

## KAMU DİPLOMASİSİ YOLLARINA YÖNELİK BİR DOKÜMAN ANALİZİ: TÜRKİYE İLETİŞİM MODELİ ÖRNEĞİ

Tuğba Bamyacıoğlu<sup>1</sup>

Emel Tanyeri Mazıcı<sup>2</sup>

**Araştırma Makalesi**

**Başvuru Tarihi: 14. 01. 2026**

**Kabul Tarihi: 06. 02. 2026**

### ÖZ

Bu çalışma, Türkiye Cumhuriyeti İletişim Başkanlığı'nın yürüttüğü faaliyetlerin literatürde tanımlı kamu diplomasisi yöntemleriyle ne ölçüde örtüştüğünü ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu kapsamda, 2018–2023 dönemini kapsayan “Türkiye İletişim Modeli: Hakikatin Peşinde Beş Yıl” isimli yayında yer alan uluslararası kamuoyuna yönelik 112 girişim, araştırmanın veri setini oluşturmaktadır. Söz konusu doküman incelemesi içerik analiziyle yapılmıştır. Literatürde tanımlı kamu diplomasisi yöntemleri olan; *çekicilik*, *iyi niyet varsayımı*, *sosyalleşme*, *doğrudan etki*, *gündem belirleme* ve *çerçeveleme* kategorileri, kodlama cetveli olarak kullanılmıştır. Bulgular, girişimlerin yoğun olarak doğrudan etki kategorisinde toplandığını göstermektedir. Türkiye'nin bu dönemde uluslararası aktörlerle doğrudan temas kurarak imaj ve politikalarına yönelik algıyı şekillendirmeyi amaçladığı ve bu noktada kritik aktörlere önem verdiği tespit edilmiştir. Bu sıklığı takip eden kodlama kategorisi ise çekicilik faktörü olmuştur. Bazı girişimlerin birden fazla kategori altında kodlanması, çok yönlü bir iletişim stratejisinin benimsendiğine işaret etmektedir. Bununla birlikte, sosyalleşme temelli girişimlerin hem sıklığının az olması hem de mevcut sosyalleşme girişimlerinin hedef kitlesinin sınırlı olduğu dikkat çekmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Kamu Diplomasisi, Yumuşak Güç, İletişim Başkanlığı

## A DOCUMENT ANALYSIS OF PUBLIC DIPLOMACY APPROACHES: THE CASE OF THE TÜRKİYE COMMUNICATION MODEL

### ABSTRACT

This study examines the extent to which the activities carried out by the Directorate of Communications of the Republic of Türkiye correspond with public diplomacy methods identified in the literature. The dataset consists of 112 initiatives targeting international audiences, drawn from the report titled “The Türkiye Communication Model: Five Years in Pursuit of Truth” covering the 2018–2023 period. The data were analyzed using content analysis to assess the relationship between Türkiye's public diplomacy practices and theoretically established methods, as well as their alignment with the strategic priorities of the period. Public diplomacy methods—attraction, benefith of

<sup>1</sup> Dr. Tuğba Bamyacıoğlu, Bağımsız Araştırmacı, tugbabamyacioglu@gmail.com, ORCID: 0000-0002-0366-6604

<sup>2</sup> Prof. Dr. Emel Tanyeri Mazıcı, Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, etanyeri@erciyes.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2731-5996

douth, socialization, direct effect, agenda-setting, and framing—were used as the coding scheme. The findings reveal that initiatives were predominantly concentrated in the direct effect category, indicating an emphasis on perceptions through direct engagement with international actors. Attraction emerged as the second most frequent category. The presence of multiple coding across initiatives suggests the adoption of a multidimensional communication strategy. However, the relatively limited number and scope of socialization-based initiatives stands out as a notable finding.

**Keywords:** Public Diplomacy, Soft Power, Directorate of Communications

## GİRİŞ

Devletlerin farklı ülkelerin kamuoylarında farkındalık yaratması, olumlu tutum inşa etmesi ve güçlü bir imaj geliştirmesi; küresel ölçekte itibar kazanmaları ve siyasi çıkarlarını korumaları açısından büyük önem taşımaktadır. Bu konuda güçlü bir işlevi olan kamu diplomasisi, hükümetlerin diğer ülkelerde kamuoyu geliştirme amaçlı girişimlerini içermektedir (Szondi, 2023, s. 124). Kamu diplomasisi faaliyetleri, proaktif bir yaklaşım ve uzun vadeli stratejik planlamalar aracılığıyla ülkelerin imajını ve itibarını güçlendirmekte; böylece söz konusu ülkenin tutum ve politikalarının dış kamuoyları tarafından onaylanmasını, benimsenmesini ve hatta desteklenmesini mümkün kılmaktadır (Özkan, 2014, s. 5).

Ancak kamu diplomasisi çalışmalarının toplumsal etkilerini ölçmek ve faaliyetlere bağlı dönüşümleri ayırt etmek, alanın doğasına özgü bir zorluktur. Bu nedenle kamu diplomasisi faaliyetlerinin ilgili kurumsal organizasyonlar tarafından neden ve nasıl yürütüldüğü yönündeki araştırma türleri, etkiyi tahmin etmek açısından önemlidir (Pamment, 2014, s. 54). Mevcut güncel araştırmalar Türkiye'nin kamu diplomasisi girişimlerinin hangi amaçlarla ve kurumlarla gerçekleştirildiğini ortaya koyulmuş; birçok kamu diplomasisi kurumunun amaç ve girişimleri detaylı biçimde incelenmiştir (Göksu, 2023; Gülal & Durakçay, 2023). Bu araştırmanın farkı, ülkenin kamu diplomasisi girişimlerinin dayandığı teorik temellerin izini sürmektir.

Türkiye Cumhuriyeti özellikle İletişim Başkanlığı Koordinasyonluğundaki paydaşlarıyla kamu diplomasisi konusunda aktif bir varoluş sergilemektedir. Kamu Diplomasisi Daire Başkanlığı'nın yıllık 873.362.844 TL tutarındaki harcaması, kurumun uluslararası alandaki aktif varlığının bir göstergesidir (TC. İletişim Başkanlığı, 2024, s. 53). İletişim Başkanlığı "*bütünlüklü bir iletişim stratejisi ile*

*devletimizin tüm kurumları ile koordineli iletişim çabaları sürdürme” hedefiyle kurulmuştur (TC. İletişim Başkanlığı, 2025).*

İletişim Başkanlığı’nın bu merkezi rolü ve önemi nedeniyle kuruluşundan 2023 yılına kadar gerçekleştirmiş olduğu faaliyetlerin bulunduğu *“Türkiye İletişim Modeli Hakikatin Peşinde 5 yıl”* yayını incelenecek doküman olarak belirlenmiştir (TC. İletişim Başkanlığı, 2023). Bu çalışmanın amacı Türkiye’nin bütün kamu diplomasisi kurum ve faaliyetlerini kapsayıcı biçimde analiz etmekten ziyade, sınırlandırılmış pratiklerinin dayandığı teorik kamu diplomasisi yöntemlerinin izini sürmektir. Böyle bir kavrayış, Türkiye’nin kamu diplomasisi pratiklerinin ardındaki kuramsal temellerin ortaya koyulmasını sağlayacak, böylelikle girişimlerin dengeli ve çeşitli bir teorik zemine sahip olup olmadığı değerlendirilebilecektir. Bu amaç ve gerekçelerle yanıtlanmak istenen araştırma sorusu şöyledir:

İletişim Başkanlığı’nın faaliyetleri, literatürde tanımlı kuramsal kamu diplomasisi yöntemlerini ne sıklıkta içermektedir?

Bu araştırma makalesinde önceden sistematize edilmiş kamu diplomasisi yöntemleri dünyadan ve Türkiye’den güncel örneklerle birlikte tanıtılmaktadır. Girişimler; “kamuoyu oluşturma”, “ilişkisel dinamik yaratma” ve “kamu gündemi” olarak sınıflandırılmış ve her bir maddenin uygulanma yolları örneklerlenirilmiş (Sevin, 2015, ss. 565-566).

## Tablo 1

### Kamu Diplomasisi Yolları

İşlevler	Yollar	Amaçlar
Kamuoyu Oluşturma	Çekicilik İyi Niyet Varsayımı	Toplumun düşünce ve tutumlarını yönlendirme potansiyeline sahip olmak.
İlişki Dinamikleri	Sosyalleşme Doğrudan Etki	Kamuoyunda, uygulayıcı ülke ile hedef ülke arasında ortak anlayışlar geliştirmek, mafaatler üzerinde etkili aktörleri doğrudan hedeflemek.

Kamu Gündemi <sup>3</sup>	Gündem Belirleme Çerçeveleme	Kurulan ilişkiler aracılığıyla yeni rollerin ve sorumlulukların toplumsal düzlemde etkinleştirilmesine olanak tanımak.
---------------------------	------------------------------	--

**Kaynak:** Sevin, 2015, s. 566

## 1. Kamuoyu Oluşturma

Günümüzde kamuoyu oluşturma süreci yalnızca medya aracılığıyla yürütülen bir bilgilendirme faaliyeti değil, aynı zamanda ikna ve anlam inşası stratejilerini de içeren çok katmanlı bir iletişim etkinliğidir. Özellikle kamu diplomasisi bağlamında, devletlerin uluslararası hedef kitlelerde kendi lehine algılar yaratma ve olumlu tutumlar geliştirme çabaları kamuoyu oluşturmaya dayanmaktadır (Melissen, 2005, ss. 6-7). Kamuoyunun söz konusu etkiye açık karakteristiğine yönelik etkileme yolları bulunmaktadır. Bu yollardan cazibeye dayalı etkiler çekicilik (attraction) olarak tanımlanırken, “benefit of the doubt” ise iyi niyet varsayımı olarak ifade edilmektedir.

### 1.1. Çekicilik

Çekicilik, Nye'nin (2008) yumuşak güç kavramıyla ilişkili olan ve bir ülkenin izleyicilerini belli alanlarda pozitif etkilemesine dayanan bir kavramdır. Nye (2023), yumuşak gücün yalnızca halkla ilişkiler ve imaj odaklı gündem yaratma girişimi olmadığını, bunun bir güç olduğu vurgulamaktadır (s. 49). Bir ülkenin çekicilik kaynaklarının büyük ölçüde kültürel unsurlara dayandığı ifade edilmektedir (Nye, 2008, s. 97). Kültürel diplomasi olarak tanımlanan bu çekicilik, ulusların milli menfaatleri için kültürleri aracılığıyla diğer ulusların sempatisini kazanmasının barışçıl bir yöntemi olarak tanımlanmaktadır (Negiz, 2014, s. 2).

Kültürel yollu iletişim olan kültürel diplomasinin uygulayıcı aktörü devlet ve devlet merkezli olmayan şekilde ayrılmaktadır. Devlet merkezli kültürel diplomasi; diplomatların ulusal çıkarları desteklemek amacıyla kültürel akışı yönlendirmesi ve devletlerin kültürel unsurlarını dış politika hedeflerini desteklemek için kullanması olarak tanımlanırken, ulusal çıkarlar ön planda tutulmaktadır (Goff, 2020, s. 35). Özellikle devlet merkezli kültürel diplomasi ürünleri, sanat diplomasisi adıyla anılırken, genellikle resim, müzik, edebiyat gibi yüksek kültürel ürünler aracılığıyla

<sup>3</sup> Sevin'in makalesinde kamu gündemi (*public debates*) olarak anılan bu kavram, medya aracılığına bağlı yöntemleri içerdiğinden bu çalışmada “aracılı kamu diplomasisi” kavramı olarak ifade edilmiştir.

çekicilik hedeflenmektedir (Brown, 2020, s. 79). Kültürün, estetik cazibe yoluyla haz veren keyfi doğası, bu çekiciliği açıklamaktadır. Kültürel diplomasinin sağladığı çekicilik, gergin ilişkilere sahip ülkeler arasında yakınlaşma sağlamak için hem esnek hem de evrensel bir rol üstlenmektedir.

## 1.2. İyi Niyet Varsayımı

Bu yaklaşımla, hedef kamuoyunun belirli bir ülkenin politikalarına karşı anlayışlı ve olumlu bir tutum geliştirmesi amaçlanmaktadır. Hedef kitle, ülke hakkında kesin bilgiye sahip olmasa dahi o ülkenin iyi niyetli olabileceğini varsaymaya yönlendirilmektedir. Bu yönüyle “çekicilik” kavramıyla benzerlik taşısa da izleyiciyi cazibe yoluyla etkilemekten ziyade ortak ilgi ve çıkar algısı yaratmaya dayanır. Amaç, hedef kitlede zorunlu bir sempati oluşturmak değil; iki ülke arasında iş birliğinin mümkün ve faydalı olabileceğine dair bir iyimserlik geliştirmektir. Uygulayıcı ülke, politik hedeflerini ayrıntılı biçimde aktarmasa bile, kamuoyunda alternatif açıklamaların var olabileceği yönünde bir algı oluşturmayı hedeflemektedir (Sevin, 2015, s. 565).

İyi niyet varsayımı, ulusötesi toplumlarla empati kurulmasına ve benzer yönelimlerin vurgulanmasına dayanır. Bu yönüde örnek olarak, İran lideri Hasan Ruhani'nin ABD kamuoyuna hitaben Washington Post'ta yayımlanan mektubu gösterilmektedir. İran'ın nükleer programı ve ABD ambargoları çerçevesinde süren gerginlik ortamında yayımlanan bu mektup, ABD kamuoyunda hakim olan olumsuz algılara alternatif bir bakış sunmuştur (Mogensen, 2024, s. 11). Benzer şekilde, 2000'li yılların başında ABD'nin Çin için kullandığı “sorumlu paydaş” ifadesi ile Çin'in uluslararası sistem içinde sorumluluk üstlenen ve kurallara uyan bir aktör olarak konumlandırılması amaçlanmıştır. Bu söylemle Çin'in rakip ya da tehdit olarak görülmesinden, sistem içinde tutularak davranışlarının yönlendirilmesinin hedeflendiği ifade edilmiştir (Zhang, 2007, s. 35). Bu örnekler, retorik toplumlar iyi niyet varsayımı oluşturma sürecinde önemli bir rol oynadığını göstermektedir. Ülkelerin uluslararası alanda istenen algıyı yaratmak ve uzlaşma sağlamak için başvurduğu retorik, kamu diplomasisinde söylem inşasının temel araçlarından biridir (Tanyeri, 2015, ss. 180-181).

## 2. İlişkisel Dinamik Oluşturma

Kamu diplomasisinin hedefleri söz konusu olduğunda, özellikle akademik literatürde, kendini tanıtmaya hedeflerinden ilişki kurma hedeflerine doğru net bir paradigma değişikliğine dikkat çekilmektedir (Szondi, 2023, s. 137). Toplumlar veya hükümetler arası ilişki potansiyeli barındıran girişimler, bu yönüyle kamuoyunu etkilemeyi önceleyen yöntemlerden ayrılmakta ve ilişkisel dinamik oluşturma girişimleri olarak adlandırılmaktadır (Sevin, 2015, s. 564). İlişkisel dinamikler ise simetrik iletişimin doğasına özgü unsurlarla geliştirilebilmektedir. Entman'ın (2008) da belirttiği gibi örgütsel hedeflere ulaşmada en iyi yöntem, tek taraflı açıklamalar yerine, hedef kitleyle karşılıklı diyalog kurarak onların bakış açılarını anlamaktır (s. 100). Kişilerarası iletişim ise simetrik iletişimin en belirgin karakteristiği olan, karşılıklı değişim potansiyelinin açığa çıkabileceği bir iletişim ortamıdır.

### 2.1. Sosyalleşme

Sosyalleşme yöntemi, hedef ülke ile uygulayıcı ülkeyi yakınlaştıran ve karşılıklı etkileşimi artıran girişimlerdir. Bu yaklaşımın kurumsal bir örneği olarak Birleşik Krallık ile diğer ülkelerin halkları arasında güven oluşturmayı amaçlayan İngiliz Konseyi gösterilebilir; Konsey, hükümetler, üniversiteler ve sivil aktörler arasında iş birliği ve değişim fırsatları sunmakta, genç liderler ve dezavantajlı gruplara yönelik programlarla gençlerin yerel ve uluslararası düzeyde temsiline katkı sağlamaktadır (British Council, 2024, s. 21). Benzer şekilde, 2005 yılındaki karikatür krizi sonrası imajı zedelenen Danimarka, "akıllı güç" stratejisi kapsamında Innovation Centre Denmark (ICD)'yi kurarak, üniversiteler arası iş birlikleri ile bir başka deyişle sosyalleşmenin bir strateji olarak kullanıldığı, teknoloji ve sürdürülebilirlik projeleri geliştirmiştir (Mogensen, 2014, s. 2).

Sosyalleşmeye dayalı ilişkisel dinamiklerin bir diğer alanı ise öğrenci ve akademisyen değişim programlarıdır. Türkiye'de Yükseköğretim Kurulu tarafından Avrupa ve ABD üniversiteleriyle değişim programları yürütülmekte; 2012 yılında başlatılan Türkiye Bursları programı ile özellikle Balkanlar, Orta Doğu, Kafkasya, Orta Asya ve Afrika'dan gelen öğrencilere destek sağlanmaktadır. Bu programlar aracılığıyla, öğrencilerin ülkelerine döndüklerinde Türkiye ile kalıcı ilişkiler kurmaları

ve küresel ölçekte bir mezunlar ağı oluşturulması hedeflenmektedir (Çevik, 2020, s. 355).

## 2.2. Doğrudan Etki

Doğrudan etki yönteminde hedef kitle, geniş halk kesimleri değil; doğrudan politika yapıcılar ve karar alma süreçlerinde etkili elit gruplardır. Bu yaklaşım, toplumun belirli kesimlerini spesifik biçimde bilgilendirmeyi ve etkilemeyi amaçlar. Doğrudan etki, elitler, politika yapıcılar ya da onlar üzerinde etkisi bulunan aktörlere yönelik girişimleri kapsamaktadır (Sevin, 2014, s. 565). “İki aşamalı etki” olarak da adlandırılan bu yöntem, klasik propaganda yerine dolaylı ve sürdürülebilir bir etki mekanizmasına dayanır. Böylece ülkeler açısından kısa vadeli yönlendirmelerden ziyade uzun vadeli ve kalıcı sonuçlar elde edilmesi hedeflenmektedir.

Bu yönetime örnek olarak Amerikan-İsrail Halkla İlişkiler Komitesi (AIPAC) gösterilebilir. AIPAC, ABD Kongresi ve Beyaz Saray nezdinde yürüttüğü lobi faaliyetleri ve karar alıcılarla kurduğu doğrudan temaslar aracılığıyla İsrail’e yönelik askeri ve ekonomik desteğin sürdürülmesini hedeflemektedir (Özgür, 2016, ss. 137-139). Benzer biçimde Çin, Afrika ülkeleriyle gerçekleştirdiği zirveler, doğrudan diplomatik temaslar ve altyapı yatırımları yoluyla ilişkilerini derinleştirmekte; bu stratejiyle siyasi destek sağlamayı ve Birleşmiş Milletler’de Çin politikalarını destekleyen ülkelerin sayısını artırmayı amaçlamaktadır (d’Hooghe, 2015, ss. 206-219).

## 3. Aracılı Kamu Diplomasisi

Bir ulusun yumuşak gücünü aktarmaya hizmet eden ve sosyalleşme boyutu taşıyan kültürel değişimlere toplumun büyük bir kesimi erişememekte, bu türden bir etkileşim yoluyla yabancı bir hükümetle doğrudan ilişki kuramamaktadır (Golan & Yang, 2020, s. 418). Bu nedenle devletler daha büyük kitlelere erişmek için bilgi iletişim teknolojilerine ve uluslararası yayıncılığa yönelmektedir (Arceneaux & Powers, 2020, s. 50). Aracılı kamu diplomasisi; bir ülkenin sınırları ötesindeki kitlelerden, kendi politikalarına yönelik destek sağlamak için kısa vadeli ve spesifik amaçlar doğrultusunda gerçekleştirilen medya ve internet iletişimi olarak tanımlanmaktadır (Entman, 2008, s. 88). Hükümetler, ülkelerinin imaj ve itibarını

geliştirmek, spesifik konulara yönelik tutumunu duyurmak, iç ve dış kamuoyuna mesajlar iletmek için kitle iletişim araçlarını stratejik olarak kullanmaktadır. Bu süreçte medya, yalnızca bir araç değil, ülkelerin uluslararası kamuoyunda arzu ettikleri doğrultuda yer almaları için bir rekabet unsuru olarak da karşımıza çıkmaktadır (Sheafer & Gabay, 2007).

Aracılı kamu diplomasisi, siyasi aktörlerinin uluslararası arenada kitle iletişim araçlarını ve medya kullanımlarını kapsarken, medya da ülkelerin kendi bakış açılarını öne çıkarmak için politik aktörlerin mesajlarını şekillendiren ve çerçevlendiren roller üstlenmektedir (Albishri vd., 2019, s. 2; Sheafer & Gabay, 2007).

### 3.1. Gündem Belirleme

Gündem belirleme kuramı (McCombs & Shaw, 1972) kaynağını geleneksel haber medyasından alsa da günümüzün yeni medya teknolojileri sayesinde, varlığını geniş bir alanda gözlemlemek mümkündür. Kitle iletişim kuramları arasında yer alan gündem belirleme kuramı, kamuoyunun neyi önemli görmesi gerektiğini medyanın yönlendirici gücü üzerinden şekillendirmeyi ve ikna ya da rıza üretimi için gündemi amaç doğrultusunda yönlendirmeyi ifade etmektedir. Bu kuramda medya tarafından ele alınan konuların halk için de önemli bir gündem olacağı varsayılmaktadır (Gilboa, 2008, s. 64). Gündem belirleme ve kamu diplomasisi, uluslararası iletişimde birbirini tamamlayan stratejilerdir. Medya ve iletişim araçları sayesinde ülkeler, dünya kamuoyunu belirli bir konuya odaklayarak algı yönetimi yapabilirler. Bu süreç, uluslararası politikada ülkelerin etkisini artırmak için kritik bir rol oynar. Gündem belirlemenin işlevleri; yabancı kamuoyu ve elitlerin görüşlerini etkilemek, hedef ülkenin dış politikasını yönlendirmek, yabancı halkları belirli konular hakkında bilgilendirerek yönlendirmek ve uluslararası imajı iyileştirmek şeklinde özetlenebilir (Sheafer & Gabay, 2007). Kamu diplomasisinde gündem belirlemenin önemi, profesyonel halkla ilişkiler firmalarıyla çalışarak medyada görünürlüklerini artıran ülkelerin imajlarında belirgin iyileşmeler yaşandığını ortaya koyan bir araştırmada görülmektedir (Manheim & Albritton, 1984, s. 654).

### 3.2. Çerçeveleme

Çerçeveleme kuramı, bir olay ya da duruma ilişkin belirli çıkarımların oluşmasını sağlamak amacıyla medya içeriklerinin seçili yönlerinin öne çıkarılmasıdır. Bu yaklaşım, ülkelerin kamu diplomasisi süreçlerinde krizleri, savaşları ve politikaları meşrulaştırmak için başvurdukları güçlü bir araçtır. Özellikle yabancı kamuoyunun hükümetleri ve politikaları nasıl algılaması gerektiğini şekillendirmede belirleyici olan çerçeveleme, temelde siyasal nitelikli bir medya yaklaşımıdır. Medya, bu bağlamda siyasi elitlerin elinde bulunan etkili bir güçtür (Chernobrov, 2022, s. 281) ve bu çerçeveler de kamuoyu oluşumunda etkili olmaktadır (Entman, 1993, s. 57). Hükümetlerin kendi politikalarına ilişkin medya çerçevelerini kontrol edememesi ve bu kontrolün yabancı medyaya geçmesi hükümetler açısından bir dezavantajdır (Entman, 2008, s. 90). Bu nedenle çerçeveleme, hükümetlerin bilinçli biçimde başvurduğu bir yöntem olarak dört temel işlevle kullanılmakta; bunlar sorun tanımı, nedensel yorumlama, ahlaki değerlendirme ve çözüm önerisi sunma işlevleri olarak ifade edilmektedir (Entman, 1993, s. 52). Uluslararası kamuoyu bağlamında ise hükümetler, özellikle küresel medya üzerinden kendi politikalarını destekleyecek çerçeveler üretme ve yaygınlaştırma girişimlerinde bulunmaktadır. Bu süreçte çerçeveleme stratejileri; yabancı kamuoyuna doğrudan mesaj iletme, dezenformasyon ve propaganda işlevleri de içerebilmektedir (Knüpfer & Entman, 2018, s. 483).

### 4. Yöntem

Bu araştırmada doküman incelemesi, içerik analiziyle yapılmıştır. Doküman incelemesi, “araştırma verilerinin birincil kaynağı olarak çeşitli dokümanların toplanması, gözden geçirilmesi, sorgulanması ve analizi olarak tanımlanabilen bilimsel bir araştırma yöntemi” dir (Sak vd., 2021, s. 228). Doküman incelemelerinin sıklığının ve kullanım alanlarının arttığı bildirilmektedir (Merriam & Tisdell, 2016, s. 161). Dokümanların, nitel araştırmalarda birincil veri kaynağı olarak kabul edildiği ve araştırmacılardan bağımsız biçimde üretilmiş belgelerin değerlendirilmesine imkan tanıdığı belirtilmektedir (Merriam & Tisdell, 2016, s. xiii). Sak vd. (2021)’ne göre dokümanlar, bir araştırmanın veri seti olduklarında bu verilerin analizinde genellikle içerik analizi gerekmektedir (s. 236). İçerik analizi ise; örneklem seçme, kategorileştirme ve kodlama aşamalarından oluşmaktadır (Brayman, 2012, ss. 289-

303). Analiz aşamasında araştırmacılar kategorileri kendi geliştirebileceği gibi önceden geliştirilmiş kuramları da içerik kategorileri olarak kullanabilir (Sak vd., 2021, s. 236). Bu araştırmada Sevin (2015)'in kamu diplomasisi yöntemlerini sınıflandırmak için önerdiği “6 kamu diplomasisi yolu” (ss. 565-566) içerik kategorileri olarak kullanılmıştır.

Bu çalışmanın amacı Türkiye'nin bütün kamu diplomasisi kurum ve faaliyetlerini kapsayıcı biçimde analiz etmek değil, sınırlandırılmış bir dönemdeki faaliyetlerinin arka planındaki teorik dayanakları ortaya koymaktır. İletişim Başkanlığı'nın 2018 yılında merkezi bir kurum olarak organize olması, ilk dönemdeki faaliyetlerinin teorik bir zeminde değerlendirilmesini önemli kılmaktadır. Bu nedenle İletişim Başkanlığı'nın kurulundan 2023 yılına kadar yapmış olduğu girişimleri içeren, “Türkiye İletişim Modeli Hakikatin Peşinde 5 yıl” isimli yayın (TC. İletişim Başkanlığı, 2023) incelenecek doküman olarak belirlenmiştir. Ek olarak devletin iletişim stratejisinin, “hakikat” kavramı üzerinden yeniden tanımlandığı bir döneme işaret ettiği için de incelenecek doküman olarak belirlenmiştir.

Bu gerekçelerden hareketle, İletişim Başkanlığı'nın faaliyetlerinin, literatürde tanımlı hangi kuramsal kamu diplomasisi yöntemlerini ne sıklıkta içerdiğine yönelik araştırma sorusuna yanıt aranmıştır. İncelenen doküman araştırmacılar tarafından farklı zamanlarda ve tekraren okunarak kodlanmıştır. Veriler seçilirken diplomatik ilişkiler ve doğrudan iç kamuoyunu hedefleyen girişimler dahil edilmeyerek, 112 girişim veri seti olarak belirlenmiştir. Girişimlerin birden fazla kamu diplomasisi yöntemini aynı anda içerebileceği varsayımıyla çoklu kodlamaya izin verilmiştir.

Kodlama süreci, kamu diplomasisi literatüründe tanımlanan yöntemlere dayalı olarak tündengimsel bir yaklaşımla yürütülmüştür. Girişimler, makalenin kuramsal çerçevesinde tanımlanan ve örneklendirilen kamu diplomasisi yöntemleri doğrultusunda, her bir girişimin özünde yer alan teorik temele göre kodlanmıştır. Analiz öncesinde çekicilik, iyi niyet varsayımı, sosyalleşme, doğrudan etki, gündem belirleme ve çerçeveleme yöntemlerini kapsayan bir kod kitabı oluşturulmuş; her bir kategori için tanım, kapsam ve ayırt edici ölçütler belirlenmiştir. Bu ölçütler, bulguların sunumunda birer kodlama gerekçesi olarak belirtilmektedir. Dokümanlar

araştırmacılar tarafından farklı zamanlarda ve bağımsız biçimde okunarak kodlanmış; kodlamalar arasındaki tutarlılık karşılaştırmalı olarak değerlendirilmiştir.

#### 4.1. Bulgular

Bazı girişimler birden fazla kamu diplomasisi yöntemiyle ilişkili olduğu için çoklu kodlama yaklaşımıyla kategorize edilmiştir. Buna göre 46 doğrudan etki, 36 çekicilik, 23 çerçeveleme, 22 gündem belirleme, 16 iyi niyet varsayımı, 10 sosyalleşme yoluyla gerçekleştirilmiş kamu diplomasisi girişimi tespit edilmiştir (Bkz. Ek.1).

##### 4.1.1. Çekicilik Bulguları

Çekicilik kuramıyla örtüşen girişimlerin bir kısmı, kültür, sanat ve gastronomi üzerinde yoğunlaşan kültürel diplomasi girişimleridir. Bu tür faaliyetlerle, Türkiye'nin kültürel mirasını ve sanatsal değerlerini sergileyerek, ülkenin uluslararası alandaki çekiciliğinin artırılması hedeflenmektedir. Örneğin, Antalya Diplomasi Forumunda gerçekleştirilmiş olan "Nakkaş Osman Surnâme-i Hümayun Dijital Minyatür Sergisi" ve "Ara Güler Dijital Fotoğraf Sergisi" (TC. İletişim Başkanlığı, 2023, ss. 113-117) uluslararası izleyici kitlesine sahip, kültür ve sanatın estetik doğasıyla çekicilik hedeflenen girişimlerdir.

Türk mutfağını tanıtmaya yönelik kitap girişimi ise (TC. İletişim Başkanlığı, 2023, s. 91) uluslararası izleyici kitlesine sahip olmasa da Türk mutfağının uluslararası tanıtımının planlandığı, çekicilik artırmaya yönelik bir girişim olması nedeniyle veri kümesine eklenmiştir. Bu girişimle gastronominin ülke çekiciliği üzerindeki etkisinin kavrandığı anlaşılmakta fakat konuyla ilgili uluslararası izleyici kitlesine erişen pratik uygulamalar eksik görülmektedir. Ülke mutfakları, ulus markası inşa sürecinde, yalnızca kültürel bir aktarım aracı değil, aynı zamanda ulus markası inşasında da duygusal bir etki potansiyeline sahiptir. Ülke mutfaklarının ülke imajı inşasında stratejik bir araç olarak ne denli geniş kapsamlı yer alabileceği (Bamyacıoğlu & Buhmann, 2023) göz önünde bulundurulmalıdır.

Belirlenen veriler arasındaki Türk Dizileri Çalıştayı, doğrudan uluslararası izleyici kitlesine hedefleyen bir girişim olmamakla birlikte, kamuoyunda Türkiye'nin başarılı temsillerinin Türk dizileri aracılığıyla yansıtılmasını hedefleyen bir çalıştay

olduğu için çekicilik kategorisi altında kodlanmıştır (TC. İletişim Başkanlığı, 2023, s. 88). Türk dizileri kamu diplomasisinde birçok kültürel kodun yer aldığı önemli bir yumuşak güç unsurudur. Bu konuda yapılmış çalışmalar Türk dizilerinin uluslararası izleyici kamuoyunda geniş bir izleyici kitlesi bulunduğunu (Vatanartıran, 2020, s. 143) ve özellikle Ortadoğu ülkelerinin bu kültürel içeriklerden etkilendiğini ortaya koymuştur (Çevik, 2014, ss. 97-100).

Uluslararası arenada Türkiye tanıtım projeleri de (TC. İletişim Başkanlığı, 2023, ss. 133-140) bir usulün çekici yanlarını vurgulama girişimleri olmaları nedeniyle “çekicilik” kategorisi altında sınıflandırılmıştır. Bu projelerle Türkiye markasını duyurmak, ülkenin sempatik ve çekici imajını öne çıkarmak hedeflenmektedir. Bir uluslararası markalama girişimi olan “Çin’de gerçek Türkiye Portalı” girişimi ise hem çekicilik hem sosyalleşme stratejisinin izlendiği girişimlerdir. Türkiye’nin kültürel, ekonomik ve turizm çekiciliklerinin tanıtılmasının hedeflendiği bir proje olması nedeniyle çekicilik, Çin halkıyla etkileşim içeren unsurlar barındırması nedeniyle de sosyalleşme kategorisi altında kodlanmıştır.

Diğer yandan Kovid-19 dönemine yönelik çalışmalar, çekiciliğin yalnızca ülkelerin kültürel varlıklarıyla değil; teknoloji, sağlık ve kriz yönetimi becerileriyle de elde edilebileceğine yönelik bir perspektif benimsendiğini göstermektedir (TC. İletişim Başkanlığı, 2023, ss. 102-103,170-174). Video, infografik ve kamu spotları aracılığıyla Türkiye’nin sağlık altyapısının gücü, kriz yönetimi kapasitesi ve yardımsever yaklaşımı ön plana çıkarılmıştır.

#### **4.1.2. İyi Niyet Varsayımı Oluşturmaya Yönelik Bulgular**

İyi niyet varsayımının saptandığı girişimlerin, özellikle dezenformasyon ve karapropagandayla mücadeleyle yönelik olduğu görülmüştür. Örneğin Ermeni meselesi hakkında çekilmiş belgesel ve webinar girişimleriyle (TC. İletişim Başkanlığı, 2023, ss. 96-99,100,101) dezenformasyon ve kara propagandaya karşı proaktif bir misyon benimsendiği görülmektedir. Özellikle Ermeni meselesi ve dezenformasyonla ilgili gerçekleştirilmiş olan girişimler, devletin iletişim stratejisinin, “hakikat” kavramı üzerinden yeniden tanımlandığı vizyonun somut örnekleridir. Bu girişimler incelendiğinde Ermeni meselesi konusunda Türkiye’ye isnat edilen

suçlamalardan farklı senaryoların mümkün olabileceği yönünde alternatif görüşler belgelerle birlikte ortaya koyulmuştur. Ayrıca bu girişimlerin tarihi ve hukuki gerçekler temelinde çerçevelendirilmiş girişimler olarak da yapılandırıldığı görülmekte ve bu yönüyle çerçeveleme bulguları altında açıklanmaktadır.

Terörle mücadele gerekçelerinin ve çabalarının anlatıldığı panel, yayın ve bilgilendirme çalışmalarıyla (TC. İletişim Başkanlığı, 2023, ss. 121-128) ülkenin güvenlik politikalarına yönelik uluslararası kamuoyunda empati oluşturarak, eylemlerin haklılığına yönelik bir anlayış hedeflendiği ileri sürülebilir.

Hükümetlerin çerçevelendirmeleri ve gündemleri uluslararası medyanın yaklaşımından bağımsız olabilir. Ek olarak alıcı kitlenin kültürel ve tarihsel geçmişi de mesajların nasıl algılanacağı konusunda önemlidir. O nedenle, iyi niyet varsayımı kamu diplomasisi yönteminin ülkeler için faydası, bir başka yaklaşım veya gerçekliğin de olabileceğine dair yeni anlatılar, esnek bakış açıları sunmasındadır.

#### 4.1.3. Sosyalleşme İçeren Bulgular

Yurt dışında organize edilen panel, şenlik ve festivaller Türkiye ile uluslararası hedef kitle arasında ilişki dinamikler inşa etme amacı taşımaktadır. Örneğin bu kategori altında kodlanmış ve Çin’de gerçekleştirilmiş olan Türkiye Portalı, Türkiye’nin Çin halkına tanıtımının yapıldığı, iki ülke arasındaki sosyalleşme amaçlanan bir projedir. Sosyalleşme amacı taşıyan bu girişimlerin yalnızca siyasi elitler veya diplomatik aktörlerle sınırlanmama çabası güttüğü görülmektedir. Bu girişimle geniş bir izleyici kitlesi hedeflemiş ve Çin’de benimsenmiş medya araçlarında yer almak yönünde stratejiler içermektedir (TC. İletişim Başkanlığı, 2023, ss. 45-46). Bu nedenle yalnızca bir çekicilik değil sosyalleşme kuramı üzerinde temellendirmiş önemli bir girişimdir.

Türk ve Suriyeli topluluklar arasında kültürel etkileşimi artırmayı ve küresel kamuoyunda mültecilere yönelik farkındalık oluşturmayı amaçlayan bu faaliyetler, sosyalleşme kuramı ekseninde değerlendirildiğinde, bireylerin ve grupların karşılıklı etkileşim yoluyla norm, değer ve anlam dünyalarını yeniden inşa ettikleri çok katmanlı mekanlar olarak ortaya çıkmaktadır. Otuz ülkenin katılımıyla gerçekleştirilen “Uluslararası Göç Filmleri Festivali” ile “Doğum Yeri Mülteci Kampı” Fotoğraf

Sergisi, mültecilerin ev sahibi toplumla ikincil sosyalleşme süreçlerine dahil olmasını sağlarken, otuz ülkenin katılımıyla gerçekleşmiş olması uluslararası düzeyde mültecilik deneyimine ilişkin algıları geliştirme potansiyeli taşımaktadır.

#### 4.1.4. Doğrudan Etki Girişimlerine Yönelik Bulgular

Kamu diplomasisinin doğrudan etki yolu bu araştırmada en yüksek sıklığı (46) almış girişimdir. Öne çıkan direkt etki girişimleri arasında islamofobi karşıtı girişimler dikkat çekmektedir. Berlin, Londra ve Paris'te gerçekleştirilen "Avrupa'da Aşırı Sağ Akımlarla Mücadele ve İslamofobi Panelleri" ilgili kamuoyu temsilcileri ve önderleri aracılığıyla İslam karşıtı anlayışları pozitif yönde değiştirmek amaçlanmaktadır.

Bazı doğrudan etki girişimleri ise spesifik konular etrafında gerçekleştirilmiştir. Örneğin Balkanlar'da barış ve istikrarı korumak, kalkınmayı desteklemek için gerçekleştirilmiş panel, ortak çıkarlar adına, bölgedeki karar mekanizmaları üzerinde doğrudan etkinin hedeflendiği girişimlerdir. Benzer şekilde BAE ve Afrika ile gerçekleştirilmiş paneller de ülkelerin ilişkilerini desteklemek ve bölgesel çıkarları korumak adına hedef ülkelerdeki kanaat önderlerini ve politika yapıcılarını bilgilendirip etkileme amacı taşıması nedeniyle doğrudan etki yöntemine içkin girişimler olarak nitelendirilmiştir.

Türkiye, güvenlik çıkarlarını korumak amacıyla bu konuda etkili küresel bir organizasyon olan NATO'yu etkileme girişimlerinde bulunmuştur (TC. İletişim Başkanlığı, 2023, ss. 74-82). Bu girişimlerin, örgütün işlerliğini ve faydasını Türkiye lehine artırmayı ve karar alıcılarda anlayış oluşturmaya amaçladığı anlaşılmaktadır. Özetle, Türkiye'nin NATO'daki rolünü, katkılarını ve beklentilerini anlatan panel ve yayınlar, müttefik ülkeler nezdinde Türkiye'nin konumuna yönelik anlayış geliştirmeye dayandığından, kuramsal açıdan kamu diplomasisinin doğrudan etki stratejisine sıkı sıkıya bağlı girişimlerdir.

#### 4.1.5. Gündem Belirleme Bulguları

İncelenen girişimlerde özellikle kriz iletişimiyle ilgili Türkiye'nin gerek bölgesel gerek küresel krizlerde gündem belirleme ve çerçeveleme yöntemlerine içkin girişimlerde bulunduğu görülmektedir. "Seninleyiz Türkiye" (We stand with Türkiye) kampanyası (TC. İletişim Başkanlığı, 2023, s. 194) ile bir taraftan kamuoyu

bilgilendirilirken öte yandan gündem belirleme amacının güdüldüğü ileri sürülebilir. 6 Şubat 2023 Kahramanmaraş merkezli depremlerden sonra 18 ülkede başlatılan bu kampanyayla, küresel gündemde yer almanın ve dayanışmanın amaçlandığı görülmektedir.

Yabancı medyada yer alan makalelerde de Türkiye'nin dış politikasına yönelik söylem üretimi ve gündem belirleme amacı tespit edilmiştir (TC. İletişim Başkanlığı, 2023, ss. 129-133). Bu makaleler, ilgili kamuoyunda ve karar alıcılar üzerinde etki potansiyeline sahip olması nedeniyle aynı zamanda doğrudan etki kategorisi altında da yer almaktadır.

Gündem belirleme stratejisine dayanan girişimlerden bazıları ise göç ve mülteci krizi kapsamındaki çalışmalardır. Bu girişimlerle (TC. İletişim Başkanlığı, 2023, ss. 106-108,207) Türkiye'nin mülteci krizinden en fazla etkilenen ülkelerden biri olarak göç konusunu uluslararası gündemde tutmayı amaçlandığı anlaşılmaktadır. “Türkiye ve AB için ortak sınav” gibi söylemler ile konunun uluslararası düzeyde iş birliği gerektiren bir çerçevede algılanması amaçlanmaktadır.

#### 4.1.6. Çerçeveleme Girişimlerine Yönelik Bulgular

Ermeni meselesi ile ilgili girişimlerden bazıları hem iyi niyet varsayımı hem de çerçeveleme kategorileri altında kodlanmıştır. Bu girişimler, alternatif gerçekliklerin mümkün olabileceğini varsaymakla kalmayıp, tarihsel gerçekliklerin belirli bir yönünü öne çıkararak meseleyi belirli bir çerçeveden sundukları için çerçeveleme kategorisine dahil edilmiştir. Bu girişimler; Şehit Diplomatlar Sergisi, Ermeni Meselesi ile İlgili Dokümanların Sunulduğu Panel, Tarihte Ermeni İsyancıları isimli girişimlerdir (TC. İletişim Başkanlığı, 2023, ss. 96,99-101). Bu faaliyetlerde Türklerin de kayıpları ve karşılaştığı zorluklara yönelik anlatıların sunulması, Ermeni meselesinin yalnızca Ermeni halkının kayıplarından ibaret bir tarihi olay olmadığı yönünde mesajlar vermektedir. Dolayısıyla bu girişimlerin kuramsal açıdan çerçeveleme stratejisine dayandığı anlaşılmaktadır.

Ek olarak, Karabağ'ın Ermenistan tarafından haksız işgalinin dünya kamuoyunda görünürlük ve bilinirliğinin artırılması hedeflenmiştir. Bu girişimler (TC. İletişim Başkanlığı, 2023, ss. 100,110-112,209-214) yalnızca konunun uluslararası

gündemde tutulmasını amaçlayan faaliyetler olarak değil; aynı zamanda düzenlenen bilimsel toplantılar ve paneller aracılığıyla işgalin hukuka aykırı ve haksız olduğu yönünde algı oluşturmaya hedefleyen çerçeveleme girişimleri olarak kodlanmıştır.

İncelenen dokümanda, Türkiye'nin DEAŞ'la Mücadelesi Bilgilendirme Videosu ve Uluslararası İdlil Konferansı (TC. İletişim Başkanlığı, 2023, ss. 297-298) hem ulusal hem de uluslararası izleyici kitlesine yönelik olması nedeniyle kodlamaya dahil edilmiştir. Girişimlerin detayları incelendiğinde ülke çıkarları ve güvenliği perspektifinden operasyonların gerekçelerinin ve amaçlarının açıklandığı anlaşılmakta ve bu yönüyle çerçeveleme stratejisiyle örtüşmektedir.

Rusya- Ukrayna Savaşıyla ilgili bazı girişimlerde çerçeveleme yöntemine karşılık gelmektedir (TC. İletişim Başkanlığı, 2023, s. 153,177). Bu faaliyetlerle Türkiye, Rusya-Ukrayna Savaşı sadece iki ülke arasındaki askeri bir çatışma olarak değil, küresel ölçekte barış, istikrar ve dezenformasyonla mücadele bağlamında ele alınması gereken çok boyutlu bir kriz olarak konumlandırılmaktadır. Bu yönüyle çalışma, olayın algısal çerçevesini şekillendirme ve Türkiye'yi "barışın savunucusu, krizin çözümüne katkı sağlayan aktör" olarak çerçeveleme işlevi görmektedir.

15 Temmuz Darbe Girişimi ve FETÖ Hakkında Faaliyetlerde ise (TC. İletişim Başkanlığı, 2023, ss. 125-127) örgütün küresel bir güvenlik sorunu olarak çeşitli girişimlerle gündeme getirilmesi, gündem belirleme kategorisi altında kodlanmasını sağlamıştır. Ek olarak örgütün uluslararası sisteme yönelik bir tehdit olarak sunulması, örgütün algısal çerçevesini yeniden tanımladığı için çerçeveleme girişimi olarak da kodlanmıştır.

Mültecilere yönelik tepkilere karşı yürütülen kamuoyu oluşturma çabaları, mülteci krizine ilişkin uluslararası algıyı şekillendirmeyi amaçlamaktadır (TC. İletişim Başkanlığı, 2023, s. 206). Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı ve Sahil Güvenlik Komutanlığı iş birliğiyle yürütülen çalışmalar, Yunanistan'ın Ege Denizi'ndeki "geri itme" uygulamalarını insan hakları ihlali olarak çerçevelemiş; Türkiye'yi ise insani değerleri ve uluslararası hukuk ilkelerini savunan bir aktör olarak konumlandırmıştır. Uluslararası medyanın sürece dâhil edilmesi ve bulguların AİHM gibi platformlara taşınması, bu çerçevelemenin etik ve hukuki boyutlarını güçlendirmiştir.

Kovid-19 mücadelesine ilişkin bazı girişimlerde ise Türkiye'nin, pandemi döneminde yalnızca “yardım alan” değil, “yardım eden” bir aktör olarak sunulduğu görülmektedir. “Kovid-19 Sonrası Yeni Dünya Düzeninde Sağlık Diplomasisi” ve “Güvenin Yeniden İnşası” temalı paneller (TC. İletişim Başkanlığı, 2023, ss. 102-103,170-174) ülkenin küresel sistemde yapıcı, dayanışmacı ve reformist bir pozisyonda çerçvelendiğini göstermektedir.

## 5. Tartışma ve Sonuç

Bu çalışmada İletişim Başkanlığı'nın faaliyetleri, literatürde tanımlı hangi kuramsal kamu diplomasisi yöntemlerini içermekte olduğu sorusuna yanıt aranmış, bu amaçla “Türkiye İletişim Modeli hakikatin peşinde 5 yıl” isimli doküman incelenmiştir. Analizde ülkenin küresel ölçekte yürüttüğü girişimlerin hangi kamu diplomasisi yollarıyla gerçekleştirildiği değerlendirilmiştir. Bazı girişimlerin birden fazla kategoriye içkin karakteristikler içermesi, dönemin pratiklerinde çok yönlü bir iletişim stratejisinin benimsendiğini göstermektedir.

Yapılan doküman analizinde en yüksek sıklık “doğrudan etki” kategorisinde görülmüştür. Nitekim bu bulgu, kamu diplomasisi stratejisi belgesinin tanıtım içeriğinde yer alan “kritik aktörlere yatırım” stratejisiyle uyumludur (TC. İletişim Başkanlığı, 2021). Türkiye bu dönemde imajı ve politikaları üzerinde doğrudan etkili olabilecek zümrelerle çok sayıda temas organize etmiştir. Dönemin strateji belgesinde tanımlanan, “geleneksel halkla ilişkiler yerine lobicilik ve kritik aktörlere etki etme” (TC. İletişim Başkanlığı, 2021) hedefleri de doğrudan etki kategorisinin yüksek sıklığını açıklamaktadır.

Özellikle dezenformasyon ve kara propagandayla mücadele konusunda gerçekleştirilmiş proaktif girişimler dikkat çekmektedir. Bu çalışma kapsamında yapılan analizler ve teorik yaklaşımların eşleştirilmesiyle, kamu diplomasisinin savunuculuk yaklaşımının (Cull, 2008) “iyi niyet varsayımı” “çerçeveleme” “doğrudan etki” ve “gündem belirleme” yöntemleriyle proaktif biçimde uygulanabildiği görülmüştür. Özellikle Kovid-19 dönemindeki aktif rol oynayarak krizleri yalnızca risk değil aynı zamanda fırsat olarak değerlendirdiği vizyon dikkat çekmektedir.

Bu doküman analizine göre, öne çıkan en önemli eksik, kamu diplomasisinin sosyalleşme girişimleri ve bu yöntemin uygulandığı girişimlerde görülen hedef kitle sınırlılığıdır. Hedef kitlesi toplumun her kesimi olan etkinliklerin, ev sahibi ülke için ekonomik, sosyo-kültürel ve teknolojik birçok varlığını sergileme imkanını ve buna bağlı kazanımlar sunduğu görülmektedir (Kim & Morrison, 2005, s. 241; Kim vd., 2019, ss. 158-159). Bu nedenle kamu diplomasisinin sosyalleşme içeren uygulamalarının, uluslararası ölçekte geniş izleyici kitleler hedefleyerek geliştirilmesi önerilmektedir.

İletişim Başkanlığı'nın 2018 yılında merkezi bir kamu diplomasisi aktörü olarak yeniden yapılandırılması, kuruluşunun ilk döneminde gerçekleştirilen faaliyetlerin teorik bir çerçevede incelenmesini anlamlı kılmakla birlikte, bu yaklaşımın bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Bu doğrultuda çalışmada, kurumun ilk beş yıllık girişimlerini kapsayan tek bir rapor örnekleme dahil edilmiştir. Bu tercih, araştırmanın derinlemesine ve analitik bir yaklaşımla yürütülmesini sağlamak amacıyla yapılmıştır. Söz konusu rapor, ilgili dönemin kamu diplomasisi anlayışını, kurumsal önceliklerini ve söylemsel yönelimlerini bütüncül biçimde yansıtması nedeniyle temsil edici bir nitelik taşımaktadır. Ancak bu yaklaşım, söz konusu girişimlerin izleyici kitle üzerindeki hedeflenen etkiyi ortaya koymamaktadır. Bu tür bir sonuca ulaşabilmek için, gelecek araştırmalarda izleyici kitleye yönelik algı araştırmalarının yapılması gerekmektedir.

## KAYNAKÇA

- Albishri, O., Tarasevich, S., Proverbs, P., Kioussis, S. K., & Alahmari, A. (2019). Mediated public diplomacy in the digital age: Exploring the Saudi and the U.S. governments' agenda-building during Trump's visit to the Middle East. *Public Relations Review*, 45(4). <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2019.101820>
- Arceneaux, P., & Powers, S. (2020). International Broadcasting Public Diplomacy as a Game in Marketplace of Loyalties. İçinde S. Nancy & N. J. Cull (Ed.), *Routledge Handbook of Public Diplomacy* (2. bs). Routledge.
- Bamyacıoğlu, T., & Buhmann, A. (2023). Country of origin effects on service evaluation: The case of domestic and ethnic restaurants. İçinde Khalid I. Al-Sulaiti & Ibrahim K. Al-Sulaiti (Ed.), *Country of origin effects on service evaluation* (ss. 71-94). Qatar University Press. <https://www.kisa.link/CYeBV>
- Brayman, A. (2012). *Social research methods* (4. bs). Oxford University Press.
- British Council. (2024). *British Council corporate plan 2024–25*. [https://www.britishcouncil.org/sites/default/files/british\\_council\\_corporate\\_plan\\_2024-25.pdf#page=6.45](https://www.britishcouncil.org/sites/default/files/british_council_corporate_plan_2024-25.pdf#page=6.45)

- Brown, J. (2020). Arts diplomacy: The neglected aspect of cultural diplomacy. İçinde N. Snow & N. J. Cull (Ed.), *Routledge Handbook of Public Diplomacy* (2. bs, ss. 79-81). Routledge Handbook of Public Diplomacy.
- Chernobrov, D. (2022). Strategic humour: Public diplomacy and comic framing of foreign policy issues. *British Journal of Politics and International Relations*, 24(2), 277-296. <https://doi.org/10.1177/136914812111023958>
- Cull, N. J. (2008). Public diplomacy: Taxonomies and histories. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 31-54. <https://doi.org/10.1177/0002716207311952>
- Çevik, S. B. (2014). Turkish soap opera diplomacy: A western projection by a Muslim source. *The Journal of Public Diplomacy*, 5(1), 78-103. <https://surface.syr.edu/exchange/vol5/iss1/6>
- Çevik, S. B. (2020). Turkey's public diplomacy in flux from proactive to reactive communication. İçinde N. Snow & C. Nicholas J. (Ed.), *Routledge Handbook of Public Diplomacy* (2. bs, ss. 350-359). Rotledge.
- d'Hooghe, I. (2015). *China's public diplomacy*. Brill Nijhoff.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Entman, R. M. (2008). Theorizing mediated public diplomacy: The U.S. case. *International Journal of Press/Politics*, 13(2), 87-102. <https://doi.org/10.1177/1940161208314657>
- Gilboa, E. (2008). Searching for a theory of public diplomacy. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 55-77. <https://doi.org/10.1177/0002716207312142>
- Goff, P. (2020). Cultural diplomacy. İçinde N. Snow & N. J. Cull (Ed.), *Routledge Handbook of Public Diplomacy* (2. bs, ss. 77-78). Routledge.
- Golan, G. J., & Yang, S.-U. (2020). An Integrated approach to public diplomacy. İçinde G. J. Golan, S.-U. Yang, & D. F. Kinsey (Ed.), *International Public Relations and Public Diplomacy Communication and Engagement*. Peter Lang Publishing.
- Göksu, O. (2023). 21. Yüzyılda Türkiye'nin kamu diplomasisi ve yumuşak gücü: yapısı, araçları ve mesajları. *Erciyes İletişim Dergisi*, 10(2), 845-870. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.1273435>
- Gülal, A. G. G., & Durakçay, F. A. (2023). Türkiye Cumhuriyeti'nin yüzüncü yılında kamu diplomasisi ve iletişim stratejisi. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, (Special Issue), 519-544. <https://doi.org/10.21547/jss.1357417>
- Kim, S. S., & Morrison, A. M. (2005). Change of images of South Korea among foreign tourists after the 2002 FIFA World Cup. *Tourism Management*, 26(2), 233-247. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.11.003>
- Kim, Y., Kim, J., Cho, S., & Yim, K. (2019). The impact of mega sporting events on host country's destination images: The cases of 2014 Sochi winter olympics and 2015 Beijing IAAF world championships. *Sport Marketing Quarterly*, 28(3), 148-164. <https://doi.org/10.32731/smq.283.092019.03>
- Knüpfer, C. B., & Entman, R. M. (2018). Framing conflicts in digital and transnational media environments. *Media, War and Conflict*, 11(4), 476-488. <https://doi.org/10.1177/1750635218796381>

- Manheim, J. B., & Albritton, R. B. (1984). Changing national images: International public relations and media agenda setting. *Source: The American Political Science Review*, 78(3), 641-657.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *The Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187. <https://doi.org/https://doi.org/10.1086/267990>
- Melissen, J. (2005). The new public diplomacy: Between theory and practice. İçinde J. Melissen (Ed.), *The new public diplomacy soft power in international relations* (ss. 3-27). Palgrave Macmillen.
- Merriam, S. B., & Tisdell, E. J. (2016). *Qualitative research- A guide to design and implementation* (4. bs). John Wiley & Sons.
- Mogensen, K. (2014). *International trust and public diplomacy*. <http://aejmc.org/events/montreal2014/about/>
- Mogensen, K. (2024). Branding a small state as an innovation business partner. *Place Branding and Public Diplomacy*. <https://doi.org/10.1057/s41254-024-00335-8>
- Negiz, M. (2014). Kültür diplomasisinde yeni araçlar, modeller ve insan kaynakları. 3. *Dünya Türk Forumu*, 28- 30 Mayıs Edirne.
- Nye, J. S. (2008). Public diplomacy and soft power. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616, 94-109. <https://doi.org/10.1177/0002716207311699>
- Nye, J. S. (2023). *China and globalization soft power and great-power competition shifting sands in the balance of power between the United States and China*. Springer.
- Özgür, M. (2016). AIPAC'in Amerikan dış politikasını ve İran nükleer müzakerelerini etkileme siyaseti. *Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 1(2), 111-146. <https://izlik.org/JA47EK55AW>
- Özkan, A. (2014). Role of public diplomacy in establishing nation branding and public diplomacy possibilities of Turkey 1. *European Journal of Research on Education*, 2013(c), 1-5.
- Pamment, J. (2014). Articulating influence: Toward a research agenda for interpreting the evaluation of soft power, public diplomacy and nation brands ion brands. *Public Relations Review*, 40(1), 50-59. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2013.11.019>
- Sak, R., Sak, İ. T. Ş., Öneren, Ç. Ş., & Nas, E. (2021). Bir araştırma yöntemi olarak doküman analizi. *Kocaeli Üniversitesi Eğitim Dergisi*, 4(1), 227-256. <https://doi.org/10.33400/kuje.843306>
- Sevin, E. (2014). Understanding cities through city brands: City branding as a social and semantic network. *Cities*, 38, 47-56. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2014.01.003>
- Sevin, E. (2015). Pathways of connection: An analytical approach to the impacts of public diplomacy. *Public Relations Review*, 41(4), 562-568. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2015.07.003>
- Sheafer, T., & Gabay, I. (2007). The media and public diplomacy: A strategic contest over international agenda building and frame building running head: The media and public diplomacy. *2007 Annual Meeting of the American Political Science Association*.

- Szondi, G. (2023). The evolution of public diplomacy definition and goals. İçinde S. János (Ed.), *Business & Diplomacy Review* (ss. 121-140). Budapest University of Economics.
- Tanyeri, E. (2015). *Destinasyon tanıtımında halkla ilişkiler: Turistik tüketici perspektifinden diyalog eksenli bir bakış*. Literatürk Academia.
- TC. İletişim Başkanlığı. (2021, Temmuz 6). “*Ulusal Kamu Diplomasisi Strateji Belgesi ve Eylem Planı*” hazırlandı.
- TC. İletişim Başkanlığı. (2023). *Türkiye iletişim modeli. Hakikatin peşinde 5 yıl*.
- TC. İletişim Başkanlığı. (2024). *2024 idare faaliyet raporu*. <https://www.iletisim.gov.tr/images/uploads/dosyalar/2024-idare-faaliyet-raporu.pdf>
- TC. İletişim Başkanlığı. (2025). *Hakkımızda*. <https://www.iletisim.gov.tr/turkce/kurum-hakkinda#>
- Vatanartıran, Ö. (2020). Celebrity social media accounts as public diplomacy tools. *Uluslararası Halkla İlişkiler ve Reklam Çalışmaları Dergisi*, 3(1), 142-156.
- Zhang, J. (2007). Beyond anti-terrorism: Metaphors as message strategy of post-September-11 U.S. public diplomacy. *Public Relations Review*, 33(1), 31-39.

## Extended Abstract

### Research Background & Aim

Public diplomacy is grounded in principles such as mutual communication, persuasion, credibility, and self-expression. Through these channels, states aim to secure a strong, respected position in the eyes of the international public. Raising awareness, fostering favorable attitudes, and cultivating a strong image among foreign publics are of critical importance for states in terms of building global reputation and safeguarding their political interests. However, measuring the impact of activities designed to raise awareness and influence attitudes among international audiences remains a significant challenge (Sevin, 2015, p. 562). Consequently, research focusing on why and how public diplomacy activities are conducted by relevant institutional actors is essential for estimating their potential impact (Pamment, 2014, p. 54).

It introduces pre-systematized public diplomacy methods, illustrated with contemporary examples from both Türkiye and other countries. The initiatives are categorized into “shaping public opinion,” “building relational dynamics,” and “the public agenda,” with the implementation strategies of each category exemplified. This study aims to examine the extent to which the activities carried out by the Directorate of Communications of the Republic of Türkiye correspond with the public diplomacy methods defined in the literature. Within this framework, the study’s dataset

comprises initiatives targeting international audiences, as documented in the report “*The Türkiye Communication Model: Five Years in Pursuit of Truth*” covering the 2018–2023 period. The document was analyzed using the content analysis, through which Türkiye’s public diplomacy practices were examined in relation to theoretically established public diplomacy methods, and their alignment with the strategic priorities of the period was assessed.

### **Methodology**

In this study, document analysis was conducted using the content analysis. Document analysis is defined as a scientific research approach involving the collection, review, examination, and analysis of various documents as primary sources of research data (Sak et al., 2021, p. 228). According to Sak et al. (2021), when documents constitute the dataset of a study, content analysis is typically required for their analysis (p. 236). Content analysis involves the stages of sampling, categorization, and coding (Brayman, 2012, pp. 289-303). Data selection/collection, categorization, and coding stages were conducted by the researchers. During the data selection process, initiatives related to diplomatic relations and those directly targeting domestic audiences were excluded, resulting in a dataset comprising 112 initiatives. The document was reviewed repeatedly by the researchers at different times, and the data were coded under the six categories defined as the “six pathways of public diplomacy,” which served as the analytical framework (Sevin, 2015). Methods aimed at shaping public opinion are grounded in the principles of “attractiveness” and the “benefit of doubt,” whereas initiatives that foster relational dynamics are implemented through “socialization” and “direct effect.” Additionally, the role of the media in shaping the public agenda is highlighted through “agenda-setting” and “framing” strategies.

### **Findings**

The fact that most initiatives were coded under more than one category indicates that a multidimensional communication strategy was adopted in practice during the examined period. Several activities were found to be associated with multiple public diplomacy methods and were therefore categorized using a multiple-

coding approach. Accordingly, the analysis identified 46 instances of direct effect, 36 of attraction, 23 of framing, 22 of agenda-setting, 16 of benefith of the doubt, 10 of socialisation.

### **Conclusion & Discussion**

The findings of the study indicate that Türkiye has adopted strategies that are consistent with key theories inherent in the field of public diplomacy. Among the initiatives, direct effect initiatives and attraction-based initiatives, particularly those focused on strategic groups and target audiences, stand out. Proactive initiatives undertaken specifically to counter disinformation and black propaganda are particularly noteworthy. It has also been observed that, through the use of media, framing and agenda-setting strategies are frequently employed together to draw attention to the issue among diplomatic circles and international organizations, shape the parameters of the debate, and elicit responses from other actors. For the period under review, it can be argued that Türkiye implemented theory-driven and methodologically diverse approaches grounded in the field's theoretical framework.

According to this document analysis, the most significant limitation identified is the restricted target audience in public diplomacy's socialization initiatives and the interventions where this method is applied. In terms of the balance of strategies employed, it is recommended that initiatives incorporating socialization be increased.

Yazarların çalışmaya katkı oranları eşittir.

Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

## EK 1

## Türkiye'nin Kamu Diplomasisi Girişimlerinin Sınıflandırılması

KAMU DİPLOMASİSİ GİRİŞİMLERİ	Kamuoyu Oluşturma		İlişki Dinamikleri		Aracılı KD	
	ÇEK <sup>4</sup>	İNV <sup>5</sup>	SOS <sup>6</sup>	DE <sup>7</sup>	ÇE <sup>8</sup>	GB <sup>9</sup>
Avrupa'da Aşırı Sağ Akımlarla Mücadele ve İslamofobi Panelleri: Berlin, Londra, Paris				✓		
FETÖ ile Uluslararası Alanda Mücadele Sempozyumu					✓	✓
15 Ülkede 15 Temmuz Mülakat Serisi ve Video Çalışması					✓	✓
Web Of Influence: Empire of Deceit Series, Book II Lansman Etkinliği					✓	✓
Avrupa Parlamentosu, Kahramanmaraş Merkezli Deprem Afetinin Yaralarını Sarmak İçin Dayanışma Konferansı				✓		✓
Çin'de Gerçek Türkiye Portalı	✓		✓			
Seninleyiz Türkiye Kampanyası						✓
Doğal Afetlerde İnsani Diplomasi Paneli				✓		✓
Türkiye-Azerbaycan Ortak Medya Platformu toplantısı (Türk Konseyi Medya Forumu)				✓		
Türkiye-Afrika Medya Zirvesi (45 Afrika Ülkesinden 80 Basın Mensubunun Yanı Sıra 45 Afrika, Kamu Kurumlarının Yöneticileri, Medya Temsilcileri, Akademisyenler, STK				✓		
"Guide for International Media Members in Türkiye" Kitabı				✓		
Balkanlarda Barış, İstikrar ve Kalkınma: Türkiye-Arnavutluk İlişkileri Başlıklı Panel				✓		

<sup>4</sup> Çekicilik, <sup>5</sup> İyi Niyet Varsayımı, <sup>6</sup>Sosyalleşme, <sup>7</sup>Direkt Etki, <sup>8</sup> Çerçeveleme, <sup>9</sup> Gündem Belirleme

KAMU DİPLOMASİSİ GİRİŞİMLERİ	Kamuoyu Oluşturma		İlişki Dinamikleri		Aracılı KD	
	ÇEK <sup>4</sup>	İNV <sup>5</sup>	SOS <sup>6</sup>	DE <sup>7</sup>	ÇE <sup>8</sup>	GB <sup>9</sup>
Geleceğe Bakış: Türkiye ve Birleşik Arap Emirlikleri İş Birliği Başlıklı Çevrim İçi Panel				✓		
Yükselen Afrika Jeopolitiğinde Türkiye-Senegal İlişkileri Başlıklı Çevrim İçi Panel				✓		
Gücünü Ortak Tarih ve Kültürden Alan Türkiye-Özbekistan İlişkilerinde 30 Yıl Başlıklı Panel				✓		
Cumhurbaşkanının 13 Kasım 2019 Tarihinde Gerçekleştirdiği ABD Gezisinde Yürütülen Kamu Diplomasisi Faaliyetleri	✓					
Türkiye-Afrika Ortaklık Zirvesi Marjında Cumhurbaşkanının Afrikalı Öğrencilerle Buluşması			✓			
Diplomacy Through Lenses / Mercekten Yansıyan Diplomasi						✓
Avrupa Parlamentosunda "Daha Adil Dünya Mümkün" Paneli (Türkiye'nin BM'e reform önerileri)				✓		
Kovid-19 Sonrası Küresel Yönetişim: Daha Eşit, Adil, Dayanıklı ve Sürdürülebilir Bir Dünya İçin Türkiye'nin Vizyonu Başlıklı Panel	✓			✓		
Antalya Diplomasi Forumu Marjında Düzenlenen Hakikat Sonrası Çağda Dezenformasyonla Mücadele Paneli				✓		
ABD'de Türkevî Açılış ve Tanıtım Faaliyetleri	✓		✓			
Yüzüncü Yılında Değişen Türkiye Algısı Araştırma Projesi: Almanya, Fransa, Avusturya, Hollanda, Belçika, Danimarka, İtalya, İsveç, Polonya ve Finlandiya'da "Yurtdışında Türkiye Algısı" araştırma projesi gerçekleştirildi.	✓					
Kamu Diplomasisi Aracı Olarak Türk Dizileri Çalıştayı	✓					
Turkey Talks ve Turkey Today Panel Serisi (ABD, Çin, Rusya, İngiltere'de 8 ülkede 11 panel ve yuvarlak masa toplantısı)				✓		
Dayanışmayı Güçlendirmek ve Yumuşak Güç Yoluyla Barışı Teşvik Etmek Paneli				✓		
Türkiye'nin Dost Eli: İnsani Diplomasi Kitabı	✓					
Türkiye'nin Afrika'ya dost eli	✓					
Vatandaş Diplomat El Kitabı			✓	✓		
Uluslararası Holokost Anma Günü Videosu				✓		✓
Holocost Anma Günü için Atakule'nin Video Mappingle Işıklandırılması						✓
Türk Günü Çocuk Şenliği ve Türk Günü Yürüyüşü	✓		✓			
Şehit Diplomatlar Sergisi- Ermeni Meselesi ile İlgili Dokümanların Sunulduğu Panel		✓			✓	

KAMU DİPLOMASİSİ GİRİŞİMLERİ	Kamuoyu Oluşturma		İlişki Dinamikleri		Aracılı KD	
	ÇEK <sup>4</sup>	İN <sup>5</sup>	SOS <sup>6</sup>	DE <sup>7</sup>	ÇE <sup>8</sup>	GB <sup>9</sup>
Ermeni İddialarının Yaygınlaşmasında Dezenformasyonun Rolü Başlıklı Webinar		✓				
Atina'da Basın Ateşe Yardımcısı Şehit Çetin Görgü Anma Videosu		✓				✓
Uluslararası Hukuk ve Tarih Perspektifinden 1915 Olayları konferansı		✓				
Türkiye Karşıtı Bir Anlatı: 1915 Olayları		✓			✓	
The Liberation of Karabakh: Ending 30 Years of Pain and Longin		✓			✓	
Tarihte Ermeni İsyamları		✓			✓	
The Truth Behind 1915		✓			✓	
Türkiye'nin Uluslararası Sağlık Yardımlarının Tanıtımı	✓					
G20 Liderler Zirvesi kapsamında Bali'de "Pandemi Sonrası Yeni Dünya Düzeninde Sağlık Diplomasisi" başlıklı panel						
New York'ta "Kovid-19 Sonrası Dönemde Güvenin Yeniden İnşası ve Umudun Tazelenmesi: Türkiye'nin Uluslararası Düzene Bakış Açısı" Başlıklı Panel	✓				✓	
Ankara'da İngiltere, İtalya, Pakistan, Azerbaycan ve Avusturalya Büyükelçilikleriyle Türkiye'nin Kovid-19 Mücadelesi Konusunda Röportajlar	✓				✓	
Bu Topraklara Aşık Kısa Film Serisi	✓					
Doğum Yeri Mülteci Kampı-Fotoğraf Kitabı ve Sergisi	✓		✓			
Uluslararası İdlib Konferansı		✓			✓	
DEAŞ'la Mücadelesi Bilgilendirme Videosu		✓			✓	
Uluslararası Göç Filmleri Festivali (30 ülkeden 45 filmin katılımıyla)			✓			
Türkiye ve AB için Ortak Sınav: Mülteci Krizi 2.0 Başlıklı Panel		✓			✓	
Uluslararası Medyaya Yönelik Bilgilendirme Çalışmaları (Mülteci krizi hakkında)		✓		✓	✓	✓
Güvenli Liman Türkiye'nin Dünyaya Çağrısı: Mülteciler için İş Birliği kitabı, BM Genel Sekreteri Antonio Guterres ve Foruma Katılan Muhataplara Sunulması		✓				
Türk Dünyası Konulu Kamu Diplomasisi Çalışmaları						

KAMU DİPLOMASİSİ GİRİŞİMLERİ	Kamuoyu Oluşturma		İlişki Dinamikleri		Aracılı KD	
	ÇEK <sup>4</sup>	İNV <sup>5</sup>	SOS <sup>6</sup>	DE <sup>7</sup>	ÇE <sup>8</sup>	GB <sup>9</sup>
Türk Devletleri Teşkilatı Olağanüstü Zirvesi "Afet-Acil Durum Yönetimi ve İnsani Yardım"	✓			✓		
Zirve Kapsamında Atakule'de "Birliğimiz gücümüzdür" Mesajının Paylaşılması	✓					
İşgalden Kurtulan Karabağ Şehirleri Basın Turu		✓			✓	
II. Karabağ Savaşı'nın Uluslararası Düşünce Kuruluşlarındaki Yansımaları					✓	
Karabağ Zaferi Konferansı: Programa Türkiye ve Azerbaycan'dan Akademisyenler, Devlet Temsilcileri, Araştırmacılar ve Sivil Toplum Kuruluşlarından Üst Düzey Konuklar Katıldığı Organizasyon					✓	
Türk Dili Konuşan Ülkeler İş Birliği Konseyi Kapsamındaki Çalışmalar				✓		
Köklü Geçmişten Parlak Geleceğe Türkiye-Kazakistan İlişkileri Başlıklı Kitap				✓		
Nakkaş Osman Surnâme-i Hümayun Dijital Minyatür Sergisi (Antalya Diplomasi Forumu)	✓					
Ara Güler Dijital Fotoğraf Sergisi (Antalya Diplomasi Forumu)	✓					
Osman Hamdi Bey Dijital Fotoğraf Sergisi (Antalya Diplomasi Forumu)	✓					
Bosna-Kosova-Makedonya Türk Kardeşlik Günü	✓		✓			
360 Kültür Sanat: Kazasker Mustafa İzzet Efendi Dijital Sergisi	✓					
Anadolu'nun Çivisiz Camileri Kitabı: Türkçe, İngilizce, Fransızca ve Arapça yayımlanmıştır.	✓					
Dünya Başkentlerinde Ara Güler Sergileri Etkinlikleri	✓					
Özbekistan-Türkiye Film Günleri- Taşkent Film Festivaline "12 Konuk Ülkenin Basın Toplantısı"	✓		✓			
Cumhurbaşkanının Eşinin Afrika Etkinliklerine dair Video Çalışması	✓					
120 Dakika İsimli Belgesel Çalışması (Ahıskalı Türklerin Sürgünleri ve Vatanlarına Geri Dönüşüyle İlgili)					✓	✓
Kutadgu Bilig'in Peşinde Bir Filozof: Vefatının Birinci yıldönümünde Teoman Duralı Uluslararası Felsefe-Bilim Sempozyumu	✓					
Karahantepe Lansmanı	✓					
Türkiye Azerbaycan Dostluk Konseri			✓			
Khaleej Times Türkiye Özel Eki				✓		✓
Forbes Middle East'in Özel Sayıları için Mülakat Çalışmaları				✓		✓

KAMU DİPLOMASİSİ GİRİŞİMLERİ	Kamuoyu Oluşturma		İlişki Dinamikleri		Aracılı KD	
	ÇEK <sup>4</sup>	İN <sup>5</sup>	SOS <sup>6</sup>	DE <sup>7</sup>	ÇE <sup>8</sup>	GB <sup>9</sup>
Arnavutluk "Panaroma" Gazetesinde Yayımlanan Makale				✓		✓
Türkiye-BAE İlişkileri Üzerine Makale				✓		✓
"Bes Bi-Le Jour" Gazetesinde Türkiye-Afrika İlişkileri Üzerine Makale				✓		✓
Türkiye ve Özbekistan İlişkilerinde Doğrudan İletişim ve Kültürel Sermaye Başlıklı Makale				✓		✓
Türkiye-Özbekistan: Kardeşlik Hukukuna Dayalı Ebedi Dostluk ve İş Birliği Başlıklı Makale				✓		✓
Ebedi Dostluk ve İş Birliği Başlıklı Makale				✓		✓
AllAfrica isimli Yayın Kuruluşunca Yayımlanan Türkiye-Senegal İlişkilerine Dair Makale				✓		✓
Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanından Küresel Medya ve Teknoloji Şirketlerine "Türkiye" Mektubu				✓		
Made in Türkiye	✓					
Uluslararası Alanda Türkiye Tanıtım Projesi	✓					
Türkiye Kitabı ve Türkiye Yüzyılında Türkiye Programı	✓					
"Hello Türkiye" Kampanyası	✓					
Türkiye Markasının Güçlendirilmesi Rehberi	✓					
Rotamız Türkiye Projesi	✓					
Türkiye Ekseni Projesi	✓					
Türkiye Ulus Markalama Forumu	✓					
Türkiye-Katar Ulus Markalama Paneli	✓					
Uluslararası Stratejik İletişim Zirveleri- Stratcom '21				✓		
Uluslararası Stratejik İletişim Zirveleri- Stratcom '22				✓		
Stratcom Afet İletişim Forumu				✓		
Stratcom Kenya				✓		
Stratejik İletişimin Zorlu Sınavı: Rusya-Ukrayna Savaşı		✓			✓	
Bölgede Gerginliğin Azaltılması ve Barışın Korunması için İletişim Seferberliği Başlıklı Rapor Çalışması		✓			✓	

KAMU DİPLOMASİSİ GİRİŞİMLERİ	Kamuoyu Oluşturma		İlişki Dinamikleri		Aracılı KD	
	ÇEK <sup>4</sup>	İN <sup>5</sup>	SOS <sup>6</sup>	DE <sup>7</sup>	ÇE <sup>8</sup>	GB <sup>9</sup>
Uluslararası Anti Darbe Hekatonu					✓	
Lahey'de PKK Terör Örgütü Karşıtı Panel					✓	✓
Yunanistan Başbakanı Kiriakos Miçotakis'in CNN'deki Türkiye İthamlarına Cevap				✓		
İletişim Başkanlığı'nın tepkisi üzerine, Afgan göçmenler için Türkiye ve Pakistan'da merkezler kurulacağı yönündeki yalan haberini yayımlayan BBC Türkçe'nin özrü				✓		
Rusya-Ukrayna Savaşı haberinde İstanbul'u Yunanistan toprağı gibi gösteren ABD'li CBS News televizyonuna uyarı mektubu gönderilmesi				✓		
New Straits Times gazetesinin, Türkiye'nin Suriye'de tehdit oluşturduğu iddialarına karşı "Türkiye Barış İçin İstikrarlı Bir Rol Oynamaktadır" başlıklı tekzip yazısının yayımlanması				✓		
The Wall Street Journal gazetesinde Türkiye'nin S-400 sistemini Ukrayna'ya göndermesini öneren makaleye, Türkiye'den "Bu fikir hiçbir şekilde gerçekçi değil" yanıtı verilmesi				✓		
İsveç devlet televizyonu SVT'de yayımlanacak olan bir programdan Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'a yönelik sorunlu ifadelerin çıkarılması sağlanması				✓		
Japan News gazetesinin "Turkey Targets Kurds in Iraq" başlıklı makalesine tekzip mektubu gönderildi.				✓		
Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanı Prof. Dr. Fahrettin Altun, Reuters'ın olumsuz haberine Türkiye İletişim Modeli'nin başarısını vurgulayarak yanıt vermesi				✓		
Türkiye'nin NATO üyeliğı taleplerini içeren kart çalışması 15 dilde yayımlanıp İskandinav basınında geniş yer buldu				✓		
İsveç Gazetesine Demeç				✓		
Finlandiya Gazetesine Demeç				✓		
El Cezire'de yayımlanan makalede, Ege'deki gerginlik Yunanistan'a bağlanarak Türkiye'nin diplomasiye bağlı kalacağı vurgulanması					✓	
TOPLAM: 112	36	16	10	46	23	22