



ANKARA

HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

**SOSYAL MEDYA VE KAMU DİPLOMASİSİ:
AVRUPA BİRLİĞİ TÜRKİYE DELEGASYONU
INSTAGRAM ÖRNEĞİ**

Özlem ÖZEL

Tez Danışmanı

Prof. Dr. Selda BULUT

**YÜKSEK LİSANS
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI
SİYASAL İLETİŞİM BİLİM DALI**

KASIM 2024



**SOSYAL MEDYA VE KAMU DİPLOMASİSİ: AVRUPA BİRLİĞİ
TÜRKİYE DELEGASYONU ÖRNEĞİ**

Özlem ÖZEL

YÜKSEK LİSANS

GAZETECİLİK ANABİLİM DALI

SİYASAL İLETİŞİM BİLİM DALI

ANKARA HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

KASIM 2024

ETİK BEYAN

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada; tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

Özlem ÖZEL

01.11.2024

TEZ ONAY SAYFASI

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı Siyasal İletişim Programı öğrencisi Özlem ÖZEL tarafından hazırlanan Sosyal Medya ve Kamu Diplomasisi: Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu Instagram Örneği Başlıklı tez çalışması 01/11 / 2024 tarih ve 11:00 saatinde yapılan tez savunma sınavında aşağıdaki jüri tarafından OY BİRLİĞİ ile YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak KABUL edilmiştir.

	Kabul	Ret
Başkan (Unvan/Ad-Soyad/Kurum):	☒	☐
Doç. Dr. Şeyda KOÇAK KURT/Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi		
Üye (Unvan/Ad-Soyad/Kurum):	☒	☐
Prof. Dr. Selda BULUT/Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi		
Üye (Unvan/Ad-Soyad/Kurum):	☒	☐
Doç. Dr. Özge CENGİZ/Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi		

SOSYAL MEDYA VE KAMU DİPLOMASİSİ: AVRUPA BİRLİĞİ TÜRKİYE DELEGASYONU INSTAGRAM ÖRNEĞİ

(Yüksek Lisans Tezi)

ÖZLEM ÖZEL

ANKARA HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

Kasım 2024

ÖZET

Devletler, uluslararası kuruluşlar ve uluslararası arenada yer alan birçok aktör, kamuoyunu etkilemek ve dış politika hedeflerine ulaşmak amacıyla çeşitli kamu diplomasisi yöntemlerine başvurumaktadırlar. Bu yöntemler; halkla ilişkiler kampanyalarından kültürel değişim programlarına, eğitim ve medya faaliyetlerine kadar geniş bir yelpazeyi kapsamaktadır. Kamu diplomasisi süreçlerinde, geleneksel yöntemlerin yanı sıra, iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin etkisiyle dijital medya ve bu doğrultuda hızla yaygınlaşmaya devam eden sosyal medya platformları da dijital kamu diplomasisi araçları olarak kullanılmaya başlanmıştır. Bu amaçla kullanılan başlıca sosyal medya platformlarından biri olan Instagram da görsel, işitsel ve metinsel içerikleri bir araya getirerek geniş kitlelere hızlı ve etkili bir şekilde ulaşma, güçlü etkileşim sağlama ve kullanıcılarla doğrudan iletişim kurma potansiyeli ile bu bağlamda önemli bir araç haline gelmiştir. Sosyal medya araçlarını kamu diplomasisi anlamında etkin bir şekilde kullanan önemli aktörlerden biri de Avrupa Birliği'dir. Bu çalışmada, Avrupa Birliği'nin Türkiye'deki diplomatik temsilciliği olan Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu'nun 1 Haziran 2023-31 Aralık 2023 tarihleri arasında Instagram'da yapmış olduğu paylaşımlar dijital kamu diplomasisi açısından incelenmiş ve Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu'nun kamu diplomasisi anlamında Instagram'ı hangi amaçlarla kullandığı belirlenmiştir. Paylaşımlarda öne çıkan temalar belirlenmiş ve bu temalar, Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne üyelik ve uyum sürecinde önemli bir yeri olan Avrupa Birliği Müktesebatı fasıllarıyla ilişkilendirilerek hangi fasılların ve temaların öne çıktığı analiz edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu'nun Instagram'ı dijital kamu diplomasisi anlamında en çok duyuru yapma amacıyla kullandığı ortaya konulmuştur. Paylaşımlarda birçok tema belirlenmiş olmakla birlikte; öne çıkan temaların kültür-sanat, çevre ve insan hakları olduğu belirlenmiştir. Bu doğrultuda, temalar, Avrupa Birliği Müktesebatı ile ilişkilendirilmiş ve kültür-sanat temasını da kapsayan Eğitim faslının ilk sırada yer aldığı ve bunu Çevre ile Yargı ve Temel Haklar fasıllarının takip ettiği sonucuna ulaşılmıştır.

BilimKodu : 111516
Anahtar Kelimeler : Dijital Kamu Diplomasisi, Sosyal Medya, Instagram, Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu
Sayfa Adedi : 141
Tez Danışmanı : Prof. Dr. Selda BULUT

SOCIAL MEDIA AND PUBLIC DIPLOMACY: THE INSTAGRAM CASE OF THE DELEGATION OF THE EUROPEAN UNION TO TÜRKİYE

(M.Sc. Thesis)

Özlem ÖZEL

ANKARA HACI BAYRAM VELİ UNIVERSITY
THE INSTITUTE OF GRADUATE STUDIES

November 2024

ABSTRACT

States, international organizations, and many actors in the international arena employ various public diplomacy methods to influence public opinion and achieve foreign policy goals. These methods encompass a wide range, from public relations campaigns to cultural exchange programs, educational and media activities. Alongside traditional methods, developments in communication technologies have led to the use of digital media and rapidly proliferating social media platforms as tools of digital public diplomacy. Among the primary social media platforms used for this purpose is Instagram, which, by combining visual, auditory, and textual content, has become an important tool with its potential to reach large audiences quickly and effectively, engage strongly, and communicate directly with users. One of the significant actors effectively utilizing social media tools in terms of public diplomacy is the European Union. This study examines the Instagram posts made by the European Union Delegation to Türkiye, which serves as the EU's diplomatic representation in Türkiye, from June 1, 2023, to December 31, 2023, in terms of digital public diplomacy. The study identifies the purposes for which the European Union Delegation to Türkiye uses Instagram in the context of public diplomacy. The prominent themes in the analyses were identified and analyzed in connection with the sections of the Acquis of the European Union, which are of great importance in the process of Türkiye's EU membership and integration. The analysis has revealed that the Delegation of the European Union to Türkiye uses Instagram primarily for the purpose of making announcements in terms of digital public diplomacy. Although numerous themes were identified in the posts, the prominent themes were found to be culture and arts, environment, and human rights. In this context, the themes were associated with the EU acquis, with the Education Chapter, which includes the culture and arts theme, ranking first, followed by the Environment and the Judiciary and Fundamental Rights Chapters.

Science Code : 111516
Key Words : Digital Public Diplomacy, Social Media, Instagram, EU
Delegation to Türkiye.
Page Number : 141
Supervisor : Prof. Dr. Selda BULUT

TEŞEKKÜR

Öncelikle; bir tezin en zor kısımlarının aylarca süren literatür taramaları, kavramsal tartışmalar, teorik ve istatistikî analizler olduğunu zannederken asıl zor kısmın teşekkür metni olduğunu fark etmek garip bir sürpriz oldu.

Bu çalışmanın interdisipliner doğasını inşa ederken bana rehberlik eden, farklı disiplinlerin kesişim noktasında yolumu açan, diplomasi perspektifinden iletişim bilimlerine uzanan bu tezin tüm aşamalarında değerli görüşleriyle her zaman desteğini hissettiğim sevgili tez danışmanım Prof. Dr. Selda BULUT'a,

Hayatım boyunca sonsuz sevgileri ve anlayışları ile benden hiçbir zaman belirli bir kalıba girmemi beklemeden; kendim olmam ve kendi yolumu bulmam için en büyük dayanağım olan aileme,

Bu süreci yalnızca akademik bir uğraş olmaktan çıkarıp daha keyifli hale getiren dostlarıma, yeni şehirlere, rastgele çıkılan yolculukların ve plansız anların getirdiği dinamizme,

Bu tezin neredeyse her satırında arka planda bana ilham olan sayısız müzisyene,

Ve elbette; varlığında tarif edilemeyecek kadar çok şey barındıran, tüm bu sürecin kadrolu eşlikçisi Dani'ye teşekkür ederim. İyi ki varsınız.

Özlem ÖZEL

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	iv
ABSTRACT.....	v
TEŞEKKÜR.....	vi
İÇİNDEKİLER.....	vii
TABLOLARIN LİSTESİ.....	x
ŞEKİLLERİN LİSTESİ.....	xi
RESİMLERİN LİSTESİ.....	xii
KISALTMALAR.....	xiii
1. GİRİŞ.....	1
2. GELENEKSEL DİPLOMASİDEN KAMU DİPLOMASİSİNE GEÇİŞ.....	5
2.1. Diplomasi Kavramı.....	5
2.1.1. Diplomasinin Tarihsel Gelişimi.....	7
2.2. Kamu Diplomasisi	13
2.2.1. Kamu Diplomasisi Kavramı.....	14
2.2.2. Kamu Diplomasisinin Tarihsel Gelişimi.....	15
2.2.3. Kamu Diplomasisi ve Propaganda.....	16
2.2.4. Kamu Diplomasisi ve Yumuşak Güç.....	18
2.2.5. Kamu Diplomasisi Aktörleri.....	20
2.2.5.1. Devletler.....	20
2.2.5.2. Sivil toplum kuruluşları.....	20
2.2.5.3. Üniversiteler ve okullar.....	21
2.2.5.4. Kanaat önderleri.....	22
2.2.5.5. İç hedef kitle.....	22
2.2.5.6. Medya.....	23
2.2.5.7. Özel sektör ve çok uluslu şirketler.....	24
2.2.5.8. Baskı grupları.....	25
2.2.5.9. Uluslararası kuruluşlar.....	25
2.3. Diplomatik İletişimde Dönüşüm: Geleneksel ve Yeni Kamu Diplomasisi Karşılaştırması.....	26

3. DİJİTALLEŞME SÜRECİNDE KAMU DİPLOMASİSİ VE SOSYAL MEDYA.....	29
3.1. Kamu Diplomasisi ve Dijital İletişim.....	29
3.2. Sosyal Medyanın Tarihsel Gelişimi.....	30
3.3. Sosyal Medya Araçları.....	33
3.3.1. Wikiler.....	34
3.3.2. Bloglar.....	34
3.3.3. Mikrobloglar.....	35
3.3.4. Forumlar.....	35
3.3.5. Podcastler.....	36
3.3.6. İçerik paylaşım siteleri.....	36
3.3.7. Sosyal ağlar.....	37
3.4. Dijital Kamu Diplomasisi ve Sosyal Medya.....	38
4. AVRUPA BİRLİĞİ’NİN GELİŞİM SÜRECİ VE AVRUPA BİRLİĞİ TÜRKİYE İLİŞKİLERİ.....	43
4.1. Avrupa Birliği.....	43
4.1.1. Avrupa Birliği’nin Genişleme Süreci.....	44
4.2. Avrupa Birliği ve Türkiye İlişkileri.....	47
4.2.1. AB Müktesebatı ve Katılım Müzakereleri.....	51
4.3. Avrupa Birliği’nin Kamu Diplomasisi.....	53
4.4. Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu.....	55
4.4.1. Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu’nun Kamu Diplomasisi Faaliyetleri	56
5. DİJİTAL KAMU DİPLOMASİSİ BAĞLAMINDA AVRUPA BİRLİĞİ TÜRKİYE DELEGASYONU’NUN INSTAGRAM KULLANIMI.....	59
5.1. Araştırmanın Metodolojisi.....	59
5.1.1. Araştırmanın Konusu ve Amacı.....	59
5.1.2. Araştırmanın Önemi.....	60
5.1.3. Araştırma Soruları.....	60
5.1.4. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları.....	61
5.1.5. Araştırma Yöntemi.....	61
5.1.6. Verilerin Toplanması.....	63
5.2. Araştırmanın Bulguları ve Analizi.....	63

6. SONUÇ.....	97
KAYNAKÇA.....	103
EKLER.....	111
EK-1. AB Müktesebatı Fasılları.....	111
EK-2. Güncel Olaylar’a İlişkin Paylaşım Örneği.....	122
EK-3. Duyurular’a İlişkin Paylaşım Örneği.....	123
EK-4. Duyurular’a İlişkin Paylaşım Örneği.....	124
EK-5. AB Faaliyetleri’ne İlişkin Paylaşım Örneği.....	125
EK-6. AB Faaliyetleri’ne İlişkin Paylaşım Örneği.....	126
EK-7. Bölgesel Tanınırlık Girişimleri’ne İlişkin Paylaşım Örneği.....	127
EK-8. AB Finansmanlı Projeler’e İlişkin Paylaşım Örneği.....	128
EK-9. AB-TR Ortak Finansmanlı Projeler’e İlişkin Paylaşım Örneği.....	129
EK-10. AB-TR Ortak Finansmanlı Projeler’e İlişkin Paylaşım Örneği.....	130
EK-11. Resmi Görüşmeler’e İlişkin Paylaşım Örneği.....	131
EK-12. Resmi Görüşmeler’e İlişkin Paylaşım Örneği.....	132
EK-13. Farkındalık Kategorisi’ne İlişkin Paylaşım Örneği.....	133
EK-14. Farkındalık Kategorisi’ne İlişkin Paylaşım Örneği.....	134
EK-15. Özel Günler ve Kutlamalar’a İlişkin Paylaşım Örneği.....	135
EK-16. Özel Günler ve Kutlamalar’a İlişkin Paylaşım Örneği.....	136
EK-17. Özel Günler ve Kutlamalar’a İlişkin Paylaşım Örneği.....	137
ÖZGEÇMİŞ.....	139

TABLoların LİSTESİ

Tablo 5.1. Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu’nun Instagram Paylaşımının Kamu Diplomasisi Bazında Kategorik Dağılımı.....	64
Tablo 5.2. Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu’nun Duyuru Paylaşımının Tematik Dağılımı.....	67
Tablo 5.3. Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu’nun AB Faaliyetleri Paylaşımının Tematik Dağılımı.....	70
Tablo 5.4. Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu’nun AB-TR İş birlikleri ve Projeler Paylaşımının Dağılımı.....	75
Tablo 5.5. AB Finansmanlı Projelerin Tematik Dağılımı.....	77
Tablo 5.6. AB-TR Ortak Finansmanlı Projelerin Tematik Dağılımı.....	80
Tablo 5.7. Resmî Görüşmeler Kategorisindeki Paylaşımın Tematik Dağılımı.....	83
Tablo 5.8. Farkındalık Kategorisindeki Paylaşımın Tematik Dağılımı.....	86
Tablo 5.9. Özel Günler ve Kutlamalar Paylaşımının Kategorisindeki Paylaşımın Tematik Dağılımı.....	88
Tablo 5.10. Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu Instagram Paylaşımının AB Müktesebatı Fasıllarına Göre Dağılımı.....	91

ŞEKİLLERİN LİSTESİ

Şekil 5.1. Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu’nun Instagram Paylaşımlarının Kamu Diplomasisi Bazında Yüzdelik Dağılımı.....	65
Şekil 5.2. Duyuru Paylaşımlarının Temalarına Göre Yüzdelik Dağılımı.....	68
Şekil 5.3. AB Faaliyetleri Paylaşımları Temalarına Göre Yüzdelik Dağılımı.....	71
Şekil 5.4. AB-TR İş birlikleri ve Projeler Paylaşımlarının Yüzdelik Dağılımı.....	76
Şekil 5.5. AB Finansmanlı Projelerin Temalarına Göre Yüzdelik Dağılımı.....	78
Şekil 5.6. AB-TR Ortak Finansmanlı Projelerin Temalarına Göre Yüzdelik Dağılımı.....	81
Şekil 5.7. Resmî Görüşmeler Kategorisindeki Paylaşımların Temalarına Göre Yüzdelik Dağılımı.....	84
Şekil 5.8. Farkındalık Kategorisindeki Paylaşımların Temalarına Göre Yüzdelik Dağılımı.....	87
Şekil 5.9. Özel Günler ve Kutlamalar Kategorisindeki Paylaşımların Temalarına Göre Yüzdelik Dağılımı.....	89
Şekil 5.10. AB Türkiye Delegasyonu Instagram Paylaşımlarının AB Müktesebatı Fasıllarına Göre Yüzdelik Dağılımı.....	92

RESİMLERİN LİSTESİ

Resim 3.1. Sosyal Medya Manzarası (Social Media Landscape).....	33
---	----



KISALTMALAR

Bu çalışmada kullanılmış kısaltmalar, açıklamaları ile birlikte aşağıda sunulmuştur.

Kısaltmalar	Açıklamalar
AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
AET	Avrupa Ekonomik Topluluğu
AKÇT	Avrupa Kömür Çelik Topluluğu
AT	Avrupa Toplulukları
EEAS	European External Action Service
EURATOM	Avrupa Atom Enerjisi Topluluğu
STK	Sivil Toplum Kuruluşları
TR	Türkiye
VOA	Voice of America

1. GİRİŞ

Uluslararası ilişkilerin temel taşlarından olan diplomasi, çağlar boyunca devletler arası iletişim ve iş birliğini düzenlemiş ve yönetmiştir. Geleneksel diplomasi, tarih boyunca devletler arası ilişkileri resmi protokoller ve görüşmeler yoluyla düzenlemişken dijital çağın getirdiği teknolojik ilerlemeler ve dijitalleşme, diplomatik pratiklerin evrimine yol açmıştır. Bu dönüşüm, sadece devletler arası ilişkilerin düzenlenmesinde değil, aynı zamanda dijitalleşmenin etkisiyle geleneksel kamu diplomasisi pratiklerinin zamanla dijital kamu diplomasisi pratiklerine evriminde de gözlemlenmektedir.

Sosyal medya platformlarının yükselişi devletlerin ve uluslararası kuruluşların, hedef kitlelerle doğrudan iletişim kurmalarını sağlayarak kamu diplomasisinin etkinliğini artırmıştır. Dijital kamu diplomasisi olarak adlandırılan bu iletişim süreci ile sosyal medya platformları etkili bir şekilde kullanılarak uluslararası ilişkilerin yönetimine yeni bir boyut kazandırılmıştır. Bu noktada, Avrupa Birliği de dijitalleşmenin sunduğu imkânlardan yararlanarak kamu diplomasisi faaliyetlerini sosyal medya aracılığıyla da yürütmeye başlayan uluslararası kuruluşlardan biri haline gelmiştir. Ancak Avrupa Birliği, küresel ölçekteki kamu diplomasisi faaliyetlerini yalnızca merkezî kurumları aracılığıyla değil, diplomatik temsilcilikleri üzerinden de yürütmektedir. Bu kapsamda Avrupa Birliği Delegasyonları, bulundukları ülkelerde Avrupa Birliği politikalarını tanıtmaya, iş birliklerini geliştirme ve kamu diplomasisi faaliyetlerini yürütme görevini üstlenmektedir.

Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu da Avrupa Birliği'nin Türkiye'deki en üst düzey diplomatik temsilciliği olarak, hem Türkiye-AB ilişkilerinin yürütülmesi hem de Türkiye kamuoyuna yönelik iletişim stratejilerinin uygulanması açısından kritik bir rol üstlenmektedir. Bu çerçevede Delegasyon, kamu diplomasisi faaliyetlerini yürütmek amacıyla sosyal medya platformlarını da aktif bir şekilde kullanmakta ve Türkiye'deki kamuoyuna doğrudan ulaşmayı hedeflemektedir. Bu amaç doğrultusunda kullanılan platformlardan biri de Instagram'dır. Peki, Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu Instagram'ı bir kamu diplomasisi aracı olarak nasıl kullanmaktadır? Paylaşımlarında hangi temalar öne çıkmakta ve bu paylaşımlar, Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne uyum sürecinde ele alınan AB Müktesebatı fasıllarından hangilerini belirginleştirmektedir?

Bu doğrultuda, bu çalışma, söz konusu sorulara yönelik kapsamlı bir analiz sunmak amacıyla gerçekleştirilmiştir.

Çalışmada ilk olarak diplomasinin evrimi, kamu diplomasisinin dijitalleşmesi ve sosyal medyanın bu dönüşümdeki rolü ele alınarak konuyla ilgili kavramsal bir çerçeve sunulmuştur. Sonrasında, Avrupa Birliği'nin tarihsel evrimi, gelişim süreci ve Türkiye'nin Avrupa Birliği üyelik süreci ve bu süreçte yaşanan önemli gelişmeler üzerinde durulmuştur. Avrupa Birliği'nin kuruluşundan günümüze kadar olan dönemde birlik sürekli genişlemiş ve derinleşmiştir, bu da çeşitli politika alanlarında yoğun bir entegrasyon sürecini beraberinde getirmiştir.

Daha sonra çalışmada, Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne üyelik sürecinde Avrupa Birliği değerlerine entegrasyon ve uyumu noktasında Avrupa Birliği'nin Türkiye için yürüttüğü kamu diplomasisi faaliyetleri üzerinde durulmuştur. Avrupa Birliği'nin Türkiye'ye yönelik kamu diplomasisi stratejileri, üyelik müzakereleri sürecinde hem Türkiye kamuoyunu hem de Avrupa Birliği üyesi ülkelerin kamuoylarını etkileme amacını taşımaktadır. Bu çerçevede, Avrupa Birliği'nin dijital kamu diplomasisi stratejileri de detaylı bir şekilde incelenmiş ve bu stratejilerin sosyal medya araçları ile nasıl desteklendiği vurgulanmıştır. Bu bağlamda, çalışmada Avrupa Birliği'nin Türkiye'ye yönelik kamu diplomasisi stratejilerinin analizi yapılmış ve Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne entegrasyon sürecindeki algısal ve iletişimsel dinamikler üzerinde durulmuştur.

Son olarak çalışmada Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu'nun 1 Haziran 2023-31 Aralık 2023 tarihleri arasında Instagram hesabı üzerinden yapmış olduğu paylaşımlar aracılığıyla yürüttüğü kamu diplomasisi faaliyetlerine odaklanılarak içerik analizi yapılmıştır. Araştırma, belirtilen tarih aralığında yapılan paylaşımların hangi temalar etrafında yoğunlaştığını ve bu temaların Türkiye'nin Avrupa Birliği üyelik sürecinde ele alınan AB Müktesebatı fasılları ile nasıl ilişkilendirildiğini analiz etmiştir. Araştırma, sadece belirli bir zaman dilimindeki Instagram paylaşımlarını kapsamakta olup diğer sosyal medya platformları dışarıda bırakılmıştır. Yöntem olarak hem nitel hem de nicel içerik analizi kullanılarak paylaşımlar kategorik ve tematik olarak detaylı bir şekilde incelenmiş ve elde edilen veriler sayısal olarak desteklenmiştir. Araştırma sonucunda elde edilen bulguların, Avrupa Birliği'nin Türkiye'nin üyelik sürecinde hangi alanlara daha fazla odaklandığını ve gelecekteki ilişkilerin nasıl

şekillenebileceğini anlamak açısından önemli bir kaynak oluşturduğu düşünülmektedir.





2. GELENEKSEL DİPLOMASİDEN KAMU DİPLOMASİSİNE GEÇİŞ

2.1. Diplomasi Kavramı

Diplomasi; devletlerin uluslararası arenada diğer devletlerle ilişki kurmak, ilişkilerinin devamlılığını sağlamak, aralarındaki anlaşmazlıkları ve çatışmaları barışçıl yollarla çözmek, zaman zaman çeşitli askeri, ekonomik, hukuki, teknolojik ve kültürel anlaşmalar sağlamak için başvurdukları en temel enstrümanlardan biridir.

Diplomasi genellikle dış politika kavramıyla karıştırılmaktadır. Dış politika, bir ülkenin uluslararası ilişkilerde izleyeceği ana stratejiyi belirlerken; diplomasi'nin amaçlarını ve görevlerini de ortaya koymaktadır. Diplomasi ise; dış politika'nın uygulanması için gerekli olan araçları, yöntemleri ve diğer pratik önlemleri kapsamaktadır (Tuncer, 1984, s. 50).

Literatürde yaygın olarak kabul edilen açıklamaya göre, diplomasi terimi Yunancada "çift" veya "iki kat" anlamına gelen "diplos" kelimesinden türetilmiştir (Özcan ve Çınar, 2014, s. 153). Bir diğer görüşe göre ise diplomasi kelimesi etimolojik olarak incelendiğinde "ikiye katlanmış kâğıt belge" anlamına gelen Yunanca kökenli "diploma" sözcüğünden gelmektedir (Savaş, 2007, s. 9). Bu yönüyle diplomasi yalnızca alıcı ve vericinin görebileceği bir şekilde olması nedeniyle, geleneksel diplomasi'nin kapalı kapılar ardında ve yalnızca diplomatlar ve üst düzey devlet görevlileri arasında gerçekleştirilen yapısına çağrışım yapmaktadır (Tiedaman, 2005, s. 7).

Öte yandan diploma kelimesinin kullanımı Antik Yunan ile birlikte Roma'da da devam etmiş ve zamanla diğer toplumlarla ilişkiler kurulmasına imkân tanıyan resmî belgelere de "diploma" adı verilmeye başlanmıştır (Tuncer, 1995, s. 13). Ardından, imparatorluk arşivlerinin katlanıp mühürlenmiş bu belgelerle dolmasıyla birlikte, bu belgeleri sınıflandırmak ve korumak için eğitilmiş katiplere ihtiyaç duyulmuştur (Nicolson, 1970, s. 30). Diplomasi kavramının arşivdeki belgeleri düzenleme uğraşı yerine uluslararası ilişkileri yürütme sanatı olarak ele alınması ise ilk kez 1796 yılında İngiliz bir devlet adamı olan Edmund Burke tarafından yapılmıştır (Kınlı, 2006, s. 60). Burke, diplomasi kelimesini devletlerarası ilişkiler ve görüşmelerin yürütülmesinde uygulanan beceri ve taktik anlamında kullanmıştır (Tuncer, 1995, s. 11).

Türk Dil Kurumu'nun diplomasi sözcüğü için yapmış olduğu tanımlar “uluslararası ilişkileri düzenleyen antlaşmalar bütünü, yabancı bir ülkede ve uluslararası toplantılarda ülkesini temsil etme işi ve sanatı; diplomatlık, bu işte çalışan kimsenin görevi ve mesleği, bu görevlilerin oluşturduğu topluluk, güç bir görüşme sırasında gösterilen ustalık ve beceri” şeklindedir (Türk Dil Kurumu, 2024).

Yabancı sözlüklere bakıldığında; Oxford İngilizce Sözlüğü'ne göre diplomasi, ‘uluslararası ilişkilerin müzakerelerle yürütülmesi; bu ilişkilerin büyükelçi ve elçilerle yürütülmesi ve yönetilmesinin yöntemi; diplomatın işi ve sanatı’ dır. Temel Britannica diplomasiyi ‘bir ülkenin başka ülkelerle ilişkilerinde kendi konumunu korumaya ve iyileştirmeye çalışırken öbür ülkelerle yürütebilme uğraşı ve sanatı’ olarak tanımlamış ve Fransızca Universalis Ansiklopedisi ise diplomasi için ‘devletlerin barışçıl dış ilişkilerinin yürütülmesindeki resmî yöntem ve araçların bütünü’ tanımlamasını yapmıştır (İskit, 2007, s. 2-4).

Harold Nicolson, diplomasiyi uluslararası ilişkilerin yürütülmesi olarak görmektedir (Tuncer, 2009, s. 254). Diplomasinin iki ana işlevi olduğundan bahseden Nicolson’a göre, dar anlamda diplomasi diplomatlar vasıtasıyla gerçekleştirilen karşılıklı haberleşme ve müzakereler süreciyken, geniş anlamda ise bir devletin dış politikasında kullanılan çeşitli stratejik yöntemlerdir (Sönmezoğlu, 2000, s. 323).

Genel anlamıyla devletlerin uluslararası arenadaki diğer devletlerle ilişkilerini yönetmek için başvurdukları bir iletişim sürecini ifade etmekte olan diplomasinin, literatürde birçok farklı tanımına rastlamak mümkündür. Bu tanımlara bakılacak olursa; diplomasi, bağımsız ülkelerin hükümetleri arasındaki resmi ilişkilerin, zekâ ve titizlikle yönetilmesidir (Satow, 1964, s. 1). Albert de Broglie için diplomasi, devletlerarası ilişkilerde sadece gücün hâkim olmasını engellemek için medeniyetin yarattığı en iyi şeydir (İskit, 2015, s. 3).

Diplomasinin devletler arası ilişkileri yürütme noktasındaki işlevselliğinin sanat olarak tanımlandığı görüşlere de rastlanmaktadır. Bu noktada Fransız diplomat Jules Cambon, tam olarak tanımını yapmamış olsa da diplomasiyi halklar arasındaki ilişkilerde güç kullanımını son çare olarak görmemek adına, çözümler bulmaya yönelik müzakereler yürütme ve antlaşmalar yapma sanatı olarak ifade etmiştir (Cambon, 1926, s. 18).

Öte yandan diplomasi, uluslararası ortamı yönetmek için uluslararası bir aktör tarafından kullanılan savaş dışı mekanizmalardır (Cull, 2009, s. 12). Benzer şekilde Raymond Aron da diplomasinin kuvvet kullanmadan ikna etme sanatı ve minimum maliyetle mağlup etme stratejisi olduğunu ileri sürmektedir (Aron, 2003, s. 24). Morgenthau ise diplomasiyi ulusal çıkarların barışçıl yollarda korunması olarak ifade etmiştir (Erzen, 2012, s. 6). Diplomasi bu yönüyle savaşa başvurulmadan, müzakereler yoluyla barışçıl bir uzlaşma ortamı doğmasına olanak sağlamıştır. Bu noktada devletlerarası ilişkilerde aslında güvenlik ihtiyacının diplomasinin gelişiminde etkili olduğundan söz edilebilir (Hocking, 1998, s. 170).

Robertson (2005) diplomasiyi; çok çeşitli işlevleri barındıran veya belirli bir işlev üzerine yoğunlaşabilen, bir temsilci tarafından yürütülen ve belirli bir zaman dilimi, perspektif ya da yöntemle sınırlandırılmayacak kadar geniş bir alan olarak tanımlamaktadır (s.5). Bu tanıma destekler nitelikte bir başka bakış açısı ise diplomasiyi, devletler arasında iletişimi sağlayarak uluslararası ilişkilerin düzenlenmesi olarak tanımlamıştır. Diplomasi; ekonomi, kültürel değişim, savaş ve ticaret gibi alanlarda çeşitli teknikler kullanarak uluslararası işleyişin desteklenmesi ve barışın sağlanmasında önemli roller üstlenmektedir (Eilers, 2009, s. 15).

Bu bakımdan Morgenthau'nun, diplomasinin dörtlü işlevinden bahsettiği görülmektedir. Ona göre diplomasi; hedeflere ulaşma konusunda elde bulundurulabilecek güce dayanarak hareket etmeli, diğer devletlerin ellerinde bulundurabileceği güç potansiyellerinin bilincinde olmalı, taraflar kendi içinde ve birbirleri arasındaki amaç ve hedeflerin ne derece uyum gösterebileceğini bilmeli ve kendi hedefleri doğrultusunda araçları kullanmalıdır (Oran ve Oskay, 1970, s. 684).

Diplomasinin işlevleri üzerine bir başka görüş ise Hedley Bull'a aittir. Bull bu işlevleri beş maddede açıklamıştır. Bu maddeler; anlaşmalar için müzakereleri sağlamak, uluslararası arenadaki diğer devletler hakkında bilgi ve istihbarat toplamak, devletler arası iletişimi kolaylaştırmak, devletler arasındaki anlaşmazlıkları engellemek ya da en aza indirmek ve son olarak bir devleti ve toplumu temsil etmektir (Bull, 2012, s. 4-7).

2.1.1. Diplomasinin Tarihsel Gelişimi

Diplomasi tarihi de tıpkı insanlık tarihi kadar eskidir. İlk dönemlerde teoride diplomasi kelimesinden söz edilemese de diplomasi uygulaması, insanlık tarihinde

sosyalleşmenin de başlangıcını ifade eden ilk topluluklara ve klanlara kadar uzanmaktadır (Brasioli, 2023, s. 15). İlk diplomasi uygulamalarının insan grupları arasındaki savaş ve çatışmalar sonucu görüldüğü düşünülmektedir. Bu noktada bilinen ilk diplomatik ilişkiler, düşman grupların savaş sonrasında hayatını kaybeden savaşçıların kendi aralarında değişimi üzerine kurulmuştur (Kılıçaslan, 2019, s. 81). Diğer yandan, farklı topluluklar arasında avlanma bölgelerinin sınırlarının belirlenmesine yönelik yapılan görüşmeler ve anlaşmalar da diplomasi başlangıçlarına dair önemli ipuçları sunmaktadır (Nicolson, 1952, s. 2).

İlk çağlarda gerçekleşen bu diplomasi uygulamalarının süreklilik arz etmediği ve aynı zamanda kalıcı diplomasi kurumlarına bağlı olmadığı da yadsınamaz bir gerçektir. Kayıt altına alınmayan bu diplomasi anlayışı, ilkel diplomasi olarak nitelendirilmiş ve *ad hoc diplomasi* adını almıştır. Tuncer (1984)'e göre tek yanlı ve geçici bir diplomasi yöntemi olup diplomatik temsilcilerin belirli bir görev veya süre için yabancı bir ülkeye gönderilmesi ve bu süre veya görev bittiğinde geri dönmeleri şeklinde değerlendirilmektedir (s. 51). Ad Hoc diplomasi, tarihte bilinen ve uygulanan ilk diplomasi şekli olarak kabul edilmektedir (Lafont, 2001, s. 4).

İlk yazılı diplomasi kaynakları incelendiğinde, iki önemli belgeye ulaşılmıştır. Bu belgelerden biri, M.Ö. XIV. yüzyılın başlarında Eski Mısır ile Ön Asya'daki Büyük Krallıklar ve Suriye-Filistin Şehir Beylikleri arasındaki diplomatik ilişkiler hakkında bilgi sunan Amarna Mektupları'dır (Kılıçaslan, 2019, s. 81). Yaklaşık dört yüz adet olan bu mektuplar, Akatça dilinde yazılmış olup hükümdarlar arasındaki siyasi içerikli yazışmaları içermektedir (Tuncer, 1995, s. 5). Diplomasinin ilk aracıları olan habercilerin Amarna Mektupları'nda da aktif rol oynadıkları görünmekle birlikte, haberciler, mektup ve hediyelerin tesliminin yanı sıra siyasi ve ticari konularda da temsil görevleri üstlenmişlerdir (Tuncer, 2006, s. 17-18).

İkinci diplomatik belge, tam metni günümüze ulaşan ilk devletlerarası yazılı barış anlaşması olan ve M.Ö. 1278'de Mısır Firavunu II. Ramses ile Hitit Kralı Hattusilis arasında imzalanan Kadeş Antlaşması'dır (Tuncer, 1995, s. 14). Anlaşma, ilk yazılı diplomatik belgelerden biri olmasının ötesinde, anlaşmaların bağlayıcılığı ve uluslararası barış ile güvenlik konularına dair düzenlemeleri içermesi sebebiyle uluslararası hukuk açısından önemli bir yere sahiptir (Tuncer, 1995, s. 6-7).

Diplomasinin gelişiminde önemli rol oynayan bir diğer etken Yunan Şehir Devletleri olmuştur. M.Ö. 700'lü yıllarda Yunan Şehir Devletleri, diplomatik ilişkiler yoluyla bağımsızlıklarını korumanın yanı sıra siyasi ve ticari alanlarda da birbirleriyle iş birliği içinde bulunmuşlardır (İskit, 2007, s. 70). Antik Yunan'da açık diplomasiye büyük önem verilmiş ve bu yüzden dış ülkelerin temsilcilerine saygı gösterilmiştir. Bu yaklaşımla, ilk sürekli diplomasi uygulamaları Antik Yunan şehir devletlerinde ortaya çıkmıştır (Taşdemir, 2011, 184). Bu kapsamda Yunan Şehir Devletleri'nin diplomasinin gelişimi noktasında en önemli desteği, çeşitli kurumların oluşmasına neden olmasındır. Bu kurumlar; *kerykes*, *presbies* ve *proxenos* şeklinde üçe ayrılmakta ve diplomatik ilişkileri yürüten diplomatik temsilcileri ifade etmektedir. Yunan Şehir Devletleri'nde diplomasinin ilk döneminde haberci görevi yapan *kerykes*'in yerini elçi niteliğindeki *presbies* almış ve ardından konsolosun tarihteki ilk örneği olarak değerlendirilebilen *proxenos* kurumu ortaya çıkmıştır (Adcock ve Mosley, 1975, s. 152).

Öte yandan ülkeye gelen elçilerin yapacakları konuşmaların günler öncesinden halka duyurulması, görüşmelerin ardından yapılan anlaşmalar ve sözleşmelerin bir levha üzerine yazılıp herkesin görebileceği yerlerde sergilenmesi gibi durumlar Yunan Şehir Devletleri'nde açık diplomasi anlayışının benimsendiğini gözler önüne sermektedir (Tuncer, 1984, s. 53).

Romalılar, kendilerine has diplomasi prosedürlerini anlaşmalara bağlılık, iyi niyet, denklik, kişisel ilişkiler, resmî toplantılar ve protokol gibi temel ilkeler üzerine inşa etmişlerdir. Ayrıca, Romalılar, devletler hukukuna olan saygının artırılması ve diplomatik arşivlerin oluşturulup korunması konularında önemli katkılarda bulunmuşlardır (Campbell, 2001, s. 1-22).

Bizans İmparatorluğu'nda ise diplomasinin gelişimine en büyük katkı, dış ilişkileri yürütmek için özel bir birim kurulması ve yabancı ülkelere gönderilecek elçilerin eğitilmesi gerektiği görüşünün benimsenmesidir (Tuncer, 1984, s. 54). Ayrıca, Bizans İmparatorluğu, kendine özgü diplomatik protokoller geliştirerek dost ve düşmanları arasında haber ve bilgi toplama faaliyetlerinde bulunmuştur (Papp, 1991, s. 501). İlk konsoloslukların ortaya çıkmasında da önemli bir rol oynamış olan Bizans diplomasisi, Haçlı Seferleri sayesinde konsoloslukların dünya çapında yayılmasına zemin hazırlamıştır (Menemencioğlu, 1938, s. 132).

Modern diplomasinin temelleri, Rönesans Dönemi'nde Kuzey İtalya şehir devletleri arasında atılmıştır. İlk sürekli elçilik, 1455 yılında Cenova'da kurulmuştur. Rönesans İtalya'sı, bu anlamda, uluslararası ilişkiler tarihinde sürekli işleyen diplomatik kurumların geliştirilmesiyle öne çıkmaktadır (Arı, 2011, s. 340-341).

XV. ve XVI. yüzyıllarda İtalya'nın diploması üzerindeki etkisi belirginken, XVII. yüzyılın başlarından itibaren Fransız etkisi ön plana çıkmaya başlamıştır. Kral XIII. Louis'in başbakanı olan Cardinal Richelieu, tüm dışişleri işlerini tek bir merkezde toplamış ve XIV. Louis döneminde dışişleri bakanlığı kralın kabinesinin bir parçası haline gelmiştir. Bu dönemde, büyük başkentlerde kalıcı elçilikler açılmıştır (Raurke, 2001, s. 245). Richelieu ayrıca, diplomaside kamuoyunun önemini vurgulayarak halkı diplomatik faaliyetler konusunda bilgilendirmenin ve yönlendirmenin gerekliliğini savunmuş ve bu amaçla ilk kez iç propaganda sistemini başlatmıştır (Tuncer, 2009, s. 37-49).

XVII. yüzyılda çok taraflı diploması uygulamalarının başladığı da görülmektedir. Avrupa'da 30 Yıl Savaşları'nın bitmesinin ardından yapılan 1648 Westphalia Antlaşması, uluslararası ilişkiler ve ulus devlet kavramlarının başlangıcı sayılmaktadır. Bununla birlikte Avrupa'nın çeşitli devletlerinden gelen temsilcilerin kıtanın ortak sorunlarını ele aldığı Westphalia Kongresi, tarihteki ilk uluslararası kongre olarak kabul edilmektedir (Tuncer, 2009, s. 54). Bu gelişme ve ilerleyen dönemlerde Milletler Cemiyeti'nin kurulması ile; 1648 ve 1920 arasındaki diploması pratikleri eski diploması, 1920 sonrası dönemde uygulanan diploması pratikleri ise çağdaş diploması olarak adlandırılmıştır (Tuncer, 2002, s. 59-61).

1815 yılında yapılan Viyana Kongresi'nden Birinci Dünya Savaşı'na kadar geçen süreçte diploması Avrupa merkezli olmuş ve Avrupa dışındaki bölgelerin kaderi de Avrupa başkentlerinde yapılan toplantılarda ele alınmıştır (Sönmezoğlu, 2014, s. 152). Ayrıca Viyana Konferansı, diplomasinin kendine has kuralları olan saygın bir meslek dalı olarak benimsenmesini sağlamıştır (Akçadağ, 2013, s. 57).

19. yüzyıla gelindiğinde Avrupa merkezli diploması anlayışının son derece yaygınlaştığı görülmektedir. Bu yüzyılda diploması de dünyanın değişimine paralel olarak değişmiştir. 19. Yüzyıl sonunda Avrupa'da siyasi gücün saraylardan kabinelere

geçişi tamamlanmış ve devletlerarası toplantılarda kralların bulunması nadir hale gelerek dış politika giderek daha demokratik bir hale gelmeye başlamıştır. Ucuz fiyatlı gazetelerin yaygınlaşması sonucu, dış politika ve diplomasi kamuoyunun gündemine taşınmış ve halkın bu alandaki etki gücü politikacılar üzerinde hissedilmeye başlamıştır. Bu gelişmelerle birlikte, Avrupa diplomasisi hızla dünyaya yayılmıştır (İskit, 2007, s. 131). Öte yandan bu dönemde diplomatik görüşmeler gizli yapılmış ve yine bu görüşmelerde alınan kararlar da gizli bir şekilde alınmıştır. Bu dönemde alınan gizli kararların I. Dünya Savaşı'nın başlamasında büyük ölçüde etkili olduğu görülmüş ve savaşın bitmesinin ardından bu diplomasi anlayışının değiştirilmesi gerektiği kanısına varılmıştır (Dağı, 2007, s. 305).

20. yüzyıla gelindiğinde, I. Dünya Savaşı'nın ardından yeni bir diplomasi anlayışının benimsenmeye başladığı görülmektedir. I. Dünya Savaşı'nın ardından eski diplomasi anlayışı saygınlığını yitirmiş ve bu nedenle yeni bir diplomasi anlayışı geliştirme ihtiyacı duyulmuştur (Tuncer, 1995, s. 59). Bu yönüyle I. Dünya Savaşı, eski ve yeni diplomasi anlayışlarını birbirinden ayıran önemli bir dönüm noktasıdır.

Bu dönemde kapalı kapılar ardında yürütülen gizli diplomasi anlayışına en büyük eleştiri ABD Başkanı Woodrow Wilson tarafından yapılmıştır (Gönlübol, 2000, s. 128). I. Dünya Savaşı'nın son dönemlerinde Wilson, 14 maddeden oluşan Wilson İlkeleri'ni açıklamıştır. Savaş döneminde de diplomatik görüşmelerin gizlilikle yürütülmesi nedeniyle Wilson, ilkelerinin birinci maddesinde açık barış antlaşmaları ve gelecekte de açık diplomasiye vurgu yapmıştır (Armaoğlu, 2015, s. 131).

Wilson İlkeleri'nin önerilmesinin ardından Milletler Cemiyeti kurulmuştur. Bununla birlikte güç politikası ve gizli diplomasi çağı sona ererek uluslararası ilişkilerde tüm ulusların dayanışmasını vurgulayan, uluslararası hukuka saygı esaslı ve Milletler Cemiyeti'nin rehberliğinde işleyen açık bir diplomasi anlayışı ileri sürülmüştür (Morgenthau, 1946, s. 1608). Fakat Milletler Cemiyeti de savaşı kazanan ülkelerin belirlemiş olduğu statükoyu değiştirme noktasında yeterli olamadığı gibi bu statükoyu korumaktan ileri gidememiştir (Sönmezoğlu, Güneş ve Keleşoğlu, 2011, s. 19).

II. Dünya Savaşı'nın patlak vermesiyle birlikte uluslararası diplomasi anlayışı önemli değişiklikler yaşamıştır. Bu dönemde, devletler arası ilişkilerde öne çıkan belirleyici faktörler arasında, güç politikalarının yıkıcı etkisi ve savaşın yol açtığı insan hakları

ihlalleri yer almaktadır. Savaşın sona ermesiyle birlikte, uluslararası toplum barışın yeniden tesis edilmesi ve istikrarın sağlanması için çaba harcamış ve 24 Ekim 1945'te Birleşmiş Milletler kurulmuştur. Birleşmiş Milletler'in en temel kuruluş amacı ise uluslararası barış ve güvenliğin tesis edilmesidir (Keskin, 1998, s. 17).

Ancak, savaş sonrası dönemde ortaya çıkan Soğuk Savaş gerilimi, uluslararası ilişkilerde önemli bir faktör haline gelmiştir. Batı ve Doğu bloğu arasındaki ideolojik ve stratejik rekabet, uluslararası diplomasiyi etkilemiş ve yeni bir denge arayışına yol açmıştır. Öyle ki bu dönemin diplomasi anlayışına yakından bakıldığında, uluslararası sahnedeki belirgin güç dengesi göze çarpmaktadır. Bu dönemde ABD ve Sovyetler Birliği arasındaki karşılıklı güç mücadelesi, uluslararası politikanın merkezinde yer almıştır.

Soğuk Savaş dönemindeki diplomatik ilişkiler, sık sık kriz dönemleriyle karakterize olmuştur. Nükleer silahlanma ve silah yarışı da bu dönemin önemli bir parçası ve diplomasi anlayışının şekillenmesinde belirleyici unsurlardır. Örneğin Küba Füze Krizi gibi önemli olaylar, taraflar arasındaki gerilimi artırmış ve dünya nükleer savaş tehlikesiyle karşı karşıya kalmıştır. Ancak, bu dönemdeki diplomatik girişimler, genellikle doğrudan çatışmadan kaçınma ve krizlerin barışçıl yollarla çözülmesi üzerine odaklandı. Bu nedenle II. Dünya Savaşı ile Soğuk Savaş arasındaki dönem (1945-1989), farklı siyasi atmosferlere uygun olarak "blok diplomasisi", "iki kutuplu diplomasi", "tarafsızlık diplomasisi", "nükleer diplomasi", "kriz diplomasisi" ve "propaganda diplomasisi" gibi çeşitli taktikleri barındıran bir diplomasi çağı olarak nitelendirilmiştir (Ekşi, 2014, s. 52).

1989 yılında Berlin Duvarı'nın yıkılması, Soğuk Savaş'ın sona ermeye başladığına dair bir dönüm noktası olmuştur. Bu süreçte Doğu Avrupa'daki komünist rejimler ardı ardına çökmüş ve Sovyetler Birliği 1991 yılında resmen dağılmıştır. Bu gelişmeler, dünya siyasetinin iki kutuplu bir yapıdan çok kutuplu bir yapıya evrilmesine neden olmuştur.

1990'lar boyunca küreselleşme, dünya ekonomilerinin daha fazla entegrasyonunu sağlamıştır. Bu noktada 1995'te Dünya Ticaret Örgütü'nün kurulması, serbest ticaretin ve ekonomik iş birliğinin artmasına katkıda bulunmuştur (Ikenberry, 1998, s. 43-78).

Aynı dönemde, Avrupa Birliği'nin genişleyerek üye ülkeler arasındaki ekonomik ve siyasi entegrasyonu güçlendirdiği görülmektedir. Küreselleşme süreci, uluslararası iş birliğini artırırken aynı zamanda devletlerin egemenliklerini ve ulusal kimliklerini koruma çabalarını da beraberinde getirmiştir (Krasner, 1999, s. 34-36).

Ayrıca, 11 Eylül 2001'de gerçekleşen terör saldırıları da diplomasiin dönüşümünde etkili olmuştur. Bu saldırılar, uluslararası güvenlik paradigmasını köklü bir şekilde değiştirmiş ve terörle mücadelenin başlamasına neden olarak Afganistan ve Irak savaşlarına yol açmıştır. Bu dönemde diplomasiin güvenlik meseleleri ve terörle mücadele öncelikleri etrafında şekillendiği görülmektedir.

Özetle, diplomasi; ilk uygulamalarından günümüze ve özellikle Soğuk Savaş'ın sona ermesiyle başlayan ve çok kutupluluk, küreselleşme, dijital diplomasi ve yeni güvenlik tehditleri gibi unsurlarla şekillenen köklü değişimler yaşamıştır. Bu değişimler, uluslararası sistemin dinamiklerini ve devletlerin diplomatik stratejilerini derinden etkilemiştir. Diplomasi, bu dönemdeki değişimlere adapte olarak devletler arası ilişkilerin yönetilmesinde ve küresel sorunların çözümünde önemli bir araç olmaya devam etmiştir.

2.2. Kamu Diplomasisi

Kamu diplomasisinin ortaya çıkmasının temel nedenleri arasında küreselleşme, uluslararası ilişkilerin karmaşıklığının artması, iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ve devlet dışı aktörlerin artan etkisi bulunmaktadır. Küreselleşme sürecinde, iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler sonucu iç ve dış politika arasındaki sınırlar giderek daha da belirsiz hale gelirken devletlerin ekonomik ve politik anlamda birbirlerine olan bağımlılığı da artmaya başlamıştır (Sönmezoğlu, 2014, s. 488). Bu süreçler, uluslararası ilişkilerde geleneksel devletler arası diplomasiyi tamamlayıcı bir rol üstlenen kamu diplomasisinin önemini artırmıştır. Ayrıca devlet dışı aktörlerin, özellikle sivil toplum örgütlerinin ve özel sektörün uluslararası ilişkilerde etkin bir rol oynaması, kamu diplomasisinin yaygınlaşmasına ve yöntemlerinin çeşitlenmesine katkıda bulunmuştur. Bu faktörler bir araya geldiğinde, kamu diplomasisi uluslararası ilişkilerde önemli bir araç haline gelmiştir.

2.2.1. Kamu Diplomasisi Kavramı

Kamu diplomasisi kavramının ilk kez Tufts Üniversitesi Fletcher Hukuk ve Diplomasi Okulu Dekanı Edmund Gullion tarafından 1965 yılında kullanıldığı bilinmektedir. Üniversitenin Edward Murrow Kamu Diplomasisi Merkezi'nin ilk dönemlerinde yayımlanan bir broşürde kamu diplomasisinin aşağıdaki gibi tanımlandığı görülmektedir:

Kamu diplomasisi, dış politikaların düzenlenmesi ve yürütülmesi üzerindeki kamu tutumlarının etkilenmesini ele almaktadır. Geleneksel diplomasinin ötesindeki uluslararası ilişkiler boyutlarını, hükümetlerin diğer devletlerdeki kamuoyunu oluşturmalarını, özel grupların etkileşimini ve bir devletin ve bunların birbiriyle olan ilgi alanlarını, dışışleri raporlarını ve bunların politikaya etkisini, işi iletişim olanlarla, diplomatlarla ve dış temsilciler arasındaki iletişim sürecini kapsamaktadır (Edward R. Murrow Küresel Diplomasi Merkezi, 2024).

Gullion'un bu tanımı, Soğuk Savaş döneminde ABD'nin uluslararası itibarını koruma çabaları nedeniyle hızla kabul görmüştür. "Propaganda" ve "psikolojik savaş" gibi olumsuz çağrışımlar taşıyan terimlerin yerine daha olumlu bir ifade arayışı, bu kavramın benimsenmesinde önemli bir rol oynamıştır (Cull, 2006). Sonrasında ABD'nin yaptığı bir diğer tanımda ise kamu diplomasisi, diğer ülkelerde kamuoyu oluşturmak için hükümetin teşviki ile gerçekleştirilen filmler, radyo ve televizyon yayınları ve basılı yayınlar olarak da tanımlanmıştır (İnan, 2012, s. 64).

Kamu diplomasisi; siyaset bilimi, iletişim, uluslararası ilişkiler, sosyoloji ve halkla ilişkiler gibi disiplinler arasında önemli bir kesişim noktası oluşturmakla birlikte kültürel etkileşim, medya iletişimi ve uluslararası iş birliği gibi alanlarda da önemli bir rol oynamaktadır. Kamu diplomasisinin bu disiplinler arası yönü sebebiyle birçok farklı şekilde tanımlandığı görülmektedir.

Kamu diplomasisine dair en çok referans alınan tanımlardan biri Hans Tuch'a aittir. Tuch (1993), kamu diplomasisini “bir hükümetin ulusal amaçlarının ve güncel politikalarının olduğu kadar ulusunun fikir ve ideallerinin, kuruluşlarının ve kültürünün yabancı halklarca anlaşılması amacıyla gerçekleştirilen iletişim süreci” olarak tanımlamıştır (s. 3). William Rugh (2004) ise kamu diplomasisinin bir ülkenin ulusal çıkarlarını desteklemek amacıyla yabancı halkların bilgilendirilmesi, dahil edilmesi ve etkilenmesi olduğunu ifade etmiştir (s. 1).

Bununla birlikte kamu diplomasisine başvurulmasının çeşitli nedenlerinden de bahsedilmektedir. Bu noktada Koschwitz; bilgi değişiminin, hükümetlerin kendi dış politikaları ve toplumsal modellerine yönelik olumlu algılar yaratmasının, önyargıların azaltılmasının ve hükümetlerin imaj inşa etmesinin bu nedenlerden bazıları olduğuna dikkat çektiği görülmektedir (Signitzer ve Coombs, 1992, s. 139).

2.2.2. Kamu Diplomasisinin Tarihsel Gelişimi

Kamu diplomasisi, uluslararası ilişkilerin önemli bir alanı olarak gelişim göstermiş ve tarihsel olarak çeşitli evrelerden geçmiştir. Soğuk Savaş dönemi, kamu diplomasisinin belirgin bir şekilde uygulandığı bir dönem olarak öne çıksa da 19. Yy'da Fransa'nın Prusya Savaşı'ndaki yenilgisinin etkilerini hafifletmek amacıyla 1883 yılında Alliance Française'i kurarak bu kurum aracılığıyla yurtdışında dil ve kültür faaliyetleri düzenlemesi de bir kamu diplomasisi uygulaması olarak değerlendirilebilmektedir (Nye, 2008, s. 51).

19. yüzyıldan Birinci Dünya Savaşı'na kadar olan süreçte kamu diplomasisin uluslararası ilişkilerin önemli bir parçası haline geldiği görülmektedir. Birinci Dünya Savaşı sürecinde kamu diplomasisinin, uluslararası ilişkilerin karmaşıklaşması sonucu devletlerin halklar nezdinde imajlarını güçlendirmek ve halkları savaş hakkında bilgilendirmek için kullanıldığı göze çarpmaktadır (Huijgh, 2016, s. 437). Ayrıca Birinci Dünya Savaşı devam ederken Woodrow Wilson'ın ABD'nin uluslararası hedeflerini duyurmak için Kamu Bilgilendirme Komitesi'ni (Committee on Public Information) kurması da bu dönemde kamu diplomasisinin önemli bir adımı olarak görülmektedir (Tiedeman, 2004, s. 8).

İkinci Dünya Savaşı dönemi, kamu diplomasisinin devletler için daha kritik hale geldiği ve geliştiği bir zamandır. Bu süreçte ABD, uluslararası kamuoyunu bilgilendirmek ve kendi propagandasını yaymak amacıyla 1942'den beri ABD'nin dış politika mesajlarını yabancı ülkelere ileten en önemli araçlardan biri olarak kabul edilen Voice of America (Amerika'nın Sesi) radyosunu kurmuştur (Yıldız, 2016, s. 114-116).

Soğuk Savaş döneminde ise ABD ve Sovyetler Birliği gibi güçler, kendi ideolojilerini ve yaşam tarzlarını dünya geneline yaymak amacıyla kamu diplomasisini aktif olarak kullanmışlardır. Ayrıca iletişim teknolojilerinin ilerlemesiyle birlikte, televizyon ve

sinema gibi araçlar da kamu diplomasisine yeni bir boyut kazandırmıştır. Öyle ki Nye (2005) televizyon ve sinemanın Berlin Duvarı'nı 1989'dan çok önce aştığını, duvarın fiziksel yıkımından önce, Batı'nın popüler kültürüne ait imgelerin uzun yıllar boyunca aktarılmasında çekiçlerin ve buldozerlerin hiçbir etkisi olmadığını ileri sürmüştür (s. 54).

Soğuk Savaş'ın sona ermesinin ardından küreselleşme ve iletişim teknolojilerinin gelişimiyle birlikte, kamu diplomasisinin gelişiminde yeni bir dönem başlamıştır. Küreselleşme, kitle iletişim araçları aracılığıyla insanların birbirleriyle sosyal ilişkiler kurmasına olanak tanımıştır (Giddens, 1995, s. 85). Bu dönemde sivil toplumun artan etkinliği, iletişim teknolojilerinin ilerlemesiyle birlikte farklı ülkelerdeki birey ve grupların dijital platformlarda örgütlenerek devlet yönetimi ve politikalarında daha etkili olmaya başlamasına neden olmuş ve bu sayede kamu diplomasisinin gelişimine önemli bir katkı sağlamıştır (Tuncer, 2009, s. 213-215).

11 Eylül saldırıları sonrasında ABD'nin kamu diplomasisine verdiği önem artmış ve terörle mücadelede kamu diplomasisinin rolü daha da belirgin hale gelmiştir. Soğuk Savaş'ın ardından ABD'nin uluslararası arenadaki liderlik pozisyonunu güçlü bir şekilde yeniden sergilemeye başladığı bu dönemde 11 Eylül saldırısının gerçekleşmesi, ABD'nin kamu diplomasisi anlayışının "Dünya neden bizden nefret ediyor?" sorusu ekseninde gelişmesine neden olmuştur (Güneş, 2018, s. 60). 11 Eylül de dahil olmak üzere Afganistan ve Irak'ta gerçekleşen olaylar sonucunda her türlü diplomatik faaliyetin yanında "kalpleri ve zihinleri kazanmak" da önemli bir diplomasi unsuru olarak görülmeye başlamıştır (Van Doeveren, 2011, s. 5).

2.2.3. Kamu Diplomasisi ve Propaganda

Kamu diplomasisi kavramı propaganda kavramı ile sıklıkla karıştırılmaktadır. Propaganda; genellikle bir ülkenin veya grubun çıkarlarını desteklemek, belirli bir politikayı veya ideolojiyi yaymak, bilgiyi manipüle etmek veya duygusal tepkileri körüklemek amacıyla kullanılır. Bu noktada Heywood (2002) propagandayı algılara yön vermek ve siyasi faaliyetleri harekete geçirmek amacıyla kasıtlı olarak yayılan bilgi ve manipülasyonu içeren bir iletişim tarzı olarak tanımlamıştır (s. 24).

Berridge (2010) ise kamu diplomasisini propagandanın yeni bir yorumu olarak ele almakta ve aynı zamanda kamu diplomasisinin "beyaz propaganda"nın çağdaş ismi

olarak değerlendirilebileceğini ileri sürmektedir (s. 179-182). Ancak kamu diplomasisi bir propaganda yöntemi olmamakla birlikte, uluslararası aktörlerin yabancı kamuoyu ile iletişime geçip uluslararası siyaseti yönetme girişimi olarak değerlendirilmektedir (Cull, 2009, s. 12-13).

Bu yönüyle kamu diplomasisinin genellikle uzun vadeli ilişkilerin geliştirilmesi, güvenin oluşturulması ve karşılıklı anlayışın artırılmasını amaçlayan uzun vadeli bir stratejiyi içerdiği görülürken; propogandanın ise genellikle kısa vadeli sonuçlar almayı hedeflediği ve duygusal tepkileri harekete geçirmek için acil durum veya kriz anlarında daha sık kullanıldığı görülmektedir.

Propaganda ve kamu diplomasisi arasındaki bir diğer farkı uygulama noktasında tercih edilen iletişim biçimleri oluşturmaktadır. Propagandada tek taraflı bir iletişim şekli tercih edilirken kamu diplomasisinde karşılıklı diyalog unsuru baz alınarak iki yönlü bir iletişim biçimi benimsenmektedir. Propaganda ve kamu diplomasisi her ne kadar insanları belirli düşüncelere ikna etme noktasında benzer amaçlar taşısa da insanların görüşlerini dinleme noktasında farklılık göstermektedir (Melissen, 2007, s. 18).

Kamu diplomasisi ve propaganda arasındaki önemli farklılıklardan bir diğeri ise hedef kitle noktasında ortaya çıkmaktadır. Propaganda, genellikle daha dar bir hedef kitleye odaklanmakta ve belirli bir politikayı veya ideolojiyi desteklemeyi hedeflemektedir. Kamu diplomasisi ise genellikle geniş bir hedef kitleye yöneliktir ve diğer ülkelerin halklarına, sivil toplum kuruluşlarına ve medyasına odaklanır. Bu bağlamda, kamu diplomasisinin, bir ülkedeki bireylerle doğrudan ilişkiler kurarak temsil edilen tarafların çıkarlarını ve değerlerini ileriye taşıma süreci olduğu ifade edilmektedir (Sharp, 2005, s. 106).

Diğer yandan propogandanın uygulayıcıları genellikle devletler iken kamu diplomasisi uygulayıcıları oldukça çeşitlilik göstermektedir. Devletler dışındaki diğer aktörlerin kamuoyu üzerinde oluşturabileceği etki, hedef düşüncelerin iletilmesinde daha güçlü bir yol olarak da değerlendirilebilir. Kamu diplomasisinin uluslararası kamuoyunda güçlü bir imaja sahip olmayan devletlerce uygulandığında aktarılan mesajların propaganda olarak algılanma olasılığının oldukça yüksek ve etki mekanizmasının da düşük kalabileceğine işaret eden Karaağaç (2019), sivil aktörlerin devletlerle iş birliği

çerçevesinde yürütecekleri kamu diplomasisi faaliyetlerinin daha etkili olabileceğine de dikkat çekmektedir (s. 701).

2.2.4. Kamu Diplomasisi ve Yumuşak Güç

Uluslararası ilişkilerde güç kavramı, bir aktörün diğerlerini etkileyebilme veya istenilen sonuçları elde etme yeteneğini ifade eder. Tarih boyunca neredeyse bütün toplulukların, taleplerinin yerine getirilmesi için diğer topluluklara güç uygulamak suretiyle etki ettiği bilinmektedir. Bu bağlamda, başkalarının davranışlarını etkileyebilme yeteneği, güç olarak tanımlanmaktadır (Nye, 2005, s. 3).

Güç kavramı “sert güç” ve “yumuşak güç” olmak üzere iki farklı şekilde kategorize etmiştir (Nye, 2002, s. 70). Sert güç; uluslararası ilişkilerde, bir aktörün askerî gücünün yanında finansal ve ekonomik güç gibi unsurlara da başvurarak diğer aktörlere üstünlük kurma ve diğer aktörleri kontrol etme çabasını ifade eder (Cahn, 1997, s. 141). Sert güç; tehditler, yaptırımlar, silahlanma ve askeri müdahale gibi araçlarla uygulanabilmekte ve genellikle kaba kuvvet veya zorlama unsurlarını içermektedir. Bu nedenle, sert güç, aktörler arasındaki çatışma ve rekabetin bir ifadesi olarak görülmekte ve klasik diplomasi anlayışında kullanılmaktadır.

Küreselleşme, iletişim teknolojilerinin gelişimi ve uluslararası ilişkilerin dinamiklerindeki değişimler sonucunda benimsenen diplomasi anlayışı ve buna paralel olarak güç anlayışı da dönüşüme uğramaya başlamıştır. Geleneksel güç unsurlarının yanı sıra, kültürel etkileşimlerin ve toplumsal değerlerin öneminin artmasıyla birlikte, devletlerin sadece sert güç kullanarak hedeflerine ulaşamayacağı anlaşılmıştır. Özellikle 20. yüzyılın sonlarına doğru, uluslararası ilişkilerdeki dönüşümlerle birlikte, kültürel ve ideolojik faktörlerin etkisi daha belirgin hale gelmiştir. Bu bağlamda, ülkelerin uluslararası itibarlarını korumak, çekiciliklerini artırmak ve diğer ülkelerle daha olumlu ilişkiler kurmak için yumuşak gücün kullanımı daha önemli hale gelmiştir.

Yumuşak güç kavramı ilk kez 1990lı yılların başında Joseph S. Nye tarafından literatüre kazandırılmıştır. Yumuşak güç ile, karşı tarafı baskı ve zorlamaya maruz bırakmak yerine etkileyici bir ikna süreci ile talep edilen sonuçlara ulaşmak amaçlanmaktadır (Nye, 2004, s. 256). Ona göre, baştan çıkarmak zor kullanmaktan

daha etkili bir yöntemdir ve bu bağlamda demokrasi, insan hakları ve bireysel fırsatlar yumuşak gücün cazibesini artıran unsurlardır (Nye, 2005, s. 6).

Öte yandan ülkelerin yumuşak güç kaynakları olarak kültürel değerler, siyasi değerler ve dış politika sayılmaktadır. Söz konusu ülkenin sahip olduğu kültürel ve siyasi değerler uluslararası kamuoyunun ortak değerlerine hitap ediyorsa yumuşak güç ile istenilen sonuca ulaşılabilir. Yine söz konusu ülkenin dış politikasında atılan olumlu adımların da uluslararası kamuoyunda ülkeye olan güvenin artmasına ve yumuşak gücünün gelişmesine de katkı sağladığı görülmektedir (Nye, 2005, s. 16-20). Zira yumuşak güç güvenilirliğe bağlıdır ve hükümetler propaganda yapar gibi algılandıklarında güvenilirlikleri ortadan kalkmaya başlamaktadır (Nye, 2013, s. 7).

Ayrıca kültür, politik değerler ve dış politikayla birlikte girişimcilik, dijital teknolojiler, ülkelerin yaşanılabilirlik düzeyleri ve yemek kültürü gibi birçok bileşen yumuşak gücü ortaya çıkaran faktörler arasındadır (Portland, 2019). Bununla birlikte, yumuşak gücün önemli unsurları arasında sivil toplum kuruluşları, ibadethaneler, eğitim kurumları, spor kulüpleri, şirketler ve bireyler de bulunmaktadır (Roselle vd., 2014, s. 72-73). Bu bağlamda; bir ülkedeki sanatçılar, kanaat önderleri, medya, gazeteciler, siyasi partiler, sporcular, politikacılar, dinî liderler ve akademisyenler gibi birçok unsur da yumuşak gücün değer kazanmasına etki etmektedir.

Uluslararası arenada güç kullanımına dair yaşanan bu değişim sonucunda kamu diplomasisi de kaçınılmaz olarak güçle ilgili hale gelmeye başlamıştır (Snow, 2009, s.3). Öyle ki hükümetler kamu diplomasisini yumuşak gücü kullanma girişimlerinin başlıca yollarından biri olarak tercih etmektedirler (Nye, 2013, s. 7). Bu anlamda kamu diplomasisi, yumuşak gücün adeta uygulama alanı haline gelmiştir (Bátora, 2006, s. 53-80).

Başka bir bakış açısına göre ise yumuşak güç ve kamu diplomasisi, aynı madalyonun iki yüzü gibi düşünülmektedir. Yumuşak güç; bir ülkenin kültürel, politik ve kurumsal kaynaklarını kullanarak yabancı kamuoyuna nüfuz etmesini sağlarken, kamu diplomasisi bu kaynakların en etkili şekilde kullanılmasını amaçlamaktadır (Bjola, Cassidy ve Manor, 2020, s. 411).

Diğer yandan yumuşak güç ve kamu diplomasisi kavramlarının zaman zaman birbirlerinin yerine kullanıldığı da görülmektedir. Ancak yumuşak güç ve kamu diplomasisi arasında birtakım farklılıklar bulunmaktadır. Yumuşak güç, birçok kurum

ve kuruluş tarafından uygulanabilirken, kamu diplomasisi özellikle devletlerin çıkarlarını gerçekleştirmek amacıyla kullanılmaktadır. Devletler, bu çıkarlarını gerçekleştirmek için çeşitli özel, tüzel ve uluslararası kuruluşları kullanabilirler. Yumuşak güç uygulamalarının sonucunda genellikle somut bir hedefe ulaşmak amaçlanmazken kamu diplomasisinde doğrudan veya dolaylı olarak politikaların sonuçlarına etki edecek somut faydalar sağlanması hedeflenmektedir. Temel olarak yumuşak güç, uygulayıcı devletin hedef toplum üzerindeki amaçları açısından kamu diplomasisinden farklılaşmaktadır. Bu noktada kamu diplomasisi, yumuşak gücün daha hedef odaklı bir şekilde kullanılması olarak tanımlanabilir (Nye'den akt. Karadağ, 2022, s. 56).

2.2.5. Kamu Diplomasisi Aktörleri

2.2.5.1. Devletler

Kamu diplomasisinin bir devletin uluslararası ilişkilerdeki etkisini artırmak ve dış politika hedeflerini desteklemek amacıyla yürütülen çeşitli iletişim ve etkileşim faaliyetlerini kapsadığı düşünüldüğünde, devlet aktörünün kamu diplomasisi uygulamalarında merkezi bir rol oynaması kaçınılmazdır. Bu noktada hükümetler, dışişleri bakanlığı, elçilikler ve kültür bakanlığı başta olmak üzere devlete bağlı birçok kurumun kamu diplomasisi süreçlerinde etkin rol aldıkları görülmektedir.

Nitekim dışişleri bakanlıklarının kamu diplomasisi bağlamında son derece kilit bir role sahip olduğu ortadadır. Zira bu bakanlıklar bir ülkenin dış ilişkilerini yönetmek, o ülkeyi uluslararası arenada temsil etmek ve ulusal çıkarları korumakla görevlidir. Özellikle kamu diplomasisinin dış politika hedeflerini tanıtmak, ülkenin imajını yönetmek ve uluslararası ilişkileri güçlendirmek için önemli bir araç olarak görülmeye başladığı yeni kamu diplomasisi anlayışında dışişleri bakanlıkları; bu hedeflere ulaşmak için çeşitli iletişim stratejileri geliştirmekte ve uygulamaktadır. Bu noktada dışişleri bakanlıklarının kamu diplomasisi faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi için bütçe ayırdıkları görülmektedir (Gonesh ve Melissen, 2005, s. 4).

2.2.5.2. Sivil toplum kuruluşları

Sivil toplum; devlet dışında faaliyet gösteren ve siyasi, kültürel, ekonomik ve sosyal alanlarda çeşitli faaliyetler yürüten gönüllü kuruluşları ifade etmektedir (Kalaycıoğlu, 1998, s. 111-114). Sivil toplum kuruluşları (STK'lar), kamu diplomasisinin önemli bir

unsuru olarak giderek daha da fazla tanınmaktadır. STK'lar, toplumsal ve kültürel çeşitliliği temsil ederken, kamu diplomasisinde geniş bir etki alanına sahiptirler. Sivil toplumun çeşitli kesimlerini de temsil etmekte olan STK'lar genellikle hükümetlerin erişemediği alanlara ulaşabilmektedirler. Bu nedenle, kamu diplomasisinde STK'ların rolü, daha geniş bir toplumsal katılımı ve görüş alışverişini teşvik etmek açısından son derece önemlidir.

STK'lar, uluslararası platformlarda birçok grubu temsil edebilir, küresel meselelerde seslerini duyurabilir ve uluslararası iş birliğini destekleyebilirler. Ayrıca, STK'lar aracılığıyla gerçekleştirilen insani yardım faaliyetleri, kalkınma projeleri ve çevresel koruma girişimleri gibi alanlarda ülkeler arasında olumlu ilişkilerin güçlenmesine katkıda bulunabilirler. Zira sivil toplum kuruluşları; faaliyet gösterdikleri alanlardaki uzmanlardan, politikacılardan ve aktivistlerden oluşmakta ve ihtiyaç duyulduğunda organize bir şekilde bu kişileri bir araya getirebilmektedir (Leonard, Stead ve Smewing, 2002, s. 55-56). Bu bağlamda, kamu diplomasisinde STK'ların yer alması, uluslararası ilişkilerde daha demokratik, katılımcı ve etkili bir sürecin teşvik edilmesine de yardımcı olur.

2.2.5.3. Üniversiteler ve okullar

Üniversiteler ve okullar, kamu diplomasisinin önemli ve dinamik bir bileşenidir. Bu eğitim kurumları; toplumun geniş kesimlerinin bilgi, kültür ve değerlerle tanıştığı yerlerdir ve bu nedenle kamu diplomasisinde kritik bir rol oynarlar. Bununla birlikte bu kurumlar; uluslararası öğrenci değişim programları, akademik iş birlikleri, kültürel etkinlikler ve dil öğrenimini teşvik ederek küresel iletişimi ve anlayışı artırır. Öyle ki gerek üniversiteler gerek akademisyenler sahip oldukları ağlar sayesinde güçlü birer kamu diplomasisi uygulayıcısı olabilmelerinin yanında akademik dönemler içerisinde yabancı uyruklu öğrenci ve akademisyenleri de programlarına dahil edebilme imkanına sahiptirler (Riordan, 2005, s. 191).

Ayrıca, araştırma ve akademik çalışmalar yoluyla üretilen bilgi, uluslararası topluluğa katkı sağlayarak ülkeler arasında iş birliğini güçlendirir. Üniversiteler; organize ettikleri kongre ve konferanslarla önemli bir etkileşim sahası yaratabilmekte ve bu etkinlikler, yurt dışından gelen ya da yurt dışında ülkeyi temsil eden akademisyenlerin hem bilgi alışverişinde bulunmalarına hem de fikirlerini paylaşmalarına olanak tanımaktadır (Sancar, 2014, s. 93). Bu nedenle, üniversitelerin ve okulların kamu

diplomasisindeki yeri ve önemi, uluslararası ilişkilerin gelişiminde ve sürdürülebilir barışın sağlanmasında vazgeçilmezdir.

2.2.5.4. Kanaat önderleri

Kanaat önderleri; toplumda saygı gören, fikirleri ve tutumlarıyla diğer insanları etkileyebilen ve yönlendirebilen kişilerdir. Bu kişiler, genellikle belirli bir konuda uzmanlaşmış veya toplumun farklı kesimlerinde büyük bir itibara sahiptirler. Medya, akademik çevreler, siyasi liderler, sanatçılar, iş insanları, din adamları veya sivil toplum aktivistleri gibi çeşitli alanlarda kanaat önderleri bulunabilir. Bu kişiler, geniş kitlelere ulaşabilme ve onların düşüncelerini şekillendirme gücüne sahip olduklarından kamuoyunu etkileme ve toplumsal değişimde önemli roller üstlenme potansiyeli taşırlar.

Bu nedenlerle kamuoyu üzerinde etki mekanizmasına sahip olan kanaat önderleri, kamu diplomasisinin önemli birer aktörü haline gelmiştir. Kanaat önderlerinin, toplumun farklı kesimlerini temsil ederek hükümetlerle ve uluslararası toplumla iletişim kurabilmesi önem arz etmektedir. Zira her şeye rağmen kamu diplomasisi uygulamaları, yabancı kamuoyuna tam olarak hitap edememiş olsa da hedef ülkenin elitlerine ve kanaat önderlerine daha yüksek oranda hitap edebilmiştir (Tench ve Yeomans, 2006, s. 132). Bu şekilde hedef ülkenin kanaat önderlerinin etkilenmesiyle iletilmek istenen mesajlar hedef ülkenin kamuoyuna daha etkili şekilde ulaştırılabilmektedir. Bu durum esasında iki aşamalı akış modelinin ana prensibini oluşturmaktadır. İki aşamalı akış modelinde kanaat önderleri de aslında alıcı pozisyonunda olmasına rağmen mesajı özümledikten sonra gönderici konumuna gelmektedir. Dolayısıyla takipçiler, mesajı kanaat önderlerinin değerlendirdiği şekilde algılamış olurlar (Yaylagül, 2013, s. 58).

2.2.5.5. İç hedef kitle

Kamu diplomasisinde, devletler sadece diğer devletlerin halkını hedef kitle olarak değil, aynı zamanda kendi vatandaşlarını da hedef kitle olarak benimseyerek stratejilerini şekillendirirler. Zira kamu diplomasisi açısından iç hedef kitle oluşturmak, sosyal paydaş olarak değerlendirilmekte ve dış politikada avantaj elde etmek için, öncelikle iç politikada tutarlılık ve devamlılık sağlanmalıdır (Sancar, 2012, s. 96). Bu nedenle kamu diplomasisinin başarılı olabilmesi için devletlerin öncelikle kendi halklarıyla etkili iletişim kurmaları gerekmektedir.

İç hedef kitle, kamu diplomasisinde stratejik bir öneme sahiptir ve genellikle yerel topluluklar veya iç kamuoyunu temsil etmekte ve bir ülkenin iç politikası, kültürel değerleri ve toplumsal normları üzerinde doğrudan etkiye sahip olan kesimlerden oluşmaktadır. Bu nedenle, iç hedef kitle ile etkili iletişim kurmak ve onların desteğini kazanmak, kamu diplomasisi açısından kritiktir. Zira bir ülkenin vatandaşları ulusal markayı aynı değerlerle paylaşmıyorsa o ülkenin uygulamış olduğu kamu diplomasi faaliyetleri başarılı bir şekilde yürütülemeyecektir (Potter, 2009, s. 56).

Ayrıca, iç hedef kitle, uluslararası ilişkilerdeki gelişmeler hakkında bilgilendirilerek ve bilinçlendirilerek kamuoyunun desteğini almak için de kullanılır. Bunun yanı sıra, iç hedef kitle aracılığıyla ülkenin dış politika hedefleri ve faaliyetleri hakkında geniş bir anlayış ve kabul oluşturulması hedeflenir. Bu nedenle, iç hedef kitlenin doğru bir şekilde yönetilmesi ve etkilenmesi, kamu diplomasisinin başarılı bir şekilde uygulanmasında hayati rol oynar. Bir devletin iç hedef kitlesiyle etkili bir iletişime sahip olması, kamu diplomasisinin hedeflerine ulaşmak için vazgeçilmez bir araçtır ve ulusal çıkarların korunması ve ilerletilmesi açısından büyük önem taşır.

2.2.5.6. Medya

Medyanın kamu diplomasisindeki yeri ve önemi oldukça büyüktür. İletişim teknolojilerinin gelişimi, medyanın uluslararası kamuoyuna daha hızlı erişmesini sağlayarak etki alanını genişletmesini mümkün hale getirmiştir (Güngör, 2013, s. 51). Kamu diplomasisi stratejistlerine göre ulusal imaj medya yoluyla yönetilebilmektedir. Medyadan gelen mesajlar, medya tüketicileri tarafından çeşitli şekillerde değerlendirilerek ulusal imajın oluşmasına katkı sunar (Chitty, 2009, s. 319).

Bu durumda hükümetler; ülkelerinin politikalarını, kültürlerini ve değerlerini ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtmak için medya aracılığıyla çeşitli kamu diplomasisi faaliyetlerinde bulunurlar (Aydemir, 2016, s. 166). Ülkenin kültürel değerlerini tanıtmaya amacıyla ülkenin tarihi, sanatı, mutfağı ve geleneklerine yer verilmekte ve bu amaçla belgeseller, dizi ve film projeleri yapıldığı görülebilmektedir. Ekonomik anlamda ülkenin imajını güçlendirmek için kalkınma projeleri, yenilikçi teknolojiler ve yatırım fırsatları üzerine hazırlanan haber programları ve reklam kampanyaları medyada yer alabilmektedir. Bununla birlikte insani yardım projeleri, kriz bölgelerinde yapılan yardımlar ve sağlık hizmetleri gibi konular sosyal medya kampanyaları ve haber bültenleri aracılığıyla geniş kitlelere ulaştırılabilmektedir.

Ayrıca, uluslararası iş birlikleri ve diplomatik girişimler hakkında yapılan röportajlar, basın açıklamaları ve stratejik iletişim kampanyaları, ülkenin barışçıl ve iş birliğine açık bir imaj sergilemesini sağlamaktadır.

Bu kapsamda medyanın, uluslararası toplumun dikkatini çekmek ve olumlu bir imaj oluşturmak için güçlü bir araç olarak kullanılabildiği görülmektedir. Ayrıca hükümetler medya sayesinde; dünya kamuoyunu kendi lehlerine çevirebilmekte, başka bir ülkenin yürüttüğü propagandayı etkisiz hâle getirebilmekte ve karşı propaganda yapabilmektedir (Akarcalı, 2003, s. 3-4). Bu nedenle, medyanın kamu diplomasisindeki yeri stratejik bir öneme sahiptir ve etkili bir medya stratejisi, bir ülkenin uluslararası ilişkilerdeki etkisini artırabilir ve uluslararası itibarını güçlendirebilir.

2.2.5.7. Özel sektör ve çok uluslu şirketler

Özel sektör ve çok uluslu şirketler, günümüzde kamu diplomasisinde giderek daha önemli bir rol oynamaktadır. Çok uluslu şirketler, hangi bölgelerin veya ülkelerin ekonomik büyüme ve istihdam fırsatlarını artıracak yatırımları çekebileceğini ve yeni üretim tesislerinin nerelere kurulacağını belirleyen kuruluşlardır (Koçtürk, 2012, s. 36). Bu nedenle küreselleşmenin artmasıyla birlikte, bu şirketler uluslararası ilişkilerde de belirleyici bir etkiye sahip olmuşlardır. Uluslararası arenada faaliyet gösteren şirketler, genellikle ürettikleri ürün veya şirketin adı aracılığıyla ulus-devletin imajını olumlu yönde etkilemektedir (Kunzick, 2003, s. 68). Bu noktada Google, Apple, IBM, Coca Cola, Microsoft, Toyota, Samsung, Mercedes ve IKEA gibi markaların sadece ürünleriyle değil, aynı zamanda ülkelerin imajına katkı sağlayan önemli şirketler olduğu görülmektedir (Köksoy, 2013, s. 248).

Özellikle çok uluslu şirketler, küresel pazarlarda faaliyet gösterirken farklı ülkeler arasında köprü görevi görmekte ve kültürel alışverişi teşvik etmektedirler. Ayrıca, bu şirketler; sürdürülebilirlik, sosyal sorumluluk ve çevresel koruma gibi birçok konuda yaptıkları çalışmalarla uluslararası toplumun dikkatini çekebilmekte ve bu sayede olumlu bir algı oluşturarak uluslararası iş birliğini de teşvik edebilmektedir. Bu nedenle, özel sektör ve çok uluslu şirketler; kamu diplomasisinin önemli bir parçası haline gelmiş ve uluslararası ilişkilerin şekillenmesinde etkili bir role sahip olmuştur.

2.2.5.8. Baskı grupları

Baskı grupları, belirli bir konuda ortak bir amacı paylaşan ve bu amaçları için siyasi, ekonomik veya sosyal baskı uygulayan örgütlenmelerdir. Baskı grupları arasında çevre örgütleri, insan hakları grupları, sanayi ve ticaret odaları ile işçi sendikaları yer almaktadır. Siyasi, dini veya etnik temelli baskı grupları, genellikle belirli bir politika değişikliğini veya toplumsal bir sorunun çözümünü savunarak devletlerin politikalarını kendi istekleri doğrultusunda yönlendirmeye çalışırlar ve bu doğrultuda hükümetleri veya uluslararası kuruluşları etkilemeyi hedeflerler (Sönmezoğlu, 2000, s.38). Bu gruplar, kamuoyunu bilgilendirme, farkındalık yaratma ve hükümetleri harekete geçirme konusunda önemli bir işlev görürler.

Ayrıca, uluslararası alanda baskı gruplarının etkisi de giderek artmaktadır. Uluslararası insan hakları örgütleri, çevre koruma grupları ve küresel sağlık kampanyaları gibi gruplar, uluslararası ilişkilerde önemli değişikliklere neden olabilirler. Bu nedenle, baskı gruplarının kamu diplomasisindeki yeri ve önemi, politika yapım süreçlerine katılımı ve toplumsal değişimdeki etkileri açısından giderek daha fazla önem kazanmaktadır.

2.2.5.9. Uluslararası kuruluşlar

Uluslararası kuruluşlar, kamu diplomasisinde ve uluslararası ilişkilerin yönlendirilmesinde etkili bir araç olarak kabul edilir. Bu kuruluşlar; devletler arasında ortaya çıkabilecek askeri, ekonomik ve hukuki anlaşmazlıkların çözümünde kritik bir öneme sahiptir (Sancar, 2014, s. 17). Genellikle devletler arası iş birliğini teşvik eden bu kuruluşların, küresel sorunlara çözüm bulma çabalarını destekleyip uluslararası topluluğun ortak değerlerine vurgu yaparak dünyada barışın tesisi noktasında etkili olacakları düşünülmektedir (Ertürk ve Şeşen, 2016, s. 63). Örneğin Birleşmiş Milletler, Dünya Bankası, Uluslararası Para Fonu gibi uluslararası kuruluşlar; küresel barış ve güvenliği sağlamak, kalkınmayı teşvik etmek ve uluslararası ekonomik istikrarı korumak gibi hedefler doğrultusunda çalışmaktadır.

Uluslararası kuruluşların, devletler arasında diyalogun ve iş birliğinin artırılmasına yardımcı olurken aynı zamanda uluslararası ilişkilerde normların belirlenmesinde ve uygulanmasında da kilit bir rol oynadıkları görülmektedir. Bu kuruluşlar, devletlerin

yanı sıra sivil toplum örgütleri, özel sektör ve diğer paydaşlarla da iş birliği içinde çalışarak uluslararası ilişkilerde köprüler kurarlar ve çok taraflı diplomatik çabaların başarılı olmasına katkıda bulunurlar.

2.3. Diplomatik İletişimde Dönüşüm: Geleneksel ve Yeni Kamu Diplomasisi Karşılaştırması

Geleneksel kamu diplomasisi ve yeni kamu diplomasisi, uluslararası ilişkiler alanında farklı diplomatik yaklaşımları ifade eder. Geleneksel kamu diplomasisi, genellikle devletlerin resmi temsilcileri aracılığıyla gerçekleştirilirken yeni kamu diplomasisinde halklar ve sivil toplum örgütlerinin öne çıktığı görülmektedir (Demir, 2012, s. 20).

Diğer yandan, yeni kamu diplomasisi, iletişim teknolojilerinin gelişimiyle birlikte ortaya çıkmıştır. Bu diplomasi türü, hükümetlerin ve uluslararası kuruluşların halklarla doğrudan iletişim kurmasını vurgular. Öyle ki Snow (2009), geleneksel kamu diplomasisinin devletten halka G2P (government to people) şeklinde işlediğini belirtirken, yeni kamu diplomasisinin ise insandan insana P2P (people to people) şeklinde işleyen bir yapıya sahip olduğunu ifade etmiştir (s. 6). Özellikle internet ve sosyal medya gibi dijital platformlar, yeni kamu diplomasisinin önemli araçlarıdır. Bu platformlar aracılığıyla gerçekleştirilen iletişim ve etkileşim, hükümetlerin uluslararası toplumla daha geniş bir kitleye doğrudan erişim sağlamasını mümkün kılar.

Ayrıca geleneksel kamu diplomasisi, politik menfaatler ve propaganda üzerine kuruluyken yeni kamu diplomasisi kurumsal markalaşma ve iş birliğine odaklanmaktadır. Medya perspektifinden bakıldığında, geleneksel kamu diplomasisi iç ve dış haberlerde şeffaf bir bilgi akışı sağlarken yeni kamu diplomasisinde bu akış daha karmaşık ve belirsizdir. Bununla birlikte geleneksel kamu diplomasisi uluslararası imaj ve itibar üzerine yoğunlaşırken yeni kamu diplomasisinde yumuşak güç ve ulusal marka daha fazla ön plana çıkmaktadır (Cull, 2009, s.14).

Geleneksel kamu diplomasisi ve yeni kamu diplomasisi arasındaki bir diğer önemli fark, iletişim araçları ve yöntemleridir. Geleneksel kamu diplomasisi, genellikle resmi hükümet temsilcileri ve diplomatlar aracılığıyla gerçekleştirilirken, yeni kamu diplomasisi dijital iletişim araçlarının kullanımını vurgular. Bu bağlamda, geleneksel

kamu diplomasisi resmi ve kurumsal iletişimi temsil ederken, yeni kamu diplomasisi bireyler arası etkileşimi ve kültürel alışverişi teşvik eder.





3. DİJİTALLEŞME SÜRECİNDE KAMU DİPLOMASİSİ VE SOSYAL MEDYA

3.1. Kamu Diplomasisi ve Dijital İletişim

İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler sayesinde bilginin dolaşımı hızlanmış ve bu durum diplomasinin dönüşüm sürecinde etkili olmuştur (Manor ve Pamment, 2019, s. 93-131). Dijitalleşme sürecindeki bu gelişmelerin etkisiyle diplomasi literatüründe yeni kavramlar ortaya çıkmaya başlamıştır. Dijital diplomasi de bu kavramlardan biridir. Dijital diplomasi, geleneksel diplomasi pratiklerinin dijital teknolojilerle entegre edilmesini ifade eder ve devletlerin dijital platformları etkin bir şekilde kullanarak dış politika hedeflerini desteklemesini sağlar. Bu yeni diplomasi anlayışı sıklıkla "e-diplomasi", "sanal diplomasi" ve "diplomasi 3.0" terimleriyle de anılmaktadır (Kurt, 2018, s.26).

Dijital diplomasi, zamanla stratejik iletişim süreçlerinin önemli bir parçası haline gelmiştir. Hemen hemen her aktör; tarihlerini, değerlerini, kültürlerini, bilimsel ve diğer başarılarını sergilemek için bir internet sitesine sahiptir (Gilboa, 2008, s. 55-77). Bu kapsamda devletler ve uluslararası aktörler de dijital iletişim araçları üzerinden iletişim kurarak mesajlarını yaymak, politikalarını tanıtmak ve itibarlarını yönetmek için çeşitli stratejiler geliştirmektedirler. Ayrıca dijital diplomasinin global bilgi alışverişini hızla gerçekleştirebiliyor olması, bu aktörler açısından diğer araçları ortadan kaldırmaya başlamıştır (Copeland, 2013, s. 454). Bu noktada aktörlerin dijital diplomasi uygulamalarında; şeffaflık, açıklık ve gerçekçi bilgiler temel alınmakta, yanıltıcı bilgilerin yayılması ise reddedilmektedir (Rugh, 2014, s. 77-78).

Bununla birlikte dijital diplomasinin politika hedefleri sekiz temel noktada özetlenebilmektedir. Bunlar; bilgi yönetimi, kamu diplomasisi, enformasyon yönetimi, konsolosluk iletişimi, afet yönetimi, internet özgürlüğü, dış dijital kaynaklardan faydalanma ve politika planlama şeklinde sıralanabilir. Bu hedefler, ulusal çıkarlar doğrultusunda üretilen bilgilerin etkin bir şekilde paylaşılmasını ve kullanılmasını, dijital platformlarda etkili bir şekilde vatandaşlara ulaşılmasını, kriz anlarında doğru bilgiye ulaşımı, konsolosluk hizmetlerinin iyileştirilmesini, afet yönetiminde dijital ağların kullanımını, internet özgürlüğünün savunulmasını, dış dijital kaynaklardan yararlanılmasını ve politika oluşturma süreçlerinin

iyileştirilmesini amaçlar. Bu hedefler, dijital diplomasinin dış politikada geniş bir yelpazede etki sağlamasına ve ulusal çıkarlar doğrultusunda etkili bir şekilde kullanılmasına olanak sağlar (Hanson, 2012, s. 1-41).

Dijital diplomasisi aynı zamanda uluslararası iletişimde çevrimiçi itibar yönetimi stratejilerini de içermektedir. Bu, ülkelerin ve diplomatik misyonların, çevrimiçi ortamlarda olumlu bir imaj oluşturmak ve itibarlarını korumak için çaba harcamalarını içerir. Ayrıca kriz durumlarında veya uluslararası tartışmalarda, dijital kamu diplomasisi, doğru bilgiyi yaymak ve toplumları yanlış bilgilendirmeye karşı korumak için kritik bir rol oynayabilir. Bu noktada dışişleri bakanlıkları, elçilikler ve uluslararası kuruluşlar; dijital platformlar sayesinde krizleri değerlendirebilmekte, karar süreçlerini organize edebilmekte, halkın beklentilerini yönetebilmekte ve kriz sonrası iyileşme çalışmalarını yürütebilmektedir (Bjola, 2017).

Devletler ve diğer aktörler, dijital iletişim araçlarını kullanarak uluslararası iletişimi teşvik etme stratejileri geliştirir, çevrimiçi platformlarda iş birliği yaparak uluslararası meseleleri ele alma ve çözme çabalarında bulunur. Bu yaklaşım, kültürel alışverişi artırma, politikalarını tanıtmaya ve halklar arasında etkileşimi güçlendirme amacını taşır. Sivil toplum örgütleri, akademisyenler, gazeteciler ve diğer ilgili paydaşlarla iş birliği yaparak, bu çabalar uluslararası topluluğun farklı bakış açılarını bir araya getirir ve çözümler bulma sürecine katkı sağlar. Bu şekilde, dijital kamu diplomasisi, devletlerin uluslararası ilişkilerde etkin bir şekilde iletişim kurmasını ve küresel sorunlara daha kapsamlı çözümler bulmasını sağlar.

3.2. Sosyal Medyanın Tarihsel Gelişimi

İnsanoğlu var olduğu günden beri hayatta kalabilmek için topluluklar halinde yaşama eğiliminde olmuştur. Topluluktaki diğer bireylerle sağlıklı bir şekilde anlaşabilmek ve bu sayede hayatta kalma olasılığını daha da arttırabilmek için ise çeşitli iletişim araçları geliştirmiştir. Bu araçlar çağın koşullarına göre çeşitli gelişmeler ve değişimler göstermiştir.

Duman, posta güvercini gibi iletişim araçlarının yerini günümüzde teknolojinin gelişmesiyle internet ağları almaya başlamıştır. İnternet kelimesi, “inter” (arasında) ve “net” (ağ) kelimelerinin birleşimiyle oluşmuştur ve Türkçede “ağlar-arası” anlamına gelmektedir. İnternet sayesinde insanlar, ağlar aracılığıyla birbirleriyle ve dünyayla bağlantı kurma imkanına sahip olmuştur. Böylece internetin dünyadaki bilginin aktarımcısı olarak, gelişen teknolojiyle birlikte değişen ve toplumsal yaşamı da tüm dinamikleriyle değişime sürükleyen kullanışlı bir iletişim aracı olmasının yanı sıra, zaman ve mekan farklarını ortadan kaldıran bir çalışma ortamı, sonsuz ve dağınık bir kütüphane, her kullanıcının kişisel haberciliğini yapabileceği bir yayın ajanı ve dünyanın tamamına ulaşma imkânı olan bir pazarlama merkezi olarak (Ersöz ve Meral, 2011, s. 149) işlev gördüğü söylenilebilir.

Sosyal medyanın evrimi, internetin gelişimine paralel olarak ilerlemiştir ve bu süreçte "Web 1.0" ve "Web 2.0" kavramları önemli rol oynamıştır. Web 1.0 dönemi, internetin ilk aşamasını ifade eder ve genellikle "okuma webi" olarak adlandırılır. Bu dönemde, içerik tüketimi ana odak noktası olmakla beraber kullanıcılar genellikle pasif bir şekilde web sitelerini ziyaret eder, bilgiyi tüketir ve araştırma yapardı. Web 1.0'da kullanıcılar içerik oluşturamaz veya paylaşamazdı; bu, genellikle web sitesi sahipleri ve işletmeler tarafından kontrol edilen bir ortamdı.

Web 1.0 ile başlayan dijitalleşme süreci, bireylerin katılımında bulunabildiği interaktif bir süreci ifade eden Web 2.0 dönemiyle devam etmiştir. Web 2.0 kavramı, ilk kez 2004 yılında Tim O'Reilly tarafından kullanılmıştır (Kara, 2013, s. 28). Web 2.0 kavramı; başta sosyal ağ siteleri olmak üzere web tabanlı özgür ansiklopedileri, bilgiye erişimi kolaylaştıran ikinci nesil internet hizmetlerini yani internet kullanıcılarının birlikte paylaşarak oluşturdukları internet sistemini ifade etmektedir (O'Reilly, 2007, s. 18). "Katılımcı web" veya "etkileşimli web" olarak da bilinen Web 2.0; kullanıcıların içerik oluşturmaya, paylaşmaya ve etkileşimde bulunmasına olanak tanımaktadır.

Web 2.0'da yaşanan gelişmeler sonucunda sosyal medya kavramı insanların ilgi odağı haline gelmiştir. Sosyal medya “insanların fikirlerini, görüşlerini, deneyimlerini, perspektiflerini paylaşmak ve birbirleriyle iletişim halinde bulunmak için kullandıkları online platformlar” olarak tanımlanabilir (Taşcı, 2010, s.73). Bireylerin birbirleriyle

karşılıklı etkileşim içinde bulunabildiği bu platformlar, günümüzde insanların en temel iletişim ve kendilerini ifade etme kanallarından biri haline gelmiştir.

Öte yandan Web 2.0'ın yükselişi, sosyal medyanın dijital kamu diplomasisi açısından önemli bir araç haline gelmesine neden olmuştur. Sosyal medya platformları, devletlerin ve uluslararası aktörlerin uluslararası ilişkilerde etkili bir şekilde varlık göstermesini sağlamaktadır. Devletler ve uluslararası aktörler sosyal medya sayesinde politikalarını ve değerlerini tanıtabilmekte ve dünya çapında geniş kitlelere ulaşabilmektedirler. Bununla birlikte devletler, sosyal medya aracılığıyla kamuoyu ile doğrudan etkileşime geçip yorumlara yanıt vererek ve içerikleri beğenip paylaşarak kamu diplomasisini günlük yaşamın sıradan bir parçası haline getirmekte ve devlet ile vatandaş arasındaki mesafeyi azaltmaktadır (Manor ve Pamment, 2019, s. 5). Ayrıca, sosyal medya platformları, devletlerin kriz anlarında hızlı ve etkili bir şekilde iletişim kurmalarına da olanak tanımaktadır (Bjola, 2015, s. 4). Acil durumlar veya doğal afetler gibi durumlarda devletlerin sosyal ağları aktif bir şekilde kullanmaları; hızlı yanıt verme, etkili müdahale, doğrudan iletişim kurma ve şeffaf olma gibi faktörlerle birleşerek bu tür olumsuz etkilerin azaltılmasına katkı sağlayabilmektedir (Solis, 2008, s. 3).

İnternetin evrimi devam ederken Web 3.0 ortaya çıkmıştır. Semantik web olarak da bilinen Web 3.0, kullanıcı verilerini analiz ederek kişiselleştirilmiş deneyimler sağlayan bir teknoloji sunmaktadır (Aldemir, 2019, s. 55). Web 3.0, büyük veri analitiği ve yapay zekâ kullanımıyla bilgilerin daha verimli işlenmesini ve kullanıcıların ihtiyaçlarına göre özelleştirilmiş içerikler sunulmasını mümkün kılar. Web 3.0'ın bu yetenekleri, Diplomasi 3.0'ın temelini oluşturan daha sofistike, veri odaklı ve kişiselleştirilmiş diplomatik stratejilerin geliştirilmesini sağlar. Diplomasi 3.0, aynı zamanda dijital diplomasi olarak da adlandırılmakta olup dijital teknolojilerin ve web platformlarının kullanımıyla modern diplomatik uygulamaların evrimini ifade etmektedir.

Son olarak, Web 4.0 ise akıllı ve simbiyotik web olarak adlandırılmaktadır. Bu dönem, insan-makine etkileşimlerinin daha entegre ve doğal hale geldiği bir aşamayı temsil etmektedir. Web 4.0 çağında, makinelerin artan zekâ ve hız kapasiteleriyle birlikte web içeriğinin işleme süreçlerini belirleyeceği öne sürülmekte ve bu bağlamda, okuma, yazma ve yürütme işlemlerinin eş zamanlı olarak ilerleyeceği öngörülmektedir (Patil

ve Surwade, 2018, s. 810-814). Artırılmış gerçeklik, sanal asistanlar ve blokzincir teknolojileri bu dönemin temel unsurlarıdır. Web 4.0, daha kişiselleştirilmiş ve etkileşimli deneyimler sunarak internetin gelecekte nasıl şekilleneceğine dair önemli ipuçları vermektedir. Bu bağlamda, Web 4.0'ın sunduğu gelişmiş iletişim teknolojilerinin dijital diplomasiye yeni imkanlar ve stratejiler kazandırması beklenmektedir. Devletlerin ve diplomatik kurumların uluslararası arenada daha etkin ve dinamik bir varlık göstermesine olanak tanıyan bu teknolojiler, dijital diplomasi uygulamalarının daha etkili hale gelmesini sağlamaktadır.

3.3. Sosyal Medya Araçları

Sosyal medya araçları; kullanıcıların içerik oluşturmaya, paylaşmaya ve etkileşimde bulunmaya olanak tanıyan dijital platformlardır. Bu araçlar, bireyler ve topluluklar arasında hızlı ve geniş kapsamlı iletişim kurulmasına olanak sağlamaktadır. Sosyal medya araçları hem işlev hem de içerikleri bakımından birbirinden farklı özellikler göstermektedir. Bu farklılık sosyal medya araçlarının sayılarının giderek artmasına neden olmuştur. Bu noktada Erragcha ve Romdhane (2014) “social media landscape” adını verdikleri bir sosyal medya manzarası ortaya koymuşlardır (s. 80).



Resim 3.1. Sosyal Medya Manzarası (Social Media Landscape)

Kaynak: Erragcha ve Romdhane, 2014, s. 80.

Görselde görüldüğü üzere Web 2.0 sırasıyla; sosyal medyayı, dijital sosyal ağları, dijital sosyal ağ sitelerini, sosyal siteler ve arama sitelerini çevrelemektedir. Kullanıcıların metin, ses ve görüntü içeriklerini paylaşmalarına olanak tanıyan çeşitli platformların yer aldığı Web 2.0 döneminde; kullanıcılar artık sadece yazılı mesajlar göndermekle kalmayıp video ve ses kayıtlarıyla da iletişim kurabilmekte ve içerik üretebilmektedirler. Bu sayede, web kullanıcıları daha zengin ve etkileşimli iletişim ortamları oluşturabilmektedirler.

Nasıl ki sosyal medya kavramı birbirinden farklı birçok tanımlamaya sahipse sosyal medya araçları da bu doğrultuda çeşitlenmektedir. Mayfield (2008)'a göre sosyal medya sitelerinin ana formları “wikiler”, “bloglar”, “mikro bloglar”, “sosyal ağlar”, “podcastler”, “forumlar”, “içerik paylaşım toplulukları” ve “podcastler”dir (s. 6).

3.3.1. Wikiler

Wikiler, sözcük anlamına bakıldığında Hawai dilinde “hızlı” anlamına gelen “wiki” sözcüğünden türemiştir (Wagner, 2004, s. 269). Kullanıcıların belirli bir topluluk içinde çevrimiçi olarak bir araya gelerek yazılım altyapısı aracılığıyla yeni sayfalar oluşturabilmelerine, bu sayfalarda değişiklikler yapabilmelerine ve sayfalar arasında bağlantılar kurabilmelerine imkân tanıyan web sitelerini ifade eder.

Kullanıcılar, wikilerde iş birliği yaparak bilgi oluşturma, değiştirme ve düzenleme yetkileriyle ortak bir bilgi havuzuna katkıda bulunurlar. Bu süreçte, bilginin üretilmesi kadar önemli olan şey, kullanıcılara verilen rollerdir. Kullanıcılar bu rollerde; kendi bilgi ve deneyimlerini ekleyerek bir yazar rolünü üstlenir, diğer bilgileri bağlamsal olarak birbirine entegre ederek editörlük yapar ve düzeltmeleri kontrol ederek hakem rolünü de yerine getirmiş olur (Okur, 2013, s.138).

3.3.2. Bloglar

Bloglar, web günlüğü ya da çevrimiçi günlük olarak da adlandırılan bir tür web siteleridir (Aydede, 2006, s.1). Genellikle bireyler ya da gruplar tarafından düzenli olarak güncellenir ve genellikle kişisel düşünceleri, deneyimleri, bilgileri veya çeşitli konulardaki içerikleri paylaşmak için kullanılır. Bloglar, belirli bir konuya

odaklanabilirler (örneğin seyahat, teknoloji, moda, sağlık gibi), kişisel günlük tarzında olabilirler veya belirli bir niş kitleye hitap edebilirler.

Ayrıca bloglar, genellikle en yeni içeriklerin en üstte olduğu bir zaman çizelgesi gibi düzenlenir ve ziyaretçilerin yorum bırakmasına izin verirler, böylece ziyaretçiler içerik sahibiyle etkileşime geçebilirler. Yazılı, görsel ve hatta sesli içeriklerle de dolu olabilen bloglar, internetin kullanılabilirliğini ve katılımını artırmak için birçok farklı formatı desteklemektedirler.

3.3.3. Mikrobloglar

Mikrobloglar belirli bir karakter sınırlaması dahilinde kısa ve öz içeriklerin hızla paylaşıldığı, mobil cihazlarla kolayca erişilebilen sosyal medya platformlarıdır. Mikrobloglar, kullanıcılarının anlık düşüncelerini, duygularını veya diğer içerikleri hızlı bir şekilde paylaşmasını sağlar. Kullanıcılar mikrobloglarda kısa metinler paylaşmanın yanı sıra, görsel ve işitsel içerikler de paylaşabilmektedirler. Bu platformlar, içeriğin hızla yayılmasına olanak sağlamakla birlikte cep telefonları gibi mobil araçlar üzerinden rahatlıkla kullanılabilen bir iletişim formatı sunar (Ying, 2012, s. 17-18). Bu platformlar arasında günümüzde en bilineni ise X, yani eski adıyla Twitter'dır.

3.3.4. Forumlar

Forumlar; çevrimiçi topluluklar tarafından belirli konular hakkında tartışma, bilgi paylaşımı ve etkileşim için kullanılan internet tabanlı iletişim mecralarıdır. Forumlar, genellikle belirli bir konu veya ilgi alanı etrafında toplanmış kullanıcılar tarafından oluşturulan birçok başlık altında kategorize edilmiş gönderilerden oluşur.

Forumların temel özellikleri arasında katılım, moderasyon, anonimlik, içerik oluşturma ve bilgi paylaşımı bulunur. Kullanıcılar belirli konular altında başlıklar açabilir, mesajlar gönderebilir ve diğer üyelerle etkileşimde bulunabilirler. Bu bağlamda forumlar kullanıcılara kişisel ilgi alanları hakkında bilgi edinmek, güncel haberleri takip etmek, diğer kullanıcıların düşüncelerinden, önerilerinden ve deneyimlerinden faydalanmak için etkili bir iletişim ortamı sunar (Zafarmand, 2010, s. 32).

3.3.5. Podcastler

Podcast terimi, 'iPod' markasından alınan "pod" ve "broadcast" kelimesinden alınan "cast"ın birleşiminden oluşmuştur (Akar, 2010, s. 106). "iPod", Apple tarafından geliştirilen ve popüler hale gelen taşınabilir bir medya oynatıcısıdır. "Broadcast" ise genel olarak radyo veya televizyon gibi bir yayının geniş bir kitleye iletilmesi anlamına gelmektedir.

iPod'un popülerliğinin artması ve internet üzerinden yayınlanan ses içeriklerinin bu cihazlar aracılığıyla dinlenmesinin yaygınlaşmasıyla, podcastler bu ses dosyalarının internet üzerinden indirilip dinlenmesine olanak tanıyan bir yayın formatı olarak adlandırıldı ve böylece "podcast" terimi ortaya çıktı. İlk başlarda sadece iPod kullanıcıları için düşünülen bu yayın formatı, daha sonra diğer taşınabilir medya oynatıcıları ve çeşitli dijital platformlar üzerinden geniş kitlelere ulaşmaya başladı. Günümüzde, podcastler internet üzerinden yayınlanan ve geniş bir konu yelpazesini kapsayan sesli içerikler olarak popülerliğini korumaktadır.

3.3.6. İçerik paylaşım siteleri

İçerik paylaşım siteleri; internet üzerinde kullanıcıların çeşitli medya içeriklerini (metin, fotoğraf, video, ses dosyaları vb.) oluşturdukları, paylaştıkları, keşfettikleri ve etkileşime girdikleri platformlardır. Bu siteler, kullanıcılara kendi içeriklerini yayınlama ve oluşturdukları içeriği milyonlarca kişiyle paylaşma imkânı sağlamaktadır (Kahraman, 2013, s. 40-41).

İçerik paylaşım sitelerinin ortaya çıkışı, internetin daha geniş kitlelere ulaşması ve internet bağlantısının hızlanmasıyla birlikte başlamıştır. İlk olarak metin tabanlı içerik paylaşım siteleri, kullanıcıların bloglar aracılığıyla düşüncelerini, deneyimlerini veya bilgiyi paylaşmalarını sağlamıştır. Ardından, fotoğraf paylaşım sitelerinin kullanıcıların görsel içeriklerini yayınlamalarına ve diğer kullanıcılarla paylaşmalarına olanak tanıdığı görülmektedir. Daha sonra, video paylaşım siteleri (örneğin, YouTube) ve Facebook, Instagram, Twitter gibi platformlar kullanıcıların çeşitli medya türlerini paylaşmalarını ve etkileşime girmelerini sağlamıştır.

3.3.7. Sosyal ağlar

Sosyal ağlar, internet üzerinde kullanıcıların diğer kullanıcılarla etkileşimde bulunduğu ve içerik paylaşımı yaptığı çevrimiçi platformlardır. Bu platformlar, insanların bağlantı kurduğu, iletişim kurduğu, bilgi alışverişi yaptığı ve çeşitli aktivitelerde bulunduğu sanal topluluklardır. İnternet tabanlı yapısı ile sosyal ağlar, kullanıcıların açık veya kısmen açık profiller oluşturabildikleri, bağlantılı oldukları kişileri ekleyebilecekleri bir liste yönettikleri ve karşılıklı olarak birbirlerinin listelerini görebildikleri platformlardır (Boyd ve Ellison, 2008, s. 210-230).

Sosyal ağları diğer web 2.0 tabanlı web sitelerinden ayıran birtakım özellikler bulunmaktadır. Örneğin sosyal ağlarda bireylerin görsel ve yazılı şekilde kendilerini tanıtabilecekleri profil sayfalarının bulunması, arkadaş ağının liste halinde kullanıcı profilinde görüntülenebilir olması ve kullanıcıların profil sayfalarında gizli mesajlaşma olanağının bulunması bu özelliklerden bazılarıdır (Rigby, 2008, s. 60).

Ortaya çıkışından bu yana çeşitli sosyal ağ sitelerine bakıldığında ilk olarak, 1997'de tanıtılan SixDegrees görülmektedir. 1997 yılında kullanıcıların profil oluşturup arkadaş listeleri yapmalarına imkân tanıyan SixDegrees, 1998 yılı başlarında kullanıcılara arkadaşlarının listelerine göz atma olanağı sunarak sosyal ağ kavramının popülerleşmesinde önemli rol oynamıştır (Gönenli ve Hürmeriç, 2012, s. 218-219).

Ardından 2003 yılında MySpace, özellikle müzik ve sanat odaklı içeriklerin paylaşımı için popülerlik kazanmıştır. Kullanıcılar, kişisel profillerini özelleştirebilmekte, müzik paylaşabilmekte ve topluluklar oluşturabilmekteydiler.

Ancak, 2004'te Mark Zuckerberg tarafından kurulan Facebook, sosyal medya dünyasını kökten değiştirecek bir etki yaratmıştır. Facebook'un sunduğu arayüz sayesinde arkadaşlarla bağlantı kurma imkânı ve içerik paylaşımı özellikleri, platformu hızla dünya çapında yaygınlaştırmıştır. Bununla birlikte Facebook, kullanıcılarına çeşitli amaçlarla hizmet etmektedir. Bu amaçlar arasında arkadaş çevresi edinme, sosyal çevredeki insanları gözlemleme, çeşitli içerikleri paylaşma, bireysel veya grup halinde oyun oynama, siyasi, ticari ve örgütsel amaçlar ile ihbar gibi faaliyetler bulunmaktadır (Toprak vd., 2009, s. 44).

Diğer yandan YouTube 2005'te video paylaşımı odaklı bir sosyal ağ olarak piyasaya sürülmüştür. Kullanıcılar, kendi ürettikleri videoları YouTube'a yükleyebilmekte ve diğer kullanıcıların videolarını bu platformda izleyebilmektedirler. Bu videolar aile, arkadaş çevreleri ve genel izleyici kitlesiyle paylaşılarak platformun etkileşimli bir mecra olmasına katkıda bulunmaktadır (Haridakis ve Hanson, 2009, s. 317-318).

Ardından 2006'da Twitter -yeni adıyla X- kısa mesajların (tweet'lerin) paylaşıldığı bir mikroblog platformu olarak tanıtılmıştır. Twitter'ın insanların deneyimlerini ve yaşadıklarını kısa cümlelerle paylaşmalarına imkân tanıma amacı taşıyan bir platform olduğu görülmektedir (Aktan, 2017, s. 93). Kullanıcılar, platformun ücretsiz versiyonunda 280 karakterlik tweet'ler paylaşabilmekte, takip ettikleri kişileri izleyebilmekte ve diğer kullanıcılarla etkileşime geçebilmektedirler.

Instagram ise 2010 yılında Kelvin Systrom ve Mike Krieger tarafından geliştirilen, fotoğraf ve video paylaşımı odaklı bir sosyal ağ platformudur (Akgül ve Hekimoğlu Toprak, 2019, s. 78). Kullanıcıların anlık olarak fotoğraf ve video paylaşımı yapabilmelerine olanak tanıyan Instagram, "instant" ve "telegram" kelimelerinin birleşiminden oluşmuştur (Sabuncuoğlu ve Gülay, 2016, s. 113). Kullanıcılar, burada görsel içerikler paylaşabilmekte, diğer kullanıcıların içeriklerini beğenebilmekte ve yorum yapabilmektedirler. Ancak Instagram zaman içinde sadece kişisel içerik paylaşımının ötesine geçerek çeşitli aktörlerin kamu diplomasisi aracı olarak da kullanıldığı bir alan haline gelmiştir.

3.4. Dijital Kamu Diplomasisi ve Sosyal Medya

Günümüzde dijital alandaki gelişmeler, kamu diplomasisi için yeni fırsatlar ve araçlar sunmaktadır. Özellikle hükümetler, küresel medya ekosistemi içinde daha uzun vadeli ilişkiler kurmaya ve yalnızca bilgi aktarmakla kalmayıp aynı zamanda iki yönlü ve simetrik bir iletişim inşa etmeye çalışmaktadır (Kampf, Manor ve Segev, 2015, s. 337). Bu noktada sosyal medyanın karşılıklı etkileşime ve geri bildirimine dayalı yapısı sayesinde dijital kamu diplomasisinde sosyal medyanın giderek artan bir önemi ve etkisi bulunmaktadır.

Dijital kamu diplomasisi sorun yönetimi sürecinde sadece iki yönlü simetrik model değil, ihtiyaca göre asimetrik model veya kamuyu bilgilendirme modelleri de

uygulanabileceğini ifade eden Zhang (2013), bu sayede sosyal medyanın stratejik bir araç olarak daha etkin bir şekilde kullanılabileceğini ileri sürmüş ve kamu diplomasisinde sosyal medyanın çift yönlü etkisini vurgulamıştır. Ona göre sosyal medya, kamu diplomasisi açısından bir yandan fırsatlar sunarken diğer yandan yönetilmesi gereken bir sorun olarak ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda, kamu diplomasisi uygulayıcılarının sosyal medyanın etkisini arttıran süreçlerde stratejik sorun yönetimi becerileri göstermeleri kritiktir. Durumsal bir yaklaşım benimsenerek içinde bulunulan koşullara bağlı olarak farklı hareket tarzlarının belirlenmesi gerekmekte ve ilişkilerin yönetiminde tek tip bir yaklaşım yerine, duruma göre monolog veya diyalog biçimlerinin seçilmesi önemlidir. Buna göre sosyal medyanın dijital kamu diplomasisi bağlamında stratejik sorun yönetimi süreci dört aşamadan oluşmaktadır: İlk aşamada, sorun sosyal medyada belirir ve hızla yayılır. Proaktif aşamada, kamu diplomasisi uygulayıcıları sosyal medyayı takip ederek tepkileri ve yorumları gözlemleyerek dinleme faaliyetini yürütürler. Reaktif aşamada, sorun etrafında tartışmalar oluşur ve pozisyon alınarak savunma stratejileri uygulanır. Son aşamada ise, sorun çözülmüş olsa bile, hedef kitle ile iletişim devam ettirilerek ilişkiler güçlendirilmeye çalışılır (s. 1312-1331).

Diğer yandan sosyal medyanın kamu diplomasisinde etkili bir şekilde kullanılabilmesi için dikkatlice planlanmış altı önemli iletişim stratejisi öne çıkmaktadır. Bunlar; tarafların etkileşim içinde olduğu katılımcı iletişim, kişiselleştirilmiş iletişim, duygusal bağ kurma, güncel konular hakkında bilgi paylaşımı, şeffaf iletişim ortamı ve ağ oluşturmadır. Paydaşların, kitlelerin ve tarafların dahil edilmesi, gönderici ülkenin hedef kitlesine etkili bir şekilde ulaşmasına ve olumlu bir imaj oluşturmaya önemli ölçüde katkı sağlar (Harris, 2013, s. 17-31). Ayrıca hedef kitle ile sosyal medya üzerinden kullanıcı bakış açısından iletişim kurmak devletlerin otorite figürleri olarak değil, daha samimi ve erişilebilir bir şekilde algılanmalarını sağlar (Brockerhoff ve Fisher, 2008).

Sosyal medya platformları, devletlerin ve hükümetlerin uluslararası ilişkilerde ve kamu diplomasisinde etkili bir şekilde varlık göstermesine olanak tanır. Bu platformlar, hükümetlerin ve diplomatik temsilciliklerin hızlı bir şekilde geniş kitlelere ulaşmasını sağlar ve dünya genelindeki farklı hedef kitlelere erişim imkânı sunar. Özellikle Dışişleri Bakanlıklarının yürüttüğü dijital diplomasi uygulamaları;

bireylerden gazetecilere, politika yapıcılardan diğer Dışışleri Bakanlıkları ve büyükelçiliklere kadar geniş ve çeşitli bir kitlenin ilgisini çekmektedir. Bu bağlamda, resmi sosyal medya hesapları, ülkelerin küresel imajlarını sunma ve şekillendirme aracı olarak giderek daha yaygın bir şekilde kullanılmaktadır (Bjola, 2015, s. 7).

Sosyal medyanın kamu diplomasisi açısından gündem belirleme, varlık gösterme ve diyalog üretimi olmak üzere üç ana etki alanı bulunmaktadır. Sosyal medya platformları, dış politika hedeflerine ulaşmak amacıyla yabancı kamuoyunu etkileme stratejilerinin önemli bir bileşeni olarak kabul edilmektedir. Gündem belirleme aşamasında, hangi tür paylaşımların bilgilendirme ve etkileşim amacıyla kullanılacağı stratejik olarak belirlenmektedir. Varlık gösterme faaliyetlerinde, hedef kitlelere ulaşmak için en uygun araçların belirlenmesi önem taşırken; son olarak, etkili iletişim sağlamak için tek yönlü bilgi akışı ile çift yönlü iletişime dayalı diyalog yöntemleri arasında bir tercih yapılmaktadır. (Bjola ve Jiang, 2015, s. 74-75).

Gündem belirleme sürecinde, içerik seçiminin stratejik önemi vurgulanmakta; bu, belirli konuların gündeme getirilerek kamuoyunun ilgisini çekme ve etkileme amacını taşımaktadır. Varlık gösterme faaliyetleri ise, ülkelerin kendilerini tanıtarak ve görünürlüklerini artırarak uluslararası alanda varlıklarını sürdürmeyi hedeflemektedir. Bu, sadece sosyal medya platformlarında etkin olmayı değil, aynı zamanda hedef kitlelerin ana dilinde içerik üretmeyi ve en yaygın sosyal medya araçlarında var olmayı içermektedir. Ayrıca, sosyal medya paylaşımlarının yeniden paylaşılması, mesajın daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlayarak etki alanını genişletmektedir. Son olarak, iletişim sürecinde, sosyal medya platformları diplomatlar ve yabancı kamular arasında sürekli bir diyalog ortamı sağlayarak etkili iletişimi kolaylaştırmaktadır (Bjola ve Holmes, 2015, s. 207- 208).

Bu bağlamda, sosyal medya kullanımı ulusal hükümetlerde olduğu gibi uluslararası kuruluşların da yabancı halklarla ilişki kurmasına olanak tanıyarak diplomatik faaliyetlerin hızını değiştirmiş ve geleneksel prosedürleri dönüştürerek diplomasiinin doğasını yeniden şekillendirmiştir (Summa, 2020, s. 11). 2024 Temmuz ayı itibariyle 2,35 milyar aylık aktif kullanıcı sayısı ile dünyanın en çok kullanılan dördüncü sosyal medya platformu olan Instagram da bu dönüşümün önemli bir parçası haline gelmiştir (Exploding Topics, 2024). Özellikle devletler, uluslararası örgütler ve özel sektör

aktörleri tarafından benimsenerek etkili bir iletişim aracı olarak kullanılmaya başlanan Instagram, devletlerin küresel izleyicilere erişimini artırırken aynı zamanda etkileyici bir iletişim kanalı sağlamaktadır. Uluslararası ilişkilerde yalnızca iletişimi güçlendirmekle kalmayan Instagram, aynı zamanda diğer ülkelerin kamuoylarını etkileme kapasitesiyle de stratejik bir araç olarak öne çıkmaktadır. Dolayısıyla ülkeler ve uluslararası kuruluşlar, kamu diplomasisi faaliyetlerinde Instagram'ı kullanarak kamuoyunu etkileme ve imajlarını şekillendirme noktasında stratejilerini güçlendirme çabası içindedirler.

Öncelikle, ülkelerin dışişleri bakanlıkları veya diplomatik temsilcilikleri, Instagram hesapları üzerinden diğer ülkelerin kamuoylarını etkilemek için çeşitli içerikler paylaşmaktadırlar. Bu içerikler arasında, ülkenin dış politika hedefleri, uluslararası ilişkilerdeki rolü, barış ve istikrar sağlama çabaları gibi konulara odaklanan görsel ve video içerikler yer almaktadır. Burada resmi toplantılar, ziyaretler ve iş birliği faaliyetleri gibi diplomatik faaliyetlerin yanı sıra, zaman zaman daha samimi ve insan odaklı içerikler de görülebilmektedir. Bu şekilde, ülkenin veya uluslararası kuruluşun imajı güçlendirilerek diğer ülkelerin kamuoylarında olumlu bir algı oluşturulması hedeflenir.

Diğer yandan Instagram, kültürel mirasların tanıtımından turistik destinasyonlara kadar ülkenin veya kurumun en güçlü yanlarını vurgulamak için kullanılır. Kültürel etkinlikler; sanatsal gösteriler, müzik konserleri, geleneksel festivaller ve gastronomi etkinlikleri gibi içerikler paylaşarak ülkenin kültürel zenginliği ve çeşitliliği diğer ülkelerin kamuoylarına tanıtılmaktadır. Görsel içerikler aracılığıyla izleyicilere ülkenin zengin kültürel dokusunu, tarihi derinliğini ve doğal güzelliklerini keşfetme fırsatı sunulur. Bu, uluslararası izleyicilerin dikkatini çekerek ülke veya kurum hakkında olumlu bir algı oluşmasına katkı sağlar.

Ayrıca kriz zamanlarında ve acil durumlarda da Instagram, iletişim ve koordinasyon için önemli bir araç haline gelmektedir. Devletler ve uluslararası kuruluşlar, afetler, insani krizler veya diplomatik gerginlikler gibi durumlarda, halkı bilgilendirmek ve krize müdahale etmek için bu platformu aktif bir şekilde kullanır. Acil durum bilgilendirme mesajları, yardım çağrıları ve kriz yönetimi stratejileri gibi içerikler, hızlı bir şekilde geniş kitlelere ulaştırılarak toplumsal destek ve koordinasyon sağlanır.

Son olarak Instagram sayesinde yabancı kamuoyunun katılımı teşvik edilerek halkla ilişkiler güçlendirilmeye çalışılır. Halka açık etkinlikler, bilgilendirme kampanyaları, anketler ve çeşitli etkileşimli içerikler aracılığıyla kamuoyunun görüşleri ve geri bildirimleri alınır. Bu da devletlerin ve uluslararası kuruluşların daha şeffaf, hesap verebilir ve katılımcı bir yönetim anlayışını benimsemelerine olanak sağlar.



4. AVRUPA BİRLİĞİ'NİN GELİŞİM SÜRECİ ve AVRUPA BİRLİĞİ-TÜRKİYE İLİŞKİLERİ

4.1. Avrupa Birliği

Avrupa Birliği (AB); Avrupa'nın siyasi, ekonomik ve toplumsal entegrasyonunu sağlamak amacıyla oluşturulmuş hükümetlerüstü bir örgüttür. AB, üye ülkeler arasında serbest dolaşımı, ortak bir iç pazarı ve birlikte karar alma mekanizmalarını teşvik ederek Avrupa'nın barış, istikrar ve refahını artırmayı hedefler.

Avrupa Birliği'nin kökenlerine bakıldığında, II. Dünya Savaşı'nın ardından Avrupa'nın yeniden yapılandırılması ihtiyacının bir sonucu olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Savaşın yıkıcı etkileri ve tarihsel düşmanlıkların bir sonucu olarak, Avrupa liderleri barışı sağlamak ve ekonomik iş birliği ile kıtada istikrarı sağlamak amacıyla bir araya gelmişlerdir. Bu süreçte, Robert Schuman'ın önderliğinde 1950'de sunulan Schuman Bildirisi önemli bir kilometre taşı olmuştur. Bildiride, Fransız dışişleri bakanı Robert Schuman, Almanya ve Fransa'nın kömür ve çelik üretimini ortaklaştırarak gelecekteki savaşların önüne geçmeyi ve Avrupa'nın ekonomik entegrasyonunu sağlamayı önermiştir. Fransa'nın bu önerisi Belçika, Federal Almanya, Hollanda, İtalya ve Lüksemburg dahil olmak üzere altı Avrupa ülkesi arasında imzalanan Paris Antlaşması ile gerçekleşen Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğu'nun (AKÇT) kuruluşu ile sonuçlanmıştır (Kutlu, 2008, s. 181-182).

Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğu'nun hedefleri oldukça çeşitlidir. Bu hedefler arasında, daha verimli bir üretim ve dağıtım altyapısı oluşturma amacı öne çıkmaktadır. Bu bağlamda, Belçika, Federal Almanya, Lüksemburg, Fransa, İtalya ve Hollanda'dan oluşan altı üye ülkenin kömür ve çelik piyasalarını entegre ederek sektörlerin birleşmesi ve böylelikle verimliliğin artması hedeflenmektedir. Ayrıca, AKÇT'nin maliyetleri azaltma ve kömür ile çelik üretim ve tüketimini uluslararası düzeyde denetleyerek uluslararası iş birliğini güçlendirme amacı da bulunmaktadır. Bu çabaların sonucunda, ülkeler arasında barışın sağlanması ve Avrupa'da kömür ve çelik topluluğu gibi diğer sektörlerde yeni birliklerin oluşturulmasına zemin hazırlanması hedeflenmektedir (Özgüven, 1982, s. 11-12).

AKÇT'nin kısa sürede başarılı sonuçlar doğurmasının ardından kurucu altı ülke, Avrupa Ekonomik Topluluğu (AET) ve Avrupa Atom Enerjisi Topluluğu'nun (EURATOM) kurulmasını öngören 1957 Roma Antlaşması ile aralarındaki iş birliğini daha da genişletme kararı almışlardır. Avrupa Ekonomik Topluluğu'nun kuruluş amacı, üye ülkelerin refahını maksimize etmek için ortak bir pazar oluşturup üye devletlerin ekonomi politikalarının uyumunu artırarak sürekli bir gelişme sağlamaktır (Karluk, 1996, s. 46-47). EURATOM ise nükleer enerji alanında iş birliği yapılmasını amaçlamaktadır. Sonrasında 1965 yılında imzalanan Füzyon Antlaşması ile AET, AKÇT ve EURATOM tek bir konsey ve komisyon çatısı altında birleştirilerek Avrupa Toplulukları adını almıştır (Tecer, 2007, s.14).

AB'nin bugünkü yapısı, adı ve işleyişi ise Maastricht Antlaşması ile şekillendirilmiştir. 1992'de imzalanan ve 1993'te yürürlüğe giren Maastricht Antlaşması, temel olarak Avrupa Birliği'nin kuruluşunu amaçlayan bir antlaşma olarak tasarlanmıştır. Buna göre Birlik; ekonomik ve parasal alan, adalet ve içişleri alanı ile ortak dış ve güvenlik politikası alanı gibi üç önemli bileşen üzerinden geliştirilecektir (Woyke, 1995, s. 66). Maastricht Antlaşması'nın 1992'de kabul edilmesiyle birlikte, ortak para birimine geçiş kararlaştırılmış ve 1 Ocak 2002'de avro, 12 ülkede Avrupa'nın ortak para birimi olarak kullanılmaya başlanmıştır (Türkiye Cumhuriyeti Avrupa Birliği Başkanlığı, 2024).

4.1.1. Avrupa Birliği'nin Genişleme Süreci

Avrupa Birliği zaman içerisinde çeşitli ülkelerin katılımıyla genişlemeye devam etmiştir. Avrupa Birliği'nin genişleme süreci, Avrupa'nın tarihindeki en önemli ve karmaşık dönemlerden birini oluşturmaktadır. Bu süreç, kıtadaki siyasi, ekonomik ve toplumsal değişimlerin bir yansıması olarak görülebilir. Genişleme süreçleri, Avrupa Birliği'nin coğrafi sınırlarını ve etki alanını genişleterek Avrupa'nın birliğini ve bütünlüğünü pekiştirmiştir.

Bu sürecin ilk adımı, 1973 yılında yaşanan İlk Genişleme Dalgası ile atılmıştır. Birleşik Krallık, İrlanda ve Danimarka'nın AT'ye katılmasıyla başlayan bu genişleme dalgasıyla birlikte, Avrupa Topluluğu'nun (AT) üye sayısı altıdan dokuz ülkeye yükselerek Avrupa'nın kuzeybatı kesimindeki entegrasyon güçlenmiş ve böylelikle Avrupa'da siyasi manzaranın değişimi başlamıştır (Stahl, 2017, s. 279).

İkinci Genişleme Dalgası ise 1981 yılında Yunanistan ile gerçekleşmiştir. Yunanistan, 1961'de Topluluk ile bir Ortaklık Antlaşması imzalamış olmasına rağmen 1967'de gerçekleşen askeri darbe sebebiyle görüşmeler askıya alınmış ve askeri rejimin sona ermesiyle 1975'te AT üyeliği için yeniden başvurmuştur. Topluluk, Yunanistan'ın üyeliğe hazır olmadığı gerekçesiyle karşı çıksa da üye devletler 1976'da Yunanistan'la müzakerelere başlamış ve 1981'de Yunanistan tam üye olmuştur. Bu karar, Yunanistan'ı hem demokratik hem ekonomik yönden güçlendirmek ve Yunanistan'ın AB sürecine bağlılığını sağlayacağı düşüncesiyle alınan bir karardır (Türkiye Cumhuriyeti Avrupa Birliği Başkanlığı, 2024).

Yunanistan'ın ardından 1986'da İspanya ve Portekiz'in AT'ye katılmasıyla Üçüncü Genişleme Dalgası gerçekleşmiştir. İber Yarımadası Genişlemesi olarak da bilinen bu süreçte iki ülkenin AT üyeliği için yaptıkları başvuru, aralarındaki siyasi ve ekonomik farklılıklar nedeniyle kabul edilip edilmeyecekleri konusunda yoğun tartışmalara yol açmıştır. İspanya ve Portekiz'in üyeliği gerek tarım ve gerek işçilerin serbest dolaşımı gibi konularda AT'nin ekonomik yük altında kalabileceği endişesini beraberinde getirir de Akdeniz'in AT için stratejik önemi, bu endişelerin aşılmasına neden olmuştur (Türkiye Cumhuriyeti Avrupa Birliği Başkanlığı, 2024).

Genişleme süreci devam ederken; 22 Haziran 1993 tarihinde düzenlenen Kopenhag Zirvesi'nde, Avrupa Konseyi, Avrupa Birliği Antlaşması'nın 49. maddesini tamamlayıcı nitelikte yeni üyelik kriterleri belirlemiştir. Bu zirvede, tam üyelik başvurusunda bulunan ülkelerin kabul edilmeden önce karşılaması gereken kriterler; siyasi kriter, ekonomik kriter ve uyum kriteri olmak üzere üç ana gruba ayrılmıştır. Siyasi kriterler aday ülkelerde hukukun üstünlüğü, demokrasi, insan hakları ve azınlık haklarının teminat altına alındığı istikrarlı kurumların bulunmasını şart koşmaktayken; ekonomik kriterler, işleyen bir piyasa ekonomisine ve AB içinde rekabet edebilme kapasitesine sahip olmayı gerektirmektedir. Uyum kriteri ise, aday ülkelerin siyasi, ekonomik ve parasal birlik de dahil olmak üzere AB müktesebatına uyum kapasitesini içermektedir (Telli, 2015, s. 189). Kopenhag Kriterleri'nin belirlenmesinin ardından, Avrupa Birliği, genişleme sürecinde bu standartları karşılayan ülkeleri birliğe kabul etmeye başlamıştır.

Genişleme süreci Dördüncü Genişleme Dalgası ile devam etmiş ve bu aşamada ise AB, Avrupa pazarının genişlemesi için çaba sarf ederken 1995 yılında Avusturya gibi Orta Avrupa ülkeleri ile Finlandiya ve İsveç gibi Kuzey Avrupa ülkelerinin katılımıyla farklı politik, kültürel ve ekonomik yapıları entegre ederek genişlemeyi gerçekleştirmiştir (Jahn ve Storsved, 1995, s. 19).

Beşinci Genişleme Dalgası, 2004 ve 2007 yıllarında gerçekleşmiştir. AB 2004 yılında Çek Cumhuriyeti, Estonya, Letonya, Litvanya, Macaristan, Polonya, Slovakya, Slovenya, Malta ve Kıbrıs'a üye ülke statüsü kazandırmıştır (Barnes ve Barnes, 1995, s. 396). Bu dalganın devamında, 2007'de Bulgaristan ve Romanya'nın katılımıyla birlikte, AB'nin etki alanı daha da genişleyerek Doğu Avrupa ve Baltık ülkelerinin entegrasyonunu güçlendirmiştir.

Altıncı Genişleme Dalgası, 2013 yılında Hırvatistan'ın AB'ye katılımıyla yaşanmıştır. Yugoslavya'nın dağılmasından sonra Hırvatistan, 2001'de İstikrar ve Ortaklık Antlaşması'nı imzalayarak 2003'te tam üyelik başvurusunda bulunmuş, 2005'te başlayan müzakerelerin 2011'de tamamlanmasının ardından 1 Temmuz 2013'te Avrupa Birliği'ne tam üye olmuştur (Karluk, 2014, s. 108-109). Bu dalgayla birlikte, Batı Balkanlar'dan ilk ülkenin AB'ye tam üyeliği gerçekleşmiş olmuştur. Bu süreç, Batı Balkanlar'daki demokratikleşme ve reform çabalarının bir sonucu olarak kabul edilmektedir. Nitekim Hırvatistan'ın 2013'te AB'ye katılımıyla 28 üyeden oluşan bir birlik haline gelen AB, Birleşik Krallık'ın 31 Ocak 2020'de resmi olarak ayrılmasıyla bugün 27 üyeden oluşmaktadır (Türkiye Cumhuriyeti Avrupa Birliği Başkanlığı, 2024).

Potansiyel Genişleme sürecinde ise AB üyeliğine aday ülkeler arasında Türkiye dışında Karadağ, Sırbistan, Kuzey Makedonya, Arnavutluk, Bosna-Hersek, Ukrayna, Moldova ve Gürcistan bulunmaktadır. Bu ülkelere Türkiye, Karadağ, Sırbistan, Kuzey Makedonya ve Arnavutluk, AB ile katılım müzakerelerine başlamışlardır. Ukrayna ve Moldova için ise, 14-15 Aralık 2023 tarihlerinde düzenlenen AB Devlet ve Hükümet Başkanları Zirvesi'nde katılım müzakerelerinin başlatılmasına karar verilmiştir. Ayrıca, Kosova da potansiyel aday ülke statüsünde değerlendirilmektedir. İzlanda, 17 Haziran 2010 tarihinde AB ile katılım müzakerelerine başlamış ve 35 müzakere faslından 27'sini açsa da 12 Mart 2015 tarihinde AB'ye adaylık başvurusunu

geri çekmiştir. İzlanda'nın üyelik başvurusunu geri çekmesi, genişleme sürecinde önemli bir mesafe kat edildikten sonra gerçekleştiği için AB genişleme tarihinde benzersiz bir örnek oluşturmaktadır (Türkiye Cumhuriyeti Avrupa Birliği Başkanlığı, 2024).

4.2. Avrupa Birliği ve Türkiye İlişkileri

Avrupa Birliği (AB) ve Türkiye arasındaki ilişkiler, Türkiye'nin Avrupa Ekonomik Topluluğu'na (AET) 1959'da yaptığı üyelik başvurusu ile başlamıştır. 12 Eylül 1963'te Türkiye ve AET arasında imzalanan Ankara Anlaşması ile Türkiye'nin Topluluk ile ekonomik iş birliğini güçlendirmeyi ve ortak bir gümrük birliği oluşturmayı amaçlayarak bu kapsamda ana amaç olan birliğin sağlanması için hazırlık, geçiş ve son dönemden oluşan üç aşamalı bir gelişim süreci planlanmıştır (Bilici, 2004, s. 31-32).

Geçiş süreci 1 Ocak 1973'te Katma Protokol ile devam etmiştir. Ankara Antlaşması'nın uzantısı niteliğinde olan Katma Protokol, ortaklık antlaşmasının hükümlerini daha net bir şekilde belirlemiştir. Katma Protokol, Türkiye'nin AET ile ekonomik entegrasyonunun sağlanmasını ve bu sürecin adımlarını belirlemiştir. Bu süreçte her iki taraf da karşılıklı olarak taahhütlerde bulunarak ortak gümrük tarifelerine uyacaklarını, kotaları kaldıracaklarını ve tekelleri düzenleyeceklerini kabul etmişlerdir. Ayrıca, 1 Ocak 1993'ten itibaren tek vergi prensibine dayalı olarak oluşturulacak yeni ithalat rejimi kapsamında gümrük birliği kurmayı hedeflemişlerdir (Çakmak, 2019, s.129).

14 Nisan 1987'de Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne tam üyelik başvurusu resmî olarak gerçekleşmiştir. Bu başvuru ülkenin Avrupa ile entegrasyonunu derinleştirme ve AB normlarına uyum sağlama hedefi doğrultusunda önemli bir adımı temsil etmektedir. Türkiye, o dönemde Avrupa Ekonomik Topluluğu'nun bir üyesi olan İspanya ve Portekiz'in tam üyelik sürecini tamamlamasının ardından, AB'ye tam üyelik için resmi başvuruda bulunmuştur. Bu başvuru, Türkiye'nin Avrupa ile bütünleşme sürecindeki kararlılığını ve Avrupa değerlerine bağlılığını açıkça ortaya koymuştur. Ancak Komisyon, tam üyelik başvurusuna ilişkin görüşünü 18 Aralık 1989 tarihinde açıklayarak topluluğun kendi iç bütünleşmesini tamamlamadan yeni bir üye ülkeyi

kabul edemeyeceğini vurgulamıştır. Öte yandan Türkiye'nin AB'ye tam üye olabilecek nitelikte olduğunu belirtse de ekonomik, sosyal ve siyasal açılardan daha fazla gelişme göstermesi gerektiğini ifade etmiş ve bu nedenle ortaklık antlaşması çerçevesinde ilişkilerin sürdürülmesini önermiştir (Türkiye Cumhuriyeti Avrupa Birliği Başkanlığı, 2024).

Tam üyelik başvurusu süreci, Türkiye'nin iç politikasında ve dış politikasında önemli değişikliklere yol açmıştır. Ülke, AB normlarına uyum sağlama ve Avrupa ile entegrasyonunu hızlandırma amacıyla kapsamlı reformlar gerçekleştirmiştir. Bu reformlar, demokratikleşme, insan hakları ve hukukun üstünlüğü gibi alanlarda önemli ilerlemeler kaydetmeyi hedeflemiştir.

İlişkilerin gelişim sürecinde bir diğer önemli dönüm noktası, 6 Mart 1995'te 1/95 Sayılı Ortaklık Konseyi Kararı'dır. Bu karar, Türkiye ile AB arasındaki Gümrük Birliği'nin kurulmasını öngörmüştür. Bununla birlikte belgede belirlenen genel çerçeve ilkeleri arasında ortaklık ilişkilerinin gümrük birliğinin ötesinde devam etmesini sağlamak amacıyla kültür, teknoloji, bilimsel araştırmalar, istatistik ve enformasyon alanlarında iş birliğinin geliştirilmesi vurgulanmıştır (Baykal ve Arat, 2001, s. 336-339). Gümrük Birliği'nin amacı, Türkiye ile AB arasındaki ticaretin serbestleştirilmesi ve ekonomik entegrasyonun sağlanmasıdır.

Ardından Türkiye, AB'ye başvurarak Gümrük Birliği sürecini tamamlama kararı almıştır. AB tarafından olumlu karşılanan bu karar, 13 Aralık 1995'te Avrupa Parlamentosu'nda gerçekleştirilen oylama sonucunda onaylanarak Gümrük Birliği süreci resmen başlamış ve Anlaşma, 1 Ocak 1996'da yürürlüğe girmiştir (Karluk, 1998, s. 518).

Gümrük Birliği'nin kabul edilmesiyle birlikte, Türkiye ve AB arasındaki ticarete gümrük tarifeleri ve engeller kaldırılmıştır. Bu sayede, her iki tarafın mal ve hizmet ticareti kolaylaşmış, ticaret hacmi artmış ve ekonomik ilişkiler güçlenmiştir. Gümrük Birliği'nin kabul edilmesi, aynı zamanda, Türkiye'nin AB'ye entegrasyon sürecinde önemli bir ilerleme kaydetmesini sağlamıştır. AB ile ticaretteki bu yakınlaşma, Türkiye'nin Avrupa standartlarına uyum sağlama ve ekonomik yapılarını AB normlarına göre dönüştürme sürecinde kritik bir rol oynamıştır.

Bir diğerk önemli dönüm noktası ise 1997’de gerçekleştirilen Lüksemburg Zirvesi’dir. Lüksemburg Zirvesi, Türkiye'nin Avrupa Birliği ile olan ilişkilerinin önemli bir dönüm noktasıdır çünkü zirvede Türkiye'nin birliğe tam üye olma hakkının bulunduğu ancak üye olmak için o dönem hazır olmadığı sonucuna ulaşılmıştır (Karluk ve Tonus, 2004, s.5). Lüksemburg Zirvesi'nin içeriğı, Türkiye'nin AB üyeliğı için müzakerelere başlama sürecini belirleyen kararlarla doludur. Zirve sonuç bildirgesinde, Türkiye'nin üyelik için siyasi ve ekonomik kriterlerini karşılaması gerektiğı vurgulanmış ve Türkiye'ye müzakerelerin başlangıç tarihi olarak belirlenen bir zaman dilimi verilmiştir. Bu zirve ayrıca, Türkiye'nin AB üyeliğı için gerekli olan reformları hızlandırma ve AB normlarına uyum sağlama sürecini hızlandırma çağrısında bulunmuştur. Türkiye'nin demokratikleşme, insan hakları ve temel özgürlükler gibi alanlarda ilerleme kaydetmesi ve ekonomik yapılarını AB normlarına dönüştürmesi gerektiğı vurgulanmıştır (European Council, 2024).

1999 yılında Finlandiya’nın başkenti Helsinki’de gerçekleşen Helsinki Zirvesi, Türkiye'nin AB üyelik sürecinde kritik bir dönüm noktası olarak kabul edilir. Zira bu zirvede Türkiye'nin aday ülke statüsü resmen onaylanarak AB'ye tam üyelik müzakerelerin başlatılması yönünde adımlar atılmaya başlanmıştır (Türkiye Cumhuriyeti Avrupa Birliği Başkanlığı, 2024). Bu karar, Türkiye'nin Avrupa entegrasyonu sürecindeki ilerlemesini resmi olarak tanıyan ve Türkiye'yi AB'nin bir parçası olarak gören önemli bir adım olarak değerlendirilmektedir.

Helsinki Zirvesi, Türkiye'nin AB adaylık sürecinde kapsamlı bir yol haritası sunmuştur. Zirve metninde, Türkiye'nin aday ülke statüsü diğerk adaylarla aynı kriterlere göre ilan edilirken, AB'nin Türkiye için katılım öncesi stratejiler belirleyeceği de ifade edilmiştir. Ayrıca, Türkiye'nin AB programlarından faydalanacağı ve toplantılara katılacağı belirtilerek aynı zamanda Türkiye'nin AB müktesebatını özümsemek için ulusal bir program hazırlaması ve AB Komisyonu’ndan bu süreci koordine etmesi istenmiştir (Özer, 2009, s. 94).

Helsinki Zirvesi'nde Türkiye için Katılım Ortaklığı Belgesi hazırlanmasına karar verilmiştir. Türkiye'nin ilk Katılım Ortaklığı Belgesi, 8 Mart 2001'de AB Konseyi tarafından onaylanarak Ulusal Program ile birlikte Avrupa Komisyonuna sunulmuştur. Katılım Ortaklığı Belgesi ve Ulusal Program; 2003, 2005, 2006 ve 2008'de gözden

geçirilerek güncellenmiştir. Türkiye, Avrupa Birliği'ne üyelik sürecinde kararlılıkla ilerlemiş, siyasi irade reform çabalarını desteklemiş ve uyum yasaları hızla Meclis'ten geçirilmiştir. Temel hak ve özgürlüklerin genişletilmesi, demokrasi ve hukukun üstünlüğüne olan bağlılık sürekli artmış ve nihayetinde 17 Aralık 2004'te Brüksel Zirvesi'nde Türkiye'nin siyasi kriterleri karşıladığı belirtilerek 3 Ekim 2005'te müzakerelere başlanması kararı alınmıştır (Türkiye Cumhuriyeti Avrupa Birliği Başkanlığı, 2024).

3 Ekim 2005'te Lüksemburg'da gerçekleşen Hükümetlerarası Konferans ile Türkiye resmen AB'ye katılım müzakerelerine adım atmıştır. Aynı gün, Türkiye için Müzakere Çerçeve Belgesi'nin yayımlanmasıyla birlikte taraflar arasındaki ilişkilerde önemli bir dönemeç yaşanmış, bu da yeni bir sürecin başlangıcını işaret etmiştir (Türkiye Cumhuriyeti Avrupa Birliği Başkanlığı, 2024). Belge; Türkiye'den demokrasi, hukukun üstünlüğü, insan hakları, ifade özgürlüğü ve din özgürlüğü gibi temel konularda kararlı ilerleme bekleyen AB'nin, aynı zamanda işkenceye karşı etkili bir mücadele yürütme talebini de içermektedir (Bozer, 2005, s. 5).

Türkiye'nin müzakerelere başlaması esasen Kopenhag Siyasi Kriterleri'ni yeteri kadar karşılamasıyla mümkün olmuştur (Türkiye Cumhuriyeti Avrupa Birliği Başkanlığı, 2024). Siyasi kriterlerin yerine getirilmesinde Katılım Ortaklığı Belgesi'nde yer alan Güçlendirilmiş Siyasal Diyalog ve Siyasal Kriterler kapsamında AB ve Türkiye arasında sürdürülen diyalogun etkili olduğu söylenebilir (Özen, 2019, s. 91). Ayrıca müzakerelerin Kopenhag Siyasi Kriterleri'nin tam uygulanması, AB Müktesebatı'nın benimsenip uygulanması ve sivil toplum diyalogunun güçlendirilmesi gibi üç ana unsur üzerinden yürütüldüğü görülmektedir.

Sivil Toplum Diyalogu doğrultusunda AB ve Türkiye'deki kamuoylarının gelecekteki genişlemenin getireceği fırsatlar ve zorluklar konusunda daha iyi bilgilendirilmesi amaçlanmaktadır. Bu diyalog, her iki toplumun günlük kültür ve değerlere ilişkin algılamalarını tartışmaya açarak karşılıklı anlayışı teşvik etmektedir. Ayrıca; siyasi, kültürel ve ekonomik gelişmeleri desteklemek amacıyla karşılıklı değişim programlarının artırılması hedeflenmektedir. Bu süreç, insan hakları ve demokrasi gibi önemli siyasi kriterlerin güçlendirilmesi açısından da kritik bir rol oynamaktadır. Bu çerçevede, sivil toplum diyalogunun gelişmesinin genişleme sürecinde daha derin bir

entegrasyonun sağlanması açısından önemli bir katkı sunacağı düşünülmektedir (Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı, 2024).

Bununla birlikte Avrupa Birliği ve Türkiye arasındaki diyaloglar ekonomik alanda da yoğun bir şekilde devam etmektedir. AB, üye ülkelerin ekonomik kalkınmalarını sürdürebilmeleri için Kopenhag ve Maastricht kriterlerini ortaya koymuştur. Kopenhag Kriterleri aday ülkelerin işleyen ve rekabetçi bir piyasa ekonomisine sahip olmalarını gerektirirken; Maastricht Kriterleri'nde mevcut üye ülkelerin Ekonomik ve Parasal Birlik'e katılımlarını sağlamak amacıyla belirli standartlar belirlenmiştir (Oğuz vd., 2020, s. 18). Bu kriterler, AB ve Türkiye arasındaki ekonomik iş birliğinin ve uyum sürecinin önemli unsurlarını oluşturmakta ve diyalogların sıklıkla gerçekleşmesini gerektirmektedir.

4.2.1. AB Müktesebatı ve Katılım Müzakereleri

Katılım müzakereleri, Türkiye'nin AB Müktesebatı'nı iç hukukuna aktaracağı ve uygulayacağı süreci kapsar. AB Müktesebatı ise AB hukuk sistemine verilen isimdir ve yaklaşık 120 bin sayfa uzunluğundadır (Türkiye Cumhuriyeti Avrupa Birliği Başkanlığı, 2024). Temel Avrupa Birliği anlaşmaları ile tüzükler, kararlar ve yönergeler gibi diğer yardımcı hukuk kaynaklarında yer alan kurallar ve kurumlar bütününü ifade eden Avrupa Birliği Müktesebatı, 1952'den bu yana Avrupa Birliği'nde oluşan yasalar, direktifler, tavsiye kararları ve deneyimlerin tümünü kapsayan kapsamlı bir AB mevzuatıdır (Güner ve Memiş, 2011, s. 149-164).

Avrupa Birliği Devlet ve Hükümet Başkanları tarafından 17 Aralık 2004 tarihinde alınan karar çerçevesinde, 3 Ekim 2005'te Lüksemburg'ta gerçekleştirilen Hükümetlerarası Konferans ile Türkiye, AB'ye katılım müzakerelerine resmi olarak başlamıştır. Bu gelişme, Türkiye ve AB arasındaki ilişkilerin önemli bir dönüm noktasını geçerek yeni bir aşamaya geçmesini sağlamıştır (Türkiye Cumhuriyeti Avrupa Birliği Başkanlığı, 2024).

Şimdiye kadar Katılım Müzakereleri kapsamında 16 fasıl açılmış ve biri geçici olarak kapatılmış durumdadır. Üye ülkelerden bazılarının oluşturduğu siyasi engeller ve Kıbrıs sorunu, müzakere sürecini olumsuz etkilemiştir. 2006-2010 yılları arasında 13 fasıl açılırken, 2010-2013 yılları arasında sadece 1 fasıl açılabilmiş ve çoğunluk siyasi

engellere takılmıştır. 17 Mayıs 2012'de Türkiye ve Avrupa Komisyonu arasında Pozitif Gündem başlatılmış, bununla Türkiye-AB ilişkilerinde iş birliği mekanizmalarının güçlendirilerek siyasi engelli fasıllar dahil olmak üzere teknik kriterlerin en kısa sürede karşılanması hedeflenmiştir. Ancak, 2014 yılında Johannes Hahn'ın Avrupa Komisyonu Genişleme ve Komşuluk Politikasından Sorumlu Üye olarak göreve gelmesiyle Pozitif Gündem sona ermiştir (Türkiye Cumhuriyeti Avrupa Birliği Başkanlığı, 2024).

Katılım müzakerelerinde AB Müktesebatı fasılları 35 başlık altında toplanmıştır. Türkiye'nin AB üyeliği sürecinde ele alınan bu müktesebat fasılları; Türkiye'nin AB normlarına ve standartlarına ulaşabilmesi için gerekli düzenlemeleri ve uyum süreçlerini detaylandırmaktadır. AB Müktesebatı'nın kapsadığı tüm yasal ve kurumsal çerçeveye uyum sağlamak, Türkiye'nin üyelik sürecindeki ilerlemesini belirleyen temel faktördür. Bu bağlamda müzakere fasılları, Türkiye'nin AB üyeliği yolundaki gelişimini değerlendirmenin ve uygunluk derecesini tespit etmenin kritik göstergeleridir.

Türkiye'nin Avrupa Birliği üyelik sürecinde yer alan Müktesebat fasılları; ekonomik uyumdan tarıma, iletişimden ulaşıma kadar birçok alanı kapsamaktadır (bkz. Ek-1). Malların, işçilerin, sermayenin serbest dolaşımı gibi ekonomik bütünleşmeyi sağlayan düzenlemeler; kamu alımları ve şirketler hukuku gibi ticari faaliyetlerin şeffaflığını ve etkinliğini artıran kurallar; rekabet politikası ve mali hizmetler gibi piyasaların adil ve düzenli işleyişini destekleyen önlemler; tarım ve kırsal kalkınma, gıda güvenliği gibi temel sektörlerdeki standartları belirleyen düzenlemeler; enerji, taşımacılık politikası ve çevre gibi sürdürülebilirlik ve altyapıyı geliştirmeyi hedefleyen politikalar; sosyal politika ve istihdam, eğitim ve kültürel uyumun yanında insan hakları ve toplumsal gelişimi teşvik eden programlar; yargı ve temel haklar, adalet, özgürlük ve güvenlik gibi hukukun üstünlüğünü ve güvenliği sağlamaya yönelik kurallar ve son olarak dış ilişkiler, dış, güvenlik ve savunma politikası gibi AB'nin uluslararası ilişkilerini düzenleyen stratejiler bu fasılların kapsamına girmektedir (Türkiye Cumhuriyeti Avrupa Birliği Başkanlığı, 2024).

4.3. Avrupa Birliği'nin Kamu Diplomasisi

Avrupa Birliği'nin kamu diplomasisi, küresel zorluklara yanıt verebilmek için uluslararası iş birliğini teşvik etmeye ve ortak endişeleri ele alarak küresel iş birliği için zemin hazırlamaya yöneliktir. AB Küresel Stratejisi; kamu diplomasisine farklı alanlarda yatırım yapmanın ve bu çabaları birleştirmenin önemine vurgu yaparken, AB'nin ilkeleri ve eylemleri hakkındaki mesajların tutarlı ve hızlı şekilde iletilmesi ihtiyacını belirtmekte ve dezenformasyonun yaygın olduğu günümüz bilgi ortamında yanlış bilgilendirmeye karşı hızlı ve gerçekçi çürütmeler sunmanın yanı sıra hem AB içinde hem de dışında açık ve sorgulayıcı bir medya ortamının teşvik edilmesinin gerekliliğini vurgulamaktadır. Ekim 2016'da AB Dışışleri Bakanları, kamu diplomasisini AB Küresel Stratejisi'nin uygulanmasında stratejik bir öncelik olarak belirlemiş ve AB içindeki ve dışındaki stratejik iletişim çabalarını birleştirmenin önemine dikkat çekmişlerdir. Bu doğrultuda, AB kamu diplomasisi yaklaşımının ana unsurları şekillendirilmiştir (EEAS, 2024).

Avrupa Birliği; Avrupa kimliğini oluşturmak, Avrupa değerlerini diğer ülkelere yaymak ve AB imajını Avrupa dışındaki ülkelere güçlendirmek amacıyla kamu diplomasisi ve yumuşak güç unsurlarını içeren bir iletişim stratejisi geliştirmiştir (Tench ve Yeomans, 2006, s. 136). Bu noktada Avrupa Birliği'nin yumuşak gücü, Avrupa kültürü ve kimliği altında farklı diller ve kültürlerin barış içinde bir arada yaşaması ve Lizbon Anlaşması ile belirlenen demokratik ve adil işleyiş, dış politika stratejileri, insan haklarının korunması, barışın tesisi, refahın geliştirilmesi ve sürdürülebilir kalkınmayı destekleme prensiplerine dayanmaktadır (Aydemir, 2018, s. 285-286).

Dünyanın en büyük kalkınma yardımı bütçesine sahip olan AB, üçüncü ülkeler ve uluslararası örgütlerle ticaret ve yardım anlaşmaları yapmakta, delegasyonları ve özel temsilcileri aracılığıyla diğer ülkeleri diyalog kurmaya teşvik etmektedir (Smith, 2014, s. 105). Bu kapsamda dünya genelinde insani yardım ve kalkınma projeleri yürüterek, kriz bölgelerinde ve gelişmekte olan ülkelere yaşayan insanlara destek sağlamaktadır. Bu projeler, AB'nin insani değerlerini ve taahhütlerini vurgulamakta ve AB'nin uluslararası arenadaki olumlu imajını güçlendirmektedir.

Diğer bir önemli uygulama, çeşitli eğitim ve kültürel değişim programları aracılığıyla gençler arasında diyalogu teşvik etmek ve kültürel çeşitliliği desteklemektir. AB'nin gençlere yönelik programları, genç nesillere AB'nin değerlerini aktarma ve farkındalık oluşturma amacı taşımaktadır. Avrupa Birliği'nin üye ve üye olmayan ülkelerle olan ilişkilerini güçlendirmek amacıyla düzenlediği programlardan bazılarını Erasmus, Comenius, Grundtvig, Lingua, Minerva, Erasmus Mundus ve Tempus örnek gösterilebilir (Sakınç, 2004, s. 361-363).

Ayrıca, AB, uluslararası medya aracılığıyla haberler ve bilgilendirici içerikler yayınlamaya halkları bilgilendirmekte ve AB'nin politikalarını duyurmaktadır. Bu strateji, AB'nin hedef kitlelere ulaşması açısından önemlidir. Bununla birlikte, AB; sivil toplum kuruluşlarıyla iş birliği yaparak demokrasi, insan hakları, adalet ve çevre gibi alanlarda ortak çalışmalar yürütmektedir. Zira sivil toplum kuruluşları, Avrupa Birliği'nin değerleri doğrultusunda, örgütlenmiş vatandaşların aktif katılımıyla yaşadıkları ülkenin toplumsal ve ekonomik gelişimine katkı sunan ve sivil toplum yapısını destekleyerek katılımcı demokrasinin inşa edilmesi ve sürdürülmesinde kritik bir rol üstlenen kuruluşlardır (Güder, 2004). Bu bağlamda sivil toplum kuruluşlarıyla yapılan iş birlikleri, AB'nin uluslararası alanda etkisini artırarak sivil toplumun güçlenmesine de katkı sağlamaktadır.

Diplomatik ilişkiler ve diyaloglar da AB'nin kamu diplomasisinin temelini oluşturmaktadır. AB'nin dünya genelindeki diplomatik misyonları ve temsilcilikleri, AB'nin dış politikasının tanıtılması ve savunulması için önemli birer araç olarak kullanılır. Avrupa Birliği, bu stratejilerini ve hedeflerini delegasyonları aracılığıyla etkin bir şekilde hayata geçirmektedir. Delegasyonlar, AB'yi üye ülkelerin sınırları dışında temsil etmenin yanı sıra, AB vatandaşlarına diplomatik ve konsolosluk koruması sağlama görevini de üstlenmektedir (European Union, 2012). Delegasyon başkanları, AB diplomasisinde önemli bir rol oynamakta ve akredite oldukları ülkelerde Birliği doğrudan temsil eden elçiler olarak faaliyet göstermektedir. Bu bağlamda, AB delegasyon başkanlarına Birlik adına sözleşmeler yapma yetkisi verilmektedir (European Union, 2024). Ayrıca, delegasyonlar uygun durumlarda Birlik adına dava açma veya savunma yetkisine sahiptirler ve Avrupa Birliği Dış İlişkiler Servisi'ni üçüncü ülkelerdeki mevcut durum hakkında bilgilendirmekle yükümlüdürler (Rasmussen, 2010, s. 274).

4.4. Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu

Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu, 1974 yılında Ankara'da basın ve enformasyon bürosu olarak kurulmuştur. 1987'de Avrupa Komisyonu Türkiye Temsilciliği adını almış ve 2004 yılında bu isim Avrupa Komisyonu Türkiye Delegasyonu olarak değiştirilmiştir (Görpe, 2010, s. 370). 2009'da yapılan bir diğer değişlikle, bugünkü adı olan Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu adını almıştır.

Avrupa Birliği (AB) Türkiye Delegasyonu, AB'nin Türkiye'deki resmî temsilciliğidir ve AB ile Türkiye arasındaki ilişkilerin yönetimini ve koordinasyonunu sağlar. Delegasyon, AB Komisyonu'nun bir parçası olarak faaliyet gösterir ve Türkiye'deki AB politikalarını uygulamak ve bu doğrultuda AB'nin dış ilişkilerini yönetmekle görevlidir.

Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu, 18 Nisan 1961 Viyana Diplomatik İlişkiler Sözleşmesi hükümleri çerçevesinde diplomatik bir rol üstlenmektedir ve Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı nezdinde büyükelçi düzeyinde akredite bir Delegasyon Başkanı tarafından yönetilmektedir. Delegasyon, Türkiye'de faaliyet gösteren AB üyesi ülkelerin büyükelçilikleriyle sıkı bir iş birliği içinde bulunmakta ve çalışmalarını bu bağlamda koordine etmektedir (Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu, 2024).

Lizbon Anlaşması'nın 1 Aralık 2009'da yürürlüğe girmesi sonucu Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu'nun dört temel misyonu öne çıkmıştır. Bu misyonlar arasında, Türkiye'nin dış politikasıyla ilgili raporlama yapmak ve Avrupa Birliği'ni diplomatik arenada temsil etmek önemli bir yer tutmaktadır. Ayrıca, Gümrük Birliği ilişkileri bağlamında Türkiye'deki ekonomik, mali ve ticari gelişmeleri izlemek ve Gümrük Birliği hükümlerinin uygulanmasını denetlemek de görevleri arasında bulunmaktadır. Katılım müzakereleri çerçevesinde ise Türkiye'nin siyasi kriterleri ve müktesebatı karşılama sürecini takip etmek ve müzakerelerin ilerlemesine destek olmak önemli bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda, Delegasyon, Komisyonun Ülke Raporu doğrultusunda Genel Merkez'e her gün bilgi aktarmaktadır (Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu, 2024).

Ayrıca delegasyonlar, ev sahibi ülkelerdeki diğer AB teknik ve mali destek programlarını takip etmek ve katılım öncesi destekler sağlamak gibi görevlere de

sahiptirler (Drieskens, 2012, s. 54). Bu kapsamda AB Türkiye Delegasyonu da Türkiye'deki AB fonlarının yönetimini üstlenir, mali yardımları koordine eder, AB projelerini denetler ve etkin bir şekilde uygulanmasını sağlayarak AB'nin Türkiye'ye sağladığı desteklerin etkili bir şekilde kullanılmasını ve hedeflenen sonuçların elde edilmesini amaçlar. Bununla birlikte Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu, AB ve Türkiye arasındaki diyalogun güçlendirilmesi ve AB'nin politikalarının ve değerlerinin tanıtılıp kültürler arasında karşılıklı anlayışın artırılması için çeşitli kamu diplomasisi faaliyetleri de uygulamaktadır.

4.4.1. Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu'nun Kamu Diplomasisi Faaliyetleri

Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu, AB ve Türkiye arasındaki ilişkilerin güçlendirilmesi ve diyalogun desteklenmesi amacıyla çeşitli kamu diplomasisi faaliyetleri yürütmektedir. Bu faaliyetler, genellikle AB'nin Türkiye'deki politikalarını tanıtmak, AB değerlerini ve politikalarını vurgulamak ve AB-Türkiye ilişkilerini geliştirmek üzerine odaklanır. Bu çerçevede, Delegasyon'un yürüttüğü faaliyetler oldukça geniş bir kapsama sahiptir.

Öncelikle, Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu; Türkiye'nin farklı bölgelerinde ve şehirlerinde çeşitli etkinlikler düzenlemektedir. Bu etkinlikler arasında konferanslar, seminerler, paneller, kültürel etkinlikler, sanat sergileri ve film gösterimleri gibi faaliyetler bulunmaktadır. Bu etkinliklerde AB ve Türkiye arasındaki ilişkilerin önemi, AB'nin politika ve değerleri, AB fonlarından yararlanma imkanları ve AB'ye üyelik süreci gibi konular ele alınmakta ve tartışılmaktadır.

Delegasyonun bir diğer önemli faaliyeti ise Türkiye'deki medya ve kamuoyuna yönelik bilgilendirme çalışmalarıdır. Bu kapsamda basın toplantıları düzenlenmekte, basın bültenleri yayınlanmakta ve AB'nin Türkiye'deki faaliyetleri hakkında bilgilendirme yapılmaktadır. Bu sayede, Türk kamuoyunun AB'ye yönelik bilgi eksiklikleri giderilmekte ve AB'nin Türkiye'deki rolü daha iyi anlaşılmaktadır.

Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu, aynı zamanda Türkiye'deki sivil toplum kuruluşlarıyla iş birliği içinde çalışarak ortak projeler yürütmektedir. Bu projeler genellikle demokrasi, insan hakları, adalet, çevre koruma, toplumsal cinsiyet eşitliği gibi konular başta olmak üzere çok çeşitli konular temel alınarak

gerçekleştirilmektedir. Bu sayede, AB'nin değerleri ve standartları Türk toplumuyla daha yakından paylaşılmakta ve ortak çıkarlara dayalı iş birliği fırsatları değerlendirilmektedir.

Ayrıca, Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu; dijital medya aracılığıyla da kamu diplomasisi faaliyetlerini yürütmektedir. AB Dijital Diplomasisi kapsamında; AB'nin dijital dünyadaki küresel rolünü güvence altına almak, stratejik çıkarlarını korumak ve kapsayıcı bir dijital dönüşüm için dinamik, insan merkezli düzenleyici bir çerçevenin desteklenmesi amaçlanmaktadır (EEAS, 2024). Bu doğrultuda, AB Türkiye Delegasyonu da sosyal medya hesapları ve resmî web sitesi üzerinden düzenli olarak AB'nin Türkiye'deki faaliyetlerini duyurmakta, projelerini tanıtmakta ve AB-Türkiye ilişkileri hakkında güncel bilgiler paylaşmaktadır. Ayrıca, resmî web sitesi aracılığıyla AB'nin Türkiye'deki politikaları ve projeleri hakkında detaylı bilgiler sunarak kamuoyunu bilgilendirmektedir. Bu şekilde, dijital diplomasi yoluyla AB'nin hedefleri doğrultusunda hem Türkiye'deki stratejik hedeflerini geniş kitlelere ulaştırmakta hem de kapsayıcı bir dijital iletişim sunmaktadır.

Bu noktada Delegasyon'un kullandığı en önemli sosyal medya platformlarından biri Twitter'dır. Twitter'da AB Türkiye Delegasyonu'nun resmi Twitter (X) hesabı aracılığıyla düzenli olarak güncel bilgiler, haberler, AB projeleri, etkinlik duyuruları ve önemli açıklamalar paylaşılır. Delegasyon, Türkçe ve İngilizce olarak hazırlanan içeriklerle takipçilerini bilgilendirmektedir. Twitter, kısa ve öz içeriklerle hedef kitlenin ilgisini çekmekte ve AB'nin Türkiye'deki faaliyetleri hakkında hızlı ve anlık bilgi akışı sağlamaktadır.

AB Türkiye Delegasyonu'nun en aktif şekilde kullanmış olduğu sosyal medya platformlarından biri de Facebook'tur. Bu platform üzerinden AB'nin Türkiye'deki politikaları, projeleri ve etkinlikleri hakkında detaylı bilgiler paylaşılmaktadır. Paylaşımlar, AB'nin Türkiye'deki faaliyetlerini ve iş birliklerini tanıtarak kamuoyunu süreçlere dahil etmektedir. Ayrıca, Facebook'un geniş kullanıcı tabanı sayesinde, AB'nin mesajlarının daha geniş ve çeşitli demografik gruplara iletilmesi sağlanmaktadır.

Bununla birlikte Delegasyon, video içeriklerini paylaşmak ve önemli etkinlikleri yayınlamak için YouTube platformunu da etkin bir şekilde kullanmaktadır. Delegasyonun YouTube kanalı; AB'nin Türkiye'deki projelerini, etkinliklerini, konferanslarını ve panellerini geniş kitlelere ulaştırmaktadır. Canlı yayınlar ve önemli konuşmalar, izleyicilere etkinliklere doğrudan katılım imkânı sunarak diyalogu ve etkileşimi artırmaktadır. YouTube'un sunduğu video paylaşım imkânları, AB'nin Türkiye'deki faaliyetlerinin daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlamakta ve bu sayede AB'nin kamu diplomasisi hedeflerine önemli katkılarda bulunmaktadır.

Ayrıca AB Türkiye Delegasyonu, Instagram'ı da kamu diplomasisi aracı olarak kullanarak geniş kitlelere ulaşmayı hedeflemektedir. Delegasyon, platformun görsel odaklı yapısını kullanarak AB'nin Türkiye'deki projeleri, etkinlikleri ve iş birliklerine dair görsel ve videolu içerikleri metinsel olarak destekleyerek paylaşmaktadır. Hikayeler, IGTV ve canlı yayınlar gibi özellikler, AB'nin faaliyetleri hakkında anlık bilgilendirme yapmayı ve dinamik bir iletişim kurmayı mümkün kılmaktadır. Ayrıca Delegasyon; resmi görüşmeler, düzenlenen ve düzenlenecek etkinlikler gibi birçok konu hakkında paylaşımlar yaparak kamuoyunu bilgilendirmekte ve teşvik etmektedir. Bu tür paylaşımlar, AB'nin Türkiye'deki diplomatik faaliyetlerini ve iş birliklerini daha görünür kılarak kamuoyu ile güçlü bir iletişim kurmayı sağlamaktadır. Böylece, AB'nin Türkiye'deki dijital kamu diplomasisi stratejileri, Instagram üzerinden daha etkili ve kapsamlı bir şekilde yürütülmektedir. Bu strateji, AB'nin Türkiye'deki varlığını güçlendirme, kamuoyunda bilinçlendirme ve farkındalık yaratma amacına hizmet etmektedir.

5. DİJİTAL KAMU DİPLOMASİSİ BAĞLAMINDA AVRUPA BİRLİĞİ TÜRKİYE DELEGASYONU'NUN INSTAGRAM KULLANIMI

5.1. Araştırmanın Metodolojisi

Bu çalışma, bir sosyal medya platformu olan Instagram'da Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu'nun 1 Haziran 2023 ve 31 Aralık 2023 tarihleri arasında yaptığı 460 adet gönderi paylaşımının kamu diplomasisi bağlamında incelenmesine ve ardından bu tarih aralığında yapılan paylaşımların, Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne üyelik sürecinde başlıca uyum faktörü olan AB Müktesebatı fasılları ile ilişkilendirilerek elde edilen verilerin analizine dayanmaktadır. Araştırmada, bu paylaşımların kamu diplomasisi anlamında hangi kategoriler ve paylaşım içeriklerinin hangi temalar etrafında yoğunlaştığı belirlenerek bu kategori ve temaların Avrupa Birliği Müktesebatı fasılları ile ilişkisini analiz etmek hedeflenmektedir. Bu kapsamda, nitel ve nicel araştırma yöntemleri bir arada kullanılarak hem kategorik hem de tematik analizler gerçekleştirilmiştir.

5.1.1. Araştırmanın Konusu ve Amacı

Kamu diplomasisi; bir ülkenin, kuruluşun ya da uluslararası aktörün dış politikasının hedeflerine ulaşması amacıyla yabancı halklar üzerinde etkili olma çabasıdır. Bu kapsamda kamu diplomasisi; sadece hükümetler arasında değil, halklar arasında da bir etkileşim sürecidir. Yükselen dijital çağda sosyal medya platformları; hükümetler ve uluslararası örgütler için geniş kitlelere ulaşmanın ve mesajlarını etkili bir şekilde iletmenin bir yolu olarak öne çıkmaktadır (Spry, 2018, s.63). Zira sosyal medya platformları, hükümetler ve diplomatik misyonların kamuoyu ile doğrudan iletişim kurabilmesine ve kamuoyu oluşturabilmesine olanak sağlamaktadır.

Son dönemde Instagram, özellikle görsel içeriklerin hızlı ve etkili bir şekilde paylaşılabilmesi nedeniyle bu alanda öne çıkan platformlardan biri haline gelmiştir. Bu noktada Instagram'ın görsel tabanlı yapısı, kullanıcıların dikkatini çekme ve mesajların yayılmasında önemli bir etkidir (Sevinç, 2012, s.130-131). Avrupa Birliği de dijital kamu diplomasisini Instagram dahil çeşitli sosyal medya platformları aracılığıyla aktif olarak kullanan önemli kuruluşlardan biridir ve bu bağlamda Türkiye'ye yönelik dijital kamu diplomasisi faaliyetleri, sosyal medyanın bu alandaki kullanımını açısından dikkate değer bir örnek teşkil etmektedir.

Bu kapsamda bu araştırma, Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu'nun 1 Haziran 2023-31 Aralık 2023 tarihleri arasında Instagram hesabında yaptığı paylaşımları inceleyerek AB Türkiye Delegasyonu'nun Instagram'ı kamu diplomasisi anlamında nasıl kullandığını belirlemeyi, paylaşımların kamu diplomasisi anlamında hangi kategori ve temaları öne çıkardığını analiz etmeyi ve bu temaları AB Müktesebatı fasıllarıyla ilişkilendirmeyi hedeflemektedir.

5.1.2. Araştırmanın Önemi

Bu araştırma, dijital kamu diplomasisinin dinamiklerini ve sosyal medyanın bu süreçteki rolünü anlamak açısından büyük bir öneme sahiptir. Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu'nun Instagram kullanımı üzerinden yapılan analizler, kamu diplomasisinin geleneksel yöntemlerinin nasıl dijital platformlara taşındığını göstermektedir. Türkiye'nin uzun süredir devam eden Avrupa Birliği üyelik süreci ve bu süreçte karşılaşılan diplomatik ve politik zorluklar göz önüne alındığında, Avrupa Birliği'nin Türkiye'ye yönelik kamu diplomasisi stratejilerinin ne kadar kritik olduğu ortaya çıkmaktadır. Araştırma, Avrupa Birliği'nin Türkiye'den beklentilerini, bu beklentilerin sosyal medyada nasıl yansıtıldığını ve kamuoyu ile bu süreçte hangi konularda iletişim kurulduğunu inceleyerek kamu diplomasisi süreçlerinde nelere ağırlık verildiğini göstermektedir.

Özetle, bu araştırma, AB Türkiye Delegasyonu'nun Instagram hesabı üzerinden yürüttüğü kamu diplomasisi faaliyetlerini analiz ederek AB'nin Türkiye'ye yönelik dijital stratejilerini hangi temalar üzerinden ilettiğini anlamak açısından önemli olduğu gibi, bu temaların AB Müktesebatı fasıllarıyla ilişkilendirilmesini ortaya koymakta ve elde edilen bulguların sadece akademik çevreler için değil; aynı zamanda diplomatlar, iletişim uzmanları ve politikacılar için de değerli bir rehber niteliği taşıması beklenmektedir.

5.1.3. Araştırma Soruları

- Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu'nun Instagram hesabında yaptığı paylaşımlar kamu diplomasisi bağlamında hangi temaları öne çıkarmaktadır?
- Bu temalar Avrupa Birliği müktesebatındaki hangi fasıllarla ilişkilendirilebilir?

- Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu'nun Instagram paylaşımlarının analizi, Türkiye-Avrupa Birliği ilişkilerinin mevcut durumu ve gelecekteki beklentileri hakkında ne gibi bilgiler sunmaktadır?
- Avrupa Birliği'nin kamu diplomasisi stratejileri, Instagram paylaşımları aracılığıyla nasıl ifade edilmektedir?

5.1.4. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Bu araştırma, Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu'nun 1 Haziran 2023-31 Aralık 2023 tarihleri arasında Instagram hesabında yaptığı paylaşımları analiz ederek bu paylaşımları temalarına göre kategorize edip AB Müktesebatı'nın ilgili fasıllarıyla ilişkilendirmektedir. Bu noktada araştırmanın kapsamı, Avrupa Birliği'nin Türkiye ile olan ilişkilerini ve bu ilişkilerin sosyal medya aracılığıyla nasıl yansıtıldığını anlamaya yöneliktir. Bu bağlamda, Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu'nun Instagram'da dijital kamu diplomasisi pratiklerini nasıl uyguladığına odaklanılmıştır.

Bununla birlikte, bu araştırmanın belirli sınırlılıkları da bulunmaktadır. İlk olarak, araştırma yalnızca 1 Haziran 2023-31 Aralık 2023 tarihleri arasında yapılan paylaşımları kapsamaktadır. Bu nedenle, bu dönem dışında yapılan paylaşımlar göz önünde bulundurulmamıştır. İkinci olarak, analiz yalnızca Instagram platformu ile sınırlıdır; diğer sosyal medya platformları (Twitter, Facebook vb.) bu çalışmanın kapsamı dışında bırakılmıştır. Üçüncü olarak, analiz edilen paylaşımlar sadece Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu'nun resmî Instagram hesabından (@euinturkiye) yapılan post ve repost paylaşımlarını içermektedir; hikâye (story) paylaşımları bu analize dahil edilmemiştir.

5.1.5. Araştırma Yöntemi

Araştırmanın ilk aşamasında; diplomasi tarihine, kamu diplomasisine, geleneksel kamu diplomasisinin dijital kamu diplomasisine evrimine ve bu stratejinin sosyal medya platformlarında nasıl icra edildiğine yer verilmiş; ayrıca Türkiye-Avrupa Birliği ilişkilerine ve Avrupa Birliği'nin Türkiye'ye yönelik sosyal medyada yürüttüğü kamu diplomasisi faaliyetlerine dair kapsamlı bir literatür taraması yapılmıştır.

Bu kapsamda; Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu'nun Instagram hesabında 1 Haziran 2023-31 Aralık 2023 tarihleri arasında yapmış olduğu 460 adet paylaşım, dijital kamu diplomasisi stratejileri ve bu bağlamda öne çıkan temalar baz alınarak

hem nitel hem de nicel içerik analizi yöntemleri kullanılarak analiz edilmiştir. Nitel veriler, paylaşımların tematik analizleriyle elde edilmiş ve bu süreçte paylaşımlar belirli temalar ve kategoriler çerçevesinde kodlanarak detaylı bir şekilde incelenmiştir. Nicel veriler ise, paylaşımların sayısal değerleri üzerinden analiz edilmiş ve elde edilen verilerin nicel dağılımları sonucunda Avrupa Birliği Müktesebatı'nda öne çıkan fasıllar belirlenmiştir.

İçerik analizi "iletilerin açık olan içeriğinin nesnel, ölçülebilir ve doğrulanabilir bir açıklamasını yapabilmek amacıyla" kullanılmaktadır (Fiske, 1996, s. 176). Holsti ise içerik analizini, mesajların belirgin niteliklerinin nesnel ve sistematik bir biçimde tanımlanması yoluyla çıkarımlar yapılmasına imkân veren bir araştırma tekniği olarak tanımlamaktadır (akt. Herkner, 2003, s. 129).

İçerik analizine; kitaplar, dergiler, gazeteler ve internet sayfaları gibi yazılı metinlerin yanı sıra ses kayıtları, videolar, resimler ve filmler gibi görsel ve işitsel materyallerin detaylı bir şekilde incelenmesi için sıkça başvurulmaktadır (Babbie, 2010, s. 90-123). Bu yöntemin geniş kapsamı, çeşitli türdeki materyallerin analizine olanak tanır. Bu bağlamda içerik analizi sözel ve yazılı belgelerin, resimlerin ve metne dayalı ifadelerin kodlanması, sınıflandırılması, kategorilere ayrılması, özetlenmesi ve karşılaştırılmasıyla anlamlı sonuçlar elde etmeyi amaçlayan bir araştırma yöntemidir (Krippendorff, 2004, s. 13).

Nicel içerik analizi; içeriklerinin belirli özelliklerini sayısal verilerle ölçerek objektif ve sistematik bir şekilde inceleyen bir araştırma yöntemidir. Nicel içerik analizi, verileri sistematik ve sayısal olarak sunmasına rağmen eleştirilere açıktır; bu nedenle genellikle nitel içerik analizi ile tamamlanır (Metin ve Ünal, 2022, s. 277-278). Bu eleştiriler göz önünde bulundurularak araştırmada hem nitel hem de nicel yöntemlerin birlikte kullanılması, elde edilen verilerin daha kapsamlı ve dengeli bir şekilde analiz edilmesine olanak sağlamıştır.

Nitel içerik analizinde ise dört aşama bulunmakta ve bu aşamalar; verilerin kodlanması, temaların (kategorilerin) belirlenmesi, kodların ve temaların düzenlenmesi ve bulguların yorumlanmasından oluşmaktadır. Verilerin kodlanması, verilerin anlamlı parçalara ayrılmasını sağlar. Temaların belirlenmesi ile benzer özelliklere sahip kodlar bir araya getirilir. Üçüncü aşamada, bu kodlar ve temalar düzenlenir ve analiz süreci sistematik hale getirilir. Son aşamada ise, elde edilen

bulgular yorumlanır ve araştırmanın sonuçları ortaya konur. Bu dört aşama, araştırmacının topladığı verileri daha anlamlı hale getirerek detaylı ve kapsamlı analizler yapmasına olanak tanır (Yıldırım ve Şimşek, 2008, s. 228-239).

Kodlamalar öncelikle paylaşımların kamu diplomasisi anlamında analiz edilmesine yönelik kategorize edilip ardından ana kategoriler altındaki bazı kategoriler için alt kategoriler ve bazı kategoriler için de temalar belirlenmiştir. Kodlama sürecinde kullanılan alt kategoriler ve temalar, paylaşımların içeriklerine ve mesajlarına göre belirlenerek ilgili kategorilerdeki paylaşımların daha detaylı analiz edilmesini sağlamıştır. Ardından, Microsoft Excel programında verilerin nicel dağılımları hesaplanmıştır. Son olarak paylaşımların analizinden elde edilen veriler, AB Müktesebatı'nın Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu'nun Instagram paylaşımlarına nasıl entegre edildiğini ve bu paylaşımların AB Müktesebatı'nda yer alan hangi fasılları öne çıkardığını analiz etmek için kullanılmıştır.

Analizler tamamlandıktan sonra elde edilen veriler tablolar ve pasta grafikleri ile sunulmuştur. Tablolar her kategori veya temadaki paylaşımların nicel verilerini gösterirken; pasta grafikleri de bu verilerin yüzdelik dağılımlarını görselleştirmektedir. Görselleştirme aşaması, hangi kategorilerin ve temaların öne çıktığını görsel olarak ifade ederek verilerin daha anlaşılır şekilde sunulmasını sağlamıştır.

5.1.6. Verilerin Toplanması

Veri toplama aşamasında, Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu'nun Instagram hesabında 1 Haziran 2023-31 Aralık 2023 tarihleri arasında yapılan tüm paylaşımlar incelenmiştir. Bu kapsamda bu tarih aralığında 460 adet paylaşım analiz edilmiştir. Bu paylaşımlar, araştırmanın temel verilerini oluşturmuş ve analiz sürecinin başlangıç noktasını teşkil etmiştir. Paylaşımların içerikleri detaylı bir şekilde kaydedilmiştir.

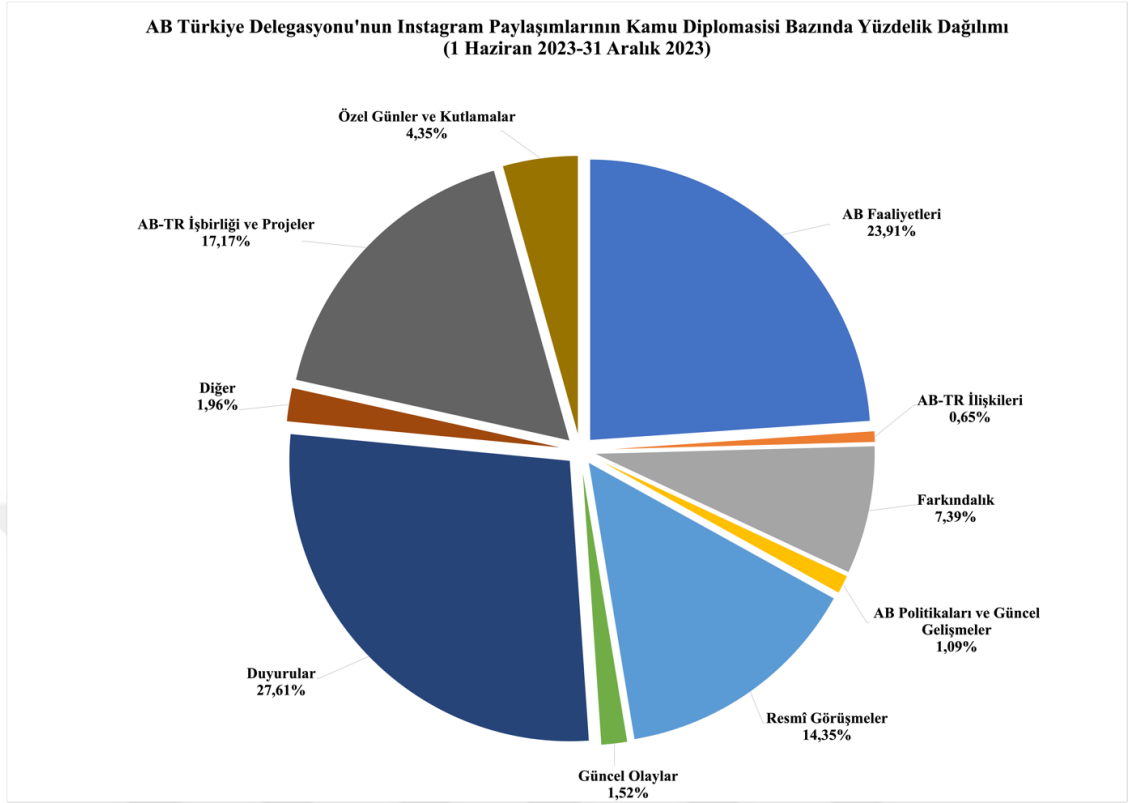
5.2. Araştırmanın Bulguları ve Analizi

Araştırma kapsamında 1 Haziran 2023 ve 31 Aralık 2023 tarihleri arasında Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu'nun Instagram hesabında yapmış olduğu 460 adet paylaşım analiz edilmiştir. Bu paylaşımlar, kamu diplomasisi uygulamaları anlamında çeşitli kategorilere ayrılmıştır.

Kategori	Paylaşım Adedi	Yüzde
Duyurular	127	27,61%
AB Faaliyetleri	110	23,91%
AB-TR İş birliği ve Projeler	79	17,17%
Resmî Görüşmeler	66	14,35%
Farkındalık	34	7,39%
Özel Günler ve Kutlamalar	20	4,35%
Güncel Olaylar	7	1,52%
AB Politikaları ve Güncel Gelişmeler	5	1,09%
AB-TR İlişkileri	3	0,65%
Diğer	9	1,96%
Toplam	460	100%

Tablo 5.1. Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu’nun Instagram Paylaşımlarının Kamu Diplomasisi Bazında Kategorik Dağılımı

Tablo 5.1.’de Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu’nun 1 Haziran 2023 ve 31 Aralık 2023 tarihleri arasında yapmış olduğu 460 adet Instagram paylaşımının kamu diplomasisi bağlamında kategorik dağılımı gösterilmektedir. En fazla paylaşım yapılan kategori "Duyuru" olup, toplam 127 adet paylaşım gerçekleştirilmiştir. "AB Faaliyetleri" kategorisinde 110, "AB-TR İş birliği ve Projeler" kategorisinde 79, "Resmî Görüşmeler" kategorisinde 66, "Farkındalık" kategorisinde 34, "Özel Günler ve Kutlamalar" kategorisinde 20 ve "Diğer" kategorisi ise çeşitli konuları kapsayan 9 adet paylaşım içermektedir. Son olarak, "AB Politikaları ve Güncel Gelişmeler" kategorisinde 5 adet ve "AB-TR İlişkileri" kategorisinde ise 3 adet paylaşım yapıldığı görülmektedir. Bu dağılımlar, Şekil 5.1.’de yüzdelik oranlarla görselleştirilmiştir.



Şekil 5.1. Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu’nun Instagram Paylaşımlarının Kamu Diplomasisi Bazında Yüzdelik Dağılımı

Şekil 5.1.’de belirtilen tarih aralığında yapılan paylaşımların kamu diplomasisi anlamında kategorilerine göre yüzdelik dağılımları yer almaktadır. En fazla paylaşım yapılan kategorinin, toplam paylaşımların %27,61’ini oluşturan “Duyurular” kategorisi olduğu açıkça görülmektedir. Bu durum, AB’nin Türkiye’deki faaliyetleri hakkında kamuoyunu sürekli bilgilendirme ve faaliyetlere katılımını teşvik etme amacı taşıdığını göstermektedir.

Paylaşımların %23,91’ini oluşturan “AB Faaliyetleri” kategorisinde ise, AB’nin Türkiye’deki aktif rolünü ve çeşitli alanlardaki katkılarını vurgulayan paylaşımlar yer aldığı tespit edilmiştir. Bu kapsamda AB Faaliyetleri’nin yoğun olarak paylaşılması; AB’nin sosyal, ekonomik ve kültürel alanlarda gerçekleştirmiş olduğu etkinlikleri görünür kılmakta ve AB’nin Türkiye’de etkin ve proaktif bir ortak olarak algılanmasına katkıda bulunmaktadır.

“AB-TR İş birliği ve Projeler” kategorisi ise %17,17 oranıyla üçüncü sırada yer almaktadır. Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu’nun Instagram hesabında AB

projeleri ve AB-TR ortak proje ve iş birliklerine dair paylaşımlar yapması; iki taraf arasındaki iş birliğinin, ortak girişimlerin ve AB'nin Türkiye'deki katkılarının görünürlüğünün artırılması açısından önem taşıyarak aynı zamanda kamuoyunun katılımını da teşvik etmektedir.

%14,35 oranında paylaşım ile dördüncü sırada yer alan “Resmî Görüşmeler” kategorisi, AB ve Türkiye arasındaki diplomatik temasların ve üst düzey görüşmelerin önemini vurgulamaktadır. Bu durum, iki taraf arasındaki ilişkilerin ciddiyetini ve derinliğini kamuoyuna göstermekte ve diplomatik ilişkilerin şeffaflığını pekiştirmektedir.

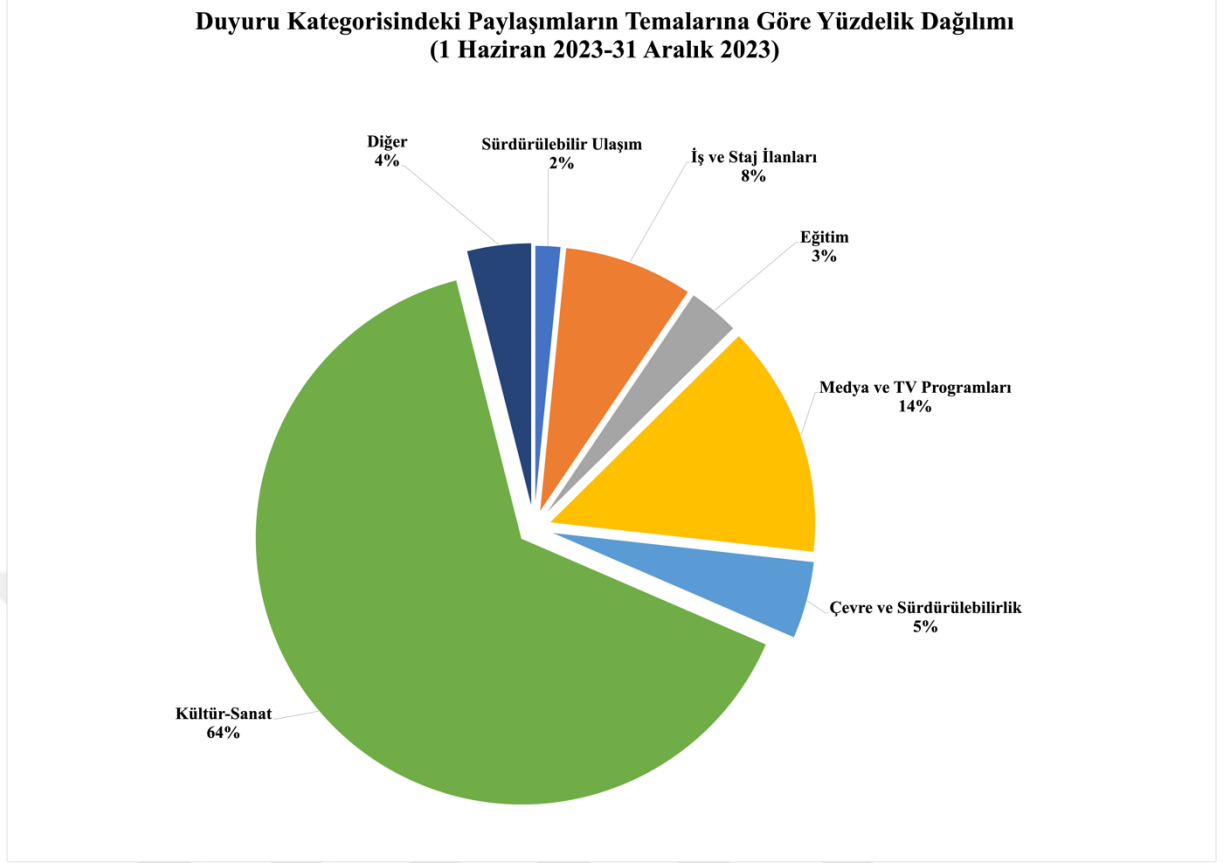
%7,39 oranında olan “Farkındalık” paylaşımlarının ise; sosyal, politik ve çevresel konularda kamuoyunu bilgilendirme ve duyarlılık oluşturma amacı taşıdığı görülmektedir. Bu paylaşımlar, AB'nin toplumsal duyarlılığını ve sorumluluk bilincini vurgulayarak Türkiye'deki ve dünyadaki toplumsal konulara olan ilgisini ve desteğini göstermektedir.

%4,35 oranında paylaşım ile “Özel Günler ve Kutlamalar” kategorisi, özellikle Türkiye'nin önemli günlerini ve kutlamalarını içermektedir. Bu paylaşımlar, kültürel ve sosyal bağların pekiştirilmesine hizmet etmekte ve AB'nin kültürel yakınlık ve ortak değerler vurgusu yaparak iki toplum arasındaki anlayışı ve dostluğu güçlendirme çabasını yansıtmaktadır. “Güncel Olaylar” kategorisi %1,52 oranında paylaşım ile Türkiye ve dünyadaki önemli güncel gelişmeleri kapsamaktadır (bkz. Ek-2). “AB Politikaları ve Güncel Gelişmeler” kategorisi %1,09 oranında paylaşım ile AB'nin iç ve dış politikalarındaki gelişmeleri yansıtmakta iken “Diğer” kategorisi ise %1,96 oranında çeşitli alanları kapsamaktadır.

Tema	Paylaşım Adedi	Yüzde
Kültür-Sanat	82	64%
Medya ve TV Programları	18	14%
İş ve Staj İlanları	10	8%
Çevre ve Sürdürülebilirlik	6	5%
Eğitim	4	3%
Sürdürülebilir Ulaşım	2	2%
Diğer	5	4%
Toplam	127	100%

Tablo 5.2. Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu’nun Duyuru Paylaşımlarının Tematik Dağılımı

Tablo 5.2.'de görüldüğü üzere, Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu'nun “Duyurular” kategorisi altındaki 127 adet paylaşım çeşitli temalar altında toplanmıştır. En fazla paylaşıma sahip tema "Kültür-Sanat" olup, bu kapsamda 82 adet paylaşım yapılmıştır. Onu takip eden "Medya ve TV Programları" temasında ise 18 paylaşım bulunmaktadır. "İş ve Staj İlanları" 10 paylaşım ile sıralanırken, "Eğitim" teması altında 4 paylaşım yapılmıştır. "Çevre ve Sürdürülebilirlik" konusunda ise 6 adet paylaşım gerçekleştirilmiştir. "Sürdürülebilir Ulaşım" temasına dair 2 paylaşım yapılmışken, "Diğer" başlığı altında ise çeşitli temaları kapsayan 5 adet paylaşım yer almaktadır. Şekil 5.2.'de bu tematik dağılımın yüzdelik oranları bir pasta grafiği aracılığıyla detaylandırılmıştır.



Şekil 5.2. Duyuru Paylaşımlarının Temalarına Göre Yüzdelik Dağılımı

Şekil 5.2.'de görüldüğü üzere, "Duyurular" kategorisindeki paylaşımların en büyük kısmını %64,57 oranla "Kültür-Sanat" duyuruları oluşturmaktadır. Bu durum, AB'nin Türkiye'deki kültürel iş birliğine ve sanatsal faaliyetlere verdiği önemi açıkça göstermektedir. Kültür ve sanat alanında yapılan bu yoğun paylaşımlar, AB'nin Türkiye'deki kültürel varlığını güçlendirme, AB'nin kültürel değerlerini tanıtma ve iki toplum arasındaki kültürel bağları pekiştirme amacını taşımaktadır. Örneğin; Avrupa Filmleri Haftası duyuruları, sinemaseverleri çeşitli Avrupa filmlerini izlemeye davet etmekte ve etkinlik günleri ile saatleri hakkında bilgi vermektedir (bkz. Ek-3). Bunun yanı sıra AB Türkiye Delegasyonu konserler, sergiler ve kısa film yarışmaları gibi etkinliklerin duyurularını da yaparak kültürel etkileşimi artırmayı hedeflemektedir. Dolayısıyla, bu tematik dağılım, AB'nin kültürel diplomasiye verdiği stratejik önemi ve bu alandaki etkinliklere katılımı teşvik ederek Türkiye'deki kültürel ilişkilere katkıda bulunma çabasını ortaya koymaktadır.

"Medya ve TV Programları" %14,17 oranla ikinci sırada yer almaktadır. Medya ve TV programları hakkında yapılan duyurular, AB'nin ana akım medya aracılığıyla geniş

kitlelere ulaşma ve mesajlarını etkili bir şekilde iletme çabasını yansıtmaktadır (bkz. Ek-4). Ana akım medya; kamu diplomasisi için güçlü bir araç olup AB'nin politikalarını, değerlerini ve projelerini tanıtmak için kullanılmaktadır. Bununla birlikte kamuoyunda AB'nin olumlu bir imaj oluşturmaya da katkı sağlamaktadır.

“İş ve Staj İlanları” duyuruları %7,87 oranında paylaşım ile üçüncü sırada yer almaktadır. Bu paylaşımlar, Delegasyon’un çok kültürlü bir çalışma ortamı sunarak istihdam fırsatlarını Instagram aracılığıyla daha geniş bir kitleye ulaştırıp AB'nin sunduğu fırsatları daha görünür kılmayı ve katılımı artırmayı hedeflediğini göstermektedir.

“Çevre ve Sürdürülebilirlik” temalı duyurular %4,72 oranında paylaşım ile, AB'nin çevre koruma ve sürdürülebilirlik konularına verdiği önemi yansıtmaktadır. Bu doğrultuda ağaç dikme ve sahil temizleme gibi birçok alanda düzenlenecek çeşitli etkinlikler hakkında duyuru paylaşımları yapılmıştır. Bu paylaşımlar, AB’nin Türkiye’de çevre bilincini artırmayı ve sürdürülebilirlik konulu faaliyetlere daha geniş bir toplumsal katılım sağlamayı önemseydiğini göstermektedir.

"Eğitim" duyuruları %3,15 oranında paylaşım ile önemli bir yer tutmaktadır. AB Türkiye Delegasyonu'nun eğitim konusundaki duyurulara Instagram'da yer vermesi, eğitim fırsatlarına geniş kitlelerin erişimini sağlama ve katılımı artırma amacı taşımaktadır. Bu strateji, dijital platformları etkin kullanarak gençlere, öğrencilere ve eğitimle ilgilenen bireylere ulaşmayı hedeflemektedir. Burs başvuruları, dijital okuryazarlık programları, eğitim kampları gibi konularda yapılan duyurular; gençlerin ve yetişkinlerin bu fırsatlardan yararlanmalarını teşvik etmektedir. Böylelikle, AB'nin çeşitli konulardaki eğitim programlarına olan ilgiyi artırma ve katılımı destekleme hedefi doğrultusunda önemli adımlar atılmış olmaktadır.

“Sürdürülebilir Ulaşım” ile ilgili duyurular %1,57 oranında paylaşım ile, AB'nin çevre dostu ve sürdürülebilir ulaşım çözümlerine verdiği önemi yansıtmaktadır. Bu paylaşımlar, AB'nin sürdürülebilir ulaşım konusundaki farkındalığı artırmayı ve geniş kitlelerin bu etkinliklere katılımını sağlamayı amaçladığını gösterir. Bu bağlamda, Avrupa Hareketlilik Haftası’na dair duyurular öne çıkmaktadır. İnsanları daha fazla aktiviteye ve sürdürülebilir ulaşım çözümlerine teşvik eden bu etkinliklere dair yapılan paylaşımlar; haftanın programı ve aktiviteleri hakkında bilgilendirmeler içermektedir.

Böylece, AB'nin bu alandaki iş birliğini destekleme ve çevre dostu ulaşım çözümlerine dikkat çekme çabası net bir şekilde ortaya konmaktadır.

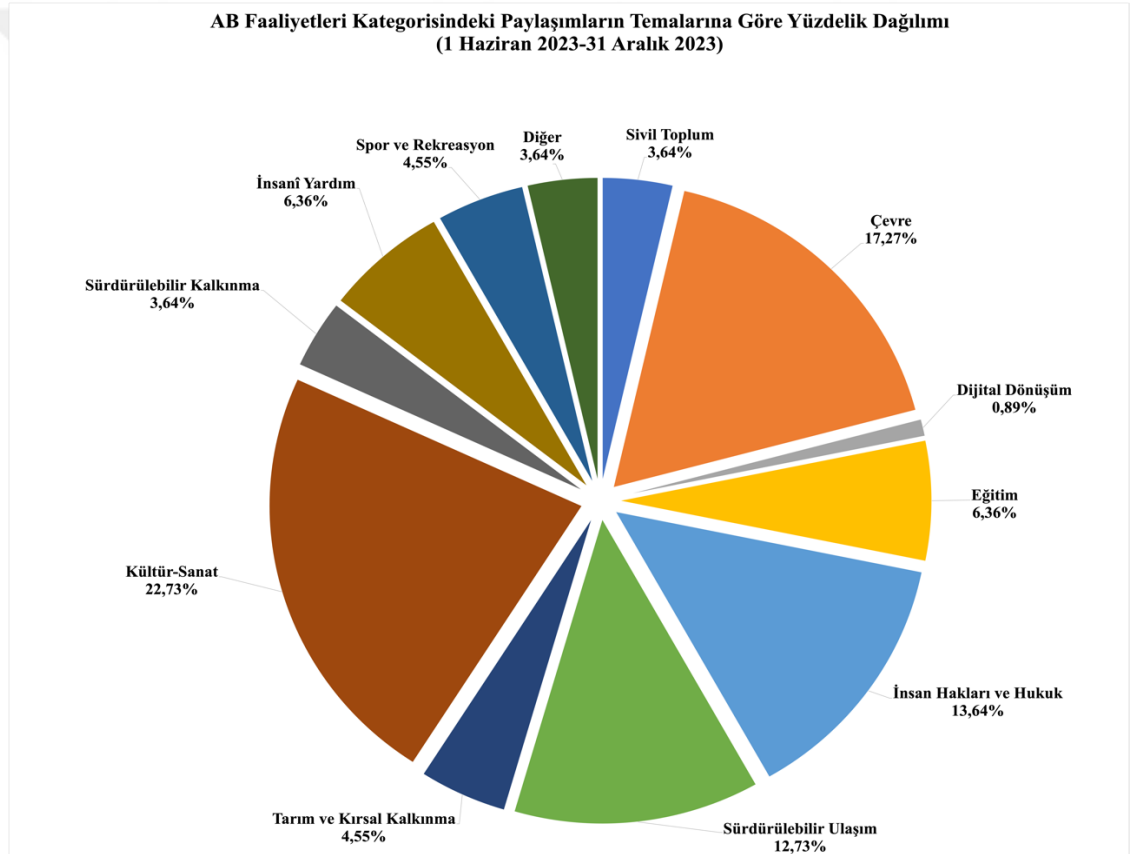
“Diğer” başlığı ise %3,94 oranında paylaşımla, çeşitli tematik alanları kapsamaktadır. Bu paylaşımlar, AB'nin geniş bir yelpazede faaliyetlerine ve projelerine katılımı teşvik etme amacını taşımaktadır.

Tema	Paylaşım Adedi	Yüzde
Kültür-Sanat	25	22,73%
Çevre	19	17,27%
İnsan Hakları ve Hukuk	15	13,64%
Sürdürülebilir Ulaşım	14	12,73%
Eğitim	7	6,36%
İnsanî Yardım	7	6,36%
Tarım ve Kırsal Kalkınma	5	4,55%
Spor ve Rekreasyon	5	4,55%
Sivil Toplum	4	3,64%
Sürdürülebilir Kalkınma	4	3,64%
Dijital Dönüşüm	1	0,89%
Diğer	4	3,64%
Toplam	110	100,00%

Tablo 5.3. Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu’nun AB Faaliyetleri Paylaşımlarının Tematik Dağılımı

Tablo 5.3’te görüldüğü üzere, Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu’nun “AB Faaliyetleri” hakkındaki paylaşımları çeşitli temalar altında sıralanmıştır. "Kültür-Sanat" teması en çok dikkat çeken ve 25 adet paylaşımın yapıldığı tema olarak öne

çıkmaktadır. Diğer temalar arasında "İnsan Hakları ve Hukuk" temasında 15, "Çevre" temasında 19, "Sürdürülebilir Ulaşım" temasında 14, "Sivil Toplum" temasında 4, "Eğitim" temasında 7, "Tarım ve Kırsal Kalkınma" temasında 5, "Sürdürülebilir Kalkınma" ve "İnsani Yardım" temalarında ise her biri 7'şer adet paylaşım yapıldığı görülmektedir. "Spor ve Rekreasyon" temasında 5 paylaşım yapılırken "Dijital Dönüşüm" temasında yalnızca 1 adet paylaşım gerçekleştirilmiştir. Ayrıca, "Diğer" başlığı altında temalara dahil edilemeyen 4 adet paylaşımın yer aldığı görülmektedir. Toplamda 110 paylaşım tematik olarak bu şekilde dağılmıştır. Bu tematik dağılımların yüzdelik oranları Şekil 5.3.'te görselleştirilmiştir.



Şekil 5.3. AB Faaliyetleri Paylaşımları Temalarına Göre Yüzdelik Dağılımı

Şekil 5.3.'te yer alan grafikte görüldüğü üzere, Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu'nun "AB Faaliyetleri" hakkında yapılan paylaşımlarının tematik dağılımları çeşitli oranlarda yoğunlaşmaktadır. "Kültür-Sanat" teması %22,73 oranla en yüksek paylaşım oranına sahiptir. Bu durum, Avrupa Birliği'nin Türkiye ile kültürel bağları güçlendirmeyi hedeflediğini göstermektedir. Kültürel etkinlikler, iki toplum

arasında karşılıklı anlayışı ve iş birliğini teşvik etmekte ve AB'nin ortak değerler ve tarih üzerinden daha derin bir bağ kurmayı önemseydiğini yansıtmaktadır. Bu bağlamda film etkinlikleri düzenlenmiş, ayrıca konserler ve sergiler gibi etkinlikler organize edilmiştir. Delegasyon sadece kendi etkinliklerini düzenlemekle kalmayıp aynı zamanda Türkiye'de gerçekleşen kültürel etkinliklere de katılmıştır. Örneğin; Şeb-i Arus törenlerine katılım sağlanmış, Türkiye'deki tarihi bölgeler ve müzeler ziyaret edilmiş ve buna benzer birçok faaliyete dair paylaşımlarda bulunulmuştur. Ayrıca, Türkiye'nin zengin kültürel mirasını tanıtan paylaşımlar yapılmakta, bu mirasın korunması ve dünya çapında tanınması amaçlanmaktadır. AB'nin kültürel çeşitliliğe verdiği önem, Birlik'in temel değerlerinden biridir ve farklı kültürlerin bir arada yaşadığı bir yapı olarak AB, bu çeşitliliği zenginlik olarak görmektedir. Dolayısıyla AB'nin Türkiye'deki kültürel etkinliklere yaptığı vurgu, kültürel çeşitliliği teşvik etme ve koruma amacını açıkça yansıtmaktadır.

“Çevre” teması %17,27 oranla ikinci sırada yer almaktadır. Yapılan paylaşımlar, AB'nin Türkiye'deki çevresel standartları yükseltme ve sürdürülebilirliği teşvik etme çabasını yansıtmaktadır. İklim değişikliğiyle mücadele ve doğanın korunması, AB'nin temel öncelikleri arasındadır ve bu kapsamda çeşitli çevre temalı etkinlikler gerçekleştirilmiştir. Özellikle ağaç dikme, sahil temizleme ve biyoçeşitliliği korumaya yönelik etkinlikler düzenlenerek çevre bilincinin artırılması ve sürdürülebilir kalkınma hedeflerinin desteklenmesi amaçlanmaktadır (bkz. Ek-5).

Bununla birlikte “İnsan Hakları ve Hukuk” teması, %13,64 oranla AB Türkiye Delegasyonu'nun Instagram paylaşımlarında önemli bir yer tutmaktadır. AB, temel insan hakları ve hukukun üstünlüğü ilkelerine büyük önem vermekte ve Türkiye'de bu alanların gelişimine destek olmayı amaçlamaktadır. Bu bağlamda Delegasyon, Türkiye'de görülen çeşitli insan hakları davalarına gözlemci olarak katıldıklarına dair paylaşımların yanı sıra düzenlenen insan hakları konferansları ve seminerleriyle; kadına yönelik şiddet, toplumsal cinsiyet eşitliği, azınlık hakları ve savaş suçu gibi konularda paylaşımlara yer verilmiştir. Bu paylaşımlar, Türkiye'nin AB üyelik sürecinde önemli bir başlık olarak öne çıkan insan hakları ve hukuk konusunda gerçekleştirilen ve gerçekleştirilmesi beklenen reformlara dair kamuoyu nezdinde bilinç kazandırması açısından büyük önem taşımaktadır.

“Sürdürülebilir Ulaşım” %12,73 oranında paylaşım, AB'nin çevre dostu ulaşım çözümlerine verdiği önemi göstermektedir. Bu temada gerçekleştirilen etkinlik paylaşımlarının, Türkiye'de sürdürülebilir ulaşım uygulamalarını teşvik ederek karbon ayak izini azaltmayı ve çevre dostu politikaları yaygınlaştırmayı hedeflediği görülmektedir. AB'nin çevre ve iklim politikalarının bir parçası olarak kritik öneme sahip olan bu alanda, Avrupa Hareketlilik Haftası kapsamında çeşitli şehirlerde düzenlenen etkinlikler ve sürdürülebilir ulaşım projelerinin açılışları da bulunmaktadır. Bu faaliyetler, Türkiye'nin AB ile uyum sağlaması noktasında önemli adımlar teşkil etmekte ve kamuoyunda sürdürülebilir ulaşım çözümlerinin benimsenmesini desteklemektedir.

“Eğitim” ve “İnsani Yardım” temalarının %6,36 oranında paylaşımlar içerdiği görülmektedir. Eğitim temalı paylaşımlar, AB'nin bilgi ve beceri geliştirme konusundaki çabalarını göstermektedir. Bu bağlamda dijital medya okuryazarlığı ve çevre gibi çeşitli konularda düzenlenen eğitimlere dair paylaşımlara yer verilmiştir. Öte yandan, "İnsani Yardım" teması %12,36 oranında paylaşım, önemli bir yer tutmakta olup özellikle 6 Şubat 2023'te Türkiye'de meydana gelen deprem sonrası yapılan yardımlar ve AB ülkelerinin sağladığı destekler bu temada yapılan paylaşımların ana unsurlarını oluşturmaktadır (bkz. Ek-6). Deprem sonrası sağlanan insani yardım ve destek faaliyetlerine yönelik bu paylaşımlar, AB'nin insani yardım alanındaki çabalarını ve Türkiye'deki toplumsal sorunlara yönelik desteğini açıkça ortaya koymaktadır.

“Tarım ve Kırsal Kalkınma” faaliyetleri %4,55 oranında paylaşım, temsil edilmektedir. Bu paylaşımlar, AB'nin kırsal bölgelerde ekonomik kalkınmayı destekleme ve sürdürülebilir tarım uygulamalarını teşvik etme amacını yansıtmaları açısından önemlidir. AB yetkililerinin IPARD gibi kırsal kalkınma programları kapsamında desteklenen çeşitli tarım alanlarını ve tesislerini ziyaret ettikleri, bu ziyaretlerin yerinde gözlemlerle desteklendiği paylaşımlar Delegasyon'un Instagram sayfasında yapılmıştır. Delegasyon'un bu paylaşımlara yer vermesi, Instagram üzerinden geniş kitlelere ulaşarak AB'nin kırsal kalkınmaya verdiği desteği görünür kılmakta ve Türkiye'nin kırsal kalkınma politikalarını destekleyerek bu bölgelerde yaşam standartlarını yükseltme amacını açıkça yansıtmaktadır.

“Spor ve Rekreasyon” teması %4,55 oranında paylaşım içermektedir. Bu paylaşımlar, AB'nin toplumsal bağları güçlendirme ve sağlıklı yaşamı teşvik etme misyonunu yansıtmaktadır. Bu kapsamda, Avrupa Spor Haftası etkinlikleri ve delegasyon yetkililerinin çeşitli spor etkinliklerine katılımlarına dair paylaşımlar yapılmıştır.

"Sivil Toplum" ve "Sürdürülebilir Kalkınma" temaları, her biri %3,64'lük bir temsil oranıyla AB Faaliyetleri paylaşımları arasında yer almaktadır. “Sivil Toplum” temasında yapılan paylaşımlar, AB'nin sivil toplum kuruluşları ve vatandaşlarla olan etkileşimini görünür kılmaktadır. Bu paylaşımlar, AB'nin demokratik değerleri ve sivil katılımı teşvik etme çabasını yansıtmaktadır. Sivil toplum diyalogu kapsamında, Delegasyon'un STK temsilcileri ile gerçekleştirdiği etkinlikler ve toplantılar, bu paylaşımlarda öne çıkmaktadır. “Sürdürülebilir Kalkınma” temalı paylaşımlarda ise AB'nin Türkiye'deki çevresel farkındalığı artırma ve sürdürülebilir kalkınma hedeflerine yönelik çabaları yansıtılmaktadır.

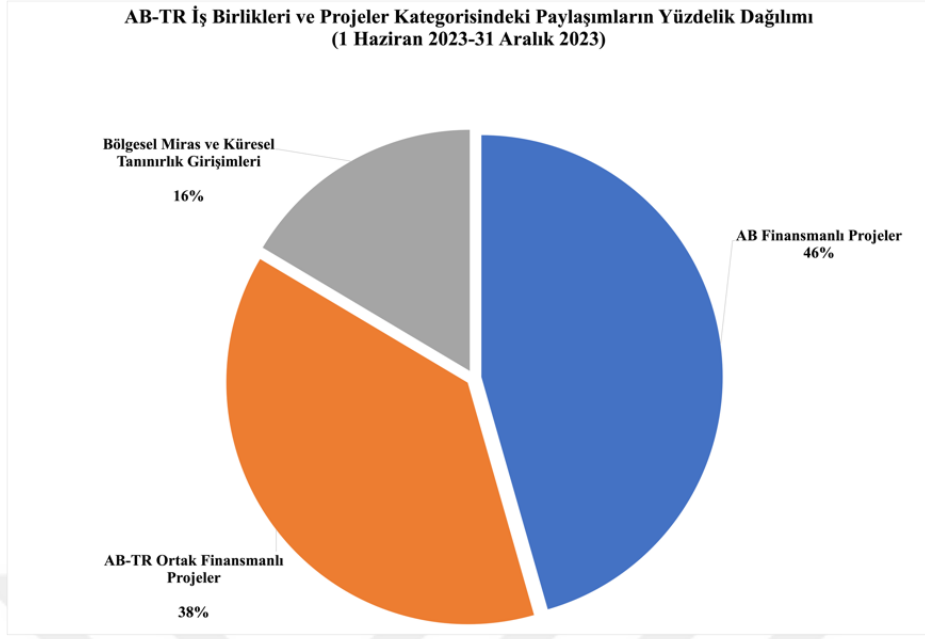
“Dijital Dönüşüm” teması ise %0,89 oranında paylaşım ile temsil edilmektedir. Bu tema altında, dijital dönüşüm projelerine dair etkinlikler yer almaktadır. Bu paylaşımlar, dijital teknolojilerin entegrasyonu ve kullanımının yaygınlaştırılması noktasında AB-TR iş birliğini görünür kılmaktadır. Ayrıca dijital dönüşüm kapsamında yapılan bu etkinlik paylaşımları, AB'nin dijitalleşme sürecine verdiği önemi ve bu alandaki yenilikçi yaklaşımlarını yansıtmaktadır.

“Diğer” başlığı %3,64 oranında çeşitli tematik alanları kapsamakta olup belirli bir kategoriye dahil edilemeyen konuları içermektedir.

Alt Kategori	Paylaşım Adedi	Yüzde
AB Finansmanlı Projeler	36	46%
AB-TR Ortak Finansmanlı Projeler	30	38%
Bölgesel Miras ve Küresel Tanınırlık Girişimleri	13	16%
Toplam	79	100%

Tablo 5.4. Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu’nun AB-TR İş birlikleri ve Projeler Paylaşımlarının Dağılımı

Tablo 5.4.’te, Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu’nun 1 Haziran 2023 ve 31 Aralık 2023 tarihleri arasında yaptığı 460 adet paylaşımın kamu diplomasisi anlamındaki kategorik dağılımları içinde yer alan “AB-Türkiye İş birlikleri ve Projeler” paylaşımlarının alt kategorileri görülmektedir. “AB Finansmanlı Projeler” kategorisinde 36 paylaşım yapılmıştır. Bu projeler, AB’nin Türkiye’deki kalkınma ve AB değerlerine dair projeleri destekleme çabasını yansıtmaktadır. “AB-TR Ortak Finansmanlı Projeler” alt kategorisinde 30 paylaşım gerçekleştirilmiş ve bu paylaşımlar iki tarafın ortak projelerine verdikleri önemi göstermektedir. “Bölgesel Miras ve Küresel Tanınırlık Girişimleri” alt kategorisinde ise 13 paylaşım bulunmaktadır. Bu paylaşımlar, Türkiye’nin kültürel mirasının korunması ve tanıtılması amacıyla yapılan çalışmaları içermektedir. Toplamda 79 paylaşımın bu şekilde dağıldığı görülmektedir. Şekil 5.4.’te bu alt kategorilerin yüzdelik dağılımı görselleştirilmiştir.



Şekil 5.4. AB-TR İş birlikleri ve Projeler Paylaşımlarının Yüzdelik Dağılımı

Şekil 5.4.’te görüldüğü üzere, AB-Türkiye iş birliği ve Projeler paylaşımlarının yüzdelik dağılımı farklı alt kategorilerde yoğunlaşmaktadır. “AB Finansmanlı Projeler” %46 oranla en büyük paya sahiptir. Bu yüksek oran, AB’nin Türkiye’deki çeşitli alanlardaki projelere büyük ölçüde finansal destek sağladığını ve Türkiye’nin AB Müktesebatı’na uyum sürecine katkıda bulunduğunu göstermektedir. Bu projeler; Türkiye’nin ekonomik, sosyal ve kurumsal yapısını AB standartlarına yaklaştırmayı amaçladığı gibi aynı zamanda AB değerleri doğrultusunda gerçekleştirilen projelerden de oluşmaktadır.

“AB-TR Ortak Finansmanlı Projeler” %38 oranında paya sahiptir. Bu projeler, AB ve Türkiye’nin birlikte finanse ettiği projeleri temsil etmektedir. Ortak finansmanlı projeler, iki tarafın iş birliği yaparak karşılıklı yarar sağlayan projelere odaklanmasını ve bu projeler aracılığıyla güçlü bir ortaklık inşa etmelerini amaçlamaktadır. Bu iş birliği, Türkiye’nin AB üyelik sürecinde gerekli olan reform ve gelişmeler için de önemlidir.

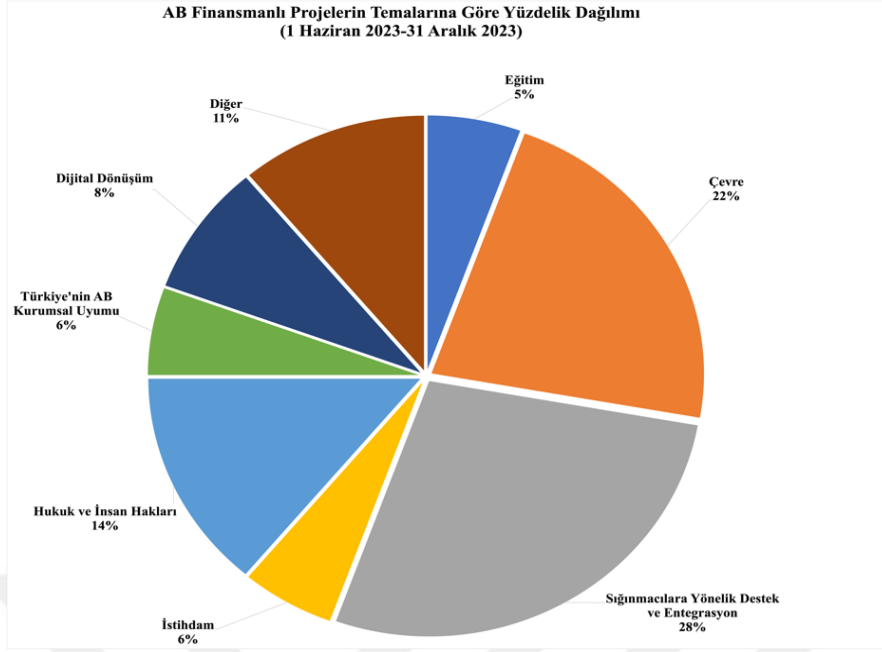
“Bölgesel Miras ve Küresel Tanınırlık Girişimleri” %16 oranında paya sahiptir. Bu alanda yapılan paylaşımlar, Türkiye’nin kültürel ve tarihsel mirasının uluslararası alanda tanınmasını ve korunmasını hedefleyen iş birliklerini kapsamaktadır. Avrupa Birliği, bu tür girişimlerle Türkiye’nin yerel ve bölgesel değerlerinin uluslararası platformlarda tanınmasına ve bu değerlerin korunmasına katkıda bulunmaktadır. Bu

girişimler, Türkiye’de yetiştirilen çeşitli tarım ve gıda ürünlerine coğrafi işaret vererek aynı zamanda Türkiye’nin kırsal kalkınmasını ve bölgesel ekonomik gelişimini de desteklemektedir (bkz. Ek-7). Paylaşımların tamamı coğrafi işaretlerden oluştuğu için tematik analizlerini sunan tablo ve şekillere yer verilmeyecektir.

Tema	Paylaşım Adedi	Yüzde
Sığınmacılara Yönelik Destek ve Entegrasyon	10	28%
Çevre	8	22%
Hukuk ve İnsan Hakları	5	14%
Dijital Dönüşüm	3	8%
İstihdam	2	6%
Türkiye'nin AB Kurumsal Uyumu	2	6%
Eğitim	2	5%
Diğer	4	11%
Toplam	36	100%

Tablo 5.5. AB Finansmanlı Projelerin Tematik Dağılımı

Tablo 5.5'teki verilere göre; “AB Finansmanlı Projeler”in tematik dağılımında en fazla paylaşım, 10 paylaşım ile "Sığınmacılara Yönelik Destek ve Entegrasyon" temasında yapılmıştır. Bunu 8 paylaşım ile "Çevre" teması izlemektedir. Üçüncü sırada 5 paylaşım ile "Hukuk ve İnsan Hakları" teması yer alırken, "Diğer" başlığında 4 paylaşım olduğu görülmektedir. "Dijital Dönüşüm" teması 3 paylaşım; "İstihdam", "Türkiye'nin AB Kurumsal Uyumu" ve "Eğitim" temaları ise her biri 2'şer paylaşım ile tabloda bulunmaktadır. Bu dağılım, AB finansmanlı projelerin öncelikle sığınmacılar, çevre ve insan hakları gibi alanlara odaklandığını göstermektedir. Bu temaların yüzdelik dağılımı, Şekil 5.5.'te detaylandırılmıştır.



Şekil 5.5. AB Finansmanlı Projelerin Temalarına Göre Yüzdelik Dağılımı

Şekil 5.5.'te görüldüğü üzere, AB finansmanlı projelerin dağılımı çeşitli temalarda yoğunlaşmaktadır. “Sığınmacılara Yönelik Destek ve Entegrasyon” projelerine dair paylaşımlar %28 oranla en büyük paya sahiptir. Bu yüksek oran, AB'nin sığınmacılar konusundaki hassasiyetini ve Türkiye'ye verdiği desteği göstermektedir. Türkiye, özellikle Suriye krizinden sonra milyonlarca sığınmacıya ev sahipliği yapmaktadır ve AB, bu yükün hafifletilmesi için ve sığınmacıların entegrasyonu konusunda Türkiye'ye ciddi destek sağlamaktadır. Bu projeler, sığınmacıların eğitim, sağlık, barınma gibi temel ihtiyaçlarının karşılanması ve topluma entegrasyonlarının sağlanmasını hedeflemekte ve yapılan paylaşımlar bunu kamuoyuna sunmaktadır (bkz. Ek-8).

“Çevre” projeleri hakkında yapılan paylaşımlar %22 oranında paya sahiptir. Bu projelere finansman ayrılması AB'nin çevre koruma ve sürdürülebilir kalkınma konularındaki kararlılığının büyük bir göstergesidir. Bu projelerle Türkiye'nin çevresel standartlarını yükseltmek amaçlanmaktadır. AB, Yeşil Mutabakat kapsamında Türkiye'nin de çevresel politikalarda uyum sağlamasını beklemektedir. Delegasyon'un Instagram hesabında biyolojik çeşitliliğin korunmasına yönelik projeler ve denizleri karbondan arındırmaya yönelik projeler gibi birçok proje hakkında paylaşımlar yapılmıştır. Bu paylaşımlar, AB'nin çevre temalı projelere verdiği önemi kamuoyuna duyurma ve bu alandaki kararlılığını geniş kitlelere iletme amacını yansıtmaktadır.

“Hukuk ve İnsan Hakları” projeleri %14 oranla önemli bir yer tutmaktadır. Bu projeler, Türkiye'deki demokratikleşme sürecine ve hukukun üstünlüğüne katkıda bulunmayı amaçlamaktadır. Bu kapsamda; adalet sisteminin güçlendirilmesi, adalete eşit erişimin sağlanması ve insan haklarının geliştirilmesi gibi birçok alana yönelik projelere dair paylaşımlar yapılmıştır. Bu paylaşımlar, AB'nin Türkiye'deki demokratikleşme sürecine ve hukukun üstünlüğünün pekiştirilmesine verdiği önemi ve bu alandaki çabalarını görünür kılmaktadır.

“Dijital Dönüşüm” temasında gerçekleştirilen paylaşımlar %8 oranında paya sahiptir. Bu paylaşımlar, Türkiye'nin dijital altyapısını geliştirmeyi ve dijital dönüşüm sürecini hızlandırmayı hedefleyen projeler hakkındadır. AB, dijitalleşmeye büyük önem vermekte ve Türkiye'nin de dijital becerilerini geliştirmeyi amaçlamaktadır. Bu kapsamda, Dijital Avrupa Programı gibi proje ve programlara dair paylaşımlara yer verilmiştir.

“Eğitim” temasındaki paylaşımlar %5 oranında olup AB'nin eğitim ve öğretim kalitesini artırma ve bilgiye dayalı ekonomiyi destekleme amacını yansıtmaktadır. Yapılan paylaşımlarda; meslekî eğitimi ve hayat boyu öğrenmeyi teşvik eden projeler öne çıkmakta, Türkiye'deki eğitim sisteminin iyileştirilmesi ve gençlerin eğitim olanaklarının artırılmasının hedeflendiği görülmektedir.

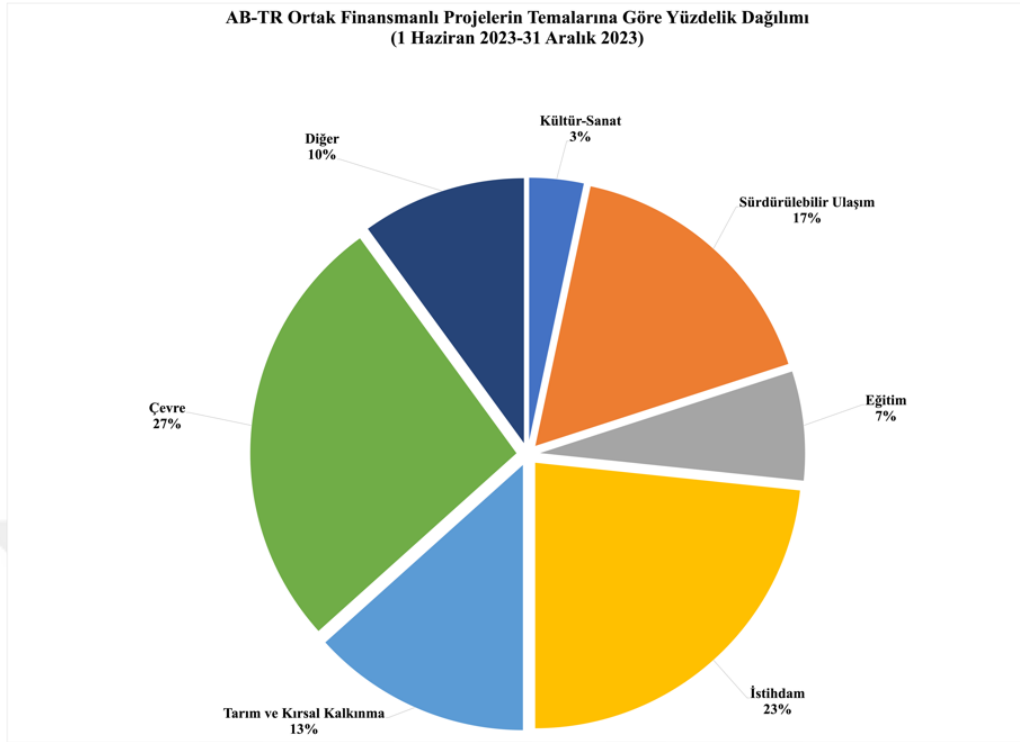
“Türkiye'nin AB Kurumsal Uyumu” ve “İstihdam” temaları ise paylaşımlarda %6 oranında temsil edilmektedir. AB, Türkiye'nin kurumsal yapısının AB standartlarına uyum sağlamasını beklemekte ve “İstihdam” projeleri ile de iş gücü piyasasının geliştirilmesi, toplumsal cinsiyet eşitliğine dayalı istihdam politikalarının izlenmesi ve işsizlik oranlarının azaltılmasını hedeflemektedir. Bu projelerle ilgili Instagram paylaşımları, bu hedeflere yönelik yapılan çalışmaları görünür kılmaktadır.

“Diğer” başlığı %11 oranında çeşitli tematik alanları kapsayan paylaşımları içermektedir. Bu paylaşımlar, belirli bir temaya dahil edilemeyen ancak AB'nin Türkiye ile olan çeşitli iş birliği alanlarını ve projelerini yansıtan konuları kapsamaktadır. AB'nin çok yönlü iş birliği çabalarını ve çeşitli alanlardaki desteklerini kamuoyuna duyurmak amacıyla yapılan bu paylaşımlar, AB-Türkiye ilişkilerinin farklı boyutlarını göstermesi açısından önemlidir.

Tema	Paylaşım Adedi	Yüzde
Çevre	8	27%
İstihdam	7	23%
Sürdürülebilir Ulaşım	5	17%
Tarım ve Kırsal Kalkınma	4	13%
Eğitim	2	7%
Kültür-Sanat	1	3%
Diğer	3	10%
Toplam	30	100%

Tablo 5.6. AB-TR Ortak Finansmanlı Projelerin Tematik Dağılımı

Tablo 5.6.'da "AB-TR Ortak Finansmanlı Projeler" kategorisinde yer alan paylaşımlar, çeşitli temalar altında listelenmiştir. En fazla paylaşım "Çevre" temasında yapılmış olup 8 adet paylaşım bulunmaktadır. "İstihdam" teması 7 adet paylaşım ile ikinci sırada yer alırken, "Sürdürülebilir Ulaşım" temasında 5 adet, "Tarım ve Kırsal Kalkınma" temasında 4 adet, "Eğitim" temasında 2 adet ve "Kültür-Sanat" temasında 1 adet paylaşım yapılmıştır. Ayrıca, çeşitli temalara dahil edilemeyen 3 adet paylaşım "Diğer" başlığı altında yer almıştır. Toplamda 30 adet paylaşım gerçekleştirilmiştir. Şekil 5.6.'da "AB-TR Ortak Finansmanlı Projeler" in tematik dağılımları yüzdelik oranlarıyla birlikte görselleştirilmiştir.



Şekil 5.6. AB-TR Ortak Finansmanlı Projelerin Temalarına Göre Yüzdelik Dağılımı

Şekil 5.6.’da görüldüğü üzere, AB-TR Ortak Finansmanlı Projeler’in tematik dağılımı çeşitli alanlarda yoğunlaşmakta ve bu projeler, iki tarafın mali kaynaklarını birleştirerek gerçekleştirdiği iş birliklerini yansıtmaktadır. Bu projeler, AB ve Türkiye’nin birlikte çalışarak ortak hedeflere ulaşmayı amaçladığını ve belirli alanlarda birlikte gelişmeyi hedeflediklerini göstermektedir.

“Çevre” temalı projeler %27 oranla en büyük paya sahiptir. Bu yüksek oran, AB ve Türkiye’nin çevre koruma ve sürdürülebilirlik konularındaki kararlılığını ve Türkiye’nin çevresel standartlarını yükseltme ihtiyacını vurgulamaktadır. İklim değişikliği, biyoçeşitlilik ve nesli tehlike altında olan türlerin korunması gibi projelere dair yapılan Instagram paylaşımlarının yanında çeşitli bölgelerde atıksu arıtma tesislerinin kurulması gibi paylaşımlara da yer verilmesi, iki tarafın çevresel sorunlara birlikte çözüm aradığını göstermektedir.

“İstihdam” temalı projeler ise %23 oranında temsil edilmiştir. Bu paylaşımlar, iş gücü piyasasını güçlendirme ve istihdam olanaklarını artırma amacını taşıyan projeleri içermektedir. Genç istihdamı ve kadın girişimciliği projeleri; toplumsal cinsiyet eşitliği temelinde önemli bir yer tutmakta, AB ve Türkiye’nin işsizlik oranlarını

düşürme ve iş gücünün niteliklerini geliştirme hedeflerini yansıtmaktadır (bkz. Ek-9). Bu kapsamda yapılan paylaşımlar, iki tarafın da ekonomik büyüme ve sosyal refahı destekleme çabalarını ortaya koymaktadır.

“Sürdürülebilir Ulaşım” temalı projelere dair paylaşımlar %17 oranında ifade edilmiştir. Bu projeler; ulaşım altyapısının çevre dostu ve sürdürülebilir bir şekilde geliştirilmesini amaçlamaktayken yapılan paylaşımlar karbon ayak izini azaltmayı ve ulaşım sistemlerini modernize etmenin hedeflendiğini anlatması açısından önem arz etmektedir.

“Tarım ve Kırsal Kalkınma” projeleri %13 oranında paylaşılmıştır. Bu paylaşımlar; kırsal bölgelerin ekonomik kalkınmasının desteklendiğini ve tarım sektöründe sürdürülebilir uygulamaların teşvik edildiğini görünür kılmaktadır. AB ve Türkiye, bu projeler aracılığıyla kırsal kalkınma politikalarını uyumlu hale getirmekte ve tarımsal verimliliği artırmayı hedeflemektedir.

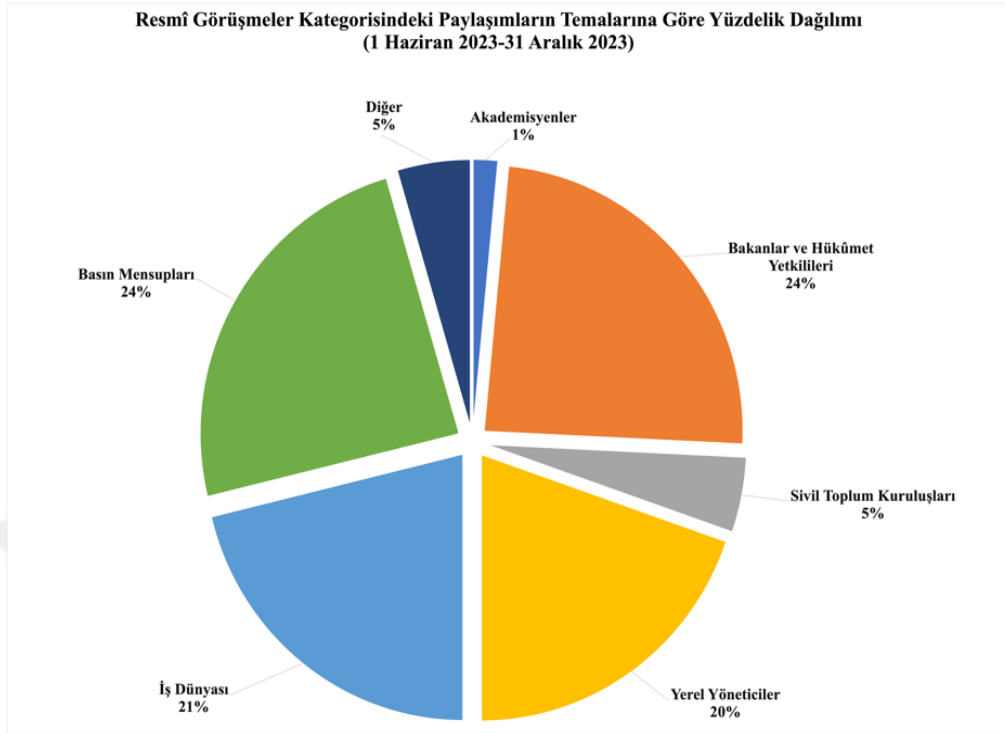
“Eğitim” temalı projeler %7 oranında paylaşımlarla yer almaktadır. Meslekî eğitim ve özel eğitim projelerine dair paylaşımların yanında eğitim sisteminin iyileştirilmesi ve bilgiye dayalı ekonominin güçlendirilmesine yönelik paylaşımlar da yer almaktadır. AB ve Türkiye'nin ortaklaşa finanse ettiği bu projeler, Türkiye'nin eğitim politikalarını AB standartlarına uygun hale getirme çabalarını yansıtmaktadır. Yapılan paylaşımlar, bu eğitim projelerinin kamuoyuna tanıtılması ve eğitim olanaklarının görünürlüğünü sağlamaktadır.

“Kültür-Sanat” projeleri %3 oranında paylaşılmış olup bu paylaşımlar, karşılıklı anlayışı ve iş birliğini güçlendirme hedefini taşımakta, kültürel mirası korumaya ve geliştirmeye yönelik çalışmaları içermektedir (bkz. Ek-10). “Diğer” başlığı altında toplanan paylaşımlar ise genel paylaşımların %10'unu oluşturmakta ve bu paylaşımlarda güvenlik amaçlı projeler, sivil toplumun desteklenmesi ve ortaklaşa yürütülen insani yardım projeleri gibi birçok proje yer almaktadır.

Tema	Paylaşım Adedi	Yüzde
Basın Mensupları	16	24%
Bakanlar ve Hükûmet Yetkilileri	16	24%
İş Dünyası	14	21%
Yerel Yöneticiler	13	20%
Sivil Toplum Kuruluşları	3	5%
Akademisyenler	1	1%
Diğer	3	5%
Toplam	66	100%

Tablo 5.7. Resmî Görüşmeler Kategorisindeki Paylaşımların Tematik Dağılımı

Tablo 5.7.'de görüldüğü üzere, Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu'nun 1 Haziran 2023-31 Aralık 2023 tarihleri arasında gerçekleştirdiği 66 adet resmî görüşme paylaşımı çeşitli temalara ayrılmıştır. Görüşmelerin en yoğun olduğu temalar, "Bakanlar ve Hükümet Yetkilileri" ile "Basın Mensupları"dır; her iki temada da 16 paylaşım gerçekleştirilmiştir. Onları, "İş Dünyası" ile yapılan 14 ve "Yerel Yöneticiler" ile yapılan görüşmelere dair 13 paylaşım izlemektedir. "Sivil Toplum Kuruluşları" ile 3, "Akademisyenler" ile 1 ve "Diğer" temasında yer alan 3 paylaşım da bu çeşitli etkileşimler arasında yer almaktadır. Bu veriler, AB'nin farklı paydaşlarla etkileşimde bulunduğunu ve kapsamlı bir kamu diplomasisi stratejisi izlediğini göstermektedir. Şekil 5.7.'de ise, "Resmî Görüşmeler" paylaşımlarının yüzdelik dağılımları sunulmaktadır.



Şekil 5.7. Resmî Görüşmeler Kategorisindeki Paylaşımların Temalarına Göre Yüzdelik Dağılımı

Şekil 5.7.'de yer alan grafikte “Bakanlar ve Hükümet Yetkilileri” ile yapılan görüşmeler ve “Basın Mensupları” ile gerçekleştirilen görüşmeler, her biri %24 oranla tüm temalar arasında en büyük paya sahiptir. Bu yüksek oranlar, AB'nin stratejik iş birliğine ve medya aracılığıyla kamuoyunu bilgilendirme gücüne verdiği önemi yansıtmaktadır. Hükümet yetkilileri ile yapılan görüşmeler, politika oluşturma süreçlerinde iş birliğini ve AB'nin Türkiye'nin reform süreçlerindeki rolünü vurgulamaktadır (bkz. Ek-11). Basın mensupları ile olan etkileşimler ise, AB'nin mesajlarını geniş kitlelere ulaştırma çabasını göstermektedir. AB Türkiye Delegasyonu, basın toplantıları ve basın açıklamaları gibi etkinlikler düzenleyerek, şeffaflık ve bilgilendirme ilkesine bağlılığını göstermektedir. Basın mensuplarıyla yapılan bu görüşmeler, AB'nin mesajlarını geniş kitlelere ulaştırmasına olanak tanımakta ve kamuoyunu bilgilendirme amacını taşımaktadır.

“İş Dünyası” ile yapılan görüşmeler %21 oranında paya sahiptir ve bu, AB'nin ekonomik iş birliği ve ticaret ilişkilerini güçlendirme konusundaki kararlılığını ortaya koymaktadır. AB Türkiye Delegasyonu, çeşitli sektörlerden şirket yöneticileri ve

yetkilileri ile yapılan görüşmelerine dair paylaşımlar ile AB'nin ekonomik kalkınmaya verdiği önemi ve iş dünyası ile olan yakın iş birliğini kamuoyuna yansıtmaktadır.

“Yerel Yöneticiler” ile yapılan görüşmeler %20 oranında yer almaktadır. AB'nin belediye başkanları gibi yerel düzeydeki yöneticilerle olan etkileşimleri; yerel kalkınma projeleri ve altyapı yatırımları konularındaki iş birliğini güçlendirmektedir. Bu paylaşımlar, AB'nin yerel düzeydeki sorunları ve ihtiyaçları anlama çabasını göstermekte ve yerel yönetimlerle olan iş birliğini kamuoyuna göstermektedir.

“Sivil Toplum Kuruluşları” ile yapılan görüşmeler %5 oranında paya sahiptir. Sivil toplum kuruluşları ile yapılan görüşmeler; insan hakları, demokratikleşme ve sosyal projeler gibi konularda sivil toplumun rolünü ve katkılarını ortaya koymaktadır. Bu paylaşımlar, AB'nin sivil toplumun güçlendirilmesi ve demokratik katılımın artırılması konusundaki kararlılığının kamuoyunda görünür hale gelmesini sağlamaktadır (bkz. Ek-12).

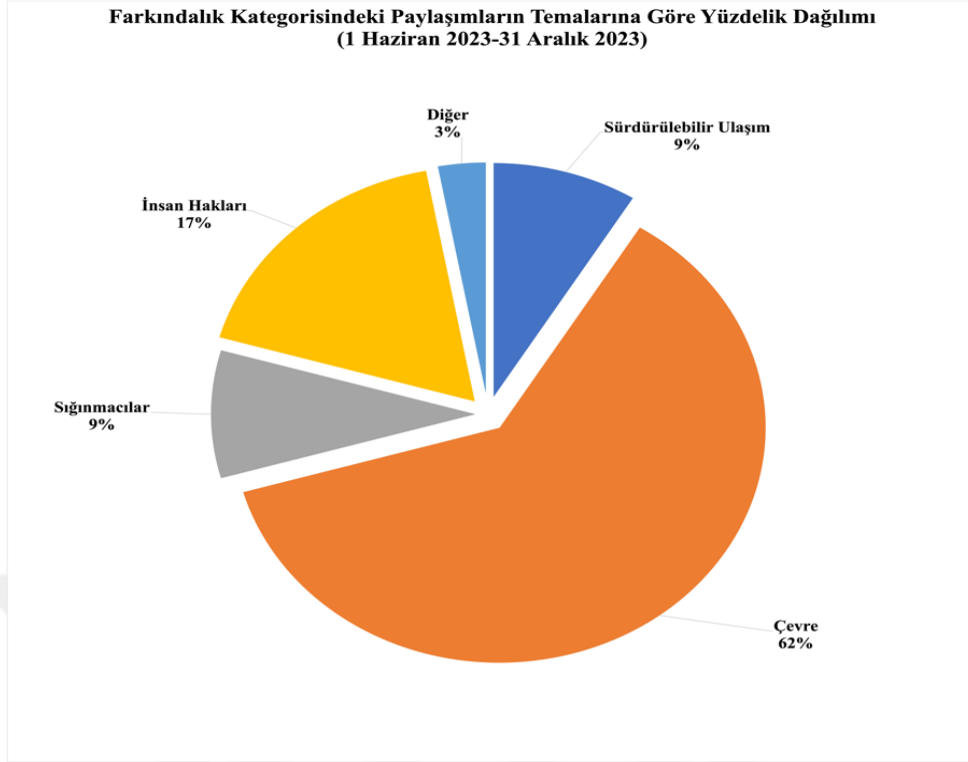
“Akademisyenler” ile yapılan görüşmeler %1 oranında paya sahiptir. Bu düşük oran, AB'nin akademik iş birliklerine de önem verdiğini ancak sadece diğer kategorilere kıyasla daha az sayıda paylaşım yapıldığını göstermektedir. Bu paylaşımlar, AB'nin akademik iş birliklerine verdiği önemi ve bu iş birliklerinin çeşitli konulardaki katkılarını kamuoyuna göstermesi açısından önemlidir.

“Diğer” başlığında yer alan paylaşımlar ise %5 oranında olup belirli bir temaya dahil edilemeyen resmî görüşmeleri içermektedir. Burada AB'nin AB Bilgi Merkezleri ile olan görüşmeleri ve bir temaya dahil edilemeyen çeşitli temaslar yer almaktadır.

Tema	Paylaşım Adedi	Yüzde
Çevre	21	62%
İnsan Hakları	6	17%
Sığınmacılar	3	9%
Sürdürülebilir Ulaşım	3	9%
Diğer	1	3%
Toplam	34	100%

Tablo 5.8. Farkındalık Kategorisindeki Paylaşımların Tematik Dağılımı

Tablo 5.8.'de belirtildiği gibi, Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu'nun "Farkındalık" paylaşımları çeşitli temalar etrafında odaklanmıştır. Toplam 34 farkındalık paylaşımından büyük bir kısmı, 21 paylaşım ile "Çevre" temasına yöneliktir. "İnsan Hakları" teması 6 paylaşım ile ikinci sırada gelirken, "Sürdürülebilir Ulaşım" ve "Sığınmacılar" temaları ise sırasıyla 3'er paylaşım ile yer almaktadır. Ayrıca, herhangi bir temaya dahil edilemeyen "Diğer" başlığı altında 1 adet paylaşım bulunmaktadır. Bu veriler, AB Türkiye Delegasyonu'nun çevre, insan hakları ve diğer önemli konuları vurgulayan çeşitli farkındalık kampanyaları yürüttüğünü göstermektedir. Şekil 5.8'de ise, "Farkındalık" paylaşımlarının yüzdelik dağılımı görsel olarak sunulmuştur.



Şekil 5.8. Farkındalık Kategorisindeki Paylaşımların Temalarına Göre Yüzdelik Dağılımı

Şekil 5.8'de yer alan grafikte görüldüğü üzere, “Çevre” teması %62 oranla en fazla paylaşım yapılan tema olmuştur. Delegasyon bu paylaşımlarla, AB'nin çevre politikalarına verdiği önemi vurgularken; Türkiye'nin AB'ye uyum sürecinde çevre mevzuatına uyum sağlaması, doğa koruma, iklim değişikliği ile mücadele ve çevre kirliliği gibi konularda duyarlı bir anlayış benimsemesini de teşvik etmektedir (bkz. Ek-13). Bu bağlamda, çevre konularındaki farkındalık paylaşımları, AB'nin Türkiye'de çevre bilincini artırma ve çevre koruma çabalarını teşvik etmesi ve kamuoyuna AB'nin çevre konularına olan bağlılığını ve bu alandaki çabalarını yansıtması açısından önemlidir.

“İnsan Hakları” teması %17 oranında yer alarak, AB'nin temel değerleri arasında bulunan insan hakları ve demokrasi konularına verdiği önemi vurgulamaktadır. Toplumsal cinsiyet eşitliği paylaşımlarda öne çıkan konulardan biridir. Bu doğrultuda, insan hakları konusundaki farkındalık paylaşımları, AB'nin Türkiye'de insan hakları bilincini artırma ve bu alandaki iyileştirmeleri teşvik etme çabasını kamuoyuna göstermektedir.

“Sığınmacılar” hakkında yapılan farkındalık paylaşımları ise %9 oranında yer almakta olup Türkiye'nin coğrafi konumu ve sığınmacı hareketliliği nedeniyle önemli bir konudur. AB, sığınmacılar ve göç politikaları konusunda Türkiye ile iş birliği yaparak bu alandaki zorlukların üstesinden gelmeye çalışmaktadır. Sığınmacılar konusundaki farkındalık paylaşımları, AB'nin sığınmacıların entegrasyon süreçlerine desteğini ve kamuoyunu bu konuda bilgilendirme amacını taşıdığını gösterirken aynı zamanda sığınmacıların yaşadıkları zorluklara da dikkat çekmektedir (bkz. Ek-14).

“Sürdürülebilir Ulaşım” temalı farkındalık paylaşımları, toplam paylaşımların %9'unu oluşturmaktadır. Sürdürülebilir ulaşım, AB'nin çevre koruma ve enerji verimliliği hedefleriyle doğrudan ilişkilidir. Bu paylaşımlar; kamuoyuna AB'nin sürdürülebilir ulaşım konusundaki duyarlılığını ve üyelik sürecinde Türkiye'den de bu alandaki beklentilerini yansıtması açısından önemlidir.

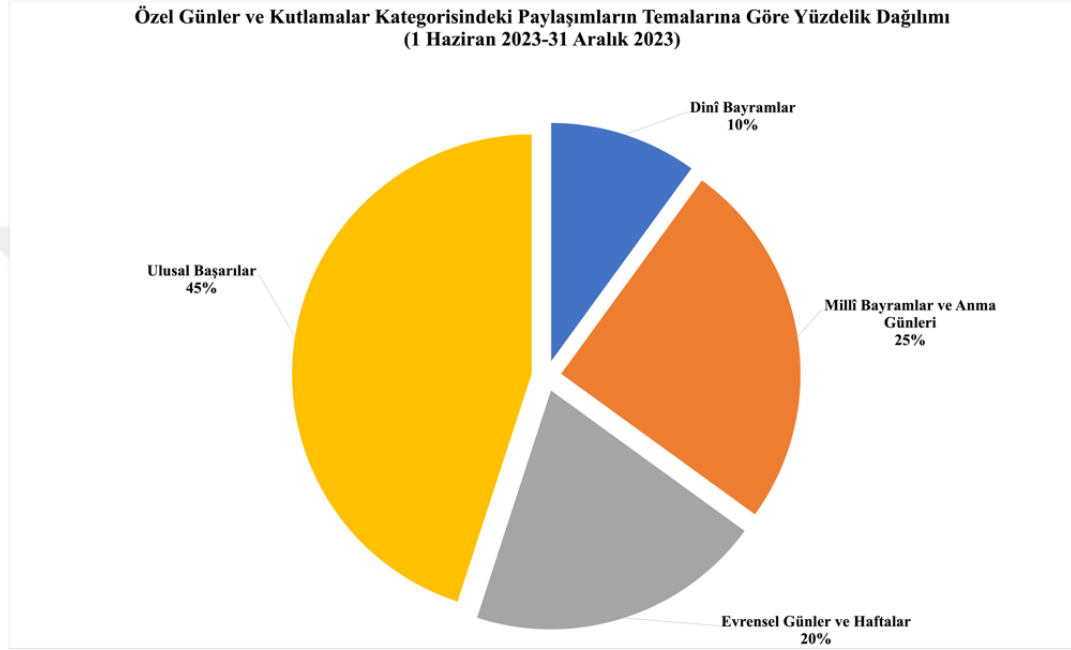
“Diğer” başlığındaki paylaşımlar %3 oranında yer almakta olup belirli bir kategoriye dahil edilemeyen çeşitli tematik alanlardaki paylaşımları içermektedir. Bu paylaşımlar, AB'nin geniş bir yelpazede konulara dikkat çekme ve çeşitli alanlarda farkındalık yaratma çabasını göstermektedir. Bu paylaşımlar, kamuoyuna AB'nin farklı konulara olan duyarlılığını ve geniş bir etki alanı yaratma çabasını yansıtması açısından önemlidir.

Tema	Paylaşım Adedi	Yüzde
Ulusal Başarılar	9	45%
Millî Bayramlar ve Anma Günleri	5	25%
Evrensel Günler ve Haftalar	4	20%
Dini Bayramlar	2	10%
Toplam	20	100%

Tablo 5.9. Özel Günler ve Kutlamalar Kategorisindeki Paylaşımların Tematik Dağılımı

Tablo 5.9.'da görüldüğü üzere, Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu'nun “Özel Günler ve Kutlamalar” paylaşımları çeşitli temalara ayrılmıştır. Bu dönemde toplam 20

paylaşım yapıldığı görülmektedir. “Ulusal Başarılar” 9 paylaşım ile en fazla vurgulanan tema olmuştur. “Milli Bayramlar ve Anma Günleri” hakkında 5 paylaşım yapılırken, “Evrensel Günler ve Haftalar” hakkında 4 paylaşım yapılmıştır. “Dini Bayramlar” başlığında ise 2 paylaşım olduğu görülmektedir. Şekil 5.9.’da bu paylaşımlarının tematik dağılımları yüzdelik oranları ile birlikte sunulmaktadır.



Şekil 5.9. Özel Günler ve Kutlamalar Kategorisindeki Paylaşımların Temalarına Göre Yüzdelik Dağılımı

“Ulusal Başarılar” teması %45 ile en yüksek paylaşıma sahiptir. AB'nin Türkiye'deki ulusal başarıları kutlaması, Türkiye'nin başarılarına olan saygısını ve takdirini göstermektedir. Bu paylaşımlar, AB'nin Türk halkının gurur duyduğu anları paylaşarak toplumla güçlü bir bağ kurmasını sağlamaktadır. Örneğin, Türkiye A Milli Kadın Voleybol Takımı'nın 2023 yılında kazandığı şampiyonlukların kutlanması, AB'nin Türkiye'nin ulusal başarılarını destekleyerek toplumda olumlu bir algı yaratılmasına neden olmaktadır (bkz. Ek-15).

“Milli Bayramlar ve Anma Günleri” temasında yapılan paylaşımlar %25 oranında yer almakta olup AB'nin Türkiye'nin tarihine ve kültürel değerlerine verdiği önemi ortaya koymaktadır. Milli bayramlar ve anma günleri, iki toplum arasındaki tarihsel ve kültürel bağları pekiştirmekte önemli bir rol oynamaktadır. 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı ve 10 Kasım Atatürk'ü Anma Günü gibi günlerde yapılan paylaşımlar, AB'nin

Türkiye'nin milli değerlerine olan saygısını ve bu günlerin anılmasına verdiği önemi göstermektedir (bkz. Ek-16). Bu paylaşımlar, kamuoyunun AB'nin Türkiye'nin tarihine ve kültürel mirasına olan saygısını görebilmesi açısından önemlidir.

“Evrensel Günler ve Haftalar” paylaşımları %20 ile üçüncü sırada yer almakta olup AB'nin evrensel değerlere verdiği önemi yansıtmaktadır. Bu kategorideki paylaşımlar, AB'nin evrensel değerler konusundaki bağlılığını ve bu değerleri Türk halkıyla paylaşma arzusunu ortaya koymaktadır. Babalar Günü ve İnsan Hakları Günü gibi önemli günlerde yapılan paylaşımlar, AB'nin evrensel değerlerle uyum içinde, Türkiye ile birlikte küresel konularda ortak bir anlayış geliştirme çabasının bir parçasıdır (bkz. Ek-17).

“Dinî Bayramlar”a dair paylaşımlar %10 oranında yer almakta ve Türkiye ve dünyadaki dinî bayramların kutlanması, AB'nin farklı kültürlere ve dinlere olan saygısını göstermektedir. Bu paylaşımlar, AB'nin Türkiye'deki dinî ve kültürel çeşitliliği takdir ettiğini ve bu özel günleri kutlayarak toplumsal bütünlüğü desteklediğini göstermektedir.

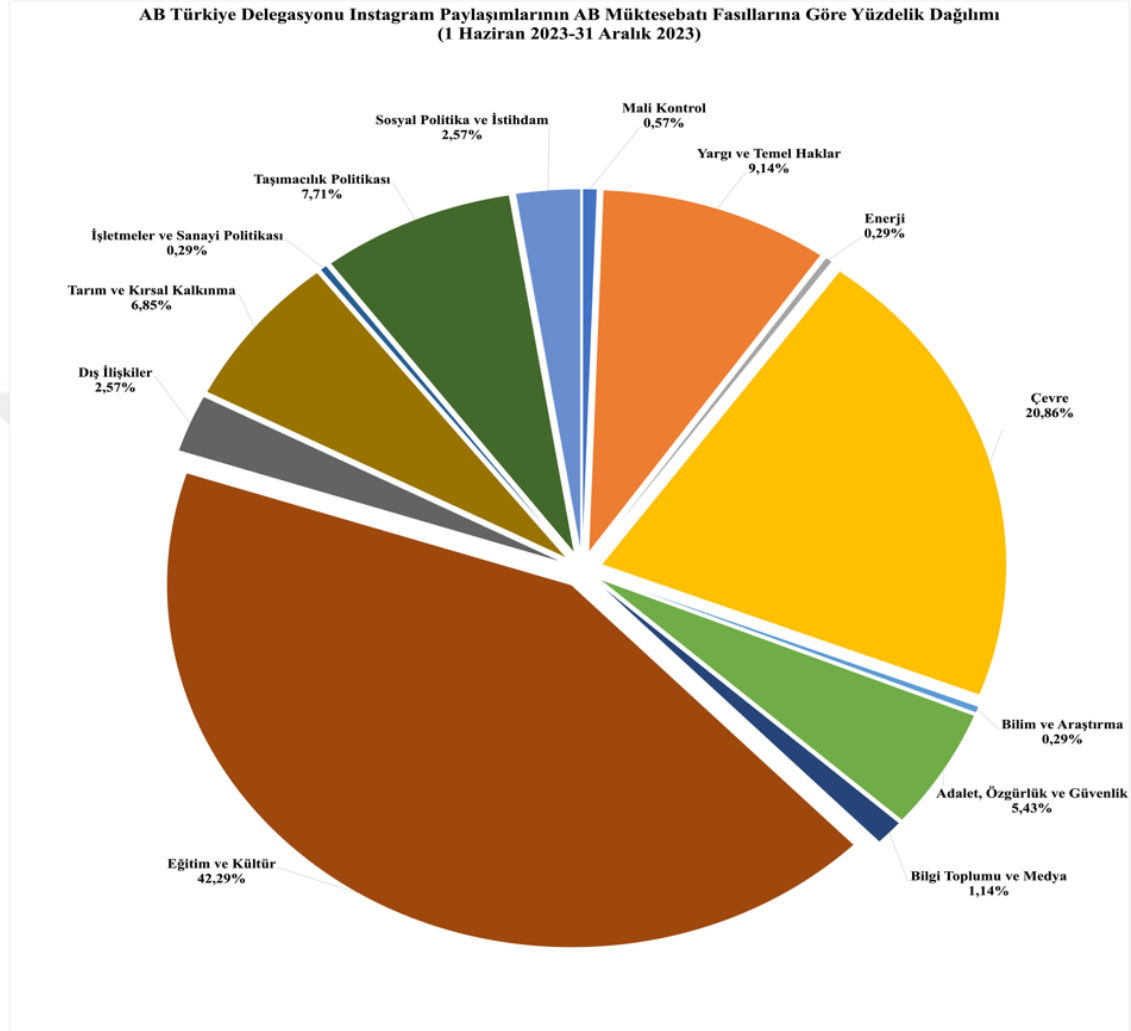
Tablo 5.10. Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu'nun 1 Haziran 2023-31 Aralık 2023 tarihleri arasında Instagram hesabında yapmış olduğu paylaşımların, Türkiye ile gerçekleştirilen katılım müzakerelerinde AB müktesebatı fasıllarıyla ilişkilendirilmesi sonucu, fasıllar bazında dağılımına yer verilmiştir. Belirtilen tarih aralığında toplamda 460 adet paylaşım yapılmış olmasına rağmen yalnızca 350 adeti AB Müktesebatı fasıllarıyla ilişkilendirilebilmiştir. Geriye kalan 110 adet paylaşım ise bu grafiğe dahil edilmemiştir. AB Müktesebatı'nda toplamda 35 adet fasıl bulunmasına rağmen inceleme yapılan dönem içerisinde yalnızca tabloda yer alan fasıllara dair bulgulara ulaşılmıştır.

Fasıl	Paylaşım Adedi	Yüzde
Eğitim ve Kültür	148	42,29%
Çevre	73	20,86%
Yargı ve Temel Haklar	32	9,14%
Taşımacılık Politikası	27	7,71%
Tarım ve Kırsal Kalkınma	24	6,85%
Adalet, Özgürlük ve Güvenlik	19	5,43%
Dış İlişkiler	9	2,57%
Sosyal Politika ve İstihdam	9	2,57%
Bilgi Toplumu ve Medya	4	1,14%
Mali Kontrol	2	0,57%
Enerji	1	0,29%
Bilim ve Araştırma	1	0,29%
İşletmeler ve Sanayi Politikası	1	0,29%
Toplam	350	100,00%

Tablo 5.10. Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu Instagram Paylaşımlarının AB Müktesebatı Fasıllarına Göre Dağılımı

Yapılan analiz sonucunda, en çok paylaşım ile ilişkilendirilen faslın "Eğitim ve Kültür" faslı olduğu ve bu kapsamda 148 adet paylaşım yapıldığı görülmektedir. "Çevre" faslı ise 73 paylaşım ile ikinci sırada yer alırken, "Yargı ve Temel Haklar" faslı 32 paylaşım ile üçüncü sırada yer almaktadır. Diğer fasıllar ise daha az sayıda paylaşım ile temsil edilmiştir; örneğin "Adalet, Özgürlük ve Güvenlik" faslında 19, "Tarım ve Kırsal Kalkınma" faslında 24, "Taşımacılık Politikası" faslında 27 paylaşım yapılmıştır. Buna

karşılık, "Enerji", "Bilim ve Araştırma" ve "İşletmeler ve Sanayi Politikası" fasıllarında sadece 1'er paylaşım yapıldığı görülmektedir.



Şekil 5.10. AB Türkiye Delegasyonu Instagram Paylaşımlarının AB Müktesebatı Fasıllarına Göre Yüzdelik Dağılımı

Şekil 5.10.'da AB Türkiye Delegasyonu'nun Instagram hesabında yapılan paylaşımların temalarına göre AB Müktesebatı fasılları ile ilişkilendirilmesi ve bu paylaşımların fasıllar bazında yüzdelik dağılımları görülmektedir. Paylaşımların toplam içindeki yüzdelik oranlarını içeren bu grafik, hangi fasılların daha fazla ön planda olduğunu görsel olarak ifade etmektedir.

Grafikte görüldüğü üzere, paylaşımların %42,29'u "Eğitim ve Kültür" faslı ile ilişkilendirilmiştir. Bu, AB'nin Türkiye'de eğitim ve kültürel faaliyetlere ve bu alanlarda yapılacak reformlara büyük önem verdiğini göstermektedir. Eğitim ve kültür

paylaşımları; yaşam boyu öğrenmeye dayalı girişimler, sanat etkinlikleri ve spor ile gençlik faaliyetlerini kapsamaktadır. Bu durum, AB'nin Türkiye'deki eğitim seviyesini yükseltme ve kültürel entegrasyonu teşvik etme çabalarının bir yansımasıdır. Ayrıca, bu paylaşımlar AB'nin Türkiye'ye sunduğu eğitim ve kültür programlarının görünürlüğünü artırmak ve halkın bu programlara olan ilgisini çekmeyi amaçlamaktadır.

“Çevre” faslı ile ilişkilendirilen paylaşımlar, genel paylaşımların %20,86'sını oluşturmaktadır. AB'nin çevre ve sürdürülebilir kalkınma konularına verdiği önem, bu yüksek oranla belirginleşmektedir. Çevreyle ilgili paylaşımlar; genellikle iklim değişikliği, doğa koruma ve sürdürülebilir yaşam pratikleri üzerine odaklanmıştır. Bu paylaşımlar, AB'nin Türkiye'den çevre standartlarını yükseltme ve çevresel politikalarını geliştirme beklentisini açıkça ortaya koymaktadır. AB, Türkiye'de çevresel sürdürülebilirliği teşvik etmek ve bu alandaki politikaları desteklemek amacıyla yoğun bir şekilde çevre konularına yer vermektedir.

“Yargı ve Temel Haklar” faslı ile ilişkilendirilen paylaşımlar, %9,14 oranında paylaşımla üçüncü sırada yer almaktadır. Bu durum; AB'nin Türkiye'de hukukun üstünlüğü, insan hakları ve temel özgürlüklerin korunması konularına verdiği önemi vurgulamaktadır. AB, Türkiye'nin hukuk sisteminin AB standartlarına uyum sağlamasını ve insan hakları alanında ilerleme kaydetmesini beklemektedir. Adalet sisteminin güçlendirilmesi, yargı bağımsızlığı ve temel hakların korunması ile bu alanlarda yapılan iş birlikleri ve projeler üzerine yapılan paylaşımlar, AB'nin bu alanlarda reform yapılması konusundaki beklentisini yansıtmaktadır.

“Taşımacılık Politikası” faslı ile ilişkilendirilen paylaşımlar, %7,71 oranında paylaşımla öne çıkmaktadır. AB, Türkiye'de sürdürülebilir ulaşımı teşvik etmeyi ve bu alanda standartları yükseltmeyi hedeflemektedir. Taşımacılık konusundaki paylaşımlar, AB'nin çevresel hedefleri ve ekonomik kalkınma stratejileri ile uyumlu bir şekilde Türkiye'nin ulaşım altyapısına verdiği önemi göstermektedir. Bu, AB'nin Türkiye'den ulaşım ve altyapı projelerinde çevre dostu ve sürdürülebilir çözümler benimsemesini beklediğini ortaya koymaktadır.

“Tarım ve Kırsal Kalkınma” faslı ile ilişkilendirilen paylaşımlar, %6,86 oranında paylaşım ile temsil edilmektedir. Kırsal kalkınma projeleri, tarımsal verimliliği artırma ve gıda güvenliği konularına odaklanmıştır. Bu paylaşımlar, AB'nin Türkiye'den

tarımsal reformlar yapma ve kırsal kalkınma stratejilerini geliştirme beklentisini göstermektedir.

“Adalet, Özgürlük ve Güvenlik” faslı ile ilişkilendirilen paylaşımlar, %5,43 oranında paylaşım ile önemli bir yer tutmaktadır. Bu fasıl, Avrupa Birliği’ni bir adalet, özgürlük ve güvenlik alanı olarak korumayı ve geliştirmeyi amaçlayarak sınır yönetimi, göç, iltica, terörizm ve yolsuzlukla mücadele gibi konuları kapsamaktadır. Bu fasılla ilişkilendirilen paylaşımlar, genellikle sığınmacıların yaşam standartlarını yükseltme ve entegrasyonlarına yönelik girişimler üzerine odaklanmıştır. Sığınmacıların yerel topluma entegrasyonu ve yaşam kalitesinin artırılması, AB'nin Türkiye ile ilgili öncelikli konuları arasında yer almaktadır.

“Sosyal Politika ve İstihdam” faslı ile ilişkilendirilen paylaşımlar, %2,57 oranında dikkat çekmektedir. Toplumsal cinsiyet eşitliği ve genç istihdam temelinde yoğunlaşan paylaşımlar ile AB, Türkiye’de sosyal politikaların geliştirilmesini ve istihdamın artırılmasını hedeflemektedir. Bu paylaşımlar, AB'nin Türkiye’den sosyal politika reformları yapmasını ve iş gücü piyasasında iyileştirmeler yapmasını beklediğini ortaya koymaktadır. Toplumsal cinsiyet eşitliği ve gençlerin iş gücüne katılımı, AB'nin sosyal politikalar konusundaki öncelikleri arasındadır.

“Bilgi Toplumu ve Medya” faslı ile ilişkilendirilen paylaşımlar, %1,14 oranında olmakla birlikte büyük ölçüde Dijital Avrupa Programı’na odaklanmıştır. Bu paylaşımlar, dijital hizmetlerin gelişimini teşvik etmek, dijital becerileri artırmak ve AB içinde dijital dönüşümü desteklemek amacıyla yapılmıştır. Özellikle dijital altyapının güçlendirilmesi ve dijital becerilerin geliştirilmesi gibi konular vurgulanmıştır. Dijital Avrupa Programı, Türkiye'nin dijitalleşme sürecinde AB ile uyumlu adımlar atmasını hedeflemektedir. Bu, AB'nin Türkiye’den dijitalleşme ve medya alanlarında reform yapmasını ve AB standartlarına uyum sağlamasını beklediğini göstermektedir.

AB Türkiye Delegasyonu'nun paylaşımlarının %2,57'si “Dış İlişkiler” faslı ile ilişkilendirilmiştir. Bu paylaşımlar, büyük ölçüde 6 Şubat 2023’te Türkiye’de yaşanan yıkıcı deprem sonrası yapılan insani yardımlara ağırlık vermiştir. Deprem sonrasında AB ve üye ülkeler, acil yardım ekipleri göndererek kurtarma operasyonlarına katılmış ve depremedelere yönelik geniş çaplı insani yardım sağlamıştır. Bu yardımlar; acil barınma, sağlık hizmetleri ve temel ihtiyaç maddeleri gibi alanlarda yoğunlaşmıştır.

AB'nin bu yardımları, Türkiye ile insani yardım ve kriz yönetimi alanlarında iş birliği ve uyum içinde olduğunu göstermektedir. Paylaşımlar; AB'nin kriz dönemlerinde dayanışma ve destek sağlama kapasitesini vurgulamakta, AB'nin temel değerlerinden olan insan hakları ve uluslararası dayanışmayı ön plana çıkarmaktadır.

“Mali Kontrol” faslı ise %0,57 oranında paylaşım ile temsil edilmiştir. Bu paylaşımlar, AB mali çıkarlarının korunması ve fonların doğru kullanımının denetlenmesi gibi konulara odaklanmaktadır. Mali kontrol ile ilgili paylaşımlar, Türkiye'nin AB üyelik sürecinde mali denetim ve şeffaflık standartlarını artırma çabalarını yansıtmaktadır.

Yapılan paylaşımlarda; “Enerji”, “Bilim ve Araştırma” ile “İşletmeler ve Sanayi Politikası” fasıllarının her biri %0,29 oranında temsil edilmiştir. “Enerji” alanındaki paylaşımlar, enerji verimliliği ve yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımını teşvik etmeye odaklanarak AB'nin Türkiye'deki enerji politikalarını çevresel sürdürülebilirlik ile uyumlu hale getirme çabalarını ve bu alandaki reform beklentilerini yansıtmaktadır. “Bilim ve Araştırma” konusundaki paylaşımlar, bilimsel araştırmaların desteklenmesi ve yenilikçi projelerin teşvik edilmesi üzerine yoğunlaşarak AB'nin Türkiye'deki bilimsel iş birliklerini ve yenilik kapasitelerini artırma hedefini ortaya koymaktadır. “İşletmeler ve Sanayi Politikası” ile ilgili paylaşımlar ise işletme destekleri üzerine odaklanarak AB'nin Türkiye'deki sanayi sektörünü modernize etme ve rekabet gücünü artırma stratejilerini kapsamaktadır. Bu paylaşımlar, AB'nin çevresel hedefleri, ekonomik kalkınma stratejileri ve inovasyon politikaları ile uyumlu bir şekilde Türkiye'nin enerji, bilim ve sanayi politikalarına verdiği önemi vurgulamaktadır.



6. SONUÇ

Diplomasi, insanlık tarihinin en eski ve en önemli etkileşim biçimlerinden biri olmuştur. Geleneksel olarak devletler arasında resmî temaslar ve müzakereler aracılığıyla yürütülen diplomasi, günümüzde kamu diplomasisi kavramını da içerecek şekilde genişlemiştir. Kamu diplomasisi; devletlerin ve uluslararası aktörlerin, kendi politikalarını, değerlerini ve kültürlerini dünya kamuoyuna tanıtmak ve bu doğrultuda destek sağlamak amacıyla halkla doğrudan iletişim kurduğu bir dış politika stratejisidir. Bu strateji; halkla ilişkiler, kültürel etkinlikler, eğitim programları ve medya gibi çeşitli araçları kullanarak dış politika hedeflerini desteklemeyi amaçlamaktadır. Bununla birlikte kamu diplomasisi, devletler arası resmi temasların ötesine geçerek yabancı halkların görüşlerini ve tutumlarını etkilemeyi ve böylece uluslararası ilişkilerde daha geniş bir katılım sağlamayı hedefler.

Teknolojik gelişmeler ve dijitalleşmenin hız kazanması ile birlikte, kamu diplomasisi de bu yeniliklerden büyük ölçüde etkilenmiş ve dijital kamu diplomasisi kavramı ortaya çıkmıştır. Dijital kamu diplomasisi; sosyal medya ve diğer dijital platformlar aracılığıyla daha geniş kitlelere ulaşmayı ve doğrudan etkileşim sağlamayı mümkün kılarak, devletlerin ve uluslararası kuruluşların iletişim stratejilerini dönüştürmüştür. Sosyal medya, bloglar, video paylaşım siteleri ve diğer dijital araçlar, kamu diplomasisi faaliyetlerinin anında ve etkili bir şekilde yürütülmesine olanak sağlamıştır. Bu dijital araçlar; mesajların hızlı bir şekilde yayılmasını, hedef kitlelerle doğrudan iletişimi ve geri bildirim alınmasını kolaylaştırarak dış politika hedeflerinin gerçekleştirilmesine büyük katkıda bulunmuştur. Bu kapsamda, sosyal medya platformları arasında Instagram öne çıkan araçlardan biri haline gelmiştir. Instagram'ın geniş kullanıcı tabanı, yüksek etkileşim potansiyeli, canlı yayın, hikâye paylaşma ve repost gibi çeşitli özellikleri, onu kamu diplomasisi faaliyetlerinde öne çıkan bir araç haline getirmiştir. Ayrıca hikâye paylaşma özelliği; anketler, soru sorma ve bağlantı verme gibi etkileşim araçları sayesinde kullanıcıların anlık geri bildirim almasına olanak tanımaktadır. Bu nedenle hükümetler ve uluslararası kuruluşlar, Instagram'da politikalarını ve kültürel değerlerini tanıtmak ve kamuoyu ile doğrudan iletişim kurma olanağını kullanarak kamu diplomasisi faaliyetlerini gerçekleştirmeyi tercih etmektedirler.

Dijital kamu diplomasisinin bu önemli rolü, Türkiye'nin Avrupa Birliği üyelik sürecinde de belirgin bir şekilde görülmektedir. Türkiye, uzun yıllardır Avrupa Birliği üyelik sürecinde olan bir ülkedir. Bu süreçte, Türkiye'nin Avrupa Birliği Müktesebatı'na uyum sağlaması ve belirli reformları gerçekleştirmesi gerekmektedir. Bu noktada Avrupa Birliği'nin Türkiye'deki temsilciliği olan Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu; uyum sürecinde gerçekleştirilen faaliyetleri ve Türkiye'deki çalışmalarını, Avrupa Birliği-Türkiye ilişkilerine dair gelişmeleri ve Avrupa Birliği'nin sahip olduğu değer ve ilkeleri kamuoyuna aktarmak için Instagram'ı aktif olarak kullanmaktadır.

Bu çalışmada Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu'nun 1 Haziran 2023 ve 31 Aralık 2023 tarihleri arasında Instagram üzerinden yaptığı 460 adet paylaşım incelenerek Delegasyon'un dijital kamu diplomasisi bağlamında Instagram'ı nasıl kullandığı ve bu paylaşımlarda öne çıkan temalar belirlenmiştir. Ardından, belirtilen tarih aralığında yapılan paylaşımlar tematik olarak analiz edilerek Avrupa Birliği'nin Türkiye'den beklentileri ve uyum sürecindeki öncelikleri hakkında fikir edinmek amacıyla AB Müktesebatı fasılları ile ilişkilendirilmiştir.

Araştırma sonucunda, Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu'nun Instagram paylaşımlarını çeşitli kamu diplomasisi amaçları doğrultusunda yaptığı belirlenmiştir. Bu doğrultuda belirli kategoriler oluşturularak toplamda 127 adet paylaşım ile genel paylaşımların %27,61'ini oluşturan "Duyurular" kategorisinin tüm kategoriler arasında ilk sırada yer aldığı ve Delegasyon'un Instagram'ı en çok duyuru yapma amacıyla kullandığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu duyurular, Delegasyon'un etkinliklerini, projelerini ve önemli gelişmeleri kamuoyuna iletmek amacıyla yapılmıştır. Sonrasında "AB Faaliyetleri" kategorisi, 110 adet paylaşım ve %23,91 oranıyla kamu diplomasisi paylaşımlarında ikinci sırada yer almıştır. Bu paylaşımlarda, Avrupa Birliği'nin Türkiye'de gerçekleştirdiği faaliyetler hakkında bilgilendirme yapılmış, Avrupa Birliği'nin Türkiye'deki aktif rolü vurgulanmıştır. Kamu diplomasisi anlamında öne çıkan bir diğer kategori, "AB-TR İş Birliği ve Projeleri" olmuştur. Bu yönde yapılan 79 adet paylaşım, genel paylaşımların %17,17'sini oluşturmuştur. Bu paylaşımlarda, Avrupa Birliği ve Türkiye arasındaki iş birlikleri ve projeler tanıtılmış, ayrıca bu projelerden yararlanan insanların hikayelerine ve projeler kapsamında gerçekleştirilen etkinliklere de yer verilmiştir. Ayrıca; resmi görüşmeler, kamuoyunda farkındalık

oluşturmaya yönelik paylaşımlar, özel günler ve kutlamalar, güncel olaylar ve gelişmeler hakkında bilgilendirme gibi amaçlarla yapılan paylaşımlar da dikkat çekmiştir.

Paylaşımlar tematik olarak incelendiğinde, “Duyurular” kategorisinde yapılan paylaşımlar arasında “Kültür-Sanat” temasının belirgin bir şekilde öne çıktığı görülmektedir. Kültür-Sanat teması, 82 adet paylaşım ve %64 oranla duyuru içerikli paylaşımların büyük bir kısmını oluşturmaktadır. Bu, duyuruların büyük ölçüde kültürel etkinlikler ve sanatsal faaliyetler etrafında şekillendiğini göstermektedir.

“AB Faaliyetleri”ne ilişkin paylaşımlarda da benzer bir eğilim görülmektedir. Kültür-Sanat teması; 25 adet paylaşım ve %22,73 oranla ilk sırada yer almış, bu da Avrupa Birliği’nin kültürel ve sanatsal etkinliklerin ön planda tuttuğunu ortaya koymuştur. Çevre temalı paylaşımlar ise 19 adet paylaşım ve %17,27 oranla ikinci sırada gelmektedir, bu da sürdürülebilirlik ve çevre koruma konularının önemli bir yer tuttuğunu göstermektedir. İnsan hakları ve hukuk temalı paylaşımlar ise 15 adet paylaşım ve %13,64 oranla üçüncü sırada yer almakta, bu da insan hakları ve hukukun da Avrupa Birliği faaliyetlerinde dikkate değer bir konu olduğunu ortaya koymaktadır. AB-TR İş birliği ve Projeler kategorisinde ise sırasıyla Çevre, İstihdam, Hukuk ve İnsan Hakları temalarının öne çıktığı belirlenmiştir.

Yapılan paylaşımların yalnızca 350 tanesi AB Müktesebatı fasılları ile ilişkilendirilebilmiş ve bu ilişkilendirilme, temaların AB Müktesebatı fasıllarının içeriklerine göre eşleştirilmesi ile gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda “Eğitim ve Kültür” faslının 148 adet paylaşım ve %42,29 oranla birinci sırada yer aldığı belirlenmiştir. Eğitim ve Kültür faslı; kültür-sanat, eğitim, gençlik ve spor alanlarındaki düzenlemeleri içermektedir. “Çevre” faslı 73 adet paylaşım ve %20,86 oranıyla ikinci sırada yer alırken; sürdürülebilirlik, iklim değişikliği ve çevre koruma gibi konular bu faslın düzenleme alanına girmektedir. “Yargı ve Temel Haklar” faslı ise 32 paylaşım ve %9,14 oranla üçüncü sırada gelmekte ve bu fasıl kapsamında insan haklarına dair iyileştirmeler, ifade özgürlüğü ve yargı sistemine dair reformlar gibi unsurlar öne çıkmaktadır.

Genel olarak değerlendirildiğinde bu tematik yoğunlaşmalar, Avrupa Birliği’nin Türkiye ile olan ilişkilerini derinleştirmek ve uyum sürecini hızlandırmak için belirlediği stratejik önceliklerin yansımalarıdır. Avrupa Birliği’nin temel değerleri

arasında özgürlük, demokrasi, insan hakları, hukukun üstünlüğü ve pazar ekonomisi bulunmaktadır. Türkiye'nin bu değerlerle uyumlu reformlar yapması beklenmektedir.

Bu doğrultuda; “Kültür-Sanat” temasının ve “Eğitim ve Kültür” faslının öne çıkmasının nedeni, eğitim alanında Avrupa Birliği'nin Türkiye'deki eğitim reformlarına ve gençlik politikalarına verdiği önemdir. Avrupa Birliği; eğitim sisteminde kaliteyi artırma, fırsat eşitliği sağlama, hayat boyu öğrenme anlayışını geliştirme ve sosyal, kültürel ve ekonomik hayata aktif katılımını teşvik etme gibi konularda Türkiye'nin AB standartlarına ulaşmasını hedeflemektedir. Eğitim, sadece akademik bilgi değil, aynı zamanda kültürel ve sanatsal gelişim açısından da önemlidir. Bu doğrultuda, kültür-sanat etkinliklerinin desteklenmesi ve bu alanlarda aktif katılım AB'nin eğitim ve kültür politikalarının bir parçası olarak değerlendirilebilir. Ayrıca AB'nin çok kültürlü bir yapıya sahip olması ve kültürel etkileşimi önemsemesi de “Eğitim ve Kültür” faslının öne çıkmasında etkili olmuştur.

“Çevre” temasının ve bu bağlamda “Çevre” Faslının önemli bir yer tutması, Avrupa Birliği'nin sürdürülebilirlik ve çevre koruma konularındaki politikalarının bir yansıması olarak görülebilir. Avrupa Birliği; iklim değişikliği ile mücadele, doğal kaynakların sürdürülebilir kullanımı ve çevre koruma konularına büyük önem vermektedir. Bu doğrultuda; Türkiye'nin çevre mevzuatını AB standartlarına uyumlu hale getirmesi, yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımını artırması ve çevre koruma bilincini yaygınlaştırması teşvik edilmektedir. Çevre politikalarının, AB'nin genel sürdürülebilir kalkınma hedefleri ile uyumlu olduğu ve Türkiye'nin bu konudaki performansının AB-Türkiye ilişkileri için kritik bir öneme sahip olduğu söylenebilir.

“Yargı ve Temel Haklar” faslının öne çıkması ise; Avrupa Birliği'nin insan hakları, demokrasi ve hukukun üstünlüğü ilkelerine verdiği önemin bir göstergesi olarak değerlendirilebilir. Avrupa Birliği, hukukun üstünlüğü ilkesinin tam anlamıyla uygulanması, yargı bağımsızlığının güçlendirilmesi ve temel hak ve özgürlüklerin korunması konusunda Türkiye'den reformlar yapmasını beklemektedir. Bu, Türkiye'de insan haklarına yönelik iyileştirmeler, ifade özgürlüğünün güvence altına alınması ve yargı sisteminde şeffaflık ve hesap verebilirliğin artırılması gibi önemli unsurları içermektedir. Yargı ve temel haklar konularındaki iyileştirmelerin, Türkiye'nin AB'ye uyum sürecinde kritik rol oynadığı ve bu alanlardaki reformların AB-Türkiye ilişkilerini güçlendireceği söylenebilir.

Bu analizler, AB'nin Türkiye ile olan ilişkilerini derinleştirmek ve uyum sürecini hızlandırmak için belirlediği stratejik önceliklerin yansımalarıdır. Türkiye'nin bu alanlardaki reform ve uyum çalışmaları, AB ile olan ilişkilerini güçlendirmek ve gelecekteki üyelik sürecini olumlu yönde etkilemek için kritik öneme sahiptir. AB'nin bu temalara verdiği önem, Türkiye'nin AB üyelik sürecindeki ilerlemesini desteklemek için atması gereken adımları da net bir şekilde ortaya koymaktadır.





KAYNAKÇA

- Adcock, F. & Mosley, D. J. (1975). *Diplomacy In Ancient Greece*. London: Thames and Hudson.
- Akar, E. (2010). *Sosyal Medya Pazarlaması*. İstanbul: Elif Yayınevi.
- Akarcalı, S. (2003). *Radyo ve Televizyonda Türk Dış Yayınları*. Ankara: İmaj Yayınları.
- Akçadağ, E. (2013). Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi. H. Çomak & C. Sancaktar (Ed.), *Türk Dış Politikasında Yeni Yönelimler* (s. 1-42) içinde. Beta Yayınları.
- Akgül, M., & Hekimoğlu Toprak, H. (2019). Sosyal Ağlarda Mahremiyetin Dönüşümü: Instagram Örneği. *Online Academic Journal of Information Technology*, 10(38), 75-114.
- Aktan, E. (2017). *Sosyal Medya ve Siyasal Katılım*. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Aldemir, S. (2019). *Bir Siyasal İletişim Aracı Olarak Sosyal Medya Kullanımı: 24 Haziran 2018 Cumhurbaşkanlığı ve Genel Seçimleri Twitter Örneği*. İzmir: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Arı, T. (2011). *Uluslararası İlişkiler ve Dış Politika*. Bursa: MKM Yayıncılık.
- Armaoğlu, F. (2015). *20. Yy. Siyasi Tarihi (1914-1995)*. İstanbul: Timaş Yayınevi.
- Aron, R. (2003). *Peace and War: A Theory of International Relations*. New Brunswick: Transaction Publishers.
- Aydede, C. (2006). *Sanal Ortam Günlükleriyle Blog Çağı*. İstanbul: Hayat Yayınları.
- Aydemir, E. (2016). *Dış Politikada Yumuşak Güç ve Medya*. İstanbul: Kalkedon.
- Aydemir, E. (2018). *Kamu Diplomasisi Ülkeler Avrupa Birliği Kurumlar ve Uygulamaları*. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Babbie, E. (2010). *The Practice of Social Research*. Belmont: Wadsworth.
- Barnes, I., & Barnes, P. (1995). *The Enlarged European Union* (1. Baskı). Longman Yayınları.
- Bátora, J. (2006). Public Diplomacy Between Home and Abroad: Norway and Canada. *The Hague Journal of Diplomacy*, 1(1), 53-80.
- Baykal, S., & Arat, T. (2001). AB'yle İlişkiler. B. Oran (Ed.), *Türk Dış Politikası: Kurtuluş Savaşı'ndan Bugüne Olgular, Belgeler, Yorumlar* (s. 326-365) içinde. İletişim Yayınları.
- Berridge, G. R. (2010). *Diplomacy: Theory and Practice* (4. baskı). Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Bilici, N. (2004). *Türkiye Avrupa Birliği İlişkileri*. İstanbul: Seçkin Yayıncılık.
- Bjola, C., & Holmes, M. (Ed.). (2015). *Digital Diplomacy: Theory and Practice*. New York: Routledge.
- Bjola, C., & Jiang, L. (2015). Social Media and Public Diplomacy: A Comparative Analysis of the Digital Diplomatic Strategies of the EU, US and Japan in China. C. Bjola & M. Holmes (Ed.), *Digital Diplomacy: Theory and Practice* (s. 71-88) içinde. New York: Routledge.
- Bjola, C. (2017). *Diplomatic Crisis Management in the Digital Age*. University of Southern California: Center on Public Diplomacy Blog.
<https://uscpublicdiplomacy.org/blog/diplomatic-crisis-management-digital-age>,
Erişim Tarihi: 07.05.2024
- Bjola, C., Cassidy, J. A., & Manor, I. (2020). Digital Public Diplomacy: Business as Usual or A Paradigm Shift? N. Snow & N. J. Cull (Ed.), *Routledge Handbook*

- of Public Diplomacy* (s. 405-412) içinde. Londra: Routledge Taylor & Francis Group.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2008). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Bozer, A. (2005). 3 Ekim 2005 AB-Türkiye Müzakere Çerçevesi Belgesi. *Çankaya Üniversitesi Gündem Dergisi*, 23, 3-6.
- Brasioli, D. (2023). Rearranging a Disjointed World: Is Diplomacy Still Relevant? In D. Brasioli & A. Högenauer (Eds.), *Diplomacy in the Post-globalized World: New Challenges and Strategic Priorities* (pp. 12-26). Luxembourg: Uni.Lu Diplomacy Lab.
- Brockerhoff, A. & Fisher, A. (2008). *Options For Influence: Global Campaigns Of Persuasion In The New Words Of Public Diplomacy*. London: Counter Point.
- Bull, H. (2012). *The Anarchical Society: A Study of Order in World Politics*. Bloomsbury Publishing.
- Cahn, S. M. (1997). *Classics of Modern Political Theory: Machiavelli to Mill*. New York: Oxford University Press.
- Cambon, J. (1926). *Le diplomate*. Paris: Hachette.
- Campbell, B. (2001). Diplomacy in the Roman World (c. 500 BC-AD 235). *Diplomacy and Statecraft*, 12(1), 1-22.
- Chitty, N. (2009). Australian Public Diplomacy. N. Snow & P. M. Taylor (Ed.), *Handbook of Public Diplomacy* (s. 306-314) içinde. Routledge.
- Copeland, D. (2013). Digital Technology. A. F. Cooper, J. Heine, & R. Thakur (Ed.), *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy* (s. 453-472) içinde. Oxford: Oxford University Press.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*. CA: Sage Publications.
- Cull, N. J. (2006). Public Diplomacy Before Gullion: The Evolution of A Phrase. <https://uscpublicdiplomacy.org/blog/public-diplomacy-gullion-evolution-phrase>, Erişim Tarihi: 03.03.2024.
- Cull, N. J. (2009). *Public Diplomacy: Lessons From The Past*. Los Angeles: Figueroa Press.
- Çakmak, H. (2019). *Avrupa Birliği Türkiye İlişkileri* (5. Baskı). Ankara: Barış Kitap.
- Çınar, Y., Özcan, B., & Yaşar, S. (Ed.). (2014). *Uluslararası İlişkilerin Temel Kavramları*. Hükümdar Yayınları.
- Dağı, Z. (2007). Diplomasi: Çatışmanın ve İşbirliğinin Dili. Z. Dağı (Ed.), *Uluslararası Politikayı Anlamak* (s. 287-353) içinde. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Demir, V. (2012). *Kamu Diplomasisi ve Yumuşak Güç*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Drieskens, E. (2012). What's in A Name? Challenges to the Creation of EU Delegations. *The Hague Journal of Diplomacy*, 7(1), 51-64.
- Eilers, C. (Ed.). (2009). *Diplomats and Diplomacy in the Roman World* (Vol. 304). Brill.
- Ekşi, M. (2014). *Kamu Diplomasisi ve Ak Parti Dönemi Türk Dış Politikası*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Erragcha, N., & Romdhane, R. (2014). Social Networks as Marketing Tools. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 19(1), 1-12.
- Ersöz, S. & Meral, P. S. (2007). İnternet Okuryazarlığı ve Dijital Uçurum. N. Türkoğlu & M. Cinman Şimşek (Ed.), *Medya Okuryazarlığı* (s. 247-265) içinde. İstanbul: Kalemus Yayınları.

- Ertürk, Ö. & Şeşen, E. (2016). *Küreselleşen Dünyada Halkla İlişkiler ve Uzlaş.* İstanbul: Kutup Yıldızı Yayınları.
- Erzen, M. Ü. (2012). Kamu Diplomasisini Kapsamı ve Geleceği. A. Özkan & T. Ersoy Öztürk (Ed.), *Kamu Diplomasisi* (s. 35-51) içinde. İstanbul: Tasam Yayınları.
- Fiske, J. (1996). *İletişim Çalışmalarına Giriş.* (S. İrvan, Çev.) Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Giddens, A. (1995). *The Consequence of Modernity.* Cambridge: Stanford University Press.
- Gilboa, E. (2008). Searching For a Theory of Public Diplomacy. *The Annals of The American Academy*, 616(1), 55-77.
- Gonesh, A. G., & Melissen, J. (2005). *Public Diplomacy: Improving Practice.* The Hague: Netherlands Institute of International Relations Clingendael.
- Gökçe, O. (2001). *İçerik Çözümlemesi: Teori-Metod-Uygulama.* Selçuk Üniversitesi Vakfı.
- Gönenli, G., & Hürmeriç, P. (2012). Sosyal Medya: Bir Alan Çalışması Olarak Facebook. T. Kara, & E. Özgen (Ed.), *Sosyal Medya Akademi* (s. 213-243) içinde. İstanbul: Beta Basım.
- Gönlübol, M. (2000). *Uluslararası Politika.* Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Görpe, S. (2010). EU Communication with Candidate Countries: The Case of Turkey. Public Relations Consultants Analyses of EU Communications. C. Valentici & G. Nesti (Ed.), *Public Communication in the European Union History, Perspectives and Challenges* (s. 363–387) içinde. UK: Cambridge Scholars Publishing.
- Güder, N. (2004). Sivil Kılavuz: Sivil Toplum Geliştirme Programı, Yerel Sivil Girişimler Projesi, Ankara, <http://www.stgm.org.tr/docs/sivilkılavuz.pdf>.
- Güneş, A. (2018). Amerikan Kamu Diplomasisinin Üç Evresi: Propaganda, Geleneksel Kamu Diplomasisi ve Stratejik İletişim. *The Journal of Social Science*, 2(3), 54-72.
- Güngör, N. (2013). *İletişim: Kuramlar ve Yaklaşımlar* (2. Baskı). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Hanson, F. (2012). *Revolution @state: The Spread of Diplomacy.* Sydney: Lowy Institute for International Policy.
- Haridakis, P., & Hanson, G. (2009). Social Interaction and Co-viewing with YouTube: Blending Mass Communication Reception and Social Connection. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 53(2), 317-335.
- Harris, B. (2013). Diplomacy 2.0: The Future of Social Media in Nation Branding. *Exchange: The Journal of Public Diplomacy*, 4(1), 17-31.
- Herkner, W. (2003). İçerik Çözümlemesi. M. S. Çebi (Çev.), *İletişim Araştırmalarında İçerik Çözümlemesi* (s. 124-176) içinde. Ankara: Alternatif Yayınları
- Heywood, A. (2002). *Politics* (2nd ed.). New York: Palgrave Foundations.
- Hocking, B. (1997/1998). The End(s) of Diplomacy. *International Journal*, 53(1), 170.
- Huijgh, E. (2016). Public Diplomacy. In C. M. Constantinou, P. Kerr, & P. Sharp (Eds.), *The Sage Handbook of Diplomacy* (p. 437-450). Sage Publications.
- Ikenberry, G. J. (1998). Institutions, Strategic Restraint, and the Persistence of American Postwar Order. *International Security*, 23(3), 43-78.

- İnan, E. (2012). Kamu Diplomasisi ve Halkla İlişkiler Eksenli. A. Özkan & T. Ersoy Öztürk (Ed.), *Kamu Diplomasisi* (s. 63-71) içinde. İstanbul: Tasam Yayınları.
- İskit, T. (2007). *Diplomasi: Tarihi, Teorisi, Kurumları ve Uygulaması*. İstanbul Bilgi Üniversitesi.
- İskit, T. (2015). *Diplomasi* (5. Baskı). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Jahn, D., & Storsved, A. (1995). Legitimacy Through Referendum? The Nearly Successful Domino-strategy of the EU-referendums in Austria, Finland, Sweden and Norway. *West European Politics*, 18(4), 18–37.
- Kahraman, A.B. (2011). *Siyasal Katılımın Sosyolojik Analizi*. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Kalaycıoğlu, E. (1998). Sivil Toplum ve Neopatrmonyal Siyaset: Küreselleşme-Sivil toplum ve İslam. F. Keyman & A. Yaşar Sarıbay (Ed.), *Sivil Toplum ve İslam* (s. 111-135) içinde. Ankara: Vadi Yayınları.
- Kampf, R., Manor, I., & Segev, E. (2015). Digital Diplomacy 2.0? A Cross-National Comparison of Public Engagement in Facebook and Twitter. *The Hague Journal of Diplomacy*, 10(4), 331-362.
- Kara, T. (2013). *Sosyal Medya Endüstrisi*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Karaağaç, Y. (2019). Diplomasi Olgusu Çerçevesinde Propaganda ve Kamu Diplomasisi Faaliyetlerinin Etkileşimi ve Farklılıkları. *Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(2), 690-705.
- Karadağ, H. (2016). *Uluslararası İlişkilerde Yeni Bir Boyut Kamu Diplomasisi*. Ankara: Nobel.
- Karluk, R., & Tonus, Ö. (2004, Mayıs). Avrupa Birliği'nin Genişleme Perspektifi'nde Türkiye'nin Yeri. *Türkiye İktisat Kongresi*.
- Karluk, R. (2014). *Avrupa Birliği: Kuruluşu, Gelişmesi, Genişlemesi, Kurumları*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Karluk, S. R. (1996). *Avrupa Topluluğu ve Türkiye* (4. Baskı). İstanbul: İstanbul Menkul Kıymetler Borsası Yayınları.
- Keleşoğlu, E., Güneş, H., & Sönmezoğlu, Ö. F. (2011). *Uluslararası İlişkilere Giriş*. İstanbul: Der Yayınları.
- Keskin, F. (1998). *Uluslararası Hukukta Kuvvet Kullanma: Savaş, Karışma ve Birleşmiş Milletler*. Ankara: Mülkiyeliler Birliği Vakfı Yayınları.
- Kılıçarslan, E. (2019). *Küreselleşme Sürecinde Devletlerarası İlişkiler Siyasal İletişim ve Kamu Diplomasisi*. İstanbul: Paradigma Akademi.
- Kınlı, O. (2006). *Osmanlı'da Modernleşme ve Diplomasi*. İmge Kitabevi.
- Koçtürk, O. M., & Eker, M. (2012). Dünyada ve Türkiye'de Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları ve Çok Uluslu Şirketlerin Gelişimi. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 18(1), 35-42.
- Köksoy, E. (2013). *Halkla İlişkiler Bağlamında Kamu Diplomasisi Yönetimi Türkiye'nin Kamu Diplomasisindeki Yetkinlik İncelemesi*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Krasner, S. D. (1999). *Sovereignty: Organized Hypocrisy*. Princeton University Press.
- Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. Sage Publications.
- Kunczik, M. (2003). Transnational Public Relations by Foreign Governments. K. Sriramesh & D. Verčič (Ed.), *The Global Public Relations Handbook* (s. 435-460) içinde. New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- Kurt, G. (2018). *Dijital Diplomasi*. Ankara: Akademisyen Kitabevi.
- Kutlu, E. (2008). *Avrupa Birliği*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

- Lafont, B. (2001). International Relations in the Ancient Near East: The Birth of a Complete Diplomatic System. *Diplomacy and Statecraft*, 12(1), 39-60.
- Leonard, M., Stead, C., & Smewing C. (2002). *Public Diplomacy*. London: The Foreign Policy Centre.
- Manor, I., & Pamment, J. (2019). Towards Prestige Mobility? Diplomatic Prestige and Digital Diplomacy. *Cambridge Review of International Affairs*, 32(2), 93-121.
- Mayfield, A. (2008). What Is Social Media.
<http://www.repromax.com/docs/113/854427515.pdf>. Erişim Tarihi: 20.03.2024.
- Memiş, D. M. Ü., & Güner, D. M. F. (2011). Avrupa Birliği Müktesebatına Uyum Sürecinde Muhasebe ve Denetim Alanında Yapılan Düzenlemeler. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(2), 149-163.
- Menemencioğlu, E. (1938). *Devletler Umumî Hukuku*. Kültür Bakanlığı Siyasal Bilgiler Okulu.
- Metin, O., & Ünal, Ş. (2022). İçerik Analizi Tekniği: İletişim Bilimlerinde ve Sosyolojide Doktora Tezlerinde Kullanımı. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(Özel Sayı 2), 273-294.
- Morgenthau, H. J. (1946). Diplomacy. *The Yale Law Journal*, 55(5), 1067-1080.
- Morgenthau, H. J. (1970). *Uluslararası Politika: Güç ve Barış Mücadelesi* (Cilt 1). (B. Oran & Ü. Oskay, Çev.). Ankara: Türk Siyasi İlimler Derneği.
- Neuendorf, K. A. (2002). *The Content Analysis Guidebook*. USA: Sage Publications.
- Nicolson, H. (1952). *The Evolution of Diplomatic Method*. London: Cassell Publishers.
- Nicolson, H. (1970). *Diplomasi*. (M. Ergin, Çev.). As Basımevi.
- Nye, J. (2002). The Information Revolution and American Soft Power. *Asia Pacific Review*, 9(1), 60-76.
- Nye, J. (2004). Soft Power and American Foreign Policy. *Political Science Quarterly*, 119(2), 255-270.
- Nye, J. (2008). Public Diplomacy and Soft Power. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 94-109.
- Nye, J. (2013). Hard, Soft, and Smart Power. A. F. Cooper, J. Heine & R. Thakur (Ed.), *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy* içinde (ss. 559-574). Oxford: Oxford University Press.
- Nye, J. S. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. PublicAffairs.
- O'Reilly, T. (2007). What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. *Communications and Strategies*, 65, 17-37.
- Oğuz, S., Çetiner, Ö., & Yalçıntaş, D. (2020). Avrupa Birliği'ne Aday ve Potansiyel Aday Ülkelerin Ekonomik Göstergelerinin TOPSIS Yöntemi ile Değerlendirilmesi. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(2), 17-28.
- Okur, M. R. (2013). Web 2.0 ve Sonrası. Anadolu Üniversitesi (Ed.), *Yeni İletişim Teknolojileri* (s. 128-149) içinde. Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Özen, Ç. (2019). Tam Üyelik Sürecinde Türkiye Üyelik Kriterleri (1980-1996). S. R. Karluk & B. Yüce Dural (Ed.), *Avrupa Birliği ve Türkiye İlişkileri* (s. 80-96) içinde. Anadolu Üniversitesi.
- Özer, M. A. (2009). Avrupa Birliğine Tam Üyeliğin Eşiğinde Türkiye. *Yönetim ve Ekonomi*, 16(1), 90-105.
- Özgüven, A. (1982). *Ortak Pazar Tarım Politikası ve Türkiye*. Bursa: Bursa Üniversitesi Yayınları.
- Papp, D. (1991). *Contemporary International Relations*. New York: Macmillan.

- Patil, H. J., & Surwade, Y. P. (2018). Web Technologies from Web 2.0 to Web 4.0. *International Journal for Science and Advance Research in Technology*, 4(4), 810-814.
- Potter, E. (2009). *Branding Canada*. Canada: McGill-Queen's University Press.
- Rasmussen, S. B. (2010). The Messages and Practices of the European Union's Public Diplomacy. *The Hague Journal of Diplomacy*, 5(3), 263-287.
- Rourke, J.T. (2001). *International Politics on the World Stage*. Dushkin: McGraw-Hill.
- Rigby, B. (2008). *Mobilizing Generation 2.0: A Practical Guide to Using Web 2.0 Technologies to Recruit, Organize and Engage Youth*. San Francisco: Jossey-Bass-Wiley&Sons.
- Riordan, S. (2005). Dialogue-based Public Diplomacy: A New Foreign Policy Paradigm?. *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations* (s. 180-195) içinde. London: Palgrave Macmillan.
- Robertson, J., & East, M. A. (2005). *Diplomacy and Developing Nations*. London: Routledge.
- Roselle, L., Miskimmon A., & O'loughlin, B. (2014). Strategic Narrative: A New Means to Understand Soft Power. *Media, War & Conflict*, 7(1), 70-84.
- Rugh, W. A. (Ed.). (2004). *Engaging the Arabs and Islamic Worlds Through Public Diplomacy*. Washington: The Public Diplomacy Council.
- Sabuncuoğlu, A., & Gülay, G. (2016). Sosyal Medyada Görsel Paylaşımından Reklamcılığa: Instagram Reklamlarının Genç Kullanıcılar Üzerine Etkisine Dair Bir Araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 7(15), 107-131.
- Sakıncı, S. (2004). Avrupa Birliği Yüksek Öğretim Programları ve Üniversitelerin Sorumluluğu. İ. Kalaycı (Ed.), *Avrupa Birliği Dersleri* (s. 345-368) içinde. Ankara: Nobel Yayınları.
- Sancar, G. A. (2014). *Kamu Diplomasisi ve Uluslararası Halkla İlişkiler* (2. Baskı). İstanbul: Beta Yayınevi.
- Satow, E. (1964). *A Guide to Diplomatic Practice*. N. Bland (Ed.). Longmans.
- Savaş, A. İ. (2007). *Osmanlı Diplomasisi*. 3F Yayınevi.
- Sevinç, S.S. (2018). Blogger, Influencer, Fenomen, Instagrammer, YouTuber, Celebrity Nedir? Ne İşe Yarar? Nasıl İstifade Edilir? <http://salihseckinsevinc.com/blogger-influencer-fenomen-instagrammeryoutuber-celebrity-nedir-ne-ise-yarar-nasil-istifade-edilir/>, Erişim Tarihi: 20.04.2023.
- Sharp, P. (2005). Revolutionary States, Outlaw Regimes and the Techniques of Public Diplomacy. In J. Melissen (Ed.), *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations* (pp. 28-41). New York: Palgrave Macmillan.
- Signitzer, B. H. & Coombs, T. (1992). Public Relations and Public Diplomacy: Conceptual Covergences. *Public Relations Review*, 18(1), 137-147.
- Smith, K. E. (2014). Is the European Union's Soft Power in Decline?. *Current History*, 113(761), 104.
- Snow, N. (2009). Rethinking Public Diplomacy. N. Snow & P. M. Taylor (Ed.), *Handbook of Public Diplomacy* (ss. 3-12) içinde. New York: Routledge.
- Solis, B. (2008). Reinventing Crisis Communication for the Social Web. <http://www.briansolis.com/2008/11/reinventing-crisis-communications-for-the-social-web> Erişim Tarihi: 10.05.2024.

- Sönmezoğlu, F. (1989). *Uluslararası Politika ve Dış Politika Analizi*. İstanbul: Filiz Kitabevi
- Sönmezoğlu, F. (2000). *Uluslararası İlişkiler Sözlüğü*. İstanbul: DER yayınları
- Spry, D. (2018). Facebook Diplomacy: A Data-Driven, User-Focused Approach to Facebook use by Diplomatic Missions. *Media International Australia*, 168 (1), 62- 80.
- Stahl, B. (2017). *Internationale Politik Verstehen*. Opladen: Verlag Barbara Budrich.
- Summa, G. (2020). 'We the People' in the Twitter Age: Digital Diplomacy and the Social Legitimacy of the United Nations. London: Media@LSE.
- Taşcı, E. (2010). Sosyal Medya Araçlarının Yerel Yönetimlere Etkisi ve Katkısı Belediye 2.0. *Bilişim Dergisi*, 38(126), 72-75.
- Taşdemir, İ. (2011). Siyaset ve Diplomasi. M.Ü. Erzen (Ed.). *Tarihi, Kültürel ve Sosyal Paradigmaları ile Siyaset*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Tecer, M. (2007). *Avrupa Birliği ve Türkiye: Sorular ve Yanıtlar*. Ankara: Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü Yayınları.
- Telli, R. (2015). *Türkiye Ekonomisi ve Avrupa Birliği*. Bursa: Ekin Yayınevi.
- Tench, R., & Yeomans, L. (2006). *Exploring Public Relations*. England: Prentice Hall.
- Tiedeman, A. (2004, May). U.S. Public Diplomacy in Middle East. *Seminar on Geography, Foreign Policy and the World Order*.
- Tiedeman, A. (2005). *Branding America: An Examination of U.S. Public Policy Efforts After September 11, 2001*. Master Thesis. Tufts University/The Fletcher School of Law and Diplomacy.
- Toprak, A., vd. (2009). *Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: Görülüyorum Öyleyse Varım*. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Tuch, H. (1993). *Communicating with the World: U.S. Public Diplomacy Overseas*. New York: St. Martin's Press.
- Tuncer, H. (1984). Tarihte ve Günümüzde Ad Hoc Diplomasi. *Milletlerarası Hukuk ve Milletlerarası Özel Hukuk Bülteni*, 4(1), 50-57.
- Tuncer, H. (1995). *Eski ve Yeni Diplomasi* (2. Baskı). Ankara: Ümit Yayıncılık.
- Tuncer, H. (2006). *Küresel Diplomasi*. Ankara: Ümit.
- Tuncer, H. (2009). *Diplomasinin Evrimi: Gizli Diplomasiden Küresel Diplomasiye...* İstanbul: Kaynak Yayınları.
- Van Doeveren, V. (2011). Rethinking Good Governance: Identifying Common Principles. *Public Integrity*, 13(4), 301-318.
- Wagner, C. (2004). WIKI: A Technology for Conversational Knowledge Management and Group Collaboration. *Communications of the Association for Information Systems*, 13(1), 265-289.
- Woyke, W. (1995). *Europäische Organisationen: eine Einführung*. München: De Gruyter.
- Yaylagül, L. (2013). *Kitle İletişim Kuramları Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar*. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (7.Baskı). Ankara: Seçkin Yayınları.
- Yıldız, O. (2016). Yumuşak Güç ve Kamu Diplomasisi: ABD Enformasyon Ajansı (USIA) ve İlkler. E.İ. Keloğlu İşler (Ed.), *Algı İllüzyon Gerçeklik* (s. 105-135) içinde. Ankara: İmge Kitabevi.
- Ying, M. (2012). *Sosyal Medya Platformları Üzerinden Pazarlama ve Bu Mecrayı Etkin Kullanan Sektörler* (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul.

- Zafarmand, N. (2010). *Halkla İlişkiler Alanında Yeni Mecra ve Uygulamaların Yeri ve Önemi: Sosyal Medya ve Pr 2.0* (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Gazi Üniversitesi SBE.
- Zhang, J. (2013). A Strategic Issue Management (SIM) Approach to Social Media Use in Public Diplomacy. *American Behavioral Scientist*. 57(9), 1312-1331.
- İnternet: https://www.ab.gov.tr/avrupa-birliginin-genislemesi_109.html, Erişim tarihi: 02.01.2024.
- İnternet: https://www.ab.gov.tr/avrupa-birliginin-tarihcesi_105.html, Erişim tarihi: 02.01.2024.
- İnternet: https://www.ab.gov.tr/files/rehber/07_rehber.pdf, Erişim tarihi: 02.02.2024.
- İnternet: https://www.ab.gov.tr/katilim-muzakereleri_37.html, Erişim tarihi: 17.01.2024
- İnternet: https://www.ab.gov.tr/muzakere-fasillari_62.html, Erişim tarihi: 01.05.2024.
- İnternet: https://www.ab.gov.tr/turkiye-ab-iliskilerinin-tarihcesi_111.html, Erişim tarihi: 10.01.2024.
- İnternet: https://www.consilium.europa.eu/uedocs/cms_data/docs/pressdata/en/ec/032a0008.htm, Erişim tarihi: 28.06.2024.
- İnternet: https://www.eeas.europa.eu/eeas/public-diplomacy_en, Erişim tarihi: 24.05.2024.
- İnternet: https://www.eeas.europa.eu/turkey/biz-kimiz_tr?s=230, Erişim tarihi: 12.03.2024.
- İnternet: <https://explodingtopics.com/blog/top-social-media-platforms>, Erişim tarihi: 13.04.2024.
- İnternet: https://www.mfa.gov.tr/ab-komisyonu_nun-ab-ile-aday-ulkeler-arasinda-sivil-toplum-diyaloguna-iliskin-bildirimi-tr.mfa, Erişim tarihi: 07.06.2024.
- İnternet: https://portland-communications.com/pdf/The-Soft-Power_30.pdf, Erişim tarihi: 17.02.2024.
- İnternet: <https://sites.tufts.edu/murrowcenter/>, Erişim tarihi: 27.12.2023.
- İnternet: <https://sozluk.gov.tr/?ara=diplomat>, Erişim tarihi: 03.12.2023.

EKLER

EK-1

Fasıl 1: Malların Serbest Dolaşımı	Malların serbest dolaşımı faslı, AB'nin ekonomik bütünleşmesinin temel taşlarından biridir. Bu fasıl, üye devletlerin ticarete engel koymalarını ve sürdürmelerini yasaklayan ilkeleri içerir. Gümrük vergileri, eş etkili vergiler ve miktar kısıtlamalarının yanı sıra teknik ticaret engellerinin de kaldırılması gereklidir. Ayrıca, ticarete konu olan ürünlere ilişkin teknik niteliklerin Birlik genelinde kabul edilecek kurallar ile belirlenmesi önemlidir.
Fasıl 2: İşçilerin Serbest Dolaşımı	İşçilerin serbest dolaşımı, üye devlet vatandaşlarının diğer üye devletlere sınırlama olmaksızın serbestçe girmesi, dolaşması, ikamet etmesi ve çalışabilmesi anlamına gelir. Bu fasıl, AB vatandaşlarının sosyal haklardan eşit şartlarda yararlanmasını sağlayacak düzenlemeleri içerir. Ayrıca, emeklilik hakları ve sağlık güvencesi gibi sosyal hakları da kapsar.
Fasıl 3: İş Kurma Hakkı ve Hizmet Sunumu Serbestisi	Bu fasıl, AB uyruklu gerçek ve tüzel kişilerin iş kurma ve sınır ötesi hizmet sağlama haklarını güvence altına alır. İş kurma hakkı, kişilere ve şirketlere Birliğin herhangi bir yerinde iş kurma ve şube açma hakkı verir. Hizmet sunumu serbestisi ise, ücret karşılığı yapılan faaliyetlerin serbestçe sunulmasını kapsar.

Fasıl 4: Sermayenin Serbest Dolaşımı	Sermayenin serbest dolaşımı, AB üyesi devletler arasında sermaye hareketleri üzerindeki kısıtlamaların kaldırılmasını içerir. Bu fasıl, sınır ötesi para ve kredi transferleri, kara para aklama ve terörizmin finansmanı ile ilgili önlemler gibi düzenlemeleri kapsar. Ayrıca, yabancıların gayrimenkul edinimi ve doğrudan yabancı yatırımlar gibi konuları da içerir.
Fasıl 5: Kamu Alımları	Bu fasıl, ihale süreçlerinde üye devlet vatandaşları arasında ayrımcılığın kaldırılmasını ve rekabet koşullarının iyileştirilmesini amaçlar. İhale usulleri, şeffaflık, eşit muamele ve serbest rekabetin sağlanması gibi ilkeler bu faslın temelini oluşturur. Ayrıca, sosyal ve çevresel etkilerin kamu alımlarında göz önüne alınması düzenlenir.
Fasıl 6: Şirketler Hukuku	Şirketler hukuku, şirketlerin tescili, birleşmesi, bölünmesi ve denetimi gibi konuları kapsar. Bu fasıl, anonim ve limited şirketlerin finansal raporlama ve denetim esaslarını düzenler. Ayrıca, şirket birleşmeleri ve devralmalarına ilişkin kurallar da bu fasılda yer almaktadır.

Fasıl 7: Fikri Mülkiyet Hukuku	Fikri mülkiyet hukuku, telif hakları ve sınai mülkiyet haklarını kapsar. Telif hakları, eser sahiplerinin ve komşu hak sahiplerinin haklarını korurken, sınai mülkiyet hakları ticari markalar, patentler, tasarımlar ve faydalı modeller gibi konuları içerir. Bu fasıl, ayrıca biyolojik buluşların patentlenebilirliği gibi konuları da düzenler.
Fasıl 8: Rekabet Politikası	Rekabet politikası, iç pazarda adil rekabetin sağlanmasını hedefler. Bu fasıl, teşebbüsler arası rekabeti bozan anlaşmalar ve devlet yardımları gibi konuları düzenler. Ayrıca, hâkim durumun kötüye kullanılmasının engellenmesi ve kamu teşebbüslerinin rekabet kurallarına uyumu da bu fasılda ele alınır.
Fasıl 9: Mali Hizmetler	Mali hizmetler faslı, bankacılık, sigortacılık, yatırım hizmetleri ve menkul kıymet piyasalarını kapsar. AB'nin tek pasaport prensibi çerçevesinde, bir üye devlette faaliyet gösterme lisansı alan mali kuruluşlar, diğer üye devletlerde de lisans almadan faaliyet gösterebilirler. Ayrıca, finansal hizmet sağlayıcılarının denetimine ilişkin kurallar bu fasılda yer alır.

Fasıl 10: Bilgi Toplumu ve Medya	Bilgi toplumu ve medya faslı, elektronik haberleşme hizmetlerinin serbestleşmesi ve medya hizmetlerinin serbest dolaşımını amaçlar. Ayrıca, çocukların internetin zararlı etkilerinden korunması ve güvenli internet programları bu fasılda ele alınır. Görsel-işitsel medya hizmetlerinin düzenlenmesi ve elektronik imza kullanımı gibi konular da bu fasıla dahildir.
Fasıl 11: Tarım ve Kırsal Kalkınma	Tarım ve kırsal kalkınma faslı, çiftçilere verilen destekler, üretim kotaları ve ithalat kısıtlamaları gibi konuları kapsar. Ayrıca, kırsal kesimin gelir düzeyini artırmaya yönelik tedbirler ve organik tarımın teşviki de bu fasılda yer alır. AB Kırsal Kalkınma Politikası'nın uygulanması için gerekli idari ve hukuki düzenlemeler de bu fasılda ele alınır.
Fasıl 12: Gıda Güvenliği, Veterinerlik ve Bitki Sağlığı	Bu fasıl, çiftlikten sofraya kadar gıda güvenliğinin sağlanmasını amaçlar. Canlı hayvanlar ve hayvansal ürünlerin ticareti, hastalık kontrolü ve eradikasyonu gibi veterinerlik düzenlemeleri, bitki sağlığı ve gıda güvenliği ile ilgili kurallar bu fasılda yer alır. Ayrıca, hayvan refahı ve bitkisel ürünlerde zirai ilaç kalıntıları gibi konular da ele alınır.

Fasıl 13: Balıkçılık	Balıkçılık faslı, balıkçılık sanayinin sürdürülebilirliğini ve balık stoklarının korunmasını amaçlar. Bu fasıl, balıkçı teknelerinin özellikleri, balık kaynaklarının korunması ve avlanma dönemlerine ilişkin düzenlemeleri kapsar. Ayrıca, balık ürünlerinin piyasaya sunulmasına yönelik kurallar da bu fasılda yer alır.
Fasıl 14: Taşımacılık Politikası	Taşımacılık politikası faslı, karayolu, demiryolu, havayolu ve denizyolu taşımacılığını düzenler. Bu fasıl, taşımacılık sektöründe rekabet, kullanıcı hakları ve yol güvenliği gibi konuları içerir. Ayrıca, çevreye olumsuz etkilerin azaltılması ve çeşitli taşımacılık türleri arasında denge sağlanması da bu fasılda ele alınır.
Fasıl 15: Enerji	Enerji faslı, AB'nin enerji politikalarının rekabet edebilirlik, sürdürülebilir kalkınma ve enerji arz güvenliği ilkelerine dayandığı düzenlemeleri içerir. Bu fasıl, enerji verimliliği, yenilenebilir enerji kaynaklarının teşviki ve nükleer güvenlik gibi konuları kapsar. Ayrıca, enerji piyasalarının serbestleştirilmesi ve entegrasyonu da bu fasılda ele alınır.

Fasıl 16: Vergilendirme	Vergilendirme faslı, dolaysız ve dolaylı vergilerin uyumlaştırılmasını içerir. Katma Değer Vergisi (KDV) ve Özel Tüketim Vergisi (ÖTV) gibi dolaylı vergiler ile kurumlar vergisi gibi dolaysız vergilerin düzenlemeleri bu fasılda yer alır. Ayrıca, çifte vergilendirmenin önlenmesi ve vergi kaçakçılığı ile mücadele konuları da bu fasılda ele alınır.
Fasıl 17: Ekonomik ve Parasal Politika	Bu fasıl, üye devletlerin merkez bankalarının bağımsızlığı, kamu sektörünün merkez bankaları tarafından finansmanının yasaklanması ve kamu kesiminin finansal kurumlara imtiyazlı erişiminin önlenmesi gibi konuları kapsar. Ayrıca, ekonomik politikaların eşgüdümü ve İstikrar ve Büyüme Paketi'nin mali gözetim koşulları da bu fasılda yer alır.
Fasıl 18: İstatistik	İstatistik faslı, AB'nin ortak politikalarının uygulanması ve geliştirilmesi için gerekli verilerin toplanması, sınıflandırılması ve metodolojisinin belirlenmesini içerir. Bu fasıl; makro-ekonomik istatistikler, fiyat istatistikleri, iş istatistikleri, dış ticaret istatistikleri gibi çeşitli alanlarda veri toplama usullerini kapsar. Ayrıca, resmi istatistiklerin tarafsızlık, güvenilirlik ve şeffaflık ilkelerine uyumu bu fasılda düzenlenir.

Fasıl 19: Sosyal Politika ve İstihdam	Sosyal politika ve istihdam faslı; istihdamın sağlanması, yaşama ve çalışma koşullarının iyileştirilmesi, sosyal koruma sistemlerinin oluşturulması ve sosyal diyalogun teşvik edilmesi gibi konuları kapsar. Bu fasıl; iş hukuku, iş sağlığı ve güvenliği, ayrımcılıkla mücadele ve toplumsal cinsiyet eşitliği gibi alt başlıkları içerir.
Fasıl 20: İşletmeler ve Sanayi Politikası	İşletmeler ve sanayi politikası faslı, işletmelerin rekabet edebilirliğini artırmayı amaçlar. Bu fasıl, işletme politikası, sanayi politikası ve sektörlere ilişkin spesifik tedbir ve politikaları içerir. KOBİ'lerin geliştirilmesi, Ar-Ge faaliyetlerinin desteklenmesi ve girişimciliğin teşvik edilmesi bu fasılda yer alan konulardır.
Fasıl 21: Trans-Avrupa Ağları	Trans-Avrupa ağları faslı, ulaşım, enerji ve telekomünikasyon ağlarının entegrasyonunu amaçlar. Bu fasıl, Türkiye ile AB arasında ulaşım altyapısının geliştirilmesi, enerji bağlantılarının oluşturulması ve bilgi toplumunun teşvik edilmesi gibi konuları kapsar. Ayrıca, enerji arz güvenliği ve çeşitliliği sağlanması da bu fasılda ele alınır.

Fasıl 22: Bölgesel Politika ve Yapısal Araçların Koordinasyonu	Bu fasıl, bölgeler arasındaki sosyo-ekonomik farklılıkların azaltılmasını amaçlar. Yapısal fonlar ve uyum fonu gibi AB'nin finansal araçlarının etkin bir şekilde kullanılmasını sağlayacak düzenlemeleri içerir. Ayrıca, idari yapılanma, programlama, izleme ve değerlendirme gibi konular da bu fasılda yer alır.
Fasıl 23: Yargı ve Temel Haklar	Yargı ve temel haklar faslı, yargının bağımsızlığını ve etkinliğini artırmayı amaçlar. Bu fasıl; adil yargılanma hakkı, yolsuzlukla mücadele, ayrımcılıkla mücadele ve temel hakların korunması gibi konuları kapsar. Ayrıca, yargıda mesleki yeterliliğin artırılması ve yargı reformu bu fasılda ele alınır.
Fasıl 24: Adalet, Özgürlük ve Güvenlik	Adalet, özgürlük ve güvenlik faslı; sınır yönetimi, vize, göç, iltica, uyuşturucu madde kaçakçılığı ve kara para aklama gibi konuları kapsar. Ayrıca, terörizm, sahtecilik, yolsuzlukla mücadele ve polis iş birliği gibi konular da bu fasılda yer alır. Mahkeme kararlarının karşılıklı tanınması ve kişisel verilerin korunması da bu fasılda ele alınır.
Fasıl 25: Bilim ve Araştırma	Bilim ve araştırma faslı, ulusal mevzuata aktarılması gereken yasal düzenlemeleri içermemektedir. Bu fasıl, araştırma alanındaki AB programlarına katılım için gerekli koşulları ve Avrupa Araştırma Alanı ile bütünleşme performansını değerlendirir. Araştırma ve teknolojik gelişme projeleri bu fasılda yer alır.

Fasıl 26: Eğitim ve Kültür	Eğitim ve kültür faslı, üye devletlerin sorumluluğunda olan eğitim ve kültür politikalarını kapsar. Öğrenci değişim programları, gençlerin politik süreçlere katılımını teşvik eden programlar ve hayat boyu öğrenme projeleri bu fasılda ele alınır. Ayrıca, kültürel mirasın korunması ve teşvik edilmesi de bu fasılda yer alır.
Fasıl 27: Çevre	Çevre faslı, sürdürülebilir gelişmeyi destekleyen düzenlemeleri içerir. Su ve hava kalitesinin korunması, atık yönetimi, doğanın korunması ve endüstriyel kirlilik kontrolü gibi konuları kapsar. Ayrıca, iklim değişikliği ile mücadele ve biyolojik çeşitliliğin korunması da bu fasılda ele alınır.
Fasıl 28: Tüketicinin ve Sağlıkın Korunması	Tüketicinin ve sağlığın korunması faslı, tüketicilerin ekonomik çıkarlarının ve ürün güvenliğinin korunmasını amaçlar. Ayıplı ürünler, yanıltıcı reklamlar ve tüketici kredileri gibi konular bu fasılda düzenlenir. Halk sağlığı ise; bulaşıcı hastalıklar, tütün ürünleri, elektromanyetik alanlar ve organ nakli gibi alanları kapsar.
Fasıl 29: Gümrük Birliği	Gümrük birliği faslı, AB gümrük alanının düzgün işlemlerini sağlar ve mal giriş ve çıkışında Birliğin dış sınırlarının korunması ile ilgilenir. Bu fasıl, gümrük vergileri, tarım vergileri ve korsan mallar gibi konuları kapsar. Ayrıca, AB'nin ortak dış tarifesine uyum sağlanması da bu fasılda ele alınır.

Fasıl 30: Dış İlişkiler	Dış ilişkiler faslı, AB'nin üçüncü ülkeler ve uluslararası örgütlerle olan ekonomik ve ticari ilişkilerini düzenler. Bu fasıl, uluslararası iş birliği ve yardıma ilişkin düzenlemeleri kapsar. Ayrıca, Türkiye'nin gümrük birliği kapsamındaki tüm ürünlerde AB'nin ortak dış tarifesine uyum sağlaması gerekmektedir.
Fasıl 31: Dış, Güvenlik ve Savunma Politikası	Dış, güvenlik ve savunma politikası faslı, AB'nin ortak dış ve güvenlik politikasına dayanan hukuki düzenlemeleri kapsar. Bu fasıl, üye devletlerin üçüncü ülkelere yönelik politikalarını, komşuluk politikalarını ve transatlantik ilişkileri içerir. Ayrıca, yaptırım ve kısıtlayıcı tedbirler gibi konular da bu fasılda yer alır.
Fasıl 32: Mali Kontrol	Mali kontrol faslı, AB fonlarının harcanması dahil olmak üzere kamu sektörünün iç kontrol sistemlerini düzenler. Bu fasıl, etkin ve saydam mali yönetim, iç ve dış denetim sistemleri ve AB'nin mali çıkarlarını koruma konularını içerir. Ayrıca, dolandırıcılıkla mücadele ve Avro'nun sahteciliğe karşı korunması da bu fasılda ele alınır.

Fasıl 33: Mali ve Bütçesel Hükümler	Bu fasıl, AB bütçesinin finansmanı için gerekli mali kaynaklarla ilgili kuralları kapsar. Gümrük vergileri, tarım vergileri ve şeker vergileri gibi kaynaklar bu fasılda düzenlenir. Ayrıca, AB bütçesine katkı sağlayan ülkelerin yükümlülükleri de bu fasılda ele alınır.
Fasıl 34: Kurumlar	Kurumlar faslı, AB'nin kurumsal yapısı ve işleyişine ilişkin düzenlemeleri kapsar. Bu fasıl, AB'nin karar alma süreçleri, kurumların yetki ve görevleri ile ilgili kuralları içerir. Ayrıca, üye devletlerin AB kurumları ile uyumlu çalışması da bu fasılda ele alınır.
Fasıl 35: Diğer	Diğer faslı, AB müktesebatının diğer fasıllarında ele alınmayan konuları kapsar. Bu fasıl, AB ile Türkiye arasındaki müzakere sürecinde ortaya çıkan özel durumlar ve geçici düzenlemeler gibi konuları içerir. Ayrıca, müzakerelerin genel çerçevesine ilişkin düzenlemeler de bu fasılda yer alır.

EK-2



euinturkiye



387



47



euinturkiye Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu Başkanı'nın mesajı:

"Bu sabah Ankara'da meydana gelen terör saldırısını şiddetle kınıyor, yaralılara acil şifalar diliyorum."

Büyükelçi Nikolaus Meyer-Landrut



The message of the Head of Delegation of the European Union to Türkiye:

"I strongly condemn the terrorist attack in Ankara this morning. I wish speedy recovery to those who are injured."

Ambassador Nikolaus Meyer Landrut

1 Ekim 2023

 euinturkiye

 **TRABZON**
16-22 Haziran/June
Lara Cinema

 Avrupa Filmleri Haftası
European Cinema Week

GÖSTERİM TAKVİMİ / SCREENING SCHEDULE

	16.06.2023	17.06.2023	18.06.2023	19.06.2023	20.06.2023	21.06.2023	22.06.2023
16:30		THE INFINITE GARDEN SONSUZ BAHÇE 1:30:00	GOODS OF MOLENBEEK MOLENBEEKİN TANRILARI 1:13:00				
18:30	RUNNER KOŞUCU 1:27:00	SCHOOLGIRLS KIZ ÖĞRENCİLER 1:41:00	OSKAR & LILLI - WHERE NO ONE KNOWS US OSKAR VE LILLI 1:42:00	DATING AMBER AMBER'LE ÇIKMAK 1:32:00	WILD AMSTERDAM YAHŞI AMSTERDAM 1:25:00	IO STO BENE İYİYİM 1:40:00	LUZZU LUZZU 1:35:00
20:30	RABİYE KURNAZ vs. GEORGE W. BUSH RABİYE KURNAZ GEORGE W. BUSH'A KARŞI 1:59:00	THE BIG HIT EN BAŞARILI PRODUKSİYON 1:47:00	COLD CASE HAMMARSKJÖLD FALİ MEÇHUL 1:58:00	NEVER GONNA SNOW AGAIN BİR DAHA ASLA KAR YAĞMAYACAK 1:56:00	MELCHIOR THE APOTHECARY ECZACI MELCHIOR 1:38:00	MY LOVE AFFAIR WITH MARRIAGE EVLİLİK HAYATIM 1:48:00	AURORA AURORA 1:46:00



91 beğenme

euinturkiye   Avrupa Filmleri Haftası başlıyor! 

Avrupa Filmleri Haftası'nda şehrinize özel ve ÜCRETSİZ gösterimlerle seyircisiyle buluşan Avrupa filmlerinin büyüleyici dünyasına kendinizi kaptırmaya hazır olun!  

Sizi 16 - 22 Haziran tarihleri arasında büyüleyici 16 Avrupa filmi izleme fırsatı bulacağınız muhteşem 1 haftaya katılmaya davet ediyoruz!  

Eskişehir'de Cinema Pink Kanatlı AVM ve Trabzon'da Lara Sinema'da gerçekleşecek bu sinema şölenini kaçırmayın! 



Takvimlerinizi işaretleyin ve Avrupa sinemasında unutulmaz bir yolculuğa hazırlanın!   

Daha fazla bilgi için, "Avrupa Filmleri Haftası Şehrinizde!" resmi web sitesine bakın:

https://www.eeas.europa.eu/delegations/t%C3%BCrkiye/european-cinema-week-your-city_tr

EK-4



euinturkiye

euinturkiye · Orijinal ses



52



euinturkiye



Erasmus+'ın 36. yılını kutlamak için bize katılın! 🎉

"Avrupa'dan Anadolu'ya Erasmus Günü" NTV'de:



14 Ekim, 12:15



15 Ekim, 10:15

Bu özel program sizi Erasmus+ gönüllülerinin Türkiye'den Avrupa'ya uzanan kültürel değişim yolculuğuna çıkaracak 📺



EK-5



euinturkiye

Taşbaşı Mah. Göcek

...



56 beğenme

euinturkiye Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu [#MapMyTree](#) kampanyası kapsamında Göcek Taşbaşı mevkiinde 2019 yılında yanmış bir orman alanının restorasyon planı çerçevesinde sembolik bir ağaç dikimi töreni gerçekleştirdi.

Ağaç dikim etkinliğine, Büyükelçi Nikolaus Meyer-Landrut ve beraberindeki heyet ile birlikte İstanbul Üniversitesi - Cerrahpaşa öğretim görevlisi Prof Dr Doğanay Tolunay ve Göcek DenizTemiz Ortaokulu'ndan 100'ü aşkın öğrenci de katıldı. Etkinlikte 500'e yakın fidan dikildi.

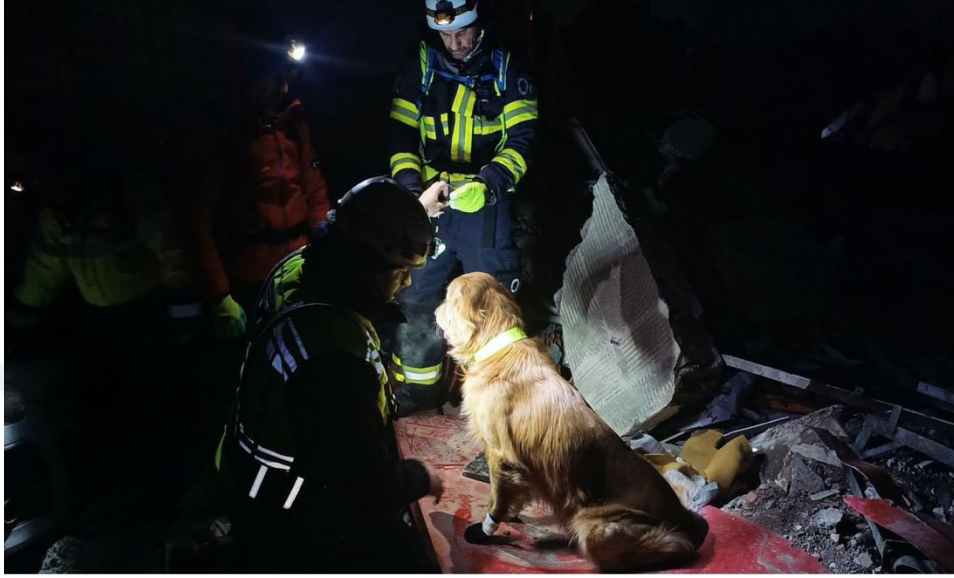


The Delegation of the European Union to Türkiye organised a symbolic tree planting ceremony as part of the [#MapMyTree](#) campaign in Göcek Taşbaşı, in the framework of the restoration plan of a forest area burnt down in 2019.

EK-6



euinturkiye



41



2



euinturkiye Arama köpekleri 🐕 deprem bölgesinde çok sayıda can kurtardı. Bunlardan biri 33 kişilik Bulgar 🇧🇬 Gönüllü Ekibi'ndeki Kilian'dı. O, ekibinin işini kolaylaştırdı ve beş günde enkaz 🏠 altındaki 17 kişiyi canlı buldu. Teşekkürler Kilian!

https://www.eeas.europa.eu/delegations/t%C3%BCrkiye/kilian-enkaz-alt%C4%B1ndaki-17-ki%C5%9Fiyi-buldu_tr



The search dogs 🐕 saved many lives in the earthquake area. One was Kilian, with the Bulgarian 🇧🇬 Volunteer Team of 33 people. Kilian facilitated its team's work and found 17 people under the rubble 🏠 alive in five days. Many thanks to Kilian!

https://www.eeas.europa.eu/delegations/t%C3%BCrkiye/kilian-found-17-people-were-under-rubble_en?s=230

15 Haziran 2023

EK-7



euinturkiye

...



#Coğrafişaret
#GeographicalIndication



♡ 101 💬 📌 9



euinturkiye Türk ürünlerinin AB yolculuğu hızlanarak sürüyor! Milas yağlı zeytini, Ayaş domatesi, Edremit Körfezi yeşil çizik zeytini, Maraş tarhanası ve Ezine peyniri... Bunlar sadece sonbaharda AB tarafından PDO ve PGI ile tescil edilen ürün adları. [#coğrafişaret](#)

AB logolu Türk ürünlerinin sayısı 18'e ulaştı, 45 ürün ise AB logosunu bekliyor. Üreticiler de tüketiciler de bu AB yolculuğundan memnun. Ürünlerin ise hepsi birbirinden kıymetli, hepsi birbirinden lezzetli. O zaman afiyet olsun!

EK-8



euinturkiye



99 17



euinturkiye AB destekli SIHHAT projesi kapsamında hizmet veren Şanlıurfa'daki Makam Göçmen Sağlığı Merkezi'nden hizmet alanlar ve görevli sağlık personeli tecrübelerini paylaştı. Türkiye'de 32 kentte 170'in üzerinde göçmen sağlığı merkezi bulunuyor.

Detaylı hikaye için 🖱️

https://www.eeas.europa.eu/delegations/t%C3%BCrkiye/nezaman-hasta-olsak-buraya-geliyoruz-ab-t%C3%BCrkiyede-sa%C4%9Fl%C4%B1k-hizmetlerini-nas%C4%B1l-destekliyor_tr



Those receiving health services and medical staff from Makam Migrant Health Center in Şanlıurfa, which provides services as part of the EU-funded SIHHAT project, shared their experiences. There are over 170 migrant health centres in 32 cities in Türkiye.

For detailed story 🖱️

EK-9



euinturkiye

...



...

337 2 43



euinturkiye Deniz Işık, Aydın ilinin ilk ve tek kadın otomobil lastiği satıcısı. Erkeklerin yanı sıra kadın çalışanlar da istihdam etmek için AB ve Türkiye tarafından ortak olarak finanse edilen ve SGK tarafından yürütülen WOMEN-UP Projesi'nden yararlandı. Onun bu umut dolu hikayesi için 🙌

https://www.eeas.europa.eu/delegations/t%C3%BCrkiye/women-%E2%80%9Ckad%C4%B1nlar%C4%B1n-yapamayaca%C4%9F%C4%B1-hi%C3%A7bir-%C5%9Fey-yok%E2%80%9D_tr?s=230



EK-10



euinturkiye



147



19



euinturkiye Türk Arkeolojisi için 'Merkez' Hazır: AB'nin ortaklaşa finanse ettiği, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından Gaziantep Büyükşehir Belediyesi ile yakın işbirliği içinde yürütülen proje kapsamında restore edilen Türk Arkeoloji ve Kültürel Miras Enstitüsü kapılarını bugün Gaziantep'te açıyor.

Enstitü, tarih öncesi çağdan günümüze kadar uzanan arkeolojik ve kültürel mirasa ilişkin Türk ve İslam arkeolojisi ve ilgili diğer bilim alanlarında, insanlığın ortak bilgi birikimi ve değerleri temelinde, tarih ve kültür odaklı bilimsel araştırmalar yapmayı amaçlıyor 🙌

https://www.eeas.europa.eu/delegations/t%C3%BCrkiye/t%C3%BCrk-arkeolojisi-i%C3%A7in-merkez-haz%C4%B1r-t%C3%BCrk-arkeoloji-ve-k%C3%BClt%C3%BCrel-miras-enstit%C3%BCs%C3%BC-kap%C4%B1lar%C4%B1n%C4%B1-25-ekimde_tr



EK-11



euinturkiye

...



74 1 1



euinturkiye Avrupa Komisyonu'nun Komşuluk ve Genişlemeden sorumlu Üyesi Olivér Várhelyi Ankara ziyaretinin ikinci gününde Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mehmet Fatih Kacir ile görüştü. Görüşmede, Sanayi ve teknoloji alanındaki son gelişmeler ve olası işbirlikleri ele alındı.



Commissioner for Neighbourhood and Enlargement Olivér Várhelyi met with Minister of Industry and Technology Mehmet Fatih Kacir on the second day of his visit to Ankara. The possible cooperation between the EU and Turkey in the field of energy and the latest developments were discussed at the meeting

Tüm yorumları gör

7 Eylül 2023

EK-12



euinturkiye

...



72 3



euinturkiye AB Türkiye Delegasyonu Başkanı Büyükelçi Nikolaus Meyer-Landrut sivil toplum kuruluşu temsilcileriyle birlikte bir yuvarlak masa toplantısına katıldı. Görüşmede, sivil toplum kuruluşlarıyla diyalog, işbirliği ve ortaklığı artırmanın yolları ele alındı.



Head of EU Delegation to Türkiye Ambassador Nikolaus Meyer-Landrut attended a roundtable discussion with civil society organisations. In the meeting, ways for further cooperation, dialogue and partnership with civil society organisations were discussed.

8 Haziran 2023

EK-13



euinturkiye

...



45 beğenme

euinturkiye 🌍 Bu dünya hepimizin ❤️ Daha iyi bir gelecek ve gelecek nesillere sürdürülebilir bir dünya bırakmak için:

🦜 Biyolojik çeşitliliği ve ekosistemleri koruyalım

⬇️ Hava, su ve toprak kirliliğini azaltalım

♻️ Döngüsel bir ekonomiye geçelim

🗑️ Atık yönetimini iyileştirelim

🐟 Mavi ekonomi ve balıkçılığın sürdürülebilir olmasını sağlayalım 🐟

🌍🌱 Birlikte çevre sorunlarının üstesinden gelebilir, iklim değişikliğiyle mücadele edebilir ve sera gazı emisyonlarını azaltabiliriz. ❤️



euinturkiye

...



17 beğenme

euinturkiye Daha güvenli bir hayata tutunabilmek için yurtlarını bırakmak zorunda kalan yabancı çocuklarla birlikte tüm çocukların eşit şartlarda yaşamalarını önemsiyoruz ve desteklediğimiz   projelerle tüm çocukların   eşit şartlarda yaşaması için yapılan çalışmaları destekliyoruz!



EK-15



euinturkiye
Brussels

...



2.004 beğenme

euinturkiye 🇹🇷 Avrupa'nın Şampiyonu #FileninSultanları! 🇪🇺

Avrupa Birliği Delegasyonu olarak Türk Milli Voleybol Takımı'nı kutluyoruz! 🇹🇷🇪🇺

Tebrikler Türkiye! 🇹🇷👏

#CEV #EuropeanVolleyball



🇹🇷 The Champion of Europe is #SultansoftheNet! 🇪🇺

As the Delegation of the European Union, we congratulate the Turkish National Volleyball Team! 🇹🇷🇪🇺

Congratulations Türkiye! 🇹🇷👏

EK-16



euinturkiye

...



503 beğenme

euinturkiye AB Türkiye Delegasyonu olarak, Türkiye Cumhuriyeti'nin kurucusu Atatürk'ü ölümünün 85. yıldönümünde saygıyla anıyoruz.



As the EU Delegation to Türkiye, we respectfully commemorates the founder of the Republic of Türkiye Atatürk on the 85th anniversary of his death.

EK-17



euinturkiye

...



47 beğenme

euinturkiye 🌟 Bu #BabalarGünü'nde, hayatımızda kalıcı izler bırakan tüm harika babaları sevgi dolu anılarla anıyoruz. 🕊️
💙

Depremlerde veya başka bir sebeple babalarını kaybedenlere en derin taziyelerimizi sunuyoruz. 🙏❤️





ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Soyadı, adı :ÖZEL, Özlem

Eğitim

Derece	Eğitim Birimi	Mezuniyet
Yüksek Lisans	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Siyasal İletişim	2024



