRT TÜRK TELEVİZYONU'NUN YENİ MEDYA KULLANIM BECERİLERİ

TRT Türk Televizyonu'nun 15 - 30 Nisan 2017 tarihleri arasında facebook ve twitter sayfalarında yapmış oldukları paylaşımlar incelendi ve bu paylaşımların kamu diplomasisi faaliyetlerini içeren paylaşımlar olmadığı gözlemlendi. Ayrıca diğer paylaşımlar da göz önünde bulundurulduğunda TRT Türk'ün sosyal medya hesaplarını etkin bir şekilde kullanmadığı, güncel haber ve etkinlik paylaşımlarında bulunmadığı gözlemlendi.

Kaynak: <https://www.facebook.com/trtturk/?fref=ts> / <https://twitter.com/trtturk>

Dışişleri Bakanlığı Enformasyon Genel Müdürlüğü, Dışişleri Yurt Dışı Tanıtım ve Kültürel İlişkiler Genel Müdürlüğü, Dışişleri Bakanlığı Diplomasi Akademi birimlerine ilişkin facebook ve twitter'da herhangi bir hesap bulunamadı.

SONUÇ

Son yüzyılda gelişen teknolojiyle birlikte daha çok araştıran bilgiye anında ulaşan dijital toplumu etkilemek ve yönlendirmek eskisi kadar kolay olmamaktadır. Bu durumun farkına varan devletler, farklı devletleri ve toplumları etkilemek için artık propaganda, baskı, korku gibi yöntemler yerine yumuşak güç olarak adlandırılan zihni ve kalbi etkileme sanatına başvurmaktadır. Etkileme sürecinde zaman ve hızın önem kazanması, gelişen teknolojiyle dünyanın küreselleşmesi yeni medya araçlarını kamu diplomasisi alanında daha özel bir konuma yükseltmiştir. Paylaşılan haber ve durumlardan kitlelerin anında haberdar olması ve geri bildirim yapması kitlelerin önemi arttırmış ve artık diplomatik ilişkilerde devletlerarası ilişkilerden devletler ve toplumlararası ilişkiler dönemine geçilmiştir.

Yapılan çalışmada etkisi ve önemi gün geçtikçe artan yeni medya araçlarının kamu diplomasisinde kullanım becerileri araştırılmıştır. Bu kapsamda Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü, Başbakanlık Basın Yayın

ve Enformasyon Genel Müdürlüğü, Başbakanlık Tanıtma Fonu, Başbakanlık Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı, Yurt Dışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı, Dışişleri Bakanlığı Enformasyon Genel Müdürlüğü, Dışişleri Yurtdışı Tanıtım ve Kültürel İlişkiler Genel Müdürlüğü, Dışişleri Bakanlığı Diplomasi Akademisi, Yunus Emre Enstitüsü ve TRT Türk'ün facebook ve twitter hesaplarında kamu diplomasisi açısından yapılan paylaşımlar incelenmiştir. Yeni medya araçları içerisinde facebook ve twitter'ın seçilmesinin sebebi ise, uluslararası araştırma şirketi Global web Index'in verilerine göre 2016 yılında Türkiye'de en çok kullanılan sosyal medya aracının facebook ve twitter olmasıdır.

Bulgulara göre, Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü'nün 15 - 30 Nisan tarihleri arasında facebook sayfasında kamu diplomasisini ilgilendiren 1 haber, twitter sayfasında ise 21 habere rastlanılmıştır. Bu durumda Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü'nün yeni medya araçlarından twitter'ı facebook'a göre daha aktif kullandığı söylenilebilir. Ayrıca Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü'nün sosyal medya hesaplarında daha çok kamu diplomasisi faaliyeti yürüten kurum ve kuruluşların haberlerinin yer aldığı görülmüştür. Bir diğer kurum olan Başbakanlık Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü'nün facebook sayfasında kamu diplomasisine ilişkin 21 haber, twitter sayfasında ise yaklaşık 30 haber tespit edilmiştir. Sosyal medya araçlarını etkin bir şekilde kullanan Başbakanlık Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü, twitter hesabını facebook hesabına göre daha etkin kullanmaktadır denilebilir. Başbakanlık Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü, sosyal paylaşım sayfalarında kendi haberlerinin yanı sıra çoğunlukla kamu diplomasisi ile ilgili faaliyet yürüten kurum ve kuruluşların haberlerini paylaşmıştır. Başbakanlığa bağlı olarak görev yapan Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı'nın sosyal medya kullanım becerilerine bakıldığında Tika'nın facebook sayfasında 25, twitter sayfasında 26 haber görülmektedir. Ayrıca diğer kurumlar kendi haberleriyle birlikte işbirliği halinde çalıştıkları kurumların haberlerini de paylaşırken Tika çoğunlukla sosyal medya sayfalarında kendi haberlerini paylaşmaktadır. Kamu diplomasisi çerçevesinde yardım, donanım desteği, restorasyon, bilgi paylaşım programları gibi çeşitli faaliyetler yürüten Tika, yaptığı haberleri facebook ve twitter sayfalarında paylaşmakta ve kamu diplomasisi faaliyeti yürüten diğer kurumlarla karşılaştırıldığında kamu diplomasisi alanında öne çıkmaktadır. Yurt Dışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı kamu diplomasisi alanıyla ilgili facebook sayfasında 2, twitter sayfasında 2 haber paylaşmıştır. Yurt dışındaki Türk ve Akraba topluluklarla ilgili faaliyet gösteren Yurt Dışı Türkler ve Akraba Topluluklar

Başkanlığı'nın sosyal medya araçlarını etkin ve verimli bir şekilde kullandığını söylemek çok da mümkün görünmemektedir. Daha çok Türk dili ve kültürünü tanıtmaya, öğretmeye, yayma üzerine yurt dışında faaliyet gösteren Yunus Emre Enstitüsü'nün facebook sayfasında 15 - 30 Nisan 2017 tarihleri arasında 13 haber, twitter sayfasında 9 habere rastlanılmıştır. Yunus Emre Enstitüsü de Tika gibi daha çok kendi faaliyet haberlerini sosyal medya araçları üzerinden kitlelerle paylaşmaktadır.

Başbakanlık Tanıtma Fonu, Dışişleri Bakanlığı Enformasyon Genel Müdürlüğü, Dışişleri Yurtdışı Tanıtım ve Kültürel İlişkiler Genel Müdürlüğü, Dışişleri Bakanlığı Diplomasi Akademisi'nin kamu diplomasisi faaliyetlerinin yer aldığı herhangi bir facebook ya da twitter sayfası bulunmamıştır. TRT Türk ve TRT World kanallarının facebook ve twitter sayfalarında 15 - 30 Nisan tarihleri arasında kamu diplomasisine ilişkin herhangi bir habere rastlanılmamıştır. Dünyanın pek çok ülkesinde temsilciliği bulunan Anadolu Ajansı sosyal medya sayfalarında dünyada yaşanan gelişmeleri sosyal medya sayfalarında paylaşmaktadır. Ancak kamu diplomasisi faaliyetlerine ilişkin belirtilen tarihler arasında haber bulunmamıştır.

Genel olarak bakıldığında kamu diplomasisi faaliyeti yürüten kurum ve kuruluşların facebook ve twitter sayfalarındaki takipçi ve beğenen sayılarının, üstlenilen görev açısından düşünüldüğünde çok yetersiz olduğu, paylaşılan haberlerdeki beğeni ve yorum sayılarının da yok denecek kadar az olduğu görülmektedir. Bu bağlamda dünyaya kendini sosyal medya üzerinden doğru bir şekilde anlatma, ülke markalaşması, cazibe merkezi hâline gelme gibi kamu diplomasisi unsurlarının doğru bir şekilde gerçekleştirilip gerçekleştirilmediği tartışma konusu olmaktadır. Bunun dışında Türkiye'nin ve Türkiye'nin yürüttüğü kamu diplomasi faaliyetlerinin yeni medya ortamlarında etkili bir şekilde tanıtılmadığı söylenebilir. Kamu diplomasisi faaliyeti yürüten kurum ve kuruluşlardan bazılarının İngilizce ve faaliyet gösterdiği ülkenin dilinde açılmış sosyal medya hesaplarının bulunduğu görülmüştür. Ancak bu sayfalarda da takipçi ve beğeni sayısı oldukça azdır. Bu kamu kurum ve kuruluşları, takipçi ve beğeni sayılarını arttırmak adına faaliyet gösterdikleri ülkelerde sosyal medya tanıtım çalışmalarına ağırlık vermelidir. Kamu diplomasisi faaliyeti yürüten kamu kurum ve kuruluşları özellikle kültür diplomasisi alanında Türkiye'yi öne çıkartabilir ve uluslararası alanda yaptıkları faaliyetleri yalnızca kendi sosyal medya sayfalarında değil dünyanın önde gelen basın ve medya kurumlarıyla işbirliği yaparak kamu diplomasisi alanında yürüttükleri faaliyetleri buralara haber olarak sunabilir.

Kaynaklar

- AKÇADAĞ, E. Dünyada ve Türkiye’de Kamu Diplomasisi.
file:///C:/Users/Asus/Desktop/kamu%20diplomasisi%20ve%20yeni%20medya/emineakcada.pdf .Erişim Tarihi: 03.02.2017
- AKGÖNENÇ, O. (2009), Dış Politikada Diplomasinin Rolü, Önemi ve Metotları. Jeopolitik, Ekim, s. 14.
- ÇOMAK, Akgün N. ve Yılmaz, E. (2010). Dış Politikada Türkiye İmajı ve Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü. Hasret ÇOMAK, (Ed.), 21. Yüzyılda Çağdaş Türk Dış Politikası ve Diplomasisi, Umut Tepe Yayınları, Kocaeli, 133-150, s.135.
- AKYAZI, E. & Neşeli M.&Yılmaz F. (2014). Dijital Çağda Gündem Belirleme ve Sosyal Medyanın Rolü: Ulusal Basında Sosyal Medya Kaynaklı Haberler Üzerine Bir Değerlendirme. Kocaeli Üniversitesi 1. Uluslararası İletişim Bilişim ve Medya Araştırmaları Kongresi. Kocaeli: Volga Yayıncılık.
- BAŞAR, H. (2011), Türkiye’nin Kamu Diplomasisi: Bir Örnek Çalışma TRT. Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, s. 7.
- BEREKET, Ö. (2017), Dijital Çağ’da Kamu Diplomasisinin Yapısı ve Uygulanması: ABD ve Türkiye Karşılaştırması. Kadir Has Üniversitesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- ÇAVUŞ, T. (2012), Dış Politikada Yumuşak Güç Kavramı ve Türkiye’nin Yumuşak Güç Kullanımı. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 2012, c.2, 23-39, s. 28.
- EKŞİ, M. (2014), Kamu Diplomasisi ve Ak Parti Dönemi Türk Dış Politikası. Siyasal Kitabevi, Temmuz, Ankara.
- EMEN, B. (2013), Türkiye’nin Avrupa Birliği’nde Yürüttüğü Kamu Diplomasisi: Fransa ve İspanya Örneği. Harp Akademileri Strateji ve Stratejik Araştırmalar Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- ERZEN, M. Ü. (2012a), Kamu Diplomasisi. İstanbul: Derin Yayınları. <http://kdk.gov.tr/faaliyetler/kdk-genelgesi/5> Erişim Tarihi: 02.05.2017
- GÖKIRMAK, M. (2017), Küreselleşen Dünyada Diplomasi: Kamu Diplomasisi.
file:///C:/Users/Asus/Desktop/kamu%20diplomasisi%20ve%20yeni%20medya/Kamu_Diplomasisi-Mert_Gokirmak.pdf Erişim Tarihi: 03.02.2017
- GÜRCAN, M. (2010), Stratejik İletişim Modeli Ve Güvenlik Alanına Uygulanabilirliği. Güvenlik Stratejileri Dergisi. Yıl:8. Sayı:15. Ankara: Stratejik Araştırmalar Enstitüsü.
- HALTER, E. (2009), Savaş Temalı Oyun Kültürü. Çev: Gezer, T. İstanbul: Yakamoz Yayınları, Nisan, 11-16.
- IŞIK, T. (2006), Anadolu Ajansı ve Türk Medyasına Katkısı (Yazılı Basın 2005 Yılı Değerlendirmesi). Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kayseri, 2006, s. 18.
- Kalın, <http://www.kamudiplomasisi.org/makaleler/makaleler/100-tuerk-d-politikas-ve-kamu-diplomasisi>. Erişim Tarihi: 10.05.2017.
- KARAGÖZ, S. (2015), Stratejik İletişim Yönetimi Olarak Kamu Diplomasisi Ve Medya. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yüksek Lisans Tezi).
- KÖKSOY, E. (2013). Halkla İlişkiler Bağlamında Kamu Diplomasisi Yönetimi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Melissen, J. (2005), The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations. Newyork: Palgrave MacMillan.

MORDOĞAN, C. (2010), Türk-Amerikan İlişkilerinde Kriz Diplomasisi. Ankara: Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 2010.

NYE, J. (2005), Yumuşak Güç, çev. İnan Aydın, R. Ankara: Elips Kitap, Ekim.

NYE, J. (2008), Public Diplomacy and Soft Power. The Annals of the American Academy of Political and Social SCIENCE, (2008), Vol. 616, 94-109, p. 94.

ÖZER, M. A. (2012), Bir Modern Yönetim Tekniği Olarak Algılama Yönetimi ve İç Güvenlik Hizmetleri. (Karadeniz Araştırmaları, Bahar, Sayı 33), 162-163.

ÖZKAN, A. (2012), Kamu Diplomasisi. İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi ders notları. İstanbul.

ÖZKAN, A. (2015), Stratejik İletişim Yönetiminin “Ülke Markası” İnşasındaki Rolü. International Conference on Communication, Media, Technology and Design 16 - 18 May, Dubai - United Arab Emirates.

ÖZKAN, A. 21. Yüzyılın Stratejik Vizyonu Kamu Diplomasisi ve Türkiye'nin Kamu Diplomasisi İmkânları. Stratejik Rapor No:70. Türk Asya Stratejik Araştırmalar Merkezi.

RİGGİNS, J. (1998), A Strategic Assessment of Public Diplomacy. USAF, s. 4

SANCAR, A. (2012), Kamu Diplomasisi ve Uluslararası Halkla İlişkiler. İstanbul: Beta Yayınları.

SİGNİTZER, B, Coombs, T. (1992), “Public Relations and Public Diplomacy: Conceptual Convergences”. Public RELATIONS Review. Vol: 18, N:1 pp:137-147.

SİGNİTZER, B.&Wamser,C. (2006), Public Diplomacy: A Specific Governmental Public Relations Functions. Public Relations Theory II. (Der.) Carl Botan ve Vincent Hazelton. New Jersey: Lawrence Erlbaum.

SZONDİ, G. (2008), Public Diplomacy and National Branding: Conceptual Similarities and Differences. Discussion paper in diplomacy. Netherland Institute of International Relations Clingendael, No:112. Netherland.

TUNCER, H. (2009), Diplomasinin Evrimi: Gizli Diplomasiden Küresel Diplomasiye. İstanbul, Kaynak Yayınları, s. 15.

<http://www.tanitmafONU.gov.tr/Kurumsal.aspx?id=1> Erişim Tarihi: 30.04.2017

<http://www.tika.gov.tr/tr/sayfa/hakkimizda-14649> Erişim Tarihi: 30.04.2017

<https://www.facebook.com/BasbakanlikKD/> Erişim Tarihi: 30.04.2017

<https://twitter.com/basbakanlikkd> Erişim Tarihi: 30.04.2017

http://www.mfa.gov.tr/no_-129_-ulkemizin-akpm-denetimine-yeniden-dondurulmesi-karari-hk_tr.mfa Erişim Tarihi: 02.05.2017

<http://kdk.gov.tr/haber/anadolu-ajansi-turkiyenin-sesini-7-dilde-dunyaya-duyuru-yor/371> Erişim Tarihi: 02.05.2017

<http://www.byegm.gov.tr/turkce/byegm-hakkinda> Erişim Tarihi: 02.05.2017

<http://aa.com.tr/tr/p/sosyal-medya-politikalari> Erişim Tarihi: 05.05.2017

<http://aa.com.tr/tr/p/yurt-disi-burolar> Erişim Tarihi: 05.05.2017

<http://kdk.gov.tr/> Erişim Tarihi: 05.05.2017

<http://www.byegm.gov.tr/turkce/hakkinda> Erişim Tarihi: 05.05.2017

<http://www.mfa.gov.tr/ulkemizin--yurtdisinda-tanitimi.tr.mfa>

Erişim Tarihi: 06.05.2017

<http://diab.mfa.gov.tr/tr/hakkimizda/hakkimizda/> Erişim Tarihi: 06.05.2017

<http://www.vergialgi.net/ekonomi-maliye/2016-da-dunyada-ve-turkiye-de-inter-net-sosyal-medya-kullanimi/> Erişim Tarihi: 11.05.2017

<https://www.facebook.com/BBYEGM/> Erişim Tarihi: 13.05.2017

<https://twitter.com/byegm?lang=tr> Erişim Tarihi: 13.05.2017

<https://www.facebook.com/TikaTurkey/?fref=ts> Erişim Tarihi: 14.05.2017

https://twitter.com/tika_turkey Erişim Tarihi: 14.05.2017

<https://twitter.com/yurtdisiturkler> Erişim Tarihi: 18.05.2017

<https://www.facebook.com/yurtdisiturkler/?fref=ts> Erişim Tarihi: 18.05.2017

<https://www.facebook.com/yeeorgtr/?fref=ts> Erişim Tarihi: 19.05.2017

<https://twitter.com/yeeorgtr> Erişim Tarihi: 19.05.2017