

**T.C.
KARAMANOĞLU MEHMETBEY ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
YENİ MEDYA ANA BİLİM DALI**

**ULUSLARARASI KAMU POLİTİKALARI ve DİJİTAL
DİPLOMASİ; RUSYA-UKRAYNA SAVAŞINDA YENİ
MEDYA ARAÇLARININ ROLÜ**

SELMA BATTIR

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Danışman: Doç. Dr. Fadime DİLBER

EYLÜL- 2023

T.C.
KARAMANOĞLU MEHMETBEY ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**ULUSLARARASI KAMU POLİTİKALARI ve DİJİTAL
DİPLOMASİ; RUSYA-UKRAYNA SAVAŞINDA YENİ
MEDYA ARAÇLARININ ROLÜ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Selma BATTIR

Enstitü Anabilim Dalı: YENİ MEDYA
Enstitü Bilim Dalı :

**“Bu tez 07/09/2023 tarihinde online olarak savunulmuş olup aşağıdaki isimleri
bulunan jüri üyeleri tarafından Oybirliği ile kabul edilmiştir.”**

JÜRİ ÜYESİ	KANAATİ
Prof. Dr. Ali CAN	Başarılı
Prof. Dr. Kadir CANÖZ	Başarılı
Doç. Dr. Fadime DİLBER	Başarılı

ETİK BEYAN METNİ

Enstitünüz tarafından Uygulama Esasları çerçevesinde alınan Benzerlik Raporuna göre yukarıda bilgileri verilen tez çalışmasının benzerlik oranının herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve Etik Kurul Onayı gerektiği takdirde onay belgesini aldığımı beyan ederim.

Etik kurul onay belgesine ihtiyaç var mıdır?

Evet ☐

Hayır ☒

(Etik Kurul izni gerektiren araştırmalar aşağıdaki gibidir:

- Anket, mülakat, odak grup çalışması, gözlem, deney, görüşme teknikleri kullanılarak katılımcılardan veri toplanmasını gerektiren nitel ya da nicel yaklaşımlarla yürütülen her türlü araştırmalar,
- İnsan ve hayvanların (materyal/veriler dahil) deneysel ya da diğer bilimsel amaçlarla kullanılması,
- İnsanlar üzerinde yapılan klinik araştırmalar,
- Hayvanlar üzerinde yapılan araştırmalar,
- Kişisel verilerin korunması kanunu gereğince retrospektif çalışmalar.)

Selma BATTIR

Savunma Tarihi: 07.09.2023

ÖNSÖZ

İletişim, yönetim ve politika 20.yüzyıl başlarından itibaren iç içe geçmiş durumdadır. Bilgi-iletişim ve ulaşım teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle birlikte her üç alanda yeni araçlar ve aktörlerin sürece dahil olduğu görülmüştür. Siyasal otorite yanında sivil unsurların da aktif katılımıyla şekillenen yeni konsept, siyasal iletişim modellerinde ve kamu politikalarında sürekli bir yenilenme ve eş zamanlı güncellemeyi zorunlu kılmaktadır. İletişim araçlarının dijitalleşmesi, yönetsel süreçleri ve hem iç hem de dış politika yapım biçimlerini dönüştürmektedir. Bugün sosyal medya başta olmak üzere yeni medya araçlarının, hayatın hemen her alanında olduğu gibi uluslararası kamu politikaları ve diplomasi konusunda da son derece etkili ve stratejik önemi haiz siyasal iletişim aracı haline geldiği açıktır. Bu, olağan koşullarda olduğu gibi savaş gibi olağanüstü durumlarda geçerlidir. Bu tez çalışmasında yeni medyanın, dijital diplomasi aracı olarak uluslararası politikadaki rolü ve fonksiyonu, Rusya-Ukrayna Savaşı üzerinden somutlaştırılarak ele alınmıştır. İlgili alanlarda literatüre küçük de olsa bir katkı yapması ümidiyle kaleme alınan tez çalışmasının bu aşamaya gelmesindeki emeklerinden ve değerli katkılarından dolayı; danışman hocam Doç. Dr. Fadime DİLBER'e ve emeği geçen tüm hocalarıma teşekkür ederim.

Selma BATTIR

Karaman 2023

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	I
İÇİNDEKİLER.....	II
KISALTMALAR.....	IV
TABLO LİSTESİ.....	V
RESİM LİSTESİ	VI
GRAFİK LİSTESİ.....	VII
ÖZET	VIII
ABSTRACT	IX
GİRİŞ.....	1
Çalışmanın Amacı ve Önemi.....	4
Araştırma Sorusu ve Hipotezler	5
Varsayımlar ve Sınırlılıklar.....	6
Çalışmanın Yöntemi.....	7
Evren ve Örneklem	9
1. BİRİNCİ BÖLÜM: KAVRAMSAL ve KURAMSAL ÇERÇEVE.....	10
1.1. Kamu Politikaları: Tanımı ve Kapsamı	10
1.1.1. Kamu Politikalarının Temel Unsurları	10
1.1.2. Kamu Politikalarının Araçları.....	11
1.1.3. Kamu Politikaları Aktörleri.....	11
1.2. Eski ve Yeni Diplomasi	12
1.3. Kamu Diplomasisi ve Dijital Diplomasi	14
1.4. Geleneksel Medya ve Yeni Medya	17
1.5. Sosyal Medya	22
2. İKİNCİ BÖLÜM: ULUSLARARASI KAMU POLİTİKALARI, KAMU DİPLOMASİSİ ve DİJİTAL DİPLOMASİ	25
2.1. Uluslararası Kamu Politikaları.....	26

2.1.1. Uluslararası Kamu Politikaları ve Diplomasinin Evrimi; Yeni Araçlar ve Yeni Aktörler	26
2.1.2. Uluslararası Kamu Politikalarının Gelişiminde Propagandanın Rolü	29
2.1.3. Kamu Politikalarından Uluslararası Siyasal İletişime Paradigma Dönüşümü .	31
2.2. Kamu Diplomasisi ve Dijital Diplomasi	35
2.2.1. Geleneksel Diplomasi Yanında Kamu Diplomasisinin Gelişimi	36
2.2.2. Kamu Diplomasisine Eklemlenen Yeni Boyut: Dijital Diplomasi	42
2.3. Dijital Diplomasi ve Dijital Medya Araçlarının Uluslararası Politikada Giderek Artan Önemi	44
3. ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: RUSYA-UKRAYNA SAVAŞININ SOĞUK CEPHESİ SOSYAL MEDYA ve DİJİTAL DİPLOMASİ	47
3.1. Rusya-Ukrayna Geriliminin Seyrini Belirlemede Sosyal Medya Etkisi	48
3.1.1. Savaşa Giden Süreçte Gerilimin Sosyal Medyaya Yansımaları	49
3.1.2. Savaş Başladıktan Sonra Sosyal Medya Cephesinde Yaşanan Hareketlilik	56
3.2. Savaşan Tarafların Sosyal Medya Görünürlüğü ve Dijital Diplomasi Aktivizmi ..	66
3.2.1. Tarafların Sosyal Medya Tabanlı Dijital Diplomasi Performansı ve Ayrışan Tercihler	66
3.2.2. Tarafların Liderler Düzeyinde Sosyal Medya Görünürlüğü ve Aktivizmi	70
SONUÇ ve DEĞERLENDİRME	106
KAYNAKÇA	112
ÖZGEÇMİŞ	123

KISALTMALAR

AB : Avrupa Birliği

ABD : Amerika Birleşik Devletleri

BM : Birleşmiş Milletler

MC : Milletler Cemiyeti

NATO: North Atlantic Treaty Organization (Kuzey Atlantik Antlaşması Örgütü)



TABLO LİSTESİ

Tablo 1. Ukrayna'nın Rusya Aleyhine Kamuoyu Oluşturmaya Yönelik Paylaşım Kodları ve Tekrar Adetleri.....	58
Tablo 2. Ukrayna'nın Uluslararası Destek Arayışına Yönelik Paylaşım Kodları ve Tekrar Adetleri.....	62
Tablo 3. @ Kremlinrussia_E Adlı Resmi Twitter Hesabından, Ukrayna Aleyhine Kamuoyu Oluşturmaya Yönelik, Belirlenen Kodları İçeren Paylaşım Adetleri.....	65
Tablo 4. Rusya'nın Uluslararası Destek Arayışı İçin Belirlenen Kodları İçeren Paylaşımları ve Tekrar Adetleri	65
Tablo 5. Ukrayna Devlet Başkanı V. Zelenski Adına Açılmış Sosyal Medya Hesaplarına Ait Bilgiler/Veriler	71
Tablo 6. Ukrayna Cumhurbaşkanlığı Ofisi Adına Açılmış Sosyal Medya Hesaplarına Ait Bilgiler/Veriler.....	72
Tablo 7. Ukrayna Devleti Adına Açılmış Onaylı Resmi Sosyal Medya Hesaplarına Ait Bilgiler/Veriler.....	73
Tablo 8. Rusya Devlet Başkanlığı (Kremlin) Adına Açılmış Sosyal Medya Hesaplarına Ait Bilgiler/Veriler.....	74

RESİM LİSTESİ

Resim 1. @Ukraine Adlı Twitter Hesabının 23.06.2020 Tarihli Paylaşımı.....	51
Resim 2. @Ukraine Adlı Twitter Hesabının 07.12.2021 Tarihli Paylaşımı.....	53
Resim 3. @Ukraine Adlı Twitter Hesabının 27.12.2021 Tarihli Paylaşımı.....	54
Resim 4. @Ukraine Adlı Twitter Hesabının 13.01.2022 Tarihli Paylaşımı.....	55
Resim 5. @Ukraine Adlı Twitter Hesabının 24.02.2022 Tarihli Paylaşımı.....	56
Resim 6. @Zelenskyyua Adlı Twitter Hesabının 07.03.2023 Tarihli Paylaşımı	59
Resim 7. @Zelenskiy_Official Adlı Instagram Hesabının 07.03.2023 Tarihli Paylaşımı ..	61
Resim 8. @Zelenskyyua Adlı Resmi Twitter Hesabından 14.04.2023 Tarihli Paylaşımı ...	63
Resim 9. @Zelenskyyua Adlı Resmi Twitter Hesabından 29.03.2023 Tarihli Paylaşımı ...	64
Resim 10. Mikhailo Fedorov ile Elon Musk'un 26.02.2022 Tarihli Twitter Yazışması	68
Resim 11. @Zelenskyyua Adlı Twitter Hesabına İlişkin Veriler	76
Resim 12. @Zelenskyyua Adlı Twitter Hesabının 27.05.2023 Tarihli Paylaşımı.....	79
Resim 13. @Zelenskyyua Adlı Twitter Hesabının 26.05.2023 Tarihli Paylaşımı (1)	80
Resim 14. @Zelenskyyua Adlı Twitter Hesabının 26.05.2023 Tarihli Paylaşımı (2)	81
Resim 15. @Ukraine Adlı Resmî Twitter Hesabına İlişkin Veriler	82
Resim 16. @Ukraine Adlı Twitter Hesabının 26.04.2023 Tarihli Paylaşımı.....	84
Resim 17. @Kremlinrussia Adlı Twitter Hesaba İlişkin Veriler	85
Resim 18. @Kremlinrussia Adlı Twitter Hesabının 15.03.2023 Tarihli Son Paylaşımı	87
Resim 19. @Kremlinrussia_E Adlı Twitter Hesabının 15.03.2022 Tarihli Son Paylaşımı.	90
Resim 20. @Zelenskiy_Official Adlı Instagram Hesabına İlişkin Veriler	91
Resim 21. @Zelenskiy_Official Adlı Instagram Hesabının 21 Mayıs 2023 Tarihli Ana Sayfa Görüntüsü (1).....	94
Resim 22. @Zelenskiy_Official Adlı Instagram Hesabının 21 Mayıs 2023 Tarihli Ana Sayfa Görüntüsü (2).....	95
Resim 23. @Ukraine.Ua Adlı Resmî Instagram Hesabına İlişkin Veriler	96
Resim 24. @Ukraine.Ua Adlı Resmî Instagram Hesabının 23.05 2023 Tarihli Ana Sayfa Görüntüsü	99
Resim 25. @Russian_Kremlin Adlı Instagram Hesabına İlişkin Veriler.....	100
Resim 26. @Russian_Kremlin Adlı Instagram Hesabının 23.05.2023 Tarihli Ana Sayfa Görüntüsü	103

GRAFİK LİSTESİ

Grafik 1. @Zelinskyyua Adlı Twitter Hesabının Analitik Geçmişi.....	77
Grafik 2. @Ukraine Adlı Twitter Hesabının Analitik Geçmişi	83
Grafik 3. @Kremlinrussia Adlı Twitter Hesabının Analitik Geçmişi.....	86
Grafik 4. @Kremlinrussia_E Adlı Twitter Hesabına Analitik Geçmişi.....	89
Grafik 5. @Zelenskiy_Official Adlı Instagram Hesabının Analitik Geçmişi	92
Grafik 6. @Ukraine.Ua Adlı Resmî Instagram Hesabının Analitik Geçmişi	97
Grafik 7. @Russian_Kremlin Adlı Instagram Hesabının Analitik Geçmişi.....	101



ÖZET

Başlık: ULUSLARARASI KAMU POLİTİKALARI ve DİJİTAL DİPLOMASİ; RUSYA-UKRAYNA SAVAŞINDA YENİ MEDYA ARAÇLARININ ROLÜ

Yazar: Selma BATTIR

Danışman: Doç. Dr. Fadime DİLBER

Kabul Tarihi: 07.09.2023

Sayfa Sayısı: 122

Geçtiğimiz yüzyılın başından itibaren hızla gelişen bilgi, iletişim ve ulaşım araçları sayesinde tıpkı bireyler gibi devletlerin de iletişim biçimlerinde ve aynı zamanda yönetim modellerinde önemli değişimler yaşanmaktadır. Günümüzde modern devletlerin yönetim anlayışındaki değişimin en belirgin özelliği yönetim süreçlerine hem iç hem de dış kamuoylarının doğrudan ya da dolaylı olarak dahil edilmesidir. Benzer bir durum devletlerin iletişim aracı olan diplomasi için de geçerlidir. Bir başka ifadeyle uluslararası politikada devletler/hükümetler artık sadece başka devletlerin karar vericileri ile değil aynı zamanda hem kendi halkları hem de yabancı ülke halklarıyla iletişim kurmak durumundadır. Siyasal süreçlerin işleyişinde kitle iletişim araçlarının ve propaganda faaliyetlerinin önemi tartışmasızdır. Bilgi ve iletişim çağı olarak adlandırılan günümüz koşullarında yeni medya araçlarının devreye girmesiyle birlikte, propagandadan çok daha öte anlam ifade eden siyasal iletişim yeni boyutlar kazanmıştır. Özellikle internet tabanlı, etkileşimli iletişim araçları olan sosyal medya platformları bu konuda çığır açmış, bireylerden devletlere kadar küresel düzeyde irtibatlanmayı mümkün hâle getirmiştir. Hayatın hemen her alanında olduğu gibi uluslararası politika yapım süreçlerinde de aktif olarak kullanılan sosyal medya araçları devletlerin etkileşim alanlarını genişletmelerine imkân sağlamaktadır. Bu durum barış halinde ve olağan ilişkilerde olduğu gibi siyasi gerilimler ya da savaş halinde de geçerlidir. Bu tez çalışmasında uluslararası kamu politikaları, kamu diplomasisi ve dijital diplomasi arasındaki ilişkiye vurgu yapılarak yeni medya araçlarının, özellikle de sosyal medyanın siyasal iletişim stratejilerindeki fonksiyonu ortaya konacaktır. Yeni medya araçlarının uluslararası politika yapımında giderek artan bir öneme kavuştuğu gerçeği Şubat 2022'den itibaren dünyanın gündeminde olan Rusya-Ukrayna Savaşında tarafların sosyal medyayı araçsallaştırma eğilimleri ve bu konudaki performansları üzerinden somutlaştırılmaya çalışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Dijital Diplomasi, Kamu Diplomasisi, Kamu Politikaları, Sosyal Medya, Yeni Medya

ABSTRACT

Title of Thesis: INTERNATIONAL PUBLIC POLICIES and DIGITAL DIPLOMACY; THE ROLE OF NEW MEDIA INSTRUMENTS IN THE RUSSIA-UKRAINE WAR

Author of Thesis: Selma BATTIR

Supervisor: Assoc. Prof. Fadime DİLBER

Accepted Date: 07.09.2023

Number of Pages: 122

Thanks to the rapidly developing information, communication and transportation tools since the beginning of the last century, significant changes have been experienced in the forms of communication of states, as well as in management models, just like individuals. Today, the most distinctive feature of the change in the management approach of modern states is the direct or indirect inclusion of both internal and external public opinions in the management processes. A similar situation applies to diplomacy, which is a communication tool of states. In other words, states/governments in international politics now have to communicate not only with the decision makers of other states, but also with their own people and the peoples of foreign countries. The importance of mass media and propaganda activities in the functioning of political processes is indisputable. With the introduction of new media tools in today's conditions, which is called the information and communication age, political communication, which means much more than propaganda, has gained new dimensions. In particular, social media platforms, which are internet-based and interactive communication tools, have made a breakthrough in this regard and have made it possible to connect at the global level from individuals to states. Social media tools, which are actively used in international policy-making processes, as in almost all areas of life, allow states to expand their areas of interaction. This is true in times of peace and in ordinary relations, as well as in times of political tensions or war. In this thesis, the function of new media tools, especially social media, in political communication strategies will be revealed by emphasizing the relationship between international public policies, public diplomacy and digital diplomacy. The fact that new media tools have gained an increasing importance in international policy making will be tried to be embodied through the tendencies of the parties to instrumentalize social media in the Russia-Ukraine War, which has been on the agenda of the world since February 2022, and their performances on this issue.

Keywords: Digital Diplomacy, Public Diplomacy, Public Policies, Social Media, New Media

GİRİŞ

Geleneksel medya kanallarının yanı sıra internet, dijital teknolojiler ve sosyal medya gibi yeni iletişim araçlarını ifade etmek için kullanılan yeni medya kavramı, her türden bilginin aktarımında -yaşanılan dönemin şartlarında- yeni iletişim kanallarının açılmasıyla ilgilidir. Günümüz şartlarında yeni medyanın bilgi temelli içeriğin üretimi, paylaşımı, küresel düzeyde yayılması ve kullanılması konusunda son derece önemli bir etkiye sahip olan dijital teknolojilerin ve internetin gelişmesine paralel olarak ortaya çıkan yeni iletişim araçlarının tümüne karşılık geldiği söylenebilir.

Yeni medyanın geleneksel medya ile arasındaki en büyük farklardan biri bilgi-haber yayılımının ve iletişimin çok hızlı gerçekleşmesi yanında, kullanıcılara karşılıklı etkileşim imkânı da sunmasıdır (Talimciler, 2013: 15-17). Bir diğer ifadeyle, yeni medya, geleneksel medya biçimlerine göre etkileşimli, çok daha kolay erişilebilir ve kullanıcı merkezli bir deneyim sunmaktadır. Yeni medya araçları sayesinde erişilebilirliği artan kullanıcılar internet üzerinden kolayca içerik oluşturulabilmekte ve paylaşabilmektedir. Aynı şekilde her bir kullanıcı haberlere, videolara, bloglara, podcastlere ve sosyal medya platformlarına erişebilmektedir.

Sosyal medya, en basit ifadesiyle; bilişim sistemlerinde Web2.0 adı verilen teknolojilerin kullanıldığı iletişim ortamları şeklinde tanımlanabilir. İletişim, etkileşim ve katılımdan doğan Web 2.0 tabanlı yapılar, iletişim sağlayan araçlar, iletişim temelli internet siteleri ve internet üzerinde yer alan yayınlar olarak da tanımlanan sosyal medya insanlar arasında sosyalleşmenin sağlanması amacıyla kullanılan yeni bir medya türüdür (Kahraman, 2013: 19-20). Yeni medyanın en önemli bileşeni olarak kabul edebileceğimiz sosyal medya; Facebook, Twitter, Instagram, YouTube gibi platformlar aracılığıyla bireylerin ve kurumların bilgi, düşünce, görüş ve deneyimlerini paylaşmasına olanak tanımaktadır. Bu yönüyle sosyal medya platformları, toplumun her kesimine -bir şekilde- hitap eden, son derece etkili kitle iletişim araçları olarak ifade edilebilir. Bugün sosyal medya unsurlarının içerisinde önemli bir yer kapladığı yeni medya, toplumlar üzerinde haber alma, eğlence, öğrenme, pazarlama, sosyal etkileşim, siyasal katılım ve uluslararası politika gibi birçok alanda önemli bir etkiye sahiptir. Küreselleşen dünyada çok geniş bir

etkileşim alanına sahip olmanın yolu bir anlamda yeni medya araçlarının siyasal iletişim süreçlerine dahil edilerek etkin şekilde kullanılmasına bağlıdır denebilir.

Devletlerin tarihi insanlık tarihi kadar eskidir. Çünkü insan toplumla yaşamaya, toplum ise kendisini kurallarla düzenleyecek bir kuruma ihtiyaç duyar (Ay ve Uçar, 2015: 196). Bireyler, küçük-büyük sosyal gruplar, kurumlar ya da firmalar gibi devletler de gerek kendi bünyelerinde gerekse etkileşim çevrelerinde yaşanan değişim ve dönüşümlerle gelişimini sürdürmektedir. Devlet erkini temsil eden karar verici ve uygulayıcıların hem iç politika hem de dış politika yapım süreçlerinin tamamını içeren siyasi, hukuki ve idari faaliyetleri de içinde bulunan zamana ve koşullara göre bu değişim ve dönüşümden bağımsız değildir. Devletin işleyişine dair her düzeyde yönetim fonksiyonunu içeren kurumlar, araçlar, bürokratik süreçler, prosedürler, hukuk düzeni ve nihayet siyasal sistemler (seçim sistemleri, siyasal rejimler, hükümet sistemleri vb.) zaman içerisinde yaşanan gelişmeler ve buna bağlı ortaya çıkan ihtiyaçlar doğrultusunda; az ya da çok, hızlı ya da yavaş, ama mutlaka sürekli bir yenilenme ve gelişme içerisindedir.

İçinde bulunduğumuz dönem geçtiğimiz yüzyılın ortalarından itibaren; küreselleşme çağı (Sachs, 2020), bilgi/bilişim çağı (Albert and Papp, 1997), iletişim çağı (Edwards, Edwards, Wahl and Myers, 2020) teknoloji çağı (Gehlen, 1980) gibi farklı ancak temelde birbiriyle ilişkili kavramlarla tanımlanmaktadır. Bilgi, iletişim ve ulaşım teknolojilerinde yaşanan sıra dışı ve son derece hızlı gelişmeler sayesinde adeta mesafeler kısalmış, küresel düzeyde etkileşim farklı boyutlar kazanarak geçmişte hiç olmadığı kadar artmıştır. Söz konusu teknolojik gelişmeler bireylerarası iletişimde olduğu gibi devletlerin de toplumlarla ve diğer devletlerle aralarındaki ilişkilerin seyrini belirleyen önemli faktörler arasında yerini almış durumdadır.

Uluslararası sistemin dinamik yapısına bağlı olarak devletlerin birbirleri ile ilişkilerinde politik, ekonomik, sosyal ve kültürel etkileşim biçimleri güncel gelişmelerden etkilenmekte, yeni aktörlerin ve araçların devreye girmesiyle farklı bir boyuta evrilmektedir. Devletlerin uluslararası sistemde etkin bir şekilde var olmak adına en önemli hedefleri güçlerini artırmaktır. Modern dönemde bunun birincil aracı ise kuşkusuz diplomasidir.

Günümüz dünyasında ve uluslararası sistemde güç olgusu artık güce ilişkin geleneksel algılardan farklı ve çok daha geniş bir anlamı içerdiği söylenebilir. Küresel bilgi toplumunda güç; toprak, askeri kapasite ve doğal kaynaklardan ziyade bilgi, teknoloji ve kurumsal esnekliğe dayanmaktadır (Wenger, 2001: 6). Uluslararası politikada güç ve diplomasi birbirini besleyen olgulardır. Diplomasi yeteneği ve imkânları bakımından görece üstün devletlerin güç artırma konusunda avantajlı bulunduğu, bunun yanında güçlü devletlerin de diplomasi alanında daha başarılı olduğu söylenebilir. Bunda algıların ve karşılıklı beklentilerin rolü göz ardı edilemez. Elbette bir devletin gücünden bahsedildiğinde artık sadece zenginliği ya da sahip olduğu yıkıcı/caydırıcı savaş kabiliyetleri değil bunların yanında cezbedici ve özendirici yanları da anlaşılmalıdır.

Güç ve diplomasi kavramları arasındaki ilişkiye bağlı olarak; gücün kaynağının ekonomik ya da askeri kapasite gibi konvansiyonel unsurlardan bilime, teknolojiye, bunun yanında sosyal ve siyasi dinamiklere odaklanmasıyla (Nye, 1990) ortaya çıkan tablo, diplomasi kavramının da çerçevesini genişletmiş, kamu diplomasisi ve dijital diplomasi gibi yeni türlerinin gündeme gelmesine yol açmıştır. Söz konusu yeni diplomasi uygulamalarının belirgin iki özelliğinden bahsedilebilir. Bunlardan ilki; geleneksel diplomasiden farklı olarak yeni aktörlerin ve araçların devreye girmiş olması, ikincisi ise; muhatap olunan devletin siyasi elitini ve karar vericilerini değil kamuoylarını etkilemeye yönelik olmasıdır. Uluslararası politika süreçlerindeki bu konsept değişiminin geleneksel diplomasi uygulamalarından farklı bir aktivizmi zorunlu kıldığı açıktır. Devletlerin güç artırma konusundaki başarıları, bir anlamda, karar vericilerin diplomasinin de içinde yer aldığı kamu politikalarını, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelere uyum sağlayarak güncelleyebilme becerisine bağlıdır denebilir.

Bu tez çalışmasında siyasal iletişim temelinde şekillenen ve küresel düzeyde etkileşim potansiyelini artıran dijital diplomasi uygulamalarının bir uluslararası kamu politikası olma özelliği disiplinler arası bir yaklaşımla ele alınacaktır. Çalışmanın ilk bölümünde; kavramsal ve kuramsal bir çerçeve çizilerek, kamu politikası analizinin bir uluslararası halkla ilişkiler modeli olan kamu diplomasisi ile kavramsal bağı üzerine değerlendirmelere yer verilecektir. İkinci bölümde; diplomasi olgusunun değişen doğası ve hızla gelişen bilgi-iletişim teknolojileri sayesinde evrildiği türlerden biri olan dijital diplomasinin yeni medya araçları ve özellikle de sosyal medya platformlarında ne şekilde

karşılık bulduğu irdelenecektir. Üçüncü ve son bölümde; önceki bölümlerde kavramsal ve kuramsal çerçevesi çizilerek uluslararası kamu politikaları niteliğinde bir siyasal iletişim süreci olduğu ortaya koyulan dijital diplomasi uygulamalarının somutlaştırılması adına; Rusya-Ukrayna gerilimini savaşa götüren süreçte ve savaş devam ederken, tarafların farklı sosyal medya platformlarına yansıyan paylaşımları örnek olarak analiz edilecektir. Sonuç bölümünde ise analiz edilen paylaşımların yeni medya araçları kullanılarak yürütülen uluslararası halkla ilişkiler faaliyetlerine yani dijital diplomasiye tam olarak karşılık gelip gelmediği ve uluslararası politikada gerçek bir etki aracı olup olmadığı tartışılacaktır.

Çalışmanın Amacı ve Önemi

İş dünyasından eğlenceye, haberleşmeden eğitime birbirinden farklı pek çok sektörde önemli bir iletişim ve etkileşim aracı olan ve dünya genelinde milyarlarca kullanıcısı bulunan farklı sosyal medya platformlarının siyasal iletişim konusunda da son derece etkili olduğu açıktır. Böylesine etkili ve geniş kitlesel erişim olanağı bulunan bir alternatif iletişim kanalının uluslararası politika yapımında radikal bir biçimde paradigma değişikliklerine sahne olan diplomasi konusunda da araçsallaştırılmaması elbette düşünülemez.

Günümüzde devlet yönetiminde rol alan aktörler için hem ulusal hem de uluslararası düzeyde dinamik kamu politikaları üretmek, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki güncel gelişmelere ayak uydurarak onlardan en üst seviyede yararlanmak ve tüm bunlar için yeni medya araçlarını etkin şekilde kullanmak artık bir tercih olmaktan çıkmış, adeta zorunluluk haline gelmiştir.

Farklı sosyal medya platformları başta olmak üzere yeni medya araçlarının dünya genelinde bürokratlar, politikacılar, bakanlar ve devlet/hükümet başkanları yanında üst düzey devlet kurumları tarafından da resmi hesaplar üzerinden, üstelik giderek artan yoğunlukta kullanılıyor olması bunu doğrulamaktadır. Etkileşimli dijital iletişim platformları olan sosyal medya başta olmak üzere yeni medya araçlarının sürekli artan bir kapsayıcılıkla gelecekte de uluslararası siyasal iletişim ve politika yapım süreçlerinde var ve görünür olacağı açıktır. Dahası esasen sivil alana yönelik kurgulandığı düşünülebilir olsa da devletler ve hükümetler düzeyinde de kaçınılmaz bir biçimde içselleştirilen sosyal

medya araçlarının küresel düzeyde siyasal süreçlerin belirleyici araçları içerisinde ön plana çıkma potansiyeli taşıdığı da ifade edilebilir.

Bu çalışmanın temel amacı; çok yakın gelecekte daha da görünür olması kaçınılmaz olan sosyal medya-uluslararası siyaset ilişkisinin, barış halinde olduğu kadar gerilim ve çatışma dönemlerinde, dahası savaş yönetiminde de ne denli önemli bir etkileşim potansiyeli içerdiğini ortaya koyarak siyasal iletişim alanında literatüre katkı sunmaktır. Çalışmanın asıl önemi ise uluslararası sistem içerisinde etkin bir konum elde etme hedefiyle hareket eden tüm devletlerin/hükümetlerin yeni medya araçlarının kullanımına dayalı bu siyasal iletişim biçimine kayıtsız kalamayacağı gerçeğini vurgulamasına ve bir gelecek perspektifi ortaya koyma çabasına dayanmaktadır.

Araştırma Sorusu ve Hipotezler

Tez çalışmamızın temel araştırma soruları;

- i. Uluslararası kamu politikaları üretim ve uygulama sürecinde dijital diplomasi gerçek ve etkili bir enstrüman mıdır?
- ii. Dijital diplomasi geleneksel diplomasinin alternatifi mi yoksa tamamlayıcısı mıdır?
- iii. Kamu politikası yapıcıları ve karar vericiler yeni medya araçlarından gerçek anlamda yararlanabilmekte midir? şeklindedir.

Çalışmanın hipotezi; uluslararası sistemin dinamik yapısı gereği -bölgeler/ülkeler arası bazı farklar görülse de- karar vericilerin zorunlu olarak sürece uyum sağlamaya yönelik hareket edeceği, bu nedenle yeni medya araçlarının uluslararası kamu politikaları üretme ve uygulama süreçlerindeki işlevselliğinin artmaya devam edeceği öngörüsüne dayanmaktadır. Rusya-Ukrayna Savaşının başından itibaren tarafların sergilediği sosyal medya aktivizminin ve savaşın seyrini etkileyen -etkilemeye de devam eden- paylaşımların bu konuda çarpıcı ve güncel bir örnek olduğu düşüncesiyle hipotezin somutlaştırılmasında kullanılması uygun görülmüştür.

Varsayımlar ve Sınırlılıklar

Çalışmanın temel varsayımları;

- i. Uluslararası sistem aktörleri olan devletlerin mevcut kapasiteleri yanında sistemin diğer aktörleri ile iş birliklerinin ve etkileşimin her alanda olduğu gibi kamu politikaları üretiminde de mümkün olduğu,
- ii. Küreselleşmenin getirdiği imkânlar ve teknolojik gelişmeler sayesinde bunun çok daha hızlı ve etkili gerçekleştiği,
- iii. Hızla gelişen dijital teknolojilerin genelde iletişim ve özelde uluslararası/siyasal iletişim süreçlerine uyarlanması sayesinde, söz konusu etkileşimin farklı boyutlarıyla gelecekte de artarak devam edeceğidir.

Çalışmanın Sınırlılıkları

Uluslararası politikanın -savaş dahil- en önemli sorun alanlarında çözüm yolları üretme ya da süreci yönetme konusunda sosyal medya başta olmak üzere yeni medya araçlarının rolünün ve öneminin gelecekte de artarak devam edeceğine ilişkin olarak çalışmanın geneline yayılan argümanlar Rusya-Ukrayna gerilimi/savaşı üzerinden örneklendirilerek ele alınacaktır. Ancak savaş sürecine yayılan tüm sosyal medya aktivizmini ve geri bildirimleri çalışmaya konu etmek mümkün ve de gerçekçi değildir. Ayrıca böyle bir çabanın bu tez çalışmasının amacını ve hacmini aşacağı açıktır. Bu çerçevede çalışmanın temel sınırlılıkları;

- i. Savaşan tarafların kullandığı sosyal medya platformlarının çeşitliliği,
- ii. Savaş sürecinin çok uzun olması (Şubat 2022’de başlayan sıcak çatışmalar Mayıs 2023 itibarıyla halen devam etmektedir),
- iii. On binlerce paylaşım ve milyonlarca reaksiyonun hepsini birden analiz etmenin imkânsızlığı şeklinde sıralanabilir.

Bu nedenle çalışmanın sınırları ve esas yoğunlaştığı konu; savaşın tarafları olan iki devletin en üst düzey yürütme organları olarak, kurumsal düzeyde devletlerin ve bireysel düzeyde devlet başkanlarının, sürecin yönetiminde sosyal medya platformlarını kamu politikaları bağlamında araçsallaştırma tercihleri olacaktır.

Bir diğ er sınırlandırma da analiz birimi olarak ele alınacak sosyal medya platformlarının hangileri olacağı ile ilgilidir. Bu noktada savaş sürecinde aktif olarak kullanılan çok sayıda platform içerisinden; takipçiler, paylaşımlar ve etkileşim düzeyleri açısından  ne çıkan en az ikisi analitik geçmiş inceleme yoluyla tespit edilerek çalışmanın sınırları çizilecektir.

Son olarak, örneklem seçimindeki sınırlandırma, sayısı binlerle ifade edilen paylaşımlar içerisinden, konu ve kategori filtreleri dikkate alındığında en fazla sayıda reaksiyon alanlar, yani beğeni ve/veya tekrar paylaşım adedi en yüksek olanlar tercih edilerek gerçekleştirilecektir.

Çalışmanın Yöntemi

Bu tez çalışmasında içerik analizi yöntemi kullanılacaktır. Ancak öncelikle geniş bir literatür taramasıyla; küreselleşen dünyada uluslararası sistem aktörleri arasındaki etkileşim süreçlerinde, uluslararası kamu politikalarının dinamik niteliğine vurgu yapılarak, ulusal çıkarların barışçıl yollarla korunmasında kullanılan modern araçlara ve aktörlere ilişkin bilgilere yer verilecektir. Bu çerçevede kamu politikaları, kamu diplomasisi, dijital diplomasi arasındaki ilişkiye değinilecektir. Bu yapılırken de modern uluslararası politika araçlarından olan kamu diplomasisinin  ne çıkan yöntemleri, araçları ve aktörleri referans alınacaktır.

Sosyal bilimlerde ve özellikle iletişim biliminde yaygın olarak kullanılan içerik analizi kendi içerisinde nitel ve nicel içerik analizi olarak iki grupta ele alınmaktadır. Nicel içerik analizinde inceleme konusu olan kavramların ve kelime gruplarının sayıca ne kadar tekrarlandığı önem arz ederken nitel içerik analizinde kullanılan materyallerin sosyal etkileşim ve iletişim y n  ele alınmaktadır (G l ve Nizam, 2021, s: 182). İçerik     mlmesi iletişim içeriğinin, genellikle önceden belirlenmiş sınıflamalar (kategoriler)  er evesinde sistematik olarak gerçekleştirilmesini sağlayan bir araştırma tekniğidir (Geray, 2011: 151) ve bu tür bir analiz nicel içerik analizine karşılıklı gelmektedir. Nitel içerik analizi ise temalar ve örüntülerin tanımlanması ve kodlamanın sistematik sınıflandırılması aracılığıyla metin verilerinin içeriğinin öznel yorumlanmasına dayanan bir araştırma türü olarak tanımlanmaktadır (Hsieh and Shannon, 2005: 1278).

Bernard Berelson’a göre içerik analizi; “iletişimin açıklanan içeriğinin yansız, sistematik sayısal tanımlarını yapan bir araştırma tekniğidir” (Berelson, 1952: 17). Berelson içerik analizinde yansızlık ve sistematik yaklaşımın önemini vurgulamaktadır. Analiz yapılırken öznel değerlendirmelerden uzak, belli bir düzene ve kabul görmüş ilkelere bağlı kalarak kategoriler oluşturulmalı, tasnifler yapılmalı, bu sayede analiz sonrasında mevcut içeriğe ilişkin birtakım somut çıkarımlar yapılabilmelidir.

Belirli problemlerin tespiti ve çözümünde önemli bir enstrüman olarak kabul edilen içerik çözümlemesi yönteminin gelişim sürecini anlayabilmek için birkaç dönemi, o dönemlere ilişkin sosyal ihtiyaçları ve o dönemlerdeki baskın paradigmayı göz önünde bulundurmak gereklidir. Krippendorff içerik analizi tekniğinin gelişimini anlayabilmek için birtakım evreler belirlemiş, bu evreleri; “nicel gazete analizleri, kitle iletişim araştırmaları, propaganda analizleri, disiplinlerarası genişleme, bilgisayar destekli metin analizi ve yeni medya ve son olarak nitel yöntemler” olarak sınıflamıştır (Krippendorff, 1967: 9). İçerik analizinin gelişim sürecini açıklamada Krippendorff’un kullandığı beşinci evre bilgisayar destekli metin analizlerinin yaygınlaşması ve yeni medyadır. İçerik analizinin gelişim süreci açısından son evre diyebileceğimiz nitel yöntemler, nicel içerik çözümlemelerinden nitel içerik çözümlemelerine doğru geçişten daha ziyade nicel ve nitel birlikteliğini ifade etmektedir (Yıldırım, 2015: 116-117). Bu yönüyle, çalışmada nitel ve nicel içerik analizi yönteminin birlikte kullanılması, yeni medyanın gerçek bir siyasal iletişim aracı olma yönünü öne çıkarmak adına gerekli görülmektedir.

Çalışmanın son bölümünde uluslararası kamu politikaları, dijital diplomasi ve yeni medya araçları arasındaki ilişkiyi somutlaştırmak adına güncel örneklerle yer verilecektir. Bu örnekler, tez çalışmasının başlığıyla da uyumlu olarak, tarafların Rusya-Ukrayna Savaşı’nın seyrini etkilemeye yönelik bazı dikkat çekici paylaşımlar arasından belirlenecektir. Bu bölümde öncelikle Ukrayna’nın hem Rusya aleyhine kamuoyu oluşturma hem de kendisine uluslararası destek arama adına yürüttüğü siyasal iletişim stratejisi, belirlenen kodlar üzerinden nicel içerik analizi ile ele alınacak ve aynı kodlar üzerinden Rusya’nın paylaşımları ile karşılaştırılacaktır. Devamında ise tez çalışmasının asıl analiz konusu olan; dijital diplomasi aracı olarak sosyal medya kullanımında ayrıışan tercihler ile savaşan tarafların sosyal medyada görünürlük düzeyleri merkeze alınarak belirlenen paylaşım performansları yine nicel içerik analizi yöntemiyle, sosyal medya

üzerinden yapılan paylaşımlarla hedef kitlelere verilmek istenen mesajlar ise nitel içerik analizi yöntemiyle ele alınacaktır.

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni olarak savaşın dijital cephesi olarak nitelendirdiğimiz sosyal medya platformları belirlenmiştir. Örneklem olarak da her iki tarafın devlet başkanlığı düzeyine karşılık gelen adlarla açılmış resmî sosyal medya hesapları seçilmiştir. Farklı sosyal medya platformlarında açılan resmî hesaplar içerisinde gerek takipçi sayıları gerekse yapılan paylaşımlar ve alınan reaksiyonlar bakımından öne çıkan ve bu süreçte aktif biçimde kullanılan Twitter ve Instagram hesapları nihai analiz birimleri olarak tercih edilmiştir. Sıcak çatışmaların yanı sıra savaşan tarafların, perde gerisinde yürüttüğü uluslararası siyasi iletişim faaliyetleri çerçevesinde, sosyal medya performansları; takipçi sayıları ve paylaşımları ile aldıkları beğeni ve yorum sayıları üzerinden karşılaştırılarak bir tablo ortaya konmaya çalışılacaktır.

1. BİRİNCİ BÖLÜM: KAVRAMSAL ve KURAMSAL ÇERÇEVE

Farklı disiplinlerin ortak ilgi alanına giren çalışmalarda metnin genelinde sıklıkla karşımıza çıkacak temel kavramların açıklanması ve birbiriyle ilişkisinin ortaya konması gerekir. Bu nedenle öncelikle tezin bir anlamda omurgasını teşkil eden; kamu politikaları, diplomasi, kamu diplomasisi, dijital diplomasi, geleneksel medya, yeni medya, sosyal medya gibi temel kavramlar ilişkili oldukları kök kavramlarla birlikte açıklanacaktır. Bunu yaparken söz konusu kavramların hem birbirleriyle hem de alana ilişkin kuramlarla ilişkilerine yer verilecektir. Çalışmanın ve ait olduğu disiplinin (Yeni Medya) kuramsal düzlemi Marshall McLuhan'ın “küresel köy” kavramı ve Manuel Castells'in “ağ toplumu kuramı” çerçevesinde ele alınacaktır.

1.1. Kamu Politikaları: Tanımı ve Kapsamı

Kamusal sorunların gündeme geliş biçimi, politikalar belirlenirken karar vericilerin kim olduğu ve kararların ne şekilde verildiği, resmî ve gayr-ı resmî aktörlerin politika yapım sürecindeki rollerinin ne olduğu gibi konuların ele alındığı (Kutlu, Usta ve Sayın, 2021: 2) “kamu politikaları” analizi yönetim ve siyaset bilimlerinin geliştirmekte olan bir alt disiplindir. Bu nedenle kamu politikaları kavramının üzerinde genel uzlaşa sağlanmış bir tanımı mevcut değildir. Ancak en geniş çerçevede; devletlerin güvenlik, eğitim, sağlık, ticaret, dış politika gibi tüm etkileşim alanlarında doğrudan bireyi ve aynı zamanda tüm toplumu ilgilendiren faaliyet ve uygulamaları kamu politikalarının konusudur denebilir.

1.1.1. Kamu Politikalarının Temel Unsurları

Kamu -yani halklar- ve politika kavramlarını içeren ‘kamu politikaları’ kavramı aslında; tek tek bireylerin ve bireylerden oluşan toplumların politika yapım sürecinde merkeze alınmasıyla ilgilidir. Klasik yönetim süreçlerinin otorite, mevzuat, kurumlar gibi bilinen unsurlarına kamuoylarının eklemlenmesi bu noktada belirleyicidir. Hem politik hem de yönetsel düzeyde iletişim stratejileriyle şekillenen kamu politikalarının iki temel boyutundan söz edilebilir. Bunlardan *ilki*; karar verme süreçlerinde kamuoyunun beklentilerinin ön planda tutulması, *ikincisi* ise; kamunun/halkların sürece dahil edilmesidir.

1.1.2. Kamu Politikalarının Araçları

Yönetim erkine sahip bulunan, devlet düzeyinde ya da en azından devletin işleyişinde asli misyon yüklenen kurumların hem ulusal hem de uluslararası ölçekte kamuoylarını etkilemek üzere kullandığı her türden yöntem ve uygulama kamu politikalarının aracı olarak kabul edilebilir. Demokratikleşme ve siyasal katılımın teşvikinden insani destek programlarına kadar geniş bir yelpazede yürütülen politika ve uygulamaları bu çerçevede değerlendirmek mümkündür.

1.1.3. Kamu Politikaları Aktörleri

Kamu politikalarını geleneksel politika yapımından ve yönetim modellerinden ayıran en temel özellik, yeni ve sivil aktörlerin sürece dahil olmasıdır denebilir. Bunun başında kuşkusuz; sivil toplum kuruluşları, firmalar, geniş etkileşim potansiyeline sahip siyaset, spor ya da sanat alanlarında bireyler gelmektedir. Ancak elbette bu aktörlerin, klasik resmi politika aktörlerine alternatif değil tamamlayıcı nitelikte olduğunu belirtmek gerekir.

Kamu politikaları analizi, sosyal bilimler çatısı altında, kapsamı oldukça geniş özerk bir disiplin ve çalışma alanıdır. Kamu politikası disiplini, kavramsal incelemeler, kamu politikası oluşturma süreci ve analizi, politika oluşturma ve karar verme, nedensellik yaklaşımları, normatif kuram, bilgi kuramı, politika araştırma ve analiz yöntem ve teknikleri gibi alt alanlardan oluşmaktadır (Nagel, 2002). Sosyal bir varlık olan insan hayatına yön veren; insan-insan, insan-otorite ve insan-insanlık alemi ilişkilerine dair her ne varsa doğrudan ya da dolaylı olarak kamu politikaları analizinin konusu olabilecek durumdadır. Bu yönüyle kamuya ve kamusal olana ilişkin hem iç hem de dış politika yapım süreçlerinin kamu politikalarıyla doğrudan ilişkili olduğu, onu içerdiği ve şekillendirdiği söylenebilir. Ancak elbette bu ilişki tek taraflı değildir; kamu politikaları da karar vericilerin ve uygulayıcıların tercihlerini önemli ölçüde etkilemekte ve yönlendirmektedir.

Kamusal eylemleri anlamaya ve incelemeye odaklanan “kamu politikaları analizi” (Usta, 2013: 85) ve onun küresel sistemin işleyişiyle ilgili boyutuna karşılık gelen “uluslararası kamu politikaları” yönetim ve siyaset bilimi literatüründe görece yeni disiplinler ve

kavramlardır. Bu nedenle her iki kavramın kesin ve bağlayıcı bir tarifini yapmak hâlihazırda zordur. Bu durum kamu politikalarına dair çalışmalarda analiz birimleri açısından katı sınırlılıkların olmadığı anlamına gelmektedir. Dolayısıyla yönetim bilimi ve siyasal bilimler yanında ortak ilgi alanlarına sahip bulunduğu; uluslararası ilişkiler, sosyoloji ve iletişim gibi farklı disiplinlerle ilişkileri bağlamında kamu politikası analizi yapmanın özgün akademik çalışmalar üretmek adına elverişli bir zemin sağladığını söylemek yanlış olmaz.

Hem iç hem de dış/uluslararası kamuoylarını hedef alan bir iletişim stratejisi olarak ele alındığında kamu politikalarının ve özellikle de uluslararası kamu politikalarının, esasen kamu diplomasisi kavramına karşılık geldiği söylenebilir. Kamu diplomasisinin günümüz modern kitle iletişim araçları kullanılarak yürütülme biçimini ise büyük ölçüde dijital diplomasi kavramı ile açıklamak mümkündür. Çalışmanın ikinci bölümünde uluslararası kamu politikaları, kamu diplomasisi ve dijital diplomasi arasındaki ilişki daha ayrıntılı bir biçimde ele alınacaktır.

Geniş bir çerçevede yönetsel, hukuki ve politik boyutları bulunan uluslararası kamu politikalarının, her düzeyde diplomatik faaliyetleri de içeren uluslararası politika yapım süreçleri konusunda kamusal otoritenin karar ve eylemleriyle ilgili olduğu söylenebilir. Kamu otoriteleri açısından, uluslararası kamu politikalarının başarısı ve etkinliği ise hem eski (geleneksel) hem de yeni diplomasi yöntemlerinin birlikte kullanılma becerisiyle olduğunu söylemek mümkündür.

1.2. Eski ve Yeni Diplomasi

Tarih boyunca toplumların ve devletlerin aralarındaki ilişkilerde yaşanan gelişim ve değişim diplomasi kavramının da gelişmesini beraberinde getirmiştir. Buna bağlı olarak zaman içerisinde büründüğü formata ve içerdiği anlam çerçevesine uygun biçimde diplomasi kavramına dair yapılmış pek çok farklı tanıma rastlamak mümkündür. Örneğin Türkçe literatür oluşturmada temel referans kaynaklardan sayılabilecek Türk Dil Kurumu Sözlüğünde (online sözlük) diplomasi kavramı; “1. Uluslararası ilişkileri düzenleyen antlaşmalar bütünü, 2. Yabancı bir ülkede ve uluslararası toplantılarda ülkesini temsil etme işi ve sanatı, 3. Bu işte çalışan kimsenin görevi, mesleği, 4. Bu görevlilerin oluşturduğu topluluk, 5. Güç bir görüşme sırasında gösterilen ustalık ve beceriklilik”

(TDK, tarih yok/t.y.) gibi farklı şekillerde tanımlanmaktadır. Bundan başka diplomasinin; hükûmetlerin bazı konularda tercih ettiği politikalarının ve görüşlerinin sahip oldukları resmi mekanizmalarla diğer/başka devletlerin karar vericilerine iletilmesi süreci (Gönlübol,1993: 116), uluslararası ilişkilerin, pek çok açıdan karşılıklı olası zararların önlenmesi adına savaş yolu ile değil barışçıl yol ve yöntemlerle yürütülmesi (Dağ, 2004: 146), devlet yönetiminde dış ilişkilerin ve dış politikanın yürütülmesi ile ilgili tüm kural ve kaideler (Kürkçüoğlu, 2005: 312) gibi genellikle dış politika yapımı bağlamında şekillenen tanımları da mevcuttur.

Uluslararası sistemin yapıtaşları olan devletlerin birbirleriyle ve devlet üstü uluslararası kuruluşlarla aralarındaki ilişkileri düzenlemeye yarayan en önemli araç kuşkusuz diplomasidir. Bu devlet ya da devlet benzeri tüm yapılar için tarihin her dönemi için geçerlidir. Bununla birlikte sadece devletlerin değil, en eski küçük ilkel toplulukların ya da küçük grupların dahi aralarındaki ilişkileri düzenlemede başvurulan temel araç her zaman diploması olmuştur denebilir. Bir başka ifadeyle tarihsel süreçte farklı yol ve yöntemlerle de olsa diploması pratiklerine en eski ve en küçük topluluklardan imparatorluklara ve modern ulus-devletlere kadar her düzeyden siyasi birimde rastlamak mümkündür. İskit, diplomasinin yazılı tarihten önce de var olduğunu ifade etmektedir (İskit, 2018: 27). Bu anlamda diplomasinin kadim ve köklü bir tarihinden söz edilebilir. Öyle ki diplomasinin tarihi -en küçük birimler halinde bile olsa- insan topluluklarının birbirleri ile olan ilk ilişkileri kadar eskidir denilse yanlış olmaz. Ancak söz konusu siyasi birimlerin ve onları oluşturan toplulukların zaman içerisinde yaşadığı gelişime ve değişime paralel olarak siyasi ve idari pek çok olgu gibi diploması kurumu da kaçınılmaz olarak değişime uğramıştır. Çok yönlü gerçekleşmeye devam eden değişim ve dönüşüme bağlı olarak diploması olgusu gerek karar vericilerin bakış açısı gerekse kullanılan araçlar ve sahada görünen aktörler bakımından yeni formlara evrilmektedir.

Diploması bir devletin, yetkili kıldığı temsilciler aracılığıyla dış dünya ile ilişki kurmasıdır. Söz konusu temsil yetkisinin kullanımı devletlerin görüş, düşünce ve rızasını aktarmak suretiyle diplomatik ilişkilerin yürütülmesi şeklinde gerçekleşmektedir (Erson Asar, 2013: 63). Diploması faaliyetlerinde asıl olan bir devletin dış politika hedefleri ve hassasiyetleri doğrultusunda yetkili ve ehil devlet görevlileri tarafından yürütülmesidir. Bu faaliyetlerin etkili ve başarılı bir şekilde sürdürülebilmesi rekabete dayalı çatışma,

çekişme ya da yaptırımlar yerine daha yapıcı olan görüşme ve müzakere yöntemlerinin uygun şekilde kullanılmasına bağlıdır. Bu nedenle diplomatik misyonlarda görevlendirilen kişilerin (diplomatlar) kendi devletinin dış politikasına, stratejik konulardaki tezlerine ya da belirlenmiş bir hedef söz konusu ise o sürecin tüm detaylarına yeterince hâkim olması gerekir. Aynı zamanda muhatap olunan devletlerin diline, kültürüne, sosyolojisine ve özellikle de dış politikasına da vakıf olması icap eder. Tüm bunların yanında diplomatik temsille görevli profesyoneller etkili bir temsil ve ikna yeteneğine de sahip olmak durumundadırlar.

Geleneksel diplomasinin işleyişinde rol alan aktörlerin özelliği devletlerin resmi görevlileri olmalarıdır. Buna karşılık yeni diplomasi modellerinde ise sivil unsurların kurumlar düzeyinde olduğu gibi aktörler düzeyinde de ön planda olduğu görülür. Ancak elbette resmi aktörlerin/diplomatların her durumda yeni diplomasi uygulamalarında da aktif roller üstlenmeye devam ettiğini ifade etmek gerekir.

Geleneksel -eski- diplomasi ile çok çeşitli ve yeni aktörlerin devreye girdiği günümüz -yeni- diplomasi anlayışı arasında, uygulanan yöntemler ve işletilen süreçler bakımından önemli farklılıklar mevcuttur. Eski ve yeni diplomasiden bahsedildiğinde literatürde; tek seferlik temaslar kurulmak suretiyle belirli bir konuya yönelik yürütülen “ad-hoc diplomasi” ile günümüzde de uygulanan yerleşik resmi elçilikler eliyle yürütülen “sürekli diplomasi” ayrımı ön plana çıkmaktadır (Tuncer, 2002). Ancak günümüzde uluslararası politikaya dair pek çok kavram gibi diplomasi kavramı da değişime uğramış, farklı diplomasi türleri ortaya çıkmıştır. Yeni diplomasi denildiğinde artık yerleşik diplomatik temsilcilikler aracılığıyla yürütülen uygulamalardan ziyade sivil aktörlerin ve araçların rol aldığı yeni diplomasi uygulamaları akla gelmektedir. En belirgin özelliği çok yönlü etkileşime dayalı yürütülmesi olan söz konu yeni diplomasi türlerinin başında kamu diplomasisi ve onun teknoloji çağındaki karşılığı olarak nitelendirilebilecek dijital diplomasi gelmektedir.

1.3. Kamu Diplomasisi ve Dijital Diplomasi

Modern devlet yönetiminde dış ilişkilerin ve dış politikanın yürütülmesi ile ilgili kural ve kaideleri içeren diplomasi devletlerarası ilişkilerin, anlaşmaların, barış ya da savaş tercihlerinin şekillenmesinde karar vericileri yönlendiren müzakere temelli etkileşim

süreçlerinin tamamına karşılık gelmektedir. Özünde bir uluslararası ilişkiler ve dış politika terimi olan diplomasi; “ulusal çıkarların barışçıl yollarla korunması, uluslararası ilişkilerin barışçıl yol ve araçlarla yürütülmesi sanatı” (Morgenthau, 1946a: 1068) olarak görülmektedir. Sonuç olarak diplomasinin barışın tesisine ve kalıcılığına hizmet eden, uluslararası ve devletlerarası müzakerelerin esasını teşkil ettiği tecrübe, ustalık ve profesyonellik isteyen bir politika sanatı olduğu söylenebilir.

Diplomasi hükümetler arası -yahut hükümetler ile uluslararası kuruluşlar arası- ilişkilerin yönetimidir. Resmi bürokratik bir yapıdan ziyade daha toplumsal ve sivil bir forma sahip olan (İnan, 2012: 65) kamu diplomasisi ise “bir devletin, her alandaki ulusal çıkarlarını uluslararası arenada ileri götürmek amacıyla, yabancı ülkelerin kamuoyları nezdinde yürüttüğü faaliyetler bütünü” olarak tanımlanmaktadır (Ünsal, 2013: 237). Bu yönüyle bir halkla ilişkiler stratejisi olarak görülmesi gereken kamu diplomasisi uygulamaları esasen yabancı kamuoylarının algılarını kendi lehine çevirme hedefiyle gerçekleştirilmektedir. Bir başka ifadeyle; kamu diplomasisi yabancı ülke halklarını etkileyerek onları kendi çıkarlarına uygun davranmaya yönlendirme amacıyla yürütülen faaliyetlere karşılık gelmektedir. Burada dolaylı da olsa asıl hedef, olumlu bir algıyla zihinlerinde ve gönüllerinde yer edinilen yabancı kamuoylarını yöneticilerini kendi (kamu diplomasisi uygulayan ülke) çıkarlarına uygun davranma ve iyi ilişkiler kurma konusunda yönlendirmelerini sağlamaktır.

Kamu diplomasisinin çeşitlenen aktörleri -geleneksel diplomasi aktörlerine ek olarak- sivil toplum kuruluşları (STK’lar), düşünce kuruluşları, özel sektör firmaları ve bireyler gibi sivil unsurlardan oluşmaktadır. Söz konusu sivil aktörlerle uyumlu olarak kamu diplomasisi araçlarının da; konvansiyonel ve dijital medya araçlarıyla gerçekleştirilen uluslararası iletişim faaliyetleri, uluslararası insani yardım ve barış inşası çalışmaları, eğitim, öğrenci değişim programları, kültür, spor ve sanatsal aktiviteler gibi çok geniş bir yelpazeye yayıldığı söylenebilir.

Dijital teknolojilerin hızla gelişmeye devam ettiği bilişim çağında siyasal iletişim bağlamında iç politikada olduğu gibi dış politikanın da araçları çeşitlenmiş, diplomatik etkileşimin dili ve düzeyinde önemli değişiklikler yaşanmıştır. Teknolojiye paralel olarak gelişen iletişim teknikleriyle birlikte diplomasi faaliyetlerinde paradigma değişimi

yaşanmış, yeni aktörler güç devşirmiş, yeni diplomasi dili uluslararası ilişkilerde büyük öneme sahip olmuştur (Sancar, 2015). Değişen diplomasi dili, hükümetler arası kurulan resmi ve anlayış temelsiz iletişim tarzını; önce hükümetler/kamu ile yabancı kamuoyları arası, devamında ise doğrudan kamuoyları/halklar ve yabancı kamuoyları/halklar arası tanıma-anlama formuna dönüştürmüştür.

Kamu diplomasisindeki bu paradigma değişimi, davranışsal değişimlerden bilişsel değişimlere, monologdan diyaloga, iknadan ilişki yönetimine, kamuları yönetmekten kamularla ilişki kurmaya doğru evrilen bir sürece işaret etmektedir (Szondi, 2008:20). Böylelikle kamu diplomasisinde diyalogun önemi tartışmasızdır denilebilir. Monologdan uzak bir mantığa sahip bulunan kamu diplomasisi bu özelliği ile yeni medyaya çok çabuk adapte olmuş ve onu sürecine dahil etmiştir. Geleneksel medya üzerinde uygulanan stratejiler ve politikalar benzer şekilde yeni medyada da devam ettirilmekte ve yeni kamu diplomasisi olgusunu yani bir anlamda dijital diplomasiyi ortaya çıkarmaktadır.

Geleneksel medya yerine gelişen iletişim teknolojileri ve internete dayalı yeni medya araçlarının yoğun bir şekilde kullanılmaya başlaması diplomaside olduğu gibi kamu diplomasisinde de adeta bir dönüm noktası olmuştur. Bu süreçte eski ve yeni kamu diplomasisi ayrımı ön plana çıkmıştır (Cull, 2009: 14-15). Bu anlamda yeni kamu diplomasisini internet ağları ve dijital bilgi-iletişim teknolojilerinin yaygın kullanımına dayalı dijital diplomasiyle özdeş kabul etmek mümkündür.

Bilgi iletişim teknolojilerindeki gelişmelere paralel olarak şekillenen dijital dünya ve medya sayesinde bireyin siyasete katılımı artmış, birey ve sivil toplum aktörleri küresel siyasette eskiye nazaran çok daha fazla etki sahibi aktörler olmaya başlamıştır. Dijital medyayla insanlar ve gruplar eskisiyle kıyaslanamayacak şekilde kolayca örgütlenebilmekte, siyasi ve uluslararası olaylara karşı kolektif bir tavır sergileyebilmektedirler (Kanat, 2016: 533). Dijital iletişim ve bilgi teknolojileri, küresel siyasetin aktörleri arasındaki güç ve iktidar ilişkilerini de bu şekilde dönüştürmektedir. Bilişim teknolojileri siyasete de etki eden yeni aktörleri güçlendirmekte uluslararası politikadaki klasik aktörler arasındaki ilişkilerin ve rollerin de yeniden yapılanmasına olanak sağlamaktadır (Aronson, 2005: 540-541). Hayatın her alanına yenilikler ve genel anlamda kolaylıklar sağlayan ancak aynı zamanda güvenlik ve güvenilirlik gibi son

derece önemli konularda birtakım sorunları da beraberinde getiren bilişim teknolojilerinin uluslararası politikanın geleceğinde belirleyici olacağını söylemek olasıdır.

1.4. Geleneksel Medya ve Yeni Medya

İletişimin yakın ve uzak tarihine en geniş çerçeveden bakıldığında; yazının bulunması, matbaanın bulunması ve telgraf ile birlikte elektrik-elektronik devrimin başlaması şeklinde üç önemli dönüm noktası görülmektedir. İletişimin bu gelişim sürecinde en az dört farklı kültürün görüldüğü ifade edilmektedir:

- i. Sözlü (oral) kültür (sadece konuşma yolu ile bilgi aktarır)
- ii. Yazılı kültür (sessiz söz teknolojisi olan yazı kullanılır)
- iii. Tipografi kültürü (Bilgiyi basılı kitap yolu ile aktarır)
- iv. Elektrik ve elektronik medya kültürü (bilgilerin giderek daha hızlı bir biçimde TV ve Radyo gibi kitle iletişim araçları ile aktarılması) (Baldini, 2000: 5-6).

İletişimde medyanın fonksiyonel hale gelme serüveni teknolojinin gelişimine paralel bir çizgide seyretmiştir denebilir. İletişimde matbaanın icat edilmesiyle başlayan teknolojik gelişmeler, gazete, telgraf, telefon kabloları, radyo, fotoğraf, hareketli film, televizyon, iletişim uyduları, bilgisayar ağları ve internetle günümüze dek gelmiştir. (Güçdemir, 2003: 372). 20. Yüzyıl boyunca sıra dışı bir hız kazanan teknolojik gelişmelerin, iletişim araçları ve modellerinin de devrim niteliğinde gelişmeleri beraberinde getirdiği söylenebilir. Sözlü iletişim kültüründen yazıya geçişe benzer şekilde dönüm noktaları içeren teknolojik gelişmeler sayesinde, çeşitli iletişim biçimlerinin etkileşimli (interaktif) bir ağ içinde bütünleştiğini savunan Manuel Castells “...tarihte ilk kez insan iletişiminin yazılı, sözlü, görsel-işitsel biçimlerini aynı sistem içinde bütünleştiren bir hipermetin ve meta-dil oluşuyor” (Castells, 2008: 440) diyerek iletişim teknolojiler medya araçlarının sürekli bir yenilenme ile gelişimine dikkat çekmektedir. Medyanın gelişen teknolojiye uyarlanması şeklinde ortaya çıkan bu durum, eski-yeni karşılaştırmasının medya olgusu ve araçları için de geçerli olduğunu, aynı zamanda geleneksel medya ve yeni medya arasında ardışıklık ilişkisi bulunduğunu göstermektedir.

İletişimin tarihsel evrimini ortaya koyma sadedinde benzer bir dönemlendirme -aslında çok daha önce- iletişim kuramcısı Marshall McLuhan tarafından yapılmıştır. İletişim

çağında dünyayı tanımlamak adına bilinirliği en yüksek nitelemelerin başında gelen “Küresel Köy” kavramının sahibi kabul edilen McLuhan insanlık tarihinde dört evreden bahsetmektedir.

- i. Kabile Çağı: Yazının bulunması ve iletişim aracı olarak kullanılmasından önceki ilkel dönemdir. Bu çağı değiştiren gelişme/buluş fonetik alfabe olmuştur.
- ii. Edebiyat Çağı: Alfabenin kullanılmaya başlamasıyla birlikte edebiyat çağına geçilmiştir. İşitsel ve görsel iletişimin birlikte geliştiği bu dönem insanlık tarihinde büyük bir değişim olmuştur.
- iii. Basım Çağı: Matbaanın icadı ve basım teknolojisinin gelişmesi bu çağın belirleyicisidir. Gutenberg’in buluşu sonrası basılı çağa geçilmesiyle görsel bağımlılık artmıştır.
- iv. Elektronik Çağ: McLuhan, telgrafın icat edilmesini iletişimde en önemli dönüm noktalarından sayar ve artık insanlığın iletişimde geldiği evreyi “elektronik çağ” olarak nitelendirir (McLuhan, 1994).

McLuhan’ın elektronik çağ olarak adlandırdığı dönem bir anlamda içinde bulunduğumuz dönemi de kapsamaktadır. Telgraf, radyo, televizyon ve nihayet internet tabanlı iletişim araçlarının tamamı elektriğin ve elektronik teknolojilerin hayatın her alanında yaygın olarak kullanılmaya başlamasından sonra gelişmiştir. Tüm bu iletişim araçlarının en önemli özelliği bilginin ve haberin aktarımında mesafelerin önemini ortadan kaldırması, fiziki uzaklık ve yakınlık kısıtını bertaraf etmesidir. İletişim artık, dünya üzerinde ayrı kıtalarda ve birbirinden çok uzak konumlarda da olsa adeta küçük bir yerleşim biriminde bulunan insanların karşılıklı iletişimi kadar -hatta artık çok daha- kolay ve hızlı gerçekleşmektedir. McLuhan ve Powers’ın “Küresel Köy” nitelemesi (McLuhan ve Powers, 2001) kitle iletişim araçlarının geldiği evreyi tanımlamak ve insanlık için önemini ortaya koymak adına bugün de son derece elverişli ve günceldir denebilir.

Küresel Köy kavramının temelinde bilgi-iletişim teknolojilerinin hızla gelişmesi ve sürekli gelişen iletişim araçlarının kolayca yaygınlaşması yer almaktadır. Bu sayede, birbirinden çok uzak mesafelerde olsa bile, çok geniş kitlelerin hem bireysel hem de kitlesel iletişim ağlarına dahil olması mümkün hale gelmiştir. Manuel Castells iletişim

teknolojilerindeki gelişmelerin yol açtığı devrim niteliğindeki dönüşümü, temel çıkış noktasını *enformasyonun* oluşturduğu “ağ toplumu teorisi” ile açıklamaktadır. Bilgi iletişim teknolojilerindeki yenilikleri ve bundan etkilenen post endüstriyel politik ve ekonomik süreçleri tanımlamak içinse enformasyonelizm kavramını kullanmıştır (Castells, 2004). Sanayi Devrimi sonrası hızla başka formlara evrilen yeni enformasyonel kalkınma biçiminde, üretkenliğin kaynağı, bilgi üretme, bilgi işleme ve sembollerle iletişim teknolojisinde yer almaktadır. Castells’e göre, enformasyonel toplumun kilit unsurlarından biri, temel yapısındaki ağlar oluşturma özelliğidir (Castells, 2008: 25). Bugün artık internet temelli iletişim sistemleri sayesinde ağ toplumunun küresel niteliğinden ya da bir başka ifadeyle; küresel bir ağ toplumundan bahsetmek mümkün hale gelmiştir.

Küreselleşme sürecini/olgusunu enformasyon teknolojilerini merkeze alarak açıklayan Manuel Castells’e göre bu alandaki gelişmeler siyaset, sosyoloji ve iletişim bilimlerini birbirine yakınlaştırmıştır. Yeni dünya düzeninin ve küreselleşmenin enformasyon teknolojilerine değinilmeden açıklanamayacağını iddia eden Castells, bu yüzden iletişim teknolojilerindeki gelişimin bir devrim olarak nitelendirilmesi gerektiğini sıklıkla vurgulamış ve bu devrimin, yeni dönem siyasetini şekillendireceğini öne sürmüştür (Castells, 2008). Yirminci yüzyılın başlarından itibaren kitle iletişim araçlarının uluslararası politika yapımında son derece etkin bir biçimde kullanılıyor olması bunu açıkça ortaya koymaktadır.

Ağ toplumu olarak nitelendirilen bu yeni yapının en belirgin özelliği bilginin adeta hayatın merkezine yerleşmiş olmasıdır denebilir. En az bunun kadar önemli bir diğer özellik de bilginin fonksiyonel kullanımında gelinen noktadır. Castells; “Yeni enformasyon teknolojileri, enformasyon işleme sürecini dönüştürerek, insan aktivitelerinin tüm alanlarında etkin bir hale gelmiş, çeşitli alanlar arasında sonsuz nispette bağlantılar kurabilmeyi mümkün kıldığı gibi, bu aktivitelerin temsilcileri ve elemanları arasında da bağlantı sağlamıştır” (Castells, 2008: 100) diyerek bunu açıkça ortaya koymaktadır. Bilginin üretiminde ve yayılmasında sıra dışı bir hızın ön plana geçtiği ağ toplumunda tek tek bireyleri sürecin öznesi haline getirense kuşkusuz internet tabanlı yeni medya araçları olmuştur.

1990’lardan itibaren Batı’da tartışılmaya başlayan yeni medya, sahip olduğu özellikler açısından geleneksel medyadan farklı özelliklere sahiptir. 2000’li yılların başından itibaren bilgisayarlar, cep telefonları, mesajlaşma uygulamalarının iletişim süreçlerine dahil olması, kitle iletişim araçlarının teknolojisinde pek çok değişikliği, buna bağlı olarak da bireylerin yaşamında pek çok toplumsal dönüşümü ortaya çıkarmıştır. Kendisinden önceki son teknoloji olan televizyon teknolojisine göre hem medya sektörü hem de izleyicileri açısından devrimci özellikler taşıyan yeni iletişim modeli bu yeni özellikleri nedeniyle “yeni medya” adını almaya başlamıştır (Aydoğan, 2018). Geleneksel medya denildiğinde daha çok gazete, radyo, televizyon ve benzeri kitle iletişim araçları akla gelirken sosyal medyanın içerisinde yer aldığı yeni medya ise temelde dijital donanım araçlarının ve internetin kullanımına dayanmaktadır.

Pek çok medya kuramcısı tarafından sınırlı ve kısıtlayıcı bir iletişim biçimi olarak nitelendirilen geleneksel medya karşısında, bireye daha aktif olma vaadi sunan yeni medya ortamları Mark Poster, Clay Shirky, Henry Jenkins, Manuel Castells, Christian Fuchs gibi pek çok yazar tarafından; kamusal alan, kapitalizm, yöndeşme, empatik işçi, sosyal medya bağlamlarında uzunca bir süredir tartışılmaktadır (Aydoğan, 2018). Bu bağlamda yeni medya araçlarına karşı tekdüze bir bakış açısının bulunmadığı; kullanım amaçları ve farklı hedefler doğrultusunda araçsallaştırılma durumları göz önünde bulundurularak olumlu ve olumsuz yaklaşımlara konu olduğu görülmektedir.

Marksist bakış açısına sahip Christian Fuchs, “Google Kapitalizmi” başlıklı çalışmasında; son yıllarda çok tartışılan Google’ın ekonomi politikasını merkeze alarak açık bir kapitalizm eleştirisi yapmaktadır (Fuchs, 2012). Kapitalizmin eleştiriye karşı bağışık hale geldiği bir çağda alternatif medyanın neoliberal söyleme meydan okumada nasıl bir rol oynayabileceğini sorgulayan Linus Andersson, alternatif medyanın eleştirel bir tanımı üzerine bir tartışmaya katkıda bulunmaktadır (Anderson, 2012). Clay Shirky sosyal medyanın kamusal alandaki siyasal etkilerini doğrudan olumlayarak ele almaktadır (Shirky, 2011). Peter Dahlgren; internetin demokrasi ve kamusal alan üzerindeki etkilerine dikkat çekmekte, internet sayesinde kamusal alanın genişlediğine ve siyasal iletişimde etkileşim potansiyeline olumlu katkılarına vurgu yapmaktadır (Dahlgren, 2005).

Yeni medyanın bireysel ya da kurumsal düzeyde giderek artan kullanımını, iletişim süreçlerine ve sosyalleşmeye dönük potansiyel katkısını merkeze alarak olumlayanlar olduğu kadar, gerçek sıkı bağları zayıflattığı öngörüsüyle bu konuya olumsuz yaklaşanların da olduğu görülmektedir. Gerbaudo, yeni medya ve sosyal medya konusundaki görüşlerin, tekno-iyimserler ve tekno-kötümserler olarak iki ana kampta ele almaktadır (Gerbaudo, 2012: 5-6). Sosyal medya teorisini Clay Shirky'nin başını çektiği iyimserler, yeni medyanın hayatı kolaylaştırdığını, iletişimi daha hızlı ve daha iyi hale getirdiğini ve sosyal medya sayesinde gruplar oluşturma ve aktive etmenin mümkün hale geldiğini savunmaktadır (Shirky, 2008: 161). Bu aşırı iyimserliğin karşındaysa, Malcolm Gladwell ve Evgeny Morozov gibi düşünürler, Facebook ya da Twitter gibi sosyal medya platformlarının ya da yeni medyanın yaygınlaşmasının dünyanın her köşesine demokrasi getireceği fikrine bütünüyle karşıdrlar (Gerbaudo, 2012: 5). Kötümserlere göre, gerçek siyasal eylemler güçlü bağlar gerektirir. Sosyal medyadaki bağlar ise zayıf bağlardır ve buradaki aktivizm de slaktivizm, yani tembellere uygun bir aktivizmdir (Morozov, 2009). Tekno-iyimserler ve tekno-kötümserlerin yeni medya ve sosyal medyaya ilişkin yaklaşım farklılıklarının, özellikle geniş kitleleri ilgilendiren sosyolojik, kültürel ve siyasal gelişmelere bağlı olarak uzunca bir süre daha tartışılmaya devam edeceğini öngörmek yanlış olmayacaktır.

Yeni medya araçlarının, demokratikleşme ve karar alma da dâhil, tüm boyutlarıyla siyasal katılım süreçlerine dair dijital aktivizm konusundaki yeri de önemli bir tartışma alanı olduğu söylenebilir. İnternet aktivizmi, e-aktivizm, siber aktivizm gibi farklı adlandırmalara sahip olan ve geleneksel aktivizmden farklı bir örgütlenme ve işleyiş biçimine sahip bulunan dijital aktivizm, kamuoyunun toplumsal mücadeleye olan ilgisini yeni iletişim teknolojileri sayesinde dijital platformlar yoluyla çekmeye çalışan faaliyetlerdir (Bennett ve Segerberg, 2013). Büyük ölçüde sivil inisiyatifin öncülük ettiği dijital aktivizmin kitle iletişim boyutuna, resmi otoritelerin de ilgisinin her geçen gün arttığı görülmektedir. Siyasal katılımın dijital teknolojiler ve yeni medya araçlarıyla güçlendirilmesi günümüzde siyasal iletişimin belirleyici niteliğidir denebilir.

Dijital medya -ya da giderek daha yaygın kullanılmaya başlanan şekliyle yeni medya-, günümüzde sosyal ağlar, e-posta ve benzeri metin mesajı gönderme programları, online-görüntülü görüşme programları, anında mesajlaşma programları, online oyunlar, sohbet

odaları, müzik ve video paylaşım platformları, sanal dünya uygulamaları, forum tarzında bilgi ve dosya paylaşım platformlarını bünyesinde barındırmaktadır (Subrahmanyam ve Šmahel, 2011: 4-13). Her geçen gün dijital medya araçları ve türleri çoğalmakta ve çeşitlenmektedir. Bunun doğal sonucu olarak bireyi ve en geniş çerçevede toplumları ilgilendiren hemen her konuda, sosyal medya başta olmak üzere yeni medya araçlarının dönüştürücü rolünden bahsetmek mümkündür.

Günümüzde dijital medya toplumsal hayatı dönüştürdüğü gibi uluslararası ilişkileri de dönüştürmeye başlamıştır. Bu dönüşümü mümkün kılan şey, dijital iletişimin kendine has özellikleridir. Buna göre dijital teknoloji tek yönlü değildir, karşılıklı iletişimi mümkün kılabilir. Ayrıca bu karşılıklı iletişim olanağı kitle iletişimi içerisinde kişiyle özel iletişim kurabilme imkânını da sunmaktadır. Bunların yanında dijital iletişim eş zamanlı olmak zorunda değildir (Mete, 2008: 24-26). Dünya genelinde son derece hızlı yayılan ve kullanımı artan yeni medya araçları hemen her alanda olduğu gibi uluslararası politika yapımında ve süreç yönetiminde önemli bir yer edinmiş olmasından hareketle, karar vericilerin vazgeçilmez politika araçları arasında çoktan yerini almış olduğu söylenebilir.

1.5. Sosyal Medya

Gelişen bilgi/bilişim teknolojilerinin bireysel ve kitlesel iletişim araçlarına farklı biçimlerde uyarlanmasıyla oluşturulan dijital platformlar sayesinde son yıllarda tüm dünyada sıra dışı bir ilgiye mazhar olan yeni etkileşim modelleri ortaya çıkmıştır. Manuel Castells tarafından kuramsal düzeyde tanımlanan ağ toplumunu oluşturan unsurların birbirleriyle çok yönlü etkileşimine aracılık eden sosyal medya; iletişimin yeni boyutlar kazanmasına yol açan ve dünya genelinde toplumların hemen her kesiminden kullanıcıların bilgi edinme, bilgi yayma/paylaşma, sosyalleşme ya da eğlenme gibi çeşitli amaçlarla kullandığı platformların genel adıdır. Sosyal medya dendiğinde, bireylerin aralarında çeşitli içeriklerdeki bilgiyi paylaşarak iletişim kurmalarına imkân sağlayan online araçlar ve web sitelerini anlaşılmaktadır (Vardarlier ve Eren, 2013: 852). Söz konusu platformlar kullanıcılara mesajlarını hedef kitlelere -neredeyse sınırsızca- iletme imkânı vererek sadece bilgi paylaşımı gibi birincil düzey hedeflerine değil aynı zamanda ikna ve yönlendirme gibi -gizli ya da açık- dolaylı hedeflerine de hizmet eden etkileşim süreçlerine aracılık etmektedir. Bu yönüyle hem bireylerin hem de resmi ve/ya sivil

nitelikli kurumların sosyal medya platformlarını birbirinden çok farklı amaçlarla yoğun bir biçimde kullandığı görülmektedir.

Sosyal medya, bireyleri ve kurumsal organizasyonları içerik tüketen durumdan, içerik yayımlayan hale getirmekte ve bu yönüyle bilginin demokratikleşmesine aracılık etmektedir. Sosyal medya yayıncılık süreçlerindeki, “bir kaynaktan birçok izleyiciye” modelini, “çok kaynaktan çok izleyiciye” şeklinde değiştirmektedir (Solis, 2010:68). Sosyal medya araçları sadece tek yönlü bilgi paylaşımını değil bunun yanında çift taraflı ve anlık bilgi paylaşımını mümkün kılan yeni medya sistemidir. Bu çerçevede yazı, resim, ses kaydı video kaydı, dijital kodlar ve uygulamalar gibi çok çeşitli içeriklere sahip dosyaların iletimi ya da alışverişinde sosyal medya araçlarının kullanımı her geçen gün artmaya devam etmektedir.

Sosyal medya, içeriğin resimler, videolar ile işitsel unsurlar biçiminde oluşturulmasını ve kolaylıkla yayınlanmasını mümkün kılan web tabanlı uygulamalardır (Safko ve Brake, 2009: 6). Sosyal medya platformlarında; bilinen diğer medya araçları bünyesinde üretilen gazete haberi, televizyon görüntüsü, radyo programı gibi her türden içerik kullanıcının tercih ve beğenileri doğrultusunda paylaşılabilir. Bunun yanında zaman ve mekân sınırlaması olmadan, web tabanlı interaktif paylaşımın ve tartışmanın esas olduğu iletişim şekli olan sosyal medyanın belki de en özgün yanı kullanıcıların kendi ürettiği içerikleri internet üzerinden yayabiliyor olmasıdır. Çok düşük maliyetlere katlanarak ya da temel düzeyde genellikle herhangi bir ücret ödemek zorunda kalmadan kolayca kullanılabilir olması sosyal medya platformlarına/araçlarına olan ilginin katlanarak büyümesine yol açmaktadır. Bugün dünyanın her bölgesinden, sayıları milyarlarla ifade edilen kullanıcıların aktif olarak yer aldığı sosyal medya ağları sürekli genişlemekte ve çeşitlenmektedir.

Kurumların tüketicileri, müşterileri, paydaşları, çalışanları, hayranları ya da meraklıları ile en hızlı ve etkin şekilde etkileşime geçebildiği bir ortam olan sosyal medya diğer medyaların alanını işgal etmeden kendi alanında genişleme sağlar. Böylesine elverişli bir etkileşim potansiyelini değerlendirme adına sanattan eğitime, ekonomiden politikaya çok farklı alanlarda tanıtım pazarlama ya da markalama faaliyetlerinde rol alan sayısız aktörün sosyal medya kullanımını kolayca benimsediği, dahası artık vazgeçilmez

görmeye başladığı söylenebilir. Bu yönüyle sosyal medyanın gerçek bir uluslararası halkla ilişkiler aracı olduğu ve kamu diplomasisi için son derece önemli bir dinamizm oluşturduğu söylenebilir.

Sosyal medyanın, günden güne artan kullanıcı sayısı ve genişleyen etkileşim sahası sayesinde kamusal alanı dönüştürücü ve siyaseti yönlendirici etkisi vardır (Dilber, 2018: 55). Bu etki hem ulusal hem de uluslararası politikada giderek artan bir yoğunlukta kendini göstermektedir. Farklı görüşlere, farklı politik bakış açılarına ve farklı düşüncelere sahip kullanıcıların yer aldığı bu yeni sanal dünya, kamu diplomasisi faaliyetlerinin, planlamadan uygulamaya her aşamasında etkin olarak kullanılan yeni ve modern bir kitle iletişim aracı olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak bunun sadece olumlu yönleriyle ve yapıcı diplomatik çabalarla sınırlı olmadığını, aynı zamanda uluslararası sistem aktörleri arasında yaşanan rekabet ortamında ve çıkar çatışmalarında da aynı şekilde sosyal medyanın son derece etkili bir araç haline geldiğini ifade etmek gerekir.

2. İKİNCİ BÖLÜM: ULUSLARARASI KAMU POLİTİKALARI, KAMU DİPLOMASİSİ ve DİJİTAL DİPLOMASİ

Küreselleşen dünyada devletlerin/hükümetlerin ulusal çıkar temelli asli fonksiyonları çerçevesinde yapmak ve yapmamak durumunda kaldıkları (Dye, 1987: 2) politika ve uygulamaların tamamını kapsayan kamu politikaları analizi yönetim ve siyaset bilimleri temelinde gelişen farklı disiplinlerle iç içe olmakla birlikte, büyük ölçüde uluslararası halkla ilişkiler faaliyetleriyle ilgilidir denebilir. Bu yönüyle uluslararası kamu politikaları kamu diplomasisi kavramıyla tam olarak örtüşmektedir. Birinci bölümde kavramsal çerçeve çizilirken aslında bir yandan da kamu politikaları, kamu diplomasisi ve dijital diplomasi arasındaki ardışık ilişki ortaya konmaya çalışılmıştır. Bu bölümde ise söz konusu kavramların gelişim süreci ve tarihsel arka planı ile modern dönemde uluslararası politikanın etkili birer aracı olup olmama durumları ele alınmaktadır.

Uluslararası halkla ilişkiler kuşkusuz, devletlerin diğer devletler ve toplumlar nezdinde algılanış biçimi ve sahip olduğu imajla doğrudan ilişkilidir. Halkla ilişkiler ve olumlu imaj kurgulaması arasındaki mutlak ilişki (Can, 2012: 83) düşünüldüğünde kamu politikalarının, temelde, uluslararası kamuoyunda olumlu imaj inşası ile ilgili olduğu söylenebilir. Tarihin her döneminde insan toplulukları arasında sosyal ilişkilerin kurulması ve sürdürülebilirliği bireylerden küçük gruplara, kurumsal yapılardan en geniş anlamda toplumlara ve devletlere kadar her türden ve her düzeyden aktörler arasında sağlıklı bir iletişimin varlığına bağlıdır. Bu da ancak tarafların birbirini tanımasıyla ve muhatapları hakkında güven duygusuna dayanan olumlu kanaatlere sahip olmasıyla mümkündür. Ancak söz konusu olumlu kanaatler verili ve sabit değildir. Aksine ciddi bir inşa sürecini ve dinamik bir ilişki yönetimini gerekli kılar. İmaj inşası da bu ilişki yönetiminin en önemli ayaklarından sayılabilir. Bu durum kişiler ve kurumlar arasındaki ilişkilerde olduğu gibi uluslararası toplum aktörleri -yani devletler ve uluslararası kuruluşlar- arasında tesis edilen ilişkilerde ve çok yönlü etkileşim süreçlerinde de geçerlidir. Söz konusu etkileşim süreçlerinin önemli bir ayağını siyasal iletişim faaliyetleri oluşturmaktadır.

2.1. Uluslararası Kamu Politikaları

Siyasal iletişim, siyasi aktörlerin ideolojik amaçlarını, hedef olarak belirlenen kişilere, guruplara, kitlelere, ülkelere ya da bloklara kabul ettirmek, gerektiğinde eyleme dönüştürmek için çeşitli iletişim tür ve tekniklerini kullanarak gerçekleştirdiği etkileşim süreçlerine karşılık gelmektedir (Aziz, 2014: 3). Siyaset Bilimi ve İletişim Bilimleri gibi iki temel disiplinin ortak ilgi alanında şekillenen “siyasal iletişim” kavramı -her ne kadar modern bir kavram olsa da- esasen siyaset kurumu kadar eski ve köklüdür. Küreselleşme süreciyle birlikte devletlerin siyasi, askeri, ekonomik, sosyokültürel vb. hemen her alanda artan irtibatlanma düzeylerine paralel olarak siyasal iletişimin giderek daha fazla önem arz etmeye başlamıştır. Bireylerden kurumlara ve devletlere kadar her düzeyde iletişim ve etkileşim biçimlerinin sayılan gelişmelerle uyumlu biçimde sürekli bir değişim ve dönüşüm içerisinde olduğu görülmektedir.

2.1.1. Uluslararası Kamu Politikaları ve Diplomasinin Evrimi; Yeni Araçlar ve Yeni Aktörler

Diplomasi, egemen devletlerin düzenli veya karmaşık her türlü dış ilişkilerini uluslararası iletişim yolu ile sağladıkları temel araçtır (Berridge ve James, 2001:62-63). Bir dizi teknikten ve stratejiden yararlanılarak uygulanan devletlerarası uzlaşma süreçlerinin tümü (Pamment ve Wilkins, 2018: 6) olarak da tanımlanabilen diplomasi, devletler ve devlet üstü kuruluşlar arasındaki ilişkilerin yurtiçinde veya yurtdışında görev üstlenen temsilciler aracılığıyla yürütülmesine dair işlemleri içermektedir. Ancak elbette bu durum ilk bölümde kısaca değinilen geleneksel diplomasinin çerçevesini ve işleyiş biçimini tanımlar niteliktedir. Oysaki devlet yapıları ve siyasal sistemler ilk çağlardan itibaren büyük dönüşümlere sahne olmuş ve buna paralel olarak karşılıklı ilişkilerin de şekli değişmiş, araçları ve aktörleri çeşitlenmiştir.

Modern uluslararası sistemin anarşik yapısından (Wight, 1986: 101; Schmidt, 1998: 15,41) sonra belki de en belirgin özelliği dinamik oluşudur. Bu nedenle söz konusu değişim ve dönüşümün bugün de devam ettiğini hatta gelecekte devam edeceğini söylemek mümkündür. Tarih boyu düzensiz aralıklarla meydana gelen ve bir anlamda kırılma noktaları denilebilecek gelişmeler sonunda devletlerin ve siyasal sistemlerin sıra dışı dönüşümlere maruz kaldığı görülmüştür. Söz gelimi 1789 Fransız İhtilali sonrasında

sadece Fransa’da değil öncelikle Kıta Avrupası’nda devamında ise küresel düzeyde yansımaları görülen ulus devletleşme, anayasal demokratik rejimlerin hızla çoğalması ve uluslararası politikaya bakışın hem karar vericiler hem de aydınlar ve halklar nezdinde yeni bir gelişim evresine girmesi bu tür kırılma noktalarına verilebilecek örneklerin başında gelmektedir.

Devlet düzenlerinde ve topyekûn siyasal sistemlerde yaşanan ve her hâlükârda içinde bulunulan çağın gereklerine ve dönemin şartlarına uygun olarak gerçekleşen dönüşüm doğrudan ya da dolaylı olarak insan hak ve özgürlükleri, demokratikleşme ve bunlara bağlı olarak siyasal katılımın yeni boyutlar kazanmasını beraberinde getirmiştir. Özellikle Sanayi Devrimi ile birlikte farklı boyutlara evrilmeye başlayan ve giderek şiddetlenen küresel rekabet ortamında uluslararası toplumun/sistemin birincil aktörleri olan devletler (Wight, 1986: 105-107) sürekli kendini yenileme ihtiyacı duymuştur. 19.yüzyılın ortalarından itibaren yeni üretim araçları ve modelleri yanında ulaşım ve iletişim teknolojilerinde yaşanan devrim niteliğinde gelişmeler sayesinde toplumların ve devletlerin geçmişte olduğundan çok daha yoğun ilişkiler kurmaya yöneldiği yahut buna mecbur kaldığı görülmüştür.

Sanayi Devrimi’nin doğurduğu politik, ekonomik ve sosyal koşulların bir uzantısı olarak görülebilecek küreselleşme sürecinin (Ateş, 2008) belirleyiciliğinde devletler bir yandan zenginleşme ve güç yarışına girerken diğer yandan buna koşut olarak etkileşim alanlarını olabildiğince genişletme çabası içerisinde olmuştur. Bunun da yolu kuşkusuz, gelişmiş devletlerle aralarını iyi tutmanın yanında, etkileşim alanlarında bulunan diğer devletlerle kendi çıkarları doğrultusunda ilişkiler kurmak ve/ya geliştirmekten geçmektedir. Bu çerçevede söz konusu dönemde diplomatik ilişkilerin de yeni boyutlar kazanarak yoğunlaştığını söylemek mümkündür. Bir yandan üretim imkânlarının ve kapasitesinin katlanarak büyümesine bağlı Pazar arayışları diğer yandan da bunun devamlılığını sağlamak için gerekli hammaddeye erişim hedefleri devletlerin irtibatlanma hızını ve yoğunluğunu artırmıştır. Bu çerçevede doğal olarak politika yapıcılar, karar vericiler ve tabi ki diplomatlar arasındaki diyalogun da arttığını söylemek mümkündür. Ancak bu durumun küresel düzeyde bir barış ve refah ortamını sağlamaya hizmet ettiğini söylemek zordur. Nitekim 20.yüzyılın ilk yarısında yaşanan çok taraflı iki büyük savaş (I. Dünya Savaşı ve II. Dünya Savaşı) yine bu sürecin uzantısı sayılabilecek politik ve ekonomik

rekabet şartlarından bağımsız değildir. Bununla birlikte bu iki büyük savaşın uluslararası politikanın geleceğine yön veren önemli açılımlara zemin hazırladığı söylenebilir.

Birinci Dünya Savaşı sonunda Amerika Birleşik Devletleri (ABD) Başkanı Wilson tarafından ortaya atılan ve küresel düzeyde kalıcı barış idealiyle kurgulanan ilkelerin (Wilson İlkeleri); siyasi, ideolojik ve ekonomik dünya tasarımıyla Paris Barış Görüşmelerinde tam olarak etkili olamasa da uluslararası sistemin geleceği üzerinde önemli etkileri olmuştur. Milletler Cemiyeti'nin (MC) barışı korumada yetersiz kalmasına rağmen Wilson ilkeleri modern uluslararası ilişkiler düşüncesi ve uluslararası hukukun genel yapısı üzerinde önemli katkılar yapmaya devam etmiştir. ABD'nin İkinci Dünya Savaşı süreci içerisinde geliştirdiği Birleşmiş Milletler Teşkilatı fikrinin oluşmasında ve sonraki dönemlerde pek çok hükümet devrinde takip edilen liberal politikaların uygulanmasında Wilson İlkeleri'nin etkisini göz ardı etmek mümkün değildir. I. Dünya Savaşı sonrası Wilson İlkeleri olarak bilinen deklarasyonun ilk maddesinde yer alan “Tüm barış antlaşmaları açık olacak, bu antlaşmalardan başka uluslararası gizli antlaşmalar yapılmayacak, bundan böyle diplomasi açık olacak gizli diplomasi kaldırılacak.” (Atatürk Ansiklopedisi, t.y.) kuralı uluslararası politikada kamuoyunun önemine vurgu açısından bir dönüm noktası olarak kabul edilebilir. Bu madde açıkça gizli antlaşmaların yasaklanması, gizli diplomasiden açık diplomasiye geçişi öngörmekte, böylelikle bir yandan devletlerarası kutuplaşmaların ortaya çıkıp savaşı körüklemesinin önüne geçilmesini, bir yandan da kamuoyunun yapılan uluslararası antlaşmalardan haberdar olmasını sağlama amacı gütmektedir. Bu yönüyle Wilson İlkeleri'nin gelecekte diplomasinin şeffaflaşması adına ortaya konan çabalara rehberlik eder nitelikte olduğu söylenebilir.

Wilson'un 1918 yılında savaşın sonları yaklaşırken söylediği şu sözler devlet adamları arasındaki diplomasi faaliyetlerinin yanında uluslararası toplumun önemine işaret etmektedir: “Ulusal amaçlar gittikçe geride kalmaya başladı ve aydınlanmış insanlığın ortak amaçları, onların yerini aldı. Sıradan insanların fikirleri, hala bir güç oyunu oynadığını, hem de yüksek oynadığını sanan sofistike insanlarınkinden daha anlaşılır, ileri ve tutarlıdır”. Öte yandan, Milletler Cemiyeti Ana Sözleşmesi hakkındaki resmi İngiliz yorumunda “nihai ve en etkili yaptırımın, uygar dünyanın kamuoyu olması gerektiği” belirtilmiş, Lord Cecil Avam Kamarası'nda yaptığı konuşmada “Bizim

dayanağımız kamuoyudur... eğer bu konuda hatalı isek, bütün sistem hatalı demektir” (Kissinger, 2006: 241-242) diyerek ilerleyen yıllarda uluslararası siyasal iletişimin yeni evresi olacak kamu diplomasisine önemli bir referans vermiştir.

2.1.2. Uluslararası Kamu Politikalarının Gelişiminde Propagandanın Rolü

Uluslararası politik iletişim stratejilerinin çok taraflı savaşların ve kıyasıya rekabetin yaşandığı dönemlerde çok geniş kitleleri etkilemeye yönelik olarak dizayn edildiği ve dönemin şartlarında kullanılabilecek en ileri teknolojik araçların devreye sokulduğu görölmektedir. Farklı araçlar ve yöntemlerle yoğun bir şekilde kullanılan propaganda böyle dönemlerin en etkili araçlarından biridir. Herhangi bir bireyin veya grubun başka bireylerin veya grupların tutumlarını belirleyip biçimlendirmek, kontrol altına almak veya değiştirmek için, iletişim araçlarından yararlanarak ve bu bireylerin veya grupların belirli bir durum ya da konumdaki tepkilerinin kendi amaçlarına uygun tepkiler şeklinde olacağını umarak giriştikleri bilinçli faaliyetlere (Qualter, 1992: 279-280) karşılık gelen propagandanın gelişen teknolojiye uyum sağlayarak uluslararası politikanın en etkili araçlarından bir olduğu tartışmasızdır.

Propaganda kelimesi Latince “propagare” kökünden gelmektedir. Propagare, “yeni fidanlar elde etmek üzere toprağı ekmek” anlamını taşımaktadır. Kelime zamanla yeni fikirlerin ekilmesi, yayılması deyimine karşılık gelecek şekilde anlam bulmuştur (Brown, 2000: 9). Blackwell’in Siyaset Bilimi Ansiklopedisi’nde “simgelerin (sözcükler, sloganlar, göstergeler, müzik ve görsel gösteriler de dahil olmak üzere) hesaplı biçimde manipölasyonu” (Bogdanor, 2003. 165) olarak tanımlanan propaganda özellikle siyasi alanda hem bireyler hem de kitleler üzerinde etki oluşturmak, baskı kurmak, onlara belli bir düşünceyi benimsetmek ya da tercihlerini yönlendirmek amacıyla yoğun bir biçimde kullanılmaktadır.

Propagandanın tarihi en az siyasetin tarihi -hatta kimilerine göre insanlık tarihi- kadar eskilere dayansa da (Gürgen, 1990: 135) özellikle 20. Yüzyılda kullanım alanının geçmişle kıyaslanamayacak kadar genişlediği söylenebilir. Öyle ki uluslararası sistemin işleyişini ve küresel düzeyde güç dengelerini derinden etkileyecek siyasi gelişmeler propagandanın gücünü keşfeden aktörlerin kontrolünde gerçekleşmiştir denebilir. Geçtiğimiz yüzyılın başından itibaren kitlesel görünürlüğu artan modern ideolojilerin

yayılmasında ve geniş kitlelere benimsetilmesinde propagandanın etkin şekilde kullanılarak önemli bir siyasal araç haline gelmiş olması bunu doğrular niteliktedir.

Teknolojinin ve buna bağlı olarak kitle iletişim araçlarının giderek gelişmesi, propagandanın etki alanını neredeyse sınırsız bir biçimde artırmıştır. Bunun sonucu olarak da modern toplum bireyi eğitimden pazarlamaya, sanattan siyasete pek çok alanda, etrafı adeta propaganda temelli bir etkileşim ağıyla kuşatılmıştır. Radyo ve televizyon gibi kitle iletişim araçlarının zaman ve mekân kısıtlarını büyük ölçüde ortadan kaldırması ve bu araçlara duyulan yoğun ilgi sayesinde propaganda yoluyla toplumları etkileyip yönlendirmeye odaklanan stratejiler çok daha önemli hale gelmiştir (Karaca ve İspir, 2018:290). Üstelik aynı kitle iletişim araçların tek yönlü değil birbirine zıt hedefler/durumlar söz konusu olduğunda da son derece kullanışlı olduğunu ifade etmek gerekir. Sözelimi hem sosyalizm hem de kapitalizm propagandası için ya da hem savaşların çıkarılması ve yönetimi hem de barışın inşası için aynı araçların kullanılması mümkündür.

Genellikle zihinlerde negatif çağrışımlar uyandıran ve önyargıyla karşılanan propaganda her zaman zararlı olmak zorunda değildir, kimi durumlarda tehlikesiz, hatta pozitif bile olabilir. Ancak doğası gereği, propaganda her zaman manipülatiftir, birine sizin duygu ve eylemlerinizi üzerinde denetim sağlama olanağı verir (Shabo, 2008: 5). Bu yüzden devletlerin her türlü rekabeti ve özellikle savaş durumu söz konusu olduğunda son derece kullanışlı bir enstrüman olarak karşımıza çıkmaktadır.

Propaganda, savaş zamanında karşı tarafı yıldırma, psikolojik olarak çökertmek, kendi tarafına da birlik ve dayanışma duygularını aşılama, moral yükseltmek amacıyla kullanılırken; savaş dışı dönemlerde de gerek iç siyasette gerekse uluslararası siyasette devletlerin politikaları doğrultusunda yoğun olarak karşımıza çıkmaktadır. Esasen propagandaya etkili bir silah olarak gerçek anlamını kazandıran totaliter rejimlerdir. Özellikle Sovyetler Birliği, Hitler Almanyası, Mussolini İtalyası, Komünist Çin propaganda ile özdeşleşen rejimlerdir. Ancak bu, demokratik rejimlerin propagandayı kullanmadıkları anlamına gelmemektedir (Kurtuluş, 2014: 67).

Birinci Dünya Savaşı, propagandanın uluslararası boyutta sistematik kullanımı açısından adeta bir dönüm noktası olmuştur. O zamana kadar propaganda temelde -gazete, dergi

gibi- yazılı basına dayanırken, savaşla beraber bu alanda özgün yeniliklerin ortaya çıktığı görülmüştür (Kurtuluş, 2014: 69). Farklı şekillerde dağıtılabilen ancak savaş ortamında özellikle uçaklardan atılarak hedef kitlelere ulaştırılan bildirinin propaganda amaçlı kullanımı bu konuda çarpıcı örneklerin başında gelmektedir. Medya tarihini ele aldığı eserinde Jeanneney'nin (Jeanneney, 2009: 129-131) belirttiğine göre, savaşın son yazında İngiliz uçakları tarafından düşman hatlarının gerisine her gün 100.000 bildiri bırakılmıştır. Bu bildirilerde dönemin ABD Başkanı Woodrow Wilson'un ülkesi savaşa girerken verdiği demeç ya da Fransız esir kamplarındaki Alman askerlerin düşsel güzellikte ağırlandırmaları gibi konular yer almıştır. Havadan bildiri dağıtmaya ek olarak ortaya koyulan bir diğer yenilik de savaş sırasında sinemalarda gösterilen haber filmleri olmuştur. İlk başta eğlence amaçlı olduğu düşünülen sinemaya savaş zamanı kullanılacak bir araç olarak pek itibar edilmezken, savaşın sonlarına doğru sinemanın önemi keşfedilmiş, derlenen savaş olayları ana filmde önce ülkenin sinemalarında gösterilmeye başlanmıştır.

Siyasal iletişim yöntemlerinin bir yandan genel hükümet politikaları yanında savaşın sevk ve idaresiyle ilgili kararları benimsetmek üzere kendi ülke kamuoylarını diğer yandan da doğrudan yabancı ülke halklarını hedef alacak şekilde kurgulanmaya başladığı bu evrede karar vericilerin kamu diplomasisini giderek daha yaygın ve etkin kullanmaya başladıkları söylenebilir. Yabancı kamuoylarını manipüle ederek kararlarını etkilemeye yönelik bu tür uygulamalar geleneksel diplomasi ve dış politika uygulamalarından hayli farklı şekilde işleyen yeni bir aşama olarak kabul edilmek durumundadır.

2.1.3. Kamu Politikalarından Uluslararası Siyasal İletişime Paradigma Dönüşümü

Siyasi liderlerin ya da daha geniş bir çerçevede siyaset yapıcılarının ve karar vericilerinin hedeflerine ulaşabilmek için sadece kendileriyle aynı düzeyde bulunan aktörleri ikna etmenin artık yeterli olmadığını 20.yüzyılın başlarından itibaren görmeye başladığı söylenebilir. Hem ülke içinde hem de uluslararası arenada yabancı halklar nezdinde de sesini duyurup tezlerini anlatabilmenin önemi özellikle savaş durumlarında daha belirgin ortaya çıkmaktadır. Sözelimi Nye'nin (Nye, 2008: 97) belirttiği gibi; 1920'li yıllarda radyonun gelişi, hükümetlerin yabancı dilde yayıncılık alanına girmesine yol açmış ve

1930'lu yıllar komünistler ile faşistlerin yabancı halklar nezdinde olumlu imajlar geliştirmek için rekabetlerine tanık olmuştur. Nazi Almanyası, yabancı dilde radyo yayınları dışında propaganda filmleri konusunda da oldukça başarılı olmuştur. Carr, I. Dünya Savaşı sırasında propagandanın, askeri ve ekonomik araçlarla beraber savaşın kazanılmasında oynadığı rolü aşağıdaki cümlelerle ifade etmektedir (Carr, 2010: 176):

“Sivil nüfusun demoralize edilmesi, sadece birçok hava saldırısının değil, aynı zamanda Paris’in Almanlar tarafından ‘koca Bertha’ (Dicke Bertha; Alman ordusunun I. Dünya Savaşı’nda kullandığı ağır havan topu türüne verilen isimdir) ile uzun mesafeli bombardımana tutulmasının da asıl amacıydı. Bomba ve güllenin etkisi, özellikle savaşın son aylarında basılı propagandayla da pekiştiriliyordu. Birinci Dünya Savaşı boyunca, bu üç güç formu (askeri, ekonomik ve kanaatler üzerindeki güç) arasındaki yakın karşılıklı bağımlılık sürekli olarak görülmüyordu. Her iki tarafta da propagandanın hem yurtiçinde hem de tarafsız ve düşman ülkelerde başarısı, askeri ve ekonomik mücadelenin gidişatındaki değişimlere göre artıyor ve azalıyordu. Müttefiklerin uzun süreli ablukası ve cephedeki zaferleri Alman kaynaklarını felce uğrattığında, Müttefik propagandası büyük etkinlik kazandı ve son darbenin vurulmasında önemli bir rol oynadı. 1918 zaferi askeri güç, ekonomik güç ve kanaat üzerinde gücün başarılı bir birleşimiyle kazanıldı.”

Savaşların uluslararası sistemin işleyişinde kırılma noktaları olduğu açıktır. Yıkılan devletler/imparatorluklar ve bunların yerine kurulan yeni devletler, kalıcı barışı ve uluslararası iş birliklerini tesis etmeye yönelik kurgulanan uluslararası örgütler özellikle dost ve düşman tanımlarının değiştiği çok taraflı büyük savaşların ardından görülen siyasi gelişmelerdir. Devletler arasındaki ilişkilerin şekli ve seyri de doğal olarak savaşların sonuçlarına göre değişebilmektedir. Bir başka ifadeyle uluslararası siyasal iletişimin formel uygulaması olan diplomasiinin işleyişinde yeni modeller gündeme gelebilmektedir. Diplomasiyi, ulusların belirli çıkarlarını barışa yönelik çıkarlar ile uzlaştırarak koruması şeklinde tanımlayan Morgenthau (1946) eski-yeni diplomasi kavramsallaştırması bağlamında I. Ve II. Dünya Savaşı öncesi diplomasi ile sonrası dönem diplomasiyi ayırmaktadır (Morgenthau, 1946: 1079). Diplomasiinin girdiği bu yenilenme sürecinin en önemli ve somut etkisi Milletler Cemiyeti denemesiyle başlayıp özellikle Birleşmiş Milletler (BM) gibi bir örnekle güçlü bir kimlik kazanan uluslararası

örgütlerin tüm dünyada siyasal sistemler ve toplumların kararları üzerindeki belirleyici niteliği olmuştur.

İkinci Dünya Savaşı tecrübesinin yaşandığı 1940’larda geleneksel diplomasinin yerini yeni diplomasi anlayışına bıraktığı, kapalı kapılar ardında gizli ittifaklarla yürütülen diplomasi anlayışının uluslararası iş birliği ve hukuka dayalı yeni bir forma bürünmeye başladığı görülmüştür. Bu tarihten itibaren diplomasi türleri etkileşim düzeyi, ölçek, mekân, zaman, konu veya yöntem gibi farklı kriterler üzerinden yeni kavramlarla ifade edilmeye başlamıştır. Diplomasi türleri ile ilgili olarak; geleneksel diplomasi, yeni diplomasi, modern diplomasi, kamu diplomasisi, yumuşak diplomasi, akıllı diplomasi, zorlayıcı diplomasi, kültürel diplomasi, *naked diplomacy* ya da açık diplomasi, kapalı diplomasi, geçici diplomasi, ad hoc diplomasi, sürekli diplomasi gibi çok farklı adlandırmalar söz konusu olmuştur. Özellikle internetin hayatımıza girmesiyle de dijital diplomasi, diplomasi 2.0, e-diplomasi gibi farklı birçok tanımın gündeme geldiği görülmüştür (Nye, 2004; Fletcher, 2016; Bjola, 2018).

İkinci Dünya Savaşı sonrasında kurulan BM sisteminde devletlerarası ilişkilerin büyük ölçüde uluslararası örgütler ve iş birlikleri üzerinden kurgulandığı görülmüştür (Ataman ve Öztürk, 2016: 104). Ancak ideolojik çekişmelerin çok daha görünür olduğu bu yeni dönemde öne çıkan asıl sistemin “Blok Siyaseti” olduğunu ifade etmek gerekir. Uluslararası politikada devletlerin asli hedefi olan güç artırma konusunda geleneksel yol ve yöntemler yerine yeni arayışların gündeme gelmesi Soğuk Savaş olarak adlandırılan ve 1990’ların başına kadar devam eden bu dönemin karakteristik özelliği olmuştur. Bu dönemde dünya devletleri adeta ikiye bölünmüş ve kıyasıya bir yarışın tarafları haline gelmiştir. Bundan kasıt sadece askeri nitelikli üstünlük mücadeleleri ile değil ekonomiden sanata, spordan bilimsel keşiflere ve uzay hakimiyetine kadar hayatın hemen her alanında kendini hissettiren Doğu Bloku ile Batı Bloku arasındaki ideolojik temelli rekabettir.

Çok taraflı sıcak savaşların yaşanmadığı ancak silahlanma yarışı -ki bu döneme ideolojik gerilimler ve nükleer silahlanma yarışı damga vurmuştur- (Aras, 2019: 17) başta olmak üzere askeri kapasite, ekonomik güç, istihbarat, medya, bilimsel araştırmalar, uzay teknolojileri gibi pek çok farklı alanda kıyasıya rekabetin hâkim olduğu bu dönemde dijital teknolojiler de hızla gelişmeye başlamıştır. Blok siyasetiyle şekillenen Soğuk

Savaş sürecinin görünür doğasına tezat oluşturacak şekilde, tarafların birbirinden haberdar olma adına da olsa, dolaylı ya da doğrudan irtibatlanma ve etkileşimin bu dönemde sıra dışı bir şekilde arttığı, iletişim araçlarının ve yöntemlerinin de buna bağlı olarak çeşitlendiği söylenebilir.

Gelişen teknolojiyle birlikte iletişimin yeni araçlar ve yeni boyutlar kazandığı bu süreçte siyasal iletişim biçimlerinin de değiştiği kuşkusuzdur. En geniş çerçevede küreselleşme olarak adlandırılan değişim ve dönüşüm devletlerin birbirleriyle ilişkilerini yürütme biçimine karşılık gelen diplomasi konusunda yeni modellerin ve kavramların doğmasını ya da mevcut olanların güncellenmesini beraberinde getirmiştir. Esasen tarihin her döneminde toplumların, devletlerin ve bunlar adına karar verici durumda olanların karşılıklı iletişim biçimlerini farkında olarak ya da olmayarak sürekli güncellediği söylenebilir. Her alanda olduğu gibi iletişim araçları konusunda da teknolojinin gelişmesiyle elde edilen imkân ve fırsatlar bir yenilik olarak diplomasi alanında da kullanılmaya başlanmıştır (Kocabıyık, 2019: 167). Devletlerin temel hedefi her dönemde -daha önce de vurgulandığı üzere- daha fazla güce ve zenginliğe sahip olmaktır. Bu hedefe hizmet edecek açılımlar ve yeni nesil diyalog yolları uluslararası siyasal iletişim modellerinin güncellenmesi anlamına gelmektedir.

Soğuk Savaştan sonra jeopolitik keskinliklerin sona ermesi, devlet dışı aktör çeşitlenmesinin giderek artması (Pamment, 2018: 33-34) uluslararası politikaya ilişkin pek çok alanda olduğu gibi geleneksel diplomasi anlayışı da gerek uygulayıcıları gerekse yol ve yöntemleri bakımından yeni bir forma evrilmeye başlamıştır. Küreselleşme ve dijital iletişim teknolojilerinin ortaya çıkması oyunun varlığına değil ancak oyunun kurallarına, şekline, alanına ve katılımcılarına etki etmiştir (Hamilton & Langhorne, 2010: 232-34). Bir başka ifadeyle devletlerin asli hedefleri özünde değişmese de ilişki biçimleri eskisiyle kıyaslandığında yeniden tanımlanmayı gerektirecek kadar farklı şekillere bürünmüştür.

Diğer yandan bu süreçte modern iletişim tekniklerinin özellikle kitle iletişim araçları ve internet olarak hayatımıza girmesiyle diplomasi'nin yöntem ve araçları da bundan etkilenmiştir. Ancak en büyük dönüşüm internet ile ortaya çıkmıştır denilebilir. İnternetin hayatın her alanına nüfuz etmesi sayesinde diplomasi'nin içeriği, şekli ve kapsamı gibi

birçok faktör etkilenmiştir (Gürdal, 2021: 115). Dijital diplomasi kavramının literatüre yerleşmesi ve etkin bir biçimde kullanılır hale gelmesinin, büyük ölçüde Soğuk Savaş sonrası dönemle ve -bir anlamda- bu dönemle örtüşen internetin yaygınlaşması süreciyle doğrudan bağlantılı olduğu rahatlıkla söylenebilir.

Siyasi realizmin başta gelen öncülerinden Morgenthau 1940'lı yıllarda kaleme aldığı eserinde diplomasiinin dört temel ilkesini sayarken;

- i. Haçlı ruhundan arınma yani dogmatik hareket etmeme,
- ii. Dış politika hedeflerini ulusal çıkarlar etrafında gözeterek bunu yeterli güçle destekleme,
- iii. Ulusal çıkarlar açısından hayati olmayan konularda esnek davranma yanında,
- iv. “Siyasal sahneye diğer ulusların bakış açısından bakması gerektiğini” belirtmiştir (Morgenthau, 1993: 383).

Morgenthau bununla dış politikada diğer ulusların halklarının algısının önemli olduğuna dikkat çekmektedir. Buradan pek çok siyasi çalkantıya, iki büyük dünya savaşına ve yarım yüzyıla yakın devam eden Soğuk Savaş'a sahne olan yirminci yüzyıl boyunca kamuoylarının uluslararası politikanın önemli bir bileşeni olarak kabul edildiği anlaşılmaktadır. Bunun literatürdeki karşılığı en geniş çerçevede kamu diplomasisidir.

Uluslararası siyasetin uluslararası ve devlet-dışı kurumlara, sivil topluma, uluslararası şirketlere, etnik gruplara, bireylere daha çok yayıldığı, gelişen teknolojiler ile her an her tür bilgiye ulaşmanın mümkün olduğu 21. Yüzyılda ise uluslararası kamuoyunu etkileyebilmek çok daha komplike bir hal almış, yeni strateji ve yöntemler benimsemeyi zorunlu hale getirmiştir (Kurtuluş, 2014: 15). Bu dönemde yeni kamu diplomasisi olarak kabul edilebilecek uygulamalar yeni iletişim teknolojileri ve internet başta olmak üzere yeni araçlarla birlikte gelişmeye ve çeşitlenmeye devam etmektedir.

2.2. Kamu Diplomasisi ve Dijital Diplomasi

Özünde uluslararası halkla ilişkiler stratejisi olan kamu diplomasisi, modern siyasal iletişim biçimi olarak hem iç hem de yabancı kamuoylarını sürece dahil etmesiyle geleneksel diplomasiden ayrılmaktadır. Elbette bu ayrılma ikame bir yol üretme değil,

tamamlayıcı bir politika geliştirme anlamına gelmektedir. Kamu diplomasisi faaliyetleri, sürecin yeni ve sivil aktörleri olan halkların iletişim biçimlerine uygun tasarlanmak zorundadır. Gelişen teknolojiyle birlikte hızla değişen ve çeşitlenen iletişim araçları internet tabanlı dijital platformlar sayesinde yeni boyutlar kazanmıştır. Herhangi bir mesajın iletiminde zaman ve mekân unsurunu devre dışı bırakan yeni dijital iletişim araçları/platformları, dünyanın hemen her yerinde sayıları milyarlarla ifade edilen kullanıcıları son derece pratik ve bir o kadar kolayca birbirleriyle irtibatlandırmaktadır. Böylesine etkili bir iletişim biçimi doğal olarak, kamu diplomasisi faaliyetlerinin etkinliğinde de belirleyici rol oynamaktadır.

2.2.1. Geleneksel Diplomasi Yanında Kamu Diplomasisinin Gelişimi

Farklı ulusların hükümetleri arasında siyasi ilişki kurmak suretiyle dış siyasetin hayata geçirilmesi olarak tanımlanabilen geleneksel diplomasi belki de en belirgin özelliği genellikle kapalı kapılar ardında yüksek düzeydeki hükümet görevlileri arasında gerçekleştirilmesidir. Tiedeman'a göre (Tiedeman, 2004: 4-6) Telekomünikasyon devrimi diplomasi paradigmasını değiştirmiştir. İletişimdeki bu ilerleme diplomasi yürütülme şeklini de etkilemiştir. Diplomaside geleneksel metotlar terk edilmiş, geleneksel olmayan sektörler diplomasiyi etkilemeye başlamış ve bunu sonucunda diplomasi gidişatına ivme kazandırmıştır. Tüm bu gelişmeler ve değişimlerin ışığında kamu diplomasisi kavramı ortaya çıkmıştır. Geleneksel diplomasiden farklı olarak kamu diplomasisi yabancı kamuoylarının dış politikada önemli bir rol oynadığını kabul etmekte ve bu kamuoylarını etkilemeye çalışmaktadır. Kamu diplomasisi, bir hükümetin kendi ulusunun ideallerini, fikirlerini, kurumlarını, kültürünü aynı zamanda ulusal hedeflerini ve hâl-i hazırda politikalarını yabancı kamuoyuna anlatmak için girdiği iletişim sürecidir.

“Kamu diplomasisi” teriminin akademik yazında ilk defa kullanımı 1965 yılında Tufts Üniversitesi Fletcher Hukuk ve Diplomasi Okulu dekanı Edmund Gullion tarafından olsa da Avrupa kıtasında ilk kamu diplomasisi örneklerini on yedinci yüzyıla kadar götürmek mümkündür. Yaklaşık yarım yüzyıllık bir geçmişi olan terim, Edmund Gullion tarafından dış politikaların oluşumu ve yürütülmesi üzerindeki kamusal tutumların etkisini tanımlamak ve bu süreçte yürütülen faaliyetleri olumsuz bir çağrışım yapan propagandadan ayırmak amacıyla kullanılmıştır (Seib, 2009; Cull, 2009). Gullion'un

geleneksel diplomasinin ötesinde uluslararası ilişkilerin boyutlarını kapsayan kamu diplomasisi terimi Edward R. Morrow Kamu Diplomasisi Merkezi'nin broşüründe şu şekilde özetlenmiştir:

“Kamu diplomasisi dış politikaların oluşumu ve yürütülmesi üzerindeki kamu tutumlarının etkisiyle ilgilenir. Geleneksel diplomasinin ötesinde uluslararası ilişkilerin boyutlarını; devletlerin diğer ülkelerde kamuoyu oluşturmasını, özel grupların ve devletlerin diğer devletlerle olan ilgi alanlarının etkileşimini, dış ilişkilerin raporlanması ve bunların politika üzerindeki etkisini; diplomatlar ve yabancı muhabir arasındaki iletişimi ve kültürlerarası iletişim sürecini kapsar”.

(Snow, 2010; Aktaran: Cull, 2006:1)

Uluslararası politikanın geçtiğimiz yüzyılın başından itibaren görünürlüğü giderek artan dönüşümü ve küreselleşme sürecinin hız kazanması, bunun yanında güç kavramına ilişkin tartışmalar ve yumuşak gücün yükselişe geçmesi gibi gelişmeler kamu diplomasisinin günümüz uluslararası politikasında daha etkin ve önemli bir nitelik kazanmasını beraberinde getirmiştir. Dünya çapındaki toplumsal ilişkilerin yoğunlaşmasına yol açan küreselleşme (Giddens, 2009: 161) ile birlikte tüm dünyada, toplumlar arasındaki irtibatlanmada ve bunun doğal sonucu olan etkileşimde artık zamana ve mekâna ilişkin kısıtlılıkların önemini büyük ölçüde yitirdiği söylenebilir. Bir başka ifadeyle, ulaşım ve iletişim alanında yaşanan teknolojik gelişmeler sayesinde dünya bir yandan küreselleşirken diğer yandan yerelleşmektedir. Bunun sonucu olarak bireyler, toplumlar ve devletler arasındaki irtibatlanma her geçen gün artmakta ve bu da stratejik karar vericileri yeni iletişim araçlarına ve modellerine yönelmeye zorlamaktadır.

Her bir olgu gibi uluslararası politika yapımı da söz konusu gelişmelerden doğrudan ya da dolaylı olarak mutlaka etkilenmektedir. Genel bir çerçevesi çizildiğinde; yabancı kamuoylarının anlaşılması, bilgilendirilmesi ve etkilenmesine yönelik faaliyetlerin tümü olarak tanımlanabilen kamu diplomasisi (Çolakoğlu, 2015: 385– 386) günümüzde artık bütün devletlerin kendi yeterlilikleri ölçeğinde başvurduğu stratejik bir iletişim aracı haline gelmiş durumdadır. Özünde bir iletişim stratejisi olan kamu diplomasisi doğal olarak, öncelikle kitle iletişim araçlarının kullanılması yoluyla yürütülmektedir. Ancak elbette yabancı kamuoylarını etkilemeye yönelik başka araçlar da kaçınılmaz olarak

devreye girmektedir. Önemli olan kendi değerlerini ve politikalarını en geniş çerçevede yayarak etki alanını genişletmektir.

Bilindiği üzere Soğuk Savaş döneminin başat tarafları olan her iki blok ve özellikle bu blokların başını çeken ABD ve Sovyetler Birliği hem mevcut müttefiklerini korumak hem de yenilerini kazanmak için kendi sistemlerinin başarısını anlatmaya çalışmışlardır. Amerika'nın Sesi, Rusya'nın Sesi Radyosu, ABD'nin Sovyetler Birliği için hazırladığı Amerika Dergisi gibi doğrudan medya ve iletişim araçlarının kullanımı dikkat çekicidir. Bunların yanında Bolşoy Balesi'nin Dünya Turnesi, Fulbright Bursu, Olimpiyatlar, British Council gibi etkinlik veya kurum kamu diplomasisi aracı olarak kullanılmıştır (Yağmurlu, 2019: 1269). Her iki tarafın kendi lehine bir cazibe oluşturarak, yumuşak güç (*soft power*) unsurları sayesinde rakibine üstünlük kurma ve bunu sürdürme hedefiyle hareket ettiği açıktır. Soğuk Savaş yıllarında yine söz konusu hedefler doğrultusunda her alanda ve her sektörde yaşanan kıyasıya rekabet kamu diplomasisi uygulamalarının da bir anlamda sert yüzünü göstermiştir denebilir.

Yumuşak güç (*soft power*) kavramı, ilk kez Joseph S. Nye tarafından 1990 yılında yayınlanan “*Liderliğe Mecbur: Amerikan Gücünün Değişen Doğası*” (Bound to Lead: The Changing Nature of American Power) (Nye, 1990) adlı kitapta ortaya atılmıştır. Nye bu kitapta “Soft Power” kavramını: “Başkalarına cazip gelerek ve onları ikna ederek hedeflerinizi benimsemelerini sağlayarak istediğinizi elde etme becerisidir...” şeklinde tanımlamaktadır. Yumuşak güç, zorlama, baskı kurma ya da yaptırım uygulamaya değil iş birliği ve iknaya dayanır. Söz gelimi uluslararası toplumda yükselen değerler diyebileceğimiz demokrasi, insan hakları, özgürlükler, sosyal refah gibi olgularla özdeş kabul edilen ülkelerin diğer ülkeler için adeta bir cazibe merkezi görünümünde olduğu açıktır. Bu yönüyle kamu diplomasisinin yumuşak güç unsurlarına dayalı bir politika aracı olduğu söylenebilir. Nye'ye göre “sert güç” (*hard power*) ise: “Başkalarının sizin isteklerinize uymasını sağlayacak biçimde, askerî ve ekonomik imkânın ya da bir başka deyişle ‘havuç ve sopa’ politikasını kullanma kabiliyetidir.” Buradan yola çıkarak sert gücün savaşı ya da yarışı kimin kazandığıyla, yumuşak gücün ise kimin değerlerinin ya da çekiciliğinin kazandığıyla ilgili olduğu sonucuna varılabilir. Bir başka ifadeyle bilgi ve iletişim çağında uluslararası politikanın seyri, sonunda kimin daha ikna edici olduğuna ve kimin hikayesinin galip geldiğine her şeyden daha çok bağlı haldedir.

Soğuk savaş döneminin çok yönlü rekabet temelli, iki kutuplu (Wagner, 1993: 86-87) - ancak tek boyutlu- ikliminden uzaklaşan uluslararası sistem, her geçen gün demokrasi, modernleşme, etnisite, din ve insan hakları odaklı sorunlarla ve aynı zamanda taleplerle karşı karşıya kalmaktadır. Aslında literatüre uzun zaman önce giren ancak son dönemlerde çok sık zikredilen kamu diplomasisi kavramı; uluslararası arenada artık sadece devletlerin değil yabancı kamuoylarının da önemli bir aktör olabileceği öngörüsüne dayanmaktadır. Doğrudan güç artırma, güvenlik ve ulusal çıkar odaklı yürütülen geleneksel diplomasi yöntemlerinin iletişim çağında sorun çözme niteliğini giderek kaybettiği ve bunun da yeni bazı yaklaşımları bir anlamda zorunlu kıldığı söylenebilir. Politik süreçlerin devletler arasında yaşanan katı bürokrasiye ek olarak, sivil toplum örgütleri ve kamuoyları, firmalar ya da bireyler gibi sivil unsurları da içermeye başladığı görülmektedir.

Soğuk Savaş'ın sona ermesi ve başat taraflardan birinin uluslararası siyaset sahnesinden çekilmesiyle birlikte blok siyasetinin ve her alanda görülen güç yarışının da sönümlendiği düşüncesi rasyonel bir öngörü olarak kabul edilebilir. Öyle ki buna bağlı olarak, taraftarlarını çoğaltmak adına yürütülen faaliyetlerin eskiden olduğu gibi önemli olmadığı fikri gelişmiş de olabilir. Ancak kamu diplomasi niteliğindeki faaliyet ve uygulamalara artık gerek kalmadığı yanılsaması kısa sürede ortadan kalkmış, 11 Eylül 2001 tarihinde gerçekleşen terör saldırıları ve Avrupa'da yeni kurulan devletler kamu diplomasisinin tekrar gündeme gelmesine neden olmuştur. Özellikle Çin'in dünya sistemine entegre olma çabaları ve bu çerçevede tüm dünyada yürüttüğü çok yönlü etkileşim son dönemde kamu diplomasisinin en dikkat çekici örneğini oluşturmaktadır (Yağmurlu, 2019: 1269).

Günümüzde uluslararası politika artık ulus devletler ve devlet üstü kuruluşların tekelinden çıkmaya başlamıştır denebilir. Kamu diplomasisini "kamuoyu diplomasisi" olarak da zikreden deneyimli diplomat Temel İskit bu konuda; "Küreselleşmenin, siyasî kudretin adem-i merkezileşmesinin ve bilgi dolaşımının muazzam boyutlara ulaşmasının damgasını vurduğu çağımızda kamu diplomasisi -tanıtma ve propaganda faaliyetlerinin ötesinde- başlı başına bir yer edinmiştir. Gerçekte kamuoyu diplomasisi sadece bir halkla ilişkiler uygulaması da değildir. Söz konusu diplomasi türü günümüz diplomatlarını, başta doğal olarak hükümetler olmak üzere, medya, akademik çevreler, öğrenciler, gençlik grupları, akademisyenler, sanatçılar, kültürel kuruluşlar, bölgesel ve

mahallî birimler, özel teşebbüsler ve çok geniş bir yelpazeyi içeren eden özel çıkar grupları ve sivil toplum kuruluşlarıyla münasebet kurmaya itmekte ve bunun için lüzumlu beceri ve vasıflara sahip olmasını zaruri kılmaktadır” (İskit, 2011: 348) diyerek hem kamu diplomasisinin çerçevesini çizmekte hem de diplomatların rollerinin ve fonksiyonlarının hızla değişmekte olduğunu vurgulamıştır.

Kamu Diplomasisinin ana amacı, devletler ve toplumlar arasında köklü ilişkiler inşa etmektir. Diğer ülkelerin ihtiyaçlarını, kültürlerini, insanlarını anlamak; bakış açılarını paylaşmak, yanlış algılamaları düzeltmek, ortak paydalar bulmak kamu diplomasisinin temel hedeflerindendir. Bu bağlamda Kamu diplomasisinin başarabileceği bir etki hiyerarşisi vardır (Leonard, 2002: 8-9):

- *İnsanların (başka ülke halklarının) kendi ülkelerine (kamu diplomasisi uygulayan ülkeye) olan aşinalıklarını artırmak (ilgi uyandırma, düşündürmek, imajlarını güncellemek, olumsuz görüş ve düşünceleri tersine çevirmek)*
- *İnsanların ülkesine olan beğenisini artırmak (olumlu algılar oluşturmak, küresel öneme sahip konulara başkalarının da aynı perspektiften bakmasını sağlamak)*
- *İnsanları kendi ülkesiyle meşgul etmek (eğitim reformundan bilimsel iş birliğine kadar bağları güçlendirmek; insanları kendi ülkesini turizm, eğitim ve eğitim için çekici bir destinasyon olarak görmeye teşvik etmek, ürünlerini satın almalarını sağlamak, değerlerini anlamaya ve benimsemeye yöneltmek)*
- *İnsanları etkilemek (şirketlerin yatırım yapmasını, kamunun/halkların pozisyonlarımızı desteklemesini veya politikacıların kendi ülkesini ayrıcalıklı bir ortak olarak görmesini sağlamak)*

Kendi değerlerini başka ülke halklarına tanıtmak, beğendirme ve aktarmaya yönelik faaliyetler kamu diplomasisi çerçevesinde yürütülen halkla ilişkiler sürecinin başlıca aşamalarıdır. Mekânsal anlamda uzak toplumlara yönelik bu tarz etkileşimde modern bilgi iletişim tekniklerinin rolü ve önemi büyüktür.

Kültür ve tarihin, bilgi ve iletişimle tüm dünyaya yayılabilmesi, devletlerin iç ve dış politikada etkinliklerini ve çalışmalarını meşrulaştırmak için aktif bir kamu diplomasisi

gütmelerine ve yerli-yabancı kamuoyu nezdinde imaj kaygısı taşımalarına neden olmuştur (Aydoğan ve Aydın, 2011: 48). Bir ülkenin imajının ve bilinirliğinin, bireysel etkileşim için uygun ortam yaratabilecek bir güç olduğu varsayımına dayalı olan kamu diplomasisi bugün artık meşru olmak kaydıyla mümkün olan her türlü aracın en etkin ve verimli bir şekilde kullanılmasını bir anlamda zorunlu kılmaktadır. Hemen her dönemde farklı medya araçlarının kamu diplomasisi faaliyetlerinde belirleyici rollere sahip olduğu açıktır. Günümüzde artık, dijital teknolojilerin yoğun olarak kullanıldığı yeni nesil iletişim araçları ve özellikle sosyal medya platformları bu konuda ilk akla gelen araçlardır denebilir.

Kamu diplomasisi uygulamalarını “Dünya ile İletişim” (*Communicating with the World*) şeklinde tanımlayan Tuch; “Kamu diplomasisi; Medyanın uluslararası ilişkilerdeki rolünü, hükümetlerin kamuoyuna dayanarak kendini geliştirmesini, bir ülkenin özel kuruluşlarının diğer ülkelerin kuruluşlarıyla hükümet dışı etkileşimde bulunmasını ve tüm bu uluslararası sürecin, politika geliştirme ve dış ilişkilerin yönlendirilmesi üzerindeki etkisini kapsamaktadır...” (Tuch, 1990: 8) diyerek medyanın uluslararası siyasal iletişimdeki fonksiyonunu bir başka açıdan ortaya koymaktadır. Burada vurgulanan nokta karşılıklı ikili ya da çok taraflı bir etkileşim sürecini ifade eden kamu diplomasisinde tarafların sadece resmi organların değil aynı zamanda hükümet dışı kurumsal organizasyonların kendi aralarındaki etkileşim potansiyellerinden de yararlanıyor olmasıdır. Her bir resmi ve/ya sivil organizasyonun hem kendi bünyelerinde hem de hükümet organlarıyla eşgüdüm içerisinde birlikte hareket ederek, medya başta olmak siyasal iletişim tekniklerini kullandığı artık bilinen bir gerçektir. Bu anlamda ortak amacın gerçekleştirilmesi ve toplam faydanın maksimizasyonu asli hedef olarak görülmektedir. Söz konusu ortak amacın da her durumda, olumlu bir ülke imajı tesis ederek uluslararası sistemde güçlü ve etkili bir aktör olarak yer edinmek olduğunu ifade etmek gerekir.

Devletlerarası ilişkilerin tesisi ve olumlu seyri büyük ölçüde tarihsel tecrübeler ve kadim etkileşim süreçleriyle şekillenir. Ancak uluslararası sistem dinamiktir, buna bağlı olarak etkileşim çevreleri ve aktörler arasındaki ilişkiler konjonktüre göre değişebilir. Bu durum güç ve çıkar arayışında olan devletlerin (Morgenthau, 1946b: 200) uluslararası toplum nezdinde olumlu bir izlenim edinme ve etkileyici bir imaja sahip olma adına birtakım

politikalara yönelmesini bir anlamda zorunlu kılmaktadır. Son yıllarda dış kamuoylarını ve uluslararası toplumu olumlu yönde etkilemeye yönelik uluslararası kamu politikaları ve uygulamaları çerçevesinde; kamu diplomasisi, dijital diplomasi, yumuşak güç, ülke imajı oluşturma ve ulus markalama kavramları ön plana çıkmaktadır. Teknoloji ve iletişim çağında tüm bu kavramların içeriğini oluşturan süreçlerin işleyişinde dijital teknolojilerin ve dijital/yeni medya araçlarının son derece etkili olduğu ve bu etkinin giderek daha fazla önem arz edeceği tespitinde bulunulabilir.

2.2.2. Kamu Diplomasisine Eklemlenen Yeni Boyut: Dijital Diplomasi

Tarih boyunca yaşanan teknolojik gelişmeler neticesinde diplomasinin içeriğinde de değişimler yaşanmıştır. Diplomasinin gelişim sürecinde dört farklı aşama söz konusudur. Bu aşamalar; diplomasi 1.0, diplomasi 2.0, diplomasi 3.0 ve henüz yaygın olmayan ama diplomaside gelecek dönemi ifade eden diplomasi 4.0 şeklinde ifade edilmektedir. Diplomasi 1.0 olarak adlandırılan klasik diplomasi, ülkeler arasındaki egemenlik haklarını gözeterek sınırların ve uluslararası çıkarların korunması için gerçekleştirilen bütün faaliyetler klasik diplomasi olarak tanımlanmaktadır. Burada çeşitli devlet adamları, bakanlar ve diplomatlar gibi farklı kurum ve kişiler aktif rol almaktadır. Toplumların birbiriyle olan etkileşimlerinde kültür ve bilginin yanı sıra iletişim de önemli bir etken olmuştur. Bu nedenle diplomasi 1.0 yani klasik diplomasi uygulaması yetersiz kalmaya başlamıştır. Böylece devletler ilişkide bulundukları devletlerin toplumlarını hedef alan iletişim stratejileri ve yumuşak güç geliştirmek durumunda kalmışlardır. Bu doğrultuda diplomasi 2.0 olarak nitelendirilen kamu diplomasisi ortaya çıkmıştır (Yücel, 2016: 748-749). Tüm bu gelişmelerden ve adlandırmalardan yola çıkarak geleceğin diplomasi anlayışında, özellikle dijital iletişim teknolojilerinin belirleyici rol oynayacağını söylemek mümkündür.

Günümüzde diplomatlar pek çok konuda birbirine bağımlı hale gelmiş ve çok sayıda toplumlar arası ittifaklar oluşmuştur. Devlet dışı aktörler uluslararası politika yapımında daha etkili ve baskın hale gelmiş, profesyonel diplomatlar seçkin bir konuma yükselmiştir. Bunun aksine dijital yenilikler ve devrimler iletişimde kurumsal hale gelmiştir. Bu süreçte kamu diplomasisi uygulamalarının bilişim araçları kullanılarak yürütülmesi anlamına gelen dijital diplomasi yeni ve devrimsel bir nitelik olarak bu

yukarıdan aşağıya şekillenmiştir. Merkezi devlet sisteminin işleyişi ve uluslararası ilişkiler alanlarındaki iletişim ağları sayesinde diplomasiin içeriğinde de önemli değişimler yaşanmıştır. Bu aşamada geleneksel diplomasiin adım adım “toplum tabanlı bir diplomasiye” dönüştüğü görülmüştür (Clarke, 2015: 111). Geleneksel diplomasiye yansıyan söz konusu değişim ve dönüşüm kaçınılmaz olarak kamu diplomasisinde de görülmüş ve yeni birtakım uygulamalar ve modeller gündeme gelmeye başlamıştır.

Kamu diplomasisinin günümüz uygulamaları ‘Yeni Kamu Diplomasisi’ veya ‘21. Yüzyıl Kamu Diplomasisi’ olarak adlandırılmaktadır. Küreselleşme, çok kutuplu uluslararası sistem ve yeni bilgi ve iletişim teknolojilerinin bu değişimi tetiklediği görülmektedir (Yang, 2015: 300). İçinde bulunduğumuz yüzyılda bilgi-iletişim araçlarının ve özellikle de internet kullanımının yaygınlaşması insanların bilgi ve fikir alışverişine sıra dışı bir hız kazandırmıştır (Copeland, 2013: 455). İnternet kullanımı 1990’larda bireysel kullanıcılar arasında yayılmaya başlamış ve çok kısa bir süre içerisinde eğlenceden ticarete, eğitimden güvenliğe vs. çok farklı sektörlerde yoğun bir biçimde kullanılmaya başlamıştır. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler 2000’li yıllar itibariyle farklı bir forma bürünmüş, adeta dünya -belki de insanlık alemi demek daha doğru- dijitalleşme olarak adlandırabileceğimiz yeni bir evreye girmiştir. Yayılım hızı ülkelerin gelişmişlik düzeyleriyle doğru orantılı olarak seyreden internet kullanımı, tüm dünyada ve hayatın hemen her alanında büyük değişimlere yol açmıştır. Bilgisayar, internet, sosyal medya ve akıllı cep telefonları ile tüm yaşam pratikleri dönüşüme uğramıştır. Bu değişim toplumsal, ekonomik ve siyasal sistemin küresel hale gelmesini sağlamıştır. Bu durumun, kamu diplomasisi uygulamalarına etki etmesi kaçınılmazdır.

Kamu diplomasisi, temelde kamu politikalarında halkla ilişkiler etkinliğinin bir uzantısı olarak görülebilir. Devletlerin vatandaşlarına yönelik gerçekleştirdiği iletişim etkinlikleri kamu yönetiminde halkla ilişkileri oluştururken, yabancı ülkelerdeki insanlara/yabancı kamuoylarına yönelik gerçekleştirdikleri iletişim etkinlikleri ise kamu diplomasisine karşılık gelmektedir. İkisi için de temel amaç ilişki ve etkileşim kurmak ve devletin işleyişini daha etkin hale getirmektir. Kamu diplomasisi unsurları içerisinde önemli bir başlığı oluşturan dijital diplomasi; internet diplomasisi, twiplomasi (twitter diplomasisi), e-diplomasi (elektronik diplomasi), siber diplomasi ve web 2.0 diplomasisi, kamu diplomasisi 2.0 gibi farklı isimlerle anılabilmektedir. (Melissen ve Keulenaar, 2017b: 4;

Holmes, 2015: 15). Bir başka ifadeyle dijital diplomasi; kamu diplomasisi uygulamalarının dijital teknolojiler olarak adlandırılan bilgi ve iletişim teknolojileri ile gerçekleşmesidir. Bu çerçevede dijital diplomasi; kamu diplomasisi faaliyetlerinin internet tabanlı dijital platformlar üzerinden yürütülme biçimi olarak formüle edilebilir.

Yönetim süreçlerinde kurumsal düzeyde dijitalleşmeye yönelik politikaları hayata geçiren devletler ilk etapta e-devlet uygulamalarıyla kendi sınırları içinde açık ve şeffaf hale gelmeyi hedeflemiş olsalar bile internet sayesinde uluslararası düzeyde etkileşim alanlarının genişlemesi de kaçınılmaz olmuştur. Dış politika yapımıyla ilgili faaliyetler başta olmak üzere hemen hemen tüm bürokratik iş ve işlemlerin online sistemler üzerinden yürütülebilir hale gelmesi devletlerin ulaşılabilirliği yanında doğal olarak görünürlüğünü ve bilinirliğini de artırmaktadır. Bu çerçevede dijital diplomasinin, devletin işleyişinin ve politikalarının hem ülke sınırları hem de uluslararası ilişkiler düzeyinde internet aracılığıyla anlatılması, internetin sunduğu tüm mecralarda birey, grup ve örgütlerle bağlantı kurarak ulusal itibarın yükseltilmesiyle ilgili çalışmalara karşılık geldiği söylenebilir (Yağmurlu, 2019: 1268). İçinde bulunduğumuz bilgi ve iletişim çağında kamu yönetiminde dijitalleşme adımlarının giderek hız kazandığı gözle görünür bir gerçekliktir. Farklı düzeylerde ve farklı isimlerle de olsa e-devlet uygulamalarının tüm dünyada hükümetlerin kayıtsız kalamadığı bir yaygınlığa ulaştığı göz önünde bulundurulduğunda, devletlerin asli fonksiyonlarından olan uluslararası sistem aktörleri ile ilişkilerin yürütülmesine dair süreçlerin de bu dijitalleşmeden etkilenmemesi düşünülemez.

2.3. Dijital Diplomasi ve Dijital Medya Araçlarının Uluslararası Politikada Giderek Artan Önemi

Çoğu zaman “e-diplomasi”, “sanal diplomasi”, “dijital diplomasi” ve “diplomasi 3.0” olarak da ifade edilen (Kurt, 2018) dijital diplomasi; diplomatik meseleleri internet yoluyla erişim sağlanabilen araçlar üzerinden ele alma ve çözüm geliştirme yöntemidir. Daha sade ancak daha kapsayıcı bir diğer ifadeyle, dijital diplomasi; dijital iletişim tekniklerinin diplomatik amaçlarla kullanılmasıdır (Gürdal, 2021: 116). Klasik diplomasiden farklı bir anlayışla uygulanan dijital diplomasi sayesinde, web aracılığıyla yeni ve dikkate değer yöntemlerle kitlesel dinleme, yayınlama, toplumsal etkileşime

geçme ve değerlendirme mümkün hale gelmektedir. Dijital diplomasi yoluyla, internet ve yeni teknolojik iletişim araçları kullanılarak uluslararası diplomatik faaliyetler yürütülebilmektedir.

Dijital diplomasi, genellikle diplomatların hem diğer diplomatlarla hem de halkla iletişim kurmak için dijital iletişim araçlarını kullanması anlamına gelmektedir (Mavruk ve Baykal, 2022: 348). Söz konusu iletişim internet, mobil cihazlar ve sosyal medya kanalları dâhil olmak üzere dijital ve ağ bağlantılı teknolojiler aracılığıyla gerçekleştirilmektedir (Potter, 2002). Günümüzde dijital diplomasinin, Facebook, Twitter, Instagram, Youtube gibi uygulamalar başta olmak üzere sosyal ağlar üzerinden algıların yönetilmesinde ve bu sayede zihinlerin kazanılmasında son derece etkili bir araç olduğu söylenebilir. Sosyal medya üzerinden yürütülen dijital diplomasi sayesinde devletler/hükümetler ve tamamlayıcı nitelikteki sivil aktörler hem diğer ülkelerdeki kendi vatandaşlarını hem de dünyadaki farklı halkları bilgilendirmeyi, onlarla iletişime geçmeyi hedeflemektedir. İçinde bulunduğumuz çağda internet erişiminin giderek kolaylaşması ve yaygınlaşmasıyla birlikte, bireylerin sosyal, ekonomik ve politik alanda yaşananlara çeşitli kanallardan tepki verebilmesi ve gelişmelere farklı düzeylerde etki edebilmesi mümkün hale gelmiştir. Her statüden bireylerin aktif kullanımına açık olan sosyal medya araçlarının her alanda olduğu gibi siyasi konularda da önemli birtakım etkileri görülmektedir.

Sosyal medyanın -kitle iletişim aracı olması yanında- tek taraflı değil etkileşimli nitelikte olması, hedefin mesajı alma ve reaksiyon verme konusunda zaman kısıtı yaşamaması (*asenkronizasyon*) ve birbirlerini hiç tanımasa bile kişilerin iletişime geçebilmelerine olanak sağlaması (*kitlesizleştirme*) gibi özellikleri (Geray, 2003: 18-19) sayesinde, etkileşim potansiyelini sıra dışı bir şekilde büyüttüğü söylenebilir. Sıradan bireyler konvansiyonel kitle iletişim araçlarından farklı, etkileşimli kitle iletişim aracı olarak nitelendirilebilecek internet tabanlı sosyal paylaşım platformları olan sosyal medya sayesinde olaylara reaksiyon gösterebilmekte, hatta yerine göre gelişmelerin seyrini değiştirebilecek çapta ve uluslararası düzeyde etki oluşturma imkânı bulabilmektedirler. Bu durumda, bir yönüyle artık sade vatandaşların dahi birer dış politika ve diplomasi aktörü olabileceğinden bahsetmek yanlış olmayacaktır. Geleneksel aktörlere eklemlenen

yeni ve çok farklı sivil diplomasi aktörleri sayesinde uluslararası politikanın yeni ve çok daha aktif bir işleyiş kazacağı söylenebilir.



3. ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: RUSYA-UKRAYNA SAVAŞININ SOĞUK CEPHESİ SOSYAL MEDYA ve DİJİTAL DİPLOMASİ

Konvansiyonel güç yarışları ve savaşlar söz konusu olduğunda hem rakip tarafları hem de potansiyel destekçileri etkileme adına yürütülen propaganda faaliyetlerinin ne denli önemli olduğu bir önceki bölümde farklı yönleriyle ortaya konmuştur. Devletler, uluslararası siyasal iletişimin aktörleri arasına, geleneksel diplomasinin etki alanı dışında kalan grupların ve bireylerin katılmalarıyla, savaş ve doğal afetler gibi olağan dışı durumlarda, diğer devletlerin yanı sıra uluslararası örgütlerden de destek alabilmek ve onlara kendi tezlerini açıklamak üzere yeni bir diplomasi modeli olan kamu diplomasisini yoğun bir biçimde kullanmaktadır (Geyik ve Yavuz, 2023: 12). Bu yeni diplomasi anlayışının temelinde uluslararası toplumu oluşturan grupların ve bireylerin düşüncelerini etkilemeye yönelik bir iletişim kurma hedefi vardır (Gilboa, 2000). Özellikle geçtiğimiz yüzyılın ilk yarısında yaşanan iki büyük savaş ve ardından gelen Soğuk Savaş dönemi propagandanın gücünü ve etkisini gözler önüne sermiştir. Günümüzde ise internet tabanlı yeni medya araçlarının gelişmesi ve yaygınlaşmasıyla birlikte geleneksel propaganda teknikleri yerini büyük ölçüde yeni nesil enformasyon stratejilerine bırakmıştır.

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler sayesinde ortaya çıkan ve sayıları giderek artan, internet tabanlı Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, Telegram gibi yeni iletişim platformlarının yaygınlaşması pek çok alanda olduğu gibi uluslararası politika yapımında ve diplomaside de bir dönüşüme yol açmıştır. Dijital iletişim platformlarının uluslararası politikada kullanılmasıyla gerçekleşen ve dijital diplomasi kavramının doğmasına yol açan bu dönüşümün somut göstergeleri her geçen gün daha belirgin şekilde ortaya çıkmaktadır. Devletlerarası ilişkilerin dijital platformlar üzerinden stratejik bir şekilde toplum önünde kurulmasını sağlayan bir iletişim modeli olan dijital diplomasinin (Gürdal, 2021: 116) son yıllarda pek çok devlet adamı ve politikacı tarafından sosyal medya üzerinden yürütülen siyasal iletişim aracı olarak aktif şekilde kullanıldığı görülmektedir. Rusya-Ukrayna Savaşı adeta söz konusu yeni nesil siyasal iletişim stratejilerinin uygulama alanı haline gelmiştir. Özellikle sosyal medyanın olağan koşullar dışında, savaş gibi sıra dışı süreçlerin yönetiminde de etkili bir araç olduğu Rusya-Ukrayna Savaşı ile tecrübe edilmiştir.

Rusya'nın 24 Şubat 2022'de Ukrayna'ya "özel askeri operasyon" düzenlediğini duyurmasının ardından karada ve havada başlayan sıcak savaş yanında yeni bir cephe de sosyal medyada açılmıştır. Hem Rusya hem de Ukrayna savaşta psikolojik üstünlüğü elde tutmak için propaganda kanallarını sonuna kadar açarken resmi, siyasi ve askeri unsurlar üzerinden yürütülen psikolojik harbin ilk önce medya kuruluşlarına ve gazetecilere devamında ise sıradan sosyal medya kullanıcılarına da sıçradığı görülmüştür. Ordular çok farklı cephelerde sıcak çatışmalarla karşı karşıya gelirken sosyal medya kullanıcıları da belli ölçüde yaşanan trajediyi yansıtmaya yönelik olmakla birlikte, önemli bir kısmı dezenformasyon niteliğinde içerikler üreterek servis sağlayıcı dijital platformları adeta savaşın parçası haline getirmiştir. Bu bölümde ilk olarak, savaş öncesinde ve savaş başladıktan sonra sosyal medya üzerinden yürütülen siyasal iletişim faaliyetleri bazı örneklerle ele alınacak, sonrasında ise tarafların sosyal medya görünürlüklerine ilişkin içerik analizi yapılacaktır.

3.1. Rusya-Ukrayna Geriliminin Seyrini Belirlemede Sosyal Medya Etkisi

Sosyal medya araçlarını kullanma yoluyla liderlerden bürokratlara, gazetecilerden sivil vatandaşlara kadar hemen herkesin farklı düzeylerde de olsa bir şekilde savaş sürecinde varlık gösterme ve etki oluşturma çabası içerisine girdiği görülmektedir. Ancak sosyal medya aracılığıyla gerçekleşen etkileşim sadece savaşın seyrine dair paylaşımlarla değil sıcak çatışmaların başlamasından çok daha öncesinde de kendini göstermiştir. Bir başka ifadeyle sadece sıcak çatışmaların ve yaşanan trajedinin uluslararası kamuoyuyla paylaşılması şeklinde değil savaşa giden süreçte de sosyal medya üzerinden yapılan yayın ve paylaşımlar son derece önemli etki aracı olmuştur. Çalışmanın bu aşamasında sırasıyla;

- i. Rusya-Ukrayna anlaşmazlığının savaş öncesinde sosyal medyaya yansımaları ele alınacak, geriliminin sürekli tırmandırılarak tam anlamıyla bir sıcak savaşa dönüşmesine etki eden çok sayıda paylaşım içerisinden öne çıkan birkaç örnek kısaca analiz edilecektir.
- ii. Savaşın başlamasıyla birlikte kamuoyu oluşturma ve destek arayışları şeklinde yapılan ve ilerleyen süreçte savaşın seyrine etki etme çabasını da içeren sosyal medya paylaşımlarına örnekler vererek kısa analizlerde bulunulacaktır.

3.1.1. Savaşa Giden Süreçte Gerilimin Sosyal Medyaya Yansımaları

Rusya ve Ukrayna ilişkilerinin perde arkasına bakıldığında iki ülke arasındaki gerilimin yeni olmadığı ve gerek siyasi gerekse askeri anlamda 2000’li yılların başından itibaren yer yer şiddetlenerek devam ettiği görülmektedir. Rusya özellikle Putin döneminde, Soğuk Savaş yıllarında etki alanında bulunan ve Batı Bloku ile arasında konumlanan Ukrayna, Moldova ve Belarus gibi ülkeleri güvenlik gerekçesiyle kontrolü altında tutmaya çalışmaktadır. Bu çerçevede söz konusu ülkelerin Avrupa Birliği (AB) üyeliği ve/veya Batı ittifakı ve NATO’ ya dahil olması ihtimalini ortadan kaldırmak Rusya’nın öncelikli hedefi olmuştur. Belarus bu konuda Putin yönetimiyle birlikte hareket etmeye istekli iken Moldova küçük ve zayıf bir ülke olması nedeniyle Rusya’ya karşı pozisyon almakta zorlanmıştır. Ancak gerek yüz ölçümü ve nüfusu gerekse jeopolitik konumu ve Batı ile yakınlaşma çabaları açısından Ukrayna diğer iki ülkeden farklı bir konumdadır. Bu nedenle Rusya uzun zamandır Ukrayna üzerinde zaman zaman şiddetlenen siyasi ve askerî operasyonlarla baskı kurarak kontrol sağlamaya yönelik hareket etmektedir.

Rusya’nın güvenlik kaygıları büyük ölçüde NATO’nun ve AB’nin Ukrayna’yı üyeliğe kabul etme olasılığına dayanmaktadır. Ukrayna’nın NATO ve AB’ye üye olması Putin’in “yakın çevre” doktrinine (Lepingwell, 1994) aykırı bir durumdur. Bu durumda Rusya her iki örgüt tarafından önemli ölçüde kuşatılmış olacak ve sınırlarında Batı’nın tehdidini sürekli olarak yakından hissedecektir. Rusya’nın tüm bu girişimler karşısında Ukrayna’yı kendi çıkarları doğrultusunda hareket etmeye zorlayacak politikalara yönelmesi kendi açısından kaçınılmaz hale gelmektedir.

Ukrayna ise Soğuk Savaş sonrası da devam eden ABD-Rusya rekabetinin etki alanında uzun süre belirsizliklerle boğuşmak zorunda kalmıştır. Ukrayna’da 2004 yılındaki Cumhurbaşkanlığı Seçimi sonrası ortaya atılan şaibe iddiaları ardından gelen Turuncu Devrim ile Cumhurbaşkanlığı koltuğuna oturan Batı yanlısı Viktor Yushchenko ve onun Başbakanı Yulia Timoschenko en başından itibaren ülkenin Avrupa Birliği (AB) ve NATO üyeliğini ön plana çıkarmışlardır. Üstelik bu hedeflere kilitlenirken, bunu tarihi müttefikleri Rusya’yı da gözden çıkararak yapmışlardır. Kuşkusuz bu durum ABD’yi ve Batı Dünyası’nı değişim yönünde umutlandırırken, Rusya’yı Ukrayna üzerine daha ciddi eğilmeye ve gerekirse cezalandırma yoluna gitmek gibi çeşitli önlemler almaya itmiştir (Tüysüzoğlu, 2011: 67).

Sonuç olarak yakın dönem Ukrayna siyasi hayatında Turuncu Devrimler olarak bilinen siyasi çalkantıların (2004-2005) ardından Ukrayna'nın NATO ve AB'ye üyeliği için verilen sözlerin Rusya'yı bölgede daha agresif politikalar yürütmeye yönlendirdiği söylenebilir. Ancak savaşa giden sürecin tek taraflı olmadığını, özellikle ABD ve bazı AB ülkelerinin Ukrayna'yı Rusya'ya karşı kışkırttığı ve savaşa girme konusunda cesaretlendirdiği de bilinmektedir. Savaş başlamadan önceki birkaç yıl boyunca Batı ittifakının Ukrayna'ya destek açıklamaları ve Rusya'ya yönelik yaptırım kararları gerilimi tırmandıran en önemli faktör olmuştur.

Bu süreçte her iki ülkenin resmi makamlarınca yönetilen sosyal medya hesapları üzerinden yapılan paylaşımların gelişmelerin seyrine etki ettiği açıkça görülmektedir. Ancak bu konuda en etkili aktivizmin -açık ara- Ukrayna tarafından ortaya konulduğunu da belirtmek gerekir. Ukrayna'nın, sıcak çatışmaların başladığı tarihin (Şubat 2022) öncesinde Rusya'nın müdahaleci politikalarından rahatsızlığını, sosyal medya üzerinden paylaşımlarla uluslararası topluma duyurmaya yönelik bir çaba içerisinde olduğu görülmektedir. Sadece örnek olması bakımından konuyla ilgisi nedeniyle seçilen bazı çarpıcı örnekler üzerinden yapılacak değerlendirmelerle tabloyu açıkça ortaya koymak mümkündür.

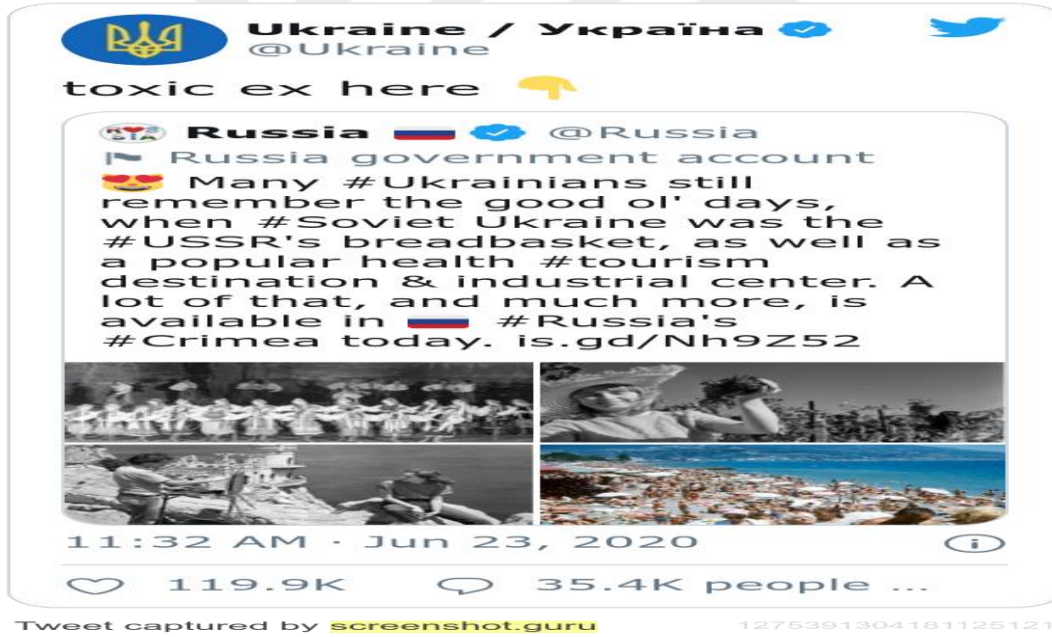
İlk olarak 23 Haziran 2020'de Rusya hükümetine ait resmi Twitter hesabında¹ paylaşılan ve görseli aşağıda verilen gönderide; “Pek çok Ukraynalı, Ukrayna'nın Sovyetler Birliği'nin tarım deposu, popüler bir sağlık turizmi güzergâhı ve endüstri merkezi olduğu o güzel eski günleri hâlâ hatırlıyordur” ifadeleriyle birlikte dört farklı kareden oluşan bir dizi fotoğraf yer almaktadır. Gönderide ayrıca “bunların hepsinin ve daha pek çoğunun Rusya'nın Kırım yarımadasında halihazırda mevcut” olduğu da ifade edilmektedir.

¹ Twitter Yardım Merkezi (online) “Yardım Merkezi Platform Kullanım Yönergeleri Twitter'da resmî ve devlete bağlı medya hesaplarındaki etiketler hakkında” sekmeleri ile ulaşılabilen açıklamasında; “Resmî kurum hesaplarındaki etiketler, ağırlıklı olarak jeopolitik başlıkları ve diplomasiyi konu edinen resmî hesaplar için ek bağlam sağlar. Devlete bağlı hesaplardaki etiketler; belirli resmî devlet temsilcileri, devlete bağlı medya kuruluşları ve bu kuruluşlarla ilişkili kişiler tarafından kontrol edilen hesaplar hakkında ek bağlam sağlar. Bu etiketler, ilgili Twitter hesabının profil sayfasında ve bu hesaplardan gönderilip paylaşılan Tweetlerde görünür. Bu etiketlerde ilgili hesabın bağlı olduğu ülke ve bu hesabın bir devlet temsilcisi veya devlete bağlı medya kuruluşu tarafından işletilip işletilmediği hakkında bilgiler bulunur. Ek olarak bu etiketler, ilgili hesabın resmî bir hesap olduğunu belirten küçük bir bayrak simgesini ve devlete bağlı medya platformunun küçük amblemini içerir.” İfadeleri yer almaktadır. Bu açıklamanın Ukrayna da dahil tüm devletlerin resmi hesapları için geçerli olduğunu ifade etmek gerekir. <https://help.twitter.com/tr/rules-and-policies/state-affiliated>, Erişim Tarihi: 05.03.2023.

Paylaşımından bir saat sonra misilleme yapan Ukrayna resmî Twitter hesabı gönderiyi alıntılararak iğneleyici bir dille “toksik eskim” cevabını vermiştir.²

Rusya’nın Ukrayna halkını özendirmeye yönelik bir halkla ilişkiler adımı ve aynı zamanda yönetimi bir anlamda aşağılama çabası olarak yaptığı paylaşıma, Ukrayna tarafından; asıl eskiye saplantılı bir özlem duyanın Rusya olduğu, ancak artık bunun kendilerini ilgilendirmediği anlamına gelecek şekilde alaycı bir paylaşım ile karşılık verildiği görülmektedir. Rusya’nın paylaşımına cevap olarak yayınladığı mesajda Ukrayna, aynı zamanda iki ülke arasındaki geçmiş yakınlığın toksik (zehirli/zehirleyici) yani genel anlamda zarar verici olduğunu da dolaylı olarak vurgulamaktadır. Bu üstü kapalı restleşme adeta ileride yaşanacakların habercisi olmuştur.

Resim 1. @Ukraine Adlı Twitter Hesabının 23.06.2020 Tarihli Paylaşımı



Erişim linki: <https://twitter.com/eril/status/1275460442295500803>, Erişim tarihi: 12.03.2023.

² Savaşan tarafların sosyal medya paylaşımlarını, kendi dilleri yanında, özellikle İngilizce olarak yaptıkları görülmektedir. Bunun, etkileşim alanını genişleterek hedef kitlelere mesajların iletilmesi adına rasyonel bir tercih olduğu söylenebilir.

Rusya'nın yukarıda verilen örneğe benzer hamlelerinin Ukrayna'yı hem rahatsız hem de tedirgin ettiğinde şüphe yoktur. Bununla birlikte Ukrayna'nın, savaş öncesi süreçte, özellikle son aylarda eleştirinin dozunu artırarak, sosyal medya -çoğunlukla Twitter- üzerinden yaptığı paylaşımlarla adeta Rusya'yı kızdırmak için özel bir gayret içerisinde olduğu görülmektedir. Bunun karşısında Rusya'nın sanal alemde ciddi bir reaksiyon gösterdiğini söylemek zordur.

Ukrayna'nın savaşa adım adım davetiye çıkaran kışkırtıcı paylaşımlardan öne çıkan bazıları aşağıda örnek olarak verilmektedir. Bu örneklerden ilki (Resim 2.) Şubat 2022'den geriye yapılan manuel tarama ile tespit edilen paylaşımdır. Bu paylaşım, belirtilen periyotta en fazla beğeni (645,3 bin) ve Retweet (128,4 bin) aldığı için seçilmiştir.

Bölgede yayılcı ve müdahaleci bir dış politika yürüten Rusya ile komşu olmanın başlı başına bir sorun olduğunu düşünen Ukrayna aşağıda görseli verilen paylaşım ile bu konuda açık bir mesaj vermektedir. Ukrayna resmî hesabından 7 Aralık 2021'de paylaşılan görselde “Rusya'nın komşusu olmanın dayanılmaz bir baş ağrısı yarattığı” alaycı bir şekilde dile getirilmektedir. Sosyal medyada büyük ilgi gören paylaşım on binlerce kez retweetlenmiş, yüzbinlerce kez beğenilmiştir. Hatta arkasından yapılan yorumlarda, çok farklı ülkelerden muhalif kullanıcıların kendi politik sorunlarını bu görselden esinlenerek dile getirdiği görülmüştür.

Resim 2. @Ukraine Adlı Twitter Hesabının 07.12.2021 Tarihli Paylaşımı



Erişim

linki:

https://twitter.com/Ukraine/status/1468206078940823554?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1468206078940823554%7Ctwgr%5Ea86bf68103fa8b18ed3f1666bd917c51acdc13cb%7Ctwcon%5Es1_&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.indyturk.com%2Fnode%2F480451, Erişim tarihi: 14.03.2023.

Diğer iki örnek ise (Resim 3. ve Resim 4.) Twitter anasayfasından, sırasıyla; “Arama filtreleri” ve “Gelişmiş arama” sekmeleri altındaki panel üzerinde “hesap adı” ve “tarih” filtrelenerek belirlenmiştir. Bu iki resim; @Ukraine adlı hesabın savaşın başladığı 24 Şubat 2022 öncesi döneme ait en popüler paylaşımlar listesinin başında görülen ilk iki Tweet olduğu için seçilmiştir.

Ukrayna Rusya’yı savaşa zorlar nitelikte tahrik edici paylaşımlarını son ana kadar sürdürmüştür. Öyle ki Kiev yönetimi sosyal medya üzerinden gerilimin dozunu artırarak 27 Aralık 2021’de; Putin’i asıl korkutan şeyin Ukrayna’nın NATO’ya üye olması değil

“insan hakları, basın özgürlüğü ve adil seçimler” olduğuna dair ifadelerin yer aldığı aşağılayıcı bir paylaşımda bulunmuştur. Aşağıdaki görsele bakıldığında; insan hakları, basın özgürlüğü ve adil seçimler son derece ürkütücü görünümlü bir canavara, Ukrayna’nın NATO’ya üyeliği ise Golden Retriever cinsi sevimli bir köpeğe benzetildiği görülmektedir. Bununla Rusya’nın bakış açısından olayın böyle görüldüğü mesajı verilmeye çalışılmıştır. Görselin bu derece korkunç bir yaratıkla oluşturulmasında Rusya’nın saldırganlığına dair bilinçaltı mesaj verilme hedefinin olduğunu düşünmek de yanlış olmayacaktır.

Resim 3. @Ukraine Adlı Twitter Hesabının 27.12.2021 Tarihli Paylaşımı



Tweet captured by screenshot.guru

1475466172699226118

Erişim

linki:

https://twitter.com/Ukraine/status/1475466172699226118?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1475466172699226118%7Ctwgr%5E06dafdd3314fa1dcb8ee4fbaa741f00e5b987efa%7Ctwcon%5Es1_&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.indyturk.com%2Fnade%2F480451, Erişim tarihi: 15.03.2023.

İki ülke arasındaki gerilimin giderek tırmandığı ve adım adım savaşa doğru gidildiği günlerde Ukrayna sosyal medya üzerinden kendi lehine ve Rusya aleyhine algı oluşturmaya devam etmiştir. Aşağıdaki görselde; Ukrayna resmi hesabından 13 Ocak 2022 tarihinde, yani savaşın başlamasından yaklaşık beş hafta öncesinde yapılan paylaşımda da yine Rusya'nın kötü komşuluğuna ve sorunun tamamen Rusya kaynaklı olduğuna vurgu yapılarak uluslararası kamuoyuna mesaj verilmeye çalışıldığı görülmektedir. Görselde yer alan ifade: “ ‘Ukrayna krizi’ demeyi bırakın. Kriz yok. Kötü bir komşu var” şeklindedir.

Resim 4. @Ukraine Adlı Twitter Hesabının 13.01.2022 Tarihli Paylaşımı



Erişim linki: <https://twitter.com/Ukraine/status/1481536598760173569>, Erişim tarihi: 15.03.2023.

3.1.2. Savaş Başladıktan Sonra Sosyal Medya Cephesinde Yaşanan Hareketlilik

Rusya'nın havadan ve karadan askerî harekât başlatmasının hemen ardından gelen Hitler mimi³ sosyal medya üzerinden yürütülen gerilim politikasını başka bir boyuta taşımıştır. Sıcak çatışmalar başladıktan sonra @Ukraine adlı hesaptan yapılan ilk paylaşım olması nedeniyle seçilen bu görselde (Resim 5.) Adolf Hitler adeta küçük bir çocuk görüntüsü verilen Rusya Devlet Başkanı Vladimir Putin'i takdir ederek seven bir büyüğü gibi resmedilmiştir. Bu illüstrasyon kısa bir süre içerisinde yaklaşık 430 bin kez doğrudan retweetlenmiş ya da alıntılanarak paylaşılmış ve 1,8 milyon beğeni almıştır. Ukrayna hesabı bu görseli içinde bulundukları durumun ciddiyetine ve Rusya ile yaşanacak savaşın yol açacağı insan hakkı ihlallerine dikkat çekebilmek için; “Bu bir mim değil, bizim ve sizin şu anki gerçekliğiniz” ifadesiyle paylaşmıştır.

Resim 5. @Ukraine Adlı Twitter Hesabının 24.02.2022 Tarihli Paylaşımı



Erişim

linki:

https://twitter.com/Ukraine/status/1496716168920547331?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1496767831182041089%7Ctwgr%5E1dbdb5190c80698c4f363a96493c34a354c933dd%7Ctwcon%5Es2_&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.indyturk.com%2Fnode%2F480451, Erişim tarihi: 16.03.2023.

³ Mim (meme); İnternet fenomeni, İnternet geyiği, meme (İngilizce telaffuz: /mi:m/; miğm) ya da mem, İnternet üzerinde anonim olarak genellikle popüler resim, video, kelime ya da cümleler şeklinde yayılan ve geniş kitlelerce manası bilinen olgulara verilen isimdir. Bkz. https://tr.wikipedia.org/wiki/%C4%B0nternet_fenomeni, Kaynak: Dawkins, Richard (1989), *The Selfish Gene* (2 bas.), Oxford University Press, s. 192.

Bu ve buna benzer ironik ve alaycı paylaşımlar ilerleyen süreçte de artarak devam etmiştir. Rakibi haksız taraf olarak göstermek ve küçük düşürmek için yapılan paylaşımlar belki ilk etapta amacına ulaşabilir ancak uzun vadede savaşın gerçek trajedisinin yansıtılmasını olumsuz etkileyebileceği de göz ardı edilmemelidir. Karikatürize edilen figürlerin sürekli görünür kılınması durumun ciddiyetini ve inandırıcılığını da kaybettirebilir. Bu çerçevede sosyal medya üzerinden yürütülen etkileşim faaliyetlerinin tümüyle “destek” mahiyetinde olmayabileceği de hesap edilmelidir.

Bir yandan İkinci Dünya Savaşı’nı soykırım yıllarını hatırlatması diğer yandan ise Avrupa ülkelerini de içine alacak çok taraflı bir savaş tehdidine İkinci Dünya Savaşı ile özdeşleştirilen bir figürle gönderme içeren bu paylaşımın Ukrayna’nın savaş boyunca yürüteceği iletişim stratejisine dair bir ipucu niteliğinde olduğu söylenebilir. Nitekim savaş sürecinde Rusya’nın saldırıları şiddetlendiği dönemlerde artmak kaydıyla “soykırım” vurgusu ve suçlaması içeren paylaşımlar hem Ukrayna resmi hesaplarından hem de doğrudan Devlet Başkanı Volodimir Zelenski adına açılmış resmî Twitter ve Instagram hesaplarından ısrarla yapılmaya devam etmiştir.

Ukrayna’nın, İkinci Dünya Savaşı yıllarında yaşananları gündemde tutmak suretiyle, bir yandan Batılı ülkelerin ve özellikle Avrupa ülkelerinin desteğini almak, diğer yandan Rusya’nın benzer bir trajediyi kıta genelinde yeniden yaşatacağı korkusuyla desteklenmiş bir algı oluşturmaya çalıştığı söylenebilir. Zelenski’nin resmi Twitter hesabından yaptığı paylaşımlar üzerinden nicel içerik analizi yöntemi kullanılarak oluşturulan tablolar (Tablo 1. ve Tablo 2.) bu konuda ipuçları vermektedir.

İlk tabloda (Tablo 1.), analiz için öncelikle Rusya ve Putin adlarıyla birlikte zikredilmek suretiyle onları şiddet, tehdit ve ürkütücü öğeler içeren kavramlarla özdeşleştirmeye ve bu sayede düşman (Rusya) aleyhine kamuoyu oluşturmaya yönelik bir kategori belirlenmiştir. Bu kategoriyi oluşturan kodlar; saldırı (attack), savaş (war), soykırım (genocide), terörist devlet (terrorist state), trajedi (tragedy) kelimelerinden seçilmiş ve tarama bu kelimeler/kodlar üzerinden yapılmıştır. Bu kelimeleri içeren paylaşımların,

savaştan önceki 6 aylık periyottaki adedi ile savaşın başladığı 24 Şubat 2022'den 27 Mayıs 2023'e⁴ kadar olan süredeki adedi tablo üzerinde karşılaştırılmaktadır.

Tablo 1. Ukrayna'nın Rusya Aleyhine Kamuoyu Oluşturmaya Yönelik Paylaşım Kodları ve Tekrar Adetleri

@ZelenskyyUa adlı resmi Twitter hesabından yapılan paylaşımlarda Rusya ve Putin ifadeleri ile Rusya aleyhine kamuoyu oluşturmaya yönelik olarak seçilen ifadeler			
24 Şubat 2022'den önceki 6 ayda		24 Şubat 2022 sonrası, 27 Mayıs 2023'e kadar	
Rusya (Russia)	5	Rusya (Russia)	110
Putin	2	Putin	10
Saldırı (attack)	0	Saldırı (attack)	11
Savaş (war)	1	Savaş (war)	84
Soykırım (genocide)	0	Soykırım (genocide)	16
Terörist devlet (terrorist state)	0	Terörist devlet (terrorist state)	18
Trajedi (tragedy)	3	Trajedi (tragedy)	8

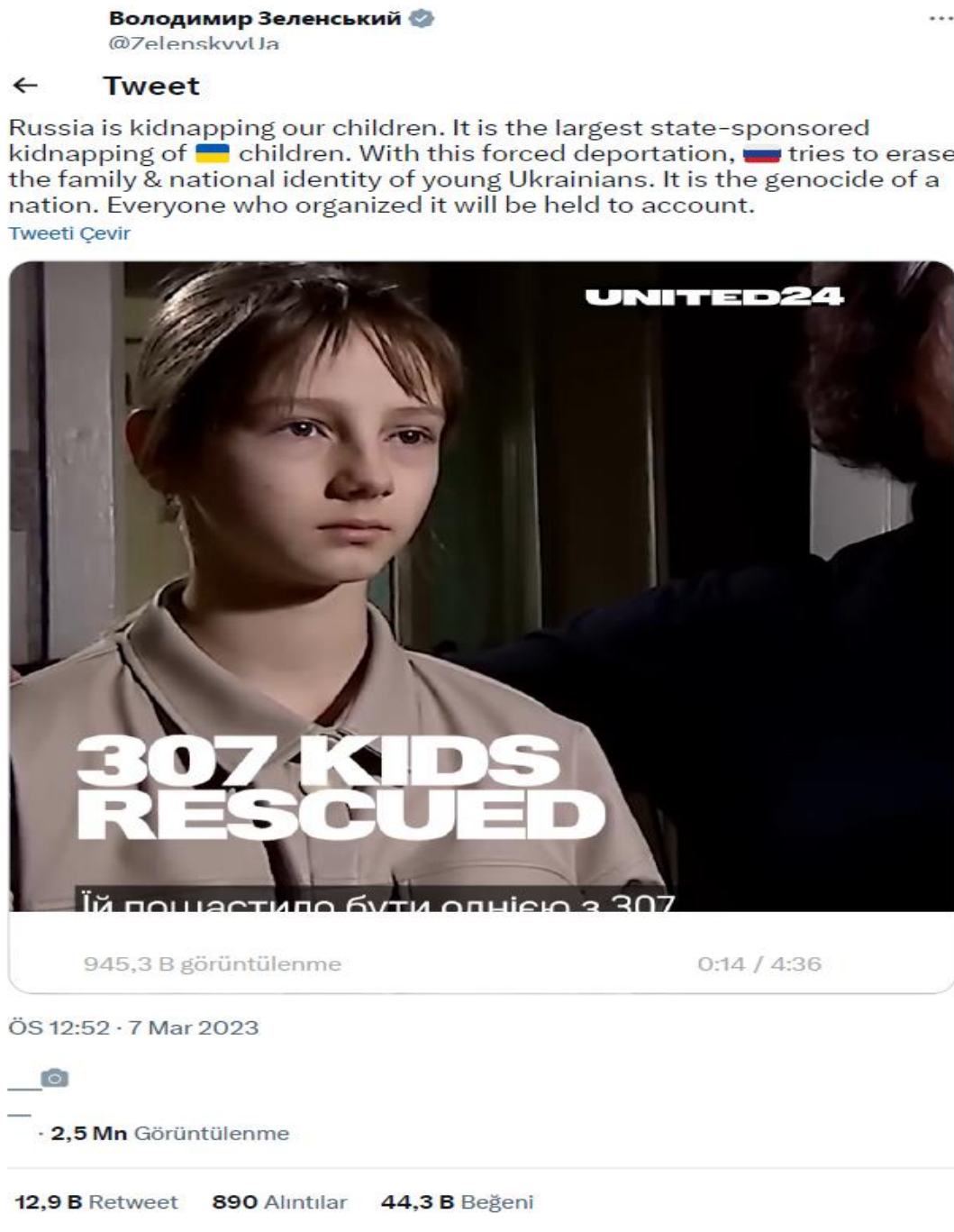
Şubat 2022 öncesinde; saldırı, soykırım, terörist devlet kodları paylaşımlarda hiç yer almazken savaş sadece 1 kez kullanılmıştır. Savaşın başlamasıyla birlikte bu kodların (tamamı Rusya aleyhine içeriklerle birlikte olmak üzere) sıklıkla kullanıldığı görülmüştür. Batılı ülkelerin kamuoylarında doğuracağı etki nedeniyle soykırım kelimesinin, resim ve video içerikleriyle desteklenerek özellikle kullanıldığını söylemek mümkündür.

Aşağıda görseli verilen 07 Mart 2023 tarihli video içerikli paylaşımda Zelenski'nin; "Rusya çocuklarımızı kaçırıyor. Bu, Ukraynalı çocukların devlet destekli en büyük kaçıdır. Rusya, bu zorunlu sınır dışı etme ile genç Ukraynalıların ailelerini ve ulusal kimliklerini silmeye çalışıyor. Bir milletin soykırımıdır. Bunu organize eden herkes hesap verecektir" şeklindeki ifadelerle yer verdiği görülmektedir. Bu örnek; erişim

⁴ Bu tarih, tez çalışmamızda kullanılan paylaşım örneklerinin en son tarihli olanı (Resim 11./27.05.2023) baz alınarak belirlenmiştir.

tarihi itibarıyla, “genocide” kodu ile yapılan filtrelemede en popüler paylaşım olduğu için seçilmiştir.

Resim 6. @Zelenskyyua Adlı Twitter Hesabının 07.03.2023 Tarihli Paylaşımı

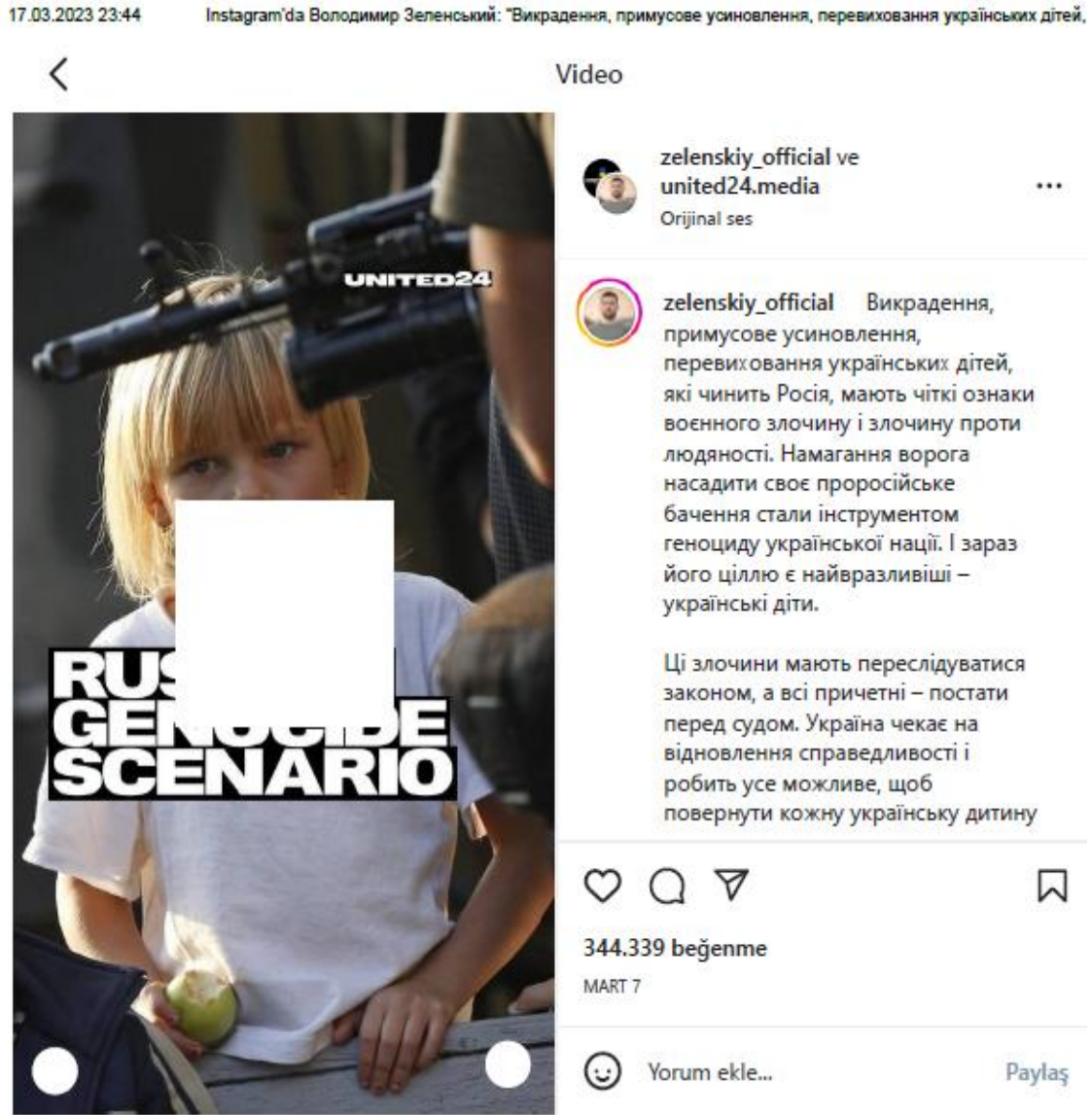


Erişim Linki: <https://twitter.com/ZelenskyyUa/status/1633042812605280256> Erişim Tarihi: 17.03.2023

Siyasi-stratejik bazı amaçlar doğrultusunda gerçekleştirilen -ve aslında uluslararası hukuk açısından hiç de masum olmayan- belirli bir bölgenin demografik yapısını değiştirmeye yönelik uygulamaların dahi soykırım olarak lanse edilmesi kuşkusuz yaşanan soruna daha büyük ilgi uyandırmak ve uluslararası kamuoyunun dikkatini çekmek içindir. Sıcak çatışmaların başladığı ilk andan itibaren “soykırım suçlaması” şeklinde belirlenen ve sosyal medya üzerinden yürütülen uluslararası siyasal iletişim stratejisinin, üzerinden bir yıldan fazla zaman geçtiği halde aynı tonda uygulanmaya devam ettiği görülmektedir. Görünüşe bakılırsa Ukrayna’nın ve tabi ki devlet Başkanı Zelenski’nin özellikle Avrupa ülkelerinde hem politika yapıcılar ve karar vericileri hem de halkları bu yolla etkilemenin en doğru yol olduğuna inandığı söylenebilir.

Ukrayna savaşın trajedilere yol açan doğasını farklı yönleriyle yansıtarak Rusya’yı ve Putin’i soykırım yanlısı ya da en azından “savaş suçlusu” ilan etme çabasını farklı sosyal medya platformlarında da devam ettirmektedir. Yukarıda yer verilen; “Ukraynalı çocukların zorla sınır dışı edilmesi ya da kaçırılması” içerikli video haberin 07 Mart 2023 tarihinde Zelenski tarafından kendi resmi Instagram hesabından bu kez; “Rusya tarafından gerçekleştirilen Ukraynalı çocukların kaçırılması, zorla evlat edinilmesi, yeniden eğitilmesi savaş suçu ve insanlığa karşı suçun açık işaretlerine sahiptir. Düşmanın Rus yanlısı vizyonunu ekme/yayma çabaları Ukrayna milletinin soykırımının aracı haline gelmiştir. Ve şimdi hedefi en savunmasız olanı, Ukraynalı çocuklar. Bu suçların yargılanması ve karışan herkes adalet önüne çıkarılmalıdır. Ukrayna adaletin yerini bulmasını bekliyor ve her Ukraynalı çocuğu eve geri getirmek için elinden geleni yapıyor. Rusya tarafından işlenen Ukraynalı çocukların kaçırılması, zorla evlat edinilmesi ve yeniden eğitilmesi bir savaş suçu ve insanlığa karşı işlenen suçun açık işaretlerine sahiptir. Düşmanın Rus yanlısı vizyonunu dayatma çabaları Ukrayna ulusunun soykırımına alet oldu. Ve şimdi hedefi en savunmasız olanı, Ukraynalı çocuklar. Bu suçlar kanunla yargılanmalı, karışanlar adalet önüne çıkarılmalıdır. Ukrayna adaletin yerini bulmasını bekliyor ve her Ukraynalı çocuğu evine geri döndürmek için elinden geleni yapıyor” ifadeleriyle paylaşıldığı görülmüştür.

Resim 7. @Zelenskiy_Official Adlı Instagram Hesabının 07.03.2023 Tarihli Paylaşımı



Erişim Linki: <https://www.instagram.com/p/Cpe1wFiDT9a/>, Erişim Tarihi: 17.03.2023.

İkinci tabloda (Tablo 2.) ise Ukrayna'nın ABD öncülüğündeki Batı ittifakından ve özellikle Avrupa ülkelerinden destek arayışlarına yönelik bir kategori oluşturulmuştur. Bu kategorinin kodları olarak; Birleşmiş Milletler/BM (UN), dur/durmak (stop), destek

(support), NATO, yardım (aid), yardım/çağrısı (help) kelimeleri belirlenmiştir. Tablo 1 için belirlenen yöntem ve zaman aralığı Tablo 2 için de aynı şekilde uygulanmıştır.

Tablo 2. Ukrayna'nın Uluslararası Destek Arayışına Yönelik Paylaşım Kodları ve Tekrar Adetleri

@ZelenskyyUa adlı resmi Twitter hesabından yapılan paylaşımlarda Ukrayna'ya destek arayışına yönelik olarak seçilen ifadeler			
24 Şubat 2022'den önceki 6 ayda		24 Şubat 2022 sonrası, 27 Mayıs 2023'e kadar	
BM (UN)	4	BM (UN)	53
Destek (support)	71	Destek (support)	303
Dur/durmak (stop)	2	Dur/durmak (stop)	26
NATO	24	NATO	21
Yardım (aid)	3	Yardım (aid)	84
Yardım (help)	6	Yardım (help)	49

@ZelenskyyUa adlı resmi Twitter hesabından yapılan paylaşımlarda en yüksek tekrarın (303 adet) “support” kodu olduğu görülmektedir. Destek (support) kelimesini içeren paylaşımların hemen hepsinin doğrudan ya da dolaylı olarak Ukrayna'nın uluslararası toplumu kendi yanına çekme ve Rusya karşısında siyasi, askeri ve ekonomik açıdan destek arayışıyla ilgili olduğunu ifade etmek gerekir. Aşağıda “support” kodu ile filtrelendiğinde en popüler paylaşımlar listesinin başındaki ilk iki tweet olduğu için seçilen paylaşımların görsellerine (Resim 8. ve Resim 9.) yer verilmektedir.

14 Nisan 2023 tarihli paylaşımında Zelenski'nin; “İngiltere Başbakanı @RishiSunak ile telefon görüşmesi yaptım. Cephedeki durumu, savunma ihtiyaçlarımızı, artan desteği ve planlanan uluslararası olayları tartıştık. Bir Ukraynalı askerin insanlık dışı infazını kınadığı için ona teşekkür ettim. Birlikte saldırganı durdurmalı ve teröre son vermeliyiz!” ifadeleri yer almaktadır.

Resim 8. @Zelenskyyua Adlı Resmi Twitter Hesabından 14.04.2023 Tarihli Paylaşımı



Tweet captured by screenshot.guru

1646858944105594880

Erişim linki: <https://twitter.com/ZelenskyyUa/status/1646858944105594880>, Erişim tarihi: 31.07.2023

Zelenski'nin, İtalya Başbakanı Giorgia Meloni ile yaptığı görüşmeden bahsettiği 29 Mart 2023 tarihli paylaşımında; "@GiorgiaMeloni ile verimli bir görüşme yaptım. İkili ve uluslararası girişimlerimizi tartıştık. Ukrayna'da barışa giden yol, Rus birliklerinin Ukrayna bölgesinden tamamen çekilmesi ve Barış Formülümüzün uygulanmasıdır. Desteğiniz için teşekkürler İtalyalı dostlar. Devam edelim!" ifadeleri yer almaktadır.

Resim 9. @Zelenskyyua Adlı Resmi Twitter Hesabından 29.03.2023 Tarihli Paylaşımı



Tweet captured by screenshot.guru

1641123240327233552

Erişim linki: <https://twitter.com/ZelenskyyUa/status/1641123240327233552>, Erişim tarihi: 31.07.2023.

Aynı yöntemle, aynı kodlarla ve aynı zaman aralıklarında, Rusya'nın tüm paylaşımların İngilizce yapıldığı @ KremlinRussia_E adlı hesap üzerinden tablolar oluşturulduğunda (Tablo 3. ve Tablo 4.) savaşan iki tarafın sosyal medyayı siyasal iletişim aracı olarak kullanma eğilimlerindeki fark açıkça görülmektedir. Nitekim Rusya, bu hesaptan yapılan paylaşımları Mart 2022 içerisinde yani savaşın başlamasından kısa bir süre sonra durdurmuştur.

Tablo 3. @ Kremlinrussia_E Adlı Resmi Twitter Hesabından, Ukrayna Aleyhine Kamuoyu Oluşturmaya Yönelik, Belirlenen Kodları İçeren Paylaşım Adetleri

@ KremlinRussia_E adlı resmi Twitter hesabından yapılan paylaşımlarda Ukrayna ve Zelensky ifadeleri ile Ukrayna aleyhine kamuoyu oluşturmaya yönelik olarak belirlenen kodlar ve tekrar			
24 Şubat 2022'den önceki 6 ayda		24 Şubat 2022 sonrası, 27 Mayıs 2023'e kadar	
Ukrayna (Ukraine)	7	Ukrayna (Ukraine)	13
Zelensky	0	Zelensky	0
Saldırı (attack)	0	Saldırı (attack)	0
Savaş (war)	2	Savaş (war)	0
Soykırım (genocide)	0	Soykırım (genocide)	0
Terörist devlet (terrorist state)	0	Terörist devlet (terrorist state)	0
Trajedi (tragedy)	1	Trajedi (tragedy)	0

Tablo 4. Rusya'nın Uluslararası Destek Arayışı İçin Belirlenen Kodları İçeren Paylaşımları ve Tekrar Adetleri

@ KremlinRussia_E adlı resmi Twitter hesabından yapılan paylaşımlarda Rusya'ya destek arayışına yönelik olarak seçilen ifadeler			
24 Şubat 2022'den önceki 6 ayda		24 Şubat 2022 sonrası, 27 Mayıs 2023'e kadar	
BM (UN)	3	BM (UN)	0
Destek (support)	3	Destek (support)	0
Dur/durmak (stop)	0	Dur/durmak (stop)	0
NATO	3	NATO	0
Yardım (aid)	0	Yardım (aid)	0
Yardım (help)	0	Yardım (help)	0

3.2. Savaşan Tarafların Sosyal Medya Görünürlüğü ve Dijital Diplomasi Aktivizmi

Savaşan tarafların uluslararası kamuoyunu kendi lehine yönlendirme ve desteğini alma adına yürüttükleri sayısız faaliyetten ve bunun için kullandığı farklı araçlardan söz edilebilir. Özellikle sosyal medya üzerinden yürütülen siyasal iletişim stratejilerinin bu süreçte ön planda olduğu son derece açıktır. Her iki tarafın benzer biçimde aksiyon aldığı düşünülse de özellikle Ukrayna'nın bu konuda daha başarılı olduğu ve Rusya ile kıyaslandığında açık ara önde olduğu görülmektedir. Bir başka ifadeyle savaşın dijital cephesinde etkili olan ve yeni medya araçlarını kullanarak etkin bir kamu diplomasisi yürüten tarafın Ukrayna olduğu sonucuna varmak zor değildir. Ancak gerçek bir karşılaştırmalı analiz için önce bu durumun yapısal nedenlerine kısaca değinmek ve ardından rakamlarla her iki tarafın sosyal medya performansını ortaya koymak gerekmektedir. Bu nedenle bu aşamada; savaşan tarafların devlet başkanlığı düzeyinde sosyal medya görünürlüğüne ilişkin veriler üzerinden değerlendirmeler yapılacaktır. Tarafların sosyal medyayı araçsallaştırma konusundaki tercihlerine ve aktivizmine de değinilecek olan bu bölümde özellikle devlet başkanlığı ya da doğrudan devlet başkanları adına açılmış resmi hesaplar; takipçi sayıları, paylaşım performansları ve aldığı reaksiyonlar açısından karşılaştırmalı olarak analiz edilecektir.

3.2.1. Tarafların Sosyal Medya Tabanlı Dijital Diplomasi Performansı ve Ayrışan Tercihler

Rusya ve Ukrayna arasındaki savaşın sosyal medya ayağındaki dengesini Ukrayna lehine bozan temel etmen büyük ölçüde tarafların tercihleri ve siyasal etkileşim stratejilerine yaklaşımlarıyla ilgilidir denebilir. Bunun yanında liderlerin ve diğer politika yapıcıların reel politikaya bakış açıları da önemli bir etmendir. Rusya'nın sahip olduğu konvansiyonel güç unsurları ve savaş araçlarını ön planda tutan klasik yaklaşımı karşısında Ukrayna zorunlu olarak yetersiz ve zayıf yanlarını alternatif yol ve yöntemlerle telafi etmeye yönelik hareket etmektedir. Bunun da en etkili aracı kuşkusuz uluslararası toplumun ve uluslararası sistem aktörlerinin desteğini almaktır.

Ukrayna tarafından gerek resmî kurumsal hesaplar gerekse doğrudan Devlet Başkanı Zelenski adına açılmış resmî hesaplarla sosyal medya üzerinden yürütülen ve süreklilik arz eden hayli başarılı bir uluslararası halkla ilişkiler faaliyeti gerçekleştirilmektedir. Bu sayede ülkenin sahip olduğu fiili kapasitenin çok ötesinde bir güce ve dirence eriştiği açıktır.

Ukrayna'nın sosyal medya üzerinden yürüttüğü dijital diplomasinin kendilerine sağladığı avantajı ve uluslararası desteği büyütmek ve sürekli kılmak için yoğun bir çaba sarfettiği görülmektedir. Savaşın başından itibaren bu konuda önemli bir aktivizm sergileyen isimlerin başında Ukrayna Devlet Başkanı Yardımcısı ve Dijital Dönüşüm Bakanı Mikhailo Fedorov gelmektedir. Ukrayna'nın en genç bakanı Mikhailo Fedorov'un kendi adına açılmış resmî hesaplardan yaptığı paylaşımlardan başka, özellikle savaşın ilk günlerinde yaşanan internet erişim problemlerini sıra dışı bir yolla çözmeyi başararak sürece aktif katkı sağladığı görülmüştür.

Aşağıda görseli verilen paylaşımlarda Fedorov'un doğrudan Elon Musk'a hitap eden bir mesaj yayınladığı ve kısa süre içerisinde hem mesajına hem de talebine olumlu karşılık aldığı görülmektedir. Fedorov mesajında Elon Musk'a; “siz Mars'ı kolonileştirmeye çalışırken, Rusya Ukrayna'yı işgal etmeye çalışıyor! Roketleriniz uzaydan başarıyla inerken, Rus roketleri Ukraynalı sivil insanlara saldırıyor! Sizden Ukrayna'ya Starlink istasyonları sağlamanızı ve aklı başında Ruslara ayağa kalkmaları için hitap etmenizi rica ediyoruz” diyerek, Rusya'nın saldırılarıyla zarar gören altyapı nedeniyle ülke genelinde yaşanan internet erişim problemine çözüm üretme yoluna gitmiştir. Elon Musk da bu talebe kısa süre içerisinde cevap vermiş ve bunu “Starlink hizmeti artık Ukrayna'da da aktif. Yolda daha fazla terminal var” içerikli mesajıyla paylaşmıştır.

Resim 10. Mikhailo Fedorov ile Elon Musk'un 26.02.2022 Tarihli Twitter Yazışması



Erişim Linki: <https://twitter.com/FedorovMykhailo/status/1497543633293266944>, Erişim Tarihi: 18.03.2023.

Fedorov'un bu paylaşımlarda görülen çabasından yola çıkarak Ukrayna'nın en başından itibaren sosyal medyayı Rusya işgaline karşı etkili bir araç olarak gördüğü ve bunu öncelediğini söylemek mümkündür. Twitter, Facebook, Instagram ve Telegram'da yarım milyondan fazla takipçisi olan Fedorov mesajlarını olabildiğince fazla kişiye ulaştırabilmek için tüm platformlardan paylaşım yapmaya devam ettiği de görülmektedir. Bu konuda BBC'nin sorularını e-posta ile yanıtlayan (BBC, 2022) Fedorov, "Bizim için her platform çok önemli. Büyük şirketlerin dikkatini Ukrayna'daki korkunç olaylara çekmek istiyoruz. Ruslara da gerçekleri anlatıp hükümetlerini protesto etmelerini sağlamak istiyoruz" diyerek, bir anlamda savaş sürecindeki iletişim politikalarını yine dijital teknolojileri ve yeni medya araçlarını kullanarak uluslararası kamuoyuna deklere etmiştir. Savaş öncesinde paylaşımlarının çoğunu Ukraynaca yaparken, dünyaya seslenmek için daha çok İngilizce paylaşımlar yapan Fedorov savaş sürecinde sosyal medyanın gücünü ve önemini: "Rusya'nın askeri saldırganlığına karşı koymak için en verimli araçlarımızdan biri Twitter oldu. Rus ekonomisini yıkmak için kullandığımız akıllı ve barışçıl bir araç" ifadeleriyle ortaya koymuştur.

Ukrayna Dijital Dönüşüm Bakanı Fedorov örneğinde olduğu gibi Devlet Başkanı Zelenski'nin de dijital teknolojileri ve sosyal medyayı kullanma konusunda istekli ve büyük ölçüde başarılı olduğu görülmektedir. Bu da Ukrayna'nın savaşın seyrini kendi lehine çevirme amacıyla bir kamu politikası olarak dijital diplomasiye yönelmesine yol açmıştır. Rusya karşısında mevcut askeri ve ekonomik imkânları bakımından zayıf durumda bulunan Ukrayna için bu yönelimin bir tercih olmaktan öte aslında bir zorunluluk olduğu da söylenebilir.

Buna karşılık Rusya'nın sosyal medya üzerinden dijital diplomasi yürütme konusunda Ukrayna kadar etkili ve aynı zamanda istekli olmadığını söylemek yanlış olmaz. Ancak bu durum Rusya'nın dijital teknolojilere ve sosyal medyaya genel anlamda ilgisizliği anlamına gelmemektedir. Aşağıda tarafların sosyal medya görünürlüğüne ilişkin analizleri içeren tablolar incelendiğinde Rusya'nın sosyal medya platformlarına en üst düzeyde resmî hesaplarla katılma tarihlerinin Ukrayna'dan çok daha önce olduğu görülecektir.

Sıcak çatışmalarla eş zamanlı olarak çok boyutlu medya savaşlarının da başladığı ve bunun da tarafları birtakım kararlara yönlendirdiği görülmektedir. Rusya'nın sosyal medya araçlarına yönelme konusundaki negatif tutum ve tercihlerinde savaş sürecinde Batı ittifakı tarafından uygulanan yaptırımlar çerçevesinde gerçekleşen erişim kısıtlamalarının etkili olduğu düşünülebilir. Ancak bunun ötesinde Rusya'nın savaş başladıktan sonra ülke içerisinde sosyal medya platformlarına erişim yasağı getirme yönündeki uygulamalarının çok daha belirgin bir tercih göstergesi olduğu ortadadır.

Rusya ilk olarak; RIA Novosti, Russia Today, Sputnik gibi Rus medya kuruluşlarına sansür uyguladığı gerekçesiyle Facebook'a ülke genelinde erişimi engellemiştir. Hemen ardından; “ülkede ayaklanma çağrıları, aşırılık yanlısı faaliyetler, yerleşik prosedüre aykırı olarak düzenlenen toplu etkinliklere katılım içeren sitelere erişimi kısıtlama prosedürünü düzenleyen bilgi, bilgi teknolojileri ve bilgi koruma ile ilgili kanun gereği...” yargı kararıyla Twitter'a erişim yasağı getirilmiştir (AA, 2022). Bundan kısa bir süre sonra da “Rus vatandaşlarına yönelik şiddet eylemleriyle ilgili çağrıların yer aldığı” gerekçesiyle Instagram ülke genelinde yasaklanmıştır (Euronews, 2022).

Tüm bunların yanında Rusya'nın sert güç unsurları diyebileceğimiz askeri kapasitesine güvenerek hareket ettiği ve uluslararası toplumun desteğini arama konusunda bir anlamda öngörüsüz davranarak sosyal medya üzerinden dijital kamu diplomasisine yönelmediğini söylemek de mümkündür. Nitekim Rusya'nın bu tercihinin sonuçları savaşın başından itibaren sosyal medya etkileşimlerini konu eden analizlerimizde de açıkça görülecektir.

3.2.2. Tarafların Liderler Düzeyinde Sosyal Medya Görünürlüğü ve Aktivizmi

Sosyal medya platformlarının hem kullanıcı ve içerik üreticiler tarafından hem de üretilen içeriğin hedefi durumundaki kullanıcılar tarafından kolayca erişilebilir olması tek bir hesap üzerinden bile sayıları milyonlara ulaşan çok geniş kitlelerle etkileşimi mümkün kılmaktadır. Üstelik söz konusu hedef kitlelerin dünyanın her yerinden ve bölgesinden farklı ülkelerden olmasının da önünde herhangi bir teknik engel bulunmamaktadır. Bu yönüyle uluslararası kamuoyunu etkileme amacı güden her bir dijital diplomat sadece ulaştığı birincil alıcılarla değil, kendisini takip eden, paylaşımlarını beğenen, alıntılaman ve paylaşan kullanıcılar sayesinde çok daha geniş kitlelerle iletişim kurma imkânı bulmaktadır. Bu nedenle gerek takipçi sayılarının gerekse yapılan paylaşımların aldığı beğeni, yorum, alıntılanma ve tekrar paylaşım sayılarının etki oluşturma adına son derece önemli olduğunu ifade etmek gerekir.

Bu sayıların hesap sahibinin popülaritesiyle doğrudan ilişkili olduğu konusunda şüphe yoktur. Ancak üretilen ve paylaşılan içeriğin ilgi çekiciliğinin de en az popülarite kadar etkili olduğu göz ardı edilmemelidir. Bu yüzden bir yandan takipçi sayısını diğer yandan beğeni ve yeniden paylaşım oranını artırmak üzere de stratejilerin uygulanabildiğini öngörmek çok yanlış olmaz. Bununla birlikte kimi zaman olağan dışı ancak geniş kitlelerce dikkatle takip edilen gelişmeler sonrasında belli aktörlerin tanınırlığı ve paylaşımlarına olan ilgi katlanarak artabilmekte, dolayısıyla etkileşim potansiyelleri bir anda yükselebilmektedir. Özellikle Ukrayna devlet Başkanı Zelenski'nin savaşın başlamasıyla birlikte sosyal medya görünürlük düzeyi çok hızlı bir şekilde artmış, popülaritesi dünya genelinde katlanarak yükselmiştir. Rusya-Ukrayna Savaşında sosyal medya cephesinin açık ara galibi olarak Ukrayna'nın ve Zelenski'nin öne çıkmasının nedeni de hiç kuşkusuz budur. Bunun yanında realist bir tutumla sert güç unsurlarına ağırlık veren Rusya'nın -ve elbette Putin'in- sosyal medya üzerinden siyasi iletişim tesis

etme konusunu öncellemediği de bilinen bir gerçektir. Her iki liderin sosyal medya hesaplarına ilişkin sayısal verilere ve raporlara bakıldığında ortaya çıkan tablo durumu net bir biçimde ortaya koymaktadır.

Savaşın tarafı olan iki ülkenin sosyal medya cephesindeki aktivizmini ortaya koymak için bu süreçte doğrudan devlet başkanları adına yapılan paylaşımların yer aldığı resmi hesaplara ilişkin bilgiler aşağıdaki tablolarda verilmiştir. Bu tablolarda yer verilen ve aktif şekilde kullanılan sosyal medya platformları ile takipçi, abonelik ve paylaşım sayıları Ukrayna ve Rusya'nın bu alana verdiği önem yanında başarı düzeylerini de karşılaştırmalı olarak analiz etmeyi mümkün kılacaktır. Resmi sosyal medya hesaplarına ilişkin adreslerde yer alan bilgilerle oluşturulan tablolar (dört adet tablo) savaşla ilgili olarak sınırlandırılmış belli bir zaman aralığına değil, ilgili hesabın ilk açılışından itibaren, altta belirtilen “erişim tarihlerine” kadarki döneme ait tüm verileri içermektedir.

Tablo 5. Ukrayna Devlet Başkanı V. Zelenski Adına Açılmış Sosyal Medya Hesaplarına Ait Bilgiler/Veriler

Sosyal medya platformu/Hesap tarihi	Erişim adresi	Takipçi/Abone	Takip/ Abonelik/ Bağlantı	Paylaşım
Instagram/ 2017	https://www.instagram.com/zelenskiy_official/	17 milyon	206	4.204
Twitter/ 2019	https://twitter.com/ZelenskyyUa	7,2 milyon	1	3147
Facebook/2013	https://www.facebook.com/zelenskiy.official	3,2 milyon	43	-
Telegram/Tarih bilgisi yok	https://t.me/V_Zelenskiy_official	930 bin	173	5700+
Flickr/2019	https://www.flickr.com/photos/165930373@N06	681	371	5643

Bu tablo, içerdiği bilgiler/veriler Ukrayna Devlet Başkanlığı resmî web sayfasında (<https://www.president.gov.ua/en>) linki verilen, doğrulanmış adreslerden alınarak oluşturulmuştur. Erişim tarihi: 08.05.2023.

Ukrayna tarafının sosyal medya üzerinden uluslararası siyasal etkileşime verdiği önemi açıkça ortaya koyması bakımından, Zelenski adına açılan hesaplar dışında/yanında ayrıca Devlet Başkanlığı Ofisi adına açılmış paralel hesapların da varlığı son derece dikkat çekicidir. Ancak elbette bu resmi hesapların doğrudan Zelenski adına açılmış hesaplarla kıyaslandığında özellikle takipçi sayıları bakımında görünürlük düzeylerinin epeyce düşük olduğu açıkça görülmektedir.

Tablo 6. Ukrayna Cumhurbaşkanlığı Ofisi Adına Açılmış Sosyal Medya Hesaplarına Ait Bilgiler/Veriler

Sosyal medya platformu/Hesap tarihi	Erişim adresi	Takipçi/Abone	Takip/ Abonelik/ Bağlantı	Paylaşım
Instagram/ 2019	https://www.instagram.com/op_ukraine/	541 bin	4	2525
Twitter/ 2014	https://twitter.com/APUkraine	478 bin	256	20,8 bin
Facebook/2013	https://www.facebook.com/president.gov.ua	1,6 milyon	3	-
Telegram/Tarih bilgisi yok	https://t.me/s/OP-UA	148 bin	4,61 bin	4050+
Youtube/2013	https://www.youtube.com/user/PresidentGovUa	307 bin	-	3,8 bin

Bu tablo, içerdiği bilgiler/veriler Ukrayna Devlet Başkanlığı resmî web sayfasında (<https://www.president.gov.ua/en>) linki verilen, doğrulanmış hesap adreslerinden alınarak oluşturulmuştur. Erişim tarihi: 08.05.2023.

Rusya-Ukrayna geriliminin tırmanmaya başladığı ilk andan itibaren aktif bir şekilde paylaşımların yer aldığı, Ukrayna devleti adına açılmış başka resmî sosyal medya hesaplarının da olduğu, tüm bu hesapların içeriklerine bakıldığında birbirleriyle etkileşim hâlinde yönetildiği görülmektedir. Bu hesapların da takipçi ve paylaşım sayıları bakımından son derece etkili hesaplar olduğunu ifade etmek gerekir. Aşağıdaki tabloda bilgileri verilen hesaplar bunlara açık birer örnektir.

Tablo 7. Ukrayna Devleti Adına Açılmış Onaylı Resmi Sosyal Medya Hesaplarına Ait Bilgiler/Veriler

Sosyal medya platformu/Hesap tarihi	Erişim adresi	Takipçi/Abone	Takip/ Abonelik/Bağlantı	Paylaşım
Twitter/2016	https://twitter.com/Ukraine	2,3 milyon	25	1946
Instagram/2021	https://www.instagram.com/ukraine.ua/	1,1 milyon	331	2244

Bu tablo, ilgili hesapların ana sayfalarındaki veriler esas alınarak oluşturulmuştur. Erişim tarihi: 15.05.2023.

Savaşın taraflarından Ukrayna'nın sosyal medya üzerinden dijital diplomasi yürütme konusuna özel bir önem atfettiği görülürken aynı durumun Rusya için de geçerli olduğunu söylemek zordur. Ukrayna'nın, Devlet Başkanlığı düzeyinde resmi hesaplarla hemen her platformda varlık gösterip yüksek takipçi sayılarına ulaşmış olması karşısında Rusya'nın bu konuda görece sınırlı varlık gösterdiği görülmektedir. Doğrudan Devlet Başkanı Putin adına açılmış herhangi bir resmi sosyal medya hesabı mevcut değildir. Devlet Başkanlığı resmî web sayfasından yönlendirilen onaylı sosyal medya hesaplarının Twitter, Telegram ve Youtube ile sınırlıdır. Ancak bunda savaşın başlamasıyla birlikte Rusya'ya yönelik erişim kısıtlamalarının da belli ölçüde etkili olabileceği göz ardı edilmemelidir. Nitekim katılma tarihleri dikkate alındığından Rusya'nın Ukrayna'dan çok daha önce sosyal medya platformlarında hesaplar açarak yer aldığı görülmektedir. Bu durum elbette Rusya tarafından yapılan paylaşım sayılarına yansımıştır. Savaşın başlamasıyla birlikte Rusya'nın sosyal medya paylaşımlarında ciddi bir düşüş görülse de aşağıdaki tabloda (Tablo 4) görüldüğü üzere, toplam sayılar geçmiş paylaşımlara bağlı olarak hiç de azımsanacak düzeyde değildir.

Tablo 8. Rusya Devlet Başkanlığı (Kremlin) Adına Açılmış Sosyal Medya Hesaplarına Ait Bilgiler/Veriler

Sosyal medya platformu/Hesap tarihi	Erişim adresi	Takipçi/Abone	Takip/ Abonelik/ Bağlantı	Paylaşım
Twitter/ 2010	https://twitter.com/KremlinRussia	3,5 milyon	32	12,3 bin
Twitter/ 2010	https://twitter.com/KremlinRussia_E ⁵	1,7 milyon	22	9239
Telegram/Tarih bilgisi yok	https://t.me/news_kremlin_eng	6,54 bin	788	1000+
Youtube/2005	https://www.youtube.com/user/kremlin	169 bin	-	916
Instagram/2015	https://www.instagram.com/russian_kremlin/ ⁶	523 bin	0	4667

Bu tablo, içerdiği bilgiler/veriler Rusya Devlet Başkanlığı resmî web sayfasında (<http://en.kremlin.ru/>) ve bu sayfadan yönlendirilen Putin'in kişisel resmi sayfasında (<http://en.putin.kremlin.ru/bio/page-0>) linki verilen, doğrulanmış hesap adreslerinden alınarak oluşturulmuştur. Erişim tarihi: 08.05.2023.

Yukarıda yer verilen tablolarda, her iki tarafın sosyal medya kullanım tercihlerinde Twitter ve Instagram'ın ön planda olduğu görülmektedir. Facebook hesaplarının takipçi sayılarının da görece yüksek olduğu gözlenirse de bunun piyasaya ilk giren sosyal medya platformu olmasına bağlı olduğunu düşünmek yanlış olmaz. Nitekim savaş sürecinde aktif paylaşımların yapıldığı platformlar içerisinde yine Twitter ve Instagram'ın açık ara öne çıktığı görülmektedir. Bu nedenle tarafların savaş sürecindeki sosyal medya aktivizmini, en çok tercih edilen Twitter ve Instagram üzerinden analiz etmek daha doğru olacaktır.

Rusya'nın Ukrayna'ya yönelik saldırılarının ilk gününden itibaren dünyanın gözü kulağı bölgeden gelecek olan gelişmelere çevrilmiş, bu süreçte Ukrayna'dan yapılan açıklamaların bir numaralı haber kaynağı ve takip adresi de kuşkusuz Devlet Başkanı

⁵ Rusya Devlet Başkanlığı adına 2010 yılında iki farklı hesap açılmış ve halen her ikisi de aktif olarak kullanılmaktadır.

⁶ "russian_kremlin" adlı bu Instagram hesabı Rusya Devlet Başkanlığı resmî web sayfasından yönlendirilen hesaplar arasında bulunmamakla birlikte, bu hesaptan Rusya Devlet Başkanlığı resmî web sayfasına link verilerek aralarında ilişki kurulmaktadır. Her iki hesabın içeriğine ve paylaşımlarına bakıldığında aralarında paralellik olduğu gözlenmiştir.

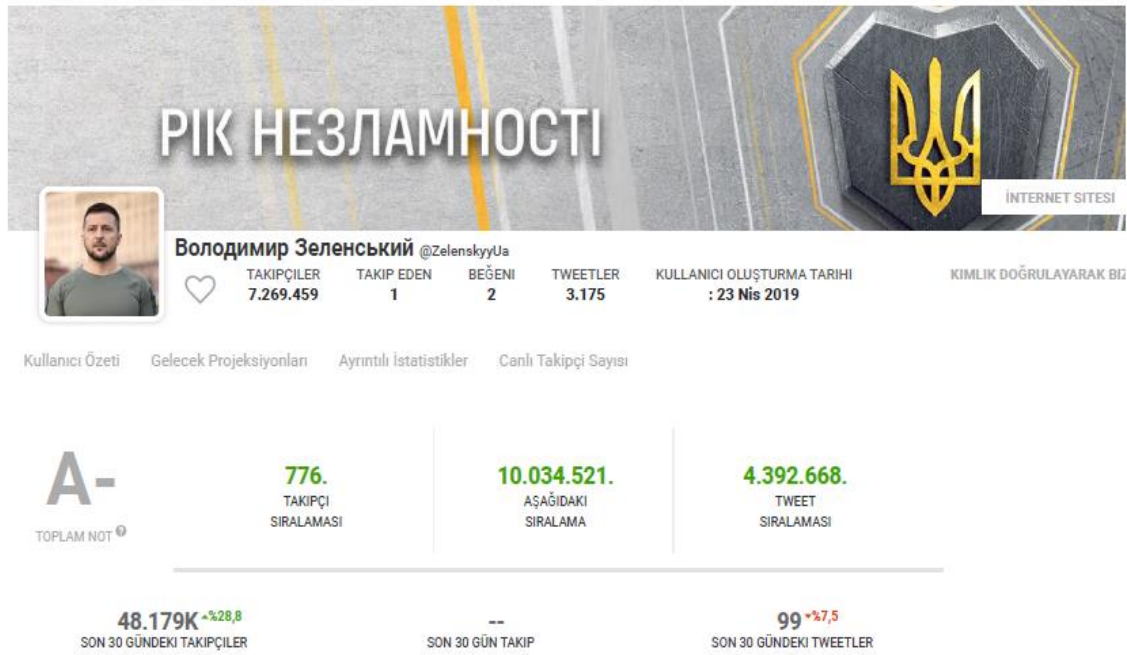
Volodimir Zelenski olmuştur. Zelenski'nin Twitter hesabı üzerinden yaptığı açıklamalar çok kısa bir süre içerisinde anlık olarak milyonlarca kişi tarafından takip edilir hale gelmiş ve bu durum Ukrayna liderinin @ZelenskyyUa adıyla paylaşım yaptığı resmi hesabının takipçi sayısına da doğrudan yansımıştır.

Ukrayna ve Rusya tarafından savaş sürecinde aktif olarak kullanılan Twitter hesaplarının, sıcak çatışmaların başladığı 24 Şubat 2022 öncesi ve sonrasındaki durumuna ilişkin, özellikle takipçi sayıları ve paylaşım performansları açısından yapılacak bir karşılaştırmalı analizle her iki tarafın sosyal medyayı uluslararası kamu politikası aracı olarak kullanma konusundaki eğilimlerini ortaya koymak mümkündür.

Aşağıda görselleri verilen ABD merkezli bağımsız sosyal medya analiz kuruluşu Social Blade'in (<https://socialblade.com/>) verilerine göre savaşan tarafların devlet başkanları adına paylaşımlar yapmak üzere açılmış olan resmî Twitter hesaplarına ilişkin takipçi, takip, paylaşım adedi ve beğeni alma durumlarının karşılaştırmalı analizini yapmak ve bu sayede savaşın sosyal medya cephesinde görece üstünlüğün Ukrayna'da olduğunu, bunun karşısında Rusya'nın savaşın başlamasıyla birlikte sosyal medya üzerinden kendini anlatma çabasına girmediğini -ya da giremediğini- somut olarak ortaya koymak mümkündür.

Zelenski'nin resmi Twitter hesabına ilişkin veriler ve grafikler incelendiğinde sosyal medya performansının Rusya-Ukrayna Savaşı ile doğrudan bağlantılı olduğu açıkça görülmektedir. Aslında Zelenki'nin yukarıdaki görselde yer alan profil resmi ile uzun süredir tüm sosyal medya hesaplarında yer alan askerî hâkî rengin ön planda olduğu profil resimleri bile savaş sürecinde lehine algı oluşturmak amacıyla başlı başına bir imaj inşası çabasının açık göstergesi niteliğindedir. Zelenski'nin, askerî mücadele ve savaş hâli imgesine karşılık gelen bu ton giyim tarzını savaşın başından itibaren görüntü verdiği tüm medya ortamlarında ve özellikle de sosyal medya paylaşımlarında hiç terk etmemesi dikkat çekicidir.

Resim 11. @Zelinskyua Adlı Twitter Hesabına İlişkin Veriler



Erişim Linki: <https://socialblade.com/twitter/user/zelenskyua>, Erişim Tarihi: 15.05.2023

Zelenski'nin Mayıs 2023 itibarıyla Twitter'da 7,2 milyondan fazla takipçisi bulunmaktadır. Bu hesaba son 30 günde 48179 yeni takipçi eklenmiştir. Nisan 2019'da açılan bu hesaptan 15 Mayıs 2023 tarihine kadar 3175 adet tweet paylaşılmıştır. Son 30 günde paylaşılan tweet sayısı 99'dur. @ZeelenskyUa adlı hesap tarafından sadece bir (1) kişi takip edilmektedir, o da Devlet Başkanı Volodimir Zelenski'nin eşi (The First Lady of Ukraine) adına açılan @ZelenskaUA adlı hesaptır.

Aşağıda @ZelenskyUa adlı Twitter hesabının analitik geçmişini gösteren ve Haziran 2019'dan itibaren hareketliliğin ilgili erişim linki üzerinden canlı izlenebildiği grafikler yer almaktadır.

Grafik 1. @Zelinskyyua Adlı Twitter Hesabının Analitik Geçmişi

ZELENSKYUYA İÇİN TWITTER ANALİTİK GEÇMİŞİ



Erişim Linki: <https://socialblade.com/twitter/user/zelenskyuya>, Erişim Tarihi: 15.05.2023

Doğrudan Zelenski adına açılmış olan bu hesabın savaşın başladığı Şubat 2022 öncesinde küçük artışlarla seyreden takipçi sayısı bu tarihte, aniden ve katlanarak, sert bir artış

trendine girmiştir. Devam eden aylarda da yine takipçi sayısında yükseliş gözlenmiş ancak artış hızı giderek azalmış ve normal seyrine yaklaşmıştır. Zelenski'nin resmî Twitter hesabından yayınlanan aylık tweet sayılarında da yine -takipçi sayısına benzer şekilde- Şubat 2022 itibarıyla sıra dışı bir artış yaşanmıştır. Öncesinde (2019 yılı ortalarından itibaren) nadiren 100'e ulaşsa da genellikle 10-80 arasında seyreden aylık tweet sayısı savaşın başlamasıyla birlikte yaklaşık üç ay boyunca 200'ün üzerine çıkmıştır. İlerleyen aylarda görece düşüş görülse de bu sayıların 40-140 arası bir bantta seyrettiği görülmektedir.

@ZelenskyyUa adlı Twitter hesabının en belirgin özelliği savaşın başından itibaren tüm paylaşımlarında doğrudan ya da dolaylı olarak mutlaka; Ukrayna'nın tezlerini savunmaya, Rusya'nın haksızlığına ve saldırganlığına vurgu yapmaya aynı zamanda uluslararası destek arayışına yönelik içeriklere yer verilmesidir. Örneğin aşağıda ekran görüntüleri verilen, 27 Mayıs 2023 itibarıyla yeniden eskiye en son üç paylaşıma bakıldığında bu durum açıkça görülmektedir.

Aşağıda görseli verilen 27 Mayıs 2023 tarihli (bu tarih itibarıyla en son) paylaşımda yer alan; “Şimdiki neslin mirası olarak çocuklarımıza ve torunlarımıza bırakacağımız barıştır. Başka alternatifimiz yok ve istemiyoruz. Ancak barışı miras olarak devretmek için, bu savaşı zaferimizle bitirdiğimizi söyleyebileceğimiz güne gelmeliyiz” şeklindeki ifadelerle bir yandan Ukrayna'nın barış yanlısı olduğu diğer yandan ise zafere ulaşana kadar savaşmaya devam etme kararlılığı vurgulanmaktadır.

Resim 12. @Zelenskyyua Adlı Twitter Hesabının 27.05.2023 Tarihli Paylaşımı



Erişim Linki: <https://twitter.com/ZelenskyyUa/status/1662378273458860034>, Erişim tarihi: 27.05.2023.

Bir diğer görselde Zelenski Gürcistan'ın bağımsızlığını kutladığı 26 Mayıs 2023 tarihli paylaşım yer almaktadır. Ancak tweet içeriğindeki; “Bugün Gürcistan Bağımsızlık Günü'nü kutluyor. Tüm Gürcistan halkını selamlıyor, bizimle ve diğer tüm Avrupa uluslarıyla birlikte özgür, barışçıl ve birleşmiş bir Avrupa ailesi içinde olmalarını diliyorum. Bunu tüm Gürcistan ve ülkenizin hala Rus işgali altındaki bölgeleri için diliyorum. Gürcistan köklü ve saygın tarihi güçlerden biridir ve bu güç yenilmez, bundan eminim. İşgalci kaybedecek...” şeklindeki ifadelerle savaş sürecinde bölge ülke halklarını etkilemeye yönelik açık bir kamu diplomasisi faaliyeti ortaya koyulduğu görülmektedir.

Resim 13. @Zelenskyyua Adlı Twitter Hesabının 26.05.2023 Tarihli Paylaşımı (1)



Tweet captured by screenshot.guru

1662145337300078592

Erişim Linki: <https://twitter.com/ZelenskyyUa/status/1662145337300078592>, Erişim tarihi: 27.05.2023

Altta görseli verilen 26 Mayıs 2023 tarihli bir diğer paylaşımda; “Başka bir Rus füze saldırısı, başka bir insanlık suçu. Dnipro şehrinde bir psikolojik kliniğin ve bir veteriner kliniğinin binaları yıkıldı. Şu an itibarıyla bir kişi öldü, 15 kişi yaralandı. Bombardıman sonrasında yaşananlar ortadan kaldırılıyor ve kurbanlar kurtarılıyor. Gerekli tüm hizmetler yapılıyor. Kliniklere karşı ancak şeytani bir devlet savaşabilir. Bunda askeri bir amaç olamaz. Saf Rus terörüdür. Rusya kendi iradesiyle kötülük yolunu seçmiştir ve bu

yoldan tek başına vazgeçmeyecektir. Terörü yenmeliyiz ve bunu yapacağız. Ukrayna ve tüm özgür dünya birlikte. Dünyada bize yardım eden herkese teşekkür ederiz” ifadeleri yer almaktadır. Rus hava saldırısının hemen ardından kaydedilen ve hassas içerikli görüntüler nedeniyle filtre uygulanan bu paylaşımda Zelenski Rusya’nın saldırılarının mutlak bir terör niteliğinde olduğu vurgusu yaparak ve bu süreçte özgürlük mücadelesine destek veren ülkelere teşekkür ederek sosyal medya üzerinden kamu diplomasisi faaliyeti yürütmüştür.

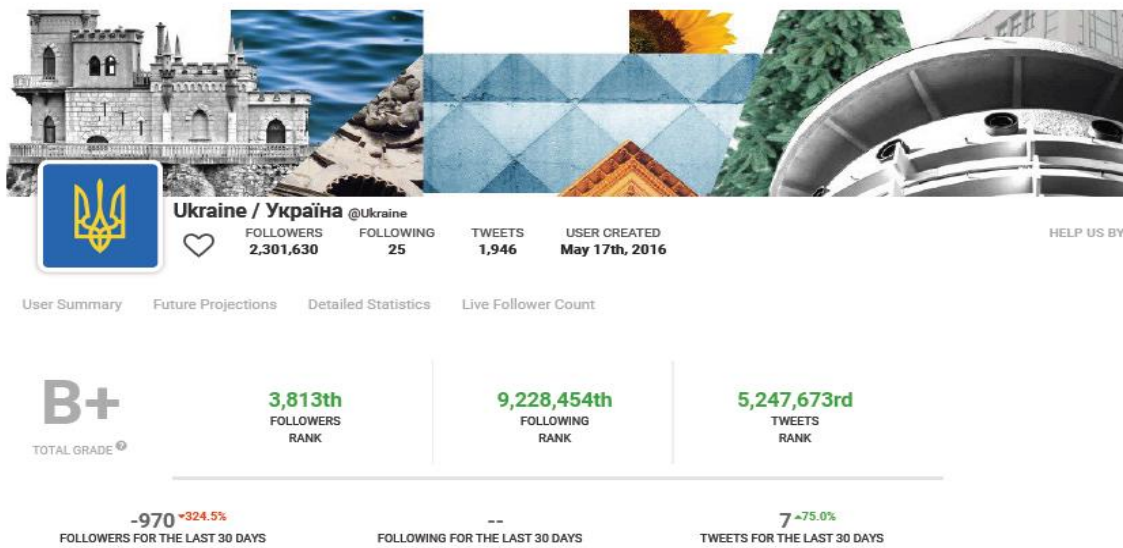
Resim 14. @Zelenskyyua Adlı Twitter Hesabının 26.05.2023 Tarihli Paylaşımı (2)



Erişim Linki: <https://twitter.com/ZelenskyyUa/status/1662024887731474432>, Erişim tarihi: 27.05.2023

Savaş sürecinde Ukrayna'nın etkin bir dijital diplomasi yürüttüğü bir diğer resmî hesap @Ukraine adlı hesaptır. Ukrayna devleti adına sistematik paylaşımların yapıldığı bu hesaptan büyük ölçüde Zelenski adına açılan hesapla paralel içerikler paylaşıldığı görülmektedir. Aşağıdaki görselde Ukrayna devleti adına açılmış @Ukraine adlı resmî Twitter hesabına ilişkin veriler yer almaktadır.

Resim 15. @Ukraine Adlı Resmî Twitter Hesabına İlişkin Veriler



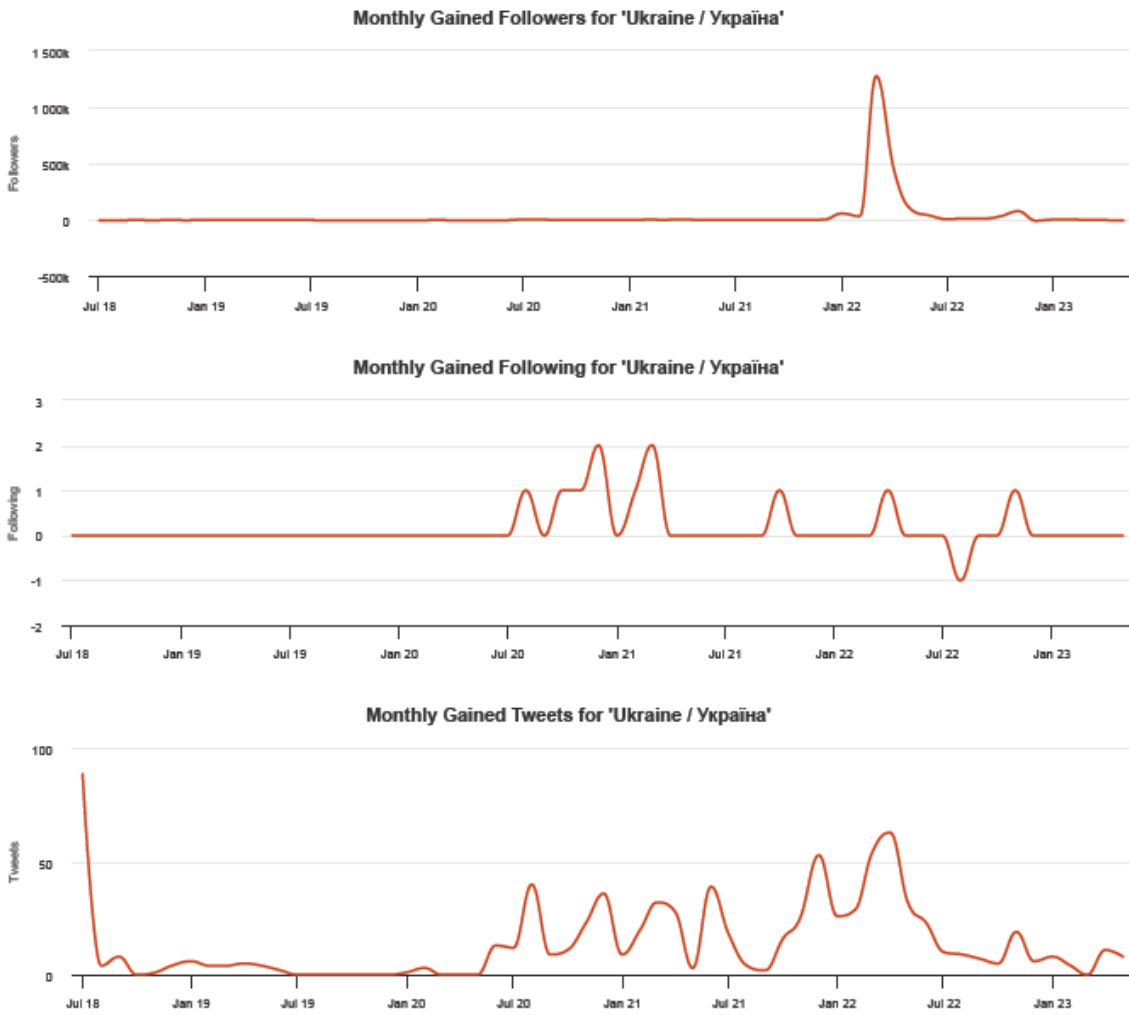
Erişim Linki: <https://socialblade.com/twitter/user/ukraine>, Erişim tarihi: 16.05.2023.

Rusya-Ukrayna geriliminin tırmandığı dönemlerde de aktif içerik üreten bu hesaptan savaşın başından itibaren çok sayıda paylaşım yapılmıştır. Gerek savaşa gidilen süreçte gerekse savaş başladıktan sonra bu hesaptan yapılan bazı paylaşımlara yukarıda yer verilmiştir. Söz konusu paylaşımların genellikle @ZelenskyyUa adlı hesaptan yapılan paylaşımlarla paralellik arz ettiği söylenebilir. @Ukraine adlı resmi Twitter hesabının 2,3 milyonun üzerinde takipçisi ve 25 adet takip ettiği hesap bulunmaktadır. Son 30 günde 970 kullanıcı bu hesabı takip etmeyi bırakmıştır. Bu hesaptan Mayıs 2016'dan itibaren 1946 adet tweet paylaşılmıştır. Son 30 günde paylaşılan tweet sayısı ise sadece 7'dir.

Aşağıdaki görselde Ukrayna Devletine ait @Ukraine adlı hesabın analitik geçmişini ve Haziran 2018'den itibaren gerçekleşen hareketleri gösteren grafikler yer almaktadır.

Grafik 2. @Ukraine Adlı Twitter Hesabının Analitik Geçmişi

TWITTER ANALYTICAL HISTORY FOR UKRAINE



Erişim Linki: <https://socialblade.com/twitter/user/ukraine>, Erişim tarihi: 16.05.2023.

Haziran 2018'den savaşın başladığı Şubat 2022'ye kadar küçük artışlarla bazen de azalışlarla seyreden takipçi sayısı sıcak çatışmalarla birlikte yaklaşık iki aylık süre

zarfında çok hızlı bir şekilde yükselmiştir. Şubat 2022’de 1,2 milyondan fazla, Mart 2022’de ise yaklaşık 450 bin yeni takipçi bu hesaba eklenmiştir. Devam eden aylarda takipçi sayısında yükselişler ve nadiren de olsa düşüşler gözlenmiş ancak artış hızı normal seyrine dönmüştür. @Ukraine adlı resmî hesaptan yayınlanan aylık tweet sayılarında savaşın başlamasından önce, 2020 yılı ortalarından itibaren bir hareketlilik gözlenirse de Şubat ve Mart 2022’de dikkat çekici bir artıştan söz edilebilir. Savaş öncesinde aylık tweet sayısı 10-40 aralığında iken çatışmaların ilk iki ayında ortalama 60’ın üzerine çıkmıştır.

Bu hesaptan paylaşılan tweet sayıları Haziran 2022’den itibaren savaş öncesi seyrine dönmüştür ancak yine de savaşın seyrini etkilemeye yönelik paylaşımların aldığı reaksiyonların hayli yüksek olduğunu ifade etmekte yarar vardır. Örneğin aşağıdaki görselde; @Ukraine adlı hesaptan 26 Nisan 2023 tarihinde “Rusya ve terörizm: aralarındaki ‘0’ farkı bulun” ifadesiyle yapılan paylaşımın kısa süre içerisinde 283,7 bin görüntülenme, 2778 beğeni ve 763 retweet gibi yüksek skorlara ulaştığı görülmektedir.

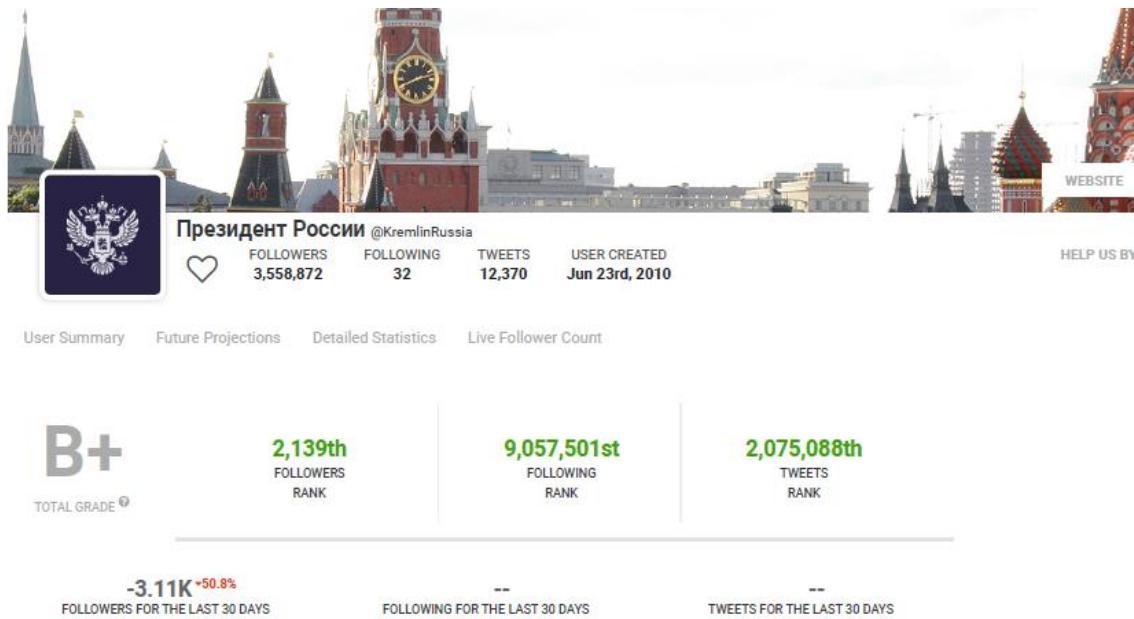
Resim 16. @Ukraine Adlı Twitter Hesabının 26.04.2023 Tarihli Paylaşımı



Erişim Linki: <https://twitter.com/Ukraine/status/1651164404531048448>, Erişim tarihi: 16.05.2023.

Rusya Devlet Başkanlığı adına açılan iki resmî Twitter hesabından ilki olan ve aktif kullanıldığı dönemlerde daha yüksek etkileşim içeren @KremlinRussia adlı hesaba ilişkin veriler/sayılar aşağıdaki görselde yer aldığı gibidir.

Resim 17. @Kremlinrussia Adlı Twitter Hesaba İlişkin Veriler



Erişim Linki: <https://socialblade.com/twitter/user/kremlinrussia>, Erişim Tarihi: 16.05.2023

Kremlin adına Haziran 2010'da açılan hesabın halen 3,55 milyondan fazla takipçisi ve 32 takip ettiği hesap vardır. Son 30 günde 3 binden fazla kullanıcı bu hesabı takip etmeyi bırakmıştır. Uzun süredir aktif paylaşımın yapılmadığı @KremlinRussia adlı hesaptan tamamına yakını savaş öncesi dönemde olmak üzere 12370 tweet paylaşılmıştır.

Aşağıdaki görselde Rusya Devlet Başkanlığına ait @KremlinRussia adlı hesabın analitik geçmişini ve 2019 yılı başından itibaren gerçekleşen hareketleri gösteren grafikler yer almaktadır.

Grafik 3. @Kremlinrussia Adlı Twitter Hesabının Analitik Geçmişi



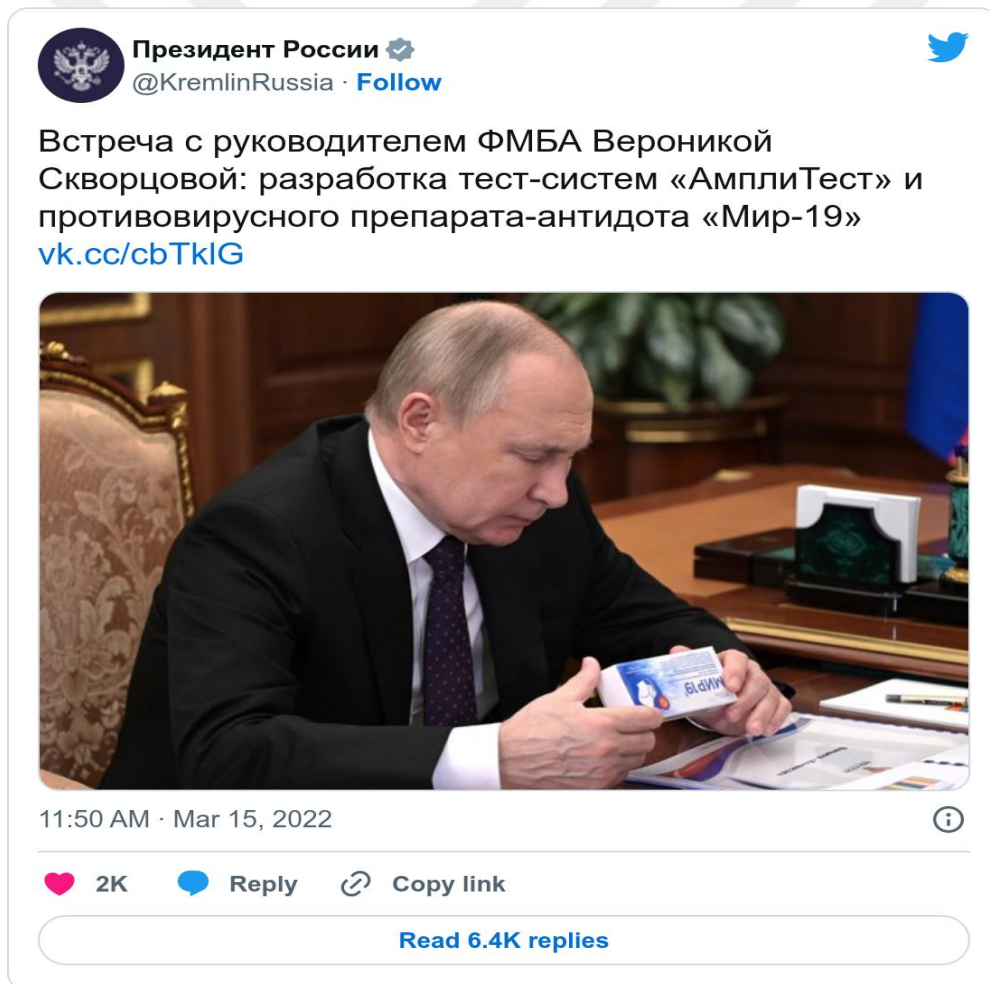
Erişim Linki: <https://socialblade.com/twitter/user/kremlinrussia>, Erişim Tarihi: 16.05.2023

Ocak 2019'dan savaşın başladığı Şubat 2022'ye kadar takipçi sayılarındaki aylık değişim bazen artış bazen de azalışlarla (-49 bin ila 13 bin aralığında) seyrederken bu sayı Şubat 2022'de 100 bine, Mart 2022'de 73 bine yaklaşmıştır. Ancak devam eden aylarda tekrar savaş öncesi seyrine dönmüştür. Bu hesaptan savaş öncesinde aylık 50-150 aralığında

tweet paylaşımı yapılırken bu sayının Mart 2022 itibarıyla sıfırlandığı, bu tarihten sonra hesaptan herhangi bir paylaşım yapılmadığı görülmektedir.

Aşağıdaki görselde Rusya-Ukrayna Savaşı başladıktan sonraki dönemde @KremlinRussia adlı resmî hesaptan en son paylaşılan 15 Mart 2022 tarihli tweet görülmektedir. Bu tweetin konusu da savaş değil Covid-19 salgınıyla mücadeleye yönelik çalışmalardır.

Resim 18. @Kremlinrussia Adlı Twitter Hesabının 15.03.2023 Tarihli Son Paylaşımı



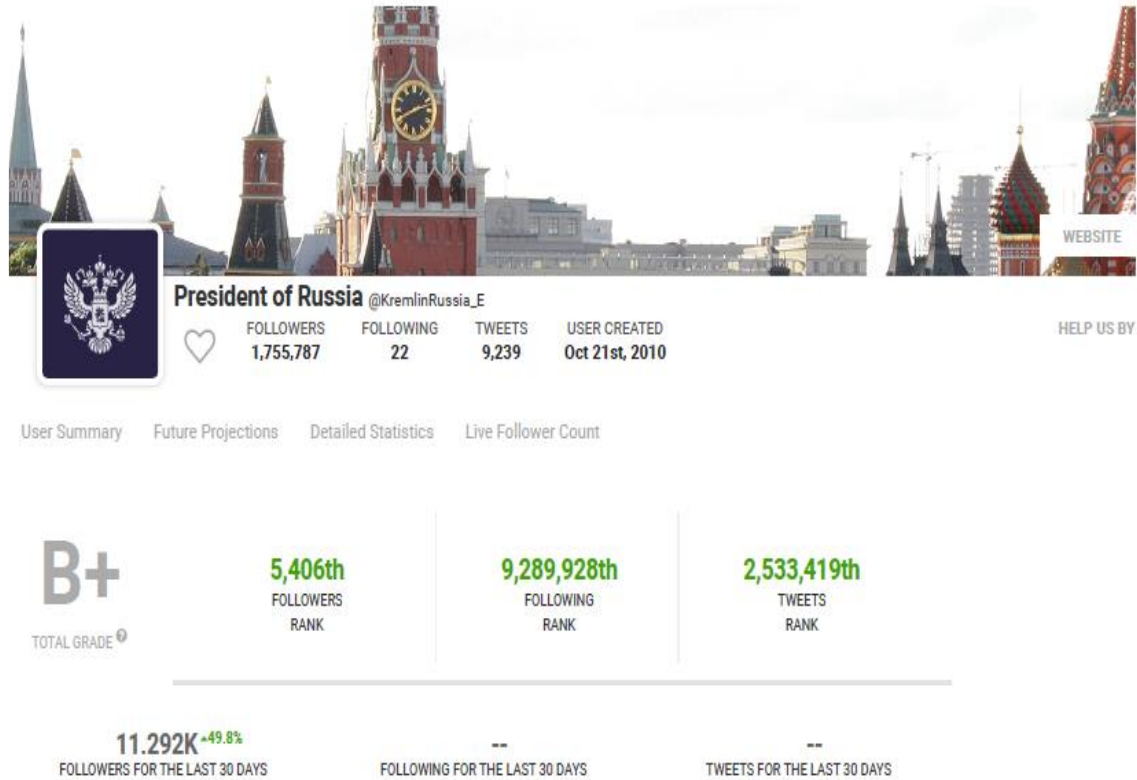
Tweet captured by screenshot.guru

1503700043987095554

Еrişim Linki: <https://twitter.com/KremlinRussia>, Еrişim Tarihi: 16.05.2023

Aşağıdaki görselde Rusya Devlet Başkanlığı adına 2010 yılında açılan ikinci hesaba (@KremlinRussia_E) ilişkin veriler yer almaktadır.

Resim 19. @Kremlinrussia_E Adlı Twitter Hesabına İlişkin Veriler



Erişim Linki: https://socialblade.com/twitter/user/kremlinrussia_e, Erişim tarihi: 16.05.2023.

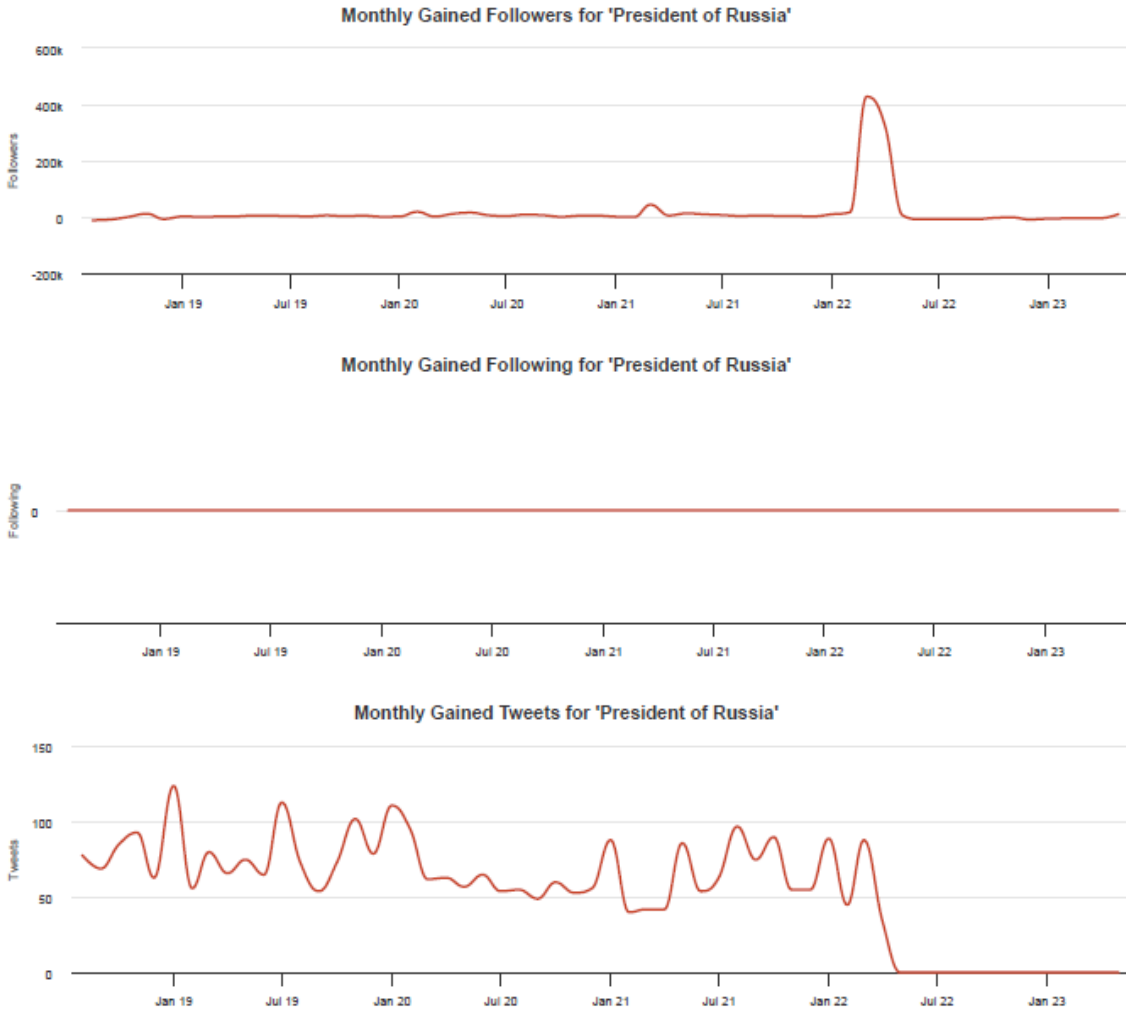
Ekim 2010'da açılan @KremlinRussia_E adlı hesabın 1,7 milyondan fazla takipçisi ve 22 takip ettiği hesap vardır. Son 30 günde takipçi sayısında 11292 artış gerçekleşmiştir.

@KremlinRussia adlı ilk hesapta olduğu gibi, uzunca bir süredir paylaşım yapılmayan bu hesaptan toplam 9239 adet tweet yayımlanmıştır.

Aşağıda @KremlinRussia_E adlı resmî Twitter hesabının analitik geçmişine ilişkin grafikler yer almaktadır.

Grafik 4. @Kremlinrussia_E Adlı Twitter Hesabına Analitik Geçmişi

TWITTER ANALYTICAL HISTORY FOR KREMLINRUSSIA_E



Erişim Linki: https://socialblade.com/twitter/user/kremlinrussia_e, Erişim tarihi: 16.05.2023.

@KremlinRussia_E adlı hesabın Ocak 2019'dan savaşın başladığı Şubat 2022'ye kadar takipçi sayılarındaki aylık değişim artış yönünde 2 bin-45 bin aralığında seyrederken bu sayı Şubat 2022'de 429 bine, Mart 2022'de 327 bine yaklaşmıştır. Ancak devam eden aylarda tekrar savaş öncesi seyrine dönmüş hatta takipçi sayılarında yer yer düşüşler görülmüştür. Bu hesaptan savaş öncesinde aylık 40-120 aralığında tweet paylaşımı yapılırken bu sayının Mart 2022 itibarıyla aniden sıfıra düştüğü, bu tarihten sonra hesaptan herhangi bir paylaşım yapılmadığı görülmektedir.

Aşağıdaki görselde Rusya-Ukrayna Savaşı başladıktan sonraki dönemde @KremlinRussia-E adlı resmî hesaptan en son paylaşılan 15 Mart 2022 tarihli tweet görülmektedir. Bu tweetin konusu da Rusya Devlet Başkanı Vladimir Putin'in Avrupa Konseyi Başkanı Charles Michel ile yaptığı telefon görüşmesidir.

Resim 19. @Kremlinrussia_E Adlı Twitter Hesabının 15.03.2022 Tarihli Son Paylaşımı



Tweet captured by screenshot.guru

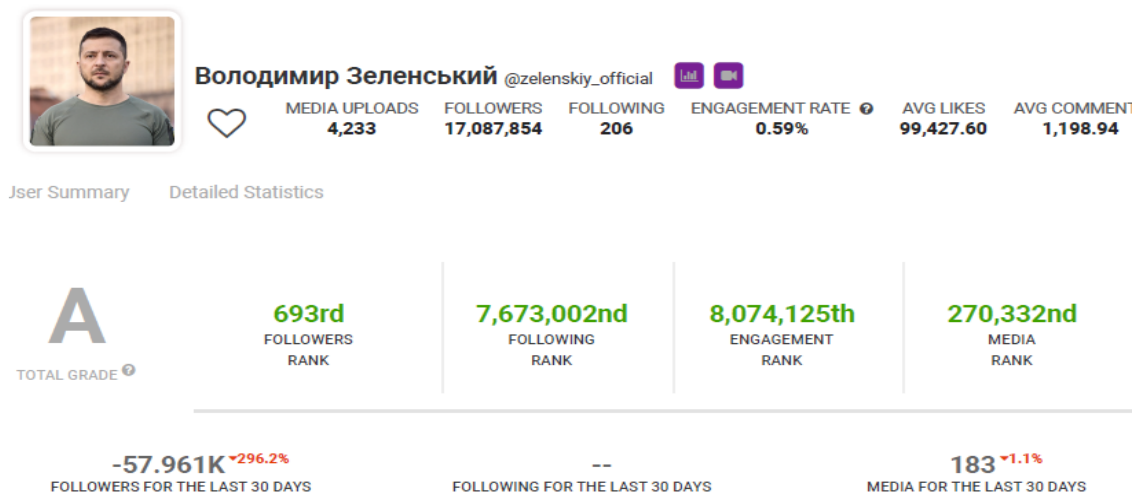
1503808533523009542

Erişim Linki: https://twitter.com/KremlinRussia_E, Erişim tarihi: 16.05.2023.

Ukrayna ve Rusya'nın savaş sürecinde aktif olarak kullandığı Instagram hesaplarında da Twitter hesaplarındakine benzer bir tablo karşımıza çıkmaktadır. Özellikle Zelenski adına açılmış olan “@zelenskiy_official” adlı resmî Instagram hesabının 17 milyonu aşan takipçi sayısı dikkat çekicidir. Resmî Instagram hesapları üzerinde Şubat 2022 öncesi ve sonrasına dair karşılaştırmalı olarak yapılacak bir analiz, savaş sürecinde tarafların sosyal medya cephesindeki aktivizmini ve kamu politikaları çerçevesinde sosyal medyayı araçsallaştırma düzeylerini ortaya koyacaktır.

Aşağıda Ukrayna Devlet Başkanı Zelenski adına açılan resmî Instagram hesabına ilişkin veriler yer almaktadır.

Resim 20. @Zelenskiy_Official Adlı Instagram Hesabına İlişkin Veriler



Erişim Linki: https://socialblade.com/instagram/user/zelenskiy_official, Erişim tarihi: 16.05.2023

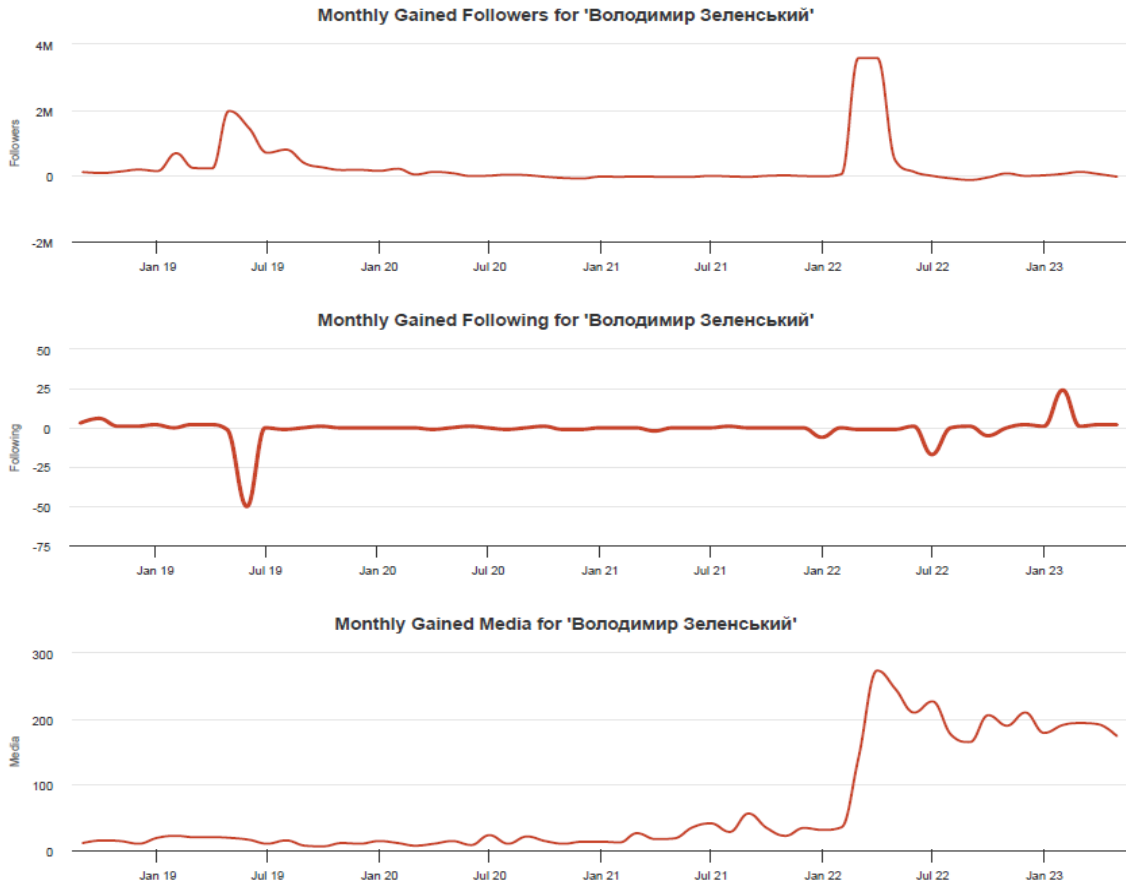
Ukrayna Devlet Başkanı tarafından aktif olarak kullanılan @zelenskiy_official adlı hesabın 17 milyondan fazla takipçisi vardır. Twitter'dan farklı olarak Zelenski'nin bu hesabından 206 kişiyi takibe aldığı görülmektedir. Son 30 günde takipçi sayısında yaklaşık 58 bin azalma olmuştur. Zelenski Instagram hesabından 4,2 binden fazla medya

içeriği paylaşmış halen de paylaşımlarına devam etmektedir. Son 30 günde gerçekleşen paylaşım sayısı 183'tür. Şubat 2022'den itibaren hemen hepsi savaş sürecinde Ukrayna tarafından yürütülen uluslararası destek arayışları ve Rusya'nın haksızlığına dair tezlerini anlatma çabaları ile ilgili olan paylaşımların aldığı reaksiyonların yüksek seviyede olduğu görülmektedir. 16 Mayıs 2023 itibarıyla tüm paylaşımların ortalama beğeni alma sayısı 99427,60 ortalama yorum sayısı ise 1198,94 olarak kayda geçmiştir.

Aşağıda @zelenskiy_official adlı hesabın 2019 yılı başından itibaren analitik geçmişine ait grafikler yer almaktadır.

Grafik 5. @Zelenskiy_Official Adlı Instagram Hesabının Analitik Geçmişi

INSTAGRAM ANALYTICAL HISTORY FOR ZELENSKIY_OFFICIAL

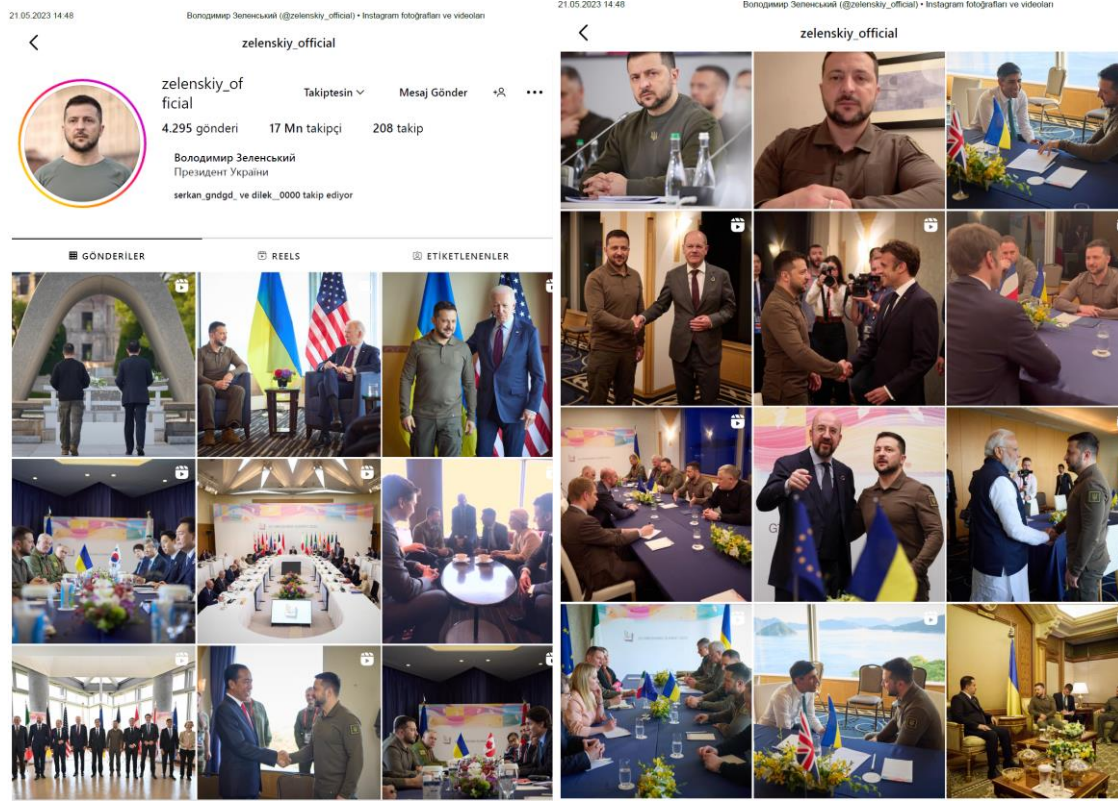


Erişim Linki: https://socialblade.com/instagram/user/zelenskiy_official, Erişim tarihi: 16.05.2023

@zelenskiy_official adlı hesabın takipçi sayıları 2019 yılı Mart-Haziran aralığında 200 bin-1,98 milyon aralığında bir artış gösterse de devamında savaşın başladığı Şubat 2022'ye kadar görece az sayıda artış ve azalışlarla seyretmiştir. Sıcak çatışmaların başlamasıyla birlikte takipçi sayılarında ani bir yükseliş başlamıştır. Bu hesabın aylık yeni takipçi sayısı Şubat 2022'de 3,58 milyonun, Mart 2022'de 3,59 milyonun üzerine çıkmıştır. Nisan 2022'de 468 bine yaklaşan yeni takipçi sayısı bu tarihten sonra savaş öncesi seyrine dönerek küçük azalış ve artışlarla devam etmiştir. @zelenskiy_official adlı resmî hesaptan yapılan paylaşım sayıları savaştan önce aylık 10-60 aralığında iken Şubat 2022'de sert bir yükseliş göstermiş ve o tarihten itibaren 165-275 aralığında devam etmiştir.

Şubat 2022 sonrasında günlük ortalaması yaklaşık 5,5-9 adet aralığında seyreden bu paylaşımların hemen hepsi savaş sürecinde Ukrayna'nın uluslararası destek arayışları ve aynı zamanda Zelenski'nin haklı ulusal mücadele önderi imajı inşasıyla ilgili olduğu söylenebilir. Doğrulayıcı örnekler olması bakımından, @zelenskiy_official adlı hesabın ana sayfasından 21 Mayıs 2023 tarihinde alınan aşağıdaki ekran görüntüsünde yer alan yeniden-eskiye doğru dizili paylaşımlar (Resim 21. ve Resim 22.) bunu doğrular niteliktedir. Bu iki resimde yer alan ekran görüntüleri, çalışmanın geldiği aşamada -an itibarıyla- en son paylaşımları içerdiği için seçilmiştir.

Resim 21. @Zelenskiy_Official Adlı Instagram Hesabının 21 Mayıs 2023 Tarihli Ana Sayfa Görüntüsü (1)



Erişim Linki: https://www.instagram.com/zelenskiy_official/, Erişim tarihi: 21.05.2023.

Yukarıdaki görsellerde Zelenski'nin Japonya'da gerçekleştirilen G7 Zirvesi'nde çok sayıda devlet ve hükümet başkanıyla bir araya gelerek yaptığı görüşmelere ait görüntüler yer almaktadır. Tüm bu paylaşımlarla verilmek istenen mesajın uluslararası politikanın başat aktörleri durumundaki gelişmiş devletlerin ve topyekûn Batı ittifakının Ukrayna'nın haklılığına inandığı ve Rusya'ya karşı savaşından ona destek verdiği algısını pekiştirmek olduğu açıktır. Bunun hem Ukrayna halkını konsolide etme hem de uluslararası toplumda geniş bir kamuoyu desteği sağlama konusunda etkili bir strateji olduğu söylenebilir. G7 ülke liderlerinin Ukrayna Devlet Başkanına yönelik yoğun ilgisinde savaş sürecinde yürütmüş olduğu dijital diplomasinin ve elbette sosyal medyadaki performansının etkisi göz ardı edilemez.

Aşağıdaki paylaşım görüntülerinde ise ülkesinin birlik ve beraberliği için mücadele eden kahraman lider imajını pekiştirmeye yönelik bir çabanın belirgin olduğu söylenebilir. Tabi ki paylaşımların içeriğinin de bunu destekleyici özellikte olduğunu ifade etmek gerekir.

Resim 22. @Zelenskiy_Official Adlı Instagram Hesabının 21 Mayıs 2023 Tarihli Ana Sayfa Görüntüsü (2)

21.05.2023 14:48

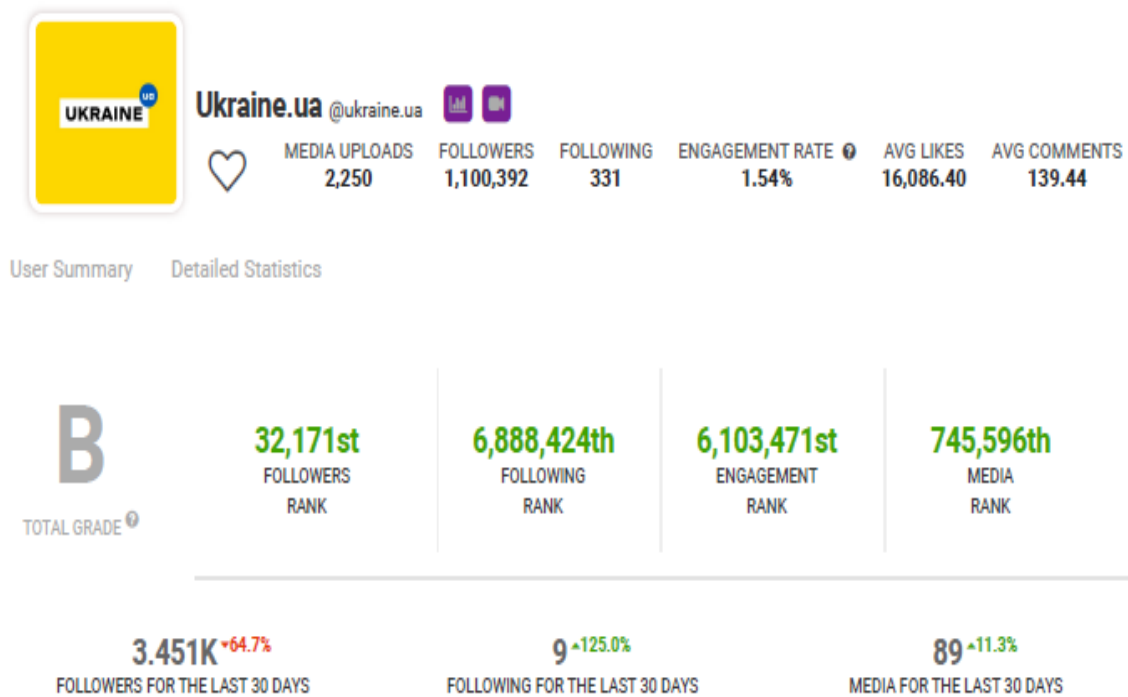
Володимир Зеленський (@zelenskiy_official) • Instagram fotoğrafları ve videoları



Erişim Linki: https://www.instagram.com/zelenskiy_official/, Erişim tarihi: 21.05.2023.

Resim 23'te Ukrayna Devleti adına Haziran 2021'de açılmış olan @ukraine.ua adlı resmî Instagram hesabına ilişkin veriler yer almaktadır.

Resim 23. @Ukraine.Ua Adlı Resmî Instagram Hesabına İlişkin Veriler



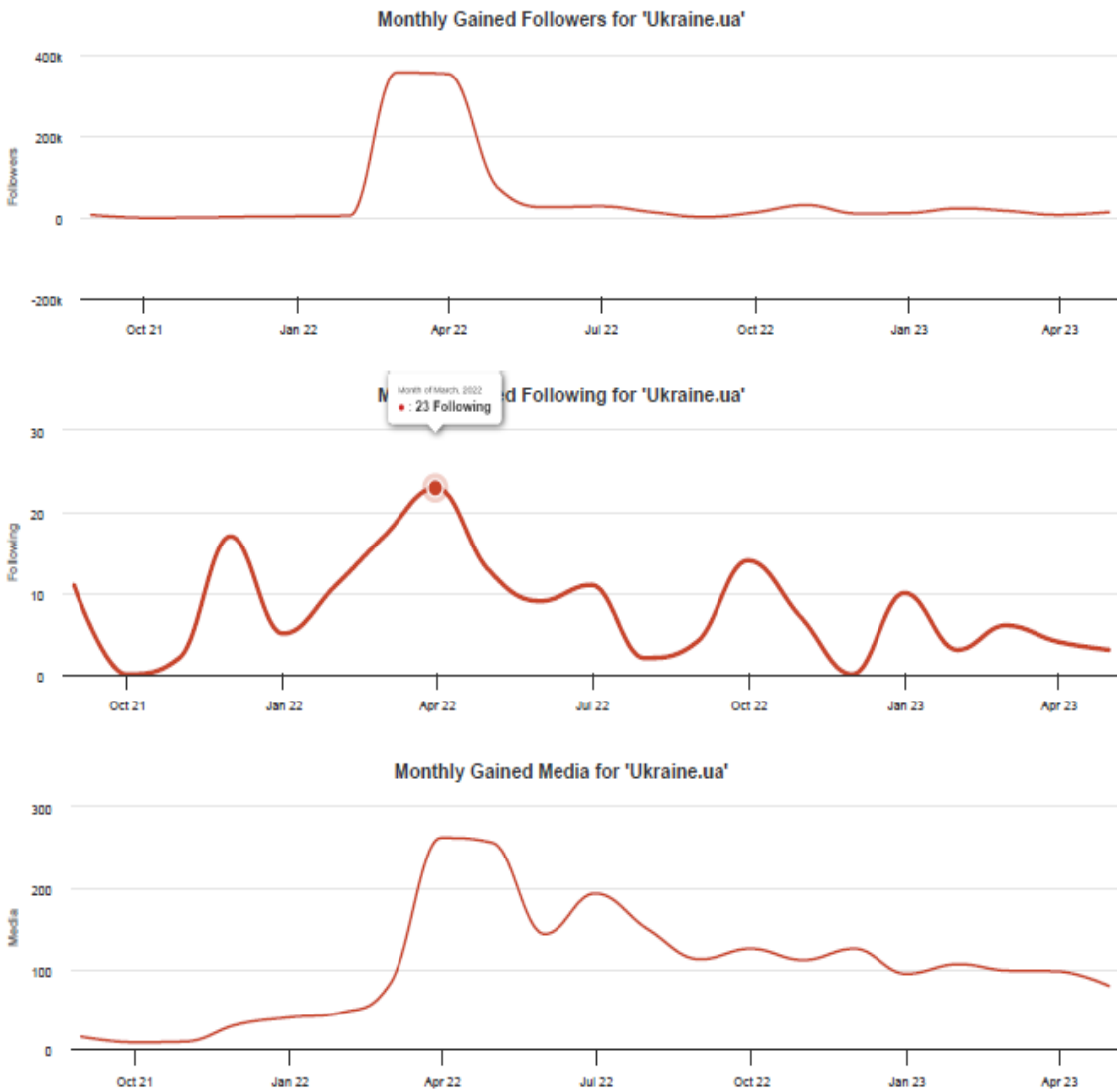
Erişim Linki: <https://socialblade.com/instagram/user/ukraine.ua>, Erişim tarihi: 16.05.2023

16 Mayıs 2023 itibarıyla @ukraine.ua adlı hesabın 1,1 milyonun üzerinde takipçisi ve 331 takip ettiği hesap mevcuttur. Son 30 günde takipçi sayısında 3451 artış olmuştur. Bu hesaptan 2250 adet medya içeriği paylaşmıştır. Son 30 günde gerçekleşen paylaşım sayısı 89'dur. Şubat 2022'den itibaren hemen hepsi savaş sürecinde yürütülen Ukrayna'nın uluslararası destek arayışları ve Rusya'nın haksızlığına dair tezlerini anlatma çabaları ile ilgili olan paylaşımların aldığı beğeni sayılarının ortalaması 16086,40 iken paylaşım başına düşen ortalama yorum sayısı 139,44 olarak gerçekleşmiştir.

Aşağıda @ukraine.ua adlı hesabın analitik geçmişine ilişkin grafikler yer almaktadır.

Grafik 6. @Ukraine.Ua Adlı Resmî Instagram Hesabının Analitik Geçmişi

INSTAGRAM ANALYTICAL HISTORY FOR UKRAINE.UA



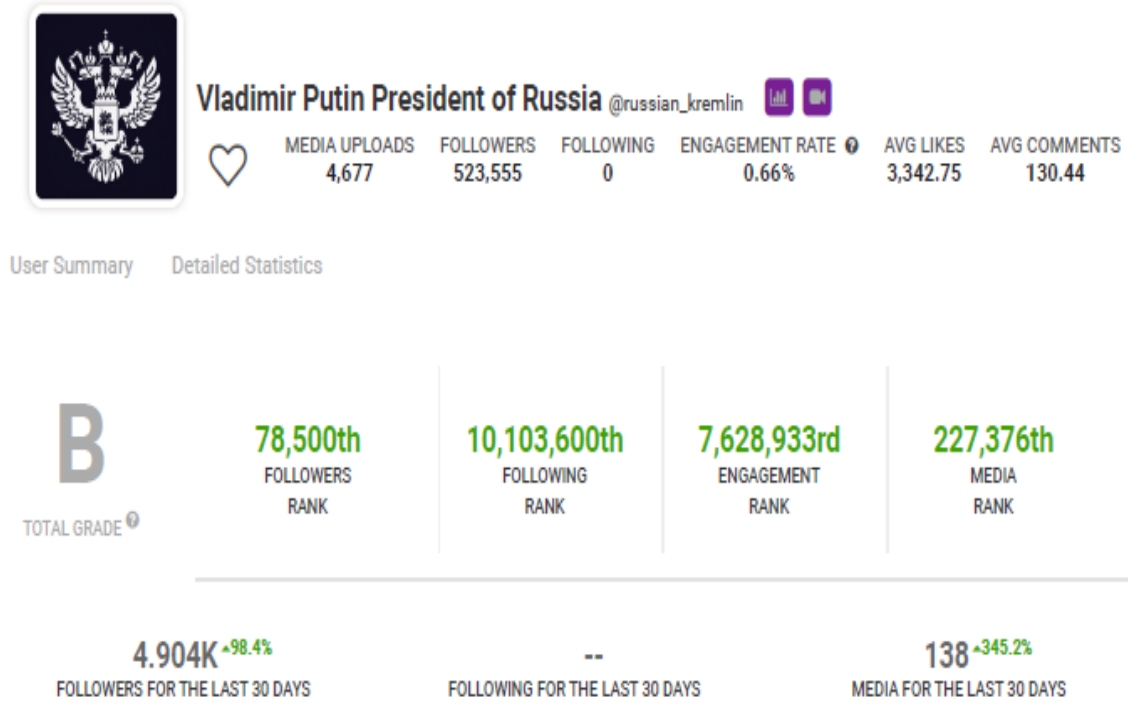
Erişim Linki: <https://socialblade.com/instagram/user/ukraine.ua>, Erişim tarihi: 16.05.2023

@ukraine.ua adlı hesabın takipçi sayılarında ve paylaşımlarında da Ukrayna tarafına ait diğer hesaplarınkine benzer bir tablo göze çarpmaktadır. 1,1 milyon takipçinin 700 binden fazlasının Şubat ve Mart 2022’de eklendiği görülmektedir. Devam eden aylarda - özellikle Nisan’dan sonra- aylık 1,7 bin-32 bin aralığında küçük artışlarla seyretmiştir. Bu hesaptan yapılan paylaşımlar savaş öncesinde aylık 10-50 bandında iken sıcak çatışmaların başlamasıyla birlikte üç aylık periyotta hızlı bir artış göstermiştir. Paylaşım sayıları Şubat’ta 80, Mart’ta 262 ve Nisan’da 256 şeklinde gerçekleşmiş, devam eden aylarda kısmen azalsa da nadiren 100’ün altına düşmüştür.

@ukraine.ua adlı Instagram hesabının paylaşımları genel olarak savaş sürecinde Rusya’nın haksızlığına ve saldırganlığına, Ukrayna’nın haklı ve aynı zamanda düşman karşısında güçlü olduğuna, bunun yanında kalıcı bir barışın sağlanması ve Rusya’nın mutlaka cezalandırılması gerektiğine ilişkin mesajlar içermektedir. Bu şekilde uluslararası toplumda Ukrayna lehine olumlu algı oluşturma ve çok taraflı destek sağlama gibi bir stratejik iletişim sürecinin yürütülmekte olduğu söylenebilir. Bu hesabın ana sayfasından 23 Mayıs 2023 tarihinde alınan aşağıdaki ekran görüntülerinde yer alan ve yeniden-eskiye doğru dizili paylaşım görselleri bunu doğrular niteliktedir. Bu resimde (Resim 24.) yer alan ekran görüntüsü, çalışmanın geldiği aşamada ilgili hesaptan -an itibarıyla- en son yapılan paylaşımları içerdiği için seçilmiştir.

Aşağıda Kremlin adına Ocak 2015'te açılmış olan @russian_kremlin adlı Instagram hesabına ilişkin veriler yer almaktadır.

Resim 25. @Russian_Kremlin Adlı Instagram Hesabına İlişkin Veriler

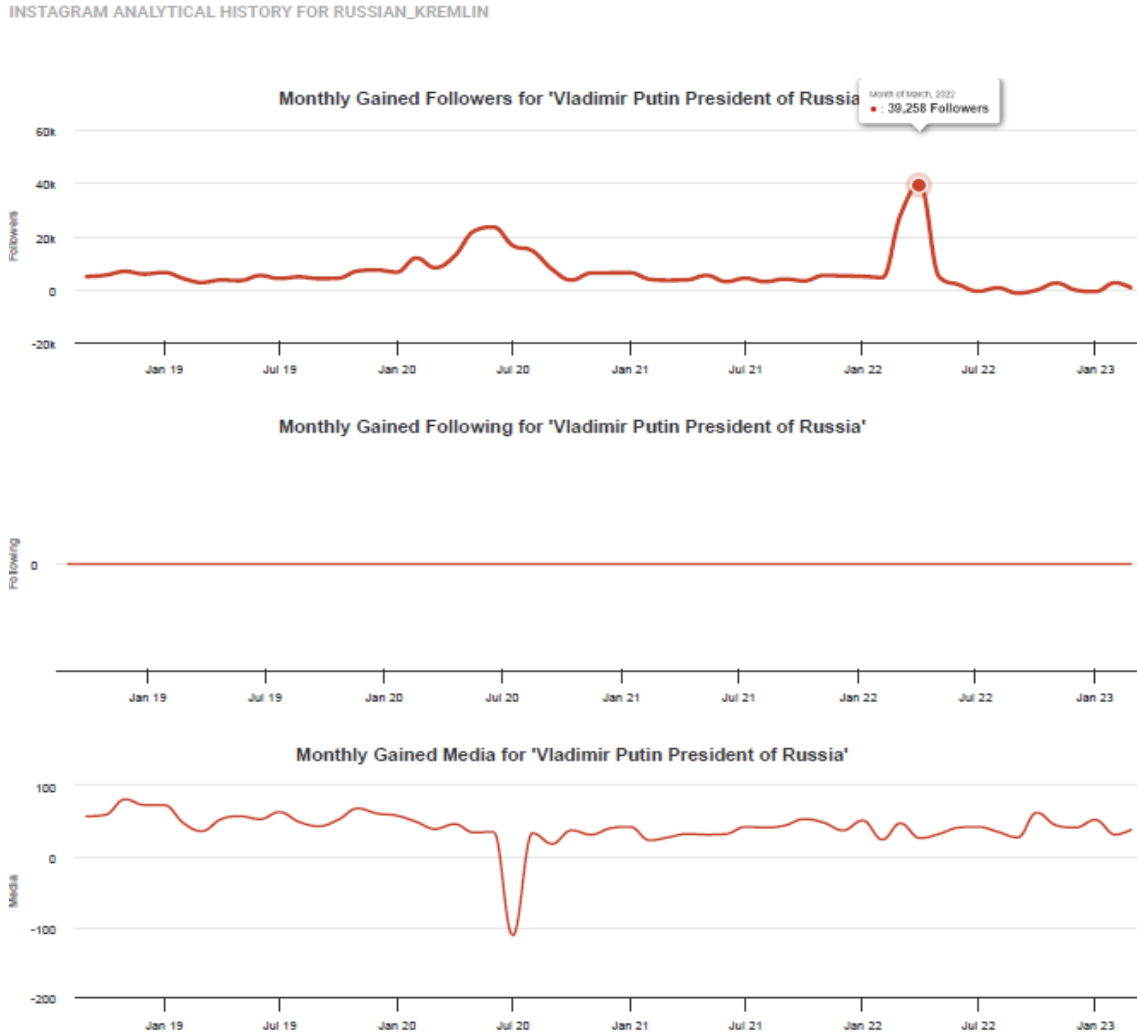


Erişim Linki: https://socialblade.com/instagram/user/russian_kremlin, Erişim tarihi: 16.05.2023

Rusya Devlet Başkanı Putin'in ulusal ve bölgesel politik resmî temaslarına yer verilen bu hesabın 523 binin üzerinde takipçisi vardır. Herhangi bir takibi bulunmayan hesaba son 30 günde 4904 yeni takipçi eklenmiştir. 2015 yılından itibaren 4677, son 30 günde ise 138 paylaşımın yapıldığı hesabın aldığı reaksiyon skorlarının çok yüksek olmadığı görülmektedir. Paylaşımların ortalama beğeni sayısı 3342,75, ortalama yorum sayısı ise 130,44 şeklinde gerçekleşmiştir.

Aşağıda @russian_kremlin adlı Instagram hesabına ait analitik geçmiş grafikleri yer almaktadır.

Grafik 7. @Russian_Kremlin Adlı Instagram Hesabının Analitik Geçmişi



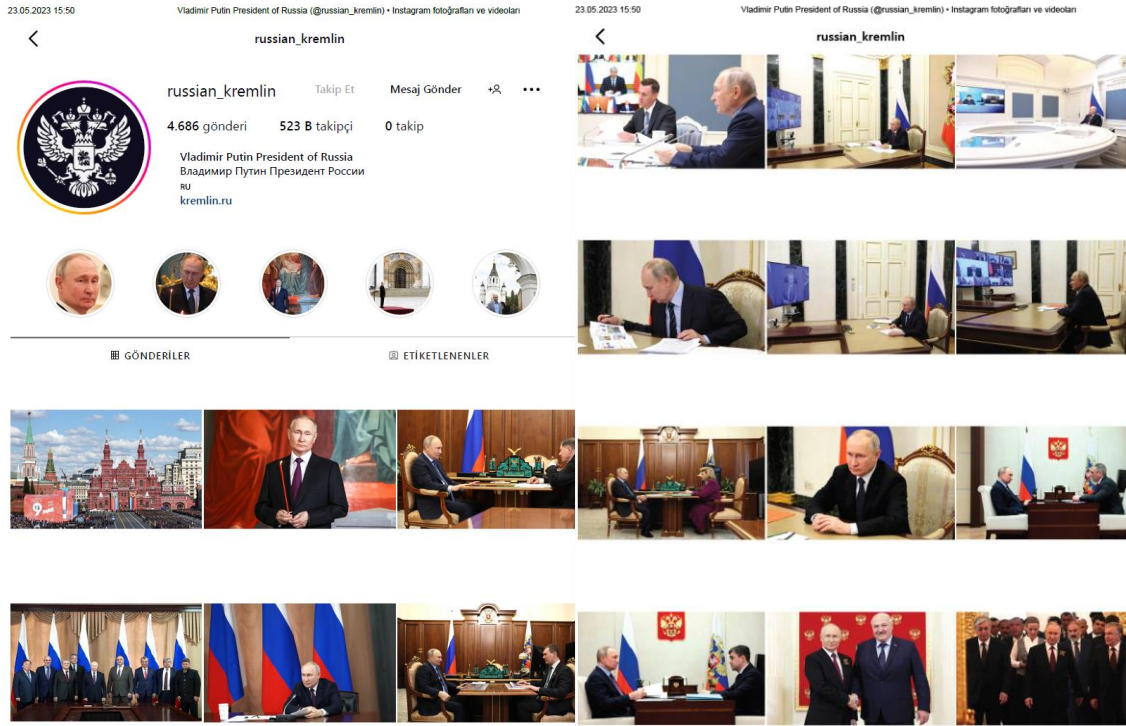
Erişim Linki: https://socialblade.com/instagram/user/russian_kremlin, Erişim tarihi: 16.05.2023

@russian_kremlin adlı Instagram hesabının takipçi sayılarında aylık artış savaş öncesinde 2 bin-24 bin aralığında iken Şubat-Mart 2022'de toplam 67 bin civarında gerçekleşmiştir. Devam eden aylarda ise küçük azalış ve artışlarla -1,4 bin-5 bin bandında seyretmiştir.

Bu hesaptan yapılan paylaşım sayılarında savaşın başlamasının önemli bir değişime yol açmadığı görülmektedir.

Kremlin’e ait resmî Twitter hesaplarından farklı olarak halen aktif paylaşımlar devam etse de bu Instagram hesabının gerek takipçi sayıları gerekse paylaşım performansı ve aldığı reaksiyonlar bakımından etkileşim düzeyinin çok yüksek olmadığı görülmektedir. Rusya’nın bu hesabı Ukrayna’nın yaptığı gibi savaş sürecini etkilemek adına uluslararası kamuoyu desteği elde etmek üzere kullandığını söylemek de zordur. Savaş sürecinde Batı ittifakı tarafından çok yönlü yaptırımlarla büyük ölçüde yalnızlaştırılan Putin yönetiminin maruz kaldığı izolasyonun bir anlamda sosyal medyaya da yansıdığı söylenebilir. Ancak bu süreçte Rusya’nın uluslararası toplumla sosyal medya üzerinden, savaşı merkeze alarak iletişim kurma yolunu tercih etmeme gibi bir stratejik eğilime daha yakın olduğunu da belirtmek gerekir. Aktif olarak kullanılan bu hesaptan, savaşın Rusya için en önemli gündem olmadığı mesajını vermek istercesine hem iç hem de dış politika rutinlerine dair paylaşımların yapıldığı görülmektedir. 23 Mayıs 2023 tarihinde bu hesabın ana sayfasından alınan aşağıdaki ekran görüntülerinde yer alan ve yeniden-eskiye doğru dizili paylaşım görselleri bunu doğrulamaktadır. Bu resimde (Resim 26.) yer alan ekran görüntüleri, çalışmanın geldiği aşamada, @Russian_Kremlin adlı Instagram hesabından yapılan -an itibarıyla- en son paylaşımları içerdiği için seçilmiştir.

Resim 26. @Russian_Kremlin Adlı Instagram Hesabının 23.05.2023 Tarihli Ana Sayfa Görüntüsü



Erişim Linki: https://www.instagram.com/russian_kremlin/, Erişim tarihi: 23.05.2023.

Savaşın tarafların devlet başkanlığı -ya da doğrudan devlet başkanları- düzeyinde sosyal medya görünürlüklerinin, takipçi sayılarının, paylaşım performanslarının ve aldıkları reaksiyonların karşılaştırmalı olarak analiz edildiği bu son bölümde ortaya çıkan tablo sosyal medya platformları üzerinden dijital diplomasi yürütmenin günümüzde bir kamu politikası tercihi haline geldiğini açıkça göstermektedir. Dahası uluslararası politika yapım süreçlerinde yeni medya araçlarının ve özellikle de sosyal medyanın araçsallaştırılma düzeyine ilişkin olarak bu bölümde yer verilen değerlendirmelerin aslında karşılaştırmalı kamu politikası analizi niteliğinde olduğunu söylemek de mümkündür.

Uluslararası kamu politikaları çerçevesinde Ukrayna ve Rusya'nın dijital iletişim teknolojilerine ilgi konusunda genel anlamda birbirinden farklı bir tutum sergilemediği görülmektedir. Her ne kadar Ukrayna'nın dijitalleşme alanında daha esnek ve aktif

olduğu gözlenirse de Rusya'nın aslında bu konuda çok daha tecrübeli olduğunu belirtmek gerekir. Sadece sosyal medya platformlarında devlet başkanlığı düzeyinde açılmış olan resmi hesapların tarihlerine bile bakıldığında Rusya'nın bu konuya verdiği önemi görmek mümkündür. Ancak her iki tarafın savaş sürecindeki sosyal medya aktivizmine bakıldığında farklı bir tablonun ortaya çıktığı gözlenmektedir. 2000'li yılların başından itibaren tırmanan Rusya-Ukrayna geriliminin sıcak çatışmalara evrildiği Şubat 2022 milat kabul edilerek tarafların sosyal medya görünürlükleri üzerinden yapılan değerlendirmeler her iki devletin farklı tercihlere yöneldiğini ortaya koymaktadır.

Savaşın tarafı olan iki devletin bu süreçte sosyal medya kullanma konusunda farklı tutumlar sergilemesinin;

- i. Tarafların sahip oldukları sert güç unsurlarının niceliğiyle,
- ii. Her iki devletin dış politika kültürleri ve yakın geçmişteki tecrübeleriyle ilgili olduğu şeklinde iki temel nedeninden söz edilebilir.

Birinci neden; iki devletin sahip olduğu ekonomik ve askeri kapasite arasındaki asimetridir. Rusya ile kıyaslandığında Ukrayna'nın ekonomisi, askeri varlığı ve silah gücü bakımından son derece zayıf olduğu ortadadır. Ukrayna'nın Rus saldırılarına doğrudan ve sadece fiili kapasitesiyle karşı koyması neredeyse imkânsız kabul edilebilir. Bu durumda Ukrayna'nın uluslararası toplumun desteğini alarak direnme gücünü artırma arayışına yönelmesi aslında bir tercih olmanın ötesinde zorunluluktan kaynaklanmıştır. Rusya'nın bu konuda bir arayış içerisine girme ihtiyacı olmadığı rahatlıkla söylenebilir. Ukrayna ve Rusya'nın savaşın seyrini etkilemeye yönelik olarak sosyal medya üzerinden dijital diplomasi uygulamalarına yönelme konusunda farklı tutumlar sergilemelerindeki *ikinci neden;* -büyük ölçüde- bölgede yakın geçmişte yaşanan siyasi gerilimler ve özellikle Rusya'nın sorun çözme biçimiyle ilgilidir.

Soğuk Savaş sonrası yeniden şekillenen bölge siyasi haritasında etki alanını kaybetmek istemeyen Rusya yayılmacı ve müdahaleci bir tutumla 2008'de Gürcistan'a saldırmış, 2014'te ise Kırım'ı ilhak ederek Ukrayna'dan koparmıştır. Bölgede ABD ile rekabet halinde olan Rusya bu hamleleriyle güç dengesini kendi lehine çevirmeyi başarmıştır (Sönmez, Bıçakçı ve Yıldırım, 2015: 657). Her iki olayda da Batı'nın cılız tepkilerinin ve gerçek bir etki oluşturmayan yaptırım kararlarının, sonuçta istediğini büyük ölçüde elde

eden Rusya'yı cesaretlendirdiğinde kuşku yoktur. Bu yüzden Rusya Şubat 2022'de Ukrayna'ya askeri operasyon düzenlerken uluslararası topluma kendi tezlerini izah ederek haklılığını öne sürme gereği bile duymadan hareket ettiği görülmektedir. Rusya'nın sosyal medya üzerinden herhangi bir destek arayışına girmemesini de bu çerçevede değerlendirmek yanlış olmaz. Ukrayna ise yakın geçmişte Rusya'yı cesaretlendiren şartları gözeterek benzer bir sonuca mahal vermemek adına, en başından itibaren, başta ABD öncülüğündeki Batı ittifakı olmak üzere uluslararası toplumun en geniş ölçekte desteğini almaya kendini adeta mecbur hissetmiştir. Bunun da en etkili ve en az maliyetli yolunun sosyal medyayı, sıra dışı bir aktivizmle, etkin şekilde kullanarak uluslararası kamuoyu desteğini arkasına almaya yönelik adımlardan geçtiği düşünüldüğünde, Ukrayna'nın savaş sürecindeki siyasal iletişim stratejisini anlamlandırmak şüphesiz daha kolay olacaktır.

SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

Geride bıraktığımız yüzyılın ortalarından itibaren bilgi, iletişim ve ulaşım teknolojilerinde yaşanan gelişmeler sayesinde küresel düzeyde etkileşim farklı boyutlar kazanarak geçmişte hiç olmadığı kadar artmıştır. Günümüz dünyasında insanlığın içinde bulunduğu evre artık küreselleşme çağı, bilgi/bilişim çağı, iletişim çağı, teknoloji çağı gibi özünde birbiriyle ilişkili kavramlarla tanımlanmaktadır. Söz konusu teknolojik gelişmeler bireylerarası iletişimde olduğu gibi devletlerin de hem kendi toplumlarıyla hem de diğer devletlerle aralarındaki ilişkilerin seyrini belirleyen en önemli faktörler arasında yerini almıştır.

Devletler uluslararası sistemde etkin bir şekilde var olmak adına güç artırma hedefiyle hareket eder ve bunun birincil aracı her dönemde diplomasidir. Uluslararası sistemin dinamik yapısı gereği devletlerin birbirleriyle etkileşim biçimleri -yani diploması modelleri- de bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerden etkilenmektedir. Güç ve diploması kavramları arasındaki ilişkiye bağlı olarak; gücün kaynağının ekonomik ya da askeri kapasite gibi konvansiyonel unsurlardan bilim ve teknolojiye, bunun yanında sosyal ve siyasi dinamiklere evrilmesi ile ortaya çıkan dönüşüm diploması kavramının da çerçevesini genişletmiş, kamu diplomasisi ve dijital diploması gibi yeni modellerinin gündeme gelmesine yol açmıştır.

Uluslararası kamu politikaları analizinde önemli bir yeri olan bu yeni diploması uygulamalarının belirgin iki özelliğinden *ilki*; geleneksel diplomasiden farklı olarak yeni aktörlerin ve araçların devreye girmiş olması, *ikincisi ise*; muhatap devletlerin siyasi elitini ve karar vericilerini değil kamuoylarını etkilemeye yönelik olmasıdır. Uluslararası politika yapımındaki bu konsept değişimi geleneksel diploması uygulamalarından hayli farklı bir aktivizmi zorunlu kılmaktadır. Devletlerin bu konudaki başarısı, yeni diploması uygulamalarını da içeren uluslararası kamu politikalarını, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelere uyum sağlayarak güncelleyebilme becerisine bağlıdır.

Herhangi bir devletin günümüz uluslararası sisteminde etkin bir konum elde etmesi etkileşim alanını genişletmesiyle ve uluslararası toplum nezdinde olumlu bir imaj inşa edebilmesiyle yakından ilgilidir. Bunun da en hızlı, en etkili, aynı zamanda en az maliyetli

yolu, geleneksel medya unsurlarına eklemlenen yeni medya araçlarını ve özellikle de etkileşimli iletişime imkân sağlayan sosyal medya platformlarını etkin biçimde kullanmaktan geçmektedir. Bunu başarabilen görece zayıf devletlerin bile fiili kapasitelerinin çok ötesinde bir güce erişmesi mümkün hale gelmektedir.

Uluslararası politikada belirleyici bir aktör olabilme hedefiyle hareket eden devletlerin/hükümetlerin bu yeni siyasal iletişim biçimine kayıtsız kalamayacağı gerçeği ortadadır. Uluslararası sistemin dinamik yapısı gereği -bölgeler/ülkeler arası bazı farklar görülse de- karar vericilerin zorunlu olarak sürece uyum sağlamaya yönelik hareket edeceği, bu nedenle yeni medya araçlarının uluslararası kamu politikaları üretme ve uygulama süreçlerindeki işlevselliğinin giderek artacağı söylenebilir.

Sosyal medya başta olmak üzere yeni medya araçlarının uluslararası siyasal iletişim unsuru olarak; olağan koşullarda ve barış ortamında olduğu gibi olağanüstü durumlarda ve siyasi gerginliklerin, hatta fiilen sıcak savaşın yaşandığı hallerde de etkili bir şekilde kullanılması mümkündür. Uluslararası kamuoyunun ve dolaylı olarak karar vericilerin desteğini almak adına sosyal medya üzerinden iletişim stratejisi yürütmek, özellikle zayıf ve mağdur durumdaki devletlere önemli avantajlar sağlayabilmektedir. 24 Şubat 2022’de başlayan Rusya-Ukrayna Savaşı sürecinde tarafların sosyal medyayı siyasi hedefleri doğrultusunda kullanma yahut kullanmama eğilimleri ve elde ettikleri sonuçlar bu konuda somut bir tablo ortaya koymaktadır.

Savaşın başladığı Şubat 2022 öncesinde Rusya ve Ukrayna arasındaki gerilimin sosyal medya üzerinden paylaşımlarla tırmandırıldığı görülmüştür. Bu aşamada yapılan paylaşımların genellikle karşılıklı alaycı, rakibi yıpratmaya ve küçük düşürmeye yönelik olduğu görülmektedir. Savaşın başlamasıyla birlikte, düşmanın haksız saldırganlığını ortaya koymaya ve uluslararası destek arayışına yönelik paylaşımlar hız kazanmıştır. Savaşan taraflardan, özellikle Ukrayna’nın bu süreçte sosyal medyayı, mesajlarını iletmenin ötesinde, propaganda ve algı yönetimi yoluyla uluslararası toplumu etkilemek üzere kullandığı görülmektedir.

Her iki ülkenin bu süreçteki siyasal iletişim stratejisi iki kategoride analiz edilmiştir;

- i. Düşman aleyhine algı oluşturma

ii. Uluslararası destek arayışı

Düşmanın saldırganlığını ve haksızlığını dünyaya anlatma hedefi içeren ilk kategorinin (Düşman aleyhine algı oluşturma) analiz kodları olarak; savaş, saldırı, soykırım, terör devleti ve trajedi kelimeleri belirlenmiştir. Her iki ülkenin devlet başkanlığı/başkanları adına açılmış hesaplardan, savaşın başladığı tarih olan 24 Şubat 2022'den önceki altı aylık periyot ile sonrasındaki 27 Mayıs 2023 arasında içinde bu kodların geçtiği paylaşım adetlerine bakıldığında (Tablo 1. ve Tablo 3.) dikkat çekici bir fark göze çarpmaktadır.

Ukrayna'nın, @ZelenskyyUa adlı resmi Twitter hesabından, savaş öncesinde saldırı, soykırım ve terörist devlet kodlarını içeren paylaşım yapılmadığı, savaş kelimesinin 1 adet, trajedi kelimesininse 3 adet paylaşımında geçtiği görülmüştür. Savaşın başlamasından sonra bu hesaptan; saldırı kelimesini içeren 11 adet, savaş kelimesini içeren 84 adet, soykırım kelimesini içeren 16 adet, terörist devlet kavramını içeren 18 adet, trajedi kelimesi içeren 8 adet paylaşım yapılmıştır.

Rusya'nın @KremlinRussia_E adlı resmi Twitter hesabından, savaş öncesinde; savaş kelimesini içeren 2 adet, trajedi kelimesini içeren 1 adet paylaşım yapılırken diğer kelimelere rastlanmamıştır. Savaş başladıktan sonra ise @KremlinRussia_E adlı hesaptan bu kelimeleri içeren hiçbir paylaşım yapılmamıştır.

Uluslararası destek arayışına yönelik ikinci kategorinin kodları; BM, destek, dur/durmak, NATO, yardım (aid), yardım isteme (help) şeklinde belirlenmiştir. Rusya ve Ukrayna'nın bu kategorideki kodları içeren paylaşım sayıları da iki tarafın sosyal medya üzerinden siyasal iletişim stratejilerine yaklaşım farkı ortaya koymaktadır.

@ZelenskyyUa adlı hesaptan savaş öncesinde; BM 4 adet, destek 71 adet, dur/durmak 2 adet, NATO 24 adet, yardım 3, yardım isteme 6 adet paylaşımında görülmüştür. Savaş sonrasında ise bu sayılar yükselmiş; BM 53 adet, destek 303 adet, dur/durmak 26 adet, NATO 21 adet, yardım 84 adet, yardım isteme 49 adet paylaşımında yer almıştır. Buna karşılık @KremlinRussia_E adlı hesaptan savaş öncesinde; BM, destek ve NATO kelimeleri 3'er adet paylaşımında yer almış, diğer kelimelere rastlanmamıştır. Savaş başladıktan sonra ise @KremlinRussia_E adlı hesaptan bu kelimeleri içeren hiçbir paylaşım yapılmamıştır.

Rusya ve Ukrayna'nın bu süreçteki sosyal medya aktivizmine; takipçileri, paylaşım içerikleri ve sayıları ya da paylaşımların aldığı reaksiyonlar üzerinden bakıldığında savaşın dijital cephesinde etkili olan ve yeni medya araçlarını kullanarak etkin bir kamu diplomasisi yürüten tarafın da yine Ukrayna olduğu açıktır. Rusya ve Ukrayna arasındaki savaşın sosyal medya cephesindeki dengeyi Ukrayna lehine bozan temel etmen, büyük ölçüde tarafların bu konudaki tercihleri ve genel anlamda siyasal etkileşim stratejilerine yaklaşımlarıyla ilgilidir. Bunun yanında liderler düzeyinde karar vericilerin reel politikaya bakış açıları da önemli bir etmendir. Nitekim Rusya savaşın ilk günlerinden itibaren ülke genelinde sosyal medya erişimine getirdiği yasaklarla bu konudaki tutumunu belirlemiştir. Bu mecrayı kullanarak uluslararası siyasal iletişim stratejisi yürütmeyi tercih etmeyen Rusya'nın, savaş öncesinde aktif olarak kullanılan devlet başkanlığına ait resmi hesaplardan yapılan paylaşımları da durdurduğu görülmektedir.

Rusya'nın Soğuk Savaş yıllarından itibaren süregelen, sahip olduğu konvansiyonel güç unsurları ve savaş araçlarını ön planda tutan klasik yaklaşımı karşısında Ukrayna zorunlu olarak, yetersiz ve zayıf yanlarını alternatif yol ve yöntemlerle telafi etmeye yönelik adımlar atmıştır. Bu çerçevede Ukrayna'nın gerek resmî kurumsal hesaplar gerekse doğrudan Devlet Başkanı Zelenski adına açılmış resmî hesaplarla sosyal medya üzerinden başarılı bir uluslararası halkla ilişkiler faaliyeti yürüttüğü görülmektedir. Ukrayna tarafından aktif olarak kullanılan resmî Twitter ve Instagram hesaplarının; takipçi sayıları, paylaşım sayıları, paylaşımların içeriği ve aldığı reaksiyonlar üzerinden, savaşın başladığı tarih baz alınarak öncesi ve sonrası değişmelere ilişkin yapılan analizler, sosyal medyanın savaş sürecinde etkili bir stratejik iletişim aracı olduğunu göstermektedir.

Savaşın başladığı Şubat 2022 ve takip eden birkaç aylık periyotta Zelenski adına açılmış olan hesapların takipçi sayıları katlanarak artmış, Twitter'da 7,2 milyonun, Instagram'da ise 17 milyonun üzerine çıkmıştır. Mayıs 2023 itibarıyla, @zelenskiy_official adlı Instagram hesabından yapılan tüm paylaşımların aldığı ortalama beğeni sayısı yaklaşık 100 bin, ortalama yorum adedi 1200 civarındadır. Her iki hesaptan 24 Şubat 2022'den itibaren düzenli olarak yapılan paylaşımların tamamının, Rusya-Ukrayna Savaşında Rusya'nın haksızlığını ve saldırganlığını dünyaya duyurmaya, Ukrayna'nın haklılığını ve barış yanlısı olduğunu savunmaya ve elbette uluslararası destek arayışlarına yönelik olduğu görülmektedir. Zelenski'nin sosyal medya paylaşımlarının yüksek beğeni ve

reaksiyon sayılarını uluslararası kamuoyunu Ukrayna lehine etkileme konusunda başarılı olduğu şeklinde yorumlamak mümkündür. Bu da Ukrayna'nın, savaş koşullarında sosyal medya üzerinden yürüttüğü stratejik siyasal iletişim faaliyetleri sayesinde önemli kazanımlar elde ettiği anlamına gelmektedir.

Ukrayna'nın farklı sosyal medya platformlarında açmış olduğu resmi hesaplar üzerinden yaptığı ve yoğun olarak yapmaya devam ettiği paylaşımların tam anlamıyla bir uluslararası halkla ilişkiler stratejisi ve dijital diplomasi faaliyeti olduğu söylenebilir. Bu çerçevede Rusya-Ukrayna savaşı dijital diplomasi konusunda sosyal medyanın son derece önemli ve etkili bir platform olduğunu açıkça göstermektedir. Sosyal medya üzerinden yürütülen siyasal iletişim stratejileri bu süreçte ön planda olmuştur. Bununla birlikte her iki tarafın da benzer biçimde aksiyon aldığını söyleme imkânı yoktur. Ukrayna'nın bu konuda daha başarılı olduğu ve Rusya ile kıyaslandığında açık ara önde olduğu görülmektedir.

Savaşın başından itibaren sosyal medya görünürlüğü ve aktivizmini en üst düzeyde sürdürmeye gayret eden Zelenski yönetiminin bu sayede, Ukrayna'nın sahip olduğu fiili kapasitenin çok ötesinde bir güce eriştiği ve Rusya karşısında etkili bir direnç kazandığı tespiti yapmak mümkündür. Bununla birlikte; her ne kadar savaşın sosyal medya cephesinde Ukrayna'nın bariz üstünlüğünden söz edilebilir olsa da sahada gerçek çatışmaların geçmişte olduğu gibi bugün de konvansiyonel savaş araçları ve silahlar kullanılarak kazanıldığını ifade etmek gerekir. Yeni nesil stratejik siyasal iletişim araçlarını etkili bir biçimde kullanma becerisinin, tüm rekabet alanlarında olduğu gibi savaş durumunda da taraflara avantajlar sağladığı tartışmasızdır. Ancak bunun tek başına, bir savaşı kazanmaya yetmeyeceği gerçeği de göz ardı edilmemelidir. Sosyal medya üzerinden, farklı hesaplarla son derece aktif bir dijital diplomasi faaliyeti yürüterek hayli geniş bir uluslararası destek elde eden Ukrayna'nın Rusya karşısında gerçek bir galibiyet kazanamamış olması bunu açıkça göstermektedir.

Tüm bu değerlendirmelerin ardından çalışmada ulaşılan sonuçları ve çıkarımları, bu aşamada Rusya-Ukrayna Savaşından bağımsız ve genele şamil olarak, maddeler halinde aşağıdaki gibi somutlaştırmak mümkündür.

- i. Dijital sosyal medya araçları başta olmak üzere yeni medya araçları küresel ölçekte bir etkinlik düzeyine sahiptir.
- ii. Dünya genelinde toplumların hemen her kesimi yeni medya araçlarıyla doğrudan ya da dolaylı ilgilidir ve özellikle sosyal medya, çok geniş kitlelerin kararlarını, tercihlerini ve hatta davranışlarını yönlendirme potansiyeline sahiptir. Bu yönüyle yeni medya araçları, uluslararası kamu politikalarının tartışmasız en önemli unsurudur.
- iii. Yeni medya araçlarının gündem belirleyici fonksiyonu olağan koşullarda olduğu gibi -savaş vb.- olağan dışı durumlarda da aynı şekilde işlemektedir.
- iv. Sistematik ve bilinçli şekilde kullanıldığında sosyal medya platformları son derece etkili bir stratejik siyasal iletişim aracı olabilmektedir.
- v. Geniş kitlelere kolayca ulaşmanın en etkili yolu olan sosyal medya araçları, hemen her sektörde olduğu gibi uluslararası politikada da etkileşim potansiyelini katlayarak artırmaktadır.
- vi. Ancak sosyal medyanın siyasal iletişim aracı olma yönünün her zaman barışa hizmet etmediğini, bazen gerilimi tırmandırdığını ve çatışmalara -hatta savaşlara- yol açabildiğini, yanlış/yanlış ve yönlendirmeye dönük ifadelerle içeriklerin manipülasyona dönüştürülebileceğini söylemek mümkündür.

Son olarak sağladığı iletişim kolaylıkları, teknolojik yeniliklere hızlı entegre olma, ulusal ve uluslararası bağlı/bağlantılı olma özellikleri heyecan uyandıran internet tabanlı teknolojiler toplumu şekillendirme potansiyeliyle bugün olduğundan daha etkin bir şekilde gündem olmaya devam edecektir.

KAYNAKÇA

- AA (Anadolu Ajansı) (2022). Rusya'da Twitter ve Facebook'a erişim yasaklandı, (Emre Gürkan Abay, Ali Cura 04 Mart 2022), <https://www.aa.com.tr/tr/rusya-ukrayna-krizi/rusyada-twitter-ve-facebook-a-erisim-yasaklandi/2524370>, Erişim Tarihi: 27.05.2023.
- Albert, David S. and Papp, Daniel S. (1997). *The Information Age: An Anthology on Its Impact and Consequences*, CCRP Publication Series.
- Andersson, L. (2012). There is no alternative: The critical potential of alternative media for challenging neoliberal discourse. *tripleC: Communication, Capitalism and Critique*, 10(2), 752–764.
- Aras, H. (2019). Soğuk Savaş Döneminden Günümüze Rusya'nın Nükleer Faaliyetleri ve Politikaları, *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 10(2), 14-23.
- Aronson, Jonathan D. (2005). “The Communications and Internet Revolution”. *The Globalization of World Politics: An Introduction to International Relations*. Oxford, UK: Oxford University Press, 540-559.
- Ataman, M. ve Öztürk M. (2016). Uluslararası Örgütlerin Devlet-İçi Çatışmalara Müdahale Edip Etmemesini Belirleyen Faktörler, *Bilgi* (33), 103-135.
- Atatürk Ansiklopedisi (t.y.). Wilson ilkeleri (Mustafa Sıtkı BİLGİN), <https://ataturkansiklopedisi.gov.tr/bilgi/wilson-ilkeleri/>, Erişim Tarihi: 22.01.2023.
- Ateş, D. (2008). INDUSTRIAL REVOLUTION: Impetus Behind the Globalization Process, *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, (15)2, 31-48.
- Ay, H. ve Uçar, Ö. (2015). Devletin Gelişim Süreci, *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi* 16 (2), 195-206.

- Aydoğan, B. ve Aydın, H. (2011). *Güç Kavramı, Kamu Diplomasisi ve Güvenlik*, Ekopolitik Uluslararası İlişkiler Masası – Rapor No: 11-02, Haziran 2011, İstanbul: Ekopolitik.
- Aydoğan, F. (2018). “Önsöz”. *Yeni Medya Kuramları*, (ed. Filiz Aydoğan), İstanbul: Beta
- Aziz, A. (2014). *Siyasal İletişim*, Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Baldini, M. (2000). *İletişim Tarihi*, (çev: Gül Batuş), İstanbul: Avcıol Basım Yayın.
- BBC, (2022). Ukrayna'nın en genç bakanı, sosyal medyayı Rusya işgaline karşı kullanıyor (Joe Tidy, 08 Mart), <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-60648333>, Erişim Tarihi: 18.03.2023
- Bennett, W. L. ve Segerberg, A. (2013). *The Logic of Connective Action: Digital Media and the Personalization of Contentious Politics*, New York: Cambridge University Press.
- Berelson, B. (1952). *Content Analysis in Communication Research*, Glencoe: Free Press.
- Bjola, C. (2018). Digital Diplomacy 2.0: Trends and Counter-Trends, *Mexican Journal of Foreign Policy*, (113), 1-14.
- Bogdanor, V. (2003). *Blackwell'in Siyaset Bilimi Ansiklopedisi*, Cilt II, Çev. Erhan Yükselci, Sema Yükselci, Bülent Peker, Ankara: Ümit Yayıncılık.
- Brown, J.A.C. (2000). *Beyin Yıkama*, Çev. Behzat Tanç, 7. Baskı, İstanbul: Boğaziçi Yayınları.
- Berridge, G. R. ve James, A. (2001). *A Dictionary of Diplomacy*, New York: Palgrave.
- Can, A. (2012). Halkla İlişkiler Mi Yoksa Olumlu İmaj ve Gerçeklik Mimarlığı Mı?, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 2 (2), 75-84.

- Carr, E. Hallett (2010). *Yirmi Yıl Krizi (1919-1939)*, Çev.: Can Cemgil, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Castells, M. (2004). Informationalism, Networks, and the Network Society: A Theoretical Blueprint. *The Network Society: A Cross-cultural Perspective*. (Ed. Manuel Castells). Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Castells, M. (2008). *Enformasyon Toplumu: Ekonomi, Toplum ve Kültür: Ağ Toplumu'nun Yükselişi*, (Çev. Ebru Kılıç), İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Clarke, A. (2015). An Evaluation Of British and Canada Digital Diplomacy as Policy Change. (Editör: Corneliu Bjola). *Digital Diplomacy: Theory and Practice*. New York: Routledge New Diplomacy Studies.
- Copeland, D. (2013). Digital Techolonogy. (Editör: Andrew F.Cooper). *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*. United, Kingdoom: Oxford University Press.
- Cull, N. J. (2006). "Public Diplomacy" Before Gullion: The Evolution of a Phrase, USC Center on Public Diplomacy Blog April 18, <https://uscpublicdiplomacy.org/blog/public-diplomacy-gullion-evolution-phrase>; Erişim: 20.02.2023.
- Cull, N. (2009). *Public Diplomacy: Lessons from the Past*. Los Angeles: CPD Perspectives on Public Diplomacy Figueroa Press.
- Çolakoğlu, S. (2015), "Diplomasi" (ss.379-387), içinde, *Uluslararası İlişkilere Giriş Tarih, Teori, Kavram ve Konular*, (ed. Şaban Kardaş ve Ali Balcı, 4. Baskı, İstanbul: Küre Yayınları.
- Dağ, A. Emin (2004). *Uluslararası İlişkiler ve Diplomasi Sözlüğü*, İstanbul: Anka Yayınları.
- Dahlgren, P. (2005). The Internet, Public Spheres, and Political Communication: Dispersion and Deliberation, *Political Communication*, 22(2), 147-162.

- Dilber, F. (2018). Siyasette Sosyal Medyanın Rolü: AKP, CHP ve MHP'nin Sosyal Medyanın Kullanım Düzeylerinin Karşılaştırılması, *Middle Black Sea Journal of Communication Studies* 3(2), 54-66.
- Dye, Thomas R. (1987). *Understanding Public Policy*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, Inc.
- Edwards, Autumn, Chad Edwards, Shawn T. Wahl and Scott A. Myers (2020). *The communication age: Connecting and engaging*. Washington DC: SAGE Publications.
- Erson Asar, B. (2013). Diplomatik İlişkileri Yürüten Devlet Görevlileri, *İstanbul Kültür Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 12(2), 63-89.
- Euronews (2022). Rusya'da, sosyal medya sitesi Instagram'a erişim engellendi, (11 Mart 2022), <https://tr.euronews.com/2022/03/11/rusya-da-sosyal-medya-sitesi-instagram-a-erisim-engellendi>, Erişim Tarihi: 27.05.2023.
- Fletcher, T. (2016). *Naked Diplomacy: Power and Statecraft in the Digital Age*, London: Harper Collins Publishers.
- Fuchs, Christian (2012). Google capitalism. *tripleC: Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society*. 10 (1), pp. 42-48.
- Gehlen, A. (1980). *Man in the Age of Technology*, Columbia University Press.
- Geray, H. (2003). *İletişim ve Teknoloji Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları*, Ankara: Ütopya Yayınları.
- Geray, H. (2011). *Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş* (3. Baskı). Genesis Kitap.
- Gerbaudo, P. (2012). *Tweets and the Streets: Social Media and Contemporary Activism*, London and New York: Pluto Books.

- Geyik, K. ve Yavuz, C. (2023). Savaş Dönemi Dijital Diplomasi: Ukrayna-Rusya Savaşı Örneği, *USBAD Uluslararası Sosyal Bilimler Akademi Dergisi* 5(11), 6-33.
- Giddens, A. (2009). Modernitenin küreselleşmesi (ss. 161-168) içinde, (ed.-çev. Kudret Bülbül) *Küreselleşme temel metinler* Ankara: Orion Kitapevi.
- Gilboa, E. (2000). Mass Communication and Diplomacy: A Theoretical Framework. *Communication Theory* 10(3), 275-309.
- Gönlübol, M. (1993). *Uluslararası Politika*, Ankara: Attila Kitabevi.
- Güçdemir, Y. (2003). Bilgisayar Ağları İnternetin Gelişimi ve Bilgi Kirlenmesi, *İ.Ü. İletişim Fakültesi Dergisi* (17), 371-379.
- Gül, S. S. ve Nizam, Ö. K. (2021). Sosyal bilimlerde söylem ve içerik analizi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (42), 181-198. <https://doi.org/10.30794/pausbed.803182>
- Gürdal, E. (2021). Dijital Diplomatlar: Dijital Diplomaside Yeni Nesil Diplomatlar, *Akademik İzdüşüm Dergisi/Journal of Academic Projection*; 6 (1); 114-127
- Gürgen, H. (1990). Propaganda, *Kurgu Dergisi* (8), 135-157.
- Hamilton, K. & Langhorne, R. (2010). *The Practice of Diplomacy: Its Evolution, Theory And Administration*, Second Edition, London and New York: Routledge.
- Holmes, M. (2015). Digital Diploacy and International Change Management, (Eds.), Corneliu Bjola and Marcus Holmes. *Digital Diplomacy Theory and Practice*, London: Routledge, 13-32.
- Hsieh, Hsiu-Fang and Shannon, Sarah E. (2005). Three approaches to qualitative content analysis. *Qualitative health research*, 15(9), 1277-1288.
- İnan, E. (2012). Kamu Diplomasisi ve Halkla İlişkiler Eksenini, A. Özkan ve T. E. Öztürk (Ed), *Kamu Diplomasisi*, içinde (63-70). İstanbul: Tasam

- İskit, T. (2011). *Diplomasi, Tarihi, Teorisi, Kurumları ve Uygulaması* 3. Baskı, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- İskit, T. (2018). *Diplomasi Tarihi*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, Yayın No: 2677.
- Jeanneney, Jean N. (2009). *Başlangıcından Günümüze Medya Tarihi*, Çev.: Esra Atuk, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları
- Kahraman, M. (2013). *Sosyal Medya 101 2.0, Pazarlamacılar İçin Sosyal Medyaya Giriş*, İstanbul: Media Cat Kitapları, Kapital Medya Yayınları.
- Kanat, S. (2016). Uluslararası İlişkiler Yaklaşımları Açısından Dijital Medya ve Savaş, *TRT Akademi* 1(2), 528-546.
- Karaca, M. ve İspir, İ. (2018). Propaganda ve yeni medya (ss. 283-303) içinde: (ed. M. Karaca ve C. Çakı), *İletişim ve Propaganda*. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Kissinger, H. (2006). *Diplomasi*, (7.baskı) İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Kocabıyık, H. (2019). Değişen Diplomasi Anlayışı, Kamu Diplomasisi ve Türkiye, *Avrasya Etüdleri* (25)55, 163-196.
- Krippendorff, K. (1967). *An examination of content analysis: A proposal for a general framework and an information calculus for message analytic situations*, Unpublished doctoral dissertation, University of Illinois, Urbana.
- Kutlu, Ö., Usta, S. ve Sayın Y. (2021). Giriş Yerine: Anahtar Kavramlar, içinde (1-9) (Ed. Önder Kutlu, Sefa Usta ve Yusuf Sayın) *Uluslararası Kamu Politikaları-Kavram, Teori, Aktörler, Uygulamalar-*, Ankara: Nobel Yayın.
- Kurt, G. (2018). *Dijital Diplomasi*, İstanbul: Akademisyen Kitabevi.
- Kurtuluş, B. (2014). *21. Yüzyılda Değişen Kamu Diplomasisi Anlayışının Türk Dış Politikasına Yansıması*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Kürkçüoğlu, Ö. (2005). Dış Politika Nedir? Türkiye'deki Dünü ve Bugünü, *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 35 (1), 309-335.
- Leonard, M. (2002). *Public Diplomacy*, London: Foreign Policy Center
- Lepingwell, J. W. (1994). The Russian military and security policy in the 'near abroad'. *Survival*, 36(3), 70-92.
- Mavruk, Ç. ve Baykal, S. (2022). Dijitalleşme Çağında Yumuşak Gücün Yeni Unsuru: Dijital Diplomasi. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, *Dijitalleşme Özel Sayısı*, 348-358.
- McLuhan, M. (1994). *Understanding Media*, London: The MIT Press Cambridge.
- McLuhan M. ve Powers, Bruce R. (2001). *Global Köy: 21. Yüzyılda Yeryüzü Yaşamında ve Medyada Meydana Gelecek Dönüşümler*, (çev. Bahar Öcal Düzgören), İstanbul; Scala Yayıncılık.
- Melissen J. and Keulenaar, Emillie V. (2017b). The Case for Critical Digital Diplomacy, *Working Paper Project Diplomacy in the 21st Century*, 7, Berlin: Stiftung Wissenschaft und Politik German Institute for International and Security Affairs.
- Mete, Y. (2008). *Alternatif Medya Biçimi Olarak İnternet: Bağımsız İletişim Ağı (Bianet) Üzerine Bir Araştırma*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Morgenthau, Hans J. (1946a). Diplomacy, *The Yale Law Journal*, 55(5), 1067-1080.
- Morgenthau, Hans J. (1946b). *Scientific Man vs Power Politics*. Chicago: University of Chicago Press.
- Morgenthau, Hans J. (1993). *Politics Among Nations: The Struggle for Power and Peace*, Revised by Kenneth W. Thompson, New York: Mc Graw Hill.

- Morozov, E. (2009). 'The Brave New World of Slacktivism', Foreign Policy (blog), (19 May 2009); http://neteffect.foreignpolicy.com/posts/2009/05/19/the_brave_new_world_of_slacktivism, Erişim Tarihi: 02.07.2023.
- Nagel, Stuart S. (2002). *Handbook of PublicPolicy Evaluation*, Thousand Oaks: Sage Publications.
- Nye, J.S. (1990a). *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power*. New York: Basic Books.
- Nye, Joseph S. (2004). *Soft Power The Means to Success in World Politics*, New York: Public Affairs.
- Nye, Joseph S. (2008). Public Diplomacy and Soft Power, "Public Diplomacy and Soft Power", *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, (Vol. 616), 94-109.
- Pamment, J. (2018). Communication at the Crossroads of Development, Public Diplomacy and Soft Power. *Communicating National Image through Development and Diplomacy: The Politics of Foreign Aid*. (Ed. J. Pamment & K. G. Wilkins) Cham: Palgrave Macmillan.
- Pamment, J. ve Wilkins, K. G. (2018). Introduction: New Dimensions in the Politics of Image and Aid, (Ed. J. Pamment & K. G. Wilkins), *Communicating National Image through Development and Diplomacy: The Politics of Foreign Aid* Cham: Palgrave Macmillan.
- Potter, Evan H. (2002). *Cyber-diplomacy managing foreign policy in the twenty-first century*, Montreal: McGill-Queen's University Press.
- Qualter, Terence H. (1992). "Propaganda Teorisi ve Propagandanın Gelişimi", Çev.: Ünsal Oskay, *AÜ SBF Dergisi*, Cilt 35, 255-307.
- Sachs, Jeffrey D. (2020). *The Ages of Globalization: Geography, Technology, and Institutions* Columbia University Press.

- Safko, L. ve Brake, D. (2009). *The Social Media Bible*, New Jersey: Wiley.
- Sancar, G.A. (2015). “Kamu Diplomasisinde ‘İlişki İnşa Etme’ Söylemi”. <http://kamudiplomasisi.org/demo/images/stories/aslisancar.pdf>. Erişim Tarihi: 01.05.2022.
- Schmidt, B. (1998). *Political Discourse of Anarchy*, New York,: State University of New York Press.
- Seib, Ph. (Ed.) (2009) *Toward a New Public Diplomacy - Redirecting U.S. Foreign Policy*. Palgrave Macmillan. Shabo, Magedah E. (2008). *Techniques of Propaganda and Persuasion*, Clayton, DE: Prestwick House Inc.
- Shirky, C. (2008). *Here Comes Everybody: The Power of Organizing Without Organizations*, New York: Penguin Press.
- Shirky, C. (2011). The Political Power of Social Media: Technology, the Public Sphere, and Political Change. *Foreign Affairs*, 90(1), 28–41.
- Snow, Crocker Jr. (2010), “Public Diplomacy Practitioners: A Changing Cast of Characters,” *Readings on Public Diplomacy*, The Edward R. Murrow Center of Public Diplomacy at the Fletcher School of Law and Diplomacy, Tufts University
- Solis, B. (2010). Sosyal Medya Toplumsal Bir Rönesansı Temsil Eder, *Brand Age Dergisi*, Sayı: 22, 68-69.
- Sönmez, A.S., Bıçakcı, H., Yıldırım, C. (2015). Analysis of Russia Ukraine relations in context of Crimea problem. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 1 (3), 656-670.
- Subrahmanyam, K. ve Šmahel, D. (2011). *Digital Youth The Role of Media in Development*, New York: Springer Publishing.
- Szondi, G. (2008). “Public Diplomacy and Nation Branding: Conceptual Similarities and Differences”. *Netherlands Institute of International Relations Clingendael*. October:1-42.

- Talimciler, A. (2013). Sosyal Medya Aracılığıyla Değişen Futbolun Yeni Dünyası (ss.15-34), (içinde) *Yeni Medya Üzerine Yeni İletişim Teknolojileri*, (Ed. Müge Demir), Konya: Literatürk Yayınları, İnceleme-Araştırma, 46.
- TDK (Türk Dil Kurumu) (t.y.). Güncel Türkçe Sözlük, <https://sozluk.gov.tr/>, Erişim Tarihi: 17.01.2023.
- Tiedeman, A. (2004). “U.S. Public Diplomacy in Middle East”, Seminar on Geography, Foreign Policy and the World Order, (4 May).
- Tuch, Hans N. (1990). *Communicating With the World: U.S. Public Diplomacy Overseas*, New York: St.Martin’s Press.
- Tuncer, H. (2002). *Eski ve Yeni Diplomasi*, Ankara: Ümit Yayıncılık.
- Tüysüzoğlu, G. (2011). Ukrayna’da Turuncu Devrim’in Sonu, *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi* (3), 62-79.
- Usta, A. (2013) “Kamu Politikaları Analizine Kuramsal Bir Bakış”, *Yasama Dergisi Parlamento Hukuku Özel Sayısı (I)*, Sayı 24, 78-102.
- Ünsal, Ü. (2013) “Kamu Diplomasisi” kutusu, (der.) Baskın Oran, *Türk Dış Politikası, Kurtuluş Savaşından Bugüne Olgular, Belgeler, Yorumlar, Cilt III: 2001-2012*, 1. Baskı, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Wagner, R. (1993). What was bipolarity? *International Organization*, 47(1), 77-106.
- Vardarlier, P. ve Eren, E. (2013). “Social Media's Role in Developing an Employees Sense of Belonging in the Work Place as an HRM Strategy.” The Proceedings of 9th International Strategic Management Conference. Riga: Elsevier, 852-860.
- Wenger, A. (2001). The Internet and the Changing Face of International Relations and Security, *Informaiton&Security*, 7, 5-11.
- Wight, M. (1986). *Power Politics*, Hedley Bull ve Carsten Holbraad (ed.), London, Penguin, 2. baskı.

- Yağmurlu, A. (2019). Dijital Diplomasi: Kamu Diplomasisi Çerçevesinden Avrupa Birliği Üye Ülkeleri ve Türkiye Dışışleri Bakanlıkları İnternet Uygulamaları, *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi* 7(2), 1267-1295.
- Yang, A. (2015). Soft Power, NGOs and Virtual Communication Networks: New Strategies and Directions for Public Diplomacy, (pp. 297-314). (Eds.), G. Golan; S. Yang; D. Kinsey. *International Public Relations and Public Diplomacy*, NY: Peter Lang.
- Yıldırım, B. (2015). İçerik Çözümlemesi Yönteminin Tarihsel Gelişimi Uygulama Alanları ve Aşamaları (ss. 105-155), (ed. Besim Yıldırım), *İletişim Araştırmalarında Yöntemler: Uygulama ve Örneklerle* Konya: Literatürk.
- Yücel, G. (2016). Dijital diplomasi. *TRT Akademi*, 1(2), 748-760.