

**KÜLTÜRLERARASI İLETİŞİM BAĞLAMINDA DİL ÖGESİNE
YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA¹**
A RESEARCH RELATED TO LANGUAGE ITEM IN THE CONTEXT
OF INTERCULTURAL COMMUNICATION

Aycan ERDENİR

İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi İletişim Fakültesi
ORCID ID: 0000-0001-8837-2316, aycan.erdenir@gmail.com

Prof. Dr. Hilal Özden ÖZDEMİR ÇAKIR

İstanbul Ticaret Üniversitesi İletişim Fakültesi
Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü
ORCID ID:0000-0001-8127-8044, hozdemir@ticaret.edu.tr

ÖZ

21. yüzyıl kültüründe sosyal medyanın özel bir yeri bulunmakta, kültürlerarası iletişimin yoğun yaşandığı çağdaş diplomasi çevrelerinde iletişime ve dile olan ihtiyaç artmaktadır. Dil, kültürlerarası iletişimin öncül ögesidir. Daha önceleri diplomasi dili olarak belirgin olan Fransızcanın yerini İngilizcenin aldığı belirtilmektedir. İngilizce, yirmi birinci yüzyıla 'lingua franca' olarak giriş yapmıştır. Bununla birlikte, ulusal kültür kavramının başat ögesi ana dilin korunmasına ve yaygınlaşmasına yönelik olarak Almanya, Fransa gibi Avrupa ülkeleri yanı sıra, Türkiye de devlet gözetiminde çeşitli yerlerde girişimlerde bulunmaktadır. Çapraz-kültürel ilişkiler söz konusu olduğunda, diplomatik temsilcilerin kendi ana dilleri yanı sıra, görev yapılan ülke dilini de kullanmakta oldukları, sosyal medya paylaşımlarında konuşulan dil yerine çeşitli simgelere de yer verdikleri görülmektedir. Türkiye'nin, yurtdışında en çok Türk yaşayan ilk dört ülkeden üçünün, Berlin-Londra ve Paris Büyükelçiliklerinin sosyal ağ sitelerinden birisi olan Twitter'da (X) 2022 yılında yaptıkları paylaşımlarda kullandıkları dillerin içerik analizi yöntemi ile karşılaştırmalı olarak incelendiği bir çalışma ile her üç Büyükelçilik arasında farklılık olup olmadığı yönünde bir durum saptaması ortaya konulmaktadır.

Anahtar kelimeler: Kültürlerarası iletişim, Dil, Sosyal medya

ABSTRACT

Social media has a special place in twenty-first century culture, and the need for communication and language has been increasing in contemporary diplomatic circles where intense intercultural communication occurs. Language is the primary element of intercultural communication. It has been stated that French, which was previously the prominent language of diplomacy, has been replaced by English. English has entered the twenty-first century as 'lingua franca'. However, European countries such as Germany and France, as well as Türkiye have been taking initiatives in various places under state supervision, to protect and spread the native language, which is the dominant element of the concept of national culture. When it comes to cross-cultural relations, it has been seen that diplomatic representatives use the language of the country of duty, in addition to their own native language, as well as they place various symbols replacing the spoken language. By a research, using the content analysis method and making comparisons, the languages used by Türkiye's Berlin-London-Paris Embassies that are in three of the four countries with the highest number of Turks living abroad, have been analysed by their posts on Twitter (X) in 2022. It has been revealed in form of a due diligence whether there are any differences between the three Embassies.

Keywords: Intercultural communication, Language, Social media

¹ Bu çalışma, İstanbul Ticaret Üniversitesi, İletişim Bilimi ve İnternet Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Programı'nda, Prof. Dr. Hilal Özden Özdemir Çakır danışmanlığında yürütülen "Uluslararası Halkla İlişkiler Bağlamında Türkiye'nin Kamu Diplomasisi Uygulamaları: Twitter Üzerinde Bir Analiz" adlı doktora tezinden türetilmiştir.

GİRİŞ

Kültür kavramına yaklaşımların zaman içerisinde çeşitlendiği, tartışmalara açık bir alan olduğu bilinmektedir. Kültür teriminin sosyal bilimlerdeki en belirsiz ve tartışmalı kavramlardan biri olduğunu ifade eden Immanuel Wallerstein, anlam konusunda anlaşmaya varılmadığından söz etmektedir (Wallerstein, 2013). Amerikalı antropologlar Kroeber ve Kluckhohn'ın 1871-1950 arası yapılan tanımları derledikleri bir çalışmada 164 ayrı tanımdan söz etmektedir (Üstel, 2021). Edward B. Tylor (1871) gibi kültür ve uygarlığı eşanlamlı kullananlar görüldüğü gibi, iki kavramı birbirinden ayrı yorumlayanlar da bulunmaktadır (Oğuz, 2011). Güvenç'ten (1970) aktarıldığı şekilde, Tylor'a göre kültürün (ya da uygarlığın), "toplumun bir üyesi olarak insanoğlunun kazandığı bilgi, sanat, ahlak, gelenekler ve benzeri diğer yetenek ve alışkanlıkları kapsayan karmaşık bir bütün" olarak tanımlandığı ve bu anlayışın da daha sonraki çalışmaları günümüze değin etkilediği belirtilirken; Tursun'da (2004), kültürün bir süreç olduğu, "kültürü oluşturan değerler, inanç ve geleneklerin öğrenme yoluyla aktarıldığı", aktarma sürecinde davranışların olduğu kadar, toplumsal yapıda bulunan nesnelere de etkili olduğu görüşüne değinilmektedir (Yılmaz, 2019, s. 110, 112). Kartarı, Collier'in (1994) bir çalışmasına dayanarak, kültürü, "sembol, anlam ve normların tarihsel aktarımı" olarak varsaymaktadır (Kartarı, 2014, s. 33). Amerikalı sosyal antropoloji uzmanı Margaret Mead'in de, doğanın dışında bir ulusun yaşamına şekil veren maddi ve manevi her şeyin kültür kavramına dahil olduğu görüşü vurgulanmaktadır (Kaplan, 2018). Çoğu antropoloğa göre kültür öğrenme yolu ile değil de, edinim yolu ile elde edilmektedir (Reynolds ve Niedt, 2021). Kültür kavramına şüpheli yaklaşımlardan Jean Baudrillard (2018), kültürün üretildiğini, ancak kalıcı olarak üretilmediğini savunarak klasik sayılabilecek kültür tanımlamalarına karşı durmaktadır.

Kültür; alt kültür-yüksek kültür, tecimsel açıdan kitle kültürü-popüler kültür (Türkoğlu, 2004) gibi çeşitlere ayrıştırılabildiği gibi, maddi kültür-manevi kültür ya da daha makro düzeyde ulusal kültür-evrensel kültür (Kongar, 2013) gibi ayrımlara da tabi tutulabilmektedir. Ayrıca, popüler kültüre dayalı yaşam tarzlarının küreselleşmeyle ortaya çıkan bir çeşit ortak kültür olduğuna da (Çöteli, 2019) değinilirken, ortaya sürülen ortak kültür kavramının yanı sıra ağ kültürü,

dijital kültür, global (küresel) kültür gibi kavramlara da rastlanmaktadır.

Kültürü dil olmadan, dili de kültür olmadan düşünmek imkansızdır. 21. yüzyılda İngilizcenin '*lingua franca*' olarak kullanılmakta olduğu belirtilmektedir (Seidlhofer, 2005). Terim, farklı dilleri konuşan kişiler arasındaki iletişimde kullanılan dil anlamına gelmektedir (Cambridge Online Dictionary, t.y). Bu şekilde farklı dilleri konuşabilen kişilerin bir dili iletişimde tercih ettikleri anlaşılmaktadır. Bunun da İngilizce olduğu öne sürülmektedir. Avrupa Birliği ise "Avrupa'daki dil ve kültür çeşitliliğini bir zenginlik kaynağı olarak korumayı ve geliştirmeyi benimsemekte", en az iki yabancı dil öğrenimini destekleyerek, "yabancı dil olarak tek bir dilin egemenliğinin önlenmesini" amaçlamaktadır (Gündoğdu, 2005, s. 122-123). Keza, Avrupa Birliği'nin web sitelerindeki başlıca içeriklerin İngilizce sürekli olmak üzere, üye devletlerin dilleri de dahil edilerek yirmi dört ulusal dilde düzenlenmiş olduğu görülebilmektedir. Kuruluş, araştırmalara göre bu şekilde İngilizceyi kullanarak sitelerini ziyaret edenlerin yaklaşık yüzde 90'ına tercih ettikleri bir yabancı dilde veya ana dillerinde (sunulanlar içinde) ulaşılabildiğini açıklamaktadır. Acil verilmek istenen bilgilerin, birtakım teknik nitelikteki, ihale duyurusu gibi özel haberlerin de hedef kitleye bağlı olarak birkaç dilde, hatta tek bir dilde verilebileceği de açıklanmaktadır (The European Union/Avrupa Birliği web sitesi, t.y.).

Marshall McLuhan'ın (1967) "*medium is the message*" ile medyanın rolüne yaptığı vurgu, kültürün ve dilin, içinde bulunulan dönemin iletişim biçimleri ile dönüşümlerini de açıklayabilmektedir. Twitter ve Facebook gibi küresel ölçekteki yeni medya kuruluşları, kimi siyasetçileri ortamdaki uzaklaştırdıkları, mesajlar üzerinde algoritmik eylemlerde buldukları gerekçesi ile siyasi davranmakla eleştirilmişlerdir. Yüksek kullanıcı sayılarına ve etkileşim imkanlarına sahip küresel kuruluşlar, gerek sözcükler gerekse de çeşitli dijital simgeler aracılığı ile 'taraf olduğunu' göstermeyi mümkün hale getirmişlerdir. Gündemdeki küresel meseleler, çeşitli ülkelerde içeriğinin belirgin olmaması nedeniyle görüş ayrılıkları ve toplumsal olaylar, yaşanan kültürel çeşitlilik tezi, seçim dönemlerindeki siyasi kampanyalar gibi konular bu bağlamda kullanıcılara ait dil göstergeleri üzerinden de anlamlandırılabilmektedir. Siyasi aktörlerin sosyal

medya olarak tanımlanan ortamlarda kullanmayı tercih ettikleri dil, kültürel bağlam içinde ortaya çıkmakta, kendi ana dillerini kullanmış iseler dahi, farklı dillerde geri dönüş mesajları aldıkları da izlenebilmektedir. Devletler, yurtdışındaki temsilcilikleri aracılığı ile iletilerinde kültürlerarası bağlama yakın durulmasını tercih edebilmektedir.

Bu çalışma kapsamında kültür kavramına, yer değiştirmiş kültür toplumları ve farklı bir kültür toplumu ile iletişimin aynı ortamda gerçekleştirilmesini sağlayan dil ögesi ile yaklaşılmaktadır.

1. KÜLTÜRLERARASI İLETİŞİM

Edward T. Hall'e göre, "kültür iletişim, iletişim de kültürdür" (Akt. Kartarı, 2014, s. 30; Hall, 1959). Kültürel iletişim, bir toplumda, onu meydana getiren insanlar tarafından ortak bir iletişimsel davranış (*communicative conduct*) olarak inşa edilmektedir (Philipsen, 2003). Donald P. Cushman ve Robert T. Craig, kültürel iletişimin temelinde iki unsurun bulunduğu düşünülmektedir. Bunlardan biri olan 'ağlarda' ulus, kültür, sınıf, alt kültür, yöre, toplum ve aile yer almakta, diğer bir unsur olan 'kodlar' ise dil, lehçe ve aksanı kapsamaktadır. Tipik süreçler bilhassa kitle iletişim araçlarıyla yayılma, gelenek ve göreneklerdir (Cushman ve Craig, 1976). Kültürlerarası iletişim ise farklı kültürlere sahip bireyler arasındaki etkileşimin incelendiği bir bilim dalı olarak görülmekte, aynı ülkede yaşamakta olan kültür grupları arası iletişimin de kültürlerarası özellikler taşıdığı belirtilmektedir. Çağımızda kültürlerarası çalışmalarda benzerlikler ve farklılıklar irdelenmektedir. Hall'ün literatüre en önemli katkılarından biri olan ve akademik yazında geniş bağlamlı kültürler-dar bağlamlı kültürler olarak adı geçen tezi, günümüz kültürlerarası-uluslararası ilişkiler çalışmalarında sıklıkla kullanılan yaklaşımlardan biridir. Türk toplumunun geniş bağlamlı kültüre ait olduğu ileri sürülmektedir (Sargut, 2015).

Kültürlerarası iletişim, iletişim bağlamına göre iletişim piramidinin en üstünde yer almakta (Aziz, 2013); yalnızca dil ile sınırlı kalınmayarak, kendi kültürünü ve farklı kültürü karşılaştırabilme yönünde istekli ve bilgili olunmasını gerektirmektedir. Gadamer'e (1971) dayalı olarak, kültürlerarası iletişimde, yorumlayanın, "yabancı olanı kendi kültüründen yola çıkarak, kendi kültürüyle karşılaştırmalarda bulunarak ve kendi

durum ve ihtiyacı" doğrultusunda anlamakta olduğuna işaret edilmektedir (Tosun ve Akın, 2021, s. 14).

Çapraz-kültürel iletişim (*cross-cultural communication*) ise kültürler arasındaki iletişim karşılaştırmaları olarak ifade edilmekte, kültürlerarası iletişimde bir ön koşul olarak tanımlanmaktadır (Gudykunst, 2003). Günümüzde çapraz-kültürel iletişimin, etkileşimden bağımsız olarak, farklı kültürel grupların iletişim pratiklerinin incelenmesiyle mümkün olacağı ileri sürülmektedir. Kültürler somut, ayrıştırılabilir varlıklar olarak görülmekte, göreceli olarak homojen ve ulusal düzeyde incelenmektedir. Kültürlerarası iletişim, birbirleriyle etkileşim içinde olan farklı kültürel grupların iletişimsel pratiklerinin (Örn. Almanlar ve Çinlilerarası iletişim) incelenmesi olarak tanımlanırken; kültürlerin ulusal sınırlarla sınırlı olmayıp, dinamik ve bulanık sınırlara kaydıkları, uyumlaştırılabilir ve melez oldukları öne sürülmektedir. İletişim çalışmalarında oldukça yeni bir alan olan transkültürel iletişim ise kültürel ve dilsel farklılıkların katılımcılarla ilintili olduğu, ancak belirli bir grupla zorunlu biçimde bağlantılı olmadığı iletişim uygulamalarının incelenmesi olarak ifade edilmektedir. Kültürel ve dilsel sınırların aşılabilirliği, kültürlerin heterojen oluşları varsayılmakta ve kültürel tanımlamaların tartışmalı olduğu belirtilmektedir. Ulusal kültürler, yerelden küresele uzanan pek çok ölçekten biri olarak görülmekte, katılımcıların arada olmaktan ziyade, ölçekler arasında hareket ettiklerine değinilmektedir (Baker, 2018). Akademik yazındaki çeşitli çalışmalarda ise iki kültür arasındaki karşılaştırmaların çoğu defa kültürlerarası iletişim olarak adlandırıldıkları görülmektedir. Kültür göreceli bir kavram olarak evrensel bir kurama dayandırılmadığından ötürü, bu konudaki araştırmalar Hall'ün Enformasyon Sistemleri, Geert Hofstede'nin Kültürel Boyutlar yaklaşımları ağırlıklı olarak karşılaştırmalı analizler biçiminde sürdürülebilmektedir. Türkiye'de yapılan çalışmalar Ulusal Tez Merkezi verileri ile incelendiğinde; Türkiye'deki Suriyeliler, Çinliler ve Süryaniler, Ermeniler, Çerkesler, Arnavutlar, Balkan göçmenleri gibi altkültür gruplarına ya da Avusturya'daki, İsveç'deki, Makedonya'daki, Almanya'daki vd. Türklere dair araştırmalar ile alana katkı sağlanmakta olduğu görülmektedir.

Küreselleşme ile önem kazanan ve çeşitli araştırmalara konu olan kültürlerarası iletişim yeterliliği;

kültürlerarası duyarlılığa, kültürlerarası farkındalığa ve kültürlerarası becerikliliğe sahip olmak olarak tanımlanmaktadır. Duyarlılık duyusal, farkındalık bilişsel, beceriklilik (*adroitness*) ise davranışsal boyutu temsil etmektedir. Farklı kültürler ile etkin iletişim için bu üç boyut da gerekli görülmektedir. Dolayısıyla, kültürlerarası iletişim yeterliliğinin geliştirilmesi için, duyarlılığın yanı sıra bilişsel düzeyde farkındalığın da artması beklenmektedir. Bu da ölçümlenebilir ve gözlemlenebilir bir davranış olarak ortaya çıkmalıdır (Chen ve Starosta, 1998).

Günümüzde artan göç hareketliliği göz önünde bulundurulduğunda, kendi tercihi ile başka bir ülkede yaşamını sürdürmek isteyen bir bireyin karşılaştığı farklı kültür yönünde duyarlılık, farkındalık ve beceriklilik anlamında iletişim yeterliliğinin gelişmesinin beklendiği anlaşılmaktadır. Türkiye’den göçlerin en fazla Almanya’ya yapılmış olduğu bilinmektedir. Türkiye bir yandan orada yaşayan Türk toplumunun ülkeye uyumunu ve katılımcılığını desteklerken, diğer yandan da ulusal kültür ile bağlarını pekiştirmek amacı ile Türkçe ve tarih eğitimi, dini değerlere bağlı kalmaları, hukuki meselelerde destek gibi konularda devlet nezdinde girişimlerde bulunmaktadır. Bununla birlikte, Avrupa ülkelerinde yükseldiği öne sürülen yabancı düşmanlığı, ırkçılık ve İslam karşıtlığı gibi olayların zaman zaman meydana geldiği bilgilendirmesi de yapılmaktadır. Türkiye Cumhuriyeti (T.C.) Dışişleri Bakanlığı, “politikacıların ve medyanın sorumlu bir tutum benimsemeleri, yabancı düşmanlığı, ayrımcılık ve İslam karşıtlığını tırmandıracak beyan ve tutumlardan kaçınmaları” yönünde açıklamada bulunmaktadır (T.C. Dışişleri Bakanlığı web sitesi, t.y.). Bu oluşumlara bir tepki olarak sosyal medya aracılığı ile geçmiş yıllarda yaşanan trajedik olayların gündeme getirildiği, acıların tekrar yaşanmamasının ifade edildiği görülmektedir. Son yılların en tartışmalı konularından biri durumuna gelen kültürel çeşitlilik ve ‘çeşitliliği haklılaştırma’ kapsamında Heywood (2022, s. 281), temelde üç tane olarak saydığı liberal-çoğulcu-kozmopolit çokkültürlülük kavramlarının her birinin dayandığı fikirlerin, toplumsal yönden yarattığı belirsizliklere dikkat çekmekte ve “kültürlerarasıcılığın” bu bakımdan bir alternatif olarak daha fazla ilgi çektiğini öne sürmektedir.

2. DİJİTAL KÜLTÜR

Charlie Gere’e (2019) göre, “dijital kültür, pek çok unsur arasındaki karmaşık ve diyalektik etkileşimlerin bir ürünüdür”. Dijitalleşme bağlamında, “yeni medya kullanıcılarının üretmiş oldukları içerikler doğrultusunda kültürün dijitalleştiği” belirtilebilmektedir (Solmaz, 2019, s. 33). Dijital evrenin popüler mekanları olan sosyal ağ siteleri dijital kültürün bir yandan gelişmesine, yaygınlaşmasına ve bağlar kurulmasına ortam hazırlarken, diğer yandan da yabancı kültür hakkında önyargıların oluşmasına ya da aksine önyargılardan arınmaya da geçit verebilmektedir. Manovich, kullanıcıların oluşturdukları içeriklerin (*user-generated contents*) genişleyen bilgi/haber (*information*) evreninin en hızlı büyüyen unsurlarından olduğuna değinmekte, 2008 yılı verilerine göre içeriklerin yaklaşık yüzde 70’inin bireyler tarafından oluşturulduğuna dikkat çekmekte ve yeni medyadan ‘daha fazla medya’ (*more media*) aşamasına geçildiğini öne sürmektedir. Sosyal medyanın gelecekte de var olmakla birlikte bugünkünden farklı bir biçim alacağı öngörülmektedir (Manovich, 2020). Dijital kültür içinde konuşulan dil sınıfına dahil olmamakla birlikte, iletişimde anlam oluşumuna katkı sağlayan yeni kodlar meydana gelmektedir. Bu oluşumlardan bazıları yazılı dilin içindeki sözcüklerin yerini alabilmekte, hatta yazılı bir içerikteki sözcüklerin yerine anlam taşıma işlevi de yüklenebilmektedir. Bu yeni oluşumlar arasındaki *hashtag* olarak anılan etiketleme, *mention* olarak anılan hakkında bahsetme ya da farklı duyguların, nesnelere yansıtıldığı, dijital simgeler olarak da anılan emojiler sıklıkla kullanılan biçimlerdir. Türkiye’nin diplomatik temsilciliklerinin de (Örn. Paris Büyükelçiliği’nin) 2022 ve kısmen 2023 yılındaki Twitter (X) sitesindeki paylaşımlarında bu yeni biçimlere oldukça yer verilmekte olduğu görülmektedir. Belli bir ülkenin adının yerine bayrak emojisi, iki ülkenin işbirliğine ya da dostluğuna gönderme yapan el sıkışma emojisi, kutlama mesajında el çırpma emojisi kullanımı gibi örnekler, sosyal medyadaki ifade özgürlüğünün sağladığı imkanlardan biri olarak kültürlerarası iletişime yeni kodlar katmaktadır.

3. BİR KÜLTÜR ÖGESİ OLARAK DİL

Federico Celestini (2003) tarafından, kültürel öge, “kültürel olarak mevcut olan ve kendisi dışındaki şeylerden ayırt edilen her şeydir” olarak ifade

edilmektedir. Kültürel bir bağlam içinde oluşmakta, kaynak kültürce yüklenen bir anlama sahip olmakta, ancak kaynak ve alıcı kültür arası bağlam farklılığı bulunduğu, alıcı kültürde anlam kayması oluşumundan söz edilmektedir (Akt. Şimşek, 2021, s. 34). Kuşkusuz ki, insan, yaşantısı içinde pek çok kültürel öge ile temas içindedir. Özellikle kültürlerarası etkileşimlerin yüksek olduğu, çağlar boyunca toplumsal hareketlilik yaşayan toplumlarda kültürel ögeler ile temas yoğunluğu da göreceli olarak fazlalaşmaktadır. Dil de, toplumsal yaşantılar içinde beliren kültürel ögelerdeki gelişmelerden soyutlanamamaktadır.

Dil ve kültür arasındaki bağ, Alman düşünür W. Humboldt'un çalışmaları ile 19. yüzyıldan itibaren tartışılmaya başlanmıştır. Bu akım E. Sapir ve B. Whorf tarafından geliştirilerek, adlarıyla anılan varsayım ortaya atılmıştır. Bu anlayış ile dil, kültürün oluşumunda bir ön koşul olarak vurgulanmıştır. Varsayımın bir boyutu olan 'dilsel belirleyicilik' insanların düşüncelerinin kullandıkları diller tarafından güçlü ya da zayıf düzeylerde belirlendiği; diğer boyutu olan 'dilsel görecelilik' ise bir dilde yer alan bir kavramın, diğer bir deyişle sözcüğün, diğer bir dildeki kavram ile aynı olmayacağı şeklindeki bakış açısını yansıtmaktadır. Bu yaklaşım ileriki yıllarda tamamen kabul görmemekle birlikte, dilin düşünceye katkısı sınırlı da olsa kabul edilmekte, bireyin toplumdaki nesnelere hangileri ilgisini daha çok çekiyorsa, bunlarla ilgili kavramlardaki sözcüklerin miktarının da önemli ölçüde arttığı belirtilmektedir (Mengü, 2003).

Kültür deyince ilk çağrışım yapan kavramın dil olduğu, dilin, bir milletin sahip olduğu kültürel değerlerin başında geldiği ve Ziya Gökalp'in dili kültürün temel ögesi saydığı vurgulanmaktadır (Kaplan, 2018). Dil birliğinin kültür birliğini sağlamakta olduğuna, dil ve kültür sayesinde toplumun kendisini tanımasının, tanıtmasının, kimliklerini belirtme aracı olacağı ve diğer toplumlarla karşılaştırma yapılabilmesinin de mümkün olacağı ileri sürülmektedir (Tuna, 2003). Türkiye Cumhuriyeti'nin 1928 yılında yaptığı harf devrimi ve 1932 yılındaki dil devrimi dünyanın çeşitli yerlerindeki Azerbaycan, Orta Asya Cumhuriyetleri gibi uluslar için de esin kaynağı olmuştur. Türkiye, Türkçenin yayılması kapsamında çeşitli kuruluşlara görev vermektedir. Kültür Bakanlığı'na bağlı olan Yunus Emre Enstitüsü, Türksoy Uluslararası Türk

Kültür Teşkilatı, Ankara Üniversitesi Türkçe ve Yabancı Dil Uygulama ve Araştırma Merkezi (TÖMER), araştırmalara yön veren Türk Dil Kurumu ve üniversiteler bünyesindeki çeşitli araştırma ve öğretim-egitim kuruluşları bu konudaki çalışmalarını yürütmektedir.

Avrupa ülkeleri içinde de kendi dillerini ve kültürlerini başka uluslara tanıtmak amacıyla, Almanya'nın Goethe Enstitüsü, İngiltere'nin British Council, Fransa'nın Institute Français, İtalya'nın Istituta Italiano di Cultura gibi devlet kuruluşları uzun yıllardır faaliyetlerde bulunmaktadır. Bunların yanı sıra yabancı dil eğitimi veren çeşitli özel kuruluşların da katkıları mevcuttur. Dışişleri Bakanlıkları ve diplomatların, Avrupa'daki resmi kurumlar ve elçilikler dışında doğrudan kamu ile iletişimin avantajlarını kavramış oldukları ve günümüzde kültürel ilişkiler diplomasisi olarak adlandırılan, ülkelerin ulusal kültürlerini dış ülkelerde tanıtmaya yönelik politikaları 'yeni diplomasi' çok önce dahi uygulamaya başladıkları belirtilmektedir. Ülkelerinin tanıtma faaliyetlerinde, iç ve dış kamuoylarının etkilenmesinde dışişleri bakanlıklarının merkezi konumda oldukları ileri sürülmektedir (İskit, 2020).

Yabancı bir dili konuşabilmenin mesleki açıdan önem taşıdığı istihdam alanlarından biri de T.C. Dışişleri Bakanlığı'nda istihdam edilmek üzere sınavlarla işe alınan, "Türk dış politikasının oluşturulması ve icrasında görev, yetki ve sorumluluk üstlenen ve yurtdışında temsil görevi icra eden diplomatik kariyer memurları" olarak tanımlanan meslek memurluğu olmaktadır. Adayların diğer şartların yanı sıra aralarında İngilizce, Almanca, Fransızca, Rusça, Arapça, Farsça, Çincenin de olduğu on dört kategoride dilden birini en az belirtilen puanlar düzeyinde bilmeleri gerektiği, bu dillerde kompozisyon yazma-çeviri yapma ve sözlü ifade becerilerinin değerlendirmeye alınacağı belirtilmektedir. 2-3 yabancı dil bilmeleri ve bunu belgeleyebilmeleri ise puantaj yönünden avantaj sağlamaktadır (T.C. Dışişleri Bakanlığı web sitesi, 2023). Atanacak personelin "öncelikle görevlendirileceği ülkenin resmî dilini veya İngilizce, Almanca ve Fransızca dillerinden birini bilmesi" şartı bulunmakta, "görevli bulunduğu ülkenin resmî makamlarına göndereceği resmî yazılarda bulunduğu ülkenin resmî dilini veya bu mümkün olmadığı

takdirde, İngilizce, Almanca veya Fransızca dillerinden birini” kullanacağı bildirilmektedir (T.C. Resmi Gazete, 2018). İşe alınan kişiler mesleki eğitimlere tabi tutulmakta; 7 Temmuz 2010 tarihli ve 6004 sayılı Dışişleri Bakanlığı'nın Kuruluş ve Görevleri Hakkında Kanun'a göre düzenlenen “Dışişleri Bakanlığı Diplomatik Kariyer Memurlarının Görevde Yükselme Usul ve Esasları Yönetmeliği” çerçevesinde merkez teşkilatında başkâtip, yurtdışı teşkilatında ise görev yapılan temsilciliğin diplomatik veya konsüler niteliğine göre başkâtip veya konsolos unvanını almaya hak kazanabilmektedirler. Ayrıca, büyükelçi veya daimi temsilci olarak atanabilmeleri için, merkez teşkilatında elçi veya yurtdışı teşkilatında elçi, elçi-müsteşar, elçi-daimi temsilci yardımcısı ve birinci sınıf başkonsolos unvanlarından biriyle, başarılı şekilde en az 1 yıl görev yapmış olmaları gerekmektedir (T.C. Resmi Gazete, 2023).

Ottaviano Maggi'nin (1596) *De legato* isimli diploması üzerine yazılı tezinde, “bir elçinin Latince, Yunanca, İtalyanca, Fransızca, İspanyolca, Almanca ve Türkçe olmak üzere yedi dil bilmesi gerektiği” ifadesinin bulunduğu; diplomatik çevrelerde İngilizcenin ancak 17. yüzyıl itibarıyla ilgi çekici olmaya başladığı ifade edilmektedir (Burke, 2016, s. 183). İngilizcenin, “17. yüzyıldan beri uluslararası görüşmelerde ve antlaşmalarda tek geçerli dil olan Fransızca ile bütün Avrupa'da felsefe ve düşünce dili olarak kullanılan Almancanın yerini aldığı ve bütün dünya ülkelerinin ortak iletişim dili” konumuna geçtiği öne sürülmektedir (Gündoğdu, 2005, s. 123). 21. yüzyılda diplomasinin dilinin İngilizce olduğu belirtilmektedir (Brimelow, 1976). Mattelart (2016) ise İngilizcenin Fransızca'yı yerinden etmesinin düşünülemediğini söylemiştir.

Teknolojideki gelişmelerin de etkisiyle, iletişim, çağdaş diplomaside eskiye göre başlıca araç haline gelmekte, dil de iletişimin ve çapraz-kültürel ilişkilerin en önemli aracı olmaktadır (Sayın ve Sayın, 2013). Yetkin düzeyde kullanılan dil, siyasi aktörler için ister yüz yüze ister dijital ortamda olsun, kendilerini, ülkelerini tanıtmaya, küresel-bölgesel meselelerle ilgili görüşlerini açıklama ve bilgilendirmenin başlıca aracı olmaktadır. Günümüzde ise siyasi aktörlerin görev yaptıkları ülkelerdeki medya, iş dünyası temsilcileri ile dil yetkinlikleri çerçevesinde o ülkenin dilinde iletişim sürdürdükleri görülmektedir. Son iki yıl içinde Amerika Birleşik Devletleri'nin İstanbul Başkonsolosu

görevine atanan Julie Eadah'ın, Fransa'nın Türkiye Büyükelçisi olarak atanan Isabelle Dumont'unun, İngiltere'nin Türkiye Büyükelçisi olarak atanan Jill Morris'in, görevlerine başladıktan kısa bir süre sonra Türkçe dilinde seslendirdikleri videolar paylaşılmıştır. Eadah ve Dumont'un Türkçe bildikleri açıklanmıştır. Morris'in Türkçe bildiğine dair bir bilgiye erişilmiş olmasa dahi akıcı bir şekilde Türkçe konuşabildiği anlaşılmaktadır. Fransa Cumhurbaşkanı Emmanuel Macron, Yunanistan Başbakanı Miçotakis Twitter'da (X) Türkçe paylaşımlarda bulunmuşlardır. Kısmen duygu içerikli ifadeler de barındıran bu söylemler siyasi aktörlerin yanı sıra Batılıların Türkçe konuşmasına alışkın olmayan Türk halkı için de ilgi çekici bir kültürlerarası deneyim olmaktadır. Türk politikacılar arasında da, dilin bir alt ögesi olan ‘ağız’ farklılıklarını yöre halkı ile iletişimde bir kod olarak kullanan siyasi aktörler bulunmaktadır. Bulduğumuz çağda düşünceyi sadece dil ve kültür değil, bunların yanı sıra iletişim sürecinin de etkilemesi söz konusu olmaktadır.

3.1. Sosyal Eylem Kuramı ve Dil

Sosyal eylem, “eylemde bulunan aktör ya da aktörlerin, diğerlerinin geçmişteki, şimdiki veya gelecekteki eylem, davranış ve tutumlarını hesaba katarak gerçekleştirdikleri eylem” olmaktadır (Taşdelen, t.y.). Max Weber'in (1920) kuramını dil yönünden irdeleyen Jürgen Habermas (1981), sunduğu dört eylem modelinden biri olan teleolojik (sonuç odaklı) eylemi araçsal ve stratejik eylem olarak ikiye ayırmakta, bunun yanı sıra normatif-dramatürjik (anlatımsal) ve iletişimsel eylemi de sıralamaktadır. Daha sonra da eylemi, bireysel (sosyal olmayan) ve toplumsal (sosyal) olarak da ayırtmaktadır. Böylelikle sosyal tarafa aldığı stratejik eylem ve eylemsel amaçlarla ilişkilendirdiği iletişimsel eylem ile sosyal olmayan tarafa çektiği ve etkisel amaçlarla ilişkilendirdiği araçsal eylem arasında bir ayrıma gitmektedir. Araçsal eylem ve stratejik eylem başarıya, iletişimsel eylem de uyuma-uzlaşmaya (*consensus*) dönük olmaktadır. Ancak, araçsal ve stratejik eylemin iletişimsel eyleme bağlı olduğunu, bunun tersinin ise geçerli olmadığını da belirtmektedir. Böylelikle, stratejik eylem araçsal eylemin sosyal bir çeşidi olmaktadır. Aracıların, amaçlarına ulaşmak için, genellikle, dil vasıtası ile diğer aktörleri etkilemeye çalıştıkları; stratejik hareket eden bir failin başkalarına karşı nesnelleştirici tutum benimsediği, hatta benmerkezci, monolojik amaçlara

sahip olduğu ileri sürülmektedir. Tüm eylem türlerinde rasyonellik (akılcılık) vurgusu yapan Habermas, yine de araçsal ve iletişimsel olarak farklı tür rasyonellik barındırdıklarını, tüm eylemlerin genel olarak teleolojik olduklarını varsaymaktadır (Finlayson ve Rees, 2023).

Yabancı siyasi aktörlerin, medya aracılığı ile yayınladıkları videolarda, sosyal medyadaki paylaşımlarındaki Türkçe pratiklerinde, Türk politikacıların çeşitli dil kodları ile hitap etmelerinde ya da Türk diplomatların sosyal medya paylaşımlarında görev yapılan ülke dilini kullanmalarında bu 'konuşma eyleminin' türü hakkında saptama yapmak bu çalışmanın konusu değildir. Ancak, dilin bir eylem biçimi oluşu ön kabulüyle, eylemin kültürlerarası bağlamda gerçekleştirilmesindeki aracı rolü benimsenmektedir.

4. TÜRKİYE'NİN YURTDIŞI TEMSİLCİLİKLERİNİN SOSYAL MEDYADAKİ PAYLAŞIMLARINDA SEÇTİKLERİ DİLE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Çalışmanın bu kısmında, akademik yazın taramasından derlenen kültür-kültürlerarası iletişim-dijital kültüre ilişkin kavramlar ve bu bağlamda dil unsuruna ilişkin gelişmelerin ardından; Türkiye'nin üç büyükelçiliğinin 2022 yılında, bir sosyal ağ sitesinde yaptıkları paylaşımlar, kültürün ve iletişimin bir ögesi olan dilin kullanımını doğrultusunda incelenmiştir.

4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Türkiye'nin diplomatik temsilciliklerinin sosyal medya paylaşımlarında, Türkçenin yanı sıra diğer dillerin kullanımına göre kullanıcıların aralarındaki farklılıkların/benzerliklerin açıklanmasıyla, mevcut durumun saptanması amaçlanmıştır. Çapraz-kültürel iletişim açısından, iletişimin yazılı boyutunda, hangi dilin/dillerin ne sıklıkta kullanıldığı bakımından karşılaştırma yapılması sağlanmıştır. Yukarıda belirtildiği üzere, Cushman ve Craig'e göre kültürel iletişimin temelinde ulus, kültür, sınıf, altkültür, bölge, cemaat ve aile gibi ağlar ile kodlar (dil, lehçe ve aksan) bulunmaktadır. Bunlardan biri olan dil olgusu kültürel iletişimin, bu iletişim dış çevreye ve sosyal medyaya taşındığında da kültürlerarası iletişimin temel kodu olarak öne çıkmaktadır. Gerek iletişim ağları gerekse lehçe ve aksan ile söz eylem türleri bu çalışmanın konusu değildir; Türkçenin yanı sıra üç

yabancı dilin kullanım sıklığı (miktarı) üzerinden analiz yapılmıştır. Örneklem olarak alınan ülkeler, sayı bakımından yurtdışında Türklerin en fazla yaşamlarını sürdürdükleri dört ülke içinden seçilmiştir. Bu iletişimde alıcılar konumunda kültürlerarası bir evren bulunmaktadır. Gerek T.C. Dışişleri ve Kültür Bakanlıklarının, gerek çeşitli eğitim-öğretim-kültür-din kuruluşlarının yoğun olarak izledikleri Türk toplumları, gerekse ülke halkları ve dünya/bölge gündemindeki konular nedeniyle Türkiye'yi mercek altına alan ülkelerdeki siyasi aktörler başlıca alıcılar konumundadır. Yapılan araştırmayla kültürlerarası iletişim alanındaki çalışmalara katkı sağlandığı düşünülmektedir.

4.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini bir sosyal ağ sitesi olan Twitter'da (X), Türkiye'nin üç büyükelçiliğinin 2022 yılındaki paylaşımları oluşturmaktadır. Tweetler ve retweetler dahil olmak üzere toplam 791 adet örneklem seçilmiştir. Bu örneklemin 432 adeti (yaklaşık yüzde 55'i) T.C. Berlin Büyükelçiliği'nden; 182 adeti (yüzde 23'ü) T.C. Londra Büyükelçiliği'nden ve 177 adeti de (yüzde 22'si) T.C. Paris Büyükelçiliği'nin tweet veya ilgili Büyükelçilik/Büyükelçiye yapılan retweetlerinden elde edilmiştir. İki tweet ya da retweet farklı dilde olmakla birlikte aynı anlamı taşıyor ise de, iki ayrı örnek (*case*) olarak kabul edilmiştir.

4.3. Araştırmanın Yöntemi ve Sınırlılıkları

Çalışmada, Türkiye'nin üç büyükelçiliğinin sosyal ağ sitelerinden biri olan Twitter (X) hesaplarından yaptıkları yayınlar ile belirlenen değişkenin karşılaştırmalı analizleri yapılmıştır. Bu analizlerde, Türkiye'nin Berlin, Londra ve Paris Büyükelçiliklerinin 2022 yılındaki paylaşımlarında kendilerinin oluşturduğu yazılı içerikler, kendilerinin veya ilgili Büyükelçinin oluşturduğu yazılı içeriklere yapılan retweetler (yayın tekrarlama) incelenmiştir. Çalışma içinde büyükelçiliklerin tweet/retweetlerindeki yazılı içeriklerden 'yayınlar/dijital yayınlar' olarak da söz edilmiştir. Türkçenin yanı sıra görev yapılan ülke dillerindeki paylaşımları konuşulan dil üzerinden incelenmiştir. Hangi konuşulan dilde olursa olsun paylaşım yapılan dil "hedef dil" olarak adlandırılmıştır.

Araştırmada kavramsal çerçeve bir dolaysız gözlem türü olan literatür taraması ile oluşturulmuştur. İçerik

analizi ile sürdürülen ampirik çalışma bölümünde, verilerin toplanmasında yine bir dolaysız gözlem yöntemi olan arşivleme yöntemi kullanılmıştır. Çalışmanın sorusu, sorunun kategorileri ve kodlama kağıdı oluşturulmuştur. Araştırılan kriter doğrultusunda null hipotezi ve alternatif hipotez ortaya konulmuştur. Veriler, SPSS 24 programı ile frekans/sıklık ölçümleri-çapraz tablolar-ki-kare testleri ile analiz edilmiştir.

Sınırlılıklar:

- Anılan büyükelçiliklerin tweetleri 1 yıl ile (1 Ocak 2022-31 Aralık 2022) sınırlıdır.
- Anılan büyükelçiliklerin tweetlerine/retweetlerine erişim ulusal mercilerin yasal kararları/ya da kendilerinin koydukları kısıtlamalarla sınırlıdır.
- Retweetlere üçüncü tarafların yazılı mesajları dahil değildir. İstisnası, büyükelçiliklerin kendi büyükelçilerinin tweetlerine ya da kendi tweetlerine yaptıkları retweetlerdir.
- Tweetlerde/retweetlerde: 'Eklenti' olarak adlandırılan, web sitesi adının gözükmediği mektup, makale biçimindeki içerikler, ilgili büyükelçilik ya da ilgili büyükelçiye ait değilse incelenmemiştir.
- Tweet/retweetlerde: 'İlinti' olarak adlandırılan, bir web sitesi adı gözükken içerikler ilgili büyükelçilik ya da ilgili büyükelçiye ait değilse incelenmemiştir.
- Tweetlerin yayın tarihlerinden farklı/aynı tarihteki 'Alıntı' olarak adlandırılan ve hesap adı gözükken retweetlerdeki yayın içerikleri ilgili büyükelçilik ya da büyükelçiye ait değilse incelenmemiştir.
- Tweet/retweetlerde sadece hashtag/mention/emoji gibi unsurların yer alması durumunda herhangi bir konuşulan dil sınıfına dahil edilmemiştir.

4.4. Araştırmanın Problemi

Araştırmanın problem, Türkiye'nin üç büyükelçiliğinin sosyal ağ sitelerinden birinde kullandıkları dil bakımından aralarında benzerlik ya da farklılık olup olmadığıdır.

4.4.1. Araştırmanın Soruları

Twitter adlı sosyal ağ sitesinde, 2022 yılında:

T.C. Berlin-Londra ve Paris Büyükelçiliklerinin dijital yayınlarında sadece Türkçenin payı ne olmaktadır?

T.C. Berlin-Londra ve Paris Büyükelçiliklerinin dijital yayınlarında sadece görev yapılan ülke dilinin payı ne olmaktadır?

T.C. Berlin-Londra ve Paris Büyükelçiliklerinin dijital yayınlarında Türkçe ile birlikte görev yapılan ülke dilinin payı ne olmaktadır?

T.C. Berlin-Londra ve Paris Büyükelçiliklerinin dijital yayınlarında görev yapılan ülke dilinden başka bir dilin veya görev yapılan ülke dilinden başka bir dil ile birlikte Türkçenin payı ne olmaktadır?

4.5. Çalışmanın Sayılı ve Hipotezi

Çalışmada, T.C. Berlin-Londra ve Berlin Büyükelçiliklerinin 2022 yılında Twitter adlı sosyal ağ sitesinde kendi ürettikleri içeriklerden oluşan yayınlarında hedef dil olarak Türkçe ve görev yapılan ülke dilini kullanmakta oldukları varsayılmaktadır. Null ve alternatif hipotezimiz ise:

H_0 : Hedef dil açısından T.C. Berlin-Londra-Paris Büyükelçilikleri yayınları arasında farklılık yoktur.

H_a : Hedef dil açısından T.C. Berlin-Londra-Paris Büyükelçilikleri yayınları arasında farklılık vardır.

4.6. Bulgular

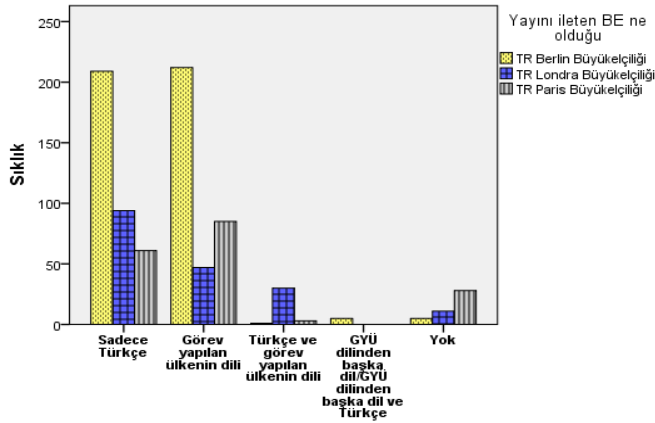
Aşağıdaki tabloda belirlenen kategorilere göre üç büyükelçiliğin paylaşımlarındaki dil kullanım sıklıklarına (miktarlarına) yer verilmiştir.

Büyükelçilik (BE), görev yapılan ülke (GYÜ) olarak kısaltılmaktadır.

Tablo 1. Büyükelçiliklerin Paylaşımlarının Dillere Göre Sıklık Dağılımı

Hedef diller	T.C.Berlin BE	T.C.Londra BE	T.C. Paris BE
1.Sadece Türkçe	209 % 48,4	94 % 51,6	61 % 34,5
2.Görev yapılan ülke dili	212 % 49,1	47 % 25,8	85 % 48
3.Türkçe ve görev yapılan ülke dili	1 % 0,2	30 % 16,5	3 % 1,7
4.GYÜ dilinden başka bir dil/GYÜ dilinden başka bir dil ve Türkçe	5 % 1,2	-	-
5.Yok	5 % 1,2	11 % 6	28 % 15,8
Toplam	432	182	177

Bu durum aşağıda verilen şekil ile görselleştirilmektedir:



Şekil 1. Büyükelçiliklerin Paylaşımlarının Hedef Dillere Göre Ayırımı

Araştırmanın sorularına yönelik olarak, 2022 yılında:

- Berlin Büyükelçiliği yayınlarında sadece ana dil Türkçeyi yaklaşık yüzde 48, Londra Büyükelçiliği yüzde 52, Paris Büyükelçiliği ise yüzde 35 oranında kullanmıştır.
- Berlin Büyükelçiliği sadece görev yapılan ülke dilini (Almanca) yaklaşık yüzde 49,

Londra Büyükelçiliği (İngilizceyi) yüzde 26, Paris Büyükelçiliği de (Fransızca) yüzde 48 oranında kullanmıştır.

- Aynı yayında Türkçe ile birlikte görev yapılan ülkelerin dillerinin kullanılma oranları ise Berlin Büyükelçiliği'nde yüzde 0,2, Londra Büyükelçiliği'nde yaklaşık yüzde 17, Paris Büyükelçiliği'nde ise yüzde 2 olmaktadır.
- Aynı yayın içinde görev yapılan ülke dilinden başka bir dilin veya görev yapılan ülke dilinden başka bir dil ile Türkçenin kullanılma oranları Berlin Büyükelçiliği'nde (İngilizce) yüzde 1 iken, diğer büyükelçiliklerin bu biçimde paylaşımları yer almamıştır.

Berlin Büyükelçiliği'nin paylaştığı yazılı içeriklerde Türkçe ve Almanca (görev yapılan ülke dili) dillerinin kullanılmalarının yakın değerlerde olduğu görülmüştür. Paris Büyükelçiliği yayınlarında Fransızca (görev yapılan ülke dilini) Türkçeye göre göreceli olarak daha yüksek sıklıkta kullanmıştır. Londra Büyükelçiliği'nin paylaşımlarında ise Türkçenin sıklık değeri İngilizceye (görev yapılan ülke diline) göre yaklaşık iki katı fazla olmuştur. 'Yok' değeri, büyükelçiliklerin yayımladıkları tweetlerde kendilerinin ya hiç yazılı metin üretmedikleri; sadece görsel/kapsam dışı alıntı/ilinti/ekleni paylaştıkları ya da sadece emoji/hashtag/mention kullandıkları yayınların sıklığı ile ilgilidir. Bu değer de, Berlin Büyükelçiliği'nin yayınlarının yaklaşık yüzde 1'inde, Londra Büyükelçiliği'nin yüzde 6'sında ve Paris Büyükelçiliği'nin yayınlarının da yaklaşık yüzde 16'sı düzeyinde ortaya çıktığı belirlenmiştir.

Aşağıda verilen tabloda (Tablo 2.), Ki-kare Testinin yapıldığı SPSS programında hesaplanan ve 'p' değeri olarak adlandırılan değer ile atanan alpha (a) değeri belirtilmektedir. Bu araştırma için anlamlılık düzeyi (a) diğer sosyal bilimler araştırmalarında da sıkça kullanıldığı üzere 0,05 olarak alınmıştır. Hesaplanan 'p' değeri atanmış olan anlamlılık düzeyinden (a) küçük ise H₀ hipotezi reddedilmekte, büyük ise kabul edilmektedir.

Tablo 2. Hedef Dil Açısından Analiz

Hedef dil değişkeni	a	ρ	Karar
Yayını ileten büyükelçiliklerin dili	0,05	0,000	Farklılık vardır

Bu iki değer birbiriyle karşılaştırılarak, test sonucu 'Karar' başlığında açıklanmıştır.

Analizlerin sonucuna göre $\rho < \alpha$ olduğundan, H_0 hipotezi reddedilmekte ve H_a hipotezi kabul edilmektedir. Hedef dil bakımından her üç büyükelçilik arasında farklılık vardır.

Sürdürülen bir başka araştırma kapsamında elde edilen bulgulara göre, Berlin Büyükelçiliği'nin yayınlarında genellikle aynı konudaki mesajlar için ayrı ayrı, hem Türkçe hem de Almanca paylaşımlar bulunmaktadır. Bu durumun, Hall'ün geniş-dar bağlam yaklaşımı doğrultusunda iki farklı kültür ile iletişim açısından olumlu bir tutum olduğu düşünülmektedir. Londra Büyükelçiliği'nin daha çok Türkçe dilinde paylaşım yapmasının kültürel-sosyal temalar ağırlıklı bilgilendirmelerden kaynaklandığı; Paris Büyükelçiliği'nin daha çok görev yapılan ülke dilindeki paylaşımlarının- ilgili büyükelçinin de katkısı ile -göreceli olarak- siyasi aktörlere yönelik bilgilendirme amacı doğrultusunda gerçekleştiği söylenebilir.

SONUÇ

Kültür tanımlarına ilişkin belirsizlikler 21. yüzyılda da devam ederken, iletişim, dil ve kültürlerarası iletişim alanındaki çalışmalar yeni katılımcılar ve oluşumlarla genişlemektedir. İngilizce, 'diplomasinin dili' ve 'lingua franca' olarak öne çıkmaktadır. Avrupa Birliği ise dilde çeşitliliği bir zenginlik olarak görmektedir. Verilmek istenen mesajın istenen şekilde anlamlandırılması amaçlandığında kişiye ana dilinde hitap etmek ise akılcı bir yaklaşım olarak değerlendirilmektedir. Keza, kültür, iletişim ve dil birbirleri ile yakından ilişkili kavramlardır. İletişimde göreceli yeni bir mekan olan sosyal medya, hem ana dillerinde hem de görev yapılan ülke dilinde kazanılan yetkinlikler çerçevesinde çeşitli siyasi aktörlere, kültürlerarasında kurulmak istenen iletişimde aracı olmaktadır. Kültürlerarası farklılıklardan ileri gelen sorunların özellikle Türklerin çok yaşadığı ülkelerde Dışişleri Bakanlığı ile Kültür

ve Turizm Bakanlığı tarafından izlenmekte olduğu bilinmektedir. Türk toplumlarının yaşadıkları ülke ile kültürel uyum sağlamaları ve katkıda bulunmaları amaçlanmaktadır. Bununla birlikte, yurtdışında yaşayanların anavatanları ile bağlarının kopmaması için devletin gözetiminde başta Türkçe dili ve din konusunda olmak üzere çeşitli kuruluşlar aracılığı ile girişimlerde bulunmaktadır.

Bu çalışmada, Türkiye'nin diplomatik temsilciliklerinin sosyal medya hesaplarından yaptıkları paylaşımlarda hangi dilleri kullanmakta oldukları ile ilgili olarak bir araştırma yapılmıştır. Bu doğrultuda, Türkiye'nin yurtdışında en çok Türk yaşayan ilk dört ülkeden üçündeki -Almanya'daki, İngiltere'deki ve Fransa'daki- büyükelçiliklerinin 2022 yılında Twitter'da (yeni adı ile X'te) yaptıkları paylaşımlar, kendilerinin ürettikleri yazılı içeriklerde kullandıkları diller odağında içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. Büyükelçiliklerin ana dil Türkçeyi, görev yapılan ülke dillerini ve varsa başka bir dili ne sıklıkta kullandıkları araştırılmıştır. Karşılaştırmalı olarak yapılan analizler doğrultusunda, Berlin Büyükelçiliği'nin yayınlarındaki yazılı içeriklerde gerek Türkçe dilinin gerekse de görev yapılan ülkenin dilinin (Almanca) kullanım oranlarının yakın olduğu, Londra Büyükelçiliği'nin yayınlarında daha çok Türkçenin, buna karşılık Paris Büyükelçiliği'nin yayınlarında görev yapılan ülke dilinin (Fransızca) kullanımının daha fazla olduğu görülmektedir. Görev yapılan ülke dilinden başka bir dilin kullanımına, yalnızca Berlin Büyükelçiliği'nin paylaşımlarında ve İngilizce dilinde olmak üzere, görece düşük bir oranda da olsa rastlanmaktadır. Dijital kültür ile birlikte yaygınlaşan emoji, hashtag, mention gibi kodların konuşulan dilin alternatifi olarak kullanımları gerçekleştirilmektedir. Bu bağlamda, diplomasinin dilinin her bağlamda İngilizce olduğu ifade edilememektedir. Araştırmanın sonucunda T.C. Berlin, Londra ve Paris Büyükelçilikleri arasında hedef dilin kullanımı açısından farklılık olduğu sonucuna varılmıştır.

KAYNAKÇA

Aziz, A. (2013). *İletişime giriş*. 4. Baskı. Hiperlink.

Baudrillard, J. (2018). *Tüketim toplumu söylence yapıları*. 11. Baskı. Ayrıntı Yayınları.

Brimelow, T. L. (1976). English as a language of diplomacy. *The Round Table the Commonwealth Journal of International Affairs*, 66 (261), 27-34.

Burke, P. (2016). *Yeniçağ Avrupası'nda diller ve topluluklar*. (Ç.Çakır, Çev.). 1. Baskı. Işık Yayınları.

Chen, G. ve Starosta, W. (1998). A review of the concept of the intercultural sensitivity, *Human Communication*, 2(1), 27-54.

Cushman, D. ve Craig, R. (1976). "Communication Systems: Interpersonal Implications". *Explorations In Interpersonal Communication* (G. Miller, Ed.). 37-58. Sage.

Çötel, S. (2019). The impact of new media on the forms of culture: Digital identity and digital culture. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 9(2), 1-12.

Gudykunst, B. W. (2003). *Cross-cultural and intercultural communication*. Sage Publications.

Gündoğdu, M. (2005). Avrupa Birliği yolunda Türkiye'nin yabancı dil politikası. *Çukurova Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 29(2), 120-127.

Heywood, A. (2022). *Siyaset*. (N. Uslu, Çev.). 24. Baskı. Felix Kitap.

İskit, T. (2020). *Diplomasi tarihi, teorisi, kurumları ve uygulaması*. 7. Baskı. Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Kaplan, M. (2018). *Kültür ve dil*. 35. Baskı. Dergah Yayınları.

Kartarı, A. (2014). *Kültür, farklılık ve iletişim kültürlerarası iletişimin kavramsal dayanakları*. 1. Baskı. İletişim Yayınları.

Kongar, E. (2013). *Kültür üzerine*. 10. Baskı. Remzi Kitabevi.

Manovich, L. (2020). *Cultural analytics*. The MIT Press.

Mattelart, A. (2016). *İletişimin dünyasallaşması*. (H.Yücel, Çev.). 4. Baskı. İletişim Yayınları.

Mengü, G. (2003). "Dil-kültür ilişkisine antropolojik bir bakış". *Dil, Kültür ve Çağdaşlaşma* (B. Yediyıldız, Ed.). 15-27. Siyasal Kitabevi.

Oğuz, E. S. (2011). Toplum kilimlerinde kültür kavramı. *Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 28(2), 123-139.

Philipsen, G. (2003). "Cultural communication". *Cross-cultural and Intercultural Communication* (W. B. Gudykunst, Ed.). 35-51. Sage Publications.

Reynolds, R. R. ve Niedt, G. (2021). *Essentials of visual interpretation*. Routledge.

Sargut, A. S. (2015). *Kültürler arası farklılaşma ve yönetim*. 4. Baskı. İmge Kitabevi Yayınları.

Sayın, F. M. ve Sayın, B. A. (2013). Old and new diplomacy and the role of communication. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(9), 15-30.

Seidlhofer, B. (2005). Key concepts in ELT English as a lingua Franca. *ELT Journal*, 59(4), 339-341.

Solmaz, B. (2019). "Siyasal iletişimde temel kavramların dijital dönüşümü". *Siyasal İletişimin Dijital Dönüşümü* (B.Solmaz, Ed.). 9-38. Literatürk.

Şimşek, F. (2021). "Kültürlerarası alanda yeni bir disiplin: Kültür aktarımı araştırmaları". *Kültürlerarası Araştırmalar* (M. Tosun ve C. Doğan, Ed.). 29-47. Paradigma Akademi.

Tosun, M. ve Akın, A. (2021). "Kültürlerarası yorumbilim". *Kültürlerarası Araştırmalar* (M. Tosun ve C. Doğan, Ed.). 5-28. Paradigma Akademi.

Tuna, K. (2003). "Dil ve milli kimlik". *Dil, Kültür ve Çağdaşlaşma* (B. Yediyıldız, Ed.). 39-50. Ankara.

Türkoğlu, N. (2004). *İletişim bilimlerinden kültürel çalışmalara toplumsal iletişim tanımlar, kavramlar, tartışmalar*. 1. Basım. Babil Yayınları.

Üstel, F. (2021). *Kültür politikasına giriş kavramlar, modeller, tartışmalar*. 1. Baskı. İletişim Yayınları.

Wallerstein, I. (2013). *Bilginin belirsizlikleri*. (B.Alataş, Çev.). 1. Baskı. Sümer Yayıncılık.

Yılmaz, B. (2019). Kültür politikası: kuramsal bir yaklaşım. *Yeni Türkiye Kültür Politikaları Özel Sayısı*, 1(109), 107-122. Stratejik Araştırma Merkezi.

İNTERNET KAYNAKLARI

Baker, W. (2018). "Transcultural communication and English as a lingua franca: new perspectives on language, culture and intercultural communication", 11th International Conference of English as a Lingua Franca-Plenary talk, researchgate.net/publication/341727447_Exploring_Intercultural_and_Transcultural_Communication_in_ELT_

Cambridge Online Dictionary, https://dictionary.cambridge.org/tr/s%C3%B6zl%C3%BCk/ingilizce/lingua-franca#google_vignette. Erişim Tarihi: 27 Nisan 2024.

Finlayson, J. G. ve Rees, D. H. (2023). "Jürgen Habermas", <https://plato.stanford.edu/entries/habermas/>. Erişim Tarihi:22 Nisan 2024.

Taşdelen, M. H. "Sosyal/Toplumsal Eylem", https://ansiklopedi.tubitak.gov.tr/ansiklopedi/sosyal_toplumsal_eylem.

Erişim Tarihi: 22 Nisan 2024.

T.C. Dışişleri Bakanlığı web sitesi, https://www.mfa.gov.tr/yurtdisinda-yasayan-turkler_.tr.mfa. Erişim Tarihi: 18 Nisan 2024.

T.C. Dışişleri Bakanlığı web sitesi. (2023), "T.C. Dışişleri Bakanlığı Aday Meslek Memurluğu Giriş Sınavı Duyurusu". 25 Aralık 2023, <https://www.mfa.gov.tr/tc-disisleri-bakanligi-aday-meslek-memurlugu-giris-sinavi-duyurusu--25-aralik-2023.tr.mfa>. Erişim Tarihi: 16 Nisan 2024.

T.C. Berlin Büyükelçiliği, https://twitter.com/TC_BerlinBE. Erişim Tarihi: 1 Mayıs 2023.

T.C. Londra Büyükelçiliği, <https://twitter.com/TurkEmbLondon>. Erişim Tarihi: 1 Mayıs 2023.

T.C. Paris Büyükelçiliği, <https://twitter.com/TurquieParis>. Erişim Tarihi: 1 Mayıs 2023.

T.C. Resmi Gazete. (2018). "Yurtdışında Daimi Görevlere Atanacak Personel Hakkında Yönetmelik", 23 Kasım 2018, <https://www.mevzuat.gov.tr/>

T.C. Resmi Gazete. (2023). "Dışişleri Bakanlığı Diplomatik Kariyer Memurlarının Görevde Yükselme Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik". 14 Kasım 2023, <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2023/11/20231114-11.htm>. Erişim Tarihi: 16 Nisan 2024.

The European Union web site. "Languages", https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/languages_en. Erişim Tarihi: 27 Nisan 2024.