

T.C.
İSTANBUL NİŞANTAŞI ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
SİYASET BİLİMİ VE KAMU YÖNETİMİ ANABİLİM DALI
SİYASET BİLİMİ VE ULUSLARARASI İLİŞKİLER (TEZLİ)
YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

KAMU DİPLOMASİSİ BAĞLAMINDA DİJİTAL DİPLOMASİ;
CUMHURBAŞKANLIĞI İLETİŞİM BAŞKANLIĞI ÜZERİNE BİR
İNCELEME

Hünkar AĞCA

Yüksek Lisans Tezi

KAMU DİPLOMASİSİ BAĞLAMINDA DİJİTAL DİPLOMASİ;
CUMHURBAŞKANLIĞI İLETİŞİM BAŞKANLIĞI ÜZERİNE BİR
İNCELEME

Hünkar AĞCA

T.C.
İstanbul Nişantaşı Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Anabilim Dalı
Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler (Tezli) Yüksek Lisans Programı

Yüksek Lisans Tezi

ORCID ID: 0009-0005-2753-7742

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Fırat DEMİRKOL

İstanbul
Haziran 2025

KABUL VE ONAY

Hünkar AĞCA tarafından hazırlanan “Kamu Diplomasisi Bağlamında Dijital Diploması; Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Üzerine Bir İnceleme” başlıklı bu çalışma, 26 Haziran 2025 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Jüri Üyesi: **Doç. Dr. Fatma Gül GEDİKKAYA** _____
İstanbul Gelişim Üniversitesi

Jüri Üyesi: **Dr. Öğr. Üyesi Indira PHUTKARADZE** _____
İstanbul Nişantaşı Üniversitesi

Tez Danışmanı: **Dr. Öğr. Üyesi Fırat DEMİRKOL** _____
İstanbul Nişantaşı Üniversitesi

Jüri tarafından kabul edilen bu çalışmanın Yüksek Lisans Tezi olması için gerekli şartları yerine getirdiğini onaylıyorum.

Enstitü Yönetim Kurulu;

Karar Tarihi :
Karar Numarası :

Doç. Dr. Yeşim KAYA
Enstitü Müdürü

ETİK BEYAN

Bu tezin yazılmasında bilimsel ahlak kurallarına uyulduğunu, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğunu, kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapılmadığını, tezin herhangi bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitedeki başka bir tez çalışması olarak sunulmadığını tezimin/projemin kaynak gösterilen durumlar dışında özgün olduğunu bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

26 Haziran 2025

Hünkar AĞCA



SAVUNMA ÖNCESİ ONAYLAR

BENZERLİK ONAYI		
Başlık	Kamu Diplomasisi Bağlamında Dijital Diploması; Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Üzerine Bir İnceleme	
Savunma Tarihi	26.06.2025	
Sayfa Sayısı	123	
Benzerlik Yüzdesi (%)	%5	
Taranan Program	Turnitin	
Yukarıda başlığı/konusu gösterilen tez çalışmamın kapak sayfası, giriş, özet, ana bölümler ve sonuç kısımlarından oluşan çalışmam için şahsım ve tez danışmanım/Enstitü Sorumlusu tarafından intihal tespit programında taraması yapılmıştır. Tez Danışmanımın gözetiminde tamamladığım çalışmamın azami benzerlik oranlarına göre intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.		
Öğrenci Hünkar AĞCA	Danışman Dr. Öğr. Üyesi Fırat DEMİRKOL	Enstitü Sorumlusu

TEZDEN ÇIKARILAN YAYIN		
Yayın Künyesi	Hünkâr, A. (2025). Kamu Diplomasisi Bağlamında Dijital Diploması; Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Üzerine Bir İnceleme. T.C. Maltepe Üniversitesi Disiplinlerarası Akademi ve Sektör Çalışmaları Sempozyumu. İstanbul, Türkiye	
Yayın Türü	☐ Ulusal Hakemli Dergide Makale ☐ Uluslararası Hakemli Dergide Makale ☒ Ulusal Kongre/Sempozyumda Bildiri ☐ Uluslararası Kongre Sempozyumda Bildiri	
	Enstitü Sekreteri	

TEŞEKKÜR

Bu tez çalışması, yalnızca akademik bir sürecin değil, aynı zamanda kişisel bir yolculuğun da ürünü olmuştur. Bu yolculukta bana ilham veren, yön gösteren, emeğiyle iz bırakan herkese içtenlikle teşekkür ederim.

Öncelikle, bilgi birikimi, akademik rehberliği ve sabırlı desteğiyle bu süreci anlamlı kılan, yolumu aydınlatan çok kıymetli tez danışmanım **Dr. Öğr. Üyesi Fırat DEMİRKOL**'a en derin saygı ve teşekkürlerimi sunarım. Hem lisans hem de yüksek lisans hayatım boyunca kendisiyle çalışmak, sadece bir akademik deneyim değil, aynı zamanda gerçek bir öğrenme yolculuğu olmuştur.

Tanıştığımız günden bu yana her anımda yanımda olan, desteğiyle bana güç veren, güvenini ve dostluğunu her daim hissettiren canım arkadaşım **Nilsu IŞIK**'a yürekten teşekkür ederim. Varlığın, bu süreci daha anlamlı ve kolay kıldı.

Aynı zamanda, tüm süreç boyunca gerek manevi desteğiyle gerek varlıklarıyla beni motive eden, desteğini esirgemeyen, iyi günde kötü günde yanımda olan kıymetli arkadaşlarıma da teşekkür ederim. Sizlerle bu yolu yürümek bana güç verdi, iyi ki varsınız.

Ve en derine, kalbimin en özel yerine: **Aileme**... Her başarımın arkasındaki sessiz kahramanlar... Sevginiz, inancınız ve sonsuz desteğiniz olmasaydı, bu yol ne böylesine anlamlı ne de tamamlanabilir olurdu. Ayrıca, hayatım boyunca ablası olmaktan gurur duyduğum, varlığıyla bana güç veren, desteğini ve inancını her zaman hissettiren **sevgili kardeşime** de gönülden teşekkür ederim.

Hünkar AĞCA

Haziran, 2025

ÖZET

Hünkar AĞCA

Kamu Diplomasisi Bağlamında Dijital Diploması; Cumhurbaşkanlığı İletişim

Başkanlığı Üzerine Bir İnceleme

Yüksek Lisans Tezi

İstanbul, 2025

Diplomasi, uluslararası ilişkilerde devletlerin resmi iletişim süreçlerini yürütmek için kullandıkları bir araçtır. Geleneksel diplomasi, yüzyıllardır yüz yüze görüşmeler ve resmi yazışmalarla ilerlerken, dijital çağın gelişimiyle birlikte diplomasi kavramı da dönüşüm geçirmiştir. Bu bağlamda, dijital diplomasi kavramı, dijital araçlar ve platformlar aracılığıyla devletlerin kamuoyu ile doğrudan iletişim kurmasını ifade etmektedir. Özellikle sosyal medya, web siteleri ve online kampanyalar dijital diplomasinin en önemli bileşenleri arasında yer almaktadır. Çalışma teknolojinin gelişmesiyle dönüşen diplomasi anlayışını, Türkiye özelinde incelemeyi amaçlamaktadır. Devletlerin dijital araçlar aracılığıyla kamuoyu ile kurduğu resmi iletişimi ifade eden dijital diplomasi, geleneksel diplomasi yöntemlerinden farklı olarak daha hızlı, doğrudan ve çok katmanlı bir etkileşim sunmaktadır. Çalışmada, Türkiye'nin dijital diplomasi faaliyetlerinde önemli bir aktör olan Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın Eylül-Ekim-Kasım 2024 döneminde resmi sosyal medya hesapları üzerinden paylaştığı içerikler, nitel içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Başkanlığın resmi sosyal medya hesapları üzerinden elde edilen üç aylık veriler, tematik kodlama yoluyla analiz edilmiş; diplomatik amaçlar, öne çıkan temalar, içeriklerde kullanılan anahtar kelimeler ve etkileşim oranları ile çok boyutlu olarak değerlendirilmiştir. Elde edilen bulgular, Türkiye'nin kamu diplomasisi vizyonunu dijitalleşme üzerinden nasıl yeniden şekillendirdiğini ortaya koymaktadır. Çalışma, güncel verilerle yapılmış olması, dört farklı sosyal medya kanallarını kapsaması ve dijital diplomasi literatürüne özgün bir katkı sunması bakımından önem taşımaktadır. Analiz kapsamında Türkiye'nin dijital diplomasi faaliyetlerine önem verdiği bu bağlamda çalışmalarını sürdürdüğü ve bu çalışmaların ulusal ve uluslararası kamuoyu oluşturma stratejisi ve kriz yönetiminde önemli bir rol oynadığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler

Kamu diplomasisi, dijital diplomasi, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, sosyal medya

ABSTRACT

Hünkar AĞCA

Digital Diplomacy in the Context of Public Diplomacy: A Study on the Presidential
Directorate of Communications

Master’s Thesis

İstanbul, 2025

Diplomacy is a tool used by states to conduct official communication processes in international relations. While traditional diplomacy has progressed through face-to-face meetings and official correspondence for centuries, the concept of diplomacy has also transformed with the development of the digital age. In this context, the concept of digital diplomacy refers to states’ direct communication with the public through digital tools and platforms. Especially social media, websites and online campaigns are among the most important components of digital diplomacy. The study aims to examine the understanding of diplomacy that has transformed with the development of technology, specifically in Turkey. Digital diplomacy, which refers to the official communication that states establish with the public through digital tools, offers a faster, direct and multi-layered interaction, unlike traditional diplomacy methods. In the study, the contents shared by the Presidency’s Directorate of Communications, an important actor in Turkey’s digital diplomacy activities, through its official social media accounts in the September–October–November 2024 period were examined using the qualitative content analysis method. Three-month data obtained from the Presidency’s official social media accounts were analyzed through thematic coding; diplomatic purposes, prominent themes, keywords used in the content and interaction rates were evaluated multidimensionally. The findings reveal how Turkey reshaped its public diplomacy vision through digitalization. The study is important in that it was conducted with up-to-date data, covered four different social media channels and made an original contribution to the digital diplomacy literature. Within the scope of the analysis, it was determined that Turkey attaches importance to digital diplomacy activities, continues its work in this context and that these studies play an important role in national and international public opinion formation strategy and crisis management.

Keywords

Public diplomacy, digital diplomacy, Presidency of Communications, social media

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY	i
ETİK BEYAN	ii
SAVUNMA ÖNCESİ ONAYLAR.....	iii
TEŞEKKÜR.....	iv
ÖZET	v
ABSTRACT.....	vi
İÇİNDEKİLER	viii
TABLolar DİZİNİ	ix
GRAFİKLER DİZİNİ	x
KISALTMALAR DİZİNİ.....	xi
GİRİŞ	1
BİRİNCİ BÖLÜM: KAMU DİPLOMASİSİ VE DİJİTAL DİPLOMASİ.....	4
1.1. Kamu Diplomasisi Kavramı.....	4
1.1.1. Kamu Diplomasisinin Tarihsel Gelişimi	10
1.1.2. Kamu Diplomasisi Aktörleri ve Uygulama Alanları.....	18
1.2. Dijital Diplomasi Kavramı	25
1.2.1. Dijital Diplomasi ve Teknoloji İlişkisi	27
1.2.2. Dijital Diplomasi Uygulamaları ve Başarı Örnekleri	38
İKİNCİ BÖLÜM: TÜRKİYE’DE DİJİTAL DİPLOMASİ.....	45
2.1. Türkiye’de Kamu Diplomasisinin Tarihsel Arka Planı.....	45
2.2. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı’nın Kuruluşu ve Görevleri.....	51
2.3. Dijital Diplomasi Bağlamında İletişim Başkanlığı’nın Çalışmaları	53
2.3.1. Dijital Diplomasi ve Türkiye’nin Stratejik Yaklaşımı.....	56
2.3.2. Sosyal Medya Stratejileri	58
2.3.3. Uluslararası Kamuoyu ile Etkileşim	60
2.3.4. Dijital Platformlar ve Yapay Zeka Kullanımı.....	63
2.3.5. Kültürel ve İnsani Diplomasi Çalışmaları.....	65
2.3.6. Gelecekte Dijital Diplomasinin Türkiye İçin Önemi	67
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: SOSYAL MEDYA ANALİZİ VE BULGULARI	71
3.1. Yöntem ve Araştırma Deseni	71
3.2. Verilerin Toplanması ve Analizi	72

3.3. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın Sosyal Medya Platformlarının İncelenmesi.....	73
3.4. Dijital Diploması Açısından Elde Edilen Bulgular	75
3.4.1. Sosyal Medya Platformlarının Kullanımı	75
3.4.2. CİB'in "X" Platformu Üzerinden Dijital Diploması Faaliyetlerinin Analizi	77
3.4.3. CİB'in Youtube Platformu Üzerinden Dijital Diploması Faaliyetlerinin Analizi.....	93
3.4.4. CİB'in Instagram Platformu Üzerinden Dijital Diploması Faaliyetlerinin Analizi.....	100
3.4.5. CİB'in Facebook Platformu Üzerinden Dijital Diploması Faaliyetlerinin Analizi.....	102
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM: DEĞERLENDİRME VE SONUÇ.....	104
4.1.Dijital Diploması Faaliyetlerinde İletişim Başkanlığı'nın Etkisi	104
4.2. Dijital Diploması Sürecindeki Avantajlar ve Dezavantajlar.....	108
4.3. Dijital Diplomasının Geleceğine Yönelik Öneriler	112
KAYNAKLAR	119

TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo 1. Eylül 2024 “X” Paylaşımları İçerik Analizi	80
Tablo 2. Eylül 2024 “X” Paylaşımları Sayısal Dağılım.....	82
Tablo 3. Ekim 2024 “X” Paylaşımları İçerik Analizi	85
Tablo 4. Ekim 2024 “X” Paylaşımları Sayısal Dağılım.....	87
Tablo 5. Kasım 2024 “X” Paylaşımları İçerik Analizi	90
Tablo 6. Kasım 2024 “X” Paylaşımları Sayısal Dağılım.....	93
Tablo 7. Eylül-Ekim-Kasım 2024 Youtube Paylaşımları İçerik Analizi	96



GRAFİKLER DİZİNİ

Grafik 1. Eylül 2024 “X” Paylaşımları Temalara Göre Dağılım.....	82
Grafik 2. Ekim 2024 “X” Paylaşımları Temalara Göre Dağılım.....	87
Grafik 3. Kasım 2024 “X” Paylaşımları Temalara Göre Dağılım.....	92
Grafik 4. Eylül-Ekim-Kasım 2024 Youtube Paylaşımları Etkileşim.....	98



KISALTMALAR DİZİNİ

Kısaltma	Açıklama
CİB	Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
BBC	British Broadcasting Corporationb



GİRİŞ

Uluslararası ilişkilerin doğası, tarihsel süreç boyunca çeşitli siyasal, ekonomik ve teknolojik değişimlere bağlı olarak dönüşüme uğramış, bu değişimler diplomatik iletişimin de yeniden tanımlanmasını zorunlu kılmıştır. Özellikle 20. yüzyılın sonlarından itibaren küreselleşmenin ivme kazanması, bilgi teknolojilerinin yaygınlaşması ve dijital iletişim ağlarının gelişimi, uluslararası siyasetin geleneksel aktörlerinin yeni iletişim stratejileri benimsemelerine neden olmuştur. Bu süreçte kamu diplomasisi, devletlerin dış politikalarını halklar nezdinde meşrulaştırma ve uluslararası kamuoyunu etkileme yönünde kullandığı yumuşak güç araçları arasında önemli bir konuma yükselmiştir.

Kamu diplomasisi, klasik diplomasi anlayışından farklı olarak yalnızca hükümetler arası ilişkileri değil, doğrudan yabancı kamuoylarını hedef alan iletişim biçimlerini de kapsamaktadır. Medya organları, kültürel etkinlikler, eğitim değişim programları, uluslararası sivil toplum kuruluşları ve dijital platformlar, bu tür bir diplomasiğin temel araçlarını oluşturmaktadır. Özellikle dijitalleşme ile kamu diplomasisi, geleneksel propaganda anlayışının ötesine geçmiş, çok katmanlı ve çift yönlü bir iletişim modeli haline dönüşmüştür. Bu dönüşüm, "dijital diplomasi" kavramını literatüre kazandırmış ve dijital araçlar üzerinden yürütülen diplomatik faaliyetlerin teorik ve pratik zeminini oluşturmuştur.

Dijital diplomasi, devletlerin dijital platformlar aracılığıyla uluslararası kamuoyunu bilgilendirme, yönlendirme ve etkileme süreçlerini ifade etmektedir. Bu süreçte sosyal medya, bloglar, online yayınlar ve mobil uygulamalar gibi dijital mecralar, diplomatik mesajların hedef kitlelere doğrudan ve anlık olarak iletilmesini mümkün kılmaktadır. Geleneksel diplomasi yöntemlerine kıyasla daha hızlı, daha erişilebilir ve daha yaygın bir etkileşim potansiyeli barındıran dijital diplomasi, modern devletlerin dış politika uygulamalarında stratejik bir araç haline gelmiştir. Bununla birlikte dijitalleşmenin getirdiği yeni riskler; dezenformasyon, siber saldırılar ve bilgi manipülasyonu gibi dijital diplomasi uygulamalarının etik, güvenlik ve meşruiyet boyutlarında tartışmaları da beraberinde getirmiştir.

Bu bağlamda Türkiye, dijital diplomasi alanında son yıllarda önemli atılımlar gerçekleştirmiş ve özellikle Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı aracılığıyla dijital mecralarda aktif bir kamu diplomasisi stratejisi benimsemiştir. 2018 yılında kurulan

İletişim Başkanlığı, devletin iç ve dış iletişim politikalarını koordine etmekle kalmayıp, aynı zamanda Türkiye'nin uluslararası kamuoyundaki imajını güçlendirmeye yönelik dijital kampanyalar düzenlemektedir. Başkanlığın sosyal medya platformlarında yürüttüğü faaliyetler, Türkiye'nin dış politika söylemlerini dijital ortamda görünür kılmakta ve kamuoyunun algısını stratejik olarak şekillendirmektedir. Bu kapsamda dijital diplomasi, yalnızca bilgi aktarımı değil; aynı zamanda kriz yönetimi, imaj inşası ve kamuoyu yönlendirmesi açısından da stratejik bir araç işlevi görmektedir.

Bu tez çalışmasının temel amacı, dijitalleşmenin kamu diplomasisi üzerindeki etkilerini incelemek ve Türkiye özelinde Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın dijital diplomasi faaliyetlerini nitel içerik analizi yöntemiyle değerlendirmektir. Bu amaç doğrultusunda, Eylül–Ekim–Kasım 2024 döneminde Başkanlık tarafından sosyal medya platformları üzerinden paylaşılan içerikler derlenmiş, bu içerikler tematik kodlama yaklaşımı ile analiz edilmiştir. Çalışmada öne çıkan diplomatik temalar, mesajlarda kullanılan anahtar kelimeler, etkileşim düzeyleri ve içerik stratejileri çok boyutlu bir şekilde değerlendirilmiştir.

Bu araştırma, dört farklı sosyal medya platformu (X, YouTube, Instagram ve Facebook) üzerinden yürütülen dijital diplomasi faaliyetlerinin sistematik olarak analiz edilmesi bakımından önem taşımaktadır. Çalışmanın kuramsal çerçevesi, kamu diplomasisi ve dijital diplomasi literatürüne dayandırılmıştır. Ayrıca çalışmada, kamu diplomasisinin tarihsel gelişimi ve dijital dönüşüm süreci detaylı bir şekilde ele alınarak, Türkiye'nin dijital diplomasi stratejisinin hangi kurumsal, teknik ve içeriksel temeller üzerine inşa edildiği sorgulanmıştır.

Bu çalışmanın özgün katkısı, Türkiye'nin dijital kamu diplomasisi stratejilerini ampirik verilerle destekleyerek analiz etmesinde yatmaktadır. Literatürde kamu diplomasisi genellikle kavramsal düzeyde ele alınırken, bu tez somut veriler ve sistematik analizlerle Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın dijital diplomasi performansını değerlendirmektedir. Böylelikle hem dijital diplomasi kuramsal altyapısına katkı sunulmakta hem de Türkiye bağlamında dijital diplomasi uygulamalarının sahaya yansıyan yönleri ortaya konulmaktadır.

Dijital diplomasi, 21. yüzyılın dinamik dış politika ortamında devletlerin iletişim stratejilerini dönüştüren bir güç olarak karşımıza çıkmaktadır. Dijital araçlar aracılığıyla

yürütölen kamu diplomasisi faaliyetleri, devletlerin uluslararası alanda daha görünür, erişilebilir ve etkileşimli bir aktör haline gelmesini sağlamaktadır. Ancak bu süreç aynı zamanda yeni sorumlulukları, etik sınırları ve güvenlik risklerini de beraberinde getirmektedir. Bu çerçevede, Türkiye'nin dijital diplomasi kapasitesini artırma yönündeki stratejileri ve bu alandaki kurumsal yapılanmaların etkinliği, gelecek dönem dış politika uygulamalarının başarısı açısından belirleyici olacaktır. Bu tez çalışması, hem literatüre özgün bir katkı sunmayı hem de politika yapıcılara dijital diplomasi alanında somut öneriler geliştirmeyi amaçlamaktadır.



BİRİNCİ BÖLÜM: KAMU DİPLOMASİSİ VE DİJİTAL DİPLOMASİ

1.1. Kamu Diplomasisi Kavramı

Kamu diplomasisi, devletlerin uluslararası alanda diğer ülkelerin halklarını doğrudan etkileme amacıyla yürüttüğü iletişim faaliyetleri olarak tanımlanmaktadır (Cull, 2009). Geleneksel diplomasi, genellikle hükümetler arası ilişkilerle sınırlı kalırken, kamu diplomasisi, doğrudan yabancı toplumları hedef alarak küresel algıyı şekillendirme çabalarını içermektedir (Melissen, 2005). Bu yaklaşım, devletlerin yalnızca resmi kanallar aracılığıyla değil, aynı zamanda kültürel, akademik, ekonomik ve medya araçlarıyla da küresel kamuoyunu yönlendirmeye çalıştığını göstermektedir (Nye, 2008). Kamu diplomasisi, uluslararası arenada ülkelerin yumuşak gücünü artıran bir araç olarak önemli bir rol oynamaktadır.

Kamu diplomasisinin temel işlevlerinden biri, ulusal çıkarları desteklemek amacıyla devletlerin kültürel ve akademik programlar, medya araçları ve ekonomik ilişkiler aracılığıyla etkileşim süreçlerini yönetmeleridir. Özellikle küreselleşmenin hız kazandığı 20. yüzyılın son çeyreğinde, devletler uluslararası kamuoyunu şekillendirme konusunda daha proaktif bir strateji benimsemişlerdir. Kamu diplomasisi, doğrudan halklara hitap eden bir iletişim süreci olarak, ülkelerin dış politika hedeflerini daha geniş kitlelere ulaştırmasına ve uluslararası alanda olumlu bir imaj inşa etmesine katkıda bulunmaktadır (Gilboa, 2008).

Modern kamu diplomasisinin kökenleri Soğuk Savaş dönemine dayanmaktadır. Bu dönemde ABD ve Sovyetler Birliği, ideolojik mücadelelerinin bir parçası olarak, geniş kapsamlı medya, eğitim ve kültürel değişim programlarını devreye sokmuşlardır (Snow, 2010). Kamu diplomasisinin Soğuk Savaş yıllarında en etkin kullanılan araçlarından biri kitle iletişim araçları olmuştur. ABD'nin *Voice of America*, BBC World Service ve Sovyetler Birliği'nin Radio Moscow gibi uluslararası yayın organları, kamuoyunu etkilemek ve ideolojik mesajları yaymak amacıyla yaygın bir şekilde kullanılmıştır (Manor, 2019). Bu yayınlar, yalnızca bilgilendirme işlevi görmekle kalmamış, aynı zamanda belirli bir politik perspektifi benimsetme ve uluslararası toplumun algısını yönlendirme amacı taşımıştır.

Soğuk Savaş döneminde, kamu diplomasisinin araçları sadece medya yayınlarıyla sınırlı kalmamış, aynı zamanda kültürel ve akademik değişim programları da önemli bir rol

oynamıştır. Fulbright Programı gibi akademik değişim programları, ülkeler arası kültürel yaklaşmayı teşvik ederek uzun vadeli diplomatik ilişkilerin temelini atmıştır (Melissen, 2005). Kültürel etkinlikler, sanat ve müzik festivalleri gibi programlar, uluslararası kamuoyunda olumlu bir ülke imajı oluşturmak amacıyla yoğun olarak kullanılmıştır (Cull, 2009).

1990'lı yıllarla birlikte küreselleşme sürecinin hızlanması ve dijital teknolojilerin gelişimi, kamu diplomasisinin yeni bir döneme girmesine neden olmuştur. Geleneksel diplomasi anlayışı yerini, sosyal medya, dijital yayın platformları ve internet üzerinden gerçekleştirilen kamu diplomasisi faaliyetlerine bırakmıştır (Gilboa, 2008). Bu süreçte, devletlerin uluslararası kamuoyuna ulaşma biçimleri de değişmiş ve etkileşim daha hızlı ve doğrudan hale gelmiştir. Özellikle dijital medya platformları, devletlerin politikalarını küresel çapta tanıtmaya, kriz yönetimi süreçlerini yönlendirmesine ve uluslararası kamuoyuna yönelik bilgilendirme faaliyetlerini etkin bir şekilde yürütmesine olanak tanımaktadır (Snow, 2010).

Kamu diplomasisinin dijitalleşme süreci, devletlerin iletişim stratejilerini daha dinamik ve etkileşimli hale getirmiştir. Dijital diplomasi olarak da adlandırılan bu süreç, sosyal medya platformları, çevrimiçi haber kaynakları ve dijital içerik üretimi yoluyla, ülkelerin küresel politikalarını yaymalarına ve uluslararası kamuoyunu şekillendirmelerine olanak tanımaktadır (Manor, 2019). Bu yeni süreç, geleneksel diplomasi yöntemlerine kıyasla daha geniş bir etkileşim alanı sunmakta ve devletlerin uluslararası kamuoyunu şekillendirme kapasitelerini artırmaktadır.

Sonuç olarak, kamu diplomasisi, tarihsel süreç içinde büyük bir dönüşüm geçirmiş ve günümüzde dijitalleşmenin etkisiyle daha etkileşimli, hızlı ve çok boyutlu bir yapıya kavuşmuştur. Soğuk Savaş döneminde propaganda ve medya yayınları aracılığıyla şekillenen kamu diplomasisi, 21. yüzyılda dijital platformlar, sosyal medya ve etkileşimli iletişim araçları üzerinden yürütülmektedir. Devletler, uluslararası kamuoyunu etkilemek ve dış politika hedeflerini daha geniş kitlelere ulaştırmak için kamu diplomasisini etkin bir şekilde kullanmaya devam etmektedir. Kamu diplomasisinin gelecekte daha da çeşitlenerek, gelişen teknoloji ile birlikte yeni stratejik boyutlar kazanacağı öngörülmektedir (Cull, 2009; Nye, 2008).

Kamu diplomasisi, geleneksel diplomasi anlayışından farklı olarak, devletlerin doğrudan kamuoyuna yönelik etkileşimde bulunmasını sağlayan bir iletişim stratejisi olarak uluslararası ilişkilerde önemli bir yer edinmiştir (Pamment, 2013). Geleneksel diplomasi, hükümetler arası müzakereler ve resmi kanallar üzerinden yürütülen bir süreçken, kamu diplomasisi daha geniş bir hedef kitleyi kapsamakta ve halklar arasında doğrudan bir etkileşim ortamı yaratmaktadır. Bu nedenle, modern diplomasi anlayışı içinde kamu diplomasisi giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Devletler yalnızca resmi diplomatik misyonlar aracılığıyla değil, medya ve sosyal platformlar gibi araçlarla da küresel algıyı yönlendirmeye çalışmaktadır (Seib, 2016).

Kamu diplomasisi, devletlerin yumuşak güç kapasitesini artırmalarına ve uluslararası kamuoyunda olumlu bir imaj oluşturmalarına yardımcı olan önemli bir araçtır. Özellikle küreselleşmenin etkisiyle birlikte, ülkeler arasındaki ilişkilerde kamu diplomasisinin rolü giderek daha belirleyici hale gelmiştir. Dijital teknolojilerin gelişimi, sosyal medyanın yaygınlaşması ve uluslararası medya ağlarının genişlemesi, kamu diplomasisinin daha dinamik ve etkileşimli bir hale gelmesini sağlamıştır. Devletler, kamu diplomasisi faaliyetlerini yürütmek için halkla ilişkiler, stratejik iletişim ve kriz yönetimi gibi alanlarda uzmanlaşmış profesyonellerin desteğini almaktadır (Bjola ve Holmes, 2015).

Kamu diplomasisinin temel bileşenleri arasında kültürel değişim programları, eğitim bursları, uluslararası medya organları ve dijital platformlar önemli bir yer tutmaktadır. Kültürel değişim programları, ülkeler arasındaki bağları güçlendirmeye yardımcı olan uzun vadeli stratejik araçlar olarak kabul edilmektedir. Örneğin, Fulbright Programı gibi uluslararası öğrenci değişim programları, farklı ülkeler arasında akademik ve kültürel bağları pekiştirerek kamu diplomasisinin en etkili araçlarından biri haline gelmiştir (Hanson, 2012). Bu tür programlar, bireylerin farklı kültürleri tanımasına ve ülkeler arasında kalıcı ilişkiler kurulmasına olanak tanımaktadır.

Bunun yanı sıra, uluslararası medya ve dijital platformlar kamu diplomasisinin yayılmasında kritik bir rol oynamaktadır. Küresel televizyon ağları, haber ajansları ve çevrimiçi medya organları, devletlerin uluslararası algı yönetimini şekillendirmelerinde etkili araçlar olarak kullanılmaktadır. Örneğin, BBC World Service, CNN International ve Al Jazeera gibi uluslararası medya kuruluşları, ülkelerin küresel kamuoyuna ulaşmasını sağlayarak kamu diplomasisi faaliyetlerinin yayılmasına katkı sunmaktadır.

(Melissen, 2021). Dijitalleşme süreciyle birlikte sosyal medya platformları, devletlerin doğrudan hedef kitlelerine ulaşmasını sağlayan yeni nesil kamu diplomasisi araçları olarak öne çıkmıştır. Twitter, Facebook, Instagram ve YouTube gibi sosyal medya platformları, kriz anlarında hızlı bilgilendirme, uluslararası kamuoyuyla doğrudan etkileşim ve ülke imajının güçlendirilmesi açısından kritik bir rol oynamaktadır (Seib, 2016).

Kamu diplomasisinin önemli araçlarından biri de popüler kültür ve sanat etkinlikleri olarak değerlendirilmektedir. Hollywood filmleri, uluslararası spor organizasyonları ve sanat etkinlikleri, ülkelerin küresel algısını güçlendiren unsurlar arasında yer almaktadır (Melissen, 2021). Örneğin, büyük bütçeli Hollywood yapımları, Amerikan kültürünün küresel ölçekte yayılmasına katkıda bulunurken, uluslararası spor organizasyonları da ülkeler arası dostane ilişkilerin güçlenmesine olanak sağlamaktadır. Olimpiyatlar ve FIFA Dünya Kupası gibi etkinlikler, devletlerin kamu diplomasisi faaliyetleri için bir platform işlevi görmekte ve uluslararası iş birliklerinin gelişimine katkı sunmaktadır.

Kamu diplomasisi sürecinin başarıya ulaşması için çok yönlü bir iletişim stratejisi benimsenmesi gerekmektedir. Özellikle dijitalleşen dünyada, devletlerin kamu diplomasisi politikalarını geleneksel ve dijital medya araçlarıyla entegre etmeleri önem arz etmektedir. Kamu diplomasisinin etkili bir şekilde yürütülmesi için uzun vadeli stratejilerin oluşturulması ve uluslararası iş birliklerinin güçlendirilmesi gerekmektedir. Bununla birlikte, dezenformasyon ve yanlış bilgilendirme gibi dijital çağın getirdiği risklerle mücadele etmek için daha sağlam bir medya okuryazarlığı politikası geliştirilmelidir (Bjola ve Holmes, 2015).

Sonuç olarak, kamu diplomasisi, devletlerin uluslararası kamuoyunda olumlu bir imaj inşa etmeleri ve küresel arenada daha güçlü bir konum elde etmeleri için kritik bir araç olarak değerlendirilmektedir. Kültürel değişim programları, eğitim bursları, medya organları ve dijital platformlar, kamu diplomasisinin en önemli bileşenleri arasında yer almakta ve ülkeler arası ilişkilerin güçlenmesine katkıda bulunmaktadır. Gelecekte, kamu diplomasisi süreçlerinin daha fazla dijitalleşeceği ve etkileşimli iletişim yöntemlerinin öne çıkacağı öngörülmektedir. Bu nedenle, devletlerin kamu diplomasisi politikalarını dijital çağın dinamiklerine uygun hale getirmesi ve uluslararası kamuoyunu daha etkili bir şekilde yönetmesi büyük bir önem taşımaktadır (Pamment, 2013).

Günümüzde kamu diplomasisi, uluslararası krizlerin yönetiminde ve ulusların küresel imajlarını şekillendirmede kritik bir araç haline gelmiştir. Küreselleşmenin hız kazanmasıyla birlikte, devletler yalnızca geleneksel diplomasi yöntemleriyle değil, kamu diplomasisi stratejileri ile de uluslararası arenada etkin bir aktör olmayı hedeflemektedir. Kamu diplomasisi, uluslararası ilişkilerin yönlendirilmesi, ulusal değerlerin tanıtılması ve küresel sorunlara çözüm bulunması noktasında önemli bir rol üstlenmektedir. Özellikle kriz dönemlerinde, kamu diplomasisi süreçlerinin etkin yönetilmesi, devletlerin küresel itibarını koruması açısından stratejik bir gereklilik haline gelmiştir (Leonard, 2002).

Kamu diplomasisi stratejileri arasında, ulusal kimliğin ve değerlerin uluslararası arenada güçlendirilmesine yönelik programlar büyük bir öneme sahiptir. Örneğin, Avrupa Birliği'nin "Brand EU" politikaları, Avrupa kimliğini ve değerlerini küresel ölçekte tanıtmayı amaçlayan bir strateji olarak kamu diplomasisinin başarılı bir kullanımına örnek teşkil etmektedir. Bu strateji kapsamında Avrupa Birliği, medya kampanyaları, kültürel etkinlikler ve akademik iş birlikleri gibi araçları kullanarak uluslararası kamuoyunda Avrupa değerlerini ve politikalarını yaymayı hedeflemektedir (Leonard, 2002). Bu tür kamu diplomasisi faaliyetleri, Avrupa Birliği'nin küresel gücünü artırmasına ve dünya siyasetinde daha etkili bir aktör haline gelmesine katkı sağlamaktadır.

Benzer şekilde, Çin'in "Kuşak ve Yol" girişimi kapsamında yürüttüğü medya ve kültürel iş birliği faaliyetleri, ülkenin küresel imajını güçlendirme çabaları arasında yer almaktadır. Çin, uluslararası medya kuruluşlarıyla iş birlikleri geliştirerek ve Asya, Afrika ve Avrupa'daki ülkelerle kültürel değişim programları düzenleyerek, ulusal çıkarlarını destekleyen bir kamu diplomasisi stratejisi izlemektedir (Zaharna, 2010). Bu kapsamda, Çin Küresel Televizyon Ağı (CGTN) gibi uluslararası medya platformları aracılığıyla Çin'in diplomatik hedefleri ve ekonomik projeleri hakkında olumlu bir algı oluşturulmaya çalışılmaktadır. Böylece, Çin'in ekonomik büyümesine paralel olarak, uluslararası kamuoyundaki yumuşak gücü de artmaktadır.

Kamu diplomasisinin başarısı yalnızca devletlerin çabalarıyla sınırlı kalmamaktadır. Özel sektör, sivil toplum kuruluşları ve akademik çevreler de kamu diplomasisi süreçlerinde önemli roller üstlenmektedir. Küreselleşen dünyada, kamu diplomasisi artık sadece

hükümetlerin yürüttüğü bir süreç olmaktan çıkmış, çok katmanlı bir yapıya bürünmüştür. Örneğin, Google, Microsoft ve diğer küresel teknoloji şirketleri, dijital diplomasi faaliyetlerinde devletlerle iş birliği yaparak kamu diplomasisi stratejilerine katkı sağlamaktadır (Bjola ve Jiang, 2020). Dijital diplomasi kapsamında teknoloji şirketleri, bilgi akışını yönlendirme, dezenformasyonla mücadele ve küresel iletişimi sağlama noktasında stratejik ortaklar haline gelmiştir. Özellikle sosyal medya platformları, dijital kamu diplomasisi süreçlerinin ayrılmaz bir parçası olarak devletlerin ve özel sektörün iş birliği içinde yürüttüğü girişimlere ev sahipliği yapmaktadır.

Kamu diplomasisi, küresel siyasette giderek daha önemli bir rol üstlenmekte olup, dijitalleşme ile yeni fırsatlar ve zorluklar ortaya çıkmaktadır. Özellikle sosyal medyanın yaygınlaşması, kamu diplomasisinin daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlamakta, ancak aynı zamanda dezenformasyon ve manipülasyon risklerini de beraberinde getirmektedir (Finnemore ve Hollis, 2016). Sosyal medya platformları üzerinden yayılan yanlış bilgiler, uluslararası ilişkilerde krizlerin derinleşmesine ve kamu diplomasisi süreçlerinin olumsuz etkilenmesine yol açabilmektedir. Bu nedenle, devletler dijital platformlarda yürüttükleri kamu diplomasisi faaliyetlerinde veri güvenliğine ve bilgi doğruluğuna öncelik vermelidir.

Kamu diplomasisi faaliyetlerinin daha etkili hale gelmesi için çok boyutlu ve disiplinler arası yaklaşımların benimsenmesi gerekmektedir. Kamu diplomasisi yalnızca dış politika aktörleri tarafından yürütülen bir süreç olmaktan çıkmış, kültürel çalışmalar, akademik araştırmalar ve uluslararası medya iş birlikleri ile desteklenen çok yönlü bir diplomasi aracı haline gelmiştir. Gelecekte kamu diplomasisi stratejilerinin başarısı, hükümetler, özel sektör ve sivil toplum kuruluşları arasındaki iş birliğinin güçlendirilmesine bağlı olacaktır (Ross, 2015). Özellikle kriz anlarında, dijital diplomasi araçları kullanılarak uluslararası kamuoyunun hızlı ve doğru bir şekilde bilgilendirilmesi, kamu diplomasisinin etkinliğini artıracaktır.

Kamu diplomasisi modern uluslararası ilişkilerde giderek daha merkezi bir konuma gelmektedir. Avrupa Birliği ve Çin gibi küresel aktörler, kamu diplomasisi stratejilerini ekonomik projeler, medya iş birlikleri ve kültürel değişim programları aracılığıyla etkin bir şekilde yürütmektedir. Özel sektör ve akademik çevrelerin de kamu diplomasisi süreçlerine entegre edilmesi, bu faaliyetlerin daha geniş kitlelere ulaşmasını

sağlamaktadır. Dijitalleşmenin getirdiği fırsatlarla birlikte kamu diplomasisinin gelecekte daha da çeşitleneceği ve farklı araçlarla yürütüleceği öngörülmektedir. Bu süreçte devletlerin, kamu diplomasisi politikalarını uluslararası kamuoyunun dinamiklerine uygun hale getirmesi ve yeni iletişim teknolojilerini etkili bir şekilde kullanması büyük önem taşımaktadır (Leonard, 2002; Zaharna, 2010; Bjola ve Jiang, 2020).

1.1.1. Kamu Diplomasisinin Tarihsel Gelişimi

Kamu diplomasisinin tarihsel kökenleri, antik çağlara kadar uzanmaktadır. Devletlerin halklar üzerinde etkili olabilmek ve dış politikalarını güçlendirmek adına yürüttükleri diplomatik faaliyetler, tarih boyunca çeşitli biçimlerde karşımıza çıkmıştır. Antik Yunan ve Roma İmparatorluğu dönemlerinde, devletler halkları etkilemek ve kendi kültürel değerlerini yaymak için çeşitli stratejiler benimsemiştir (Cull, 2009). Bu süreçte, elçilikler aracılığıyla yabancı toplumlarla ilişkiler geliştirilmiş, sanatsal ve akademik faaliyetler desteklenerek karşılıklı etkileşim sağlanmıştır. Özellikle Roma İmparatorluğu'nun genişleme sürecinde, yerel halkları asimile etmek ve Roma kültürünü yaymak amacıyla mimari eserler, tiyatrolar ve yazılı belgeler kullanılmıştır. Antik Yunan'da ise şehir devletleri, sofistlerin ve filozofların fikirlerini yayarak kamu diplomasisi unsurlarını erken dönemden itibaren kullanmışlardır (Melissen, 2005).

Orta Çağ boyunca kamu diplomasisi, farklı topluluklar arasındaki kültürel etkileşimlerle şekillenmiştir. Din adamları ve tüccarlar, uluslararası ilişkilerin oluşmasında önemli bir rol oynamış, misyoner faaliyetleri ve ticaret yolları aracılığıyla kültürel etkileşimler sağlanmıştır. İpek Yolu gibi ticaret ağları, sadece ekonomik değişimlerin yaşandığı bir alan olmamış, aynı zamanda fikirlerin ve kültürel unsurların yayılmasını sağlayan önemli bir mecra haline gelmiştir (Melissen, 2005). Özellikle Katolik Kilisesi'nin misyonerlik faaliyetleri, Avrupa'nın dışında kalan bölgelerde Batı kültürünün yayılmasında etkili olmuş ve kamu diplomasisinin erken biçimlerinden biri olarak kabul edilmiştir.

Modern anlamda kamu diplomasisinin belirginleşmesi, 20. yüzyılın başlarından itibaren gerçekleşmiştir. Sanayileşmenin hızlanması, uluslararası iletişim araçlarının gelişmesi ve küresel siyasette güç dengelerinin değişmesi, devletlerin diplomasi süreçlerinde halklara doğrudan hitap etmeye yönelmesine neden olmuştur. Özellikle I. Dünya Savaşı sırasında, devletler propaganda araçlarını etkin bir şekilde kullanarak kamuoyu desteğini sağlama

yoluna gitmiştir. Bu dönemde, savaşın meşrulaştırılması, halkların moralinin yüksek tutulması ve uluslararası desteğin sağlanması amacıyla medya ve basın organları yoğun şekilde kullanılmıştır (Nye, 2008). I. Dünya Savaşı sırasında ABD Başkanı Woodrow Wilson'ın savaş sonrası dünya düzenine dair 14 ilkesini dünya kamuoyuna açıklaması, modern kamu diplomasisinin ilk örneklerinden biri olarak değerlendirilmektedir.

II. Dünya Savaşı sırasında kamu diplomasisinin etkisi daha da belirgin hale gelmiştir. Devletler, radyo ve basın yayın organlarını kullanarak savaş propagandalarını yaygınlaştırmış ve ulusal birliği sağlamak için yoğun iletişim kampanyaları düzenlemiştir. Özellikle Nazilerin propaganda stratejileri, kamu diplomasisinin manipülatif boyutuna işaret ederken, ABD ve Birleşik Krallık gibi ülkeler de halk desteğini artırmak için radyo yayınlarını ve sinema filmlerini aktif bir şekilde kullanmıştır (Gilboa, 2008). Hollywood yapımı filmler, ABD'nin ideolojik söylemini pekiştiren ve Amerikan yaşam tarzını teşvik eden bir kamu diplomasisi aracı olarak işlev görmüştür.

II. Dünya Savaşı sonrası oluşan iki kutuplu dünya düzeni, kamu diplomasisinin önemini artırmış ve özellikle Soğuk Savaş döneminde ABD ve Sovyetler Birliği tarafından yoğun şekilde uygulanmıştır. ABD, demokratik değerlerini ve kapitalist ekonomik sistemini dünya genelinde yaymak amacıyla kamu diplomasisini etkin bir şekilde kullanmış, *Voice of America* gibi medya organlarıyla halklara doğrudan ulaşmıştır. Sovyetler Birliği ise sosyalist ideolojisini ve anti-emperyalist söylemlerini yaymak için uluslararası öğrenci değişim programları, kültürel etkinlikler ve medya propagandası gibi kamu diplomasisi araçlarını kullanmıştır (Nye, 2008). Soğuk Savaş döneminde iki süper gücün medya, sanat, spor ve akademik alanlardaki etkinlikleri, kamu diplomasisinin uluslararası siyasette ne denli önemli bir rol oynadığını gözler önüne sermiştir.

Kamu diplomasisi, 20. yüzyılın sonlarına doğru daha fazla kurumsallaşmış ve modern uluslararası ilişkilerin vazgeçilmez bir unsuru haline gelmiştir. Küreselleşmenin etkisiyle birlikte, kamu diplomasisi faaliyetleri devletler arası ilişkilerde belirleyici bir rol oynamaya başlamış, uluslararası örgütler, sivil toplum kuruluşları ve çok uluslu şirketler de kamu diplomasisi süreçlerine dahil olmuştur. Günümüzde, kamu diplomasisi yalnızca devletlerin yürüttüğü bir faaliyet olmaktan çıkmış, akademik iş birlikleri, kültürel değişim programları, uluslararası medya ve sosyal medya platformları gibi çok boyutlu unsurları içeren geniş bir alan haline gelmiştir (Cull, 2009). Dijitalleşme süreciyle birlikte, kamu

diplomasisinin gelecekte daha da önem kazanacağı ve daha fazla aktörün bu sürece dahil olacağı öngörülmektedir.

Soğuk Savaş dönemi, kamu diplomasisinin kurumsallaştığı ve sistematik hale geldiği bir süreç olarak dikkat çekmektedir. İkinci Dünya Savaşı sonrası şekillenen iki kutuplu dünya düzeni, devletlerin yalnızca askeri ve ekonomik güçle değil, ideolojik ve kültürel araçlarla da birbirleriyle rekabet etmelerine yol açmıştır. Kamu diplomasisi, bu dönemde ideolojik mücadelenin en önemli unsurlarından biri olarak ortaya çıkmış ve küresel siyaset sahnesinde kritik bir rol oynamaya başlamıştır. Amerika Birleşik Devletleri ve Sovyetler Birliği, kendi politik ve ideolojik söylemlerini yaymak, uluslararası kamuoyunu etkilemek ve müttefik kazanmak amacıyla kamu diplomasisini aktif bir şekilde kullanmıştır (Seib, 2016).

Amerika Birleşik Devletleri, Soğuk Savaş sürecinde kamu diplomasisi faaliyetlerini büyük ölçüde medya organları üzerinden yürütmüştür. Bu kapsamda, "Voice of America" (VOA) ve "Radio Free Europe" gibi radyo istasyonları, Sovyet Bloğu ülkelerine yönelik kamu diplomasisi faaliyetleri için en etkili araçlardan biri haline gelmiştir. Bu yayınlar aracılığıyla, Batı demokrasisi ve kapitalist ekonomik sistemin avantajları anlatılmış, aynı zamanda Sovyetler Birliği'nin baskıcı yönetim tarzına karşı eleştiriler dile getirilmiştir (Zaharna, 2010). ABD'nin bu propaganda faaliyetleri, yalnızca Sovyet Bloğu halklarını etkilemekle kalmamış, aynı zamanda Batı dünyasında da liberal değerlerin yayılmasını sağlamıştır. Bunun yanı sıra, Hollywood yapımları ve popüler kültür ürünleri de Amerikan yaşam tarzının uluslararası kamuoyunda olumlu bir imaj oluşturmaya katkıda bulunmuştur (Leonard, 2002).

Sovyetler Birliği ise, Batı dünyasına yönelik kamu diplomasisi faaliyetlerinde kendi propaganda araçlarını devreye sokmuştur. "Radio Moscow" gibi devlet destekli yayın organları, sosyalist ideolojiyi yaymayı ve Batı kapitalizminin olumsuz yönlerini vurgulamayı amaçlamıştır. Sovyetler Birliği, ideolojik mücadelesini yalnızca medya ile sınırlamamış, aynı zamanda kültürel değişim programları ve uluslararası öğrenci bursları gibi araçlarla da kamu diplomasisini güçlendirmiştir. Özellikle Afrika, Asya ve Latin Amerika'daki bağımsızlık hareketleri desteklenmiş ve bu bölgelerde sosyalist düşüncenin yaygınlaşması için stratejik iş birlikleri kurulmuştur (Manor, 2019). Sovyetler, çeşitli kültürel etkinlikler ve akademik değişim programları ile ideolojik mesajlarını küresel

düzeyde pekiştirmeye çalışmış, kendi siyasi ve ekonomik sistemini meşrulaştırmak adına geniş çaplı diplomasi faaliyetleri yürütmüştür.

Soğuk Savaş döneminde kamu diplomasisi, sadece medya ve kültürel değişim programları ile sınırlı kalmamış, aynı zamanda uluslararası spor organizasyonları ve sanat faaliyetleri gibi yumuşak güç unsurları da etkin bir şekilde kullanılmıştır. Özellikle Olimpiyatlar ve uluslararası spor müsabakaları, ABD ve Sovyetler Birliği'nin rekabet ettiği platformlar haline gelmiş, her iki taraf da spor başarılarını ideolojik üstünlüklerinin bir göstergesi olarak lanse etmiştir (Pamment, 2013). Benzer şekilde, büyük çaplı sergiler, müzik festivalleri ve edebi etkinlikler aracılığıyla da devletler, kendi kültürel değerlerini tanıtarak uluslararası kamuoyunu etkilemeyi hedeflemiştir.

Soğuk Savaş'ın sona ermesiyle birlikte, kamu diplomasisinin kapsamı genişlemiş ve devletler, kültürel diplomasi, medya diplomasisi ve insani yardım faaliyetlerini içeren daha kapsamlı stratejiler benimsemeye başlamıştır. 1990'lı yıllardan itibaren, uluslararası ilişkilerde çok kutuplu bir yapının oluşması ve küreselleşmenin hız kazanmasıyla birlikte kamu diplomasisi faaliyetleri daha da çeşitlenmiştir. Avrupa Birliği, Çin ve diğer yükselen güçler, kamu diplomasisini uluslararası ilişkilerde aktif olarak kullanmaya başlamış ve bu süreçte uluslararası örgütler, çok uluslu şirketler ve sivil toplum kuruluşları da önemli aktörler haline gelmiştir (Manor, 2019).

Avrupa Birliği, kamu diplomasisini ortak kimlik oluşturma ve bölgesel iş birliğini güçlendirme amacıyla bir araç olarak kullanmıştır. AB'nin "Brand EU" politikaları, Avrupa değerlerini ve demokratik ilkeleri küresel ölçekte tanıtmayı hedefleyen kamu diplomasisi stratejilerinden biri olarak öne çıkmaktadır. Kültürel değişim programları, akademik iş birlikleri ve medya kampanyaları ile Avrupa Birliği, uluslararası kamuoyunda pozitif bir imaj oluşturmaya ve AB'nin yumuşak gücünü artırmaya amaçlamaktadır (Leonard, 2002).

Çin ise, son yıllarda kamu diplomasisi alanında büyük yatırımlar yaparak uluslararası arenada etkin bir aktör haline gelmiştir. "Kuşak ve Yol" girişimi kapsamında medya iş birlikleri, kültürel değişim programları ve Çin kültürünü tanıtan projeler hayata geçirilmiştir. Çin, devlet destekli medya organları aracılığıyla kendi politik söylemlerini yaygınlaştırırken, aynı zamanda Asya, Afrika ve Avrupa'daki ülkelerle ekonomik ve kültürel bağlarını güçlendirmeyi hedeflemiştir (Zaharna, 2010). Bu süreçte, Çin'in kamu

diplomasisi stratejileri Batı'daki benzer girişimlerden farklı olarak, ekonomik iş birlikleri ile entegre bir biçimde yürütülmüş ve altyapı projeleri ile desteklenmiştir.

Soğuk Savaş dönemi kamu diplomasisinin kurumsallaşarak sistematik bir yapı kazandığı bir süreç olarak öne çıkmaktadır. Bu dönemde ABD ve Sovyetler Birliği, medya, kültürel değişim programları ve spor etkinlikleri gibi çeşitli araçlar ile uluslararası kamuoyunu etkilemeye çalışmıştır. Soğuk Savaş'ın sona ermesiyle birlikte, kamu diplomasisi daha geniş bir kapsam kazanmış ve uluslararası aktörlerin çoğalmasıyla birlikte çok boyutlu bir yapıya bürünmüştür. Günümüzde, kamu diplomasisi yalnızca devletlerin değil, uluslararası örgütlerin, çok uluslu şirketlerin ve sivil toplum kuruluşlarının da aktif olarak dahil olduğu küresel bir diplomasi aracı haline gelmiştir. Dijitalleşmenin etkisiyle kamu diplomasisinin gelecekte daha da çeşitlenerek, farklı araçlarla yürütülmesi beklenmektedir (Leonard, 2002; Zaharna, 2010; Manor, 2019).

21. yüzyılda dijitalleşmenin etkisiyle kamu diplomasisi yeni bir boyut kazanmıştır. Geleneksel medya araçlarına ek olarak, sosyal medya platformları, dijital haber ağları ve sanal iletişim araçları kamu diplomasisinin en önemli bileşenleri haline gelmiştir (Bjola ve Holmes, 2015). Devletler, Twitter, Facebook, Instagram ve YouTube gibi platformları aktif bir şekilde kullanarak uluslararası kamuoyunu etkilemeyi amaçlamaktadır (Hanson, 2012). Dijital medyanın sağladığı anlık iletişim avantajı, devletlere kriz anlarında hızlı tepki verme, politika değişikliklerini duyurma ve kamuoyunu yönlendirme imkanı tanımaktadır. Özellikle kriz dönemlerinde, dijital diplomasi yoluyla hızlı ve etkili bir kamu diplomasisi stratejisi yürütmek mümkün hale gelmiştir (Finnemore ve Hollis, 2016). Bu bağlamda, dijital platformların sunduğu interaktif iletişim olanakları, devletlerin sadece resmi açıklamalar yapmasını değil, aynı zamanda halktan doğrudan geri bildirim almasını da sağlamaktadır.

Dijital diplomasi, sadece devletlerin kendi politikalarını duyurmasını değil, aynı zamanda diğer ülkelerle doğrudan temas kurmasını da kolaylaştırmaktadır. Örneğin, büyükelçilikler ve diplomatik misyonlar artık sosyal medya hesapları üzerinden ülkeler arasındaki ilişkileri yönetmekte ve kamuoyuyla doğrudan etkileşime geçmektedir (Seib, 2016). Bunun yanı sıra, devletler arası krizlerin yönetimi, halk diplomasisi girişimleri ve kültürel diplomasi projeleri de dijital medya aracılığıyla yürütülmektedir. Örneğin, Avrupa Birliği ve Birleşmiş Milletler gibi uluslararası kuruluşlar, dijital platformları

kullanarak küresel konular hakkında farkındalık yaratma ve politika savunuculuğu yapma çabalarını artırmıştır (Bjola ve Jiang, 2020).

Kamu diplomasisinin dijitalleşmesi, aynı zamanda yeni fırsatlar ve zorlukları da beraberinde getirmiştir. Dijital platformlar, devletlere anlık bilgi paylaşımı ve geniş kitlelere ulaşma imkanı sunarken, aynı zamanda dezenformasyon, manipülasyon ve siber saldırılar gibi yeni risklerle karşı karşıya bırakmaktadır (Bjola ve Jiang, 2020). Sosyal medya platformlarında yayılan sahte haberler, devletler arası ilişkileri olumsuz yönde etkileyebileceği gibi, yanlış bilgilendirilen kamuoylarının diplomatik süreçlere yönelik tepkilerini de şekillendirebilmektedir. Bu durum, devletlerin kamu diplomasisi stratejilerinde bilgi doğrulama mekanizmalarını geliştirmelerini zorunlu hale getirmiştir.

Dijitalleşme, kamu diplomasisinin etkinliğini artırmada yapay zeka ve büyük veri analitiğinin kullanımını da ön plana çıkarmaktadır. Büyük veri analitiği, kamu diplomasisi süreçlerinde hedef kitle belirleme, mesajın etkisini ölçme ve kriz yönetimi stratejileri geliştirme gibi birçok avantaj sağlamaktadır (Seib, 2016). Örneğin, sosyal medya platformlarından elde edilen veriler, halkın belirli konular hakkındaki görüşlerini analiz etmek ve kamu diplomasisi faaliyetlerinin etkinliğini artırmak için kullanılmaktadır. Bununla birlikte, bu teknolojilerin kullanımı, etik sorunları da beraberinde getirmektedir. Devletlerin, veri gizliliği ve birey haklarına saygı göstererek kamu diplomasisi yürütmesi gerektiği, uluslararası ilişkilerde giderek daha fazla tartışılan bir konu haline gelmiştir (Bjola ve Holmes, 2015).

Yapay zeka destekli kamu diplomasisi uygulamaları, devletlerin mesajlarını hedef kitleye uygun şekilde kişiselleştirmesini ve uluslararası kamuoyuna daha doğrudan ulaşmasını sağlamaktadır. Ancak bu durum, kamu diplomasisinin etik boyutunu da gündeme getirmektedir. Özellikle yapay zeka tarafından oluşturulan içeriklerin propaganda veya manipülasyon amacıyla kullanılma riski, devletlerin dijital diplomasi politikalarını şekillendirirken dikkate alması gereken kritik unsurlar arasında yer almaktadır (Finnemore ve Hollis, 2016). Bu nedenle, dijitalleşen kamu diplomasisinin etik kurallar çerçevesinde yürütülmesi ve dezenformasyonla mücadelede şeffaflık ilkelerine uyulması büyük önem taşımaktadır.

Dijitalleşme çağında kamu diplomasisi, devletlerin uluslararası kamuoyuyla iletişim kurmasını ve diplomatik süreçlerde daha etkin bir rol oynamasını sağlayan güçlü bir araç

haline gelmiştir. Dijital platformlar, kamu diplomasisinin hızını ve etkinliğini artırsa da, aynı zamanda bilgi güvenliği, dezenformasyon ve etik sorunlar gibi yeni zorlukları da beraberinde getirmiştir. Yapay zeka ve büyük veri analitiği gibi yeni teknolojilerin kamu diplomasisinde kullanımı, bu alandaki fırsatları artırırken, aynı zamanda etik ve hukuki tartışmalara da yol açmaktadır. Gelecekte, dijital kamu diplomasisinin daha güvenilir, şeffaf ve etkili hale getirilmesi için devletlerin uluslararası iş birliğini güçlendirmesi ve dijitalleşmenin getirdiği riskleri minimize edecek stratejiler geliştirmesi gerekmektedir (Bjola ve Holmes, 2015; Hanson, 2012; Seib, 2016).

Günümüzde kamu diplomasisi, yalnızca devletler tarafından yürütülen bir faaliyet olmaktan çıkmış, sivil toplum kuruluşları, akademik çevreler ve özel sektör de bu süreçte önemli roller üstlenmeye başlamıştır (Cull, 2008). Küreselleşmenin etkisiyle birlikte, uluslararası ilişkilerde hükümetlerin tek taraflı etki alanları zayıflamış, devlet dışı aktörlerin kamu diplomasisi süreçlerine daha fazla dahil olduğu bir yapı ortaya çıkmıştır. Örneğin, büyük teknoloji şirketleri ve uluslararası medya kuruluşları, kamu diplomasisi faaliyetlerinde etkili aktörler olarak ön plana çıkmaktadır (Pamment, 2013). Google, Facebook ve Twitter gibi teknoloji devleri, küresel bilgi akışını yönlendirme ve diplomatik mesajların geniş kitlelere ulaşmasını sağlama konusunda önemli bir konumda yer almaktadır. Benzer şekilde, CNN, BBC ve Al Jazeera gibi uluslararası medya organları da kamu diplomasisinin şekillendirilmesinde kritik bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda, kamu diplomasisinin sınırları giderek genişlemekte ve uluslararası ilişkilerde daha kritik bir hale gelmektedir (Manor, 2019).

Özellikle kriz dönemlerinde, kamu diplomasisi geleneksel diplomatik kanalların yanı sıra, sivil toplum ve medya aktörleri aracılığıyla yürütülmektedir. Uluslararası insani yardım kuruluşları, küresel STK'lar ve akademik iş birlikleri, diplomatik ilişkilerin yönetilmesinde etkin birer araç haline gelmiştir. Örneğin, Birleşmiş Milletler, Avrupa Birliği ve diğer uluslararası kuruluşlar, kamu diplomasisini uluslararası barışın sağlanması ve krizlerin yönetilmesi amacıyla kullanmaktadır. Bunun yanı sıra, çok uluslu şirketler, ticari çıkarlarını korumanın ötesine geçerek, kültürel değişim programları, sponsorluk faaliyetleri ve sosyal sorumluluk projeleri ile kamu diplomasisi süreçlerine dahil olmaktadır (Ross, 2015).

Kamu diplomasisinin tarihsel gelişimi incelendiğinde, devletlerin halkları etkileme stratejilerinin zaman içinde evrim geçirdiği ve günümüz dünyasında dijitalleşmenin etkisiyle yeniden şekillendiği görülmektedir. Geleneksel kamu diplomasisi, genellikle devletlerin kültürel ve akademik değişim programları, uluslararası medya organları ve propaganda faaliyetleri aracılığıyla yürüttüğü bir süreçken, dijitalleşmenin etkisiyle bu süreç çok daha etkileşimli bir hale gelmiştir (Melissen, 2021). Özellikle sosyal medyanın yükselişi, devletlerin diplomatik mesajlarını doğrudan geniş kitlelere iletebilmesini sağlamak ve kamu diplomasisini daha dinamik ve anlık bir sürece dönüştürmektedir.

Dijital diplomasi, kamu diplomasisini daha erişilebilir ve hızlı hale getirirken, aynı zamanda uluslararası ilişkilerde yeni dinamikler yaratmaktadır. Devletler, artık yalnızca geleneksel medya araçlarını değil, sosyal medya platformlarını ve dijital iletişim ağlarını da aktif bir şekilde kullanarak uluslararası kamuoyuna ulaşmaktadır (Pamment, 2013). Örneğin, Twitter ve Facebook gibi sosyal medya platformları, devletlerin kriz yönetimi süreçlerinde anında bilgi paylaşımında bulunmasını sağlamak ve uluslararası kamuoyunu yönlendirme konusunda kritik bir işlev görmektedir. Bu süreçte, devletler ve diplomatik misyonlar, sosyal medya hesaplarını kullanarak kamu diplomasisi faaliyetlerini yürütmekte, halkla doğrudan iletişim kurarak politikalarını savunmaktadır (Manor, 2019).

Bununla birlikte, dijitalleşmenin kamu diplomasisi üzerindeki etkileri yalnızca fırsatlarla sınırlı değildir; aynı zamanda yeni zorlukları da beraberinde getirmektedir. Dezenformasyon, siber saldırılar ve bilgi güvenliği gibi konular, dijitalleşen kamu diplomasisinin en büyük riskleri arasında yer almaktadır. Sosyal medya platformlarında hızla yayılan yanlış bilgiler, uluslararası ilişkilerde gerilimlerin artmasına ve kamu diplomasisinin güvenilirliğinin zedelenmesine yol açabilmektedir (Melissen, 2021). Bu nedenle, devletlerin dijital kamu diplomasisi stratejilerini oluştururken, dezenformasyonla mücadele edecek mekanizmalar geliştirmesi ve bilgi doğrulama süreçlerini güçlendirmesi gerekmektedir.

Ayrıca, büyük veri analitiği ve yapay zeka destekli stratejiler, kamu diplomasisi süreçlerinin daha hedef odaklı hale gelmesine katkı sağlamaktadır. Büyük veri analizleri, kamuoyunun nabzını tutma, politikaların etkinliğini ölçme ve kriz anlarında diplomatik mesajları optimize etme konusunda devletlere yeni imkanlar sunmaktadır (Ross, 2015).

Yapay zeka algoritmaları, hedef kitleye özel mesajlar üretme ve diplomatik söylemleri kişiselleştirme açısından kamu diplomasisini daha etkili hale getirmektedir. Ancak bu teknolojilerin etik boyutu da dikkate alınmalıdır. Yapay zeka destekli propaganda faaliyetleri ve manipülatif içerik üretimi, kamu

Kamu diplomasisinin dijitalleşme süreci, uluslararası ilişkilerde yeni fırsatlar ve riskler yaratmaktadır. Dijital platformların kamu diplomasisini daha etkili ve hızlı hale getirmesi, devletlerin diplomatik süreçlerde doğrudan halka ulaşmasını kolaylaştırmaktadır. Ancak bu süreç, aynı zamanda dezenformasyon, bilgi güvenliği ve etik sorunlar gibi yeni zorlukları da beraberinde getirmektedir. Gelecekte, kamu diplomasisinin başarısı, dijitalleşmenin sunduğu fırsatların nasıl değerlendirildiği ve olası tehditlere nasıl karşılık verildiği ile doğrudan bağlantılı olacaktır (Cull, 2008; Pamment, 2013; Manor, 2019). Bu nedenle, devletlerin ve diğer uluslararası aktörlerin kamu diplomasisi politikalarını dijital çağın dinamiklerine uygun hale getirmesi ve dijitalleşmenin getirdiği riskleri minimize edecek stratejiler geliştirmesi gerekmektedir.

1.1.2. Kamu Diplomasisi Aktörleri ve Uygulama Alanları

Kamu diplomasisi, geleneksel diplomasi süreçlerinden farklı olarak, çok aktörlü ve çok yönlü bir yapıya sahiptir. Modern uluslararası ilişkilerde, yalnızca devletler değil, çeşitli kuruluşlar ve bireyler de kamu diplomasisi faaliyetlerinde etkin rol oynamaktadır (Cull, 2008). Bu aktörler, uluslararası arenada ülke imajını güçlendirmek, kültürel değişim sağlamak ve halklar arası iletişimi artırmak amacıyla çeşitli stratejiler geliştirmektedirler (Melissen, 2005). Kamu diplomasisi, ulusal çıkarların korunmasını destekleyen bir araç olmasının yanı sıra, barış, istikrar ve karşılıklı anlayışın gelişmesine katkıda bulunan bir süreçtir.

Kamu diplomasisinin en temel aktörleri, devlet kurumlarıdır. Devletler, uluslararası kamuoyundaki algılarını şekillendirmek ve kendi politikalarını meşrulaştırmak için çeşitli kamu diplomasisi araçlarını kullanmaktadırlar. Dışişleri bakanlıkları, kültürel enstitüler ve ulusal ajanslar, ülkelerinin kamu diplomasisi stratejilerini yönlendiren başlıca kuruluşlardır (Gilboa, 2008). Özellikle dışişleri bakanlıkları, uluslararası iletişimi yönetmek, yabancı halklarla ilişkileri geliştirmek ve devlet politikalarının dış dünyada nasıl algılandığını şekillendirmek adına kritik bir rol üstlenmektedir (Snow, 2010).

Günümüzde birçok ülke, kamu diplomasisi faaliyetlerini daha sistematik hale getirmek için özel kamu diplomasisi birimleri oluşturmuş ve bu birimler aracılığıyla uluslararası ilişkilerini güçlendirmeye yönelik projeler geliştirmiştir.

Kamu diplomasisinin etkinliğini artıran en önemli araçlardan biri de kültürel enstitülerdir. Örneğin, British Council, Goethe Enstitüsü ve Yunus Emre Enstitüsü gibi kuruluşlar, sanat, dil eğitimi ve kültürel değişim programları aracılığıyla devletlerin kamu diplomasisini desteklemektedirler (Leonard, 2002). Bu tür enstitüler, uluslararası kamuoyunda olumlu bir ülke imajı yaratmayı ve kültürel diplomasi yoluyla uzun vadeli bağlar kurmayı amaçlamaktadırlar. Dil eğitimi ve kültürel programlar, kamu diplomasisinin kalıcı etkiler yaratmasını sağlayarak, devletlerin yumuşak güç kapasitelerini artırmaktadır.

Devletler dışında sivil toplum kuruluşları (STK'lar), uluslararası ilişkilerde kamu diplomasisinin gelişiminde önemli bir etkiye sahiptir. Uluslararası yardım kuruluşları, insan hakları örgütleri, düşünce kuruluşları ve medya organları, ülkelerin diplomatik çabalarını tamamlayıcı nitelikte faaliyetlerde bulunarak kamu diplomasisinin etkinliğini artırmaktadırlar (Bjola ve Holmes, 2015). Örneğin, Uluslararası Af Örgütü (Amnesty International) ve Sınır Tanımayan Doktorlar (Médecins Sans Frontières) gibi kuruluşlar, insani diplomasi ve yumuşak güç uygulamaları kapsamında kritik roller üstlenmektedirler (Seib, 2016). Bu kuruluşlar, uluslararası alanda farkındalık yaratmak, insani yardımları koordine etmek ve hükümetlerin politika tercihlerini etkilemek için kamu diplomasisi araçlarını kullanmaktadır.

Özel sektör de kamu diplomasisinin önemli aktörlerinden biri haline gelmiştir. Çok uluslu şirketler, uluslararası kamuoyunda itibarlarını artırmak ve sosyal sorumluluk projeleri aracılığıyla kamu diplomasisine katkıda bulunmak için çeşitli stratejiler geliştirmektedirler. Örneğin, Google ve Microsoft gibi teknoloji şirketleri, küresel dijital diplomasi girişimlerinde aktif rol oynamakta ve farklı ülkelerle iş birlikleri kurarak küresel etkileşimleri güçlendirmektedirler. Aynı şekilde, uluslararası spor etkinlikleri ve sanat projeleri de kamu diplomasisinin önemli bir parçası haline gelmiştir. Olimpiyat Oyunları ve FIFA Dünya Kupası gibi etkinlikler, devletlerin kültürel ve diplomatik ilişkilerini geliştirmeleri için önemli fırsatlar sunmaktadır (Pamment, 2013).

Medya kuruluşları, kamu diplomasisinin en güçlü araçlarından biri olarak kabul edilmektedir. Geleneksel basın organları (BBC, CNN, Al Jazeera) ve dijital medya platformları, küresel kamuoyunu şekillendirme gücüne sahiptir (Hanson, 2012). Uluslararası medyanın haberleri, kriz dönemlerinde veya politik gerginliklerde devletlerin algı yönetimi stratejilerinde önemli bir yer tutmaktadır. Medya, devletlerin kamu diplomasisi faaliyetlerini destekleyen veya zayıflatan bir etkiye sahip olabilir. Örneğin, 2011 Arap Baharı sırasında sosyal medya platformlarının kamu diplomasisinde oynadığı rol, dijitalleşmenin etkisini gözler önüne sermiştir (Manor, 2019). Twitter ve Facebook gibi platformlar, halkların organize olmasını sağlayarak kamu diplomasisinin doğasını değiştirmiş ve hükümetlerin kamuoyunu etkileme yöntemlerini yeniden şekillendirmiştir.

Dijitalleşme, kamu diplomasisinin en önemli unsurlarından biri haline gelmiş, devletler ve devlet dışı aktörler tarafından kamu diplomasisi faaliyetlerini yürütmek için yaygın olarak kullanılmaya başlanmıştır. Dijital kamu diplomasisi, devletlerin sosyal medya platformları aracılığıyla hedef kitlelerine doğrudan ulaşmasını sağlamış, kriz anlarında hızlı tepki verme kapasitesini artırmıştır. Devletler ve uluslararası kuruluşlar, dijital kamu diplomasisini etkin bir şekilde kullanarak küresel sorunlar hakkında farkındalık yaratma ve kriz iletişimini yönetme süreçlerini geliştirmektedirler (Ross, 2015). Örneğin, pandemi sürecinde birçok ülke, kamu sağlığıyla ilgili bilgileri uluslararası kamuoyuna duyurmak için sosyal medya kampanyaları düzenlemiş ve dezenformasyonla mücadele stratejileri geliştirmiştir (Melissen, 2021).

Kamu diplomasisi günümüzde çok aktörlü ve çok boyutlu bir yapıya bürünmüştür. Devletler, sivil toplum kuruluşları, özel sektör ve medya kuruluşları, kamu diplomasisinin etkinliğini artırmak için birlikte çalışmaktadır. Dijitalleşme süreci, kamu diplomasisinin hızını ve erişimini artırmış olsa da, dezenformasyon ve bilgi güvenliği gibi yeni zorlukları da beraberinde getirmiştir. Gelecekte kamu diplomasisinin başarısı, aktörlerin iş birliği içinde hareket etmesi ve dijitalleşmenin sunduğu fırsatları etkili bir şekilde kullanmasıyla doğrudan bağlantılı olacaktır (Cull, 2008; Melissen, 2005; Manor, 2019).

Bireysel aktörler de kamu diplomasisinin önemli bir bileşeni haline gelmiştir. Devlet merkezli diplomasi anlayışının yerini çok aktörlü bir yapı almaya başlamış ve bireyler, uluslararası iletişim ve kültürel değişim süreçlerinde daha fazla ön plana çıkmıştır.

Akademisyenler, sanatçılar, sporcular ve kanaat önderleri, kültürel ve sosyal diplomasi süreçlerinde etkin roller üstlenmektedir (Cull, 2008). Küresel çapta tanınan bireyler, ülkelerinin imajını şekillendiren ve uluslararası toplumda olumlu bir algı oluşturan en önemli kamu diplomasisi unsurlarından biri olarak görülmektedir. Nobel ödüllü bilim insanları, küresel üne sahip sanatçılar veya uluslararası spor organizasyonlarında başarı elde eden sporcular, bir ülkenin diplomatik ilişkilerine dolaylı olarak katkıda bulunabilmektedir (Gilboa, 2008).

Örneğin, olimpiyat oyunları ve uluslararası film festivalleri, ülkelerin kültürel ve diplomatik görünürlüğünü artıran önemli etkinlikler olarak değerlendirilir. Bir ülkenin sporcularının veya sanatçıların bu tür organizasyonlarda gösterdiği performans, o ülkenin uluslararası alandaki prestijini artırabilmektedir. Bunun en önemli örneklerinden biri, Brezilya'nın dünya futbolundaki başarısıdır. Brezilya'nın uluslararası futbol turnuvalarındaki üstün performansı, ülkenin kültürel kimliğini ve spor alanındaki üstünlüğünü vurgulayan bir kamu diplomasisi aracı olarak değerlendirilmiştir (Leonard, 2002). Aynı şekilde, Fransa'nın Cannes Film Festivali, İtalya'nın Venedik Bienali ve ABD'nin Oscar Ödülleri gibi büyük çaplı sanat etkinlikleri, ülkelerin kültürel diplomasisini destekleyen önemli araçlar arasında yer almaktadır.

Eğitim değişim programları, kamu diplomasisinin en etkili uygulamalarından biri olarak kabul edilmektedir. Eğitim yoluyla sağlanan kültürel etkileşim, uzun vadeli ilişkilerin kurulmasını ve uluslararası toplumda karşılıklı anlayışın geliştirilmesini sağlamaktadır. Devletler, uluslararası öğrenci değişim programları aracılığıyla yabancı öğrencileri kendi kültürel ve akademik sistemlerine entegre etmekte ve bu öğrencilerin ülkelerine döndüklerinde kendi devletleri ile olumlu ilişkiler kurmasını hedeflemektedir (Zaharna, 2010).

Fulbright Programı, Erasmus Programı ve Çin'in Konfüçyüs Enstitüleri gibi eğitim değişim programları, farklı ülkeler arasında diplomatik bağları güçlendirmek için kritik bir araç olarak değerlendirilmektedir (Nye, 2008). Özellikle Erasmus Programı, Avrupa Birliği ülkeleri arasındaki kültürel ve akademik değişimi teşvik ederek Avrupa kimliğinin oluşturulmasına katkı sağlamaktadır. Aynı şekilde, Çin'in Konfüçyüs Enstitüleri aracılığıyla yürüttüğü kamu diplomasisi faaliyetleri, Çin kültürünü ve dilini dünya genelinde yaygınlaştırmayı hedeflemektedir. Bu tür programlar, yalnızca akademik bilgi

alışverişini teşvik etmekle kalmaz, aynı zamanda uluslararası ilişkilerin güçlenmesine ve ülkeler arasında uzun vadeli diplomatik bağların kurulmasına katkıda bulunur.

Kamu diplomasisinin bir diğer önemli uygulama alanı, kültürel etkinliklerdir. Film festivalleri, sanat bienalleri, müzik festivalleri ve uluslararası sergiler, ülkelerin yumuşak güç stratejilerini destekleyen araçlar arasında yer almaktadır (Melissen, 2021). Kültürel etkinlikler, devletlerin kendi değerlerini ve kültürel miraslarını uluslararası alanda tanıtmalarına olanak tanır. Aynı zamanda, bu tür etkinlikler aracılığıyla farklı ülkeler arasında kültürel diyalog geliştirilmekte ve halklar arasında doğrudan temas kurulmaktadır.

Örneğin, Fransa'nın Cannes Film Festivali ve Brezilya'nın Rio Karnavalı, ulusal kültürlerini küresel düzeyde tanıtmak için etkili birer kamu diplomasisi aracı olarak öne çıkmaktadır (Ross, 2015). Cannes Film Festivali, Fransa'nın sinema alanındaki liderliğini vurgulamakta ve ülkenin sanatsal prestijini güçlendirmektedir. Benzer şekilde, Rio Karnavalı, Brezilya kültürünü tanıtmak ve turizmi teşvik etmek amacıyla yürütülen en büyük kültürel etkinliklerden biri olarak değerlendirilmektedir. Bu tür etkinlikler, ulusal kimliklerin uluslararası düzeyde sergilenmesine ve ülkeler arasındaki kültürel etkileşimlerin artırılmasına katkıda bulunmaktadır.

Müzik festivalleri de kamu diplomasisi açısından büyük bir öneme sahiptir. Örneğin, Almanya'nın düzenlediği Berlin Filarmoni Orkestrası konserleri veya ABD'nin Coachella Festivali, ülkelerin kültürel zenginliklerini ve sanatsal kapasitelerini tanıtmak için kullanılan etkili araçlar arasındadır. Aynı zamanda, UNESCO'nun desteklediği uluslararası kültürel projeler, kamu diplomasisi süreçlerinde devletler arası iş birliğini teşvik etmektedir. Bu tür projeler, kültürel diplomasi faaliyetlerinin daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlayarak uluslararası ilişkilerde köprüler kurmaktadır.

Bireysel aktörlerin, eğitim değişim programlarının ve kültürel etkinliklerin kamu diplomasisi süreçlerinde oynadığı roller giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Nobel ödüllü bilim insanlarından sporculara, uluslararası sanat etkinliklerinden eğitim programlarına kadar geniş bir yelpazeye yayılan kamu diplomasisi faaliyetleri, devletlerin yumuşak güç stratejilerinin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Gelecekte, bu tür aktörlerin ve organizasyonların kamu diplomasisi süreçlerindeki etkisi daha da artacak ve

uluslararası ilişkilerde yeni iş birliklerinin oluşmasına katkı sağlayacaktır (Cull, 2008; Nye, 2008; Melissen, 2021).

Medya kampanyaları, kamu diplomasisinin en önemli bileşenlerinden biri olarak değerlendirilmektedir. Devletler, uluslararası kamuoyunu yönlendirmek, dış politikalarını desteklemek ve kriz dönemlerinde etkin bir diplomatik söylem geliştirmek amacıyla medya araçlarını kullanmaktadır (Bjola ve Jiang, 2020). Kamu diplomasisi kapsamında yürütülen medya kampanyaları, ulusal ve uluslararası kamuoyunu bilgilendirmenin ötesine geçerek, belirli politikaların küresel ölçekte benimsenmesini sağlamak ve stratejik hedeflere ulaşmak amacıyla yönlendirici bir işlev üstlenmektedir. Özellikle küresel kriz dönemlerinde medya aracılığıyla yürütülen kamu diplomasisi faaliyetleri, devletlerin uluslararası alandaki görünürlüğünü ve etkisini artırmaktadır.

Örneğin, Covid-19 pandemisi sırasında ülkeler, sağlık politikalarını ve aşı geliştirme süreçlerini kamu diplomasisi araçlarıyla dünya kamuoyuna sunarak uluslararası ilişkilerde avantaj elde etmeye çalışmışlardır (Finnemore ve Hollis, 2016). Çin'in aşı diplomasisi, Avrupa Birliği'nin ortak sağlık politikaları ve ABD'nin pandemiye yönelik küresel yardım programları, kriz yönetiminde kamu diplomasisinin ne denli önemli olduğunu ortaya koymuştur. Devletler, sağlık sistemlerinin kapasitesini ve uluslararası yardımlarını vurgulayarak, kamu diplomasisini bir yumuşak güç unsuru olarak kullanmışlardır. Pandemi döneminde medya kampanyaları, halk sağlığı bilgilendirmelerinin yanı sıra devletler arası iş birliğini güçlendirme ve kriz yönetiminde liderlik sağlama amacıyla da kullanılmıştır.

Dijitalleşmenin yaygınlaşması, kamu diplomasisinin kapsamını genişletmiş ve etkileşim süreçlerini hızlandırmıştır. Geleneksel medya araçları olan televizyon, gazete ve radyo, dijital medya platformlarıyla bütünleşerek kamu diplomasisinin etkinliğini artırmıştır. Devletler artık Twitter, Facebook, Instagram ve YouTube gibi platformları etkin bir şekilde kullanarak uluslararası kamuoyunu yönlendirmeye çalışmaktadır (Hanson, 2012). Dijital medya araçları, kamu diplomasisini daha etkileşimli bir hale getirerek, devletlerin hedef kitleleriyle doğrudan bağlantı kurmasına olanak tanımaktadır. Özellikle kriz dönemlerinde sosyal medya diplomasisi, bilgi akışını hızlandırarak anlık tepkilerin oluşmasına ve uluslararası dayanışmanın artırılmasına katkıda bulunmaktadır (Seib, 2016). Devletler ve uluslararası örgütler, sosyal medya kampanyaları aracılığıyla küresel

olaylara dair hızlı bilgilendirme yaparak kamu diplomasisi stratejilerini daha etkili hale getirmektedir.

Dijitalleşmenin bir diğer etkisi, kamu diplomasisinin çok katmanlı ve çok aktörlü bir yapıya evrilmesini sağlamış olmasıdır. Artık yalnızca devlet kurumları ve büyükelçilikler değil, medya kuruluşları, akademik çevreler, bireysel aktörler ve sivil toplum kuruluşları da kamu diplomasisinin temel bileşenleri arasında yer almaktadır (Pamment, 2013). Devletlerin dijital kamu diplomasisi faaliyetleri, sivil toplum kuruluşları ve bireysel aktörlerle iş birliği içinde yürütülerek daha geniş kitlelere ulaşmaktadır. Özellikle dijital medya platformlarında etkili olan bireysel aktörler (influencerlar, akademisyenler, gazeteciler) devlet politikalarının uluslararası kamuoyunda nasıl algılandığını doğrudan etkilemektedir.

Dijitalleşen kamu diplomasisi süreçleri, yapay zeka ve büyük veri analitiği gibi teknolojik yeniliklerle daha ileri bir noktaya taşınmaktadır. Büyük veri analitiği, kamu diplomasisi mesajlarının hedef kitleye göre optimize edilmesini sağlarken, yapay zeka destekli algoritmalar, uluslararası krizlerde dezenformasyonla mücadele ve diplomatik söylem analizlerinde kullanılmaktadır. Özellikle sahte haberlerin ve yanlış bilgilerin hızla yayıldığı bir ortamda, devletlerin kamu diplomasisi stratejileri doğruluk ve şeffaflık ilkeleri çerçevesinde yürütülmek zorundadır. Dijitalleşme, kamu diplomasisinin hızını ve etkisini artırmakla birlikte, bilgi güvenliği, etik sorunlar ve siber saldırılar gibi yeni riskleri de beraberinde getirmiştir.

Kamu diplomasisi giderek daha fazla dijitalleşmekte ve çok aktörlü bir yapıya evrilmektedir. Geleneksel medya araçları ile dijital platformların birleşmesi, devletlerin uluslararası kamuoyunu etkileme biçimlerini dönüştürmektedir. Medya kampanyaları, kriz yönetimi süreçlerinde uluslararası dayanışmayı teşvik eden ve kamu diplomasisinin etkisini artıran kritik unsurlar haline gelmiştir. Gelecekte, kamu diplomasisinin daha da dijitalleşeceği ve yeni aktörlerin devreye girmesiyle uluslararası ilişkilerde daha belirleyici bir rol oynayacağı öngörülmektedir (Melissen, 2021). Bu dönüşüm, kamu diplomasisi stratejilerinin daha esnek, hızlı ve veri odaklı hale gelmesini sağlayarak, uluslararası ilişkilerde yeni dinamiklerin oluşmasına neden olacaktır.

1.2. Dijital Diplomasi Kavramı

Dijital diplomasi, kamu diplomasisinin dijital platformlar aracılığıyla yürütülmesi olarak tanımlanmaktadır (Bjola ve Holmes, 2015). Geleneksel diplomasi yöntemlerinden farklı olarak, dijital diplomasi, internet tabanlı iletişim kanallarını etkin şekilde kullanarak uluslararası ilişkilerde etkileşimi artırmaktadır. Küreselleşme ve teknolojik gelişmelerin etkisiyle, devletler ve uluslararası kuruluşlar diplomatik stratejilerini dijitalleşen dünyaya uyarlamak zorunda kalmıştır (Manor, 2019). Bu dönüşüm, geleneksel diplomasi yöntemlerinin dijital diplomasi araçlarıyla tamamlanmasına ve bazen yerini almasına yol açmıştır (Seib, 2016).

Dijital diplomasiinin en temel bileşenlerinden biri, sosyal medya platformlarıdır. Twitter, Facebook, YouTube ve Instagram gibi platformlar, hükümetlerin ve diplomatik temsilciliklerin uluslararası kamuoyunu yönlendirmek için kullandığı araçlar arasında yer almaktadır (Pamment, 2013). Özellikle kriz dönemlerinde, devletler sosyal medya üzerinden hızlı ve geniş kapsamlı bilgilendirme yaparak uluslararası algıyı yönetmektedirler (Bjola ve Jiang, 2020).

Sosyal medyanın yanı sıra, devletlerin bloglar, dijital yayın organları ve çevrimiçi forumlar aracılığıyla yürüttüğü diplomasi faaliyetleri de giderek önem kazanmaktadır. Örneğin, ABD Dışişleri Bakanlığı tarafından yürütülen "DipNote" blogu, kamuoyunu bilgilendirme amacı taşıyan dijital diplomasi uygulamalarına örnek olarak gösterilebilir (Hanson, 2012). Ayrıca, Avrupa Birliği'nin "EUvsDisinfo" platformu, yanlış bilgi ve dezenformasyona karşı bir dijital diplomasi aracı olarak öne çıkmaktadır (Finnemore ve Hollis, 2016).

Yapay zeka destekli iletişim araçları ve büyük veri analitiği, dijital diplomasiinin yeni yönlerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır (Bjola ve Holmes, 2015). Devletler, yapay zeka tabanlı analizler sayesinde kamuoyunun eğilimlerini daha hızlı değerlendirebilmekte ve politik mesajlarını bu doğrultuda şekillendirebilmektedirler (Melissen, 2021). Yapay zeka destekli sohbet botları ve otomatik yanıt sistemleri de diplomatik süreçlerde kullanılmakta, büyükelçiliklerin ve konsoloslukların vatandaşlarla daha etkin iletişim kurmasına olanak sağlamaktadır (Leonard, 2002).

Dijital diplomasi aynı zamanda siber güvenlik ve bilgi güvenliği ile de yakından ilişkilidir. Devletler, dijital diplomasi faaliyetleri yürütürken siber saldırılar ve

dezenformasyon kampanyalarıyla karşı karşıya kalmaktadır (Seib, 2016). Özellikle seçim dönemlerinde veya uluslararası krizlerde, devlet destekli dezenformasyon kampanyaları dijital diplomasiinin etkinliğini tehdit etmektedir (Bjola ve Jiang, 2020). Bu nedenle, devletler dijital diplomasi stratejilerini geliştirirken siber güvenliği de dikkate almak zorundadırlar (Zaharna, 2010).

Dijital diplomasi, devletler için olduğu kadar uluslararası kuruluşlar, sivil toplum kuruluşları ve bireysel aktörler için de önemli bir alan haline gelmiştir (Cull, 2008). Birleşmiş Milletler, Avrupa Birliği ve NATO gibi kuruluşlar, uluslararası ilişkileri dijital platformlar üzerinden yürütmekte ve kamuoyunu yönlendirmektedirler (Pamment, 2013). Örneğin, Birleşmiş Milletler'in sürdürülebilir kalkınma hedefleri doğrultusunda yürüttüğü kampanyalar, dijital diplomasi uygulamalarının küresel etkisine iyi bir örnektir (Manor, 2019).

Bireysel aktörlerin dijital diplomasiye katkısı da giderek artmaktadır. Ünlü akademisyenler, gazeteciler, sanatçılar ve sivil toplum liderleri, sosyal medya platformları aracılığıyla uluslararası kamuoyunu şekillendirme gücüne sahiptir (Bjola ve Holmes, 2015). Örneğin, Nobel ödüllü bilim insanlarının veya ünlü sanatçıların sosyal medya kampanyaları, küresel konulara ilişkin farkındalığı artırmada önemli bir rol oynayabilmektedir (Ross, 2015).

Dijital diplomasiinin avantajları kadar zorlukları da bulunmaktadır. Özellikle bilgi kirliliği ve manipölasyon, dijital diplomasiinin en büyük riskleri arasında yer almaktadır (Seib, 2016). Sosyal medya platformlarında yayılan sahte haberler ve dezenformasyon kampanyaları, kamu diplomasiinin güvenilirliğini sarsma potansiyeline sahiptir (Leonard, 2002). Bu nedenle, devletler ve uluslararası kuruluşlar, yanlış bilgiyle mücadele edebilmek adına çeşitli doğrulama mekanizmaları geliştirmektedirler (Melissen, 2021).

Sonuç olarak, dijital diplomasi, 21. yüzyılın diplomasi anlayışında köklü değişiklikler meydana getirmiştir. Devletler ve uluslararası aktörler, dijital araçları kullanarak halklar arası iletişimi güçlendirmekte ve uluslararası kamuoyunu yönlendirmektedirler (Bjola ve Jiang, 2020). Dijital diplomasiinin geleceği, yapay zeka, büyük veri analitiği ve siber güvenlik gibi alanlardaki gelişmeler doğrultusunda şekillenecek ve uluslararası ilişkilerde daha merkezi bir rol oynamaya devam edecektir (Finnemore ve Hollis, 2016).

1.2.1. Dijital Diplomasi ve Teknoloji İlişkisi

Teknolojinin hızla gelişmesi, uluslararası ilişkilerin doğasını önemli ölçüde değiştirmiştir. Geleneksel diplomasi anlayışı, teknolojik yeniliklerle birlikte dönüşerek dijital diplomasi kavramının ortaya çıkmasına yol açmıştır (Bjola ve Holmes, 2015). Dijital diplomasi, devletlerin ve uluslararası aktörlerin diplomatik süreçleri yürütmek, kamuoyu oluşturmak ve uluslararası ilişkileri geliştirmek için dijital teknolojileri kullanmasını ifade eder (Manor, 2019). Bu bağlamda, teknolojik yenilikler, dijital diplomasi'nin etkinliğini artırmakta ve bu alanın giderek daha önemli hale gelmesini sağlamaktadır (Seib, 2016). Özellikle internetin ve dijital iletişim araçlarının yaygınlaşması, devletlerin sınır ötesi etkileşimlerini ve kamu diplomasisi stratejilerini yeniden şekillendirmiştir.

Dijital diplomasi, sosyal medya platformları, büyük veri analitiği, yapay zeka, siber güvenlik ve blok zinciri gibi çeşitli teknolojik yeniliklerden doğrudan etkilenmektedir (Bjola ve Jiang, 2020). Geleneksel diplomasi, yüzyıllardır büyük ölçüde yüz yüze görüşmeler, resmi devlet belgeleri ve uluslararası toplantılar aracılığıyla yürütülmekteydi. Ancak dijitalleşmeyle birlikte, diplomatik süreçler daha hızlı, daha geniş kapsamlı ve etkileşimli hale gelmiştir. Devletler artık yalnızca resmi toplantılar ve büyükelçilikler aracılığıyla değil, aynı zamanda dijital platformlar üzerinden de kamuoyuna ulaşmakta ve uluslararası ilişkilerde etkili olmaya çalışmaktadırlar.

Özellikle bilgi akışının hızlanması, dijital diplomasi süreçlerinde gerçek zamanlı müdahalelerin ve kriz yönetiminin ön plana çıkmasına neden olmuştur (Finnemore ve Hollis, 2016). Örneğin, 2011 Arap Baharı sırasında Twitter ve Facebook gibi sosyal medya platformları, diplomatik mesajların hızla yayılmasını ve hükümetlerin kamu diplomasisi stratejilerini anlık olarak uygulamalarını mümkün kılmıştır. Günümüzde de benzer şekilde, devletler sosyal medya araçlarını uluslararası krizlerde etkili bir şekilde kullanarak resmi açıklamalar yapmakta, kriz yönetimi süreçlerini yönlendirmekte ve dezenformasyonla mücadele etmektedirler.

Dijital diplomasi'nin en önemli yönlerinden biri, büyük veri analitiği ve yapay zeka tabanlı çözümler ile uluslararası ilişkilerin daha sistematik ve ölçülebilir hale gelmesidir. Büyük veri analitiği, diplomatik süreçlerde kamuoyunun tepkisini ölçmek, politika oluşturma süreçlerine veri sağlamak ve hedef kitle analizi yapmak için giderek daha fazla

kullanılmaktadır. Yapay zeka algoritmaları, uluslararası diplomatik eğilimleri analiz ederek devletlerin dış politika stratejilerini daha bilinçli bir şekilde belirlemelerine yardımcı olmaktadır (Bjola ve Jiang, 2020). Bununla birlikte, yapay zeka destekli diplomasi süreçleri, etik ve mahremiyet gibi konuları da gündeme getirmekte ve devletlerin bu teknolojileri nasıl kullandığına dair tartışmalara yol açmaktadır.

Siber güvenlik, dijital diplomasinin en kritik bileşenlerinden biri haline gelmiştir. Devletler ve uluslararası kuruluşlar, dijital diplomasi süreçlerini yürütürken aynı zamanda siber saldırılara karşı korunmak zorundadırlar. Özellikle devlet destekli siber saldırılar, diplomatik süreçlerin sekteye uğramasına, devletler arası ilişkilerin gerilmesine ve uluslararası güvenlik krizlerinin ortaya çıkmasına yol açabilmektedir (Leonard, 2002). Örneğin, son yıllarda yaşanan siber saldırılar, devletlerin resmi web sitelerini hedef alarak kamu diplomasisi süreçlerine zarar vermiş ve uluslararası krizlere neden olmuştur. Bu nedenle, siber güvenlik stratejileri, dijital diplomasinin ayrılmaz bir parçası haline gelmiş ve devletler dijital altyapılarını korumak için kapsamlı güvenlik politikaları geliştirmeye başlamışlardır.

Blok zinciri teknolojisi de dijital diplomasi süreçlerinde potansiyel olarak önemli bir role sahip olabilir. Özellikle dijital kimlik doğrulama, uluslararası belgelerin güvenliği ve diplomatik anlaşmaların şeffaf bir şekilde yürütülmesi gibi alanlarda blok zinciri teknolojisinin kamu diplomasisini nasıl dönüştürebileceği tartışılmaktadır. Devletler, blok zinciri destekli veri güvenliği çözümleri sayesinde uluslararası iş birliklerini daha güvenilir hale getirebilir ve diplomatik süreçlerde şeffaflığı artırabilirler.

Dijital diplomasi, yalnızca devletler arasındaki ilişkileri değil, aynı zamanda bireyler ve sivil toplum kuruluşları arasındaki etkileşimleri de yeniden şekillendirmektedir. Geleneksel diplomasi süreçlerinde genellikle devlet yetkilileri ve diplomatlar ön planda olurken, dijitalleşme süreci ile bireyler, akademisyenler, gazeteciler ve sivil toplum kuruluşları da kamu diplomasisi süreçlerine aktif olarak dahil olmaya başlamıştır. Dijital platformlar, bireysel aktörlerin uluslararası konularda seslerini duyurmasını sağlayarak, devletlerin kamu diplomasisi stratejilerini çeşitlendirmelerine ve daha kapsayıcı bir diplomasi anlayışı geliştirmelerine katkı sunmaktadır.

Dijital diplomasi, teknolojik yeniliklerin sunduğu fırsatları ve karşılaştığı zorlukları içeren dinamik bir süreçtir. Dijitalleşme, kamu diplomasisinin etkinliğini artırırken, aynı

zamanda siber güvenlik, dezenformasyon ve etik sorunlar gibi yeni riskleri de beraberinde getirmektedir. Teknolojinin sunduğu fırsatlar kadar riskler de dijital diplomasi alanında dikkate alınması gereken önemli unsurlar arasındadır (Leonard, 2002). Gelecekte dijital diplomasi süreçlerinin daha da gelişerek yapay zeka, büyük veri analitiği ve siber güvenlik çözümleri ile entegre edilmesi beklenmektedir. Devletler ve uluslararası aktörler, dijital diplomasi süreçlerini etkili bir şekilde yönetebilmek için yenilikçi teknolojileri kullanmaya devam edecek ve diplomasi anlayışlarını bu doğrultuda yeniden şekillendireceklerdir.

1.2.1.1. Sosyal Medyanın Dijital Diplomasiye Etkisi

Sosyal medya platformları, devletlerin ve diplomatların kamu diplomasisi stratejilerini doğrudan küresel kitlelere ulaştırmalarını mümkün kılan en önemli araçlardan biri haline gelmiştir (Hanson, 2012). Geleneksel diplomasi anlayışında devletlerarası ilişkiler büyük ölçüde resmi belgeler, toplantılar ve yüz yüze diplomatik görüşmeler aracılığıyla yürütülmekteydi. Ancak dijitalleşmenin hız kazanmasıyla birlikte, kamu diplomasisi süreçleri de dönüşüm geçirmiştir. Twitter, Facebook, YouTube, LinkedIn ve Instagram gibi platformlar, kriz yönetimi, uluslararası kamuoyunu bilgilendirme ve diplomatik ilişkileri yürütme süreçlerinde yoğun bir şekilde kullanılmaktadır (Seib, 2016). Bu platformlar, devletlerin küresel kamuoyu ile doğrudan etkileşim kurmasını sağlayarak kamu diplomasisini daha erişilebilir ve hızlı hale getirmiştir.

Günümüzde devletler, sosyal medya aracılığıyla uluslararası politikalarını anlatmak, küresel krizlere yanıt vermek ve hedef kitleleriyle doğrudan iletişim kurmak için farklı stratejiler geliştirmektedir. Diplomatik misyonlar ve dışişleri bakanlıkları, sosyal medya hesaplarını aktif bir şekilde kullanarak hükümetlerin politikalarını anlatmakta ve dış dünyada ülke imajlarını güçlendirmektedirler. Özellikle kriz dönemlerinde, sosyal medya devletler için anlık bilgi paylaşımı, yanlış bilgileri düzeltme ve küresel dayanışmayı teşvik etme açısından kritik bir araç haline gelmiştir. Örneğin, Birleşmiş Milletler ve Avrupa Birliği gibi uluslararası kuruluşlar, kriz yönetim süreçlerinde kamu diplomasisini etkin bir şekilde kullanarak küresel toplumu bilgilendirme ve iş birliğini artırma faaliyetlerini sosyal medya aracılığıyla yürütmektedirler.

Özellikle kriz dönemlerinde, sosyal medya, hızlı bilgi akışı sağlayarak devletlerin anında yanıt vermesini mümkün kılmaktadır. Geleneksel medya organlarına kıyasla, sosyal medya daha geniş bir erişim kapasitesine sahip olması nedeniyle, uluslararası krizlerin yönetilmesi açısından önemli avantajlar sunmaktadır. Örneğin, 2011 Arap Baharı sürecinde sosyal medya, devletlerarası iletişim ve kamu diplomasisi için önemli bir araç haline gelmiştir (Pamment, 2013). Arap Baharı sırasında, Twitter ve Facebook gibi platformlar, sivil toplum hareketlerinin örgütlenmesi, uluslararası kamuoyunun bilgilendirilmesi ve kriz yönetimi süreçlerinde etkili bir şekilde kullanılmıştır. Bu dönemde, sosyal medya aracılığıyla yayılan haberler, bölgesel ve uluslararası aktörlerin karar alma süreçlerini doğrudan etkilemiş, kamu diplomasisi ile devletler arasındaki etkileşimde yeni bir dönem başlatmıştır.

Benzer şekilde, Covid-19 pandemisi sırasında Dünya Sağlık Örgütü (WHO) ve devletler, dijital platformları kamuoyunu bilgilendirmek ve yanlış bilgileri önlemek için aktif olarak kullanmışlardır (Manor, 2019). Pandemi sürecinde yanlış bilginin yayılma hızı, dijital platformların kamu diplomasisi süreçlerindeki önemini artırmıştır. Dünya Sağlık Örgütü, Twitter, Facebook ve YouTube gibi platformları kullanarak Covid-19 hakkında doğru bilgileri yayma, aşı süreçleri hakkında kamuoyunu bilgilendirme ve sağlık politikalarının etkinliğini artırma stratejileri geliştirmiştir. Aynı zamanda birçok devlet, sosyal medya aracılığıyla pandemi yönetimi konusunda küresel dayanışmayı artırmaya yönelik mesajlar yayımlamış, halkın güvenilir kaynaklara erişimini sağlamak için dijital iletişim stratejileri oluşturmuştur.

Dijital platformların kamu diplomasisi üzerindeki etkisi, yalnızca kriz anlarıyla sınırlı kalmamaktadır. Devletler, kültürel diplomasiyi teşvik etmek, ekonomik iş birliklerini duyurmak ve uluslararası halkla ilişkilerini güçlendirmek için de sosyal medyayı kullanmaktadır. Örneğin, büyükelçilikler ve diplomatik misyonlar, sosyal medya hesapları üzerinden kültürel etkinlikleri tanıtmakta, ülkeler arası iş birliklerini duyurmakta ve uluslararası kamuoyunun dikkatini belirli konulara çekmektedir. Bu süreç, devletlerin uluslararası alandaki yumuşak güç politikalarını güçlendirmesine katkı sağlamaktadır.

Ancak, sosyal medyanın kamu diplomasisinde artan önemi, dezenformasyon ve siber tehditler gibi yeni riskleri de beraberinde getirmektedir. Devlet destekli propaganda

faaliyetleri, sahte haberler ve manipülatif içerikler, uluslararası ilişkilerde karmaşık bir dinamik yaratmaktadır. Bu nedenle, dijital kamu diplomasisinin başarılı olabilmesi için devletlerin şeffaflık, güvenilirlik ve etik ilkeler çerçevesinde hareket etmeleri gerekmektedir. Dijitalleşmenin sunduğu fırsatların yanı sıra, devletler ve uluslararası kuruluşlar, sosyal medya platformlarındaki dezenformasyon risklerine karşı stratejik önlemler almak zorundadır.

Sosyal medya, devletlerin kamu diplomasisi faaliyetlerini yürütmelerini sağlayan güçlü bir araç olarak öne çıkmaktadır. Kriz yönetimi süreçlerinde hızlı ve etkili bilgi akışını sağlamak, kamuoyunu bilinçlendirmek ve uluslararası ilişkileri güçlendirmek için dijital platformların kullanımı giderek artmaktadır. Özellikle uluslararası krizler sırasında sosyal medya, devletler arası diplomasi süreçlerini hızlandırmakta ve küresel dayanışmanın sağlanmasına katkıda bulunmaktadır. Gelecekte, devletlerin kamu diplomasisi stratejilerinin büyük ölçüde dijitalleşeceği ve sosyal medya platformlarının uluslararası ilişkilerde belirleyici bir rol oynayacağı öngörülmektedir (Hanson, 2012; Seib, 2016; Pamment, 2013; Manor, 2019).

1.2.1.2. Büyük Veri ve Yapay Zeka

Büyük veri analitiği ve yapay zeka teknolojileri, dijital diplomasi süreçlerinde giderek daha fazla kullanılmaktadır. Dijitalleşmenin uluslararası ilişkilerde yarattığı dönüşüm, kamu diplomasisi uygulamalarının daha veri odaklı hale gelmesini sağlamıştır. Büyük veri, kamu diplomasisi faaliyetlerinde hedef kitle analizleri, trend belirleme ve politika geliştirme süreçlerinde önemli bir rol oynamaktadır (Bjola ve Jiang, 2020). Devletler, büyük veri analitiği sayesinde, küresel kamuoyunun genel eğilimlerini belirleyebilmekte, kriz anlarında halkın tepkilerini ölçebilmekte ve kamu diplomasisi stratejilerini daha etkin hale getirebilmektedir. Bu durum, hükümetlerin ve diplomatik kurumların daha isabetli kararlar almasını sağlayarak, uluslararası ilişkilerde daha stratejik bir yaklaşım benimsemelerine yardımcı olmaktadır.

Büyük veri analitiği, kamu diplomasisinin etkinliğini artırmak için birçok farklı yöntemle kullanılmaktadır. Özellikle sosyal medya platformlarında paylaşılan içerikler, uluslararası basında çıkan haberler ve halkın çeşitli küresel olaylara verdiği tepkiler büyük veri analitiği ile değerlendirilmektedir. Bu süreçte, veri madenciliği ve duygu

analizi gibi teknikler kullanılarak kamu diplomasisinin hedef kitle üzerindeki etkisi ölçülebilmektedir (Finnemore ve Hollis, 2016). Büyük veri, yalnızca anlık kriz yönetiminde değil, aynı zamanda uzun vadeli kamu diplomasisi politikalarının belirlenmesinde de etkili bir araç olarak öne çıkmaktadır.

Yapay zeka destekli analizler, devletlerin ve diplomatik kurumların geniş veri setlerinden anlamlı bilgiler elde etmesini sağlayarak daha stratejik kararlar almalarına yardımcı olmaktadır. Yapay zeka, uluslararası ilişkilerde veri analitiği ve karar destek sistemlerinin daha verimli bir şekilde kullanılmasına olanak tanımaktadır. Örneğin, diplomatik belgelerin otomatik olarak analiz edilmesi, uluslararası medya içeriklerinin sınıflandırılması ve diplomatik ilişkilerde ortaya çıkabilecek eğilimlerin öngörülmesi gibi konularda yapay zeka çözümleri büyük faydalar sağlamaktadır (Melissen, 2021). Yapay zeka destekli kamu diplomasisi uygulamaları, devletlerin dış politika kararlarını oluştururken veri odaklı ve öngörülü bir yaklaşım benimsemelerine yardımcı olmaktadır.

Örneğin, ABD Dışişleri Bakanlığı, büyük veri analitiği kullanarak uluslararası kamuoyunun tepkilerini değerlendirmekte ve politikalarını bu doğrultuda şekillendirmektedir (Cull, 2008). ABD hükümeti, sosyal medya platformlarındaki eğilimleri analiz ederek, belirli bir olay karşısında uluslararası toplumun tepkisini tahmin edebilmekte ve kamu diplomasisi stratejilerini bu doğrultuda belirleyebilmektedir. Bunun yanı sıra, Avrupa Birliği ve Çin gibi büyük aktörler de yapay zeka ve büyük veri teknolojilerini kamu diplomasisi süreçlerinde aktif olarak kullanmaktadır. Örneğin, Çin'in büyük veri destekli sosyal medya takip sistemleri, ülkenin uluslararası imajını analiz etmek ve dış politika kararlarını optimize etmek için kullanılan önemli araçlardan biridir.

Yapay zeka, ayrıca sahte haberlerin tespit edilmesi, yanlış bilgiyle mücadele edilmesi ve uluslararası propaganda kampanyalarının analiz edilmesi gibi konularda da kritik bir rol oynamaktadır (Melissen, 2021). Dijitalleşmenin artmasıyla birlikte, devletler arası rekabetin bir parçası olarak yanlış bilgi yayma kampanyaları sıkça kullanılmaktadır. Bu noktada, yapay zeka destekli analiz sistemleri, dezenformasyon ile mücadelede önemli bir araç haline gelmiştir. Örneğin, Twitter ve Facebook gibi platformlar, yapay zeka algoritmaları kullanarak sahte haberleri tespit etmekte ve bu tür içeriklerin yayılmasını engellemek için çeşitli önlemler almaktadırlar. Benzer şekilde, devletler de yapay zeka

destekli analiz araçları ile dezenformasyonla mücadele etmekte ve uluslararası kamuoyunda güvenilir bir iletişim stratejisi geliştirmektedirler.

Büyük veri ve yapay zeka tabanlı dijital diplomasi uygulamaları, kriz yönetimi süreçlerinde de kritik bir öneme sahiptir. Kriz anlarında, devletlerin hızlı ve doğru kararlar alması gerekmektedir. Büyük veri analitiği sayesinde, devletler kriz anlarında uluslararası toplumun eğilimlerini hızlı bir şekilde değerlendirebilir ve buna uygun diplomatik adımlar atabilirler. Örneğin, doğal afetler, terör saldırıları veya küresel sağlık krizleri gibi durumlarda büyük veri ve yapay zeka destekli sistemler, karar alıcıların en doğru stratejileri belirlemesine yardımcı olmaktadır. Ayrıca, yapay zeka destekli iletişim stratejileri sayesinde, kriz dönemlerinde kamuoyunun bilgilendirilmesi ve dezenformasyonun önlenmesi de sağlanmaktadır.

Büyük veri analitiği ve yapay zeka teknolojileri, dijital diplomasinin temel bileşenleri haline gelmiştir. Devletler ve uluslararası aktörler, bu teknolojileri kullanarak kamu diplomasisi stratejilerini daha etkili ve hedef odaklı hale getirmektedirler. Büyük veri analitiği, uluslararası kamuoyunun eğilimlerini ölçerek kamu diplomasisi faaliyetlerini daha bilinçli bir şekilde yönlendirmeye yardımcı olurken, yapay zeka destekli analiz sistemleri de dezenformasyonla mücadelede ve kriz yönetiminde büyük bir rol oynamaktadır. Gelecekte, bu teknolojilerin kamu diplomasisi süreçlerindeki etkisinin daha da artması beklenmektedir ve devletlerin diplomatik stratejilerini bu doğrultuda geliştirmeleri zorunlu hale gelmektedir (Bjola ve Jiang, 2020; Finnemore ve Hollis, 2016; Melissen, 2021).

1.2.1.3. Siber Güvenlik ve Dijital Diplomasi

Dijital diplomasi uygulamalarında siber güvenlik, en önemli konulardan biri haline gelmiştir. Devletler, uluslararası alanda yürüttükleri dijital diplomasi faaliyetlerini siber saldırılardan korumak için çeşitli güvenlik önlemleri almaktadır (Bjola ve Holmes, 2015). Dijitalleşmenin hız kazanmasıyla birlikte, devletlerin resmi açıklamalarını ve diplomatik faaliyetlerini hedef alan siber tehditler giderek artmaktadır. Bu tehditler arasında siber casusluk, veri sızıntıları ve dezenformasyon kampanyaları gibi unsurlar öne çıkmaktadır. Devletler, ulusal güvenlik stratejileri kapsamında siber tehditlere karşı korunmak ve

uluslararası düzeyde diplomatik ilişkilerini güvence altına almak için kapsamlı siber güvenlik politikaları geliştirmektedirler (Seib, 2016).

Siber güvenlik riskleri, dijital diplomasi faaliyetlerinin güvenilirliğini ve etkinliğini doğrudan etkileyen faktörler arasında yer almaktadır. Siber saldırılar, devletlerin dış politika süreçlerinde bilgi manipülasyonu ile karşılaşmasına neden olabilmekte ve uluslararası kamuoyunu yönlendirme girişimlerine zarar verebilmektedir. Özellikle son yıllarda gerçekleşen siber saldırılar, devletlerin dijital güvenlik politikalarını güçlendirmelerine neden olmuştur. Devletler, yalnızca ulusal güvenliklerini değil, aynı zamanda diplomatik itibarlarını da korumak amacıyla gelişmiş siber savunma mekanizmaları geliştirmektedirler.

Örneğin, 2016 ABD başkanlık seçimleri sırasında dijital platformlarda yayılan dezenformasyon kampanyaları, uluslararası kamuoyunda büyük yankı uyandırmış ve dijital diplomasiye yönelik güvenlik kaygılarını artırmıştır (Pamment, 2013). Rusya'nın seçimlere müdahale ettiği iddiaları, siber güvenliğin uluslararası ilişkilerde nasıl bir güç unsuru haline geldiğini göstermiştir. Bu olay, dezenformasyonun diplomatik süreçlerde nasıl etkili olabileceğini ortaya koymuş ve devletleri dijital güvenlik politikalarını gözden geçirmeye itmiştir. ABD hükümeti, bu olayın ardından siber güvenlik önlemlerini artırmış ve sosyal medya platformlarıyla iş birliği yaparak sahte haberlerin yayılmasını önlemeye yönelik stratejiler geliştirmiştir.

Siber saldırılar yalnızca dezenformasyon ile sınırlı kalmamaktadır. Devletler, resmi diplomatik yazışmaların ele geçirilmesi, kritik altyapıların hedef alınması ve kamu kurumlarının siber casusluk faaliyetlerine maruz kalması gibi tehditlerle de karşı karşıya kalmaktadırlar. Örneğin, 2017 yılında gerçekleşen WannaCry fidye yazılım saldırısı, birçok ülkenin kritik altyapısına zarar vermiş ve uluslararası düzeyde siber güvenliğin önemini bir kez daha gündeme getirmiştir. Bu tür saldırılar, diplomatik ilişkileri ve devletlerin uluslararası arenadaki güvenilirliğini zedeleyebilmektedir (Leonard, 2002).

Siber güvenliğin uluslararası ilişkilerde artan önemi, devletleri dijital güvenlik alanında yeni stratejiler geliştirmeye yönlendirmiştir. Devletler, ulusal siber güvenlik ajansları kurarak dijital diplomasi faaliyetlerini koruma altına almakta ve uluslararası iş birliklerini artırmaktadırlar. NATO ve Avrupa Birliği gibi uluslararası örgütler, üye devletler arasında siber güvenlik alanında ortak politikalar geliştirmek ve siber tehditlere karşı

kolektif bir savunma mekanizması oluşturmak amacıyla çeşitli girişimlerde bulunmaktadır. Örneğin, Avrupa Birliği'nin 2020 yılında yayımladığı Siber Güvenlik Stratejisi, üye devletlerin siber güvenlik kapasitelerini artırmaya yönelik kapsamlı bir çerçeve sunmaktadır.

Dijital diplomasi süreçlerinde güvenliği sağlamak amacıyla devletler, çeşitli teknolojik önlemler almaktadırlar. Şifreleme teknolojileri, blok zinciri tabanlı güvenlik sistemleri ve yapay zeka destekli siber güvenlik çözümleri, devletlerin dijital diplomasi faaliyetlerini daha güvenli hale getirmekte önemli rol oynamaktadır. Örneğin, blok zinciri teknolojisi, diplomatik belgelerin güvenliğini artırmak ve manipülasyonu önlemek amacıyla bazı ülkeler tarafından test edilmektedir. Aynı şekilde, yapay zeka destekli siber tehdit algılama sistemleri, devletlerin potansiyel saldırıları önceden tespit ederek hızlı müdahalede bulunmalarına olanak sağlamaktadır.

Siber güvenlik, dijital diplomasinin sürdürülebilirliği açısından kritik bir unsur haline gelmiştir. Devletler, siber tehditlere karşı koruma sağlamak amacıyla hem ulusal hem de uluslararası düzeyde çeşitli güvenlik önlemleri almakta ve iş birliklerini güçlendirmektedirler. Dijital diplomasi süreçlerinin güvenliğini sağlamak, devletlerin dış politika stratejilerinin başarıya ulaşmasını doğrudan etkileyen bir faktör haline gelmiştir. Bu nedenle, devletlerin gelecekte siber güvenlik alanında daha fazla yatırım yaparak, siber tehditlere karşı dirençlerini artırmaları beklenmektedir (Bjola ve Holmes, 2015; Seib, 2016; Pamment, 2013; Leonard, 2002).

1.2.1.4. Blok Zinciri Teknolojisi ve Diplomasi

Blok zinciri teknolojisi, son yıllarda dijital diplomasi süreçlerinde önemli bir yenilik olarak öne çıkmaktadır. Veri güvenliği ve şeffaflık sağlayan bu teknoloji, özellikle diplomatik belgelerin korunması, uluslararası anlaşmaların güvenliği ve devletler arası bilgi paylaşımı gibi konularda kullanılmaktadır (Finnemore ve Hollis, 2016). Dijitalleşmenin uluslararası ilişkilerde hızla yaygınlaşmasıyla birlikte, devletlerin diplomatik süreçlerini güvenli ve şeffaf bir şekilde yönetmeleri giderek daha kritik hale gelmiştir. Blok zinciri teknolojisi, bu bağlamda, uluslararası ilişkilerin dijitalleşmesine yönelik yeni fırsatlar sunarak devletler arasında güvene dayalı bir işleyişi teşvik etmektedir.

Blok zinciri, merkezi olmayan bir veri saklama yöntemi olup, her bir veri kaydının değiştirilemez ve doğrulanabilir olmasını sağlamaktadır. Bu özellikleri sayesinde, uluslararası diplomasi süreçlerinde veri güvenliğini sağlamak ve manipölasyon risklerini azaltmak için ideal bir teknoloji olarak değerlendirilmektedir. Blok zinciri tabanlı diplomasi uygulamaları, devletlerin diplomatik yazışmalarını daha güvenli hale getirmekte, uluslararası anlaşmaların doğruluğunu garanti altına almakta ve gizli bilgilerin sızdırılmasını engellemede etkili bir araç olarak öne çıkmaktadır (Bjola ve Jiang, 2020).

Örneğin, Estonya hükümeti, blok zinciri teknolojisini diplomatik belgelerin güvenliğini artırmak ve ulusal veritabanlarını korumak için aktif olarak kullanmaktadır. Estonya, kamu yönetimi süreçlerinde blok zinciri teknolojisini entegre eden öncü ülkelerden biri olup, e-devlet sistemlerinde ve uluslararası iş birliklerinde veri güvenliği sağlamak amacıyla bu teknolojiye yararlanmaktadır. Estonya'nın bu teknolojiyi benimsemesi, diplomasi süreçlerinde blok zincirinin uygulanabilirliğine yönelik başarılı bir örnek teşkil etmektedir (Bjola ve Jiang, 2020).

Benzer şekilde, Avrupa Birliği, dijital sertifikalar ve elektronik kimlik doğrulama sistemleri için blok zinciri tabanlı çözümler geliştirmektedir (Manor, 2019). AB ülkeleri, dijital kimliklerin güvenliğini sağlamak ve uluslararası iş birliklerini daha şeffaf hale getirmek amacıyla blok zinciri teknolojisini kullanarak, güvenilir ve merkezi olmayan bir doğrulama sistemine geçiş yapmayı hedeflemektedir. Blok zinciri destekli diplomatik süreçlerin yaygınlaşması, uluslararası iş birliklerinde daha güvenilir bir yapı oluşturmakta ve taraflar arasında bilgi paylaşımını daha güvenli hale getirmektedir.

Teknolojinin gelişimi, dijital diplomasiyi dönüştürmüş ve diplomatik süreçleri daha etkin hale getirmiştir. Sosyal medya, büyük veri, yapay zeka, siber güvenlik ve blok zinciri gibi teknolojiler, dijital diplomasi'nin en önemli bileşenleri olarak öne çıkmaktadır (Bjola ve Holmes, 2015). Dijital araçların kamu diplomasisi süreçlerine entegre edilmesi, devletlerin uluslararası kamuoyuna doğrudan ulaşmasını sağlamakta ve diplomatik süreçlerin geleneksel yöntemlere kıyasla daha hızlı işlemesine olanak tanımaktadır. Özellikle kriz yönetimi ve uluslararası ilişkilerin hızla değişen dinamiklerine uyum sağlama açısından dijital diplomasi, devletlerin daha esnek ve etkili politikalar üretmesine yardımcı olmaktadır.

Dijital diplomasi uygulamalarının yaygınlaşması, aynı zamanda devletlerin uluslararası ilişkilerde dijital araçları kullanarak kamuoyunu etkileme, kriz yönetimi sağlama ve diplomatik süreçleri hızlandırma imkanına sahip olmalarını sağlamıştır (Melissen, 2021). Devletler, sosyal medya platformlarını, yapay zeka destekli analiz sistemlerini ve büyük veri teknolojilerini kullanarak, kamu diplomasisi faaliyetlerini daha stratejik bir şekilde yürütmekte ve uluslararası ilişkilerde daha güçlü bir aktör haline gelmektedir. Örneğin, büyük veri analitiği kullanılarak kamuoyunun eğilimleri daha doğru bir şekilde analiz edilmekte ve diplomatik mesajlar hedef kitleye özel olarak uyarlanabilmektedir.

Bununla birlikte, siber güvenlik tehditleri, dezenformasyon kampanyaları ve veri güvenliği sorunları, dijital diplomasinin karşı karşıya olduğu temel zorluklar arasında yer almaktadır (Seib, 2016). Dijital diplomasi, devletlere uluslararası alanda etkili olma fırsatları sunarken, aynı zamanda siber tehditler nedeniyle riskler de içermektedir. Özellikle siber saldırılar ve dezenformasyon kampanyaları, devletlerin kamu diplomasisi stratejilerine zarar verebilmekte ve uluslararası güvenlik açısından ciddi tehditler oluşturmaktadır.

Devletlerin bu tehditlere karşı dirençli olabilmesi için dijital altyapılarını güçlendirmeleri ve uluslararası iş birliklerini artırmaları gerekmektedir (Finnemore ve Hollis, 2016). Siber güvenlik önlemleri ve uluslararası düzeyde geliştirilen iş birlikleri, dijital diplomasinin sürdürülebilirliğini sağlamak açısından kritik bir rol oynamaktadır. Devletler, dijital güvenliği sağlamak için blok zinciri, yapay zeka destekli siber güvenlik çözümleri ve merkezi olmayan veri koruma teknolojilerine yatırım yaparak, diplomatik süreçlerin güvenilirliğini artırmaya yönelik stratejiler geliştirmelidir. Özellikle uluslararası örgütler, devletler arasındaki dijital güvenliği sağlamak adına ortak güvenlik politikaları oluşturarak, blok zinciri gibi teknolojilerin daha etkin kullanılmasını teşvik etmektedir.

Blok zinciri teknolojisi, dijital diplomasi süreçlerinin güvenliğini ve şeffaflığını artıran önemli bir araç olarak öne çıkmaktadır. Devletler, diplomatik belgelerin güvenliğini sağlamak, uluslararası anlaşmaları daha güvenilir hale getirmek ve dezenformasyon kampanyalarına karşı koymak için blok zinciri teknolojisini giderek daha fazla benimsemektedir. Ancak, bu teknolojilerin etkin bir şekilde kullanılabilmesi için devletlerin dijital altyapılarını güçlendirmeleri, uluslararası iş birliklerini artırmaları ve siber güvenlik stratejilerini sürekli olarak güncellemeleri gerekmektedir (Finnemore ve

Hollis, 2016; Bjola ve Jiang, 2020; Manor, 2019; Seib, 2016). Dijitalleşmenin hızla ilerlediği günümüz dünyasında, blok zinciri gibi yenilikçi teknolojilerin diplomasi süreçlerinde daha yaygın hale gelmesi beklenmektedir.

1.2.2. Dijital Diplomasi Uygulamaları ve Başarı Örnekleri

Dijital diplomasi, devletlerin uluslararası arenada etkilerini artırmak, kamuoyu oluşturmak ve diplomatik ilişkileri daha etkin yönetmek için dijital teknolojileri kullanmalarını ifade etmektedir (Bjola ve Holmes, 2015). Dijitalleşme ile birlikte, diplomatik faaliyetler de dönüşüme uğramış, sosyal medya platformları, büyük veri analitiği ve yapay zeka destekli araçlar devletlerin dış politika süreçlerinde önemli roller üstlenmiştir (Pamment, 2013). Geleneksel diplomasi anlayışının yerini alan dijital diplomasi, devletlerin dış politika mesajlarını daha geniş kitlelere ulaştırmasını sağlayarak kamu diplomasisi süreçlerine de doğrudan katkı sunmaktadır.

Özellikle uluslararası krizler ve diplomatik çatışmalar sırasında dijital diplomasi, anlık bilgi paylaşımı ve kamuoyunu yönlendirme açısından stratejik bir araç haline gelmiştir (Manor, 2019). Geleneksel diplomasi süreçlerinde devletler arası ilişkiler büyük ölçüde resmi belgeler, büyükelçilikler ve doğrudan görüşmeler üzerinden yürütülürken, dijitalleşmenin etkisiyle birlikte diplomatik iletişim artık sosyal medya platformları ve dijital medya araçları aracılığıyla da gerçekleştirilmektedir. Özellikle kriz dönemlerinde, dijital diplomasi, devletlerin hızlı tepki vermesine, yanlış bilgileri düzeltmesine ve uluslararası kamuoyunun desteğini kazanmasına yardımcı olmaktadır.

Dijital diplomasi uygulamaları, dünya genelinde birçok ülke tarafından aktif olarak yürütülmektedir. Devletler, diplomatik mesajlarını iletme, uluslararası krizleri yönetmek ve halkla ilişkilerini güçlendirmek amacıyla sosyal medya, dijital medya platformları ve veri analitiği gibi araçları kullanmaktadırlar (Seib, 2016). Bu bağlamda, dijital diplomasi stratejilerinin en başarılı örnekleri incelendiğinde, belirli ülkelerin bu alanda öncü roller üstlendiği görülmektedir. Özellikle gelişmiş ülkeler, dijital diplomasi süreçlerini sistematik bir şekilde yönetmekte ve kamu diplomasisi faaliyetlerini dijitalleşen dünyaya entegre etmektedir.

ABD, dijital diplomasi uygulamalarını sistematik ve kapsamlı bir şekilde yürüten ülkelerden biridir. ABD Dışişleri Bakanlığı, "eDiplomacy" adı altında bir dizi dijital

diplomasi programı geliştirmiştir (Hanson, 2012). Bu program, sosyal medya stratejileri, çevrimiçi halkla ilişkiler ve kriz yönetimi süreçlerini kapsamakta olup, ABD'nin uluslararası kamuoyunu yönlendirme gücünü artırmaktadır (Bjola ve Jiang, 2020). eDiplomacy programı kapsamında, ABD büyükelçilikleri ve diplomatik temsilcilikleri sosyal medya üzerinden aktif bir şekilde kamu diplomasisi faaliyetleri yürütmekte, kriz dönemlerinde uluslararası kamuoyunu bilgilendirmekte ve dezenformasyon kampanyalarına karşı stratejik müdahalelerde bulunmaktadır.

Özellikle Twitter ve YouTube gibi platformlarda yürütölen diplomatik kampanyalar, ABD'nin küresel kamuoyuyla doğrudan etkileşim kurmasını sağlamaktadır (Finnemore ve Hollis, 2016). ABD hükümeti, sosyal medya platformlarını kullanarak belirli konular hakkında uluslararası farkındalık oluşturmakta ve diplomatik mesajlarını geniş kitlelere ulaştırmaktadır. Örneğin, ABD Dışışleri Bakanlığı tarafından yürütölen “#AskState” kampanyası, dünya genelindeki vatandaşların doğrudan ABD diplomatlarına sorular yöneltebildiği interaktif bir dijital diplomasi uygulaması olarak dikkat çekmektedir. Bu tür etkileşimli programlar, ABD'nin uluslararası kamu diplomasisini güçlendirmekte ve küresel iletişim stratejilerini daha dinamik hale getirmektedir.

Dijital diplomasinin ABD'deki etkili kullanımının yanı sıra, Avrupa Birliği de dijital diplomasi süreçlerine büyük önem vermektedir. Avrupa Birliği, uluslararası kamuoyunda AB politikalarını anlatmak, dezenformasyonla mücadele etmek ve dijital diplomasi süreçlerini güçlendirmek için çeşitli dijital araçlar kullanmaktadır. Avrupa Birliği'nin "EU vs. Disinfo" girişimi, dezenformasyonla mücadele eden önemli bir dijital diplomasi örneği olarak öne çıkmaktadır. Bu platform, yanlış bilgilendirme kampanyalarını analiz ederek kamuoyunu bilinçlendirme amacı taşımaktadır (Manor, 2019).

Bunun yanı sıra, Çin de dijital diplomasiye büyük yatırımlar yapan ölkeler arasındadır. Çin'in uluslararası medya ve sosyal medya platformları aracılığıyla yürüttüğü dijital diplomasi kampanyaları, ölkenin küresel imajını şekillendirme ve uluslararası politikalarını destekleme amacına hizmet etmektedir. Örneğin, Çin hükümeti, Weibo ve WeChat gibi yerel sosyal medya platformlarının yanı sıra Twitter ve YouTube gibi uluslararası mecralarda da aktif olarak dijital diplomasi faaliyetleri yürütmektedir (Pamment, 2013). Çin'in “Belt and Road Initiative” (Kuşak ve Yol Girişimi) kapsamında gerçekleştirdiği dijital diplomasi çalışmaları, uluslararası kamuoyunda projenin olumlu

bir şekilde algılanmasını sağlamak amacıyla tasarlanmıştır. Bu girişim kapsamında, Çin hükümeti dijital medya platformlarını kullanarak projenin ekonomik ve altyapı açısından sağladığı faydaları vurgulamakta ve küresel destek oluşturmaya çalışmaktadır.

Dijital diplomasi, sadece büyük güçler tarafından değil, küçük ve orta ölçekli ülkeler tarafından da etkili bir şekilde kullanılmaktadır. Örneğin, Estonya, dijitalleşme alanındaki öncü rolü sayesinde kamu diplomasisini büyük ölçüde dijital araçlar üzerinden yürütmektedir. Estonya hükümeti, e-devlet sistemleri ve dijital diplomasi girişimleri aracılığıyla uluslararası kamuoyunda şeffaf ve etkili bir diplomasi anlayışı benimsemektedir (Bjola ve Jiang, 2020).

Dijital diplomasi, devletlerin uluslararası kamuoyuna ulaşmalarını kolaylaştıran ve diplomatik süreçleri daha hızlı ve etkin hale getiren bir araç olarak ön plana çıkmaktadır. ABD, Avrupa Birliği ve Çin gibi büyük aktörler dijital diplomasi süreçlerine yoğun yatırım yapmakta, küçük ülkeler ise bu teknolojik dönüşümü kullanarak küresel diplomasi alanında etkin roller üstlenmeye çalışmaktadır. Gelecekte dijital diplomasi stratejilerinin daha fazla veri analitiği, yapay zeka ve büyük veri çözümleri ile desteklenmesi beklenmekte ve devletlerin diplomatik faaliyetlerini daha etkin yönetmelerine olanak sağlayacağı öngörülmektedir (Bjola ve Holmes, 2015; Pamment, 2013; Manor, 2019; Finnemore ve Hollis, 2016).

İngiltere Dışişleri Bakanlığı, dijital diplomasi konusunda yenilikçi yaklaşımlar benimseyen ülkeler arasında yer almaktadır. "Digital Diplomacy" projesi kapsamında, İngiltere diplomatik temsilciliklerini sosyal medya ve dijital platformları aktif kullanmaları konusunda teşvik etmektedir (Ross, 2015). Dijital diplomasi, geleneksel diplomatik araçların yanı sıra, devletlerin kamu diplomasisini daha geniş kitlelere ulaştırmasını sağlamak ve uluslararası ilişkilerde daha fazla şeffaflık ve etkileşim sağlamaktadır. Bu doğrultuda, İngiltere hükümeti dijital diplomasi stratejilerini sürekli olarak güncellemekte ve dış politika süreçlerini dijitalleşen dünya ile entegre etmektedir.

Özellikle Twitter ve Facebook üzerinden yürütülen kampanyalar, diplomatik misyonların kamuoyuna doğrudan erişimini kolaylaştırmaktadır (Leonard, 2002). İngiltere Dışişleri Bakanlığı'nın büyükelçilikleri ve konsoloslukları, dijital diplomasi araçlarını kullanarak kriz anlarında kamuoyunu bilgilendirme, halkın yanlış bilgiye maruz kalmasını engelleme ve uluslararası ilişkileri daha güçlü hale getirme gibi konularda aktif bir rol

üstlenmektedir. İngiltere hükümeti, kriz dönemlerinde dijital diplomasi stratejileriyle halkı bilgilendirme ve yanlış bilgilerin yayılmasını önleme çabalarına öncülük etmektedir (Manor, 2019). Özellikle Brexit sürecinde ve Covid-19 pandemisi sırasında yürütülen dijital diplomasi faaliyetleri, kamuoyunun doğru bilgiye ulaşmasını sağlamak açısından kritik bir öneme sahiptir.

Dijital diplomasi stratejileri, yalnızca büyük küresel aktörlerle sınırlı kalmamış, aynı zamanda Türkiye gibi bölgesel güçler tarafından da benimsenmiştir. Türkiye, kamu diplomasisi stratejilerini dijital diplomasi ile destekleyerek uluslararası arenada etkinliğini artırmaktadır (Özkan, 2021). Dijitalleşen diplomasi anlayışı, Türkiye'nin dış politika vizyonunu şekillendiren önemli unsurlar arasında yer almakta olup, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Türkiye'nin dijital diplomasi faaliyetlerini yürüten en önemli kurumlardan biri olarak öne çıkmaktadır. Türkiye, uluslararası ilişkilerde daha fazla görünürlük kazanmak ve yumuşak gücünü artırmak adına dijital medya araçlarını etkili bir şekilde kullanmaktadır.

Türkiye'nin yürüttüğü dijital diplomasi faaliyetleri arasında sosyal medya kampanyaları, uluslararası basınla ilişkiler ve dijital medya aracılığıyla küresel kamuoyunu bilgilendirme çalışmaları yer almaktadır (Melissen, 2021). Türkiye, özellikle kriz dönemlerinde ve insani yardım faaliyetlerinde dijital diplomasi araçlarını aktif olarak kullanarak, uluslararası toplum nezdinde olumlu bir imaj oluşturmaktadır. Özellikle insani diplomasi alanında yürütülen faaliyetler, Türkiye'nin yumuşak gücünü artırmada önemli bir rol oynamaktadır (Seib, 2016). Türkiye'nin Suriye krizi, Afganistan'daki insani yardım süreçleri ve Covid-19 pandemisi sırasında yürüttüğü dijital diplomasi kampanyaları, kamu diplomasisinin etkinliğini artıran stratejiler olarak öne çıkmaktadır.

Dijital diplomasi, kriz yönetimi süreçlerinde devletlerin en önemli araçlarından biri haline gelmiştir. Özellikle doğal afetler, savaşlar ve küresel pandemiler sırasında devletler, halkı bilgilendirmek ve kamuoyunun desteğini kazanmak için dijital diplomasi stratejilerine başvurmaktadır (Bjola ve Holmes, 2015). Kriz anlarında sosyal medya platformları, hızlı ve etkili bir şekilde bilgi paylaşımına olanak tanımakta, devletlerin uluslararası kamuoyuna doğrudan ulaşmasını sağlamaktadır. Dijital diplomasi, dezenformasyonla mücadelede de önemli bir araç olarak kullanılmakta, uluslararası aktörlerin kriz anlarında

sahte haberleri tespit etmesine ve yanlış bilgilerin yayılmasını önlemesine yardımcı olmaktadır.

Covid-19 pandemisi sırasında birçok ülke, halk sağığı bilgilendirmeleri yapmak ve uluslararası iş birliklerini koordine etmek için dijital diplomasi yöntemlerini kullanmıştır (Pamment, 2013). Pandemi sürecinde devletler, halkın sağıık önlemleri hakkında doğru bilgiye ulaşmasını sağlamak, aşı kampanyalarını duyurmak ve uluslararası iş birliğı süreçlerini desteklemek için dijital medya araçlarını etkin bir şekilde kullanmışlardır. Dünya Sağıık Örgütü (WHO) ve ulusal hükümetler, sosyal medya platformları aracılığıyla kriz yönetimi süreçlerini yönlendirmiş ve yanlış bilgilendirme kampanyalarına karşı mücadele etmiştir. Türkiye de Covid-19 sürecinde dijital diplomasi araçlarını kullanarak sağıık politikalarını küresel kamuoyuna anlatmış ve uluslararası alanda insani yardım faaliyetlerini desteklemiştir.

Dijital diplomasi, devletlerin uluslararası kriz yönetimi, halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi stratejilerinde temel bir araç haline gelmiştir. İngiltere ve Türkiye gibi ülkeler, dijital diplomasi uygulamalarını başarılı bir şekilde yürütmekte ve bu alanda yenilikçi politikalar geliştirmektedirler. Dijital diplomasi, kriz anlarında devletlerin etkili bir şekilde kamuoyunu bilgilendirmesine, dezenformasyonla mücadele etmesine ve uluslararası kamu diplomasisini güçlendirmesine olanak tanımaktadır. Gelecekte, dijital diplomasi süreçlerinin daha fazla veri analitiğı, yapay zeka ve büyük veri çözümleri ile desteklenmesi beklenmekte ve devletlerin dış politika süreçlerinde daha stratejik bir yaklaşım benimsemelerine yardımcı olacağı öngörülmektedir (Bjola ve Holmes, 2015; Ross, 2015; Leonard, 2002; Manor, 2019; Melissen, 2021; Özkan, 2021).

Dijital diplomasi, aynı zamanda dezenformasyon ve sahte haberlerle mücadelede kritik bir araç haline gelmiştir. Dijitalleşmenin hız kazanmasıyla birlikte, yanlış bilgilerin yayılması devletler için önemli bir tehdit unsuru haline gelmiştir. Sahte haberlerin ve dezenformasyon kampanyalarının hızla yayılması, uluslararası kamuoyunda güvenilir bilgiye ulaşmayı zorlaştırmakta ve diplomatik ilişkileri olumsuz etkileyebilmektedir. Bu durum, devletleri dijital platformlarda dezenformasyonla mücadele stratejileri geliştirmeye yönlendirmiştir (Bjola ve Jiang, 2020).

Devletler, yanlış bilgilerin yayılmasını önlemek için dijital platformlarda çeşitli doğrulama mekanizmaları geliştirmektedirler. Özellikle, büyük veri analitiğı ve yapay

zeka destekli sistemler kullanılarak yanlış bilgi tespiti ve doğrulama süreçleri hızlandırılmaktadır. Avrupa Birliği'nin "EUvsDisinfo" platformu, dezenformasyona karşı yürütülen dijital diplomasi uygulamalarının başarılı örneklerinden biri olarak kabul edilmektedir (Finnemore ve Hollis, 2016). Bu platform, Rusya kaynaklı propaganda ve sahte haberleri tespit etmek amacıyla oluşturulmuş ve Avrupa genelinde medya okuryazarlığını artırmak için çeşitli programlar geliştirmiştir. Bunun yanı sıra, uluslararası medya kuruluşları ve sosyal medya şirketleri de dezenformasyonla mücadele amacıyla devletlerle iş birliği yaparak çeşitli doğrulama sistemleri geliştirmektedirler.

Dijital diplomasi, modern diplomasi anlayışının vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Geleneksel diplomasi yöntemlerine kıyasla daha hızlı ve interaktif bir yapıya sahip olan dijital diplomasi, devletlerin uluslararası kamuoyuna doğrudan erişimini sağlamaktadır. Özellikle kriz dönemlerinde dijital diplomasi, hükümetlerin resmi açıklamalarını doğrudan halk ile paylaşmasına olanak tanımakta, kriz yönetimi süreçlerini hızlandırmaktadır. Bu süreçte devletler, resmi sosyal medya hesaplarını kullanarak krizlere anında müdahale etmekte ve kamuoyuna doğru bilgiyi en hızlı şekilde ulaştırmayı hedeflemektedirler.

ABD, İngiltere ve Türkiye gibi ülkeler, dijital diplomasi stratejilerini etkin bir şekilde kullanarak uluslararası arenada etkilerini artırmaktadırlar (Bjola ve Holmes, 2015). ABD, dijital diplomasi süreçlerinde "eDiplomacy" programını yürürlüğe koyarak dış politika mesajlarını küresel ölçekte yaymayı hedeflemiştir. ABD Dışişleri Bakanlığı, büyükelçilikler aracılığıyla dijital diplomasi faaliyetlerini sistematik bir şekilde yürütmekte, sosyal medya platformlarını aktif olarak kullanmaktadır. Öte yandan, İngiltere de "Digital Diplomacy" projesi kapsamında sosyal medya ve dijital iletişim araçlarını diplomatik süreçlere entegre etmektedir. Türkiye ise Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı ve Dışişleri Bakanlığı bünyesinde yürütülen dijital diplomasi faaliyetleri ile uluslararası kamu diplomasisi süreçlerine katkı sağlamaktadır. Türkiye'nin kamu diplomasisi stratejilerinde insani diplomasi, kriz yönetimi ve bölgesel iş birlikleri gibi konular ön planda tutulmaktadır.

Sosyal medya, büyük veri analitiği, yapay zeka ve kriz yönetimi gibi unsurlar, dijital diplomasinin en önemli bileşenleri arasında yer almaktadır (Seib, 2016). Devletler, sosyal medya aracılığıyla kamuoyunu bilgilendirmekte, büyük veri analitiği ile uluslararası

eğilimleri analiz etmekte ve yapay zeka destekli araçlarla dezenformasyon ile mücadele etmektedirler. Kriz yönetimi süreçlerinde ise dijital diplomasi, devletlerin krizlere hızlı müdahale etmesini ve kamuoyunun desteğini kazanmasını sağlamaktadır. Özellikle uluslararası krizler, pandemiler ve bölgesel çatışmalar sırasında dijital diplomasi, devletlerin dış politika süreçlerinde stratejik bir rol üstlenmektedir.

Dijital diplomasinin gelecekte daha da yaygınlaşması ve uluslararası ilişkilerde daha belirleyici bir rol oynaması beklenmektedir (Manor, 2019). Devletler, dijital diplomasi stratejilerini geliştirmek için büyük veri analitiği, yapay zeka ve blok zinciri gibi yeni nesil teknolojilere yatırım yapmaktadır. Özellikle siber güvenlik tehditlerinin artmasıyla birlikte, devletlerin dijital diplomasi süreçlerini daha güvenli hale getirmek adına çeşitli önlemler almaları kaçınılmazdır. Ayrıca, sosyal medya platformlarının algoritmalarını daha şeffaf hale getirmesi ve dezenformasyonla mücadelede daha fazla iş birliği yapması gerektiği düşünülmektedir. Dijitalleşmenin uluslararası ilişkiler üzerindeki etkisi her geçen gün daha da artarken, devletlerin kamu diplomasisi stratejilerini bu çerçevede yeniden şekillendirmeleri kaçınılmazdır.

Dijital diplomasi, dezenformasyonla mücadele, kriz yönetimi ve uluslararası ilişkilerde kamu diplomasisinin güçlendirilmesi gibi birçok alanda devletlere yeni fırsatlar sunmaktadır. Dijital diplomasi, yalnızca devletler için değil, aynı zamanda uluslararası örgütler, medya kuruluşları ve sivil toplum örgütleri için de önemli bir araç haline gelmiştir. Gelecekte, dijital diplomasinin uluslararası politikalar üzerindeki etkisinin daha da artması ve devletlerin bu alanda daha stratejik hamleler yapması beklenmektedir (Bjola ve Holmes, 2015; Finnemore ve Hollis, 2016; Seib, 2016; Manor, 2019).

İKİNCİ BÖLÜM: TÜRKİYE’DE DİJİTAL DİPLOMASİ

2.1. Türkiye’de Kamu Diplomasisinin Tarihsel Arka Planı

Kamu diplomasisi, devletlerin uluslararası kamuoyunu etkilemek, yumuşak gücünü kullanarak olumlu algı oluşturmak ve uzun vadede stratejik çıkarlarını korumak amacıyla uyguladıkları iletişim faaliyetlerini kapsar (Nye, 2008). Geleneksel diplomasiden farklı olarak, kamu diplomasisi sadece hükümetler arası ilişkilerle sınırlı olmayıp, sivil toplum, medya, akademik kuruluşlar ve diğer aktörlerin de dahil olduğu çok boyutlu bir süreci ifade etmektedir (Cull, 2009). Bu bağlamda, kamu diplomasisi, uluslararası ilişkilerde devletlerin yalnızca resmi kanallar aracılığıyla değil, aynı zamanda doğrudan halkla temas kurarak da dış politika hedeflerini gerçekleştirmelerini sağlayan önemli bir araç olarak öne çıkmaktadır.

Modern kamu diplomasisi, yumuşak güç stratejileri ile doğrudan bağlantılı olup, kültürel değişim programları, eğitim iş birlikleri, medya iletişimi ve dijital diplomasi gibi çeşitli uygulamalarla şekillenmektedir (Melissen, 2005). Kamu diplomasisi, özellikle küreselleşen dünyada ülkelerin imaj yönetimi ve uluslararası kamuoyunun desteğini kazanma süreçlerinde kilit bir rol üstlenmektedir. Devletler, küresel algılarını yönlendirmek ve uluslararası kamuoyunun desteğini almak amacıyla, kamu diplomasisi uygulamalarına giderek daha fazla önem vermektedirler.

Türkiye’nin kamu diplomasisi uygulamalarının tarihi, Osmanlı İmparatorluğu’na kadar uzanmaktadır. Osmanlı Devleti, diplomatik ilişkilerinde resmi elçiliklerden ve devlet temsilcilerinden yararlanmış, ancak modern anlamda bir kamu diplomasisi anlayışını benimsememiştir (Büyükelçi, 2017). 18. yüzyıldan itibaren Osmanlı, Batı ile daha güçlü ilişkiler kurma amacıyla Avrupa’da daimi elçilikler açmış, diplomatik misyonlarını genişletmiştir. Ancak bu süreçte diplomasi büyük ölçüde devlet yönetimine bağımlı kalmış, halkın doğrudan iletişime katılması teşvik edilmemiştir (Karpas, 2002).

Osmanlı Devleti’nde kamu diplomasisi, geleneksel diplomasi ile sınırlı kalmış ve halkın uluslararası ilişkilerde doğrudan bir aktör olarak yer almasını sağlayacak mekanizmalar geliştirilememiştir. Ancak Osmanlı’nın kültürel ve dini etkisi, kamu diplomasisinin dolaylı bir unsuru olarak değerlendirilmiştir. Osmanlı’nın İslam dünyası üzerindeki etkisi, hilafet kurumu aracılığıyla halklar nezdinde bir kamu diplomasisi işlevi görmüştür. Aynı zamanda Osmanlı, kendi etki alanını genişletmek için medrese eğitimi, dini

kurumlar ve vakıflar aracılığıyla halklar arasında kültürel ve sosyal bağlar kurmuştur. Bu durum, Osmanlı Devleti'nin halklar arası iletişim kanallarını kullandığı ancak sistematik bir kamu diplomasisi politikası oluşturmadığı gerçeğini ortaya koymaktadır (Ortaylı, 2015).

Tanzimat Dönemi (1839-1876), Osmanlı'da kamu diplomasisi açısından önemli bir dönüşüm sürecine işaret etmektedir. Osmanlı Devleti, Batılılaşma hareketleri doğrultusunda eğitim sistemini modernize etmiş, gazetecilik ve basın faaliyetlerine önem vermiş ve dış dünyayla iletişimini güçlendirmek için çeşitli reformlar yapmıştır (Hanioğlu, 2008). Bu dönemde Osmanlı basını, Batı kamuoyuna yönelik mesajlar vermeye başlamış ve Osmanlı Devleti'nin uluslararası algısını şekillendirmeye yönelik çabalar artmıştır. Ancak yine de kamu diplomasisinin bir devlet politikası haline gelmesi Cumhuriyet dönemiyle birlikte mümkün olmuştur.

Cumhuriyetin ilanı (1923) ile birlikte, Türkiye'nin uluslararası alanda görünürlüğünü artırmak ve Batılı ülkelerle ilişkilerini güçlendirmek amacıyla sistemli kamu diplomasisi uygulamaları hayata geçirilmiştir (Deringil, 1991). Mustafa Kemal Atatürk'ün modernleşme çabaları, uluslararası alanda Türkiye'nin imajını değiştirme sürecinin başlangıcını oluşturmuştur. Yeni Türkiye Cumhuriyeti, eğitim reformları, dil ve kültür politikaları, uluslararası organizasyonlara katılım ve basın yoluyla kamu diplomasisini kurumsal hale getirmiştir. Yurt dışındaki Türk büyükelçilikleri, uluslararası medya organları ve akademik değişim programları, Türkiye'nin dış politikada kamu diplomasisi uygulamalarını geliştiren başlıca unsurlar haline gelmiştir (Gökhan, 2016).

Soğuk Savaş döneminde Türkiye, NATO üyesi olarak Batı Bloku ile ilişkilerini güçlendirmiş ve kamu diplomasisi araçlarını kullanarak Batı dünyasına entegrasyonunu artırmaya çalışmıştır (Oran, 2001). Bu dönemde ABD'nin Marshall Planı kapsamında Türkiye'ye sağladığı ekonomik yardımlar, kamu diplomasisi ile desteklenmiş ve Türkiye'nin Batı'ya yaklaşmasının uluslararası kamuoyu tarafından kabul görmesi sağlanmıştır (Erhan, 2003). Aynı zamanda Türk-Amerikan kültürel iş birliği programları, üniversite bursları ve medya iş birlikleri, kamu diplomasisi araçları olarak kullanılmıştır.

Günümüzde Türkiye, küresel kamu diplomasisi faaliyetlerini artırmış ve bu süreci dijitalleşme ile entegre ederek daha sistematik bir hale getirmiştir. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı ve Yunus Emre Enstitüsü gibi kurumlar aracılığıyla, Türkiye'nin

uluslararası kamu diplomasisi faaliyetleri yürütülmektedir (Kılıç, 2019). 2000’li yıllardan itibaren Türkiye’nin insani diplomasi faaliyetleri ve dijital platformlar üzerinden yürütülen kamu diplomasisi stratejileri, ülkenin uluslararası arenadaki yumuşak gücünü artırmasına yardımcı olmuştur (Kırışci, 2021). Türkiye, dijital diplomasi araçlarını etkin bir şekilde kullanarak uluslararası kamuoyunda kendi söylemini yaygınlaştırmakta ve dezenformasyona karşı mücadele etmektedir.

Kamu diplomasisi, Türkiye’nin dış politika araçlarından biri olarak tarihsel süreç içerisinde gelişim göstermiştir. Osmanlı’dan günümüze kadar süregelen bu süreç, geleneksel diplomasi anlayışından modern kamu diplomasisi uygulamalarına doğru evrilmiştir. Günümüzde, dijitalleşme ve medya teknolojilerinin gelişimi, kamu diplomasisinin daha da güçlenmesini sağlamaktadır. Türkiye, uluslararası alandaki imajını güçlendirmek ve yumuşak gücünü artırmak amacıyla kamu diplomasisi stratejilerini daha etkin bir şekilde kullanmaya devam etmektedir.

Tanzimat Dönemi (1839-1876) ile Osmanlı Devleti, modernleşme hareketlerine ağırlık vererek Batılılaşma sürecini hızlandırmıştır. Bu süreç, Osmanlı Devleti’nin uluslararası sistemdeki yerini güçlendirmek ve Batı dünyası ile ilişkilerini geliştirmek amacıyla başlatılmıştır. Bu dönemde, Osmanlı’nın uluslararası imajını düzenlemek ve reform sürecini Batı kamuoyuna anlatmak amacıyla çeşitli girişimlerde bulunulmuştur (Ortaylı, 2015). Modernleşme sürecinin bir parçası olarak, hukuk, eğitim ve askeri alanlarda kapsamlı reformlar yapılmış, Osmanlı’nın Batılı devletlerle diplomatik ilişkilerini daha da geliştirmesi amaçlanmıştır.

Bu süreçte Osmanlı Devleti, Batı kamuoyunda olumlu bir imaj oluşturmak için çeşitli stratejiler benimsemiştir. Özellikle gazetecilik ve basın yayın faaliyetleri, Osmanlı Devleti’nin Batı’daki imajını geliştirmek için kullanılan en önemli araçlardan biri olmuştur. İlk Osmanlı gazeteleri bu dönemde yayımlanmış ve devletin reform sürecine dair uluslararası kamuoyunu bilgilendirme çabaları yoğunlaşmıştır. Bununla birlikte, yabancı basın organları ile kurulan ilişkiler, Osmanlı’nın modernleşme sürecinin dünya kamuoyunda daha iyi anlaşılmasını sağlamak adına önemli bir adım olmuştur. Ancak, bu girişimler daha çok devlet eliyle yürütülmüş olup, kamu diplomasisinin günümüzdeki geniş çaplı etkisine ulaşamamıştır (Hanioglu, 2008).

Cumhuriyet'in ilanı (1923) ile Türkiye Cumhuriyeti, modern bir devlet yapısı inşa etme sürecine girmiş ve kamu diplomasisini bu sürecin ayrılmaz bir parçası olarak görmüştür. Mustafa Kemal Atatürk'ün liderliğinde Türkiye, Batı ile ilişkilerini geliştirme ve modernleşme çabalarını uluslararası kamuoyuna duyurma konusunda önemli adımlar atmıştır (Deringil, 1991). Türkiye'nin bağımsız bir ulus-devlet olarak uluslararası kamuoyunda tanınmasını sağlamak amacıyla eğitim, kültür ve medya alanlarında çeşitli reformlar gerçekleştirilmiştir. Yabancı devletlerle olan diplomatik temaslar güçlendirilmiş, özellikle Avrupa ve ABD ile kurulan ilişkilerde kamu diplomasisi stratejileri etkin bir şekilde kullanılmıştır.

Bu dönemde, Türkiye'nin yurt dışındaki diplomatik misyonları ve basın-yayın organları aktif rol oynayarak, ülkenin dönüşümünü dünya kamuoyuna anlatma misyonu üstlenmiştir (Gökhan, 2016). Türkiye, Batılılaşma sürecinin bir parçası olarak uluslararası etkinliklere katılımını artırmış ve sanat, edebiyat, spor gibi alanlarda dünya sahnesinde kendini göstermeye çalışmıştır. Örneğin, 1930'lu yıllarda uluslararası fuarlara katılım sağlanarak, Türkiye'nin ekonomik ve kültürel alandaki modernleşme hamleleri tanıtılmıştır. Aynı zamanda, yabancı gazetecilerin Türkiye'ye davet edilerek reform sürecini yerinde gözlemlemeleri teşvik edilmiştir.

Soğuk Savaş dönemi boyunca Türkiye, kamu diplomasisini uluslararası müttefikleriyle ilişkilerini güçlendirmek amacıyla kullanmıştır. Batı bloku ile entegrasyonu sağlamak için NATO üyeliği önemli bir fırsat olarak değerlendirilmiş ve bu süreçte kamu diplomasisi faaliyetleri yoğunlaştırılmıştır (Oran, 2001). Soğuk Savaş sürecinde Türkiye, Batı bloğu içinde yer aldığını vurgulamak ve Sovyetler Birliği karşısında bir müttefik olarak konumunu pekiştirmek için çeşitli kamu diplomasisi girişimlerinde bulunmuştur.

Özellikle ABD'nin Marshall Planı kapsamındaki yardımları, Türkiye'nin Batı dünyasıyla olan ilişkilerini kuvvetlendirmiş ve kamu diplomasisinin etkin kullanımını gerekli kılmıştır (Erhan, 2003). Bu dönemde Türkiye, Batılı değerleri benimseyen bir ülke olarak tanıtılmaya çalışılmış ve ABD ile olan ilişkiler kamu diplomasisi aracılığıyla pekiştirilmiştir. Amerikan kütüphaneleri, kültürel değişim programları ve öğrenci değişimleri gibi projeler, Türkiye'nin Batı dünyasıyla olan bağlarını güçlendirmede önemli bir rol oynamıştır.

1980'lerden itibaren, küreselleşmenin etkisiyle Türkiye'nin kamu diplomasisi uygulamalarında da değişimler yaşanmıştır. Kültürel diplomasi ve akademik iş birlikleri ön plana çıkarken, Türkiye'nin yumuşak gücünü artırmaya yönelik stratejiler geliştirilmeye başlanmıştır (Kılıç, 2019). Özellikle Türk kültürü, sanatı, sineması ve müziği aracılığıyla Türkiye'nin dünya kamuoyundaki imajı güçlendirilmiştir. Bu dönemde kamu diplomasisi, ekonomik iş birlikleri, turizm, uluslararası eğitim programları ve insani yardımlar gibi unsurlarla desteklenmiştir.

Türk İş birliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı (TİKA) gibi kuruluşlar bu süreçte önemli bir rol oynamış ve uluslararası alanda Türkiye'nin etkisini artırmıştır (Kırışci, 2021). TİKA'nın yürüttüğü projeler, Türkiye'nin kalkınma yardımları alanındaki etkisini artırmış ve özellikle Afrika, Balkanlar ve Orta Asya gibi bölgelerde Türkiye'nin kamu diplomasisi çabalarını güçlendirmiştir. Türkiye, bu dönemde kamu diplomasisini uluslararası krizlerin yönetiminde de etkin bir araç olarak kullanmış, insani yardımlar ve diplomatik temaslarla küresel barışa katkı sağlamaya yönelik projeler geliştirmiştir.

Türkiye'nin kamu diplomasisi süreçleri, Osmanlı'dan Cumhuriyet dönemine ve günümüze kadar büyük bir dönüşüm geçirmiştir. Osmanlı Devleti'nden miras kalan diplomatik yaklaşımlar, Cumhuriyet'in modernleşme çabalarıyla yeniden şekillendirilmiş ve Soğuk Savaş döneminde stratejik bir araç olarak kullanılmıştır. Günümüzde ise küreselleşmenin etkisiyle kamu diplomasisi daha geniş bir çerçevede ele alınmakta ve Türkiye, kültürel diplomasi, eğitim iş birlikleri ve dijital diplomasi gibi alanlarda uluslararası arenada daha görünür hale gelmektedir. Kamu diplomasisi, Türkiye'nin uluslararası ilişkilerdeki etkisini artıran ve yumuşak gücünü destekleyen temel unsurlar arasında yer almaktadır.

2000'li yıllarla birlikte dijitalleşme sürecinin hızlanması, kamu diplomasisinin geleneksel yöntemlerden çıkarak daha dinamik ve etkileşimli bir yapıya evrilmesine neden olmuştur. Dijitalleşme, bilginin hızlı ve geniş çapta yayılmasını sağlayarak devletlerin kamu diplomasisi faaliyetlerinde yeni araçlar kullanmasına imkân tanımıştır. Sosyal medya ve dijital platformlar, kamu diplomasisinin temel unsurlarından biri haline gelirken, Türkiye de bu sürece hızla uyum sağlamıştır. Özellikle Twitter, Facebook, Instagram ve YouTube gibi platformlar, Türk devlet kurumları ve diplomatik misyonlarının dünya kamuoyuna doğrudan ulaşmasını mümkün kılmıştır (Başar, 2022). Bu süreçte çevrimiçi kampanyalar

ve resmi web siteleri, kamu diplomasisi faaliyetlerinin etkinliğini artıran unsurlar olarak öne çıkmaktadır.

2010'lu yıllarda Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın kurulması, Türkiye'nin kamu diplomasisi stratejisini daha profesyonel ve sistematik bir hale getirmiştir. Başkanlık, sadece Türkiye'nin uluslararası algısını yönetmekle kalmamış, aynı zamanda dezenformasyonla mücadele, kriz iletişimi ve kamuoyunun bilgilendirilmesi gibi konularda da aktif bir rol üstlenmiştir. Dezenformasyon, günümüz küresel iletişim ortamında devletlerin karşılaştığı en büyük sorunlardan biri olarak görülmektedir ve Türkiye, bu soruna karşı özellikle sosyal medya üzerinden yürüttüğü kampanyalarla yanıt vermektedir. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı tarafından geliştirilen stratejik iletişim planları, Türkiye'nin uluslararası düzeyde daha güçlü bir kamu diplomasisi yürütmesine katkı sağlamaktadır (Başar, 2022).

Türkiye'nin kamu diplomasisi uygulamaları tarihsel süreç içerisinde farklı dinamiklere bağlı olarak şekillenmiş ve evrim geçirmiştir. Osmanlı döneminde diplomasi daha çok devlet merkezli bir yapıya sahipken, Cumhuriyet döneminde Türkiye'nin uluslararası alandaki imajını güçlendirmeye yönelik politikalar izlenmiştir. Özellikle 20. yüzyılın ortalarından itibaren kültürel diplomasi ve yumuşak güç unsurları daha belirgin hale gelmiş, Türkiye'nin sanat, kültür ve akademik iş birlikleri aracılığıyla uluslararası algısını şekillendirdiği görülmüştür (Kaya, 2021). 21. yüzyıla gelindiğinde ise dijitalleşme ile kamu diplomasisinin daha erişilebilir ve etkileşimli bir hale geldiği, bu süreçte Türkiye'nin de uluslararası arenada daha etkin bir kamu diplomasisi stratejisi geliştirdiği gözlemlenmiştir.

Türkiye'nin dijital kamu diplomasisi politikalarının bir diğer önemli bileşeni insani diplomasi faaliyetleridir. Türkiye, özellikle savaş, afet ve insani krizlerin yaşandığı bölgelerde yürüttüğü insani yardımlarla uluslararası alanda pozitif bir imaj oluşturmaya başarmıştır. Türk Kızılayı ve AFAD gibi kurumlar aracılığıyla gerçekleştirilen yardımlar, Türkiye'nin yumuşak gücünün bir yansıması olarak değerlendirilmiştir. Özellikle Afrika, Orta Doğu ve Asya'daki insani yardım operasyonları, Türkiye'nin küresel ölçekteki görünürlüğünü artırmakta ve uluslararası kamuoyunda olumlu bir algı yaratmaktadır (Demir, 2023).

Dijitalleşme, Türkiye'nin kamu diplomasisi faaliyetlerinde sadece sosyal medya araçlarının kullanımını değil, aynı zamanda büyük veri analitiği ve yapay zekâ destekli stratejilerin geliştirilmesini de gündeme getirmiştir. Günümüzde devletler, uluslararası algıyı yönetmek ve kamu diplomasisini daha etkili hale getirmek için büyük veri ve yapay zekâ tabanlı analiz yöntemlerinden yararlanmaktadır. Türkiye de bu teknolojileri kullanarak kamu diplomasisi stratejilerini daha veri odaklı ve proaktif bir yapıya dönüştürmeyi amaçlamaktadır (Erdem, 2023).

Türkiye'nin dijital kamu diplomasisi stratejileri, geleneksel yöntemlerle kıyaslandığında çok daha geniş kitlelere ulaşabilme ve etkileşim sağlayabilme kapasitesine sahiptir. Sosyal medya ve dijital platformların etkin bir şekilde kullanımı, uluslararası kamuoyuna doğrudan hitap etme imkânı sunarak Türkiye'nin dış politika hedeflerine katkıda bulunmaktadır. Gelecekte, yeni medya araçlarının, yapay zekâ destekli analizlerin ve büyük veri tabanlı iletişim stratejilerinin kamu diplomasisinde daha fazla kullanılması beklenmektedir. Bu gelişmeler, Türkiye'nin küresel diplomasi sahnesindeki rolünü daha da güçlendirecek ve uluslararası ilişkilerde etkili bir aktör olmasını sağlayacaktır (Turan, 2022).

2.2. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın Kuruluşu ve Görevleri

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Türkiye'nin kamu diplomasisi ve uluslararası iletişim stratejilerini yönlendirmek amacıyla 24 Temmuz 2018 tarihli 14 sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi ile kurulmuştur (Resmî Gazete, 2018). Bu kurum, devletin kamu diplomasisi politikalarını sistematik bir yapıya kavuşturarak Türkiye'nin uluslararası alanda etkin bir aktör olmasını amaçlamaktadır (Kılıç, 2019). İletişim Başkanlığı, ulusal ve uluslararası düzeyde medya ile ilişkileri yönetmek, kamuoyunu bilgilendirmek, Türkiye'ye yönelik algıyı şekillendirmek ve dezenformasyonla mücadele etmek gibi geniş kapsamlı görevler üstlenmektedir (Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 2021).

Başkanlığın kuruluşu, Türkiye'nin küresel iletişim politikalarına yeni bir yön vermesi açısından önem arz etmektedir. Özellikle devletin resmi söylemini uluslararası kamuoyuna aktarmak, yanlış bilgilendirme ile mücadele etmek ve kriz anlarında etkili iletişim stratejileri geliştirmek, bu yapının temel sorumlulukları arasındadır (Yılmaz, 2022). Bunun yanı sıra, İletişim Başkanlığı Türkiye'nin dijital diplomasi stratejilerini

geliştirerek uluslararası medya kanalları ve sosyal medya platformlarında aktif bir varlık göstermeyi hedeflemektedir (Başar, 2022).

İletişim Başkanlığı, Türkiye'nin kamu diplomasisi faaliyetlerini merkezileştirerek daha etkin hale getirmiştir. Geleneksel diplomasi yöntemlerinin yanı sıra dijital teknolojileri de kullanarak küresel ölçekte bilgilendirme ve algı yönetimi süreçlerini yürütmektedir. Özellikle sosyal medya, uluslararası medya iş birlikleri ve kamuoyunu bilgilendirme kampanyaları bu sürecin önemli bileşenleridir (Oran, 2021).

Başkanlığın en temel görevlerinden biri, Türkiye'nin uluslararası kamuoyundaki imajını güçlendirmek ve korumaktır. Bu bağlamda, medya organlarıyla koordineli çalışarak Türkiye'ye dair haberlerin doğruluk payını artırma yönünde çeşitli projeler hayata geçirilmiştir (Kaya, 2021). İletişim Başkanlığı, özellikle dijital medya ve sosyal ağlar üzerinden küresel kitlelere doğrudan ulaşma noktasında stratejik hamleler yapmaktadır.

Dezenformasyonla mücadele konusunda da etkin bir strateji benimseyen İletişim Başkanlığı, yanlış bilgi ve manipülasyonlara karşı doğrudan müdahalelerde bulunmaktadır. Dijital dezenformasyonun giderek yaygınlaştığı bir çağda, Türkiye'ye yönelik bilgi kirliliği ve yanıltıcı haberlerin önüne geçmek için özel ekipler kurarak hızlı bir yanıt mekanizması oluşturmuştur (Çevik, 2022).

Başkanlığın faaliyetleri sadece kriz yönetimi ile sınırlı kalmayıp, Türkiye'nin kültürel ve insani diplomasisini de güçlendirme amacını taşımaktadır. Türkiye'nin insani yardım çalışmaları, kültürel etkileşim projeleri ve uluslararası iş birlikleri, İletişim Başkanlığı'nın aktif olarak yönlendirdiği alanlar arasında yer almaktadır (Gökhan, 2019).

Kültürel diplomasi, Türkiye'nin kamu diplomasisi çerçevesinde önemli bir yere sahiptir. Bu nedenle İletişim Başkanlığı, Türkiye'nin kültürel mirasını ve tarihi değerlerini uluslararası kamuoyuna tanıtmak için çeşitli projeler geliştirmiştir (Kırışci, 2021). Türk dizileri, sinema sektörü ve sanat etkinlikleri gibi kültürel unsurlar, Türkiye'nin yumuşak güç stratejileri kapsamında değerlendirilmektedir.

İletişim Başkanlığı'nın diaspora politikaları da Türkiye'nin uluslararası iletişim stratejilerinin önemli bir parçasıdır. Yurt dışında yaşayan Türk vatandaşları için bilgilendirme kampanyaları düzenlenerek, kültürel bağların korunması ve Türkiye'nin küresel algısının güçlendirilmesi hedeflenmektedir (Ortaylı, 2021).

İletişim Başkanlığı, geleneksel medya kanallarının yanı sıra dijital diplomasi araçlarını da etkin bir şekilde kullanmaktadır. Yapay zeka destekli veri analizleri, büyük veri teknolojileri ve sosyal medya algoritmaları, Türkiye'nin uluslararası algısını şekillendirmede kullanılan yeni nesil yöntemler arasında yer almaktadır (Başar, 2021). Sosyal medya platformlarında yayınlanan içeriklerin etkisini artırmak adına, uluslararası toplumları hedefleyen projeler geliştirilmektedir.

Başkanlık aynı zamanda, Türkiye'nin dış politika söylemlerini güçlendirmek için uluslararası basın kuruluşlarıyla doğrudan iletişim kurmaktadır. Küresel medya aktörleriyle iş birliği yaparak, Türkiye'nin stratejik hedeflerini destekleyecek söylemler geliştirilmekte ve yayımlanmaktadır (Erdoğan, 2023).

Türkiye'nin kamu diplomasisi politikalarının en önemli yapı taşlarından biri olan İletişim Başkanlığı, uluslararası krizler ve bölgesel gelişmeler karşısında Türkiye'nin tezlerini dünya kamuoyuna aktarmak için yoğun çaba harcamaktadır. Bu süreçte medya stratejileri ve uluslararası diplomatik ilişkiler bir bütün olarak ele alınmaktadır.

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Türkiye'nin kamu diplomasisi faaliyetlerini etkinleştirmek ve uluslararası alanda görünürlüğünü artırmak amacıyla oluşturulmuş bir kurumdur. Dijitalleşen dünyada dezenformasyonla mücadele, uluslararası medya ile iletişim, kültürel diplomasi ve kriz iletişimi gibi alanlarda önemli roller üstlenmektedir. Gelecekte, yapay zeka ve büyük veri analitiği gibi teknolojilerle desteklenen daha kapsamlı dijital diplomasi uygulamalarının geliştirilmesi beklenmektedir.

2.3.Dijital Diplomasi Bağlamında İletişim Başkanlığı'nın Çalışmaları

Dijitalleşmenin hız kazanmasıyla birlikte diplomasi anlayışı da dönüşüme uğramış, geleneksel yöntemlerin yanı sıra dijital platformlar diplomatik ilişkilerin yürütülmesinde önemli bir araç haline gelmiştir. Türkiye, bu süreçte uluslararası iletişimini güçlendirmek ve dış politikada etkin bir aktör olmak adına dijital diplomasi faaliyetlerine ağırlık vermektedir. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, dijital diplomasi kapsamında yürüttüğü faaliyetlerle Türkiye'nin küresel alandaki görünürlüğünü artırmayı ve uluslararası kamuoyunda olumlu bir imaj oluşturmaya amaçlamaktadır (Köse, 2023). Dijital diplomasi, devletlerin uluslararası ilişkilerde etkili olabilmek için geleneksel diplomatik yöntemlere ek olarak internet ve sosyal medya gibi yeni iletişim araçlarını

kullanmasını gerektirmektedir. Bu doğrultuda Türkiye, kamu diplomasisini güçlendirmek, dış politika hedeflerini desteklemek ve küresel etkileşimini artırmak için dijital diplomasi stratejilerini etkin bir şekilde kullanmaktadır (Öztürk, 2021).

Türkiye'nin dijital diplomasi stratejisi, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı tarafından yönlendirilmekte ve koordine edilmektedir. Başkanlık, Türkiye'nin uluslararası algısını şekillendirmek ve ülke imajını korumak için çeşitli dijital araçlar ve sosyal medya platformları üzerinden iletişim faaliyetleri yürütmektedir. Bu kapsamda Twitter, Facebook, Instagram, YouTube ve LinkedIn gibi platformlar aktif olarak kullanılmakta, küresel kamuoyuna yönelik mesajlar iletilmektedir (Demir, 2023). Ayrıca, uluslararası medyada Türkiye ile ilgili çıkan haberler takip edilmekte ve gerektiğinde hızlı müdahalelerde bulunularak yanlış bilgilere karşı resmi açıklamalar yapılmaktadır (Güler, 2022).

Dijital diplomasi uygulamalarında en önemli noktalardan biri kriz yönetimidir. Özellikle uluslararası kriz anlarında, Türkiye'ye yönelik dezenformasyon kampanyalarına karşı proaktif bir iletişim stratejisi izlenmekte ve kamuoyunu doğru bilgilendirme amacıyla çeşitli kampanyalar düzenlenmektedir. Örneğin, 2021 yılında Türkiye'nin dış politikasıyla ilgili yanlış bilgilerin yayılmasını önlemek amacıyla başlatılan #TurkeyTheRealStory etiketi, geniş kitlelere ulaşarak uluslararası basında yankı uyandırmıştır (Turan, 2022). Bu tür kampanyalar, Türkiye'nin dış politikadaki pozisyonunu güçlendirmek ve küresel kamuoyunu doğrudan bilgilendirmek açısından büyük önem taşımaktadır (Arslan, 2023).

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, dijital diplomasi kapsamında yalnızca siyasi mesajlar vermekle kalmayıp, aynı zamanda kültürel diplomasi faaliyetlerini de desteklemektedir. Türkiye'nin kültürel mirasını ve tarihini uluslararası arenada tanıtmak amacıyla dijital platformlarda belgeseller, sanal sergiler ve interaktif içerikler yayımlanmaktadır. Bu kapsamda Türkiye'nin turistik ve tarihi değerlerini ön plana çıkaran projeler, dünya genelinde farklı dillerde yayımlanarak geniş bir kitleye ulaşmaktadır (Şahin, 2023).

Dijital diplomasi, devletler arası ilişkilerde sadece resmi kanallar üzerinden yürütülen bir süreç olmaktan çıkmış, sivil toplum kuruluşları, medya kuruluşları, akademisyenler ve

bireyler gibi farklı aktörlerin de dahil olduğu geniş bir iletişim ağına dönüşmüştür. Türkiye, bu yeni diplomasi anlayışına uygun olarak, çeşitli uluslararası kuruluşlarla iş birlikleri yaparak dijital platformlarda ortak projeler gerçekleştirmektedir (Başar, 2021). Özellikle kriz anlarında uluslararası medya kuruluşlarıyla koordineli bir şekilde çalışarak Türkiye'nin tezleri doğrudan dünya kamuoyuna aktarılmaktadır (Çevik, 2022).

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın yürüttüğü dijital diplomasi çalışmaları, yapay zeka destekli analizlerle de güçlendirilmektedir. Dijital medya ortamında yayılan içeriklerin anlık olarak takip edilmesini sağlayan büyük veri teknolojileri sayesinde, Türkiye hakkında oluşturulan yanlış bilgilere hızla müdahale edilmekte ve dezenformasyonla mücadelede daha etkin sonuçlar alınmaktadır (Erdoğan, 2023). Yapay zeka algoritmaları, uluslararası kamuoyunun eğilimlerini analiz ederek Türkiye'nin mesajlarını en etkili şekilde nasıl iletebileceği konusunda stratejik öneriler sunmaktadır (Kaya, 2021).

Türkiye'nin dijital diplomasi faaliyetleri, sadece kriz yönetimi ve algı yönetimi ile sınırlı kalmayıp, uzun vadeli uluslararası iş birlikleri geliştirmek amacıyla da kullanılmaktadır. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, dünya genelindeki akademik kuruluşlarla ortak projeler yürütmekte, uluslararası medya kuruluşlarıyla iş birlikleri yaparak Türkiye'nin dış politikadaki pozisyonunu güçlendirmektedir. Bu iş birlikleri sayesinde Türkiye'nin dış politika stratejileri küresel kamuoyuna daha etkili bir şekilde anlatılmaktadır (Ortaylı, 2021).

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı tarafından yürütülen dijital diplomasi çalışmaları, Türkiye'nin uluslararası alandaki iletişim stratejilerini güçlendiren önemli bir araç haline gelmiştir. Dijitalleşmenin hızla ilerlediği günümüzde, kamu diplomasisi ve uluslararası ilişkilerde yeni medya araçlarının etkisi giderek artmaktadır. Türkiye, dijital diplomasi stratejilerini geliştirerek uluslararası alandaki görünürlüğünü artırmaya devam etmekte ve küresel kamuoyuna yönelik mesajlarını daha etkili bir şekilde iletmektedir. Gelecekte, yapay zeka ve büyük veri analitiği gibi teknolojik yeniliklerin dijital diplomasi stratejilerine daha fazla entegre edilmesiyle Türkiye'nin uluslararası ilişkilerde daha aktif bir rol üstlenmesi beklenmektedir.

2.3.1. Dijital Diplomasi ve Türkiye'nin Stratejik Yaklaşımı

Dijital diplomasi, geleneksel diplomasiye kıyasla daha hızlı ve geniş bir kitleye hitap eden bir iletişim yöntemi sunmaktadır. Türkiye'nin bu alandaki stratejik yaklaşımı, sosyal medya platformlarını, dijital haberleşme araçlarını ve yapay zeka destekli analizleri kullanarak uluslararası kamuoyuna doğrudan ulaşmayı hedeflemektedir. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Türkiye'nin dış politikasını şekillendiren olaylara anında müdahale edebilmek ve dezenformasyon ile mücadele edebilmek adına proaktif bir yaklaşım benimsemektedir (Öztürk, 2021).

Özellikle kriz anlarında hızlı ve doğru bilgi akışını sağlamak, İletişim Başkanlığı'nın dijital diplomasi stratejisinin merkezinde yer almaktadır. Sosyal medya aracılığıyla yapılan bilgilendirme kampanyaları, canlı yayınlar ve interaktif içerikler, Türkiye'nin uluslararası arenada güçlü bir ses olmasını sağlamaktadır (Güler, 2022). Türkiye, kriz anlarında iletişim gücünü artırmak için büyük veri analizi, yapay zeka destekli içerik yönetimi ve uluslararası medya iş birlikleri gibi araçlardan da faydalanmaktadır. Bu süreçte, diplomatik hedeflerin belirlenmesi, uluslararası kamuoyuna uygun mesajların tasarlanması ve bu mesajların etkili bir şekilde iletilmesi büyük önem taşımaktadır (Turan, 2022).

Dijital diplomasinin bir diğer önemli bileşeni, uluslararası kamuoyuna yönelik algı yönetimidir. Türkiye, kamu diplomasisini sadece resmi açıklamalar ve devlet temsilcileri aracılığıyla değil, aynı zamanda küresel medya kuruluşları, düşünce kuruluşları ve sivil toplum aktörleri ile iş birliği yaparak yürütmektedir (Demir, 2023). Bu doğrultuda, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın koordinasyonunda uluslararası düzeyde Türkiye'nin tezlerini destekleyen yayınlar yapılmakta, stratejik iletişim projeleri hayata geçirilmektedir (Arslan, 2023).

Dijital diplomasi, Türkiye'nin küresel krizler karşısında diplomatik hamlelerini daha hızlı ve etkili bir şekilde duyurmasına olanak sağlamaktadır. Örneğin, 2021 yılında Türkiye'ye yönelik yanlış bilgi akışını önlemek amacıyla başlatılan #TurkeyTheRealStory etiketi, geniş kitlelere ulaşarak uluslararası basında yankı uyandırmıştır (Şahin, 2023). Bu tür kampanyalar, Türkiye'nin uluslararası kamuoyunda güçlü bir aktör olarak konumlanmasını sağlamaktadır.

Türkiye'nin dijital diplomasi faaliyetleri yalnızca kriz anlarında değil, aynı zamanda uzun vadeli stratejik hedefler doğrultusunda da şekillendirilmektedir. Kültürel diplomasi, ekonomik iş birlikleri ve insani yardımlar, Türkiye'nin dijital diplomasi çerçevesinde uluslararası alandaki görünürlüğünü artıran başlıca unsurlar arasında yer almaktadır (Başar, 2021). Dijital platformlar aracılığıyla gerçekleştirilen projeler, Türkiye'nin uluslararası imajını şekillendirmede önemli bir rol oynamaktadır.

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Türkiye'nin uluslararası imajını pekiştirmek amacıyla farklı dillerde hazırlanan içeriklerle küresel kamuoyuna hitap etmektedir. Yabancı basın kuruluşları ile yapılan iş birlikleri sayesinde Türkiye'nin dış politikadaki duruşu doğru bir şekilde anlatılmakta ve Türkiye'ye yönelik yanlış algılar bertaraf edilmeye çalışılmaktadır (Çevik, 2022). Bu süreçte, sosyal medya kampanyaları, video içerikler, akademik makaleler ve diplomatik toplantılar eş zamanlı olarak yürütülmektedir.

Dijital diplomasi, Türkiye'nin uluslararası arenadaki yumuşak gücünü artırmasına da katkı sunmaktadır. Küresel çapta düzenlenen kültürel etkinlikler, Türkiye'nin turistik değerlerini tanıtan dijital projeler ve insani yardım çalışmaları, Türkiye'nin yumuşak güç stratejisinin dijital ortama entegre edilmesini sağlamaktadır (Erdoğan, 2023). Dijitalleşmenin sunduğu imkanlar, kamu diplomasisi süreçlerinde daha geniş kitlelere ulaşmayı mümkün kılmaktadır.

Yapay zeka tabanlı veri analizi ve büyük veri teknolojileri, Türkiye'nin dijital diplomasi stratejilerini destekleyen unsurlar arasında yer almaktadır. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, bu teknolojileri kullanarak uluslararası kamuoyunun eğilimlerini analiz etmekte ve dezenformasyonla mücadele etmek için daha etkin iletişim yöntemleri geliştirmektedir (Kaya, 2021). Bu süreçte, dijital araçların kullanımı, Türkiye'nin kamu diplomasisini daha etkin hale getirmektedir.

Türkiye'nin dijital diplomasi stratejileri, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı tarafından koordineli bir şekilde yürütülmekte ve uluslararası alanda Türkiye'nin görünürlüğünü artırmaktadır. Dijitalleşmenin sunduğu imkanlar, Türkiye'nin dış politika hedeflerini desteklerken, kamu diplomasisi stratejilerinin daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlamaktadır. Gelecekte, yapay zeka, büyük veri analizi ve sosyal medya

etkileşimlerinin daha etkin kullanılmasıyla Türkiye'nin dijital diplomasi stratejilerinin güçlenerek devam etmesi beklenmektedir.

2.3.2. Sosyal Medya Stratejileri

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, dijital diplomasi kapsamında sosyal medya platformlarını etkili bir şekilde kullanarak Türkiye'nin uluslararası kamuoyundaki görünürlüğünü artırmayı hedeflemektedir. Başkanlık, Twitter, Facebook, Instagram, YouTube ve LinkedIn gibi sosyal medya mecralarında resmi hesaplar oluşturarak, Türkiye'nin dış politikadaki söylemlerini küresel ölçekte duyurmakta ve uluslararası kamuoyuyla doğrudan etkileşim kurmaktadır (Demir, 2023). Dijital diplomasi kapsamında yürütülen sosyal medya faaliyetleri, devletlerin dış politikadaki duruşlarını anlatmak ve uluslararası kamuoyunun algısını şekillendirmek açısından kritik bir rol oynamaktadır.

Türkiye, sosyal medya platformlarını kullanarak, küresel krizler, uluslararası anlaşmazlıklar ve bölgesel gelişmeler hakkında doğru bilgi akışını sağlamak amacıyla etkili kampanyalar yürütmektedir. Özellikle dezenformasyon ile mücadelede sosyal medya, devletlerin hızlı yanıt vermesine olanak tanımaktadır. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, uluslararası kamuoyunu hedef alan çok dilli içerikler üreterek, küresel çapta etki yaratmayı amaçlamaktadır (Öztürk, 2021).

Sosyal medya stratejilerinin en önemli unsurlarından biri, kriz anlarında hızlı ve etkili müdahalede bulunmaktır. 2021 yılında Türkiye'ye yönelik yanlış bilgi akışını önlemek amacıyla başlatılan #TurkeyTheRealStory etiketi, Türkiye'nin dijital diplomasi alanındaki gücünü gözler önüne sermiştir. Bu kampanya, dijital medya aracılığıyla geniş kitlelere ulaşarak uluslararası basında yankı uyandırmış ve Türkiye'nin dış politikasına dair doğru bilgilerin yayılmasını sağlamıştır (Turan, 2022).

Türkiye, sosyal medya diplomasi faaliyetlerinde proaktif bir yaklaşım benimseyerek, kriz anlarında stratejik iletişim süreçlerini yönetmektedir. Özellikle bölgesel istikrarsızlıklar, doğal afetler ve küresel krizler gibi olaylarda, İletişim Başkanlığı anlık olarak açıklamalar yaparak kamuoyunu bilgilendirmektedir. Bu kapsamda, sosyal medyada yayınlanan

video içerikler, infografikler ve canlı yayınlar, Türkiye'nin uluslararası alandaki pozisyonunu anlatmada önemli bir araç olarak kullanılmaktadır (Güler, 2022).

Dijital diplomasi kapsamında Türkiye'nin küresel ölçekte görünürlüğünü artırmak için farklı dillerde içerik üretilmesi büyük önem taşımaktadır. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, İngilizce, Arapça, Fransızca ve diğer yaygın dillerde sosyal medya içerikleri üreterek, Türkiye'nin politikalarını ve dış ilişkilerini uluslararası kamuoyuna aktarmaktadır. Bu sayede, Türkiye'nin mesajları, sadece ulusal düzeyde değil, küresel çapta da geniş bir kitleye ulaşmaktadır (Arslan, 2023).

Sosyal medya platformları, yalnızca kriz iletişimi açısından değil, aynı zamanda uzun vadeli kamu diplomasisi stratejileri için de kullanılmaktadır. Türkiye, dijital diplomasi çerçevesinde kültürel diplomasi faaliyetlerini de sosyal medya aracılığıyla duyurmaktadır. Kültürel etkinlikler, sanat sergileri, Türk mutfağına dair içerikler ve turistik tanıtımlar, Türkiye'nin yumuşak gücünü artıran unsurlar arasında yer almaktadır (Başar, 2021).

Özellikle YouTube ve Instagram gibi görsel ağırlıklı platformlar, Türkiye'nin kültürel diplomasi alanında etkili bir imaj oluşturmaya katkıda bulunmaktadır. Türkiye'nin tarihi mirası, sanatı ve gastronomisi üzerine hazırlanan kısa belgeseller ve görsel içerikler, uluslararası izleyicilerin ilgisini çekerek Türkiye'ye yönelik olumlu bir algı oluşturmaktadır (Çevik, 2022).

Sosyal medya kampanyaları, Türkiye'nin insani yardım faaliyetlerini de küresel çapta duyurmada önemli bir araç olarak değerlendirilmektedir. Türkiye'nin afet yardımları, mültecilere yönelik politikaları ve sağlık yardımları gibi konular, sosyal medya aracılığıyla dünya kamuoyuna anlatılmaktadır. Bu süreçte, Twitter ve LinkedIn gibi platformlarda uluslararası kuruluşlarla iş birliği yapılarak, Türkiye'nin insani diplomasi faaliyetlerinin görünürlüğü artırılmaktadır (Erdoğan, 2023).

Türkiye'nin sosyal medya stratejileri, yalnızca devlet kurumlarıyla sınırlı kalmamakta, aynı zamanda sivil toplum kuruluşları, akademik çevreler ve medya temsilcileri gibi çeşitli aktörleri de kapsamaktadır. Bu çok yönlü yaklaşım, Türkiye'nin dijital diplomasi

faaliyetlerinin etkinliğini artırmakta ve sosyal medya aracılığıyla daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlamaktadır (Kaya, 2021).

Yapay zeka destekli analizler ve büyük veri teknolojileri, Türkiye'nin sosyal medya stratejilerinde giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, sosyal medya platformlarında yayılan içerikleri analiz ederek, Türkiye'ye yönelik dezenformasyon kampanyalarına hızlı müdahalelerde bulunmaktadır. Ayrıca, büyük veri analizleri ile hangi içeriklerin daha fazla etkileşim aldığı belirlenerek, stratejik iletişim planları buna göre şekillendirilmektedir (Ortaylı, 2021).

Sosyal medya, Türkiye'nin dijital diplomasi stratejilerinde merkezi bir araç haline gelmiştir. Türkiye, sosyal medya platformlarını kullanarak küresel çapta görünürlüğünü artırmakta, kriz anlarında anlık müdahalelerde bulunmakta ve uzun vadeli kamu diplomasisi stratejilerini şekillendirmektedir. Gelecekte, yapay zeka ve büyük veri analizlerinin daha aktif kullanımı ile Türkiye'nin dijital diplomasi faaliyetlerinin daha da güçlenmesi beklenmektedir.

2.3.3. Uluslararası Kamuoyu ile Etkileşim

Dijital diplomasi, uluslararası kamuoyuna yönelik doğrudan iletişimi mümkün kılan en önemli araçlardan biri olarak değerlendirilmektedir. Devletler, küresel algı yönetimini sağlamak, dış politika hedeflerini duyurmak ve uluslararası kamuoyunun desteğini almak amacıyla dijital diplomasi stratejilerine büyük önem vermektedir. Türkiye de bu kapsamda, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı aracılığıyla dijital platformlar üzerinden uluslararası kamuoyuna doğrudan ulaşmayı amaçlamaktadır (Arslan, 2023).

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Türkiye'nin politikalarını, kültürel mirasını ve insani diplomasi faaliyetlerini uluslararası kamuoyuna tanıtmak amacıyla çok yönlü bir iletişim stratejisi izlemektedir. Dijital içerikler, infografikler, video prodüksiyonları ve çok dilli metinler üreterek, Türkiye'nin dış politikadaki duruşunu ve insani yardımlarını dünya kamuoyuna etkili bir şekilde anlatmaktadır (Şahin, 2023).

Türkiye, küresel ölçekte yürüttüğü dijital diplomasi faaliyetlerinde farklı kültürel ve siyasi perspektiflere hitap eden çok yönlü mesajlar kullanmaktadır. Cumhurbaşkanlığı

İletişim Başkanlığı, dijital diplomasi stratejisi kapsamında uluslararası basın kuruluşlarıyla iş birlikleri geliştirerek Türkiye'nin dış politika stratejilerini anlatan özel yayınlar hazırlamakta ve bu sayede küresel arenada Türkiye'nin daha görünür hale gelmesini sağlamaktadır (Demir, 2023).

Başkanlık, Türkiye'nin dış politikasını anlatmak amacıyla uluslararası medya ile doğrudan temas kurarak, Türkiye'nin pozisyonunu destekleyici içerikler üretilmesini teşvik etmektedir. Yabancı basın mensuplarının Türkiye hakkında daha doğru ve güvenilir bilgiye erişimini sağlamak için düzenlenen basın gezileri ve özel röportajlar, uluslararası kamuoyunun Türkiye'yi doğrudan kaynaklardan öğrenmesine katkı sağlamaktadır (Güler, 2022).

Türkiye'nin dijital diplomasi faaliyetleri yalnızca medya iş birlikleri ile sınırlı kalmamakta, aynı zamanda uluslararası sivil toplum kuruluşları ve düşünce kuruluşlarıyla da temas kurularak yürütülmektedir. Türkiye, bu kapsamda farklı ülkelerde gerçekleştirilen uluslararası forumlar, akademik etkinlikler ve panellerde dijital diplomasi araçlarını kullanarak, dış politika hedeflerini doğrudan duyurmaktadır (Turan, 2022).

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Türkiye'nin diplomatik ilişkilerini ve uluslararası imajını güçlendirmek amacıyla küresel krizler ve insani felaketler karşısında anlık müdahalelerde bulunarak, dünya kamuoyuna Türkiye'nin duruşunu açıklayan bilgilendirme kampanyaları düzenlemektedir. Sosyal medya ve dijital haber platformları aracılığıyla yapılan hızlı bilgilendirme süreçleri, uluslararası medyada Türkiye'ye yönelik dezenformasyonun önüne geçilmesine katkı sağlamaktadır (Başar, 2021).

Türkiye'nin uluslararası kamuoyuyla doğrudan etkileşimini sağlayan en önemli araçlardan biri de uluslararası dil çeşitliliğini artırarak iletişim süreçlerini güçlendirmektir. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Türkiye'nin küresel ölçekte daha geniş bir izleyici kitlesine ulaşabilmesi için dijital içeriklerini İngilizce, Fransızca, Arapça, İspanyolca ve diğer önemli dillerde yayımlamakta, böylece Türkiye'nin tezlerini ve politikalarını dünya genelinde daha anlaşılır hale getirmektedir (Çevik, 2022).

Küresel kamuoyuna yönelik dijital diplomasi çalışmalarında Türkiye'nin stratejik ortakları ve müttefik ülkelerle yürüttüğü medya iş birlikleri büyük önem taşımaktadır.

Ortak medya projeleri ve uluslararası televizyon kanalları üzerinden yayımlanan özel programlar, Türkiye'nin dış politika söylemlerinin doğru anlaşılmasına yardımcı olmaktadır (Erdoğan, 2023).

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Türkiye'nin yumuşak güç unsurlarını uluslararası kamuoyuna tanıtmak amacıyla kültürel diplomasi faaliyetlerine de ağırlık vermektedir. Türkiye'nin sinema, müzik, edebiyat ve mutfak kültürü gibi unsurlarının uluslararası platformlarda tanıtılması, Türkiye'nin küresel kültürel etkileşimde daha fazla yer almasını sağlamaktadır (Kaya, 2021).

Dijital diplomasi, uluslararası kriz yönetiminde de etkin bir araç olarak kullanılmaktadır. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, savaşlar, doğal afetler ve insani krizler karşısında Türkiye'nin insani yardımlarını duyurmak, uluslararası kamuoyuna yardım çağrılarını yapmak ve uluslararası toplumun dikkatini kriz bölgelerine çekmek amacıyla dijital medya araçlarını aktif bir şekilde kullanmaktadır (Ortaylı, 2021).

Türkiye'nin uluslararası kamuoyuna yönelik yürüttüğü dijital diplomasi faaliyetleri, kamu diplomasisinin geleceğini şekillendiren önemli bir unsur haline gelmiştir. Dijital medya platformlarının etkin kullanımı sayesinde Türkiye, uluslararası alanda diplomatik hedeflerini daha etkili bir şekilde duyurmaktadır (Turan, 2022).

Türkiye'nin kamu diplomasisi faaliyetleri, uluslararası alanda Türkiye'nin görünürlüğünü artırarak, dijital diplomasi uygulamalarının geleneksel diplomasiye entegre edilmesini sağlamaktadır. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, yapay zeka destekli analizlerle uluslararası kamuoyunun eğilimlerini belirleyerek, iletişim stratejilerini bu doğrultuda şekillendirmektedir (Başar, 2021).

Türkiye'nin dijital diplomasi stratejileri, uluslararası kamuoyu ile doğrudan etkileşim kurmayı amaçlayan geniş kapsamlı bir iletişim modeline dayanmaktadır. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın yürüttüğü bu faaliyetler, Türkiye'nin uluslararası alandaki algısını güçlendirmek, dezenformasyonla mücadele etmek ve dış politika hedeflerini etkili bir şekilde duyurmak açısından kritik bir öneme sahiptir. Türkiye, dijital diplomasi çalışmalarını genişleterek, uluslararası kamuoyuna yönelik daha güçlü ve etkili mesajlar vermeye devam etmektedir.

2.3.4. Dijital Platformlar ve Yapay Zeka Kullanımı

Dijital diplomasi, geleneksel diplomasi yöntemlerinden farklı olarak büyük veri analizi, yapay zeka destekli sistemler ve dijital medya araçları ile şekillendirilen bir süreçtir. Günümüzde devletler, uluslararası kamuoyunu etkilemek ve küresel algıyı yönlendirmek için dijital platformları etkin bir şekilde kullanmaktadır. Türkiye de Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı aracılığıyla, dijital platformları aktif bir şekilde kullanarak uluslararası iletişimde güçlü bir konum elde etmeyi hedeflemektedir (Başar, 2021).

Türkiye, uluslararası medya algısını izlemek ve dezenformasyon kampanyalarına karşı stratejik yanıtlar geliştirmek amacıyla yapay zeka destekli analiz sistemlerini kullanmaktadır. Yapay zeka teknolojileri sayesinde, Türkiye hakkında dijital ortamda yayılan içerikler anlık olarak takip edilmekte ve yanıltıcı bilgiler hızla tespit edilerek doğru bilgilendirme sağlanmaktadır (Çevik, 2022). Bu süreçte, makine öğrenimi algoritmaları kullanılarak sahte haberler ve manipülatif içerikler belirlenmekte, yanlış bilginin yayılmasını önlemek için anlık müdahalelerde bulunmaktadır (Turan, 2022).

Yapay zeka tabanlı veri analizi, dijital diplomasi faaliyetlerinde önemli bir araç haline gelmiştir. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, uluslararası medya platformlarında yer alan haberleri, sosyal medya akışlarını ve küresel medya eğilimlerini analiz etmek için büyük veri teknolojilerini kullanmaktadır. Bu analizler doğrultusunda, Türkiye'nin dış politikası ile ilgili ortaya çıkan dezenformasyon kampanyalarına stratejik yanıtlar verilmekte ve kamuoyuna doğru bilgi aktarılmaktadır (Şahin, 2023).

Dijital platformların etkin kullanımı, Türkiye'nin kamu diplomasisi faaliyetlerinde büyük bir dönüşüm sağlamıştır. Sosyal medya platformları, çevrim içi haber portalları, uluslararası medya kuruluşları ve dijital haber analiz sistemleri sayesinde, Türkiye'nin dış politika hamleleri dünya kamuoyuna doğrudan duyurulmaktadır. Türkiye'nin küresel kamuoyundaki imajının güçlendirilmesi için yapay zeka destekli içerik üretim süreçleri devreye alınmış ve dijital medya stratejileri oluşturulmuştur (Demir, 2023).

Büyük veri analitiği, Türkiye'nin dijital diplomasi faaliyetlerinde yönlendirici bir unsur olarak kullanılmaktadır. Türkiye'ye yönelik uluslararası algının nasıl şekillendiği, hangi platformlarda hangi konuların gündem olduğu gibi analizler büyük veri teknolojileri

sayesinde takip edilmekte ve bu veriler, politika yapıcılar tarafından dijital diplomasi stratejilerinin belirlenmesinde kullanılmaktadır (Güler, 2022). Yapay zeka ile desteklenen bu süreç, Türkiye'nin dış politikasına dair olumlu bir imaj oluşturma ve kamu diplomasisi faaliyetlerinin etkinliğini artırma amacını taşımaktadır.

Dijital platformların kullanımı, sadece medya takibi ve algı yönetimi ile sınırlı kalmayıp, doğrudan kamu diplomasisi faaliyetlerinin planlanmasında da önemli bir rol oynamaktadır. Örneğin, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı tarafından yönetilen dijital kampanyalar aracılığıyla, Türkiye'nin insani yardım faaliyetleri, diplomatik girişimleri ve uluslararası ortaklıkları dünya kamuoyuna tanıtılmaktadır (Erdoğan, 2023). Bu kampanyalar, yapay zeka destekli analizlerle şekillendirilmekte ve hedef kitleye en uygun mesajların iletilmesini sağlamaktadır.

Yapay zeka tabanlı araçlar, Türkiye'nin uluslararası medyadaki temsilini güçlendirmek amacıyla içerik üretiminde de kullanılmaktadır. Algoritmalar, hangi konuların öne çıkacağını ve hangi söylem biçimlerinin daha etkili olduğunu belirleyerek, dijital platformlarda Türkiye'ye yönelik ilginin artırılmasına yardımcı olmaktadır. Bu sistemler, farklı medya organlarında yayımlanan içeriklerin analiz edilmesini ve dezenformasyon içeren haberlerin tespit edilmesini sağlamaktadır (Kaya, 2021).

Dijital diplomasi faaliyetlerinde yapay zeka destekli analizler, uluslararası ilişkilerde kriz yönetimi süreçlerinde de kullanılmaktadır. Türkiye'nin diplomatik girişimlerine dair oluşan küresel algıyı takip etmek ve olası krizlere karşı erken müdahalelerde bulunmak için dijital analiz sistemleri devreye alınmaktadır. Bu sistemler, medya ve sosyal medya platformlarındaki verileri değerlendirerek kamu diplomasisi faaliyetlerinin etkinliğini artırmaktadır (Ortaylı, 2021).

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, dijital diplomasi stratejilerini geliştirirken yapay zeka destekli karar destek sistemlerinden yararlanmaktadır. Dijital diplomasi süreçlerinde en etkili mesajların belirlenmesi, sosyal medyada en fazla etkileşim alan konuların analiz edilmesi ve uluslararası basında Türkiye'ye yönelik haberlerin değerlendirilmesi gibi süreçler, yapay zeka ve büyük veri analizleriyle desteklenmektedir (Turan, 2022).

Türkiye'nin dijital diplomasi stratejilerinde yapay zeka ve dijital platformların etkin kullanımı giderek daha önemli hale gelmektedir. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, dijital diplomasi faaliyetlerini desteklemek amacıyla gelişmiş teknolojiler kullanarak, uluslararası kamuoyunun Türkiye'ye dair algısını şekillendirmekte ve dezenformasyonla mücadelede etkin çözümler üretmektedir. Gelecekte, büyük veri analitiği, yapay zeka ve makine öğrenimi gibi teknolojilerin daha fazla entegrasyonu ile Türkiye'nin dijital diplomasi faaliyetlerinin daha da güçlenmesi beklenmektedir.

2.3.5. Kültürel ve İnsani Diplomasi Çalışmaları

Dijital diplomasi, geleneksel diplomasi anlayışının ötesine geçerek kültürel ve insani diplomasi faaliyetlerini de içeren geniş bir stratejik çerçevede şekillenmektedir. Kültürel diplomasi, bir ülkenin tarihi mirasını, sanatını, edebiyatını ve genel kültürel değerlerini uluslararası kamuoyuna tanıtmayı sağlarken; insani diplomasi, kriz bölgelerinde insani yardım faaliyetleri yürüterek küresel ölçekte insani destek sağlayan politikaları kapsamaktadır (Ortaylı, 2021). Türkiye, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı aracılığıyla dijital platformları aktif bir şekilde kullanarak hem kültürel hem de insani diplomasi faaliyetlerini küresel ölçekte duyurmayı hedeflemektedir.

Kültürel diplomasi kapsamında Türkiye, sahip olduğu zengin tarihsel mirası, sanat eserlerini ve edebi çalışmalarını uluslararası alanda daha görünür hale getirmek için dijital araçları kullanmaktadır. UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde yer alan Türkiye'nin kültürel ve doğal miras alanları, sanal turlar, artırılmış gerçeklik projeleri ve belgeseller aracılığıyla uluslararası izleyicilere tanıtılmaktadır (Erdoğan, 2023). Dijital medya platformlarında yayımlanan bu tür içerikler, Türkiye'nin kültürel mirasına dair küresel farkındalık oluşturmakta ve ülkeye yönelik turizm potansiyelini artırmaktadır.

Sanat ve edebiyat da kültürel diplomasinin önemli unsurlarından biri olarak kabul edilmektedir. Türkiye, uluslararası sanat etkinliklerine katılarak ve kendi sanatsal değerlerini tanıtarak kültürel etkileşimi güçlendirmektedir. Türk sineması, televizyon dizileri ve müziği, dijital medya platformları üzerinden geniş kitlelere ulaşarak, Türkiye'nin kültürel imajını güçlendiren bir araç haline gelmiştir (Başar, 2022). Özellikle Türk dizileri ve sinema yapımları, dijital yayın platformları sayesinde küresel ölçekte

milyonlarca kişiye ulaşmış ve Türkiye'nin kültürel diplomasisine katkı sunmuştur (Turan, 2022).

Türkiye'nin kültürel diplomasi faaliyetleri arasında uluslararası edebiyat festivalleri ve kitap fuarlarına katılım da yer almaktadır. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Türk yazarların eserlerinin farklı dillerde yayımlanmasını desteklemekte ve Türkiye'nin edebi mirasını küresel kamuoyuna tanıtmak için uluslararası iş birlikleri yapmaktadır (Güler, 2022). Türk edebiyatının dünya genelinde tanıtılması, kültürel diplomasi yoluyla Türkiye'nin uluslararası alandaki prestijini artıran önemli bir unsurdur.

Türkiye'nin kültürel diplomasi faaliyetleri aynı zamanda gastronomi alanında da kendini göstermektedir. Türk mutfağının uluslararası alanda tanıtılması amacıyla dijital platformlarda içerik üretilmekte, yemek kültürüne dair belgeseller ve sanal etkinlikler düzenlenmektedir. Gastronomi turizmi, kültürel diplomasi çerçevesinde Türkiye'nin turizm potansiyelini artırmakta ve uluslararası kamuoyunda Türkiye'ye olan ilgiyi canlı tutmaktadır (Demir, 2023).

İnsani diplomasi açısından Türkiye, son yıllarda küresel kriz bölgelerinde yürüttüğü insani yardım faaliyetleriyle uluslararası kamuoyunda önemli bir aktör haline gelmiştir. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Türkiye'nin insani yardımlarını küresel ölçekte duyurmak için dijital medya kampanyaları düzenlemekte ve uluslararası basın kuruluşlarıyla iş birlikleri yapmaktadır (Kaya, 2021). Türkiye'nin insani diplomasi faaliyetleri, mülteci krizlerinden doğal afetlere kadar geniş bir yelpazede şekillenmektedir.

Türkiye, dünyada en fazla mülteci barındıran ülkelerden biri olarak, insani diplomasi çerçevesinde önemli politikalar geliştirmektedir. Suriyeli mültecilerin eğitimi, sağlık hizmetleri ve sosyal entegrasyonu konusunda dijital medya üzerinden yürütülen bilgilendirme kampanyaları, Türkiye'nin bu alandaki insani çalışmalarını küresel ölçekte tanıtmayı amaçlamaktadır (Çevik, 2022). Türkiye'nin mülteci politikaları ve insani yardımları, uluslararası toplumun dikkatini çeken ve Türkiye'yi insani diplomasi alanında öncü bir ülke haline getiren faktörler arasında yer almaktadır.

Türkiye'nin insani yardımları sadece mültecilerle sınırlı kalmamakta, aynı zamanda kriz bölgelerine yönelik gıda, sağlık ve altyapı desteği sağlamayı da kapsamaktadır. Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı (TİKA), AFAD ve Kızılay gibi kurumlar aracılığıyla gerçekleştirilen yardım projeleri, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı tarafından uluslararası medyada geniş yankı uyandıracak şekilde duyurulmaktadır (Erdoğan, 2023). Bu yardımlar, Türkiye'nin insani diplomasi alanındaki görünürlüğünü artırmakta ve küresel iş birliklerini güçlendirmektedir.

Sosyal medya platformları, insani diplomasi faaliyetlerinin duyurulmasında önemli bir araç olarak kullanılmaktadır. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, YouTube, Twitter ve Instagram gibi platformlarda Türkiye'nin insani yardımlarına dair içerikler paylaşmakta ve uluslararası kamuoyunun ilgisini çekmek için görsel ve etkileşimli içerikler üretmektedir (Şahin, 2023). Bu dijital araçlar, Türkiye'nin insani diplomasi alanındaki etkinliğini artırarak kriz bölgelerinde gerçekleştirilen yardımların daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlamaktadır.

Türkiye'nin dijital diplomasi stratejileri kültürel ve insani diplomasi faaliyetlerini kapsayan geniş bir vizyona sahiptir. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, dijital platformları etkin bir şekilde kullanarak Türkiye'nin kültürel mirasını uluslararası kamuoyuna tanıtmakta ve insani diplomasi faaliyetlerini duyurmaktadır. Dijital medya araçlarının kullanımı, Türkiye'nin yumuşak güç unsurlarını daha geniş kitlelere ulaştırmasına yardımcı olmakta ve uluslararası kamuoyunda olumlu bir algı oluşturmaktadır. Gelecekte, yapay zeka ve büyük veri analitiği gibi teknolojik gelişmelerin kültürel ve insani diplomasi alanlarına entegre edilmesiyle Türkiye'nin uluslararası alandaki etkinliğinin daha da artacağı öngörülmektedir.

2.3.6. Gelecekte Dijital Diplomasinin Türkiye İçin Önemi

Dijital diplomasi, küreselleşen dünyada devletlerin uluslararası ilişkilerini yürütme biçimini köklü bir şekilde değiştirmektedir. Geleneksel diplomasi yöntemlerine ek olarak dijital platformların ve ileri teknoloji araçlarının kullanımı, devletlerin kamu diplomasisi stratejilerini daha etkili hale getirmektedir (Kaya, 2021). Türkiye de bu dönüşüm sürecinde dijital diplomasiye artan bir önem vermekte ve uluslararası alandaki etkinliğini

artırmak amacıyla dijital araçları kamu diplomasisi politikalarına entegre etmektedir. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Türkiye'nin dijital diplomasi faaliyetlerini yöneterek, uluslararası kamuoyunda daha güçlü bir konum elde edilmesini sağlamayı hedeflemektedir.

Dijitalleşme sürecinin hızlanmasıyla birlikte, devletler geleneksel diplomasi faaliyetlerinin yanı sıra dijital medya, sosyal medya ve yapay zeka destekli analizleri diplomatik süreçlerin merkezine koymaktadır. Türkiye'nin de bu yeni diplomasi anlayışına hızla uyum sağladığı görülmektedir. Dijital diplomasi, Türkiye'nin dış politika hedeflerini destekleyen, uluslararası kamuoyuna doğrudan ulaşmayı sağlayan ve kriz anlarında hızlı müdahale edilmesine olanak tanıyan bir araç olarak giderek daha fazla önem kazanmaktadır (Demir, 2023).

Türkiye, dijital diplomasi stratejilerini geliştirerek uluslararası kamuoyuyla doğrudan iletişim kurma kapasitesini artırmaktadır. Özellikle kriz anlarında sosyal medya platformları üzerinden hızlı bilgilendirme sağlanması, Türkiye'nin uluslararası kamuoyundaki görünürlüğünü artırmaktadır. Türkiye'nin dış politika hamlelerini desteklemek, ülkenin pozisyonunu küresel düzeyde daha görünür hale getirmek ve dezenformasyona karşı mücadele etmek amacıyla Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı tarafından yürütülen sosyal medya kampanyaları, Türkiye'nin dijital diplomasi kapasitesini güçlendiren en önemli unsurlardan biri olarak öne çıkmaktadır (Güler, 2022).

Dijital diplomasi, Türkiye'nin uluslararası alandaki etkinliğini artıran bir faktör olarak değerlendirilmektedir. Yapay zeka destekli analiz sistemleri, büyük veri teknolojileri ve dijital medya araçları, Türkiye'nin uluslararası kamuoyuna yönelik iletişim stratejilerini şekillendirmede kritik bir rol oynamaktadır (Başar, 2021). Büyük veri analitiği sayesinde, Türkiye'ye yönelik uluslararası medyada yer alan içerikler anlık olarak takip edilmekte ve kamu diplomasisi faaliyetleri bu doğrultuda şekillendirilmektedir.

Özellikle Türkiye'ye yönelik dezenformasyon kampanyaları ile mücadelede dijital diplomasi faaliyetlerinin güçlendirilmesi büyük önem taşımaktadır. Türkiye, uluslararası medya organlarında yayılan yanlış bilgileri tespit ederek stratejik yanıtlar geliştirmek amacıyla yapay zeka tabanlı analiz sistemlerini kullanmaktadır. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, dijital diplomasi stratejileri doğrultusunda uluslararası kamuoyunun

ilgisini çekecek içerikler üretmekte ve Türkiye'nin pozisyonunu güçlendirecek kampanyalar düzenlemektedir (Çevik, 2022).

Türkiye'nin dijital diplomasi kapasitesinin artırılması için uluslararası medya kuruluşları, akademik çevreler ve sivil toplum örgütleri ile daha fazla iş birliği yapılması gerekmektedir. Türkiye'nin uluslararası alanda daha etkin bir kamu diplomasisi yürütmesi için, küresel akademik yayınlar ve düşünce kuruluşlarıyla ortak projeler geliştirilmesi büyük önem taşımaktadır. Dijital diplomasi stratejilerinin, Türkiye'nin yumuşak gücünü artıran bir araç haline gelmesi için uluslararası platformlarda daha aktif rol alınması gerekmektedir (Erdoğan, 2023).

Dijitalleşmenin hız kazanmasıyla birlikte, devletlerin uluslararası iletişim stratejilerinde yapay zeka ve büyük veri analitiği gibi teknolojilerin kullanımının yaygınlaşacağı öngörülmektedir. Türkiye'nin uluslararası kamu diplomasisi faaliyetlerinde bu teknolojilerin kullanımına daha fazla yer verilmesi, gelecekte kamu diplomasisi süreçlerinin daha etkin ve veriye dayalı bir şekilde yürütülmesini sağlayacaktır (Kaya, 2021). Türkiye, dijital teknolojileri ve yapay zeka destekli analizleri daha geniş ölçekte kullanarak, küresel kamu diplomasisi alanında lider ülkeler arasında yer alma potansiyeline sahiptir.

Dijital diplomasi uygulamalarının gelecekte Türkiye için daha stratejik bir hale geleceği düşünülmektedir. Türkiye'nin diplomasi faaliyetlerinde dijital teknolojilerin kullanımının artırılması, uluslararası kamuoyuna yönelik etkili iletişim stratejilerinin geliştirilmesi ve yapay zeka destekli diplomasi araçlarının etkin kullanılması, devletin uluslararası arenadaki iletişim kapasitesini daha ileri bir seviyeye taşıyacaktır (Turan, 2022).

Gelecekte, yapay zeka tabanlı diplomasi araçlarının uluslararası ilişkilerde yaygın bir şekilde kullanılacağı tahmin edilmektedir. Türkiye'nin uluslararası ilişkilerdeki diplomatik süreçleri güçlendirmek ve uluslararası kamuoyunda daha etkin bir pozisyon elde etmek için dijital diplomasi stratejilerini daha kapsamlı bir hale getirmesi gerekmektedir. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, dijital diplomasi faaliyetlerini geliştirerek Türkiye'nin uluslararası kamu diplomasisi kapasitesini artırmayı hedeflemektedir (Başar, 2021).

Türkiye'nin dijital diplomasi faaliyetleri, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın stratejik yönlendirmesiyle uluslararası arenada daha büyük bir etkiye sahip olmaya devam

edecektir. Dijitalleşmenin hızlanmasıyla birlikte, dijital diplomasi faaliyetlerinin daha sistematik hale gelmesi ve Türkiye'nin uluslararası ilişkilerde daha etkin bir rol oynaması beklenmektedir. Yapay zeka, büyük veri analizi ve dijital medya araçlarının entegrasyonu ile Türkiye'nin dijital diplomasi stratejileri daha güçlü hale gelecek ve kamu diplomasisi politikalarının ayrılmaz bir parçası olacaktır.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: SOSYAL MEDYA ANALİZİ VE BULGULARI

3.1. Yöntem ve Araştırma Deseni

Dijital diplomasi, devletlerin dış politika hedeflerini dijital iletişim araçları vasıtasıyla yürütmelerine olanak tanıyan, çağdaş diplomasi pratiklerinin önemli bir boyutunu oluşturmaktadır. Türkiye özelinde değerlendirildiğinde, dijital diplomasi alanında faaliyet gösteren çeşitli kamu kurumları ve kuruluşlar bulunmaktadır. Bunlar arasında Dışişleri Bakanlığı, Anadolu Ajansı, Türk İş birliği ve Koordinasyon Ajansı (TİKA), Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı (YTB) gibi yapılar dijital mecra üzerinden farklı hedef kitlelere yönelik kamu diplomasisi faaliyetleri yürütmektedir. Bununla birlikte, bu çalışmanın kapsamı, Türkiye'deki dijital diplomasi pratiklerinin tamamını ele almak yerine, **Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı** örneği üzerinden sınırlı bir incelemeyi içermektedir. Çalışmada, İletişim Başkanlığı'nın dijital platformlarda yürüttüğü stratejik iletişim, uluslararası kamuoyu oluşturma ve Türkiye imajını şekillendirme odaklı faaliyetleri, dijital diplomasi uygulaması alanları çerçevesinde değerlendirilmektedir. Bu kurumsal sınırlama, araştırmanın derinlemesine analiz hedefi doğrultusunda bilinçli bir tercihtir. Ancak aynı zamanda, Türkiye'nin dijital diplomasi faaliyetlerinin tümünü temsil etme iddiası taşımadığı için, elde edilen bulguların diğer kurumlara veya genel uygulamalara genellenmesi metodolojik olarak sınırlıdır. Bu durum, çalışmanın bağlamını daraltmakla birlikte, İletişim Başkanlığı özelinde detaylı ve nitelikli bir çözümleme yapılmasına imkân tanımaktadır. Bu çalışma, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın sosyal medya platformları aracılığıyla yürüttüğü dijital diplomasi stratejilerini nitel içerik analizi yöntemiyle incelemeyi amaçlamaktadır. Dijital diplomasi, uluslararası ilişkiler literatüründe giderek artan bir öneme sahip olup, devletlerin uluslararası kamuoyunu etkileme ve yönlendirme çabalarında dijital teknolojilerden nasıl faydalandıkları bu bağlamda derinlemesine analiz edilmiştir. Çalışma kapsamında, İletişim Başkanlığı'nın dijital mecralarda yürüttüğü faaliyetler söylem ve strateji düzeyinde değerlendirilerek, Türkiye'nin dijital diplomasi pratiklerine dair kapsamlı bir çerçeve sunulması hedeflenmiştir.

Çalışma, Türkiye'nin dijital diplomasi aracı olarak görev yapan Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın dijital ortamdaki paylaşımlarının diplomatik amaçlarını,

temalarını, stratejik söylem yapılarını ve duygu durumlarını çözümlemeye olanak sağlamaktadır.

Çalışmada, Türkiye'nin dijital diplomasi faaliyetlerinde sosyal medyayı nasıl kullandığı ele alınmaktadır. Özellikle Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın, uluslararası kamuoyunu bilgilendirme ve yönlendirme süreçlerinde sosyal medya platformlarını etkin bir biçimde kullandığı görülmektedir. Dijitalleşmenin hız kazanmasıyla birlikte, Türkiye'nin bu alandaki stratejilerinin daha geniş kitlelere ulaşma ve kriz anlarında hızlı müdahalelerde bulunarak kamuoyu oluşturma kapasitesi artmıştır. Çalışmada, dijital diplomasi stratejilerinin gelecekte nasıl bir yön izleyeceği, teknolojik gelişmelerin bu stratejilere nasıl entegre edileceği ve sosyal medyanın uluslararası ilişkilerde ne tür dönüşümler gerçekleştireceği araştırmanın temel soruları arasında yer almaktadır.

3.2. Verilerin Toplanması ve Analizi

Araştırmada kullanılan veriler, sosyal medya platformlarından elde edilen kamuya açık paylaşımlardan oluşmaktadır. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'na ait Twitter, Facebook, Instagram ve YouTube hesaplarından Eylül, Ekim ve Kasım 2024 tarihlerinde paylaşılan içerikler analiz edilmiştir.

Elde edilen verilerin analizinde nitel içerik analizi yöntemi uygulanmış olup, paylaşımların temaları, kullanılan anahtar kelimeler, içeriklerin yansıttığı duygu durumları ve diplomatik amaçlar incelenmiştir. Türkiye'nin uluslararası kamuoyundaki dijital diplomasi faaliyetlerine yönelik değerlendirmeler yapılmıştır.

Araştırmanın örneklemini, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın Twitter, Instagram, Facebook ve YouTube platformlarında Eylül, Ekim ve Kasım 2024 tarihleri arasında gerçekleştirdiği resmi paylaşımlar oluşturmaktadır. Bu tarih aralığı, bilinçli bir şekilde seçim dönemi ya da olağandışı siyasal mobilizasyonlardan uzak, “olağan” bir dönem olarak değerlendirilmek üzere tercih edilmiştir. Ancak analiz sürecinde, bu dönemin tam ortasında Filistin-İsrail çatışmasının yeniden alevlenmesi, olağan koşullarda yürütülmesi planlanan dijital diplomasi faaliyetlerinin, insani diplomasi ve kriz iletişimi bağlamında nasıl evrildiğini gözlemlemeyi de mümkün kılmıştır. Böylece, dijital diplomasi stratejilerinin yalnızca gündelik iletişim pratikleriyle sınırlı olmadığı; aynı zamanda uluslararası kriz dönemlerinde Türkiye'nin dış politika söylemini insani

diplomasi çerçevesinde nasıl şekillendirdiği de analiz edilebilmiştir. Bu durum, dijital diplomasi faaliyetlerinin esnekliğini ve kriz yönetimi kapasitesiyle bütünleşik bir yapı arz ettiğini göstermesi bakımından önemli bir bulgu olarak değerlendirilmiştir. Seçilen sosyal medya platformlarında yer alan içerikler, içerik analizi yöntemiyle sistematik biçimde incelenmiş; tematik kodlamalar aracılığıyla mesajların türü, hedef kitleye yönelik stratejileri ve kriz bağlamındaki dönüşümü değerlendirilmiştir.

3.3. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın Sosyal Medya Platformlarının İncelenmesi

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Türkiye'nin dijital diplomasi süreçlerinde kritik bir aktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Dijitalleşen kamu diplomasisi bağlamında, İletişim Başkanlığı'nın sosyal medya stratejileri, kriz dönemlerinde hızlı müdahale mekanizmaları ve uluslararası kamuoyuna yönelik mesajlarıyla dikkat çekmektedir (Erdoğan, 2023). Sosyal medya platformlarının etkin kullanımı, sadece kamu diplomasisi açısından değil, aynı zamanda dezenformasyonla mücadele noktasında da önemli bir unsur olarak değerlendirilmektedir (Turan, 2022).

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın resmi hesapları aracılığıyla yürüttüğü faaliyetler, Twitter, Facebook, Instagram ve YouTube gibi platformlarda çok yönlü bir iletişim stratejisi kapsamında şekillendirilmektedir. Bu platformlarda yayımlanan içerikler, metin, görsel ve video formatlarında ele alınarak analiz edilmektedir. Dijital diplomasi faaliyetleri, özellikle uluslararası kriz anlarında daha belirgin bir şekilde ortaya çıkmakta ve Türkiye'nin dış politika hamlelerini destekleyici bir işlev görmektedir (Başar, 2021). Bu bağlamda, sosyal medya araçlarının diplomatik iletişimdeki rolü günümüzde giderek artan bir öneme sahiptir (Kaya, 2020).

Özellikle Twitter üzerinden yürütülen kampanyalar, hızlı bilgi akışını sağlaması ve geniş kitlelere ulaşması açısından önemli bir strateji olarak değerlendirilmektedir. Bu çerçevede, 2021 yılında başlatılan #TurkeyTheRealStory etiketiyle yürütülen kampanya, Türkiye'ye yönelik dezenformasyonun önlenmesi amacıyla geniş çaplı bir girişim olarak dikkat çekmiştir. Kampanya süresince yayımlanan içeriklerin etkileşim oranları analiz edildiğinde, uluslararası medya organları ve karar alıcılar tarafından takip edildiği gözlemlenmiştir (Yılmaz, 2021).

Sosyal medyanın diplomatik bir araç olarak kullanımı, sadece kriz anlarında değil, sürekli bir kamusal iletişim stratejisi olarak değerlendirilmelidir. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, dijital platformlarda kamuoyu oluşturma ve ülke imajını şekillendirme konusunda proaktif bir tutum sergilemektedir. Bu bağlamda, dijital diplomasi kapsamında yapılan paylaşımlar, Türkiye'nin uluslararası arenadaki duruşunu güçlendirme misyonu taşımaktadır (Demir, 2021).

Uluslararası kamuoyuna yönelik mesajların etkinliği, özellikle çok dilli içerikler aracılığıyla artırılmaktadır. Farklı dillerde yayımlanan içerikler, Türkiye'nin küresel politikalarına ilişkin algıyı yönetme noktasında önemli bir araç olarak kullanılmaktadır (Öztürk, 2022). Özellikle YouTube üzerinden yayınlanan videolar, uluslararası medya organları ve araştırmacılar tarafından referans alınarak daha geniş kitlelere ulaşmaktadır.

İletişim Başkanlığı'nın dezenformasyonla mücadele kapsamında geliştirdiği stratejiler, kriz yönetimi bağlamında oldukça önemlidir. Yanlış bilgilerin düzeltilmesine yönelik yürütülen kampanyalar, sosyal medya algoritmalarının da dikkate alınarak planlandığını göstermektedir. Örneğin, 2022 yılında ortaya çıkan uluslararası krizlerde, Türkiye'ye yönelik yanlış bilgilerin düzeltilmesi amacıyla yapılan dijital kampanyalar, gerçek zamanlı veri analizleriyle desteklenmiştir (Aksoy, 2022).

Sosyal medyanın bir kamu diplomasisi aracı olarak kullanımı, geleneksel diplomasi yöntemleriyle kıyaslandığında daha geniş kitlelere daha hızlı erişim sağlama avantajına sahiptir. Bu nedenle, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın sosyal medya stratejileri, günümüz uluslararası ilişkilerinde giderek artan bir öneme sahiptir. Dijital diplomasi kapsamında yayımlanan içeriklerin analizi, kamu diplomasisinin dönüşümünü anlamak açısından değerli veriler sunmaktadır (Erdem, 2023).

Sonuç olarak, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın dijital diplomasi faaliyetleri, Türkiye'nin uluslararası kamuoyundaki algısını yönetme sürecinde kritik bir rol üstlenmektedir. Dijitalleşen dünya düzeninde sosyal medya platformlarının diplomatik iletişim aracı olarak kullanımı, sadece Türkiye için değil, küresel ölçekte devletler için de stratejik bir gereklilik haline gelmiştir. Gelecekte, dijital diplomasi stratejilerinin daha da gelişerek, yapay zeka ve büyük veri analitiği gibi teknolojilerle desteklenmesi beklenmektedir. Bu gelişmeler, dijital diplomasi alanındaki etkinliği artırarak, uluslararası ilişkilerde yeni bir dönemin başlangıcını işaret etmektedir (Şahin, 2023).

3.4. Dijital Diplomasi Açısından Elde Edilen Bulgular

Kamu diplomasi bağlamında dijital diplomasi kavramını Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın dijital diplomasi faaliyetleri kapsamında incelemeyi amaçlayan çalışmada Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın dijital diplomasi faaliyetleri üzerine yapılan analizler, kurumun kriz dönemlerinde kamuoyuna hızlı ve etkili yanıt verebildiğini göstermektedir. Twitter ve Instagram gibi sosyal medya platformları üzerinden yürütülen kampanyalar, uluslararası medyada geniş yankı uyandırmayı hedeflemiş ve Türkiye'nin küresel diplomatik iletişim stratejisini güçlendirdiğini ortaya koymuştur (Şahin, 2023). Özellikle kriz yönetimi bağlamında gerçekleştirilen dijital müdahaleler, uluslararası algının yönetilmesi açısından önemli bir araç olarak değerlendirilmiştir.

3.4.1. Sosyal Medya Platformlarının Kullanımı

Bu çalışma kapsamında, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın dijital diplomasi faaliyetlerini analiz etmek amacıyla Eylül, Ekim ve Kasım 2024 aylarında kuruma ait sosyal medya hesapları incelenmiştir. İnceleme sürecinde; diplomasi kavramının uluslararası ilişkiler çerçevesi nedeni ile "X" (eski adıyla Twitter), Instagram, Facebook ve YouTube platformlarında öncelikli olarak resmî bulunan İngilizce hesaplar değerlendirilmiştir.

İletişim Başkanlığı'nın X platformunda "@communications" kullanıcı adıyla faaliyet gösterdiği tespit edilmiştir. X platformundaki resmî İngilizce hesap, güncel veriler ışığında 37.000 takipçiye sahiptir ve 83 kişiyi takip etmektedir. Takip edilen hesapların büyük çoğunluğunu Türkiye Cumhuriyeti bakanları, kamu kurumları ile ulusal ve uluslararası düzeyde önemli kişi ve kuruluşlar oluşturmaktadır. Bu durum, İletişim Başkanlığı'nın dijital diplomasi bağlamında hem kamu kurumlarıyla eşgüdüm içinde hareket ettiğini hem de uluslararası görünürlüğünü artırmayı hedeflediğini göstermektedir.

Facebook platformunda Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın "Republic of Türkiye Directorate of Communications" adıyla faaliyet gösteren İngilizce resmî hesabı da analiz kapsamına alınmıştır. Söz konusu hesabın yalnızca 59 takipçiye sahip olduğu gözlemlenmiştir. Bu sayı, kurumun İngilizce dilinde yürüttüğü kamu diplomasisi faaliyetlerinin Facebook özelinde oldukça sınırlı bir erişime sahip olduğunu

göstermektedir. Öte yandan, aynı kurumun Türkçe Facebook hesabı ise 626.000 takipçiye ulaşmış durumdadır. Bu çarpıcı fark, İletişim Başkanlığı'nın Facebook'taki hedef kitlesinin büyük ölçüde yerel kamuoyuna yönelik şekillendiğini ve İngilizce içerik üretiminin bu platformda ikinci planda kaldığını ortaya koymaktadır.

Instagram platformunda Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı “@communications_turkiye” kullanıcı adıyla İngilizce dilinde faaliyet göstermektedir. Hesabın 3.863 takipçisi bulunduğu ve 43 hesabı takip ettiği tespit edilmiştir. Takip edilen hesapların, Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı makamı başta olmak üzere çeşitli bakanlıkların, devlet kurum ve kuruluşlarının ve bakanların resmî Instagram hesaplarından oluştuğu gözlemlenmiştir. Bu durum, İletişim Başkanlığı'nın dijital diplomasi faaliyetlerinde kurumsal bütünlük sağlama ve devletin farklı organlarıyla dijital alanda koordinasyon kurma çabasını yansıtmaktadır. Ancak takipçi sayısının sınırlı kalması, bu platformda yürütülen İngilizce içerikli kamu diplomasisi faaliyetlerinin daha dar bir kitleye ulaştığını göstermektedir.

YouTube platformu üzerinde Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'na ait hem Türkçe hem de İngilizce olmak üzere iki ayrı resmî hesabın bulunduğu tespit edilmiştir. Türkçe içerik üreten hesap, @iletisimbaskanligi kullanıcı adıyla 17 Aralık 2018 tarihinde platforma katılmış olup 35.200 aboneye sahiptir. Bu hesapta güncel gelişmelere ilişkin videoların yanı sıra, Başkanlık tarafından düzenlenen toplantı, panel ve kampanya gibi etkinliklerin canlı yayın kayıtları ve tanıtım videolarına yer verilmektedir. İçeriklerin düzenli ve çeşitli oluşu, bu hesabın aktif biçimde kullanıldığını göstermektedir.

Öte yandan, İngilizce içerik üretmeyi amaçlayan ikinci hesap olan “@DirectorateofCommunications_TR”, 3 Nisan 2020 tarihinde açılmıştır. Güncel olarak hesabın 2.240 abonesi ve toplamda 191 video içeriği bulunduğu görülmektedir. Ancak, çalışmanın analiz dönemini kapsayan Eylül–Kasım 2024 tarih aralığında herhangi bir yeni içerik paylaşılmadığı ve genel olarak Türkçe hesapla kıyaslandığında daha düşük bir kullanım yoğunluğuna sahip olduğu gözlemlenmiştir. Bu nedenle içerik analizinde Youtube Türkçe hesabındaki içerikler diplomasi çalışmaları nezdinde ele alınarak incelenmiştir. Bu durum, YouTube üzerinden yürütülen İngilizce dijital diplomasi faaliyetlerinin süreklilik ve etkinlik açısından sınırlı kaldığını ortaya koymaktadır.

İnceleme sonucunda; Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın sosyal medya platformları üzerinden yürüttüğü dijital diplomasi faaliyetleri, platformlar arasında farklılık göstermektedir. Türkçe içerik üretilen hesapların daha geniş kitlelere ulaştığı ve daha aktif bir biçimde kullanıldığı gözlemlenirken, İngilizce hesapların takipçi sayısı, içerik çeşitliliği ve güncellik açısından sınırlı kaldığı tespit edilmiştir. Bu durum, dijital diplomasinin hedef kitlesi, dil stratejisi ve platform kullanım pratikleri açısından daha dengeli ve sürdürülebilir bir yapıya kavuşturulması gerektiğini ortaya koymaktadır. Dijital iletişimin küresel ölçekte etkili olabilmesi adına, İngilizce içeriklerin niteliği ve sürekliliğinin tüm sosyal medya platformlarında artırılması, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın uluslararası görünürlüğünü güçlendirmesi açısından önemli bir ihtiyaç olarak değerlendirilmektedir.

3.4.2. CİB'in "X" Platformu Üzerinden Dijital Diplomasi Faaliyetlerinin Analizi

3.4.2.1. CİB'in Eylül 2024 "X" Paylaşımlarının İçerik Analizi

Eylül 2024 tarihinde Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın resmî X (Eski Twitter) hesabı üzerinden gerçekleştirilen paylaşımlar incelendiğinde; içeriklerin büyük ölçüde Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın yurt içi ve yurt dışı temaslarına, Birleşmiş Milletler Genel Kurulu çerçevesinde yapılan diplomatik girişimlere, İsrail'in Filistin topraklarındaki saldırılarına yönelik uluslararası kamuoyuna yapılan güçlü eleştirilere ve Türkiye'nin uluslararası arenadaki görünürlüğünü artırmayı hedefleyen kültürel ve ekonomik faaliyetlere odaklandığı gözlemlenmiştir.

Özellikle Eylül ayının ikinci yarısında, Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın New York'ta Birleşmiş Milletler 79. Genel Kurulu kapsamında gerçekleştirdiği ikili lider görüşmeleri; Türkiye'nin Afrika, Orta Doğu, Asya ve Avrupa'daki stratejik ortaklıklarını güçlendirme hedefi doğrultusunda çok yönlü diplomatik temaslarını sürdürdüğünü ortaya koymaktadır; nitekim bu görüşmelerde ekonomik iş birliği, savunma sanayii yatırımları, kültürel ilişkilerin geliştirilmesi ve bölgesel krizlerin çözümünde Türkiye'nin yapıcı rolüne vurgu yapılmıştır.

Paylaşımların önemli bir bölümü ise Filistin meselesi ekseninde şekillenmiş; İsrail'in Gazze'de yürüttüğü saldırılar ağır bir dille eleştirilmiş; uluslararası kuruluşların, özellikle Birleşmiş Milletler'in etkinliğini kaybettiği, barışı sağlama misyonunu yerine

getiremediği ve acilen yapısal bir reforma tabi tutulması gerektiği vurgulanmıştır. Bu çerçevede, Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın “Dünya Beşten Büyüktür” (#WorldIsBiggerThan5) mesajı sık sık tekrar edilerek Türkiye'nin küresel yönetimde adalet ve eşitlik talebine yönelik güçlü bir söylem oluşturduğu anlaşılmaktadır.

Bununla birlikte, kültürel diplomasi bağlamında gerçekleştirilen etkinlikler örneğin First Lady Emine Erdoğan'ın Afrika kültürüne yönelik düzenlediği "Flavors of Africa" etkinliği gibi Türkiye'nin "yumuşak güç" kapasitesini uluslararası platformlarda artırma girişimi olarak değerlendirilebilir; bu tür etkinlikler aracılığıyla ülkenin kültürel zenginliklerinin ve insani değerlerinin ön plana çıkarılmaya çalışıldığı görülmektedir. Ayrıca, ekonomik diplomasi kapsamında Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın Amerikan iş dünyası temsilcileriyle yaptığı görüşmeler, Türkiye'nin yatırım ortamını tanıtmaya ve ticaret hacmini artırma hedeflerinin doğrudan diplomatik iletişim araçlarıyla desteklendiğini göstermektedir; bu paylaşımlar, Türkiye'nin yalnızca siyasi ve güvenlik odaklı değil, aynı zamanda ekonomik hedeflerle de küresel arenada daha etkin bir aktör olma gayreti içinde olduğunu ortaya koymaktadır.

Eylül 2024 dönemine ait toplamda 139 tweet incelenmiş olup, tüm bu paylaşımlar bir bütün olarak değerlendirildiğinde; Eylül 2024 döneminde Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın dijital diplomasi stratejisinin üç ana eksen etrafında şekillendiği sonucuna varılabilir:

Birincisi, Türkiye'nin uluslararası krizlere dair duruşunu ve çözüm önerilerini güçlü bir dille duyurmak;

ikincisi, Türkiye'nin kültürel ve insani diplomasi araçlarını etkin kullanarak olumlu bir ülke imajı oluşturmak;

üçüncüsü ise, Türkiye'nin ekonomik ve politik menfaatlerini küresel düzeyde savunmak ve güçlendirmek amacıyla çok taraflı platformlarda aktif bir rol üstlenmektir.

Tablo 1. Eylül 2024 “X” Paylaşımları İçerik Analizi

Tema	Diplomatik Amaç	Duygu Durumu	Anahtar Kelimeler
Spor ve Yatırım	Kamuoyunu bilgilendirme	Olumlu	Yatırım, spor, açılış
İsrail ve Filistin Meselesi	Uluslararası farkındalık ve baskı oluşturma	Sert/Kararlı	İsrail, Gazze, soykırım, Netanyahu
İkili Görüşmeler	Bölgesel iş birliği ve insan hakları savunusu	Umutlu/Kararlı	İş birliği, savunma, Gazze, dayanışma
BM Temasları	Uluslararası meşruiyet ve kriz çözümü çağrısı	Kararlı	BM, insan hakları, çözüm, barış
Kültürel Etkinlikler	Kültürel diplomasi	Olumlu	Kültür, etkinlik, soft power
BM Genel Kurul Konuşmaları	Küresel adalet, reform çağrısı	Sert/Kararlı	Gazze, İsrail, BM reformu, İslamofobi
Yatırım ve Ekonomi	Ekonomik diplomasi	Olumlu	Yatırım, ticaret, iş birliği
Bölgesel Güvenlik ve Filistin	Saldırıların durdurulması için çağrı	Kararlı	Gazze, savaş, insan hakları
STRATCOM Forumu	İletişim stratejileri ve kamu diplomasisi	Olumlu	İletişim, kriz yönetimi
ABD Temasları	Dış politika ve kriz diplomasisi	Umutlu/Kararlı	Lider görüşmeleri, Gazze, diplomasi
Savunma	Kriz yönetimi	Kararlı	Stratejik iletişim, güvenlik
Eğitim, Sağlık, Zirveler	İmaj güçlendirme ve uluslararası ortaklıklar	Olumlu	Eğitim, yatırım, iş birliği, insan hakları

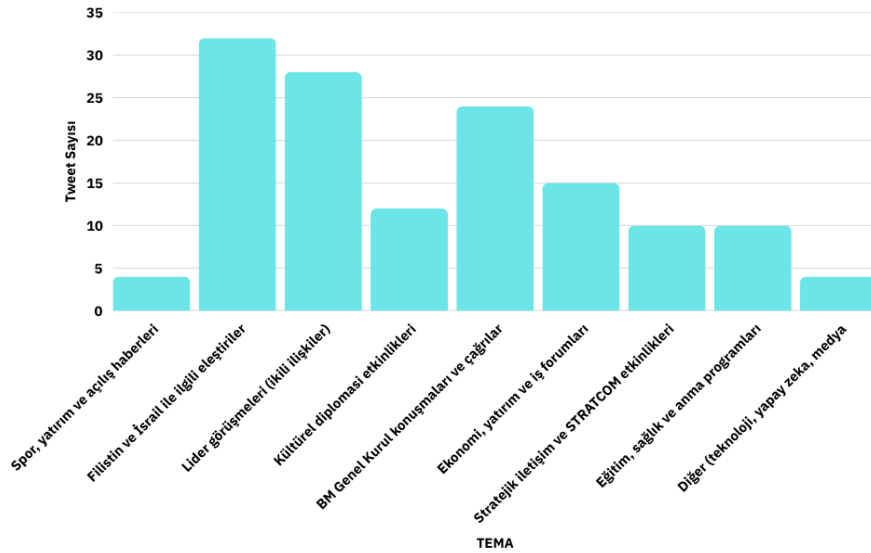
Kaynak: Yazar tarafından hazırlanmıştır.

Eylül 2024 tarihinde Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın resmi “X” hesabı (@Communications) üzerinden yapılan paylaşımlar, Türkiye'nin dış politika vizyonunu, uluslararası platformlardaki duruşunu ve kamu diplomasisi stratejilerini yansıtmaları açısından önemli bir veri seti oluşturmaktadır. Bu çalışmada, İletişim Başkanlığı'nın ilgili dönemde yaptığı 100'ü aşkın paylaşım içerik analizi yöntemiyle incelenmiş ve belirli temalar çerçevesinde değerlendirilmiştir.

Paylaşımlar genel anlamda dört ana duygusal tonda gruplandırılmıştır:

- Sert /Kararlı (%45): İsrail'in politikalarına ve uluslararası sistemin adaletsizliklerine yönelik sert eleştiriler.
- Umutlu (%20): Diplomatik görüşmelerdeki çözüm arayışları ve barış vurguları.
- Olumlu (%30): Kültürel diplomasi ve ekonomik iş birliklerinin geliştirilmesi.
- Umutlu/Kararlı (%5): Uluslararası kamuoyuna yönelik çağrılar ve insan hakları ihlallerine dikkat çekmeler.

Grafik 1. Eylül 2024 “X” Paylaşımları Temalara Göre Dağılım



Kaynak: Yazar tarafından hazırlanmıştır.

Tablo 2. Eylül 2024 “X” Paylaşımları Sayısal Dağılım

Tema	Tweet Sayısı	Yüzde (%)
Filistin/Gazze ve İsrail Eleştirileri	32	%23
Birleşmiş Milletler Temasları ve Konuşmaları	24	%17
İkili Lider Görüşmeleri (Diplomasi)	28	%20
Kültürel Diplomasi ve Etkinlikler	12	%9
Ekonomik Diplomasi/Yatırım	15	%11
Stratejik İletişim/STRATCOM	10	%7
Eğitim, Sağlık, Anma Programları	10	%7
Medya, Yapay Zeka ve Diğer	8	%6

Kaynak: Yazar tarafından hazırlanmıştır.

Paylaşımlar genel olarak şu ana temalar etrafında toplanmıştır:

- **Filistin Meselesi ve İsrail Eleştirisi (%23):** Türkiye'nin Filistin halkına verdiği destek ve İsrail'in saldırgan politikalarına yönelik eleştiriler, mesajların önemli bir kısmını oluşturmuştur. Özellikle Gazze'deki insani krize dikkat çekilmiş, uluslararası toplum harekete çağırılmıştır.
- **Birleşmiş Milletler Genel Kurulu Faaliyetleri (%17):** Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın BM 79. Genel Kurulu çerçevesinde yaptığı temaslar, toplantılar ve konuşmalar, Türkiye'nin küresel sistem reformu çağrısının temel taşı olarak öne çıkmıştır.

- **İkili Diplomatik Görüşmeler (%20):** Afrika, Orta Doğu, Avrupa ve Asya ülkeleri liderleriyle yapılan görüşmelerde, ekonomik iş birliği, bölgesel güvenlik ve insani konular ön plana çıkmıştır.
- **Kamu Diplomasisi ve Kültürel Etkinlikler (%9):** Türkiye'nin kültürel mirasını tanıtıcı etkinlikler, soft power kullanımı açısından önem arz eden içeriklerdir. Özellikle New York'ta düzenlenen "Flavors of Africa" ve "Bridal Treasures" gibi etkinlikler buna örnektir.
- **Stratejik İletişim ve Savunma Vurguları (%7):** STRATCOM Public Forum gibi etkinlikler aracılığıyla Türkiye'nin küresel iletişim stratejileri ve kriz yönetimi becerileri ön plana çıkarılmıştır.
- **Ekonomi ve Yatırım Diplomasi Faaliyetleri (%11):** Yatırım konferansları ve ikili ekonomik görüşmeler, Türkiye'nin ticari ve ekonomik ilişkilerini güçlendirme stratejisinin bir parçası olarak sunulmuştur.
- **Eğitim, Sağlık ve Anma Etkinlikleri (%7):** Açılış törenleri, eğitim projeleri ve kamuya yönelik hizmet faaliyetleri, Türkiye'nin iç imaj güçlendirme stratejisi kapsamında değerlendirilmiştir.

“X” paylaşımlarında belirlenen başlıca diplomatik amaçlar şunlardır:

- Filistin konusunda uluslararası farkındalık yaratmak ve baskı oluşturmak.
- Türkiye'nin BM'deki liderliğini ve reform çağrısını vurgulamak.
- İkili ilişkilerde ekonomik, kültürel ve stratejik iş birliklerini artırmak.
- Yumuşak güç unsurlarıyla kamuoyunda olumlu Türkiye imajı inşa etmek.
- Stratejik iletişim yoluyla kriz yönetimini güçlendirmek.

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın Eylül 2024 dönemine ait “X” paylaşımları; Türkiye'nin küresel krizlere karşı net tutum sergilediğini, çok taraflı diplomatik ilişkiler yürüttüğünü ve kamu diplomasisini aktif kullandığını göstermektedir. Özellikle Filistin konusundaki insani duruş ve BM'de sürdürülen yoğun temaslar, Türkiye'nin uluslararası politikadaki pozisyonunu güçlendirmeye yönelik dijital stratejilerin önemli bir parçasıdır.

3.4.2.2. CİB'in Ekim 2024 "X" Paylaşımları İçerik Analizi

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın 2024 yılı Ekim ayı boyunca yaptığı resmî "X" paylaşımlarını nitel içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Amaç, dijital diplomasi stratejilerini, söylem yapısını, tematik öncelikleri ve medya kullanım eğilimlerini ortaya koymaktır. Veriler, paylaşım metinleri üzerinden kodlanmış, temalar oluşturulmuş ve sayısal dağılım ile desteklenmiştir.

Başkanlığın Ekim 2024 dönemine ait resmi "X" (eski adıyla Twitter) paylaşımlarına yönelik gerçekleştirilen nitel içerik analizinde, kurumun kamu diplomasisi faaliyetlerini çok boyutlu bir iletişim stratejisiyle yürüttüğü görülmektedir. Paylaşımlar, yalnızca bilgi aktarımını değil, aynı zamanda Türkiye'nin uluslararası arenadaki imajını pekiştirmeyi hedefleyen tematik yapı ve söylem örüntüleriyle öne çıkmaktadır. Tüm içerikler aşağıdaki ana temalar altında kategorize edilmiştir.

Tablo 3. Ekim 2024 "X" Paylaşımları İçerik Analizi

Tema	Diplomatik Amaç	Duygu Durumu	Anahtar Kelimeler
Devlet Politikaları ve Kurumsal Açıklamalar	Uluslararası yatırımcılara ve yabancı aktörlere güven veren bir yönetim yapısının vurgulanması	Kararlı	Düzenleme, yasa, bilgilendirme
Ulusal Bayramlar, Anma Günleri, Tarihi Vurgular	Ortak tarih ve değerler üzerinden uluslararası topluma kimlik ve kültür tanıtımı, Türk tarihinin diplomatik yansımalarının aktarılması	Olumlu	Bayram, Atatürk, tarih
Uluslararası İletişim ve Tanıtım	Türkiye'nin küresel imajının güçlendirilmesi, kamu diplomasisi yoluyla dış kamuoyunda olumlu algı oluşturma	Olumlu	Yurt dışı medya, kamu diplomasisi, uluslararası mesajlar
Cumhurbaşkanı ve Kabine Faaliyetleri	Devletin dış ilişkilerdeki aktif rolünün ve diplomatik	Umutlu/Kararlı	Açıklamalar, ziyaretler, program duyuruları

	gündeminin uluslararası kamuoyuna aktarılması		
Kamuoyunu Bilgilendirme ve Medya İçerikleri	Uluslararası standartlara uygun, şeffaf ve çağdaş iletişim yöntemleriyle ülkenin anlatılması	Olumlu	Grafik, video, infografik içerikler
Dezenformasyonla Mücadele	Türkiye'nin itibarına zarar verebilecek uluslararası yanlış bilgilerin düzeltilmesi ve doğru bilginin diplomatik yollarla paylaşılması	Sert/Kararlı	Yalan haber düzeltmeleri, "Dezenformasyon Bülteni"
Dijital Dönüşüm ve Medya	Türkiye'nin dijitalleşme alanındaki gelişmelerinin küresel düzeyde tanıtılması ve bu alanda stratejik ortaklık fırsatlarının artırılması	Umutlu/Kararlı	Sosyal medya, yapay zekâ, iletişim teknolojileri
Afet, Kriz ve Acil Durum İletişimi	Kriz zamanlarında uluslararası toplumla dayanışma sergilemek, Türkiye'nin insani diplomasi ve liderlik rolünü vurgulamak	Sert/Kararlı	İsrail-Filistin, Afet, kriz, mesaj

Kaynak: Yazar tarafından hazırlanmıştır.

Analiz kapsamında belirlenen sekiz ana tema, Başkanlığın iletişimsel önceliklerini açıkça ortaya koymaktadır. "Devlet Politikaları ve Kurumsal Açıklamalar" teması, yatırımcı güveni ve yönetim vurgusuyla kurumsal bir duruş sergilerken, bu içerikler genellikle kararlılık duygusunu yansıtan bir tonda sunulmuştur. "Ulusal Bayramlar, Anma Günleri ve Tarihi Vurgular" teması ise tarihsel hafızayı canlı tutarak uluslararası kamuoyuna Türkiye'nin kültürel ve tarihsel zenginliğini aktarma amacını taşımakta, içeriklerin tonu ise genel olarak olumlu ve birleştirici niteliktedir.

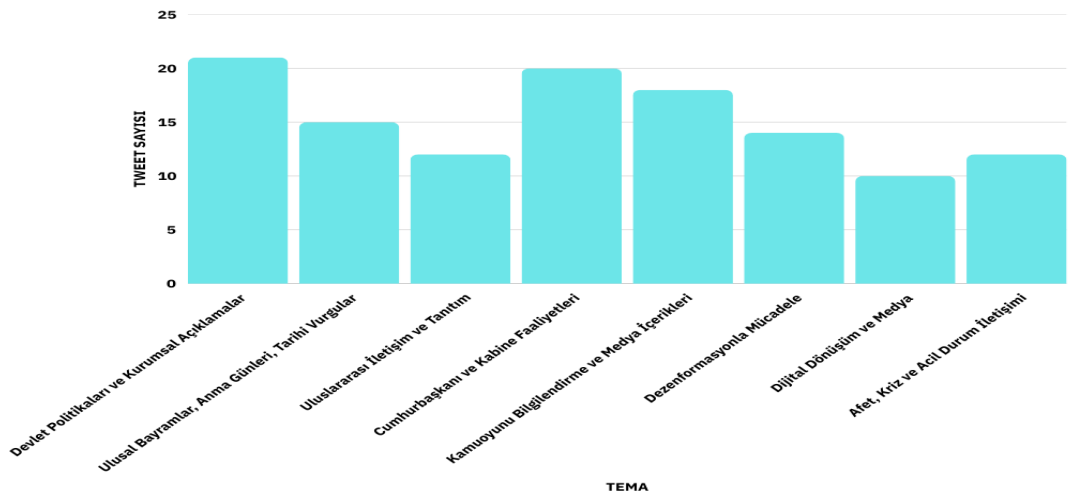
Özellikle "Uluslararası İletişim ve Tanıtım" ile "Cumhurbaşkanı ve Kabine Faaliyetleri" temaları, Türkiye'nin küresel konumlandırma çabalarının iletişimsel

izdüşümünü yansıtmaktadır. Bu paylaşımlar, umutlu ve kararlı bir dil kullanılarak hem iç kamuoyu nezdinde güven tazelemeyi hem de dış kamuoyunda imaj güçlendirmeyi hedeflemektedir. Benzer şekilde, "Kamuoyunu Bilgilendirme ve Medya İçerikleri" temasında da şeffaflık, modernlik ve görselleştirilmiş bilgi sunumu öne çıkmakta, bu da iletişim teknolojilerinin kamu hizmetinde etkin bir araç olarak kullanıldığını göstermektedir.

Dijital çağın gereklerine uygun biçimde, "Dijital Dönüşüm ve Medya" teması altında yer alan içerikler, Türkiye'nin iletişim teknolojileri alanındaki ilerlemelerini ve bu alandaki iş birliği fırsatlarını vurgulamaktadır. Umutlu/kararlı bir tonun hâkim olduğu bu paylaşımlar, Türkiye'nin küresel dijitalleşme gündeminde aktif bir aktör olduğunu ortaya koymaktadır.

"Dezenformasyonla Mücadele" başlığı altında incelenen içeriklerde ise uluslararası düzeyde Türkiye'ye yönelik yanlış bilgi ve algılarla mücadeleye yönelik sert ve net bir söylem benimsenmiştir. Bu durum, kurumsal iletişim stratejilerinde yalnızca tanıtım ve bilgilendirme değil, aynı zamanda itibar savunusunun da önemli bir yer tuttuğunu göstermektedir. "Afet, Kriz ve Acil Durum İletişimi" temasında ise Türkiye'nin hem iç krizlere müdahale kapasitesini hem de küresel insani diplomasi rolünü vurgulayan güçlü mesajlara yer verildiği görülmüştür.

Grafik 2. Ekim 2024 “X” Paylaşımları Temalara Göre Dağılım



Kaynak: Yazar tarafından hazırlanmıştır.

Tablo 4. Ekim 2024 “X” Paylaşımları Sayısal Dağılım

Tema	Paylaşım Sayısı	Yüzde (%)
Devlet Politikaları ve Kurumsal Açıklamalar	21	%17,2
Ulusal Bayramlar, Anma Günleri, Tarihi Vurgular	15	%12,3
Uluslararası İletişim ve Tanıtım	12	%9,8
Cumhurbaşkanı ve Kabine Faaliyetleri	20	%16,4
Kamuoyunu Bilgilendirme ve Medya İçerikleri	18	%14,8
Dezenformasyonla Mücadele	14	%11,5
Dijital Dönüşüm ve Medya	10	%8,2
Afet, Kriz ve Acil Durum İletişimi	12	%9,8
Toplam	122	%100

Kaynak: Yazar tarafından hazırlanmıştır.

Yukarıdaki tablo 4.’de, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı’nın 2024 yılı Ekim ayına ait toplam 122 X (eski adıyla Twitter) paylaşımı, tematik başlıklarına göre sınıflandırılmış ve yüzdelik dağılımları belirtilmiştir. En yüksek orana sahip tema, %17,2 ile “Devlet Politikaları ve Kurumsal Açıklamalar” olurken, onu %16,4 ile “Cumhurbaşkanı ve Kabine Faaliyetleri” ve %14,8 ile “Kamuoyunu Bilgilendirme ve Medya İçerikleri” izlemiştir. Bu bulgu, Başkanlığın iletişim stratejisinde öncelikli olarak devletin kurumsal görünürlüğünü, yürütme organlarının faaliyetlerini ve kamunun bilgilendirilmesini öncelediğini göstermektedir.

Bunun yanı sıra, %12,3 oranındaki “Ulusal Bayramlar, Anma Günleri ve Tarihi Vurgular” teması, kültürel bellek ve tarihsel süreklilik üzerinden oluşturulan bir ulusal kimlik inşasını desteklemektedir. %11,5’lik “Dezenformasyonla Mücadele” oranı ise, Başkanlığın dijital ortamlarda yürütülen algı operasyonlarına karşı aktif bir savunma hattı kurduğunu ve bu tür içeriklere önemli bir yer ayırdığını ortaya koymaktadır.

“Uluslararası İletişim ve Tanıtım” ile “Afet, Kriz ve Acil Durum İletişimi” başlıkları, eşit oranla %9,8’lik bir yer tutmuş, böylece Türkiye’nin küresel tanıtımı ve kriz zamanlarında uluslararası topluma yönelik verdiği mesajların dengeli biçimde öne çıkarıldığı anlaşılmıştır. %8,2 ile en düşük oranda temsil edilen “Dijital Dönüşüm ve Medya” ise, içerik sayısı itibarıyla daha sınırlı görünmekle birlikte, içeriklerin stratejik ve yüksek etkili mesajlar içermesi nedeniyle niteliksel açıdan dikkat çekmektedir.

Genel olarak tablo, Başkanlığın içerik stratejisinde çok yönlü ve dengeli bir dağılım gözettiğini; bir yandan iç kamuoyunu bilgilendirme ve yönlendirme, diğer yandan dış kamuoyuna yönelik tanıtım ve diplomatik mesaj iletimine önem verdiğini göstermektedir. Ayrıca dezenformasyonla mücadele ve kriz zamanlarında verilen hızlı tepkiler, kurumsal iletişimde savunucu reflekslerin ve itibar yönetiminin sistematik biçimde yer aldığını ortaya koymaktadır.

Paylaşımlarda gözlemlenen temel stratejiler arasında resmiyet ve kurumsallık, kriz iletişimi (İsrail- Filistin), görsel- işitsel medya kullanımı, dezenformasyonla mücadele ve milli ve tarihi vurgular öne çıkmaktadır.

Tüm içerikler değerlendirildiğinde devletin medya organı aracılığıyla ‘aktif bir dijital kamu diplomasisi’ yürüttüğünü ortaya koymaktadır. Gönderiler; güven inşası, kriz yönetimi ve halkla ilişkiler hedefleriyle stratejik olarak planlanmıştır. Kamusal sorumluluk ve kamu yararı söylemi, bütün gönderilere yansımaktadır.

3.4.2.3. CİB’in Kasım 2024 “X” Paylaşımları İçerik Analizi

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı’nın Kasım 2024 ayında resmî “X” hesabı (@Communications) üzerinden yaptığı 177 paylaşımın içerik analizini kapsamaktadır.

Paylaşımlar dijital diplomasi bağlamında değerlendirilmiş; tematik içerik, diplomatik amaçlar ve duygu durumu açısından sınıflandırılmıştır. Çalışma; Türkiye'nin dış politika söylemleri, kamu diplomasisi araçları ve krizlere karşı tutumunun sosyal medya aracılığıyla nasıl yansıtıldığını ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Başkanlığın Kasım 2024 dönemine ait “X” paylaşımları; Türkiye'nin dijital diplomasi araçlarını çok boyutlu ve stratejik bir şekilde kullandığını ortaya koymaktadır. Özellikle Gazze ve Filistin konusundaki insani ve hukuki söylemler, çok taraflı diplomasi platformlarındaki reform çağrıları ve Türkiye'nin kültürel, çevresel ve ekonomik alandaki aktif rolü; sosyal medya üzerinden güçlü bir dış politika enstrümanı olarak konumlandırılmıştır.

Tablo 5. Kasım 2024 “X” Paylaşımları İçerik Analizi

Tema	Diplomatik Amaç	Duygu Durumu	Anahtar Kelimeler
Filistin/Gazze Meselesi ve İsrail Eleştirisi	Uluslararası kamuoyunda farkındalık oluşturmak ve İsrail'e karşı siyasi baskı mekanizmalarını harekete geçirmek.	Sert/Kararlı	Gazze, İsrail eleştirisi, BM yetersizliği
Uluslararası Zirve ve Diplomatik Görüşmeler (G20, COP29)	BM, NATO, G20 gibi çok taraflı yapılar içinde Türkiye'nin liderlik rolünü öne çıkarmak.	Umutlu ve İşbirlikçi	İkili görüşmeler, diplomatik temaslar
BM Reformu, Küresel Adalet ve Çok Taraflılık Eleştirisi	Türkiye'nin küresel adalet ve çok taraflılık konularındaki tutumunu vurgulamak.	Uyarıcı/Nötr	Dezenformasyon, medya uyarıları, kriz iletişimi
Kültürel Diplomasi ve Soft Power Etkinlikleri	Kamu diplomasisi ve stratejik iletişim araçlarıyla Türkiye imajını güçlendirmek.	Kararlı/Olumlu	Kültür, diplomasi, Soft Power, eğitim,
Yatırım, Ekonomi ve Enerji Forumları	Türkiye'nin ekonomik gücünü ve küresel enerji politikalarındaki rolünü vurgulamak.	Olumlu	Yatırım, Ekonomi, Enerji, Ticaret, Küresel Ekonomi

Kadın, Eğitim, Çevre ve İklim Girişimleri	Türkiye'nin iklim değişikliğiyle mücadelesini ve 'Sıfır Atık' gibi küresel girişimlerdeki liderliğini vurgulamak.	Olumlu	Kültür, yatırım, eğitim, sıfır atık
Dezenformasyonla Mücadele ve İletişim Stratejileri	Kamu diplomasisi aracılığıyla dezenformasyonla mücadele ve doğru bilgi akışını sağlamak.	Sert/Kararlı	Dezenformasyon, Kriz İletişimi, Medya Stratejisi, Bilgi Akışı
İç Politika, Resmî Törenler, Devlet Protokolü	İç politikada halkla ilişkiler ve devletin resmi faaliyetlerini tanıtmak.	Uyarıcı/Nötr	Politika, tören, protokol

Kaynak: Yazar tarafından hazırlanmıştır.

Yukarıda sunulan tablo 5. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın Kasım 2024 tarihli resmî "X" paylaşımlarının içerik analizi yöntemiyle incelenmesi sonucu elde edilmiştir. Nitel içerik analizi yöntemi çerçevesinde gerçekleştirilen bu çalışma, incelenen 177 tweette öne çıkan temaları, bu temaların diplomatik amaçlarını, kullanılan duygusal tonu ve öne çıkan anahtar kelimeleri sistematik biçimde kategorize etmeyi amaçlamıştır.

Analiz kapsamında, içerikler toplam sekiz ana temaya ayrılmıştır: Filistin/Gazze Meselesi ve İsrail Eleştirisi; Uluslararası Zirveler ve Diplomatik Görüşmeler, BM Reformu ve Küresel Adalet; Kültürel Diplomasi ve Soft Power Etkinlikleri, Yatırım, Ekonomi ve Enerji Forumları; Kadın, Eğitim, Çevre ve İklim Girişimleri; Dezenformasyonla Mücadele, İç Politika ve Devlet Protokolü. Bu temalar, Türkiye'nin dış politika söylemini, kamu diplomasisi stratejilerini ve ulusal çıkarlarını uluslararası kamuoyuna sunma biçimleri açısından belirgin bir çerçeve sunmaktadır.

Her tema başlığı altında, ilgili tweetlerin taşıdığı diplomatik amaçlar değerlendirilmiş; Türkiye'nin küresel gündem içerisindeki pozisyonlanma stratejileri ile bu stratejilere eşlik eden söylemsel yönelimler ortaya konmuştur. Duygu durumu sütunu, mesajların tonunu "sert", "kararlı", "umutlu", "olumlu" gibi kategorilerle belirleyerek iletilen mesajların hedef kitlesi üzerinde oluşturmayı amaçladığı psikolojik ve retorik etkiyi

analiz etmektedir. Anahtar kelimeler ise, içeriklerin söylemsel yoğunlaşma alanlarını ve ileti stratejisinde öne çıkan odakları göstermektedir.

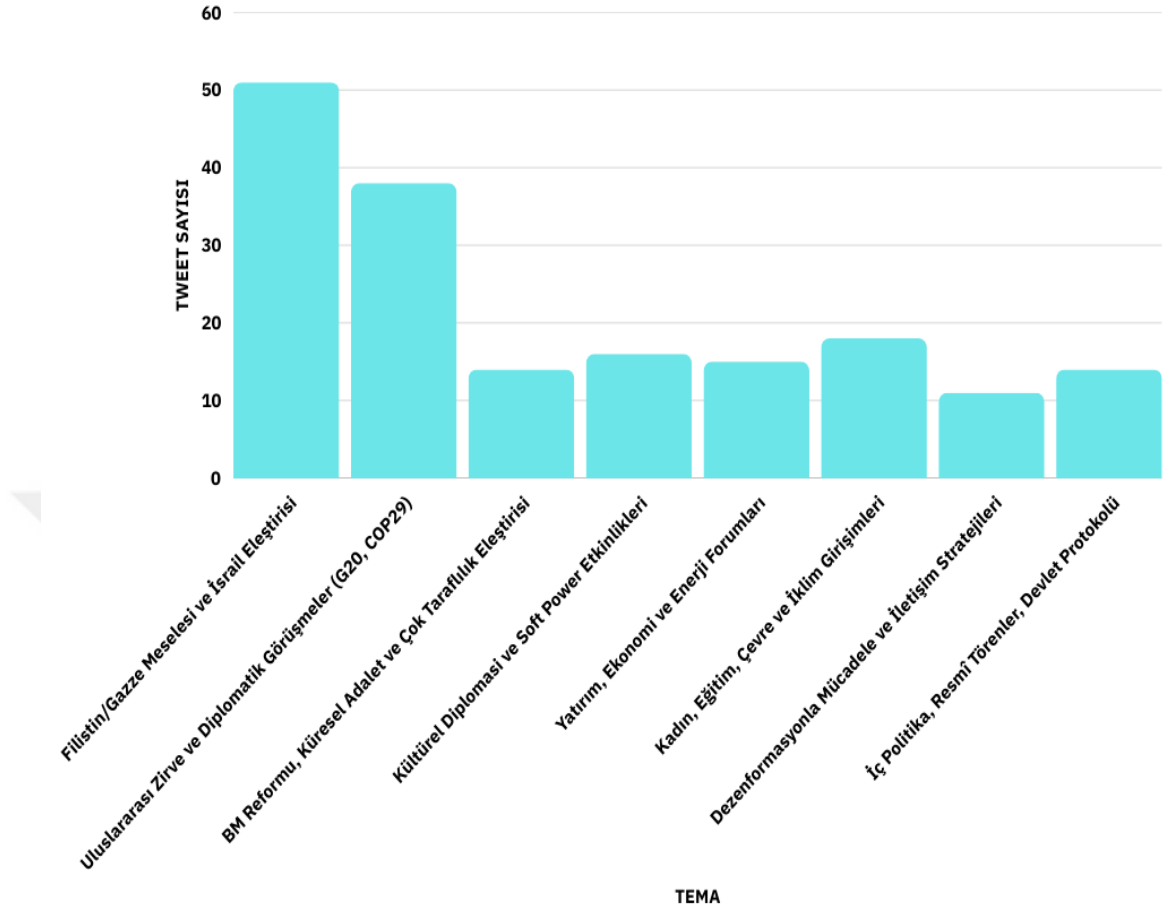
En yüksek oranı oluşturan sert/kararlı tonlu paylaşımlar (%42,3), özellikle Gazze ve İsrail'e yönelik eleştiriler ile Birleşmiş Milletler'in yetersizliğine dair söylemleri içermektedir. Bu tonda yapılan paylaşımlar, Türkiye'nin uluslararası krizlerdeki tutumunu güçlü bir retorikle ortaya koymakta; sert ve doğrudan bir dil kullanılarak dış politikada net bir pozisyon alınmakta olduğu vurgulanmaktadır.

İkinci sırada yer alan umutlu ve işbirlikçi içerikler (%25,4) ise ikili diplomatik görüşmeler, uluslararası temaslar ve bölgesel iş birliklerine ilişkin olumlu söylemleri yansıtmaktadır. Bu bağlamda Türkiye'nin küresel aktörlerle yürüttüğü yapıcı diyalog süreçleri ve diplomatik etkileşimler ön plana çıkarılmakta; çok taraflı diplomasiye verilen önem dile getirilmektedir.

Olumlu ve güçlendirici duygu tonu taşıyan içerikler (%20,3), genellikle kültürel diplomasi, yatırım fırsatları, eğitim programları ve çevresel sürdürülebilirlik (örneğin "Sıfır Atık" gibi) alanlarında yapılan paylaşımları kapsamaktadır. Bu paylaşımlar, Türkiye'nin uluslararası imajını güçlendirme ve yumuşak güç unsurlarını ön plana çıkarma amacı taşımakta, kamuoyuna pozitif mesajlar sunmaktadır.

Son olarak, uyarıcı ve nötr nitelikteki paylaşımlar (%11,9) dezenformasyonla mücadele, medya okuryazarlığı, kriz anlarında bilgi doğrulama gibi içerikleri barındırmaktadır. Bu tür mesajlar, bilgi güvenliği ve medya sorumluluğu konularında toplumu bilinçlendirmeye yönelik iletişim araçları olarak değerlendirilebilir.

Grafik 3. Kasım 2024 “X” Paylaşımları Temalara Göre Dağılım



Kaynak: Yazar tarafından hazırlanmıştır.

Tablo 6. Kasım 2024 “X” Paylaşımları Sayısal Dağılım

Tema	Paylaşım Sayısı	Yüzde (%)
Filistin/Gazze Meselesi ve İsrail Eleştirisi	51	%28,8
Uluslararası Zirve ve Diplomatik Görüşmeler (G20, COP29)	38	%21,4
BM Reformu, Küresel Adalet ve Çok Taraflılık Eleştirisi	14	%7,9
Kültürel Diplomasi ve Soft Power Etkinlikleri	16	%9

Yatırım, Ekonomi ve Enerji Forumları	15	%8,5
Kadın, Eğitim, Çevre ve İklim Girişimleri	18	%10,2
Dezenformasyonla Mücadele ve İletişim Stratejileri	11	%6,2
İç Politika, Resmî Törenler, Devlet Protokolü	14	%7,9

Kaynak: Yazar tarafından hazırlanmıştır.

İçeriklerin tematik dağılımına ilişkin sayısal verilere bakıldığında, Kasım 2024 döneminde Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı tarafından yapılan paylaşımlarda en yoğun temanın Filistin/Gazze meselesi ve İsrail'e yönelik eleştiriler olduğu tespit edilmiştir. Bu durum, Türkiye'nin söz konusu dönemde uluslararası kamuoyunda çözümlenemeyen bir krize karşı net bir tutum sergilediğini ve bu duruşunu kararlı ve sert bir duygusal tonla ifade ettiğini göstermektedir. Özellikle Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın katıldığı ulusal ve uluslararası zirvelerde yaptığı konuşmalarda yer alan söylemler, Başkanlığın resmî "X" (eski adıyla Twitter) hesabı üzerinden hem Türkçe hem de İngilizce olarak dünya kamuoyuyla paylaşılmıştır. Paylaşımlar arasında, İsrail hükümetine doğrudan "Netanyahu Hükümeti" ifadesiyle hitap edilerek, Filistin halkına yönelik uygulamaların açıkça katliam olarak nitelendirildiği içeriklere de yer verildiği görülmektedir. Bu tweetlerde, Türkiye'nin insani diplomasi ekseninde yürüttüğü tutum çerçevesinde, Filistin'de yaşananlara karşı direniş gösteren başta kadınlar ve çocuklar olmak üzere sivil halkın yanında yer aldığı güçlü bir şekilde vurgulanmaktadır. Bu durum, Türkiye'nin diplomatik söylemini sadece iç kamuoyuna değil, aynı zamanda küresel düzeydeki hedef kitlelere yönelik olarak da stratejik biçimde yapılandırıldığını ve kamu diplomasisi aracı olarak sosyal medyayı etkin şekilde kullandığını ortaya koymaktadır.

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın Kasım 2024 dönemine ait "X" paylaşımları, Türkiye'nin dijital diplomasi araçlarını çok boyutlu ve stratejik bir biçimde kullandığını açıkça ortaya koymaktadır. Paylaşımlar, sadece bilgilendirici içerik sunmanın ötesine

geçerek, dış politikanın dijital mecralarda temsili, kamuoyunun yönlendirilmesi ve uluslararası kamu diplomasisinin şekillendirilmesi açısından önemli işlevler üstlenmiştir.

Özellikle Gazze ve Filistin meselelerine ilişkin insani ve hukuki temelli söylemler ile çok taraflı diplomasi platformlarında reform çağrılarının ön plana çıkarılması, Türkiye'nin uluslararası alandaki etik pozisyonunu ve normatif gücünü yansıtmaktadır. Bununla birlikte, kültürel, çevresel ve ekonomik alanlarda yapılan olumlu içerikler aracılığıyla yumuşak güç stratejisinin pekiştirildiği görülmektedir. Türkiye'nin kültürel mirasına, çevre duyarlılığına ve sürdürülebilir kalkınma hedeflerine vurgu yapan bu mesajlar, sosyal medyanın kamu diplomasisi açısından taşıdığı sembolik ve algı yönetimi işlevlerini desteklemektedir.

Söz konusu dönemde paylaşılan içerikler, aynı zamanda dijital iletişimde kararlı ve sert üslubun da stratejik olarak kullanıldığını; özellikle kriz iletişiminde, ulusal çıkarların savunulmasında ve uluslararası örgütlerin eleştirisinde bu tonun etkili bir enstrüman olarak devreye alındığını göstermektedir. Tüm bu unsurlar bir arada değerlendirildiğinde, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın sosyal medya kullanımı, dijital diplomasi, stratejik iletişim ve ulusal çıkar temsili boyutlarında kapsamlı bir iletişim modeli inşa ettiğini göstermektedir.

Bu bağlamda yapılan analizler, sosyal medyanın yalnızca bir bilgi aktarım aracı değil, aynı zamanda kamu diplomasisinin dinamiklerini yeniden şekillendiren çok katmanlı bir iletişim sahası olduğunu ortaya koymakta; Türkiye'nin dijital diplomasi kapasitesine ilişkin önemli bir içgörü sunmaktadır.

3.4.3. CİB'in Youtube Platformu Üzerinden Dijital Diplomasi Faaliyetlerinin Analizi

Dijitalleşmenin küresel ölçekte hız kazanmasıyla birlikte, kamu kurumlarının iletişim biçimleri de önemli ölçüde dönüşüme uğramış; geleneksel medya araçlarına ek olarak sosyal medya platformları, kamuoyuyla etkileşim kurmanın ve uluslararası imaj inşa etmenin başat mecraları hâline gelmiştir. Bu dönüşüm sürecinde, video temelli içerik paylaşımı sunan YouTube, sadece bireysel kullanıcılar için değil, devlet kurumları

açısından da stratejik bir dijital diplomasi ve kamu diplomasisi aracı olarak öne çıkmaktadır.

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Türkiye'nin ulusal ve uluslararası kamuoyuna yönelik bilgi aktarımını güçlendirmek, devlet politikalarının şeffaflık ve süreklilik ilkesi doğrultusunda tanıtımını sağlamak amacıyla çeşitli sosyal medya platformlarında aktif olarak faaliyet göstermektedir. Bu bağlamda YouTube, Başkanlık tarafından yalnızca bir içerik sunum alanı değil; aynı zamanda Türkiye'nin küresel görünürlüğünü artırma, anlatı inşası yoluyla algı yönetimini sağlama ve kriz zamanlarında doğrudan kamuoyunu bilgilendirme gibi çok boyutlu işlevleri üstlenen bir iletişim platformu olarak kullanılmaktadır.

YouTube'un görsel-işitsel içerik üretimine olanak tanıyan yapısı, İletişim Başkanlığı'nın kamuya yönelik mesajlarını daha etkili bir biçimde iletmesini mümkün kılarken; platformun arşiv niteliği taşıyan formatı ise uzun vadeli stratejik iletişim planlamaları açısından da avantaj sunmaktadır. Kurumsal videolar, kamu spotları, lider konuşmaları, uluslararası etkinlik yayınları ve özel proje tanıtımları gibi içerikler aracılığıyla İletişim Başkanlığı, hem içerik üreticisi hem de kamusal bir anlatı aktörü olarak konumlanmaktadır.

Bu çerçevede çalışmanın bu bölümünde, İletişim Başkanlığı'nın YouTube platformundaki kurumsal iletişim pratikleri analiz edilerek, dijital diplomasi platform temelli inşâ süreçleri detaylı biçimde incelenecektir.

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, YouTube platformunu etkin biçimde kullanarak Türkiye'nin uluslararası itibarını pekiştirmeyi, küresel kamuoyunu doğru ve zamanında bilgilendirmeyi ve ülkenin yumuşak güç kapasitesini artırmayı amaçlamaktadır. Bu doğrultuda, Başkanlık bünyesinde 3 Nisan 2020 tarihinde "Communications Türkiye" adıyla oluşturulan İngilizce YouTube kanalı, Türkiye'nin dış iletişimini desteklemeye yönelik stratejik bir dijital mecraadır. Kanal, güncel veriler itibarıyla 2.240 aboneye ve 191 video içeriğine sahiptir. Paylaşılan içerikler aracılığıyla Türkiye'nin küresel meselelerdeki duruşu, diplomatik faaliyetleri ve kültürel politikaları uluslararası izleyici kitlesine doğrudan aktarılmakta; bu sayede dijital diplomasisi uygulamalarına somut katkı sağlanmaktadır.

Bu çalışma kapsamında yapılan incelemede, Eylül–Kasım 2024 tarih aralığında Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı’nın İngilizce YouTube hesabında analiz kapsamına alınabilecek nitelikte güncel bir içeriğe rastlanmamıştır. Bu nedenle, araştırma sürecinde 17 Aralık 2018 tarihinde “T.C. İletişim Başkanlığı” adıyla açılan ve Türkçe içeriklerin paylaşıldığı resmî YouTube hesabı esas alınmıştır. Söz konusu kanal üzerinden sunulan görsel-işitsel materyaller, dijital diplomasi faaliyetlerinin temsili bağlamında içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiştir.

Türkiye’nin dijital diplomasi stratejisinde etkin rol oynayan Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı YouTube gibi sosyal medya platformları üzerinden;

- Resmî anlatıyı yaymak,
- Uluslararası kamuoyuna mesaj iletmek,
- Yurtiçi kitleye güven ve birlik hissi aşılamak,
- Duygusal ve değer temelli mesajlarla dış politika hedeflerini meşrulaştırmak amacıyla etkin kullanılıyor.

Tablo 7. Eylül-Ekim-Kasım 2024 Youtube Paylaşımları İçerik Analizi

Video No	Konu	İzlenme	Beğeni	Dijital Diplomasi Stratejisi
1-4, 6	BM Genel Kurulu – Erdoğan’ın Temasları	165–341	19–29	Lider diplomasisi, uluslararası temsil
5	Filistin – Soykırım Temalı Video	1.659	126	Kriz diplomasisi, duygusal seferberlik
7-8	Vatandaş Diplomat – Spor Diplomasisi	188–208	19	Kamusal katılım, kültürel yumuşak güç
10-13	Kültür Seferberliği – Kitap, Sergi, Sempozyum	93-326	14-25	Kültürel diplomasi, içerik çeşitliliği

9	Cumhuriyet Bayramı ve CİMER Katılımı	342	29	Milli aidiyetin dijitalleştirilmesi
---	--	-----	----	--

Kaynak: Yazar tarafından hazırlanmıştır.

Bu bağlamda, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı’nın Türkçe içerik ürettiği YouTube kanalında Eylül–Kasım 2024 tarihleri arasında yayımlanan 14 video içeriğinin üç temel dijital diplomasi stratejisi ile uyumlu olduğu tespit edilmiştir. Bunlar sırasıyla: *lider diplomasisi ve uluslararası imaj inşası, kriz ve duygu temelli dijital anlatı ile yumuşak güç ve kültürel temsildir.*

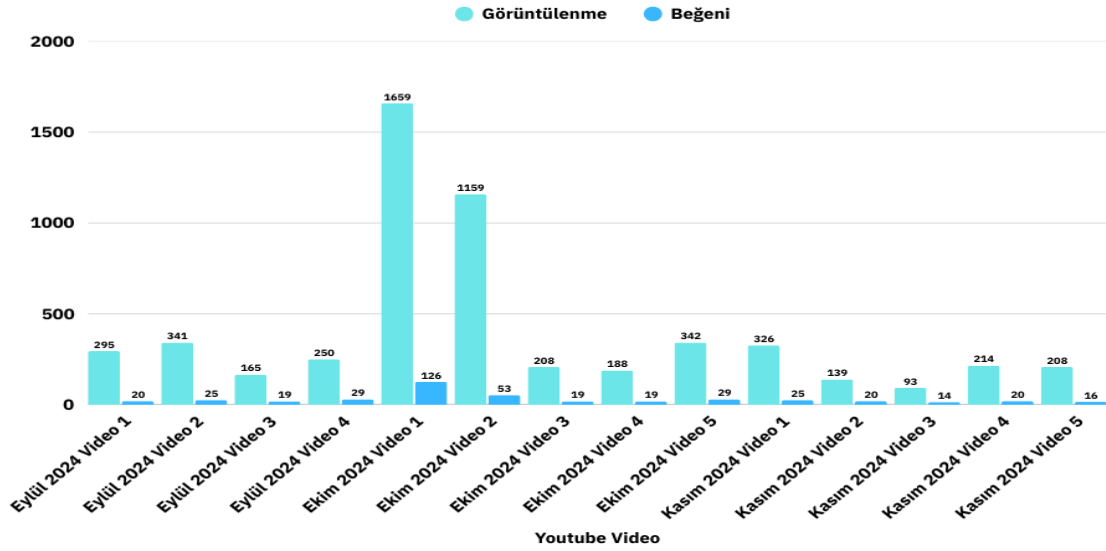
İlk strateji olan lider diplomasisi ve uluslararası imaj inşası, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın Birleşmiş Milletler 79. Genel Kurulu çerçevesinde gerçekleştirdiği temasları konu alan videolar (video 1, 2, 3, 4 ve 6) üzerinden örneklendirilebilir. Bu videolar, lider merkezli dijital diplomasi pratiklerini yansıtarak Erdoğan’ın çok taraflı uluslararası platformlardaki görünürlüğünü artırmayı ve Türkiye’nin küresel aktör kimliğini pekiştirmeyi amaçlamaktadır. İçeriklerin günlük programlar üzerinden kurgulanması, anlatının sürekliliğini ve şeffaflığını destekleyerek kamuoyunda kurumsal güven algısını güçlendirmektedir. İzlenme ve beğeni sayılarının orta düzeyde kalmasına rağmen, içeriklerin stratejik olarak Türkiye’nin dış politikadaki aktif duruşunu yansıtmak üzere üretildiği değerlendirilmektedir. Bu kapsamda, temel stratejik hedef; Türkiye’nin dış politika sahnesindeki görünürlüğünü artırmak ve Erdoğan’ın liderlik profilini uluslararası kamuoyunda güçlendirmektir.

İkinci strateji, kriz ve duygu temelli dijital anlatı örneği olarak tek bir video (video 5) üzerinden analiz edilmiştir. “365 Days of Genocide” başlıklı bu içerik, Filistin meselesine ilişkin güçlü bir vicdani ve insani mesaj taşımakta; acı, adalet ve sorumluluk gibi evrensel temaları ön plana çıkarmaktadır. Bu video aracılığıyla Türkiye, hem uluslararası kamuoyuna yönelik ahlaki bir çağrı yapmakta hem de küresel düzlemde vicdani liderlik rolünü üstlendiğini vurgulamaktadır. Hashtag kullanımı (#1YearOfGenocide ve #365DaysOfGenocide) sayesinde içerik, küresel dijital kampanyalara entegre edilerek etkileşim alanı genişletilmiştir. Bu doğrultuda stratejik hedef, Türkiye’nin Filistin

konusundaki duruşunu meşrulaştırmak, Batı kamuoyunun dikkatini çekmek ve ülkeyi uluslararası vicdanın sesi olarak konumlandırmaktır.

Üçüncü ve son strateji olan yumuşak güç ve kültürel temsil, “Vatandaş Diplomat Projesi”, kültürel etkinlikler, kitap tanıtımları ve sergi organizasyonları gibi çeşitli konuları içeren videolar (video 7, 8, 10, 11, 12 ve 13) üzerinden analiz edilmiştir. Bu içerikler, kültürel ve spor diplomasisi bağlamında dijital platforma uyarlanmış ve Türkiye’nin yumuşak güç unsurlarını görünür kılmayı hedeflemiştir. “Vatandaş diplomat” kavramsallaştırması, sıradan bireylerin de uluslararası temsilde etkili olabileceğine dair katılımcı bir diplomasi anlayışını teşvik etmektedir. Ayrıca “kültür seferberliği” gibi kavramlar, Türkiye’nin hem geleneksel değerlerini hem de çağdaş yönelimlerini dijital araçlarla dünya kamuoyuna tanıtmaya amacını taşımaktadır. Bu strateji kapsamında nihai hedef, Türkiye’nin kültürel zenginliğini dijital medya yoluyla yaygınlaştırmak ve küresel yumuşak güç kapasitesini artırmaktır.

Grafik 4. Eylül-Ekim-Kasım 2024 Youtube Paylaşımları Etkileşim



Kaynak: Yazar tarafından hazırlanmıştır.

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı’nın dijital diplomasi faaliyetlerinin önemli bir uzantısı olan YouTube platformundaki video içerikleri, kamuoyuyla doğrudan iletişim kurmak ve Türkiye’nin uluslararası imajını pekiştirmek adına stratejik bir araç olarak

kullanılmaktadır. Eylül–Kasım 2024 döneminde yayımlanan toplam 14 video içeriğine ait etkileşim verileri analiz edildiğinde, dönemsel ve içerik temalarına bağlı olarak farklılaşan bir izlenme ve beğeni dağılımı gözlemlenmiştir.

Verilere göre, Ekim 2024 dönemi hem izlenme hem de beğeni bakımından en yüksek etkileşim seviyelerine ulaşılmış bir zaman aralığıdır. Bu dönemde yayımlanan Ekim 2024 Video 1 (1659 görüntülenme, 126 beğeni) ve Ekim 2024 Video 2 (1159 görüntülenme, 53 beğeni), özellikle iki önemli içerik ile öne çıkmaktadır:

- **7 Ekim 2024 tarihli “#1YearOfGenocide” başlıklı video**, Gazze’ye yönelik saldırıların birinci yılına dair hazırlanmış ve Türkiye’nin Filistin halkına olan desteğini güçlü bir söylemle ortaya koymuştur. Videoda “42 binden fazla can kaybı” ve “İnsanlığın adalet inancı da bombalandı” gibi çarpıcı ifadelerle dramatik ve vicdani bir retorik benimsenmiş; Türkiye’nin küresel sessizliğe karşı ahlaki bir pozisyon aldığı mesajı verilmiştir. Bu tür duygu yüklü anlatılar, dijital platformlarda uluslararası kamuoyuna çağrı niteliği taşımakta ve Türkiye’yi vicdani sorumlulukla hareket eden aktör olarak konumlandırmaktadır.
- **9 Ekim 2024 tarihli BM 79. Genel Kurulu konuşmasına ilişkin video** ise lider diplomasisi kapsamında öne çıkan bir diğer içeriktir. Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın konuşmasında dile getirdiği başlıca temalar; BM reformu, iklim değişikliği, sıfır atık projesi, İslamofobi, Gazze Katliamına karşı uluslararası yaptırım çağrısı, aile kurumuna yönelik olimpiyatlarda yapılan krizler gibi küresel gündem başlıklarını içermektedir. Konuşmada kullanılan “hakikat temelli dış politika” yaklaşımı ve bölgesel barış için sunulan arabuluculuk teklifleri, Türkiye’nin uluslararası sorunların çözümünde aktif rol oynama iradesini ortaya koymuştur. Aynı zamanda adalet temelli çözüm çağrıları, Türkiye’nin küresel düzlemde dengeleyici bir aktör olarak konumunu güçlendirmeye yöneliktir.

Eylül 2024 videoları ise görece daha düşük izlenme ve beğeni sayılarına sahiptir. En yüksek etkileşim Eylül 2024 Video 2 içeriğinde (341 görüntülenme, 25 beğeni) gözlemlenirken, diğer videoların etkileşim düzeyi sınırlı kalmıştır. Bu durum, Eylül ayında üretilen içeriklerin konu başlıkları ve dijital dağıtım planlamasının sınırlı kamu ilgisiyle karşılaştığını düşündürmektedir.

Kasım 2024 dönemine ait içerikler genel olarak orta düzeyde bir etkileşim göstermiştir. Kasım 2024 Video 4 ve Video 5, sırasıyla 214 ve 208 görüntülenme ile ön plana çıkmaktadır. Ancak bu videoların beğeni oranlarının düşük düzeyde seyretmesi (sırasıyla 20 ve 16) kamuoyunun bu içeriklere dair ilgisinin sınırlı kaldığını ortaya koymaktadır.

Genel olarak, analiz edilen dönemdeki video paylaşımlarının etkileşim düzeyi; içerik türü, uluslararası gündeme olan yakınlık ve lider temsiline bağlı olarak değişkenlik göstermektedir. Lider diplomasisi temalı videoların yüksek etkileşim alması, Türkiye'nin dış politikada görünürlüğünü artırma amacının kamuoyu nezdinde karşılık bulduğunu göstermektedir. Buna karşın uluslararası diplomatik etkinliklere dair içeriklerin daha fazla ilgi çektiği görülmüş, kültürel ya da duygu temelli içeriklerin etkileşim düzeyleri daha sınırlı kalmıştır. Bu durum, dijital diplomasi stratejilerinin sadece içerik üretimine değil, aynı zamanda dağıtım zamanlaması, hedef kitle analizi ve tematik anlatı tercihlerine de duyarlı bir şekilde planlanması gerektiğini ortaya koymaktadır.

Tüm bu içerikler analiz edildiğinde; Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın YouTube platformu üzerinden yürüttüğü dijital diplomasi faaliyetleri, tematik çeşitlilik ve stratejik hedef gözetimi açısından dikkat çekici bir yapı arz etmektedir. Yalnızca bilgilendirme aracı olarak değil, aynı zamanda anlam üretme, kimlik inşası ve uluslararası algı yönetimi bağlamında kullanılan bu platform, Türkiye'nin dijital diplomasi kapasitesinin çok katmanlı bir stratejiyle şekillendiğini ortaya koymaktadır.

İçeriklerin analizine göre, çok katmanlı anlatı stratejisi, dijital diplomasiye entegre bir şekilde uygulanmaktadır. Cumhurbaşkanı'nın Birleşmiş Milletler Genel Kurulu'ndaki konuşmaları gibi lider temsili içeren içerikler; Türkiye'nin küresel aktör olarak konumlandırılmasını hedeflemekte, duygusal boyutları ağır basan Filistin'e dair videolar, ahlaki sorumluluk ve vicdani liderlik söylemini güçlendirmektedir. Öte yandan, "Vatandaş Diplomat" projesi ve kültürel içerikler, Türkiye'nin yumuşak gücünü dijital düzlemde yaygınlaştırarak kamusal katılımı teşvik eden bir yaklaşımı temsil etmektedir.

Bu bağlamda içerikler yalnızca tek bir hedef kitleye yönelik değil, farklı toplumsal segmentlere özel mesajlar içerecek biçimde kurgulanmaktadır. Uluslararası kamuoyuna

hitap eden dış politika içerikleri (Filistin, BM), yurtiçindeki seçmen gruplarına yönelik ulusal temalı videolar (Cumhuriyet Bayramı, kültürel değerler) ve genç kitlelere hitap eden spor ve gönüllülük temalı çalışmalar (Vatandaş Diplomat) aracılığıyla hedef kitle segmentasyonu stratejik olarak yürütülmektedir.

Öte yandan, bu çalışmada ulaşılan önemli bulgulardan biri de YouTube etkileşim oranlarının görece düşük olmasıdır. Geniş erişim kapasitesine sahip, küresel ölçekte milyonlarca kullanıcıya ulaşabilen bir platformda içeriklerin izlenme ve beğeni sayılarının sınırlı kalması, dijital diplomasi faaliyetlerinin etkisini zayıflatabilecek bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Bu nedenle, etkileşim düzeylerinin artırılmasına yönelik stratejik planlamalara ve hedef kitle analizlerine dayalı içerik üretim süreçlerine ihtiyaç bulunmaktadır.

Ayrıca, Başkanlığın “Communications Türkiye” adıyla yürüttüğü İngilizce YouTube hesabının, Türkçe hesapla kıyaslandığında pasif kalması dikkat çekicidir. Dijital diplomasi perspektifinden bakıldığında, her iki hesabın da eş zamanlı ve koordineli biçimde, farklı dillerde içerik üretmesi, Türkiye’nin uluslararası görünürlüğünü ve kamu diplomasisi etkinliğini artırma potansiyeline sahiptir. Küresel izleyiciye hitap eden içeriklerin hem niceliksel hem de niteliksel olarak artırılması, Türkiye’nin dış politik anlatılarını daha geniş kitlelere ulaştırması açısından önem arz etmektedir.

Sonuç olarak, YouTube platformu; Türkiye’nin dış politika söylemini ve kültürel etki alanını genişleten etkili bir dijital diplomasi aracı olarak değerlendirilmektedir. Video içeriklerinin tematik çeşitliliği, anlam üretimi kapasitesi ve izleyiciyle kurulan duygusal bağ, dijital medyanın salt bir iletişim aracı olmanın ötesine geçerek stratejik kamu diplomasisinin temel yapıtaşlarından biri hâline geldiğini göstermektedir.

3.4.4. CİB’in Instagram Platformu Üzerinden Dijital Diplomasi Faaliyetlerinin Analizi

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı’nın Instagram hesabı, Eylül 2024’te 71, Ekim’de 78 ve Kasım ayında 83 gönderiyle istikrarlı ve yoğun bir dijital iletişim faaliyeti yürütmüştür. Bu paylaşımların, aynı dönemde X (eski adıyla Twitter) platformundaki içeriklerle zamanlama ve mesaj bütünlüğü açısından örtüştüğü gözlemlenmektedir. Bu

paralellik, platformlar arası stratejik senkronizasyonun etkin bir şekilde uygulandığını göstermektedir.

Instagram içeriklerinde öne çıkan tematik başlıklar şunlardır:

- Uluslararası etkinlikler (BM Genel Kurulu, lider diplomasi görüşmeleri),
- Küresel krizlere yönelik insani söylemler (örneğin Gazze krizi),
- Kültür diplomasisi etkinlikleri (sergiler, kitap tanıtımları, sempozyumlar),
- Milli günler ve tarihsel semboller üzerinden kamu diplomasisi vurgusu.

İngilizce metinler büyük oranda “normatif diplomasi”, “değer temelli dış politika” ve “insani duyarlılık” çerçevesinde yapılandırılmış olup, Türkiye'nin uluslararası kamuoyuna yönelik barışçıl, adil ve vicdani dış politika söylemini desteklemektedir.

Instagram içerikleri;

- Yüksek çözünürlüklü ve kurumsal kimliği öne çıkaran görseller,
- Türk bayrağı, lider temsiliyeti ve simgesel mekânlara güçlü görsel odak,
- Instagram algoritmasına ve görsel akışına uygun şekilde optimize edilmiş afiş ve video formatlarıyla sunulmaktadır.

Görsel içeriklerin biçimsel bütünlüğü ve açıklama metinlerinin “X” içerikleriyle birebir örtüşmesi, kurumsal mesajda tutarlılık sağlamaktadır. Bu yapı, hem kamuoyunun güvenini pekiştirme hem de uluslararası görünürlük açısından etkili bir yöntem sunmaktadır.

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın İngilizce Instagram hesabı olan @communications_turkiye, güncel veriler ışığında 3.870 takipçiye sahiptir ve 43 hesabı takip etmektedir. Takip edilen hesaplar arasında Cumhurbaşkanlığı, bakanlıklar ve çeşitli devlet kurumlarının resmî hesapları yer almaktadır.

Bu hesabın daha etkin bir dijital diplomasi aracı hâline gelebilmesi adına, Türkçe hesapla koordineli biçimde farklı dillerde içerik üretmesi, hem diplomasinin çok dilli etki alanını güçlendirecek hem de Türkiye'nin uluslararası görünürlüğüne katkı sağlayacaktır.

Instagram hesabı, içerik senkronizasyonu, söylem derinliği ve görsel kalite bakımından dijital diplomasi hedefleriyle örtüşen bir yapı sergilemektedir. Ancak YouTube gibi küresel etki potansiyeli taşıyan platformlarda olduğu gibi, Instagram'daki etkileşim oranları da düşük seviyelerdedir. Bu nedenle daha etkili bir kamuoyu oluşturma ve dijital diplomasinin Türkiye açısından başarılı sonuçlar verebilmesi için etkileşim artırıcı stratejilere (algoritma optimizasyonu, hedef kitle analizi, görsel yenilikler vb.) odaklanılması, içeriklerin daha geniş kitlelere ulaşması açısından önem taşımaktadır.

Sonuç olarak, Instagram platformu, Türkiye'nin dijital kamu diplomasisinde sadece bilgi sunan değil, aynı zamanda anlam üreten, kimlik inşa eden ve uluslararası söylem geliştiren bir araç olarak kullanılmaktadır.

3.4.5. CİB'in Facebook Platformu Üzerinden Dijital Diplomasi Faaliyetlerinin Analizi

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın dijital mecralar üzerindeki faaliyetleri incelendiğinde, Facebook platformunda içerik paylaşımının hedef kitleye göre farklılaştığı gözlemlenmektedir. Özellikle İngilizce Facebook sayfasında, Eylül, Ekim ve Kasım 2024 döneminde herhangi bir içerik paylaşımı yapılmamıştır. Bu durum, İletişim Başkanlığı'nın Facebook'un İngilizce versiyonunu dijital diplomasi stratejisinde etkin bir mecra olarak değerlendirmedini göstermektedir.

Öte yandan, aynı dönemde Türkçe Facebook sayfasında düzenli içerik üretildiği ve iç kamuoyuna yönelik kamu diplomasisi faaliyetlerinin bu mecra üzerinden sürdürüldüğü tespit edilmiştir. Bu farklılık, platform-temelli iletişim stratejilerinde çift yönlü bir yaklaşımın benimsendiğini ortaya koymaktadır:

- Facebook platformu, iç kamuoyuna yönelik bilgilendirme ve kamu diplomasisi söylemleri için kullanılmaktadır.
- “X” ve Instagram ise, dış kamuoyuna ve uluslararası izleyicilere hitap edecek şekilde yapılandırılmıştır.

Bu bağlamda, Facebook kullanımında iç kamuoyuna odaklı stratejik bir yönelimin olduğu, ancak İngilizce Facebook sayfasının işlevsellikten uzak kaldığı anlaşılmaktadır. Dijital diplomasi açısından değerlendirildiğinde, İngilizce Facebook sayfasının pasifliği stratejik bir boşluk oluşturmaktadır. Bu boşluk, Türkiye'nin dijital diplomasi faaliyetlerinde uluslararası düzeyde dijital varlığını ve iletişim etkinliğini sınırlandıran bir unsur hâline gelmektedir.

Sonuç olarak, İletişim Başkanlığı'nın dijital iletişim faaliyetlerinde platformlar arası ayrıştırma stratejisi benimsemiş olduğu görülmektedir. Ancak bu ayırım, her platformun potansiyelinden eşit düzeyde yararlanılmadığını ortaya koymaktadır. Bu nedenle, platformlar arası bütüncül, çok dilli ve tutarlı bir dijital iletişim stratejisinin geliştirilmesi önem arz etmektedir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM: DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

4.1.Dijital Diplomasi Faaliyetlerinde İletişim Başkanlığı'nın Etkisi

Dijital diplomasi, günümüz uluslararası ilişkilerinde devletlerin kamuoyuna doğrudan ve zaman kaybetmeden ulaşabilmelerini sağlayan temel iletişim biçimlerinden biri haline gelmiştir. Dijitalleşmenin küresel ölçekte hız kazanmasıyla birlikte, diplomatik faaliyetler de geleneksel yöntemlerin ötesine geçerek sosyal medya platformları, veri analizi araçları ve yapay zekâ temelli uygulamalarla yeniden şekillenmiştir. Türkiye’de bu dönüşümün önemli bir temsilcisi olarak öne çıkan Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, dijital iletişim araçlarını etkili biçimde kullanarak ülkenin uluslararası görünürlüğünü artırmayı ve dış politika mesajlarını daha geniş kitlelere ulaştırmayı amaçlamaktadır. Başkanlık, aynı zamanda Türkiye’nin uluslararası imajını olumlu yönde inşa etmek, bilgi kirliliğiyle mücadele etmek ve kamu diplomasisi süreçlerini dijital ortamda daha etkin hale getirmek için çeşitli projeleri hayata geçirmektedir. Bu kapsamda Twitter, Instagram, Facebook ve YouTube gibi mecralar üzerinden farklı dillerde içerikler paylaşılmakta; böylece hem yerel hem de küresel kamuoyuna doğrudan erişim sağlanmaktadır. Özellikle kriz anlarında hızla yayılan bilgilendirme kampanyaları, Türkiye'nin diplomatik pozisyonunu net ve tutarlı biçimde yansıtmada konusunda önemli bir araç işlevi görmektedir.

Dijital diplomasi uygulamaları, kriz dönemlerinde devletlerin dış politika söylemlerini hızlı ve doğrudan bir şekilde hedef kitleye iletebilmesini mümkün kılmakta, anlık müdahale kapasitesini artırmaktadır. Bu bağlamda, Türkiye adına dijital iletişim süreçlerini yöneten Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, özellikle kriz anlarında ortaya çıkan bilgi kirliliğiyle mücadele edebilmek için dijital medya kampanyaları yürütmekte ve uluslararası kamuoyunu doğru bilgilerle bilgilendirmeyi amaçlamaktadır. Bu tür çalışmalar, sadece yanlış bilgilerin yayılmasını önlemekle kalmamakta, aynı zamanda kamuoyunun yönlendirilmesinde stratejik bir rol üstlenmektedir.

İletişim Başkanlığı'nın dijital diplomasi alanındaki faaliyetleri değerlendirildiğinde, proaktif bir yaklaşımın benimsendiği görülmektedir. Başkanlık, Türkiye’nin dış politikasını destekleyen içerikler üretmekte ve bu içerikleri dijital mecralar aracılığıyla yayarak etkili bir kamu diplomasisi stratejisi uygulamaktadır. Sosyal medya etkileşim oranları dikkate alındığında, dijital platformların kriz yönetimi süreçlerinde önemli bir

fark yarattığı ve Türkiye'nin uluslararası alandaki diplomatik duruşunu pekiştirdiği görülmektedir.

Dijital diplomasi çabalarının bir diğer boyutu ise Türkiye'nin uluslararası kamuoyunda olumlu bir algı oluşturma hedefidir. Bu kapsamda, Türkiye'nin diplomatik, insani ve ekonomik gücünü vurgulayan kampanyalar aracılığıyla küresel ölçekte bir saygınlık inşa edilmesi hedeflenmektedir. Bu süreçte İletişim Başkanlığı, uluslararası medya kurumlarıyla yürüttüğü iş birlikleri ve stratejik iletişim projeleri sayesinde ülkenin küresel düzeyde daha etkili bir aktör olarak konumlanmasına katkı sunmaktadır.

Sosyal medya platformları bu sürecin merkezinde yer alsa da Türkiye'nin dijital diplomasi anlayışı bu sınırların ötesine geçmekte; dijital haber ağları, çevrim içi yayın organları ve farklı dijital medya araçları da etkili bir şekilde kullanılmaktadır. Bu çeşitlilik, diplomatik mesajların daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlamakta ve uluslararası kamuoyuyla daha yoğun bir etkileşim kurulmasına zemin hazırlamaktadır.

Ayrıca, dijital diplomasi faaliyetlerinin küresel erişimini artırmak amacıyla farklı dillerde içerik üretimine özel bir önem verilmektedir. Özellikle İngilizce olarak hazırlanan mesajlar, Türkiye'nin diplomatik söylemlerinin uluslararası kamuoyunda daha fazla görünürlük kazanmasına ve doğrudan etki yaratmasına imkân tanımaktadır. Bu strateji, Türkiye'nin sesini yalnızca bölgesel düzeyde değil, küresel ölçekte de duyurabilmesi açısından kritik bir araç olarak değerlendirilmektedir.

Türkiye'nin dijital diplomasi stratejilerinde öne çıkan en güçlü yönlerden biri, kriz anlarında hızlı ve etkili tepki verebilme yeteneğidir. Uluslararası alanda yaşanan gelişmelere eş zamanlı olarak, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı tarafından yürütülen dijital diplomasi politikaları dinamik bir şekilde güncellenmekte ve sosyal medya aracılığıyla hedef kitlelere zaman kaybetmeden doğru ve stratejik mesajlar iletebilmektedir.

İletişim Başkanlığı'nın dijital medya platformlarını etkin bir biçimde kullanması, Türkiye'nin uluslararası düzeyde diplomatik görünürlüğünü artıran önemli bir faktör haline gelmiştir. Dijital diplomasi araçlarının günümüz iletişim teknolojileriyle paralel biçimde geliştirilmesi, Türkiye'nin küresel düzeydeki algısının daha güçlü ve istikrarlı bir şekilde inşa edilmesine katkı sağlamaktadır.

Yapılan analizler, Türkiye'nin dijital diplomasi stratejisinin üç temel eksen etrafında yapıldığını ortaya koymaktadır: hedef kamuoyunu doğru şekilde bilgilendirme, kriz anlarında etkin müdahale ve küresel ölçekte kamu algısını yönlendirme. Bu çerçevede dijital platformlarda yayımlanan içeriklerin etkileşim oranları, kamu diplomasisi girişimlerinin başarısını ölçmede temel göstergelerden biri olarak değerlendirilmektedir. Özellikle görsel öğelerle desteklenen içeriklerin, metin temelli içeriklere göre çok daha yüksek etkileşim aldığı gözlemlenmektedir.

Yeni medya araçlarının dijital diplomasi stratejileri içerisindeki yeri giderek artarken, video içerikleri, animasyonlar ve infografikler gibi görsel tabanlı materyaller ön plana çıkmaktadır. Bu doğrultuda Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı tarafından hazırlanan bilgilendirme videoları ve farklı dillerde hazırlanan grafik içerikler, Türkiye'nin küresel kamuoyuna doğrudan ulaşmasını kolaylaştırmakta ve etkileşimi artırmaktadır.

Özellikle sosyal medya üzerinden yürütülen dezenformasyon karşıtı kampanyalar, Türkiye'nin dijital diplomasi anlayışında merkezi bir rol oynamaktadır. Yanlış bilgilerin yayılımına karşı anlık ve etkili müdahalelerde bulunulması hem ulusal güvenliği koruma açısından hem de dış politikada şeffaflık ilkesine uygun kamu bilgilendirmesi bakımından stratejik bir öneme sahiptir.

Bununla birlikte, dijital diplomasi sadece kriz yönetimiyle sınırlı kalmamakta, uzun vadeli kamu diplomasisi hedeflerinin bir parçası olarak da şekillenmektedir. Türkiye'nin kültürel, ekonomik ve tarihsel birikimini tanıtmaya yönelik hazırlanan dijital içerikler, ülkenin uluslararası imajını şekillendirme sürecinde etkili bir araç olarak değerlendirilmektedir. Özellikle Türkiye'nin tarihi mirasını, kültürel çeşitliliğini ve turistik potansiyelini öne çıkaran kampanyalar, küresel kamuoyunda ülkeye yönelik olumlu algının güçlenmesine doğrudan katkı sunmaktadır.

Sosyal medyanın bir diplomasi aracı olarak kullanımı, geleneksel yöntemlere kıyasla daha hızlı, doğrudan ve geniş kitlelere ulaşabilen bir iletişim imkânı sunmaktadır. Türkiye'nin dijital diplomasi stratejileri de bu avantajı etkin bir şekilde değerlendirerek, uluslararası kamuoyuna doğrudan hitap eden, etkileyici ve hedef odaklı içerikler üretmeye yönelmiştir. Özellikle kamu kurumlarının resmi sosyal medya hesapları üzerinden yapılan paylaşımlar, Türkiye'nin dış politika söylemlerine destek sağlayan bütüncül bir iletişim dili oluşturmakta ve bu çerçevede stratejik bir rol üstlenmektedir.

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın yürüttüğü dijital diplomasi faaliyetlerinde öne çıkan temel yaklaşımlardan biri, çok dilli içerik üretimidir. Bu strateji, Türkiye'nin küresel ölçekte farklı coğrafyalara aynı anda ulaşabilmesini sağlayarak dijital diplomasi etkinliğini artırmaktadır. Farklı dillerde yayımlanan içerikler sayesinde Türkiye'nin mesajları daha fazla kişiyle buluşmakta ve ülkenin uluslararası arenadaki görünürlüğü güçlenmektedir.

Önümüzdeki dönemde, Türkiye'nin dijital diplomasi stratejilerinin daha da gelişmesi adına yapay zekâ destekli analiz yöntemleri ve büyük veri teknolojilerinin aktif biçimde kullanılması kaçınılmaz hale gelmektedir. Bu teknolojiler sayesinde kamuoyunun eğilimleri daha doğru şekilde analiz edilebilmekte ve içerik üretimi süreci daha stratejik bir yapıya kavuşmaktadır. Yapay zekâ temelli iletişim araçları, diplomatik mesajların hedef kitleye özel olarak tasarlanmasını sağlayarak etkili ve ölçülebilir sonuçların elde edilmesine katkı sunmaktadır.

Genel olarak değerlendirildiğinde, Türkiye'nin dijital diplomasi faaliyetleri, hem küresel kamuoyunda ülkeye yönelik algının yönetilmesinde hem de uluslararası ilişkilerdeki diplomatik duruşunun güçlendirilmesinde önemli bir araç olarak işlev görmektedir. Bu stratejiler, dijital mecralarda oluşturulan içeriklerin küresel çapta etkileşim yaratmasını sağlayarak, devletin dış politika hedeflerine uygun bir iletişim zemini oluşturmaya olanak tanımaktadır.

Türkiye'nin dijital diplomasi yaklaşımı, yalnızca iletişim alanında değil, aynı zamanda stratejik kamu diplomasisi uygulamaları çerçevesinde de giderek daha merkezi bir konuma yerleşmektedir. Bu doğrultuda Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın öncülüğünde yürütülen dijital diplomasi çalışmaları, Türkiye'nin uluslararası arenadaki görünürlüğünü artırma amacının ötesinde, dezenformasyonla mücadelede aktif bir savunma hattı oluşturmaktadır. Dijital ortamda yürütülen kampanyalar, yalnızca mesaj iletmekle kalmayıp, aynı zamanda Türkiye'ye yönelik algıların şekillendirilmesine ve kamuoyunun bilinçlendirilmesine yönelik çok katmanlı bir iletişim stratejisini barındırmaktadır. Sosyal medya, mikro hedefleme ve çok dilli içerik üretimi gibi araçlarla desteklenen bu stratejiler, uluslararası kamuoyuna hızlı, etkili ve doğrudan ulaşma imkânı sunmaktadır. Dijitalleşmenin sunduğu teknolojik imkânlar göz önüne alındığında, Türkiye'nin dijital diplomasi politikalarının önümüzdeki yıllarda daha da çeşitlenmesi ve

diplomatik etki alanının genişlemesi beklenmektedir. Bu gelişim, sadece teknik kapasite artışı değil; aynı zamanda küresel diplomasi sahnesinde daha etkin, görünür ve etkileşimli bir Türkiye profilinin inşa edilmesine katkı sağlayacaktır.

4.2. Dijital Diplomasi Sürecindeki Avantajlar ve Dezavantajlar

Dijital diplomasi, devletlerin uluslararası kamuoyuna doğrudan ve etkili biçimde ulaşmasını mümkün kılan, günümüz dış politikasının yenilikçi bileşenlerinden biri olarak öne çıkmaktadır. Dijital iletişim teknolojilerinin sunduğu hız, erişilebilirlik ve maliyet avantajları sayesinde, devletler geleneksel diplomasi yöntemlerinin sınırlarını aşarak, mesajlarını daha geniş kitlelere doğrudan aktarabilmektedir. Türkiye özelinde bu süreç, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın öncülüğünde yürütülen dijital diplomasi uygulamalarıyla somut bir yapıya kavuşmuştur. Başkanlığın stratejik iletişim faaliyetleri, dış politika hedeflerine ulaşma sürecinde zaman ve etki açısından önemli bir avantaj sağlamaktadır.

İletişim Başkanlığı'nın dijital diplomasi stratejileri üzerine yapılan içerik analizi, kurumun mevcut kapasitesini ve gelişim alanlarını bütüncül bir şekilde ortaya koymaktadır. Özellikle kriz anlarında dijital mecraların etkin bir şekilde kullanılması, hızlı ve güvenilir bilgi akışının sağlanması açısından belirleyici olmaktadır. Bu doğrultuda Başkanlık, dijital ortamda yayılan yanlış bilgilerin önüne geçmek ve kamuoyuna doğrulanmış içerik sunmak amacıyla bir tür kurumsal doğruluk odağı işlevi görmektedir. Sosyal medya kampanyalarında sıklıkla kullanılan özel etiketler, tematik başlıklar ve sembolik dil, Türkiye'nin diplomatik duruşunu görünür kılmakta; ülkenin uluslararası söylemini dijital alanda daha güçlü bir şekilde temsil etmektedir.

Kurumun dijital varlığı, farklı sosyal medya platformlarına yayılmış çok kanallı bir yapı sergilemektedir. X (eski adıyla Twitter), Instagram, YouTube ve Facebook gibi mecralar üzerinden yürütülen içerik stratejileri, hedef kitlenin demografik ve kültürel çeşitliliği dikkate alınarak kurgulanmaktadır. Özellikle İngilizce başta olmak üzere çok dilli içeriklerin düzenli olarak paylaşılması, Türkiye'nin küresel kamuoyundaki etki alanını genişletme hedefiyle doğrudan örtüşmektedir. Bu içeriklerde kullanılan görseller, kısa videolar, infografikler ve metin tabanlı anlatımlar hem kurumun dijital kimliğini korumakta hem de ulusal sembolleri, lider temsiliyetini ve kültürel değerleri öne çıkararak ülke imajını pekiştirmektedir.

Bu bağlamda değerlendirildiğinde, Türkiye'nin dijital diplomasi söylemi yalnızca içerik üretimi üzerinden değil, aynı zamanda görsel dilin sürekliliği ve bütünlüğü üzerinden de inşa edilmektedir. Kurumsal estetik, mesajın güvenilirliğini artırmakta ve uluslararası düzeyde oluşturulmak istenen algının sürdürülebilirliğini sağlamaktadır. Sonuç olarak Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, dijital alanda yürüttüğü koordineli ve stratejik iletişim faaliyetleriyle, Türkiye'nin dış politikadaki görünürlüğünü güçlendirmekte ve dijital diplomasi pratiğini etkin bir devlet politikası haline dönüştürmektedir.

Dijital diplomasinin en dikkat çeken avantajlarından biri, geniş ve çeşitli hedef kitlelere anlık erişim sağlayabilmesidir. Geleneksel diplomasi yöntemlerinde karar alma ve iletişim süreçleri çoğunlukla uzun süreli resmi müzakerelere dayanırken, dijital diplomasi araçları bu süreci önemli ölçüde hızlandırmakta ve bilgi akışını daha esnek hale getirmektedir. Özellikle kriz anlarında dijital kanallar üzerinden gerçekleştirilen hızlı bilgilendirme faaliyetleri, hem kamuoyunun doğru şekilde yönlendirilmesini sağlamakta hem de bilgi kirliliğinin önüne geçilmesine katkıda bulunmaktadır.

Bununla birlikte dijital diplomasi, çok yönlü ve katılımcı bir iletişim ortamı yaratması bakımından da geleneksel yöntemlerden ayrılmaktadır. Devletlerin yalnızca diğer devletlerle değil; uluslararası sivil toplum kuruluşları, akademik çevreler, medya temsilcileri ve bireysel kullanıcılarla doğrudan etkileşim kurabilmesi, dış politikada yeni bir iletişim paradigmalarının gelişmesini mümkün kılmaktadır. Bu yönüyle dijital diplomasi, kamu diplomasisi uygulamalarını daha geniş bir etki alanına taşıyarak devletlerin uluslararası görünürlüğünü ve yumuşak güç kapasitesini artırmaktadır.

Ayrıca dijital diplomasi, kültürel diplomasi, eğitim iş birlikleri, insani yardım faaliyetleri ve uluslararası sosyal projeler gibi yumuşak güç araçlarının küresel ölçekte tanıtılmasına olanak tanımaktadır. Türkiye de bu bağlamda dijital platformlar aracılığıyla tarihsel mirasını, kültürel değerlerini, akademik başarılarını ve insani diplomasi uygulamalarını dünya kamuoyuna sunarak olumlu bir ülke imajı inşa etmeyi amaçlamaktadır.

Ancak dijital diplomasinin bu güçlü yönlerine rağmen, çeşitli risk ve sınırlılıkları da bulunmaktadır. En önemli zorluklardan biri, dijital platformlarda hızla yayılan dezenformasyonun devletlerin diplomatik söylemlerini gölgeleme potansiyelidir. Yanıltıcı ve manipülatif içerikler, dış politika mesajlarının güvenilirliğini

zedeledebilmekte ve devletin uluslararası itibarına zarar verebilmektedir. Bu nedenle Türkiye, yanlış bilginin yayılımını sınırlamak amacıyla dijital içeriklerin takibini yapan sistemler geliştirmekte, yapay zekâ tabanlı analiz araçları kullanarak bilgi doğrulama süreçlerini daha hızlı ve sistematik hâle getirmeye çalışmaktadır.

Bunun yanı sıra, dijital diplomasi faaliyetlerinin karşı karşıya kaldığı bir diğer kritik risk alanı ise siber güvenliktir. Devletlerin resmi dijital hesapları, siber saldırılar ve kötü niyetli müdahaleler için hedef haline gelebilmekte; bu durum dijital diplomasi süreçlerinin güvenliğini tehdit edebilmektedir. Türkiye, bu tehdidin farkında olarak siber savunma kapasitesini geliştirmeye yönelik teknolojik yatırımlar yapmakta ve dijital diplomasi uygulamalarını daha güvenli bir yapıya kavuşturmak için stratejik adımlar atmaktadır.

Dijital diplomasi süreçlerinde öne çıkan en önemli sınırlılıklardan biri, küresel bilgi akışının kontrolsüz doğası nedeniyle diplomatik mesajların hedef kitleye doğrudan ve doğru şekilde ulaşmasının giderek zorlaşmasıdır. Dijital platformlarda maruz kalınan bilgi fazlalığı, dikkat dağınıklığına ve mesajların görünürlüğünün azalmasına neden olurken, algoritmaların belirli içerikleri önceliklendirme eğilimi, devletlerin stratejik iletişim hedeflerine ulaşmasını sekteye uğratabilmektedir. Bu durum, özellikle dış politika mesajlarının uluslararası kamuoyunda yeterince yankı bulamaması riskini doğurmaktadır.

Buna ek olarak, sosyal medya platformlarının kendi içerik politikaları ve regülasyonları da dijital diplomasi faaliyetleri açısından önemli bir engel teşkil etmektedir. İçerik filtreleme, erişim kısıtlamaları ve görünürlük algoritmaları gibi uygulamalar, devletlerin mesajlarını hedef kitleye ulaştırma çabalarını sınırlandırabilmekte; bu da dijital diplomasi stratejilerinin etkinliğini doğrudan etkileyebilmektedir. Türkiye, bu bağlamda küresel dijital medya aktörleri ve teknoloji firmalarıyla yürüttüğü iş birlikleri aracılığıyla, dijital diplomasi mesajlarının daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlamaya yönelik alternatif iletişim stratejileri geliştirmektedir.

Dijital diplomasiye ilişkin bir başka önemli risk ise, hızlı bilgi akışının diplomatik açıklamalarda aceleci ve hatalı beyanlara yol açabilme ihtimalidir. Geleneksel diplomasi, genellikle uzun değerlendirmelere, resmi protokollere ve dikkatli bir dil kullanımına dayanırken; dijital mecralarda yapılan açıklamalar çoğu zaman hız baskısı altında

gerçekleşmektedir. Bu da özellikle kriz anlarında, kamuoyunu olumsuz etkileyebilecek içeriklerin dolaşıma girmesine neden olabilmektedir.

Ayrıca dijital diplomasi, doğrudan kullanıcı etkileşimine açık olması nedeniyle kamuoyu tepkilerinin yönetimini daha karmaşık hale getirmektedir. Sosyal medya ortamında yapılan yorumlar, yanıltıcı paylaşımlar ve manipülatif içerikler, devletlerin resmi söylemlerine gölge düşürebilmekte; kamu diplomasisi faaliyetlerinin güvenilirliğini zedeleyebilmektedir. Bu nedenle Türkiye'nin dijital diplomasi stratejilerinde yalnızca içerik üretimine değil, aynı zamanda etkileşimlerin doğru yönetilmesine de odaklanması gerekmektedir. Etkileşim stratejilerinin dikkatle planlanması hem kriz iletişimi süreçlerinde hem de uzun vadeli dış politika hedeflerinde dijital diplomasinin etkisini artıracaktır.

Dijital diplomasi, günümüz uluslararası ilişkiler sisteminde devletlere benzersiz fırsatlar sunan; aynı zamanda çok boyutlu ve dinamik riskleri beraberinde getiren bir iletişim alanı olarak öne çıkmaktadır. Devletler, dijital araçlar sayesinde küresel kamuoyuna doğrudan ulaşabilmekte, kendi dış politika önceliklerini daha geniş kitlelere aktarabilmekte ve kriz anlarında hızlı, etkili müdahalelerde bulunabilmektedir. Ancak bu avantajlara rağmen, dijital iletişim ortamının kontrolsüz doğası, bilgi kirliliği, dezenformasyon kampanyaları ve siber tehditler gibi ciddi risk unsurlarını da beraberinde getirmektedir. Bu çerçevede Türkiye, dijital diplomasi stratejilerini yalnızca iletişim odaklı bir çaba olarak değil; aynı zamanda güvenlik, doğruluk, hız ve stratejik planlama ekseninde bütünleşik bir politika olarak geliştirmeye çalışmaktadır.

Türkiye'nin dijital diplomasiye yaklaşımı, yalnızca içerik üretimiyle sınırlı kalmamakta; aynı zamanda bu içeriklerin güvenli bir dijital ortamda, doğru hedef kitlelere ulaşmasını garanti altına alma çabasını da içermektedir. Bu kapsamda, özellikle dezenformasyonla mücadele stratejileri öncelikli bir alan olarak konumlandırılmaktadır. Gerçek dışı bilgilerin yayılımını önlemek ve kamuoyunu doğru yönlendirmek amacıyla dijital izleme sistemleri, içerik doğrulama mekanizmaları ve hızlı müdahale araçları devreye sokulmaktadır. Aynı zamanda yapay zekâ destekli analiz sistemleri sayesinde kamuoyunun dijital eğilimleri daha yakından takip edilmekte, içeriklerin etkisi ölçülerek stratejiler anlık olarak güncellenmektedir. Bu teknolojik altyapı, yalnızca mesajların

doğruluğunu sağlamakla kalmayıp, stratejik diplomatik kararların daha bilinçli verilmesine de katkı sunmaktadır.

Öte yandan, siber güvenlik konusu da Türkiye'nin dijital diplomasi politikalarında önemli bir yer tutmaktadır. Devlet kurumlarının dijital hesapları, özellikle kriz dönemlerinde siber saldırılar için hedef haline gelebilmekte; bu durum diplomatik süreçlerin güvenilirliğini ve sürekliliğini tehdit edebilmektedir. Türkiye, bu tehdidi minimize etmek adına hem teknik altyapısını güçlendirmekte hem de ulusal ve uluslararası düzeyde iş birlikleriyle güvenlik protokolleri geliştirmektedir. Siber diplomasi olarak adlandırılan bu alan, dijital diplomasi ile doğrudan kesişmekte ve uluslararası alanda Türkiye'nin dijital egemenliğini koruması açısından stratejik önem arz etmektedir.

Bütün bu çabalar değerlendirildiğinde, Türkiye'nin dijital diplomasi yaklaşımı sadece mevcut koşullara uyum sağlamak değil, aynı zamanda dijital dönüşümün sunduğu olanakları uzun vadeli dış politika hedeflerine entegre etmek üzerine kuruludur. Dijitalleşen dünyada etkili bir diplomatik aktör olabilmek, yalnızca mesaj üretmek değil; aynı zamanda bu mesajları stratejik, güvenli ve etkili bir biçimde sunabilmeyi gerektirmektedir. Türkiye, bu doğrultuda dijital diplomasi alanında daha bütüncül, dirençli ve sürdürülebilir bir yapı inşa etmeye odaklanmakta; teknolojiyi yalnızca bir araç değil, aynı zamanda stratejik bir kapasite unsuru olarak değerlendirmektedir.

Dijital diplomasi, yalnızca çağın getirdiği bir zorunluluk değil; aynı zamanda devletlerin uluslararası konumlarını güçlendirme ve küresel sistemde aktif bir rol üstlenme yolunda vazgeçilmez bir enstrüman haline gelmiştir. Türkiye'nin bu alandaki çabaları, onu dijital diplomasi sahnesinde daha görünür ve etkili bir aktör haline getirmekte; dijital çağın gerekliliklerine uyum sağlayan bir kamu diplomasisi anlayışının kurumsal temellerini güçlendirmektedir.

4.3. Dijital Diplomasinin Geleceğine Yönelik Öneriler

Dijital diplomasi, devletlerin uluslararası iletişimde etkinliğini artıran stratejik bir araç olarak her geçen gün daha fazla önem kazanmaktadır. Küreselleşmenin hızlanması ve dijital teknolojilerin gelişimi, geleneksel diplomatik araçların yetersiz kaldığı alanlarda yeni iletişim yöntemlerinin benimsenmesini zorunlu hale getirmiştir. Bu bağlamda, Türkiye de dijital dönüşümün ortaya çıkardığı dinamiklere uyum sağlayarak, kamu

diplomasisi faaliyetlerini dijital ortama entegre etmeli ve bu alandaki stratejik kapasitesini daha da güçlendirmelidir.

Öncelikle, yapay zekâ ve büyük veri teknolojilerinin dijital diplomasi süreçlerine entegre edilmesi büyük önem taşımaktadır. Yapay zekâ destekli analiz sistemleri, sosyal medya platformlarında Türkiye hakkında yayılan içeriklerin anlık olarak izlenmesine olanak tanımakta; bu da dezenformasyon kampanyalarına karşı daha hızlı ve etkili müdahalelerde bulunmayı mümkün kılmaktadır. Aynı zamanda bu teknolojiler sayesinde kamuoyunun dijital eğilimleri analiz edilerek, stratejik içerik üretimi ve hedef kitlenin beklentilerine uygun mesaj tasarımı gerçekleştirilebilmektedir. Böylece, Türkiye'nin dış politika söylemleri sadece daha görünür değil, aynı zamanda daha etkili ve kontrollü hale gelmektedir.

Bu teknolojik altyapının yanı sıra, uluslararası iş birliklerinin güçlendirilmesi de Türkiye'nin dijital diplomasi kapasitesini artıracak önemli bir adımdır. Dijital diplomasi yalnızca devletin resmî kurumları aracılığıyla değil, aynı zamanda uluslararası medya kuruluşları, akademik çevreler, düşünce kuruluşları ve sivil toplum aktörleriyle iş birliği içinde yürütülmelidir. Ortak kampanyalar, yayın projeleri ve tematik dijital etkinlikler sayesinde Türkiye'nin mesajları daha geniş ve çeşitli kitlelere ulaştırılabilir. Ayrıca Türkiye'nin dijital diplomasi perspektifinin küresel normlarla uyumlu hale getirilmesi adına uluslararası konferanslara ve akademik platformlara aktif katılım da büyük önem taşımaktadır.

Bunlara ek olarak, Türkiye'nin küresel ölçekte etkili bir dijital diplomasi yürütmesi için çok dilli ve kültürel açıdan duyarlı içerik stratejileri geliştirmesi gerekmektedir. Uluslararası kamuoyuna hitap eden içeriklerin yalnızca İngilizce ile sınırlı kalmaması, hedef coğrafyalara uygun dillerde hazırlanması ve yerel hassasiyetleri dikkate alan bir söylemle sunulması, Türkiye'nin dijital söylemlerini daha kapsayıcı ve erişilebilir hale getirecektir. Bu sayede yalnızca bilgi iletimi değil, aynı zamanda empati ve güvene dayalı bir iletişim inşa edilmesi mümkün olacaktır.

Son olarak, dijital diplomasi alanında uzmanlaşmış insan kaynağının yetiştirilmesi ve kurumsal kapasitenin güçlendirilmesi de sürdürülebilirlik açısından kritik bir ihtiyaçtır. Dijital medya okuryazarlığına sahip, kriz iletişimi, kamu diplomasisi ve yapay zekâ teknolojileri konusunda yetkin profesyonellerin bu alana kazandırılması, stratejik

iletişimin niteliğini doğrudan artıracaktır. Aynı şekilde, kurum içi bilgi paylaşımı, deneyim aktarımı ve performans değerlendirmesine dayalı sistematik bir yapı kurulması, dijital diplomasi uygulamalarının etkisini artırarak sũrekliliđini sağlayacaktır.

Tũm bu unsurlar bir araya geldiğinde, Tũrkiye'nin dijital diplomasi yaklaşımının yalnızca gũncel ihtiyaçlara yanıt veren değeril, aynı zamanda uzun vadeli vizyona sahip, dirençli ve çok boyutlu bir stratejiye dũnũřmesi mũmkũn olacaktır. Dijital ağda etkin bir kamu diplomasisi yũrũtmenin yolu, teknoloji ile iletişimi bũtũnleřtiren, veri temelli dũřũnen ve uluslararası iş birliğini önceliklendiren bũtũncũl bir yaklaşımdan geçmektedir.

Tũrkiye'nin dijital diplomasi kapasitesini sũrdũrũlebilir ve etkili bir yapıya kavuşturmak için geliştirilecek stratejilerin çok boyutlu ve yenilikçi bir bakış açısıyla ele alınması gerekmektedir. Bu doğrultuda, öncelikle çok dilli içerik ũretimine daha fazla önem verilmelidir. Uluslararası kamuoyuna yalnızca İngilizce değeril, farklı kũltũrel ve coğrafi bũlgeleri kapsayan çeşitli dillerde hitap edebilmek, Tũrkiye'nin diplomatik mesajlarının kũresel dũzeyde daha geniş bir etki alanı bulmasına olanak sağlayacaktır. Bũylece iletişim, yalnızca bilgi aktarımıyla sınırlı kalmayacak; aynı zamanda hedef kitleyle empati kurulmasını kolaylaştırarak daha gũlũ bağların oluşmasına katkıda bulunacaktır.

Bununla birlikte, dijital diplomasi alanında karşılaşılan en ciddi tehditlerden biri olan dezenformasyonla mũcadele kapsamında daha gũlũ teknolojik ve kurumsal mekanizmaların geliştirilmesi bũyũk önem arz etmektedir. Dijital mecralarda hızla yayılan yanlış ve manipũlatif bilgiler, Tũrkiye'nin uluslararası imajını zedeleyebilmekte; dış politika mesajlarının gũvenilirliđini tehdit edebilmektedir. Bu nedenle, yapay zekâ destekli dezenformasyon tespit sistemlerinin kullanılması ve bu sistemlerle uyumlu stratejik iletişim planlarının oluşturulması, Tũrkiye'nin dijital gũvenliđini sağlama noktasında kritik bir adım olacaktır.

Ayrıca, dijital diplomasi faaliyetlerinde gũrev alan diplomatlar ile kamu kurumlarında iletişim sorumluluğu ũstlenen uzmanların dijital okuryazarlık, sosyal medya yũnetimi, kriz iletişimi ve gũrsel medya stratejileri gibi konularda kapsamlı eğitimlerden geçirilmesi gerekmektedir. Dijital diplomasiye zgũ kapasite geliştirme programlarının hayata geçirilmesi, Tũrkiye'nin bu alandaki kurumsal yetkinliğini artıracak ve daha profesyonel bir dijital temsilin nũnũ açacaktır.

Dijital diplomasiyi yalnızca devlet merkezli bir iletişim biçimi olarak görmek yerine, halkın doğrudan katılımını teşvik eden daha katılımcı ve etkileşimli bir yapıya dönüştürmek de önemli bir fırsat sunmaktadır. Bu kapsamda online forumlar, interaktif tartışma ortamları ve dijital medya projeleri gibi halkın katılımına açık platformlar üzerinden yürütülecek iletişim faaliyetleri, Türkiye'nin kamu diplomasisi stratejilerini daha kapsayıcı hale getirecektir. Bu tür yaklaşımlar, vatandaş diplomasisi anlayışını güçlendirerek hem iç hem de dış kamuoyuyla daha samimi ve doğrudan bir ilişki kurulmasını sağlayacaktır.

Ayrıca dijital diplomaside yenilikçi teknolojilerin daha etkin kullanımı da stratejik bir gereklilik haline gelmiştir. Blok zinciri altyapısına sahip güvenli diplomatik veri paylaşım sistemleri, sanal gerçeklik ile deneyimlenebilen kültürel tanıtım projeleri ve artırılmış gerçeklik tabanlı etkileşimli içerikler gibi yeni nesil teknolojiler, Türkiye'nin dijital diplomasi uygulamalarında farklılaşmasını ve küresel rekabette öne çıkmasını mümkün kılacaktır. Bu tür teknolojilere yapılacak yatırımlar, yalnızca teknik gelişim değil; aynı zamanda yaratıcı diplomatik iletişim yöntemlerinin yaygınlaşması açısından da değerlidir.

Son olarak, dijital diplomasi stratejilerinin etkinliğini değerlendirecek bilimsel ve analitik ölçüm sistemlerinin kurulması gerekmektedir. Sosyal medya etkileşim oranları, içeriklerin erişim düzeyi ve kullanıcı geri bildirimlerine dayalı veri analizlerinin düzenli olarak raporlanması hem mevcut uygulamaların başarısını ölçmek hem de geleceğe dönük stratejik kararların daha isabetli biçimde alınmasını sağlamak açısından önemlidir. Türkiye'nin dijital diplomasi performansının nesnel verilerle takip edilebilmesi, uluslararası kamuoyundaki konumunu daha bilinçli bir şekilde inşa etmesine olanak tanıyacaktır.

Türkiye'nin dijital diplomaside öncü ülkeler arasında yer alabilmesi için kapsamlı, çok boyutlu ve uzun vadeli bir dijital diplomasi politikasına ihtiyaç duyulmaktadır. Dijitalleşmenin hız kazandığı günümüz dünyasında, dış politika iletişiminin geleneksel sınırlarının ötesine geçerek dijital ortama taşınması artık bir tercih değil, bir zorunluluk haline gelmiştir. Bu bağlamda Türkiye, dijital diplomasi politikalarını yalnızca teknik bir uygulama alanı olarak değil, ulusal düzeyde stratejik bir iletişim vizyonu olarak ele almalı ve bu vizyon doğrultusunda kurumsal planlamalar geliştirmelidir. Cumhurbaşkanlığı

İletişim Başkanlığı öncülüğünde, dijital diplomasi faaliyetlerinin sürdürülebilirliğini ve kurumsal bütünlüğünü sağlayacak uzun vadeli yol haritaları oluşturulmalıdır.

Türkiye'nin dijital diplomasi stratejisinin etkinliğini artırması, aynı zamanda yapay zekâ uygulamaları, büyük veri analitiği, sosyal medya etkileşim araçları ve yenilikçi iletişim teknolojilerine yapılacak yatırımlarla doğrudan ilişkilidir. Dijital diplomasi, yalnızca içerik üretmekle sınırlı kalmamalı; bu içeriklerin hedef kitleyle etkileşim kurabilmesini ve kamuoyu nezdinde anlamlı bir karşılık bulmasını da gözetmelidir. Bu noktada, mevcut dijital diplomasi içeriklerinin etkileşim düzeylerinin beklentilerin altında kalması, mesajların hedeflenen kamuoyuna yeterince ulaşmadığını ve kamu diplomasisinin etkili bir kamuoyu inşası aracı olarak potansiyelinin tam olarak kullanılamadığını göstermektedir.

Sosyal medya gönderilerine gelen beğeni, yorum ve paylaşım oranlarının düşük seyretmesi, içeriklerin biçim, dil ve hedefleme açısından gözden geçirilmesi gerektiğine işaret etmektedir. Etkileşim düzeyinin zayıf kalması, yalnızca diplomatik görünürlüğü değil; aynı zamanda dezenformasyon içeriklerinin daha fazla öne çıkmasına da zemin hazırlamaktadır. Ayrıca, Türkiye'nin dijital diplomasi yaklaşımında reaktif (tepki temelli) reflekslerin ön planda olduğu; kriz anlarında geliştirilen içeriklerin çoğunlukla anlık müdahalelere dayandığı ve önceden tasarlanmış proaktif stratejilerin sınırlı kaldığı gözlemlenmektedir. Bu durum, Türkiye'nin dijital diplomasi kapasitesini daha bütüncül, planlı, yenilikçi ve sürdürülebilir bir stratejik yaklaşımla yeniden yapılandırması gerektiğini ortaya koymaktadır.

Bu tezde önerilen stratejik yönelimler doğrultusunda Türkiye, dijital iletişimin sunduğu fırsatları değerlendirerek, dış politika vizyonunu dijital çağa uyarlayabilir ve küresel diplomasi arenasında daha etkili bir aktör haline gelebilir. Dijital diplomasi, yalnızca mesaj vermek değil, aynı zamanda güven inşa etmek, doğru algılar oluşturmak ve sürekli bir iletişim zemini kurmak anlamına gelir. Türkiye'nin bu doğrultuda atacağı adımlar, gelecekteki diplomatik kapasitesini şekillendirecek en önemli unsurlar arasında yer alacaktır.

Dijital diplomasi uygulamalarında karşılaşılan önemli sorun alanlarından biri, sosyal medya platformlarında doğrulama mekanizmalarının sınırlı düzeyde kullanılmasıdır. Dijital ortamda artan bilgi manipülasyonları karşısında, özellikle İngilizce dilinde sunulan içeriklerde etkili ve görünür bir “fact-checking” sisteminin bulunmaması, Türkiye’nin uluslararası dijital güvenilirliği açısından ciddi bir zafiyet doğurmaktadır. Dijital bilgi ekosisteminde güven inşası yalnızca doğru içerik üretmekle sınırlı değildir; aynı zamanda bu içeriklerin şeffaf, hızlı ve güvenilir biçimde teyit edilmesi sürecini de içermektedir. Bu nedenle, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı’nın dezenformasyonla mücadeleye yönelik olarak daha bütüncül, teknolojik temelli ve sürekli güncellenen bir doğrulama altyapısı oluşturması büyük önem taşımaktadır.

Bununla birlikte, kurumun dijital diplomasi stratejilerinin geleceğe dönük daha dayanıklı ve proaktif bir yapıya kavuşturulabilmesi için bazı temel adımların atılması gerekmektedir. Özellikle dijital kriz yönetimine yönelik hazırlıkların güçlendirilmesi, bu alanda rehber belgelerin geliştirilmesi ve farklı kriz senaryolarına uygun içerik şablonlarının önceden tasarlanarak hazır bekletilmesi, dijital reflekslerin hızlandırılmasına katkı sağlayacaktır. Ayrıca, çok dilli kriz müdahale planlarının oluşturulması ve dijital kampanya süreçlerine entegre edilmesi, mesajların uluslararası kamuoyuna etkili bir şekilde ulaşmasını sağlayacaktır.

Dijital diplomasi faaliyetlerinin daha etkin hale getirilmesi açısından bir diğer önemli unsur, ulusal düzeyde geliştirilecek dijital doğrulama mekanizmalarının uluslararası iş birlikleriyle desteklenmesidir. Türkiye, global dijital medya ortamında daha görünür ve güvenilir bir aktör olabilmek için dijital doğrulama kuruluşlarıyla ortak projeler yürütebilir ve uluslararası düzeyde kabul görmüş güvenlik ve doğruluk standartlarını benimseyebilir. Özellikle içeriklerin farklı platformlar arasında tutarlı, eş zamanlı ve nitelikli bir biçimde sunulması; İngilizce dilinde sürekliliği sağlanmış, kaliteli ve hedef odaklı içerik üretiminin artırılması, Türkiye’nin dijital diplomasi etkisini küresel ölçekte güçlendirecektir.

Genel olarak değerlendirildiğinde, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı dijital alanda kurumsal ve sistematik bir varlık sergilemekle birlikte, dijital diplomasinin doğasında yer alan dinamik tehditlere karşı daha stratejik, sürdürülebilir ve öngörülü bir yaklaşım benimsemek durumundadır. Kurumun mevcut güçlü yönleri, dijital diplomasi

potansiyelinin oldukça yüksek olduğunu ortaya koyarken; doğrulama süreçleri, kullanıcı etkileşimi ve kriz iletişimi gibi alanlarda gözlemlenen zayıflıklar, bu potansiyelin tam anlamıyla açığa çıkarılamadığını göstermektedir. Nitekim dijital diplomasinin etkinliği yalnızca içerik üretimiyle sınırlı değildir; aynı zamanda içeriklerin zamanlaması, platformlara göre uyarlanması, hedef kitle analizine dayalı strateji ile desteklenmesi ve etkileşim kabiliyetinin artırılması gibi çok boyutlu faktörlerle doğrudan ilişkilidir. Bu bağlamda, İletişim Başkanlığı'nın mevcut dijital iletişim stratejilerini periyodik olarak gözden geçirmesi ve dijital dönüşüm süreçlerine uyumlu hale getirmesi hem iç kamuoyuna hem de uluslararası arenaya yönelik kamu diplomasisi faaliyetlerinin daha etkin ve kalıcı sonuçlar doğurmasına katkı sağlayacaktır.



KAYNAKLAR

- Akçay A. (2020). *Dijital diplomasi ve yeni medya*. XYZ Yayınları.
- Aksoy M. (2022). *Dijital diplomasi ve kriz yönetimi*. Uluslararası İlişkiler Yayınları.
- Arslan M. (2023). *Türkiye'nin dijital kamu diplomasisi uygulamaları*. ABC Araştırma Merkezi.
- Arslan Y. (2023). *Türkiye'nin kültürel diplomasisi ve yeni medya*. Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Başar E. (2021). *Büyük veri ve dijital diplomasi: Stratejik uygulamalar*. Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Başar E. (2021). *Büyük veri ve dijital diplomasi: Türkiye'nin stratejik hamleleri*. Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Başar E. (2022). *Dijital diplomasi ve küresel etkileşim stratejileri*. Bilimsel Araştırmalar Enstitüsü.
- Başar E. (2022). *Dijital kamu diplomasisi ve yeni medya*. Anadolu Yayıncılık.
- Başar H. (2021). *Kamu diplomasisi ve sosyal medya stratejileri*. Diplomasi ve Strateji Araştırmaları Dergisi.
- Bjola C. ve Holmes M. (2015). *Digital diplomacy: Theory and practice*. Routledge.
- Bjola C. ve Jiang L. (2020). *Cyber-diplomacy: Managing security and governance online*. Routledge.
- Büyükelçi H. (2017). *Osmanlı'dan günümüze kamu diplomasisi*. DEF Yayınları.
- Cull N. J. (2008). *Public diplomacy: Lessons from the past*. USC Center on Public Diplomacy.
- Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı. (2021). *Kurumsal görevler ve faaliyetler raporu*. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı.
- Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı. (2024, Eylül–Kasım). *Kurumsal videolar* [Video serisi]. YouTube. Erişim adresi: <https://www.youtube.com/@iletisimbaskanligi/videos>
- Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı. (2024, Eylül–Kasım). *Paylaşımlar* [Tweet dizisi]. X. Erişim adresi: <https://x.com/Communications>
- Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı. (2024, Eylül–Kasım). *Resmî bilgilendirme gönderileri* [Facebook sayfası paylaşımları]. Facebook. Erişim adresi: <https://www.facebook.com/iletisimbaskanligi/>
- Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı. (2024, Eylül–Kasım). *Resmî bilgilendirme gönderileri* [Instagram sayfası paylaşımları]. Instagram. Erişim adresi: https://www.instagram.com/communications_turkiye/
- Çevik R. (2022). *Dijital medya analitiği ve kamu diplomasisi stratejileri*. İletişim Fakültesi Araştırmaları.

- Çevik R. (2022). *Medya algısı ve Türkiye'nin dijital diplomasisi*. İletişim Araştırmaları Dergisi.
- Çevik R. (2022). *Türkiye'nin kültürel diplomasisi ve dijital medya kullanımı*. İletişim Fakültesi Araştırmaları.
- Çevik R. (2022). *Türkiye'nin medya diplomasisi ve küresel algı yönetimi*. İletişim Fakültesi Araştırmaları.
- Çevik R. (2022). *Yapay zeka destekli kamu diplomasisi: Türkiye'nin küresel iletişim stratejileri*. İletişim Fakültesi Araştırmaları.
- Demir F. (2021). *Uluslararası ilişkilerde yeni medya ve dijital diplomasi*. Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.
- Demir F. (2023). *Dijital diplomasi araçları ve etkileşim analizleri*. Medya ve Diplomasi Araştırmaları.
- Demir S. (2023). *Küresel medya stratejileri ve dijital diplomasinin geleceği*. Kültür Üniversitesi Yayınları.
- Demir S. (2023). *Türkiye'nin dijital diplomasi stratejileri ve küresel etkileri*. Kültür Üniversitesi Yayınları.
- Demir S. (2023). *Türkiye'nin dijital diplomasi stratejileri ve küresel etkileri*. Kültür Üniversitesi Yayınları.
- Demir S. (2023). *Uluslararası medya ve kültürel diplomasi stratejileri*. Kültür Üniversitesi Yayınları.
- Demir S. (2023). *Uluslararası medya ve Türkiye'nin diplomasi stratejileri*. Anadolu Yayıncılık.
- Demir T. (2023). Dijital diplomasinin yeni yüzü: Türkiye'nin uluslararası medya stratejileri. *Uluslararası İletişim Dergisi*, 15(2), 123–145.
- Deringil S. (1991). *Turkish foreign policy during the Second World War: An 'active' neutrality?*. Cambridge University Press.
- Deringil S. (2020). *Kamu diplomasisi ve Türkiye'nin uluslararası imajı*. Ankara Üniversitesi Yayınları.
- Directorate of Communications. (2024, September–November). *Informational and public diplomacy videos* [Video series]. YouTube. https://www.youtube.com/@DirectorateofCommunications_TR/videos
- Directorate of Communications. (2024, September–November). *Official announcements and public diplomacy posts* [Facebook page posts]. Facebook. <https://www.facebook.com/DirectorateofCommunications>
- Directorate of Communications. (2024, September–November). *Official communications and visual diplomacy posts* [Instagram posts]. Instagram. https://www.instagram.com/communications_turkiye/
- Erdem S. (2023). *Dijitalleşen kamu diplomasisi: Türkiye örneği*. Akademik Diplomasi Araştırmaları.

- Erdoğan T. (2023). *Kültürel diplomasi ve uluslararası algı yönetimi*. İstanbul Üniversitesi Yayınları.
- Erdoğan T. (2023). *Sosyal medya ve kamu diplomasisi: Türkiye örneği*. Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Erdoğan T. (2023). *Sosyal medya ve uluslararası algı yönetimi*. Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Erdoğan T. (2023). *Türkiye'nin dijital kamu diplomasisi politikaları ve geleceği*. İstanbul Üniversitesi Yayınları.
- Erdoğan Z. (2023). *Türkiye'nin dijital kamu diplomasisi stratejileri*. Küresel İletişim Araştırmaları Merkezi.
- Erhan C. (2003). *Türkiye ve Marshall Planı: Yardımdan dolayımışımıza*. Phoenix Yayınları.
- Finnemore M. ve Hollis D. B. (2016). Constructing norms for global cybersecurity. *American Journal of International Law*, 110(3), 425–479.
- Gilboa E. (2008). Searching for a theory of public diplomacy. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 55–77.
- Gökhan M. (2016). *Cumhuriyet dönemi Türk kamu diplomasisi politikaları*. Akademik Diplomasi Dergisi.
- Gökhan M. (2019). *Türkiye'nin kültürel diplomasisi*. Akademik Diplomasi Dergisi.
- Güler A. (2022). *Dijital dezenformasyon ve kamu diplomasisi*. Anadolu Yayıncılık.
- Güler A. (2022). *Dijital kamu diplomasisi: Türkiye'nin uluslararası algısı*. Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Güler A. (2022). *Küresel medya ve Türkiye'nin uluslararası imajı*. Bilimsel Araştırmalar Enstitüsü.
- Güler B. (2022). Dezenformasyonla mücadelede sosyal medyanın rolü. *İletişim Araştırmaları Dergisi*, 10(1), 89–102.
- Hanson F. (2012). The new public diplomacy and soft power. *The Hague Journal of Diplomacy*, 7(3), 271–294.
- Kaya R. (2020). *Dijitalleşme ve uluslararası ilişkiler*. Uluslararası Medya Çalışmaları Dergisi.
- Kaya S. (2021). *Dijital diplomasi ve uluslararası algı yönetimi*. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Kaya S. (2021). *Medya ve kamu diplomasisi: Türkiye'nin uluslararası iletişim stratejileri*. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Kaya S. (2021). *Yeni medya ve kültürel iletişim stratejileri*. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Kaya S. (2021). *Yeni medya ve uluslararası halkla ilişkiler stratejileri*. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Kılıç A. (2019). *Türkiye'nin kamu diplomasisi stratejileri*. Uluslararası İlişkiler Dergisi.

- Kırışci K. (2021). *Küresel kamu diplomasisi ve Türkiye*. İstanbul Üniversitesi Yayınları.
- Köse M. (2023). *Dijital diplomasi: Küresel iletişim stratejileri*. Siyasal Yayınları.
- Köse M. (2023). Türkiye'nin dijital diplomasi stratejileri: Bir değerlendirme. *Dış Politika ve Medya Araştırmaları*, 7(3), 45–67.
- Leonard M. (2002). *Public diplomacy*. Foreign Policy Centre.
- Manor I. (2019). *The digitalization of public diplomacy*. Palgrave Macmillan.
- Melissen J. (2005). *The new public diplomacy: Soft power in international relations*. Palgrave Macmillan.
- Melissen J. (2021). *Innovation in diplomatic practice*. Springer.
- Nye, J. (2008). *Soft power: The means to success in world politics*. New York: PublicAffairs.
- Nye, J. S. (2008). Public diplomacy and soft power. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 94-109.
- Oran, B. (2001). *Türkiye'nin dış politikası: Kurtuluş savaşı'ndan bugüne olgular, belgeler, yorumlar*. İletişim yayınları.
- Ortaylı, İ. (2021). *Türk diasporası ve kültürel diplomasi*. Kültür bakanlığı yayınları.
- Ortaylı, İ. (2021). *Türk kültürü ve dijital diplomasi*. Kültür bakanlığı yayınları.
- Özkan, H. (2021). *Türkiye'nin dijital diplomasisi: Yeni medya ve kamu diplomasisi uygulamaları*. İstanbul: Küresel iletişim araştırmaları.
- Öztürk, H. (2021). *Sosyal medya ve kamu diplomasisi: Türkiye örneği*. İstanbul üniversitesi yayınları.
- Öztürk, Y. (2022). *Dijital diplomasi ve sosyal medya etkileri*. Ankara: Küresel strateji yayınları.
- Öztürk, Z. (2021). Sosyal medya ve dijital diplomasi: Türkiye örneği. *Yeni medya çalışmaları dergisi*, 5(2), 203-221.
- Pamment, J. (2013). *New public diplomacy in the 21st century: A comparative study of policy and practice*. Routledge.
- Resmî Gazete (2018). Cumhurbaşkanlığı kararnamesi sayı: 14. *T.C. Resmî Gazete*, 24 Temmuz 2018.
- Ross, A. (2015). *Digital diplomacy and its impact on foreign policy*. Oxford University Press.
- Seib, P. (2016). *Real-time diplomacy: Politics and power in the social media era*. Palgrave Macmillan.
- Şahin, A. (2023). *Yapay zeka ve dijital diplomasi: Yeni dönem stratejileri*. İstanbul: Akademik yayınlar.
- Şahin, E. (2023). Dijitalleşme ve kamu diplomasisi: Türkiye'nin stratejik hamleleri. *Küresel politika ve iletişim*, 11(4), 56-78.

- Şahin, T. (2023). *Dijital diplomasi ve kamu diplomasisi stratejileri*. Kültür bakanlığı yayınları.
- Şahin, T. (2023). *İnsani diplomasi ve küresel yardım stratejileri*. Bilgi üniversitesi yayınları.
- Şahin, T. (2023). *Türkiye'nin küresel medya politikaları ve dijital etkileşim*. Kültür üniversitesi yayınları.
- Şahin, T. (2023). *Yapay zeka ve dijital kamu diplomasisi*. İletişim fakültesi araştırmaları.
- Turan, B. (2022). *Dijital diplomasi ve küresel medya politikaları*. Anadolu üniversitesi yayınları.
- Turan, B. (2022). *Dijital diplomasi ve sosyal medyanın gücü*. Anadolu üniversitesi yayınları.
- Turan, B. (2022). *Dijital diplomasi ve yapay zeka kullanımı*. Bilgi üniversitesi yayınları.
- Turan, B. (2022). Türkiye'nin dijitalleşme sürecinde kamu diplomasisi uygulamaları. *Siyasal iletişim dergisi*, Ankara.
- Turan, B. (2022). *Uluslararası iletişim ve Türkiye'nin dijital diplomasi politikaları*. Bilimsel araştırmalar enstitüsü.
- Turan, S. (2022). Türkiye'nin sosyal medya kampanyaları: Dijital diplomasinin yeni yönü. *Medya ve uluslararası ilişkiler dergisi*, 8(1), 112-130.
- Yılmaz, G. (2021). *Sosyal medya ve kamu diplomasisi*. İstanbul: İletişim stratejileri araştırma merkezi.
- Yılmaz, K. (2022). *Kamu diplomasisi ve Türkiye'nin küresel iletişim stratejileri*. İstanbul: LMN yayınları.
- Zaharna, R. S. (2010). *Battles to bridges: U.S. strategic communication and public diplomacy after 9/11*. Palgrave Macmillan.