



ANKARA

HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

**ULUSLARARASI HALKLA İLİŞKİLER VE KAMU
DİPLOMASİSİ'NDE SOSYAL MEDYANIN KULLANIMI
ÜZERİNE BİR ANALİZ: TİKA ÖRNEĞİ**

Mehmet BASAN

**Tez Danışmanı
Prof. Dr. Hanife GÜZ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANABİLİM DALI
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM BİLİM DALI**

AĞUSTOS 2021



**ULUSLARARASI HALKLA İLİŞKİLER VE KAMU DİPLOMASİSİ'NDE
SOSYAL MEDYANIN KULLANIMI ÜZERİNE BİR ANALİZ:
TİKA ÖRNEĞİ**

Mehmet BASAN

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANABİLİM DALI
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM BİLİM DALI**

**ANKARA HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

AĞUSTOS 2021

ETİK BEYAN

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

Mehmet BASAN

31/08/2021

ULUSLARARASI HALKLA İLİŞKİLER VE KAMU DİPLOMASİSİ'NDE SOSYAL
MEDYANIN KULLANIMI ÜZERİNE BİR ANALİZ: TİKA ÖRNEĞİ
(Yüksek Lisans Tezi)

Mehmet BASAN

ANKARA HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

Ağustos 2021

ÖZET

Yaşanan teknolojik gelişmeler ve küreselleşme ile birçok kavramın anlamında değişimler meydana gelmiştir. Bu değişimlerden payını alan kavramlardan bir tanesi de halkla ilişkiler kavramıdır. Halkla ilişkiler etkinlikleri gelişen teknoloji ve küreselleşmeye paralel olarak hedef kitlesine sınır dışında bulunan kamuları da dahil etmiş, böylece uluslararası halkla ilişkiler kavramı ortaya çıkmıştır. Uluslararası halkla ilişkiler kavramının ortaya çıkmasıyla ülkelerin sınırları dışında bulunan kamularına ulaşmak için halkla ilişkilerin aktörlerinde değişimler meydana gelmiştir. Devletler, uluslararası kuruluşlar, devlet üstü kuruluşlar (hükümet üstü kuruluşlar), çok uluslu şirketler ve uluslararası halkla ilişkiler ajansları, uluslararası halkla ilişkiler faaliyetleri yürütme için roller üstlenmiştir. Bu aktörler uluslararası halkla ilişkiler faaliyetleri yürütürken ülkelerin profili, kültür yapıları ve iletişim profillerini dikkate almak zorundadırlar. Diğer yandan yaşanan teknolojik değişim ve küreselleşmeden nasibini alan bir diğer kavram ise kamu diplomasisi kavramıdır. Kamu diplomasisinin uygulamalarında meydana gelen değişimler ile yumuşak ve akıllı güç kavramları ortaya çıkmıştır. Bu kavramların ortaya çıkması ile kamu diplomasisinin aktörlerinden olan başta devlet ve devlete bağlı unsurlar olmak üzere sivil toplum kuruluşları, baskı grupları, üniversite ve okullar, medya ve haber ajansları, kanaat önderleri, uluslararası örgütler ve iç hedef kitlenin uygulamalarında değişimler meydana gelmiştir. Bu aktörler çalışmalarını yürütürken ülkelerin kültürünü, siyasi değerlerini ve dış politikalarını dikkate almaktadır. Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı (TİKA) uluslararası alanda ülkemiz adına faaliyet yürüten Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığına bağlı kamu tüzel kişiliğe sahip ve özel bütçeli bir kuruluştur. Bu kuruluş yurtdışında ülkemiz adına uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetleri yürütmektedir. Bu çalışmada TİKA'nın ülkemiz adına yurt dışında yürüttüğü uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerinin sosyal medya sitesi Twitter'a yansımaları ele alınmıştır. Bu çalışmanın bir sonucu olarak TİKA'nın yurtdışında ülkemiz adına yürütmüş olduğu çalışmaların ülkemizin uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerine katkı sağladığı gözlemlenmiştir.

Bilim Kodu : 115503
Anahtar Kelimeler : Uluslararası Halkla İlişkiler, Kamu Diplomasisi, TİKA, Sosyal Medya, Twitter
Sayfa Adedi : 247
Tez Danışmanı : Prof. Dr. Hanife GÜZ

AN ANALYSIS ON THE USE OF SOCIAL MEDIA IN INTERNATIONAL PUBLIC
RELATIONS AND PUBLIC DIPLOMACY: THE CASE OF TIKA
(M.Sc. Thesis)

Mehmet BASAN

ANKARA HACI BAYRAM VELİ UNIVERSITY
THE INSTITUTE OF GRADUATE STUDIES

August 2021

ABSTRACT

With the technological developments and globalization, changes have occurred in the meaning of many concepts. One of the concepts that has its share of these changes is the concept of public relations. In parallel with the developing technology and globalization, public relations activities included the publics outside the borders in their target audience, thus the concept of international public relations emerged. With the emergence of the concept of international public relations, changes have occurred in the actors of public relations in order to reach the publics outside the borders of the countries. States, international organizations, supra-governmental organizations (supra-governmental organizations), multinational companies and international public relations agencies have taken on roles for conducting international public relations activities. These actors have to take into account the profile, cultural structures and communication profiles of the countries while carrying out international public relations activities. On the other hand, another concept that gets its share from the technological change and globalization is the concept of public diplomacy. With the changes in the practices of public diplomacy, the concepts of soft and smart power have emerged. With the emergence of these concepts, changes have occurred in the practices of non-governmental organizations, pressure groups, universities and schools, media and news agencies, opinion leaders, international organizations and domestic target audiences, especially the state and its affiliates, which are the actors of public diplomacy. These actors take into account the cultures, political values and foreign policies of the countries while carrying out their work. The Turkish Cooperation and Coordination Agency (TIKA) is an institution with a public legal personality and a special budget, affiliated to the Ministry of Culture and Tourism of the Republic of Turkey, operating on behalf of our country in the international arena. This organization carries out international public relations and public diplomacy activities abroad on behalf of our country. In this study, the reflections of the international public relations and public diplomacy activities carried out by TIKA abroad on behalf of our country on the social media site Twitter are discussed. As a result of this study, it has been observed that the studies carried out by TIKA abroad on behalf of our country contribute to the international public relations and public diplomacy activities of our country.

Science Code : 115503
Key Words : International Public Relations, Public Diplomacy, TIKA, Social Media, Twitter
Page Number : 247
Supervisor : Prof. Dr. Hanife GÜZ

TEŞEKKÜR

Öncelikle tez hazırlık ve yazma sürecimde bir an olsun destek ve yardımlarını esirgemeyen, değerli zamanından vakit ayırarak yardımcı olan danışmanım, çok değerli hocam Sayın Prof. Dr. Hanife GÜZ'e şükranlarımı sunuyorum.

Ayrıca yüksek lisans eğitimime başlamamda beni cesaretlendiren değerli ağabeyim Mehmet ŞANDA'ya, eğitim sürecimde bir an olsun desteklerini esirgemeyen, üzerimde emekleri bulunan çok kıymetli hocalarıma,

Son olarak bu süreçte bir an olsun desteklerini esirgemeyen canım aileme ve mensubu olduğu Emniyet Teşkilatına teşekkürlerimi sunuyorum. Ayrıca bu çalışmamı bize bıraktığı en büyük miras olarak '*akıl ve bilimi*' işaret eden Gazi Mustafa Kemal ATATÜRK ve bu vatan uğruna toprağa düşmüş aziz şehitlerimize atfediyorum.

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖZET.....	iv
ABSTRACT.....	v
TEŞEKKÜR.....	vi
İÇİNDEKİLER	vii
TABLoların LİSTESİ.....	x
ŞEKİLLERİN LİSTESİ	xi
RESİMLERİN LİSTESİ	xii
KISALTMALAR	xx
1. GİRİŞ.....	1
2. ULUSLARARASI HALKLA İLİŞKİLER	3
2.1. Halkla İlişkilerin Yeni Yüzü: Uluslararası Halkla İlişkiler	3
2.2. Uluslararası Halkla İlişkilerin Aktörleri	8
2.3. Uluslararası Halkla İlişkileri Etkileyen Unsurlar	16
2.3.1. Ülke Profili	17
2.3.1.1. Ülkenin politik yapısı	19
2.3.1.2. Ülkenin ekonomisi ve teknik altyapısı	21
2.3.1.3. Medya kültürü	24
2.3.1.4. Yasal düzenlemeler	26
2.3.1.5. Ülkenin sosyal yapısı.....	28
2.3.2. Kültür Yapıları	29
2.3.3. İletişim Profili.....	32
2.3.3.1. Sözlü iletişim.....	34
2.3.3.2. Sözsüz iletişim.....	35
2.3.3.3. İkna edici iletişim	37

	Sayfa
3. KAMU DİPLOMASİSİ	39
3.1. Kamu Diplomasisinin Yeni Yüzü: Yumuşak Güç	45
3.2. Ülkelerin Yumuşak Güç Dayanakları	51
3.2.1. Ülkenin Kültürü.....	51
3.2.2. Siyasi Değerler	54
3.2.3. Dış Politika	55
3.3. Kamu Diplomasisinde Yumuşak Güçten Akıllı Güce	57
3.4. Kamu Diplomasisinin Aktörleri	60
3.4.1. Devlet ve Devlete Bağlı Aktörler	61
3.4.2. Sivil Toplum Kuruluşları.....	62
3.4.3. Baskı Grupları	63
3.4.4. Üniversite ve Okullar	64
3.4.5. Medya ve Haber Ajansları.....	65
3.4.6. Kanaat Önderleri	66
3.4.7. Uluslararası Örgütler	67
3.4.8. İç Hedef Kitle	68
4. SOSYAL MEDYA KAPSAMINDA KAMU DİPLOMASİSİ VE ULUSLARARASI HALKLA İLİŞKİLER	69
4.1. Sosyal Medya Aracı Olarak: Twitter.....	77
4.1.1. Sosyal Medya Aracı Twitter'ın Yapısal Özellikleri.....	83
5. TÜRK İŞBİRLİĞİ VE KOORDİNASYON AJANSI BAŞKANLIĞI (TİKA).....	87
5.1. TİKA'nın Kuruluşu, Tarihçesi ve Teşkilat Yapısı.....	87
6. ULUSLARARASI HALKLA İLİŞKİLER VE KAMU DİPLOMASİSİNDE SOSYAL MEDYANIN KULLANIMI ÜZERİNE BİR ANALİZ: TİKA ÖRNEĞİ.....	95
6.1. Araştırmanın Konusu	95

	Sayfa
6.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	95
6.3. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları	96
6.4. Araştırmanın Evren ve Örneklemi	96
6.5. Araştırmanın Yöntemi	96
6.6. Araştırmanın Bulguları ve Değerlendirme	100
6.6.1. TİKA’nın Yapmış Olduğu Paylaşımların Uluslararası Halkla İlişkiler ve Kamu Diplomasisi Açısından Ele Alınması	100
7. SONUÇ	235
KAYNAKLAR	239
ÖZGEÇMİŞ	247

TABLULARIN LİSTESİ

Tablo	Sayfa
Tablo 3.1. Joseph S. Nye’ın güç tipolojisi	48
Tablo 4.1. Web 1.0 ve Web 2.0 teknolojisinin karşılaştırılması	71



ŞEKİLLERİN LİSTESİ

Şekil	Sayfa
Şekil 5.1. TİKA teşkilat şeması.....	94



RESİMLERİN LİSTESİ

Resim	Sayfa
Resim 4.1. Twitter kullanıcı istatistikleri Nisan 2021	78
Resim 4.2. Twitter kullanıcı yaş istatistikleri Nisan 2021	78
Resim 4.3. Twitter'ın ülkelere göre kullanım istatistikleri Nisan 2021	79
Resim 6.1. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 1 Ocak 2021 tarihli paylaşım.....	100
Resim 6.2. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 3 Ocak 2021 tarihli paylaşım.....	101
Resim 6.3. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 3 Ocak 2021 tarihli paylaşım.....	102
Resim 6.4. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 4 Ocak 2021 tarihli paylaşım.....	103
Resim 6.5. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 4 Ocak 2021 tarihli paylaşım.....	104
Resim 6.6. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 5 Ocak 2021 tarihli paylaşım.....	105
Resim 6.7. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 5 Ocak 2021 tarihli paylaşım.....	106
Resim 6.8. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 6 Ocak 2021 tarihli paylaşım.....	107
Resim 6.9. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 6 Ocak 2021 tarihli paylaşım.....	108
Resim 6.10. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 7 Ocak 2021 tarihli paylaşım.....	109
Resim 6.11. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 7 Ocak 2021 tarihli paylaşım.....	110
Resim 6.12. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 7 Ocak 2021 tarihli paylaşım.....	111
Resim 6.13. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 8 Ocak 2021 tarihli paylaşım.....	112
Resim 6.14. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 9 Ocak 2021 tarihli paylaşım.....	113

Resim	Sayfa
Resim 6.15. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 10 Ocak 2021 tarihli paylaşım.....	114
Resim 6.16. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 11 Ocak 2021 tarihli paylaşım.....	115
Resim 6.17. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 12 Ocak 2021 tarihli paylaşım.....	117
Resim 6.18. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 13 Ocak 2021 tarihli paylaşım.....	118
Resim 6.19. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 13 Ocak 2021 tarihli paylaşım.....	119
Resim 6.20. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 13 Ocak 2021 tarihli paylaşım.....	120
Resim 6.21. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 13 Ocak 2021 tarihli paylaşım.....	121
Resim 6.22. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 14 Ocak 2021 tarihli paylaşım.....	122
Resim 6.23. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 14 Ocak 2021 tarihli paylaşım.....	123
Resim 6.24. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 14 Ocak 2021 tarihli paylaşım.....	124
Resim 6.25. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 15 Ocak 2021 tarihli paylaşım.....	125
Resim 6.26. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 15 Ocak 2021 tarihli paylaşım.....	126
Resim 6.27. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 15 Ocak 2021 tarihli paylaşım.....	127
Resim 6.28. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 15 Ocak 2021 tarihli paylaşım.....	128
Resim 6.29. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 15 Ocak 2021 tarihli paylaşım.....	129
Resim 6.30. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 16 Ocak 2021 tarihli paylaşım.....	130

Resim	Sayfa
Resim 6.31. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 18 Ocak 2021 tarihli paylaşım.....	131
Resim 6.32. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 19 Ocak 2021 tarihli paylaşım.....	132
Resim 6.33. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 19 Ocak 2021 tarihli paylaşım.....	133
Resim 6.34. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 19 Ocak 2021 tarihli paylaşım.....	134
Resim 6.35. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 20 Ocak 2021 tarihli paylaşım.....	135
Resim 6.36. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 20 Ocak 2021 tarihli paylaşım.....	136
Resim 6.37. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 21 Ocak 2021 tarihli paylaşım.....	137
Resim 6.38. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 21 Ocak 2021 tarihli paylaşım.....	138
Resim 6.39. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 22 Ocak 2021 tarihli paylaşım.....	139
Resim 6.40. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 22 Ocak 2021 tarihli paylaşım.....	140
Resim 6.41. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 3 Ocak 2021 tarihli paylaşım.....	141
Resim 6.42. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 23 Ocak 2021 tarihli paylaşım.....	143
Resim 6.43. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 25 Ocak 2021 tarihli paylaşım.....	144
Resim 6.44. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 25 Ocak 2021 tarihli paylaşım.....	145
Resim 6.45. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 26 Ocak 2021 tarihli paylaşım.....	146
Resim 6.46. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 27 Ocak 2021 tarihli paylaşım.....	147

Resim	Sayfa
Resim 6.47. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 27 Ocak 2021 tarihli paylaşım.....	148
Resim 6.48. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 22 Ocak 2021 tarihli paylaşım.....	149
Resim 6.49. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 28 Ocak 2021 tarihli paylaşım.....	150
Resim 6.50. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 28 Ocak 2021 tarihli paylaşım.....	152
Resim 6.51. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 28 Ocak 2021 tarihli paylaşım.....	153
Resim 6.52. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 28 Ocak 2021 tarihli paylaşım.....	154
Resim 6.53. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 29 Ocak 2021 tarihli paylaşım.....	155
Resim 6.54. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 1 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	156
Resim 6.55. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 2 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	157
Resim 6.56. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 3 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	158
Resim 6.57. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 3 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	160
Resim 6.58. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 3 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	161
Resim 6.59. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 4 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	162
Resim 6.60. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 4 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	163
Resim 6.61. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 4 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	164
Resim 6.62. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 4 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	165

Resim	Sayfa
Resim 6.63. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 5 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	166
Resim 6.64. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 5 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	167
Resim 6.65. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 5 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	169
Resim 6.66. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 6 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	170
Resim 6.67. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 6 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	171
Resim 6.68. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 7 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	172
Resim 6.69. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 8 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	173
Resim 6.70. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 9 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	175
Resim 6.71. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 9 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	176
Resim 6.72. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 9 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	177
Resim 6.73. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 10 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	178
Resim 6.74. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 10 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	179
Resim 6.75. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 10 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	181
Resim 6.76. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 11 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	182
Resim 6.77. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 11 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	183
Resim 6.78. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 11 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	184

Resim	Sayfa
Resim 6.79. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 12 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	186
Resim 6.80. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 12 Şubat 2021 tarihli paylaşımlar	187
Resim 6.81. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 13 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	188
Resim 6.82. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 14 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	190
Resim 6.83. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 15 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	191
Resim 6.84. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 16 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	192
Resim 6.85. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 17 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	193
Resim 6.86. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 17 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	194
Resim 6.87. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 17 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	195
Resim 6.88. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 18 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	196
Resim 6.89. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 18 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	197
Resim 6.90. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 18 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	198
Resim 6.91. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 18 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	200
Resim 6.92. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 18 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	201
Resim 6.93. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 18 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	202
Resim 6.94. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 19 Şubat 2021 tarihli paylaşımlar	203

Resim	Sayfa
Resim 6.95. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 20 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	205
Resim 6.96. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 20 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	206
Resim 6.97. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 21 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	207
Resim 6.98. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 22 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	209
Resim 6.99. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 22 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	210
Resim 6.100. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 22 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	211
Resim 6.101. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 22 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	212
Resim 6.102. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 23 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	213
Resim 6.103. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 23 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	214
Resim 6.104. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 23 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	215
Resim 6.105. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 24 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	217
Resim 6.106. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 24 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	218
Resim 6.107. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 24 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	219
Resim 6.108. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 24 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	220
Resim 6.109. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 24 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	221
Resim 6.110. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 25 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	222

Resim	Sayfa
Resim 6.111. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 25 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	224
Resim 6.112. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 26 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	225
Resim 6.113. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 26 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	226
Resim 6.114. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 26 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	228
Resim 6.115. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 26 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	229
Resim 6.116. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 26 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	230
Resim 6.117. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 27 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	231
Resim 6.118. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 27 Şubat 2021 tarihli paylaşım.....	232

KISALTMALAR

Bu çalışmada kullanılmış kısaltmalar, açıklamaları ile birlikte aşağıda sunulmuştur.

Kısaltmalar	Açıklamalar
AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
AGİT	Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Teşkilatı
AI	Uluslararası Af Örgütü
BM	Birleşmiş Milletler
DANIDA	Danimarka Uluslararası Kalkınma Ajansı
DGDC	Belçika Kalkınma İşbirliği Genel Müdürlüğü.
ICI	Uluslararası Hukukçular Komisyonu
IGO	Hükümetlerarası Kuruluşlar
IMF	Uluslararası Para Fonu
INGO	Uluslararası Sivil Toplum Kuruluşları
IOC	Uluslararası Olimpiyat Komitesi
IUCN	Uluslararası Doğayı Koruma Birliği
İKSV	İstanbul Kültür Sanat Vakfı
JICA	Japonya Uluslararası İşbirliği Ajansı
MSF	Sınır Tanımayan Doktorlar Örgütü
MÜSİAD	Müstakil Sanayici ve İş Adamları Derneği
NAFTA	Kuzey Amerika Serbest Ticaret Bölgesi
NATO	Kuzey Atlantik Anlaşması Örgütü
OECD	Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü
OPEC	Petrol İhraç Eden Ülkeler Örgütü
SSCB	Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği
STK	Sivil Toplum Kuruluşu
TİKA	Türkiye İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı
TÜSİAD	Türkiye Sanayici ve İş Adamları Derneği
UNESCO	Birleşmiş Milletler Eğitim Bilim ve Kültür Örgütü
USAID	Amerika Birleşik Devletleri Uluslararası Kalkınma Ajansı

Kısaltmalar**Açıklamalar****WCC**

Dünya Kiliseler Birliği

WFTU

Dünya Sendikalar Federasyonu

WHO

Dünya Sağlık Örgütü



1. GİRİŞ

Küreselleşme kavramıyla birlikte ortaya çıkan kavramlardan bir tanesi de halkla ilişkiler kavramıdır. Halkla ilişkileri, kamu ve halkları arasındaki karşılıklı bilgi alışverişi olarak tanımlamak mümkündür. Gelişen teknolojilerle birlikte bu kavramın anlam ve kapsamında genişleme olmuş, yeni kavramlar ortaya çıkmıştır. Uluslararası halka ilişkiler kavramı bunlardan bir tanesidir. Özellikle gelişen teknoloji ve kitle iletişim araçları zaman ve mekân bağlamını ortamdandır kaldırılmış, sınırları aşmıştır. Bu gelişmelerin sonucu uluslararasılaşma ortaya çıkmıştır. Uluslararasılaşma, halkla ilişkilerin anlam ve kapsamında genişlemeye neden olan gelişmelerden bir tanesidir. Bu gelişme sonucunda da uluslararası halkla ilişkiler kavramı doğmuştur.

Uluslararası halkla ilişkileri, kamunun ülke sınırları dışında kalan halkları ile karşılıklı bilgi alışverişi yapması olarak tanımlamak mümkündür. Bunun yanında uluslararası halkla ilişkiler bir ülkenin dünya kamuoyundaki imajını iyileştirmek amacıyla yürütülen kültürel, ekonomik, sosyal ve siyasi faaliyetleri de kapsamaktadır. Bu noktada uluslararası halkla ilişkilerin en büyük yardımcısı olarak kamu diplomasisi kavramı karşımıza çıkmaktadır. Kamu diplomasisi çeşitli halkla ilişkiler faaliyetlerini içerisinde barındırmakta bir anlamda halkla ilişkilerin alt dalı olarak faaliyet yürütmektedir. Yeni dünya düzeni içerisinde devletlerin geleneksel(resmi) diplomasi faaliyetleri yetersiz kalmaktadır. Dünya üzerinde söz sahibi olmak isteyen devletler, kendilerine geleneksel diplomasi araçlarından farklı olarak kamu diplomasisini benimsemişlerdir.

Kamu diplomasisini toplumdan topluma yapılan sistematik bilgi akışı olarak tanımlamak mümkündür. İlk kez 1965 yılında Edmund Gullion tarafından tanımlanan kamu diplomasisinin esasları ülkelerin yumuşak gücünü kullanmalarına dayanmaktadır. Joseph Nye, temelde kültürel, ekonomik, sosyal ve siyasal değerlere ve dış politikaya dayanan yumuşak güç kavramından 1990 yılında yayınlanan *'Bound to Lead'* kitabında bahsetmektedir. Nye göre *'sert güç'* olarak nitelendirilen askeri müdahaleler, ambargolar yerine; *'yumuşak güç'* olarak ekonomi, kültür-sanat, medya, eğitim, tanıtım, eğitim ve spor uluslararası alanda güçlü bir şekilde yer almak isteyen ülkelerin imdadına yetişmektedir. Öyle ki birçok politikacı, yazar ve araştırmacı bu konuda Nye katılmaktadır. Çünkü devlet dışı bu aktörlerin başka

toplumlar üzerindeki etkisi resmi devlet organları ile yapılan etkinliklerin etkisinden fazladır.

Bu noktada dünya üzerinde söz sahibi olmak ve olumlu imaj oluşturmak isteyen ülkelerin, diğer hükümetlerin kamuoyunu etkilemek ve onları ikna etmek için kamu diplomasisi faaliyetlerine ağırlık verdiği gözlemlenmektedir. Ancak kamu diplomasisinin yapısı gereği tek başına çalışma yürütemeyen hükümetler bu kavramı sivil toplum kuruluşları (STK), vakıf, dernek, özel sektör ve akademik çevrelerle desteklemektedir. Çünkü başarılı bir kamu diplomasisi faaliyeti tüm toplumsal aktörlerin birlikte hareket etmesiyle mümkündür.

Bu çalışmada yukarıda bahsedilen uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi kavramları çerçevesinde Türkiye İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı (TİKA)'nın ülkemiz adına yurt dışında yürütmüş olduğu uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerinin sosyal medya aracı Twitter üzerindeki yansımaları ele alınacaktır.

Çalışmada uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi uygulamalarının sosyal medyaya yansımalarını analiz etmek amaçlanmıştır. Bu bağlamda uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerinin sosyal medyaya (Twitter) yansımaları, akademik literatüre işlenmesi, bu konudaki bilgilerin bir araya toplanabilmesi ve bundan sonra bu alanda yapılacak çalışmalara kaynak olabilmesi adına önemlidir. Bu doğrultuda TİKA'nın ülkemiz adına yurtdışında yürüttüğü uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi çalışmalarını, sosyal medya sitesi Twitter'a yansımaları üzerinden değerlendirilmiştir.

Bu faaliyetler değerlendirilirken TİKA'nın resmi Twitter hesabından (@Tika_Turkey) yapmış olduğu paylaşımlar ele alınmıştır. Bu doğrultuda TİKA'nın resmi Twitter hesabından (@Tika_Turkey) 1 Ocak 2021-31 Ocak 2021 tarihleri arasında 53 tweet ve 1 Şubat 2021-28 Şubat 2021 arasında ise 67 tweet atılmıştır. 1 Ocak 2021 ve 28 Şubat 2021 tarihleri arasında atılan 120 tweet bu çalışmanın kapsam ve sınırlılıklarını oluşturmaktadır. Bu tarihler arasında atılan 120 tweet 'İçerik Analizi' yöntemi ile değerlendirmeye alınmıştır.

2. ULUSLARARASI HALKLA İLİŞKİLER

Küreselleşme kavramıyla birlikte ortaya çıkan kavramlardan bir tanesi de halkla ilişkiler kavramıdır. Halkla ilişkiler, kamu ve hakları arasındaki karşılıklı bilgi alışverişi olarak tanımlamak mümkündür. Gelişen teknolojilerle birlikte bu kavramın anlam ve kapsamında genişleme olmuş, yeni kavramlar ortaya çıkmıştır. Uluslararası halka ilişkiler kavramı bunlardan bir tanesidir. Özellikle gelişen teknoloji ve kitle iletişim araçları zaman ve mekân bağlamını ortamdaki kaldırmış sınırları aşmıştır. Bu gelişmelerin sonucu uluslararasılaşma ortaya çıkmıştır. Uluslararasılaşma, halkla ilişkilerin anlam ve kapsamında genişlemeye neden olan gelişmelerden bir tanesidir. Bu gelişme sonucunda da uluslararası halkla ilişkiler kavramı doğmuştur.

Uluslararası halkla ilişkileri, kamunun ülke sınırları dışında kalan halkları ile karşılıklı bilgi alışverişi yapması olarak tanımlamak mümkündür. Bunun yanında uluslararası halkla ilişkiler bir ülkenin dünya kamuoyundaki imajını iyileştirmek amacıyla yürütülen kültürel, ekonomik, sosyal ve siyasi faaliyetleri de kapsamaktadır.

2.1. Halkla İlişkilerin Yeni Yüzü: Uluslararası Halkla İlişkiler

1960'lı yılların başında konuşulmaya başlanan küreselleşme kavramı özellikle teknolojinin gelişmesi, üretimin artması, ulaşımın kolaylaşmasıyla günümüzde hissedilebilir bir şekilde varlığını ortaya koymuştur. Zaman ve mekânın sıkışması, bağımlılığın artması, sınırların ortadan kalması, güç ilişkilerinin yeniden düzenlemesiyle küresel bir köy haline gelen dünyamızda kavramların anlamında genişleme olması kaçınılmaz olmuştur. Halkla ilişkiler kavramı da bundan nasibini almıştır. Üretim, ulaşım ve dağıtımı kolaylaştıran teknolojiler, özellikle dünya savaşları sonrasında değişen siyasi ve ekonomik dengelerin karşımıza çıkmasıyla küreselleşme olgusu kendisini hissettirmeye başlamıştır. Küreselleşme; sosyal, ekonomik, kültürel, teknolojik ve ideolojik olarak hayatımızda yer almaktadır. Her alana yansması olan ve değişimi kaçınılmaz olan küreselleşmenin halkla ilişkiler üzerinde ve anlamında da değişimi kaçınılmaz olmuştur.

Küreselleşmenin beraberinde getirmiş olduğu sosyal, ekonomik, kültürel, teknolojik ve ideolojik değişimler doğal olarak halkla ilişkileri de etkilemiştir. Çünkü

bu değişimler toplumların yaşam koşullarını, anlayışlarını, tutum ve davranışlarını değiştirmiştir. Öyle ki daha bilinçli hale gelen, bilgi ve hizmetlere kolay ulaşabilen, iknası zor ve katılımcı hedef kitlelerin yanında, kızışan rekabet ortamı ve değişen siyasi dengeler halkla ilişkiler ve iletişim süreçleri yeniden dizayn etmek zorunda bırakmıştır.

Küreselleşme sürecinde farklı beklenti ve geçmişe sahip insan toplulukları, ortak amaç etrafında buluşmak, anlaşmak ve uzlaşmak durumundadır. Bu anlamda iletişimi temel alan halkla ilişkiler faaliyetleri ve küreselleşme arasında bir ortaklık olduğunu söylemek pek de yanlış olmayacaktır. Toplumsal süreçte yaşanan hızlı değişim ve dönüşüm organizasyon sürecindeki yönetme/yönlendirme ilişkilerini de etkilemiştir. Baskı ve şiddet yerine uzlaş ve hoşgörüye dayalı rıza ve onayın yönetsel süreçte önem kazanması, iletişim yönetimini de kapsayan bir kavram olan halkla ilişkileri ön plana çıkarmıştır (Ertürk, 2010, s. 66-68). Küreselleşme halkla ilişkiler endüstrisini etkilediği gibi halkla ilişkiler de küreselleşmenin yayılmasında yardımcı olmuştur (Sriramesh & Vercic, 2007, s. 355). Ronnenberger ve Rühl'e göre halkla ilişkilerin ortaya çıkışında çeşitli faktörler etkili olmuştur. Bilginin topluma yansması, teknolojik gelişmeler, küreselleşmenin genişleyen boyutları, uluslararası rekabet, kitle iletişimin genişlemesi, çeşitli grup ve örgütlerin dünyayı saran bir ağı oluşturması, değişen toplumsal sistemler başlıca faktörlerdir (Okay & Okay, 2007, s. 94-95).

Bununla birlikte küreselleşmenin, halkla ilişkiler alanında bazı avantajları olduğu gibi bazı dezavantajları da bulunmaktadır. Öyle ki farklılaşan kitle, genişleyen paydaş alanı ve değişen kültür yapısı halkla ilişkiler uygulayıcılarını '*uluslararası kamu*' ile iletişime geçmeye zorlamıştır. Bu durumda halkla ilişkilere '*uluslararası*' bir boyut kazandırmıştır. Halkla ilişkilerin uluslararası bir boyut kazanması uluslararası halkla ilişkilerin doğmasına sebep olmuştur.

Halkla ilişkiler uluslararası bir boyut kazandığında işlev ve görevinde çok fazla bir değişiklik olmamıştır. Halkla ilişkilerin uluslararası bir boyut kazanması demek farklılaşan kitle, genişleyen paydaş alanı ve değişen kültür yapısı anlamına gelmektedir. Halkla ilişkileri, bir kamu ya da özel şirketin paydaşları ile itibarının oluşturulması ve korunması amacıyla karşılıklı yürütölen stratejik iletişim süreci olarak değerlendirdiğimizde uluslararası halkla ilişkileri de bu şekilde

değerlendirmemiz pek de yanlış olmaz. Öyle ki devletlerde aynı özel kurumlar gibi hedeflerindeki kitle ve halkları etkilemek ve onlar üzerinde olumlu imaj yaratmak için halkla ilişkilerden faydalanır. Fakat devletler normal kamu ve şirketlerden farklı olarak bu süreci biraz daha kapsamlı ve siyasi, ekonomik, sosyokültürel ve askeri anlamda yapmaya çalışırlar. İşte bu noktada devletler halkla ilişkilerin işlevlerinden olan kurumsal kimlik öğelerinin yerleşimi, medya ile ilişkiler, algı yönetimi, stratejik iletişim gibi bir dizi fonksiyonu yerine getirir. Bu işlevlerin sınır ötesi kamular için yapılması uluslararası halkla ilişkilerin ortaya çıkmasını mümkün kılar.

Uluslararası halkla ilişkileri, halkla ilişkilerden ayıran tek fark uluslararası halkla ilişkileri yürüten kişi ya da kurumların hedef kitlelerinin diğer ulusların içerisinde yer alan kişi, kurum ya da topluluklara hitap etmesidir (Becerikli, 2006, s. 57-58). Bu kurumlar çok uluslu şirketler olabileceği gibi sivil toplum örgütleri, hükümet ya da devlet kurumları da olabilmektedir. Uluslararası halkla ilişkilerde temel amaç organizasyonun uluslararası kamularıyla iyi ilişkiler kurması, anlayış oluşturma ve hedeflerini karşılıklı olarak gerçekleştirmesidir (Köksoy, 2013, s. 399). Tüm bu gereksinimler karşılandığı zaman uluslararası halkla ilişkiler faaliyetlerinin başarıya ulaşması mümkündür.

İçinde bulunduğumuz yüzyılda demokratikleşme artmış bununla birlikte teknoloji ve bilim alanında önemli gelişmeler meydana gelmiştir. Ekonominin genişlemesi, ekonomik birliklerin, blokların kurulması ulus ötesi ticaret ve iletişimin gelişimiyle sonuçlanmıştır. Yeni iletişim teknolojileri, gelişen ticari ağlar, küresel çapta büyüyen şirketler, ticari kuruluşlar, ulusötesi pazarlar dolayısıyla ulusötesi halklarla ilişkiler çalışmalarını da beraberinde getirmek zorunda bırakmıştır (Sriramesh & Vercic, 2008, s. 2; akt. Yıldırım, 2014, s. 49). Tüm bu gelişmeler beraberinde uluslararası halkla ilişkiler faaliyetlerinin ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır.

Uluslararası halkla ilişkiler faaliyetleri; coğrafi, dilsel, kültürel olarak farklı toplumlara yapılan faaliyetlerdir. Uluslararası halkla ilişkiler diğer tüm halkla ilişkiler alanları içinde yönetimi en zor olandır. Ayrıca diğer halkla ilişkiler alanlarından daha kompleks, daha riskli ve sonuçları tahmin edilemezdir (Wakefield, 2008, s. 142; akt. Yıldırım, 2014, s. 49). Bu yüzden uluslararası halkla ilişkiler

alanında çalışacak uzmanların iyi eğitilmiş olması ve coğrafi, dilsel, kültürel olarak farklı toplumlara uyum sağlaması son derece önemlidir.

Teknoloji geliştikçe bireyler, kurumlar ve devletler arasındaki ilişkinin boyutu da değişmekte hızla büyümektedir. Günümüzde halkla ilişkiler alanında faaliyet yürüten profesyoneller değişen ve gelişen ilişkiler kapsamında kendisini geliştirmeli, makro ve mikro düzeyde hazırlık yapmalıdırlar. Öyle ki her insan olayları farklı açıdan değerlendirir. Bu farklılık insanların sosyokültürel çevresinden kaynaklanmaktadır. Sosyokültürel farklılıklar insanların ilişki ve iletişim süreçlerinde farklılıkları ortaya çıkarır. Halkla ilişkiler de bu farklılıklardan etkilenen bir iletişim disiplini. Örneğin batılı kültür daha bireysel etkinliklere dayanırken, Asya tarihi daha fazla ortak çalışmaya dayalıdır. Böyle bir bilgiye sahip olmak halkla ilişkilerin nasıl işine yarar sorusunun cevabı ise oldukça basittir. Bunca ulusal ve kültürel farklılığın bilinmesi her türlü çalışmanın başarısının anahtarı olacaktır (Freitag & Stokes, 2009, s. 4-8; akt. Yıldırım, 2014, s. 49). Tüm bu gereksinimleri karşılayan halkla ilişkiler uygulayıcıları da uluslararası alanda da başarı şansını artıracaktır.

Devlet-devlet diplomasinin kabuk değiştirdiği günümüzde algı yönetimi ve diğer devletlerin halkları üzerinde olumlu imaj yaratma çabası konusunda halkla ilişkiler profesyonellerine büyük iş düşmektedir. Öyle ki söz konusu bir devletin imajı olduğunda sınırlılık, meşruluk, güvenilirlik ve metodoloji son derece önemlidir. Çünkü halkla ilişkiler profesyonelleri gelişen teknoloji ve artan küreselleşme baskısıyla birlikte uluslararası ve kültürlerarası çevrelere dahil olmaktadır. Bu noktada uluslararası halkla ilişkileri çok uluslu şirketlerle sınırlamak doğru değildir. Uluslararası halkla ilişkiler, kamu diplomasisi ve siyasal ilişkiler bağlamında da devletlerin yardımına yetişmektedir. Bu kapsamda uluslararası halkla ilişkiler, uluslararası organizasyonlar, hükümetler arası ilişkiler, çok uluslu ve küresel şirketler ve farklı ülkelerin halkları arasındaki ilişkileri de kapsamaktadır.

Ticaret ve politikanın uluslararası boyut kazanmasıyla birlikte halkla ilişkilerinde ‘uluslararası’ ya da ‘küresel’ hale geldiği herkesin bildiği bir gerçektir (Vercic, Gruing, & Grunig, 2009, s. 32). Halkla ilişkiler faaliyetlerinin uluslararasılaşmasında küreselleşme ve iletişim alanındaki teknolojik gelişmeler önemli rol oynamıştır. Günümüzde başta hükümetler olmak üzere, şirket ve örgüt

gibi yapılar uluslararası kamularla iletişim faaliyetlerini yürütmek için kendi içerisinde bulunan halkla ilişkiler birimlerinden faydalanmakta, ya da uluslararası alanda hizmet veren halkla ilişkiler kuruluşlarından yardım almaktadır (Köksoy, 2013, s. 337). Bu kuruluşlar uluslararası alanda halkla ilişkiler konusunda yardım aldıklarında faaliyetlerinin başarıya ulaşma şansını artırmaktadır.

Küreselleşmeyle birlikte uluslararası halkla ilişkilerin önemi daha da artmıştır. Önemi bu kadar artan bir gücün nasıl kullanılacağı da çok büyük önem arz etmektedir. İletişim günümüzde birçok alanı etkileyen önemli bir stratejik bir güçtür. Bu bağlamda halkla ilişkileri de önemli bir iletişim faaliyeti olarak kabul ettiğimizde, elimizdeki bu gücü doğru kullanmamız faydamıza olacaktır. Doğru zamanda, doğru kararlar almak, bilgiyi etkin kullanma ve proaktif davranmak küresel rekabette hem ülkelere hem de şirketlere önemli faydalar sağlanmaktadır (Yılmaz & Güney, 2011, s. 337).

Vercic, Grunig ve Grunig (1995) mükemmellik teorisine dayanarak uluslararası halkla ilişkiler için 10 temel prensip belirlenmiştir. Bu prensipleri şöyle sıralamak mümkündür; (Vercic D. , 2008, s. 482; akt. Yıldırım, 2014, s. 51)

- a) Halkla ilişkiler stratejik yönetimin içindedir.
- b) Halkla ilişkiler baskın koalisyondan veya yönetici kadroya rapor verme ilişkisinden güç alır.
- c) Halkla ilişkiler fonksiyonu entegredir, halkla ilişkiler departmanları, tüm departmanları koordine etme mekanizmasına sahiptir.
- d) Halkla ilişkiler diğer fonksiyonlardan farklı bir yönetim fonksiyonudur.
- e) Halkla ilişkiler departmanlarının başında teknisyenler değil, yönetici vardır.
- f) Halkla ilişkilerin iki yönlü simetrik modeli kullanılır.
- g) İç iletişimde simetrik sistem kullanılır.
- h) Yönetici rolü ve simetrik halkla ilişkiler için bilgi potansiyeline sahiptir.
- i) Tüm roller çeşitlilik içerir; cinsiyet, ırk, etnik köken, kültürel yapı gibi.
- j) Mükemmellik için kurumsal bir ortam vardır.

Bu prensiplerin uygulaması Slovenya’da gerçekleştirilmiş ve genel modelin geçerliliği kanıtlanmıştır. Rhee’nin (2002) Güney Kore’de bu prensiplerin uygulanmasında benzer sonuçlara ulaşmıştır (Yıldırım, 2014, s. 51). Bu sonuçların iki farklı coğrafya ve kültürde uygulanması bu prensiplerin genel ve geçerliliğini

sağlamlaştırmıştır. Bu prensipler uluslararası halkla ilişkiler faaliyetlerinin başarıya ulaşabilmesi için son derece önem arz etmektedir.

2.2. Uluslararası Halkla İlişkilerin Aktörleri

Küreselleşmeyle birlikte dünya anlayışı değişmiş; çoklu katılım, çoklu politika ve çok kültürlülük kavramları ortaya çıkmıştır. Bu kavramların ortaya çıkmasıyla aynı güçte olmasalar bile birçok ülkenin sesini dünyaya duyurabilmesi halkla ilişkiler ile mümkün olmuştur. Bu yüzden içinde bulunduğumuz dönemde sadece devletlerden mutlak güç olarak bahsetmek mümkün değildir. Halkla ilişkilerin ortaya çıkmasıyla farklı güç ve fonksiyonlara sahip aktörler ortaya çıkmıştır. Bu aktörler yeni dünya düzeninin oluşmasında ve bunun devam etmesinde birtakım roller üstlenmektedir. Bilindiği üzere halkla ilişkiler faaliyetlerinin gerçekleşebilmesi için kurum, devlet, örgüt gibi sistematik bir yapının olması şarttır. Bu yapıların olması bir amacı, iletişimi ve etkileşimi zorunlu kılar. Bu zorunluluk da halkla ilişkiler yönetimini etkin kılar. Halkla ilişkiler yönetimi devletler arası bir hal aldığı anda ise uluslararası halkla ilişkilerden bahsetmiş oluruz. Uluslararası halkla ilişkileri etkileyen bir çok aktör bulunmaktadır;

Devletler: Uluslararası halkla ilişkilerin en önemli aktörlerinden birisi devletlerdir. Günümüz itibariyle dünya üzerinde Birleşmiş Milletler (BM) tarafından tanınmış, 206 devlet bulunmaktadır (Wikipedia, 2020). Bal, Sütçü ve Silinir'e göre; birbirini etkileyen, yönlendiren ve politikaları uluslararası seviyede etkileyen birimlere 'aktör' denilebilir. Dolayısıyla devletlerde uluslararası siyasetin en önemli aktörleridir (Bal, Sütçü, & Silinir, 2008, s. 23-26). Devletlerin öncelikli amacı varlığını korumak, bütünlüğünü savunmak ve dışarıdan gelebilecek her türlü tehlikeye karşı vatandaşlarının güvenliğini sağlamaktır.

Arı'ya göre ise geleneksel yaklaşımda devlet, uluslararası politikanın temel aktörüdür ve uluslararası politikadan kasıt ise resmi organlar aracılığıyla devletler arası yürütülen siyasal ilişkilerdir. Buna göre uluslararası politika, devletler arası yürütülen siyasal faaliyetlerdir. Uluslararası hukukun muhatabı devletler olduğu gibi politikanın muhatabı da devletlerdir. Bu bağlamda devlet, uluslararası politikanın tek aktörü olarak kendi gücü ve amaçları doğrultusunda bir takım eylemlerde

bulunmaktadır (Arı, 2011, s. 69). Devletler meşruluğunu sağlamak ve devam ettirebilmek için uluslararası alanda etkin olarak rol oynaması gerekmektedir.

Bu eylemlere örnekler verecek olursak; uluslararası alanda kabul görmek için gücünü arttırmak, ekonomisini güçlendirmek ve itibarını arttırmak için çalışmalar yapmak devletlerin yaptığı çalışmalardır. Devletten devlete değişkenlik ve çeşitlilik gösterse de devletlerin dış dünyaya yönelik politikaları genellikle devletin varlığını koruma ve savunma, güvenliğini sağlama, ulusal gücünü arttırma, ulusal prestij sağlama, ideoloji ve gücün korunması ve güçlendirilmesidir. Morgentahau'ya göre devletler; prestij politikası, statüko politikası ve yayılma (emperyalizm) politikası şeklinde üç tür dış politika stratejisi izleyebilirler. İlki devletin sahip olduğu gücü göstermek için yaptığı girişimleri, ikincisi sahip olduğu gücü sürdürmek için yaptığı girişimleri, üçüncüsü ise sahip olduğu gücü arttırmak için yaptığı girişimleri ifade etmektedir (Kenar & Örnek, 2008, s. 153).

Morgentahau'nın ayrımında bahsettiği prestij politikası, halkla ilişkilerin temel görevi olan itibar ve imaj yönetimi ile yakından alakalıdır. Öyle ki dış politika çerçevesinde değerlendirilebilecek prestij politikasını uluslararası ilişkiler ve uluslararası halkla ilişkiler yönünden değerlendirmek son derece önemlidir. Çünkü uluslararası ilişkiler ve uluslararası halkla ilişkiler ortak amaçlara hizmet ettiği zaman devletin politikalarını ve ulusun dış dünyaya yansımalarından sorumludur.

Devletin kendi varlığı dışında, yönetim kadrolarını oluşturan hükümetler ve onların aldığı kararlar, oluşturduğu politikalar, uluslararası politikada etki yaratmaktadır. Demokratik ülkelerde belli aralıklarla yapılan seçimlerde çoğunluğu kazanan tek parti ya da çoğunluğun olmadığı durumlarda kurulan koalisyon hükümetleri, yani siyasi iktidarlar ülkeleri yönetir (Aziz, 2007, s. 23). Bu kapsamda siyasal iktidarların almış olduğu kararlar, izlediği politikalar uluslararası süreçleri etkileyip, değiştirme gücüne sahiptir.

Öyle ki 2. Dünya savaşı sonrası ortaya çıkan durumla birlikte, ulusların birbiriyle olan iletişiminde durumun niteliği ve boyutu değişmiştir. Uluslararası ilişkilerde meydana gelen değişimler, ülkeler arasında artan karşılıklı bağımlılık, sanayileşme devriminin ülkelerin müdahale edilebilir bir hale getirmesi, ulaşım ve haberleşme alanında yaşanan değişimler, küreselleşmenin yaygınlaşması, silah sanayinin ve savaş stratejilerinin gelişimiyle süper devletlerin bile saldırıya açık hale

gelmesiyle iç içe geçmiş bir dünyada devletlerin mutlak egemenliğinden bahsetmek mümkün değildir (Bal, Sütçü, & Silinir, 2008, s. 27-31).

Yaşanan bu gelişmeler karşısında devletlerin ya da devlet dışı örgütlenmelerin oluşumu engellenemez bir hal almıştır. Teknoloji, ulaşım, iletişim, ekonomi, kültür gibi alanlarda çalışmaların artmasıyla hükümetler dışı birçok oluşum ortaya çıkmıştır. Çok uluslu şirketler, baskı grupları, hükümetlerin temsil edildiği örgütler ve doğrudan temsil edilmediği örgütler hatta bireylerin bile doğrudan etkilediği uluslararası bir süreçten bahsetmek mümkündür.

Arı'nın aktardığı örnekler bakacak olursak, 1974 sonrası süreçte Mısır ile İsrail'in yakınlaşmasında Kissenger'in rolü ve 1978'de Camp David Anlaşması ile sonuçlanan Başkan Carter'ın kişisel başarısı etkili olmuştur. Hitler, Musollini ve Saddam'ın dünya politikasını belirleyen tutumları ve ülkelerini felakete sürüklemeleri bireylerin önemini göstermektedir (Arı, 2011, s. 72). Ülkeleri yöneten bireyler tarihe yön verebilecekleri gibi geleceğin akışının da değişimine katkı sağlamaktadır. Bu değişim olumlu olabileceği gibi olumsuz etki etmesi de muhtemeldir.

Yakın tarihte ülkemiz adına örnek verecek olursak, 30 Ocak 2009 tarihinde İsviçre'nin Davos kasabasında Dünya Ekonomik Formu kapsamında bir araya gelen İsrail Başbakanı Perez ile Başbakan Recep Tayyip Erdoğan Gazze konulu panelde uluslararası ilişkilerde 'One Minute' krizi olarak yansıyan bir tartışma yaşamıştır. Bu tartışmadan sonra özellikle Arap dünyasından Başbakan Erdoğan'a karşı oldukça olumlu tepkiler gelmiş Arap ülkelerinin ülkemize yaklaşımı daha olumlu bir seyir almıştır. Görüldüğü üzere bireylerin duruşları ülkelerin uluslararası alandaki süreçlerini etkileyebilmektedir.

Uluslararası Kuruluşlar: Uluslararası kuruluşlar devletlerin bir araya gelerek oluşturmuş olduğu örgütlenmelerdir. Genellikle bu örgütlenmeler bir çıkara, amaca yönelik olarak oluşturulmaktadır. Coğrafi yakınlığı sebebiyle bir araya gelebilecekleri gibi belli bir amaç uğrunda bir araya gelen oluşumlarda mevcuttur. Sönmezoglu'nun ifadesine göre; Birleşmiş Milletler (BM), bütün dünyada büyük yıkımlara yol açan savaş tehlikesinden korunmak için ne türden hukuksal ve örgütsel düzenlemelerin gerektiği konusunda o güne kadar görülen en kapsamlı uluslararası örgütlenme olarak ortaya çıkan Milletler Cemiyeti bu çaba ve çalışmalar için adeta

bir ‘laboratuvar’ görevi görmüştür (Sönmezoğlu, 2005, s. 12). Bu doğrultuda BM, dünya üzerinde gerçekleşebilecek olası büyük savaşları önlemek, ülkelerin birbirleri arasında ortaya çıkan anlaşmazlıkları çözme konusunda bir araya gelen geniş katılımlı uluslararası bir kuruluştur.

Bal, Sütçü ve Silinir’in ifadesine göre ise; uluslararası kuruluşlar, uluslararası faaliyetler konusunda devletten sonra en önemli aktörlerdir. Küreselleşmeyle işbirliği artmış, ortak bilinç doğmuş ve devletlerarası ortak örgütlenme kolaylaşınca, birçok devlet ya da devlet vatandaşları arasında uluslararası örgütler kurulmuştur. Günümüzde modern toplumların ihtiyacının karşılanmasında yetersiz kalınması bu oluşumların bir araya gelmesine ve birlikte çalışmasına ortam hazırlamıştır. Bu nedenle başta güvenlik olmak üzere; siyasal, ekonomik, toplumsal ve kültürel alanda uluslararası örgütlenmelerin kurulması zorunlu hale gelmiştir. 2000’li yıllarda hükümetler arası örgütlerin (Intergovernmental Organizations-IGO) sayısı 240 olurken, hükümetler dışı uluslararası örgütlerin sayısı 37.281’e ulaşmıştır (Bal, Sütçü, & Silinir, 2008, s. 35-38). Yukarıda da bahsedildiği üzere bu oluşumların bir araya gelmesindeki en önemli sebep modern toplumların başta güvenlik olmak üzere artan siyasi, ekonomik, toplumsal ve kültürel ihtiyaçlarının giderilmesidir.

Günümüz dünyasında devletler arasındaki anlaşmazlıkları çözmek üzere birtakım oluşumlar ortaya çıkmıştır. İki veya daha fazla bağımsız devletin bir araya gelerek, belli bir anlaşma zemini üzerine oluşturduğu, siyasi etkileşimi esas alan hükümetler arası örgütler kurumsal bir yapıdadır. Bu örgütlerin muhatabı yalnızca devletlerdir (Bal, Sütçü, & Silinir, 2008, s. 36). Bu oluşumlar bir araya gelirken belirli kriterlere göre bir arada bulunmaktadır. Bunu coğrafi kriterleri esas alan örgütler ve amaçlarına göre bir araya gelen örgütler olarak tanımlamamız mümkündür.

Uluslararası kuruluşları 2 kritere göre sınıflandırmak mümkündür.

- Coğrafi Kriteri esas alan örgütler;
 - ✓ Global Örgütler (IMF – Uluslararası Para Fonu, UN- Birleşmiş Milletler, WHO- Dünya Sağlık Örgütü, UNESCO- Birleşmiş Milletler Eğitim Bilim ve Kültür Örgütü),

- ✓ Evrensel Örgütler (OPEC-Petrol İhraç Eden Ülkeler Örgütü, OECD-Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü),
- ✓ Bölgesel Örgütler (NATO- Kuzey Atlantik Anlaşma Örgütü, AB-Avrupa Birliği, NAFTA-Kuzey Amerika Serbest Ticaret Bölgesi, AGİT (Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Teşkilatı) şeklinde üçe ayrılmaktadır (Arı, 2011, s. 81-82).
- Amaçlarına göre örgütler;
 - ✓ Sosyal Amaçlı Örgütler (Dünya Sağlık Örgütü-WHO, UNESCO, UNICEF vb),
 - ✓ Askeri Amaçlı Örgütler (NATO vb),
 - ✓ Ekonomik Amaçlı Örgütler (IMF, OECD, OPEC vb) gibi ayırmak mümkündür (Yıldırım, 2014, s. 59).

Devlet Üstü Kuruluşlar (Hükümet Dışı Örgütler): Değişen dünya düzeniyle birlikte sınırlar ortadan kalmıştır. Bu düzen ile birlikte devletleri kontrol edip gerektiğinde onlara kısıtlama getirebilmek için devlet üstü kuruluşlar (hükümet dışı örgütler) ortaya çıkmıştır. Bu oluşumlar İngilizce de International Non-governmental Organizations-INGO şeklinde adlandırılmıştır. Salamon ve Anheier'e göre, yirminci yüzyılın buluşu sivil toplum ve sivil toplumun oluşturduğu devlet üstü kuruluşlardır (hükümet dışı örgütlerdir) (Salamon & Anheier, 1997, s. 60). Çünkü devlet üstü kuruluşlar (hükümet dışı örgütler), uluslararası ilişkilerde faaliyetleri etkileyen bir diğer aktördür. Küreselleşmeyle birlikte devlet üstü kuruluşlar (hükümet dışı örgütler)'ın sayısı hızla artmıştır. Bu durumda küreselleşmenin etkisi yadsınamayacak kadar fazladır. Öyle ki artan karşılıklı bağımlılık ve toplumların gereksinimleri ve bunun sonucu ortaya çıkan, denetim sıkıntısı ulus aşırı örgütlerin ortaya çıkmasına olanak sağlamıştır. Devlet üstü kuruluşlar (hükümet dışı örgütler); etnik, dini, kültürel, ekonomik, ticari, mali, eğitim, turizm ve spor gibi birçok alan ve konuda kendini göstermektedir. Devlet üstü kuruluşlar (hükümet dışı örgütler) söz konusu olduğunda ulusal düzeyde faaliyet gösteren örgütlerin üyeleri aynı ülke vatandaşı olup, faaliyetleri o ülke coğrafyasında kalırken üyelik anlamında bir ulusallıktan söz edilemeyeceği gibi faaliyetleri de ülke sınırlarını aşmaktadır (Arı, 2011, s. 86-87). Bu kuruluşlar devlet üstü kuruluşlar oldukları için hükümetlerin

politikalarını denetleme ve toplumun aksayan yönlerini tespit ederek bunların onarılması için çaba göstermektedir.

Küreselleşme olgusuna hazırlıksız yakalanan devletler sermaye hareketleri, çevre sorunları, göçler, bulaşıcı hastalıklar, küresel ısınma, insan hakları, uyuşturucu, yoksulluk gibi küresel sorunlarla başa çıkmada zorlandıkça, uluslararası hükümet dışı örgütlenmelere artan bir şekilde bağımlı olmaya başlamışlardır. Bu örgütler günümüzde insanlığın ortak çıkarını koruyup kollayacak ve küresel yönetim sorununu çözmek için çaba harcamaktadır. Bir noktada bunu da başarabilmektedirler. Öyle ki uzmanlıkları ve devletleri ikna edecek araçları kullanarak hükümetlerin ortak sorunlarına ortak bölenler üzerinden anlaşmaya ikna etmektedirler (Başlar, 2008, s. 413). Uluslararası hükümet dışı örgütlenmeler bu noktada önem arz etmektedir. Çünkü hükümetlerin denetlenmesi ve aksayan yönlerinin tespit edilerek bunlara çözümler üretilmesi her şeyden önemlisi farklı hükümetlerin ortak paydada buluşturulması çabası dünya barışı açısından dikkate değer bir çalışmadır.

Bu aktörler sosyal, ekonomik, kültürel, siyasal amaçlarla kurulan örgütler ve çok uluslu şirketler diye ikiye ayırmak mümkündür. İlk gruptakiler uluslararası düzeyde faaliyet gösteren özel kişilerin ve grupların veya bunların iş birliğinden doğan kuruluşlardır. Uluslararası örgütlerden farklı olarak bunların üyeleri devletlerden ziyade bireyler veya kamusal olmayan diğer örgütlenmelerdir ve bunlar uluslararası örgütlenmeler gibi devletler arasında yapılan anlaşmalarla kurulmazlar. Ancak ulusal düzeyde faaliyet gösteren çıkar grupları gibi devletlere kendi çıkarları doğrultusunda baskı yaparlar. Dünya Sendikalar Federasyonu (WFTU), Uluslararası Olimpiyat Komitesi (IOC), Dünya Kiliseler Birliği (WCC), Uluslararası Af Örgütü (AI), Uluslararası Hukukçular Komisyonu (ICI), Sınır Tanımayan Doktorlar Örgütü (MSF) bu grup aktörlere örnek verilebilir (Arı, 2011:88-89).

Global açıdan büyük önem taşıyan hükümet dışı ve devlet üstü kuruluşların yürüttüğü uluslararası halkla ilişkiler kampanyaları istenilen sonuçların alınmasını mümkün kılması açısından büyük önem taşımaktadır. Bu örgütler öyle güçlülerdir ki uzmanlaştıkları konular hakkında en güncel ve ayrıntılı bilgilere sahiptirler. Bu bilgiler bünyelerinde bulunan uzman kişiler tarafından işlenir ve ihtiyacı olan hükümetlerle paylaşılır. Teknolojinin yardımıyla medya ve internetin gücünden

yoğun olarak faydalanan bu örgütler, günümüz dünyasında bu tür kuruluşlar farklı millet ve devletlerden çok sayıda insana ulaşmak için ses getiren kampanyalar düzenlemekte ve kamuoyunun dikkatini çekerek istenen değişikliği yaratmaya çalışmaktadır. Örneğin Uluslararası Doğayı Koruma Birliği (IUCN) ve Greenpeace'in 1980'lerde gösterdiği çabalarla Antarktika bir dünya parkı haline gelmiştir. 1991'de Shell'in Brent Spar adlı petrol platformunun batırılması konusunda Greenpeace'in yaptığı eylemler tüm dünyada oldukça ses getirmiştir. 1980'lerde Uluslararası Kızılhaç Teşkilatı ve birtakım uluslararası hükümet dışı örgütlerin başlattığı kara mayınlarının yasaklanmasına ilişkin harekete destek veren örgüt sayısı 1996'da 40 ülkeden, 600 örgütü içine alan dev bir yapıya dönüşmüş, devletlerin gündeminde daha sık görüşülür hale gelmesiyle sonunda 1997'de 155 devlet ve çok sayıda örgüt tarafından sözleşmeye son şekli verilmiştir (Başlar, 2008, s. 414-420). Bu nedenle de devlet üstü kuruluşlar (hükümet dışı örgütler), uluslararası halkla ilişkiler kavramının önemli aktörlerinden birisidir. Bir aktör olarak devlet üstü kuruluşlar (hükümet dışı örgütler), dünya üzerinde barışı sağlayabileceği gibi hükümetlerin anlaşılmadıkları noktalarda ortak noktalar bularak gerekli çözümlerin üretilmesinde öncü olarak faaliyet gösterebilirler.

Çok Uluslu Şirketler: Uluslararası politikaları, ekonomik, sosyal ve kültürel yapıyı etkileyen diğer aktörler de çok uluslu şirketlerdir. Küreselleşme ve liberalizmle birlikte gelişen serbest piyasa ekonomisi sonucunda ülkeler arasındaki sınırlar ortadan kalkmış dünya birçok çok uluslu şirket için ortak bir pazar haline gelmiştir. Düşük maliyet ve ücret politikaları kimi şirketlerin üretim merkezlerini farklı ülkelere kaydırmasına olanak sağlamıştır. Bu durum şirketlerin az gelişmiş toplumların ekonomileri üzerinde söz sahibi olmalarına olanak sağlamıştır. Dünya ekonomisi temel dinamikleri bakımından ülke ülke değerlendirilmek yerine uluslararasılaşmış ve kontrol edilemeyen piyasa güçlerinin hakimiyeti ve etkisi altına girmiştir. Böylece dünya ekonomisi yerel düzeyden çıkıp global bir şekle bürünmüştür. Çok uluslu şirketler başlıca aktörleri ve değişim temsilcileri de hiçbir ulus-devlete bağlı olmayan kimi kez bu ulus devletlerden bile daha güçlü olan küresel piyasa anlayışına göre konumlanan ulus ötesi firmalar olarak karşımıza çıkmıştır (Yıldırım, 2015, s. 61). Bu firmalar, ekonomi üzerinde söz sahibi oldukları için özellikle gelişmemiş ve gelişmekte olan ülkelerin aldığı kararları etkilemede önemli roller oynayabilmektedir.

Çok uluslu şirketler için literatüde yapılmış bir çok tanım bulunmaktadır. Perlmutter (1969); yönetim tarzına bağlı olarak, dünya merkezli, çok merkezli ve tek merkezli olmak üzere bir işletmenin çok ulusluluğunun yöneticilerinin dünya merkezli düşünilme yeteneğine bağlı olduğunu vurgulamıştır. Frayeweather (1978) ise; çok uluslu bir işletmenin tek ayırt edici özelliğini işletmenin iki veya daha fazla ülkede faaliyet göstermesine bağlamıştır (Helvacıoğlu, 2007, s. 4) .

Seyidoğlu'na göre ise, çok uluslu şirketleri; bir ana merkez ile ona bağlı çeşitli ülkelerde üretimde bulunan ve ana merkezin denetimi altındaki şubelerin oluşturduğu bir bütün olarak tanımlamak mümkündür (Seyidoğlu, 2002, s. 99).

Çok uluslu şirketlerin dünya ekonomisi üzerinde as oyuncu haline gelmeleri küreselleşmeyle birlikte ortaya çıkmıştır. Yani bir anlamda bu durum küreselleşmenin bir sonucudur. Çünkü küreselleşmiş bir ekonomi çok uluslu şirketleri ortaya çıkarır. Ulus ötesi şirket, uluslararasılaşmış bir yönetimi olan dünyada en güvenli ya da en yüksek kazancın olduğu yerlere yerleşmeyi veya taşınmayı en azından potansiyel olarak uman özel bir ulusal kimliği olmayan gerçekten serbest olan sermayedir (Hirst & Thommpson, 2007, s. 37).

Çok uluslu şirketler ulusal sınırlar arasında mal ve hizmet üretir, ürettiği mal ve hizmetleri pazarlar ve dağıtır, fikirleri, zevk ve teknolojileri dünyanın her yanına yayar ve global ölçekçe planlar yapıp global stratejilerini hayata geçirir. Bu şirketler üretim, finans, teknoloji, güvenlik, enerji ve ticaret başta olmak üzere global ekonomik yapının tümünde belirleyici rol oynarlar (Aktan & Vural, s. 5). Bu firmaların oynadıkları roller faaliyet gösterdikleri ülkelerin ve küresel ekonominin yönünü belirler. Bu etki olumlu yönde olabileceği gibi olumsuz yönde de seyretmeye eğilimli olabilmektedir.

Arı, bugün diğer ülke hükümetleriyle doğrudan ilişkiye girebilecek kadar güçlü olan çok uluslu şirketlerin ekonomik amacın ötesinde bir güce sahip olduklarını belirtmektedir. Arı, General Motors, Ford, BP, Exxon-Mobil, Shell, Chrysler, Unilever, Coca-Cola, Microsoft gibi şirketlerin bugün çok sayıda devletten daha zengin olduklarına vurgu yapmaktadır (Arı, 2011, s. 90). Bu zenginlik doğal olarak dünya üzerindeki politikalara yön verebilmektedir.

Çok uluslu şirketler faaliyet gösterdikleri yerlerde ülkelerin kültürel, ekonomik, yasal ve toplumsal boyutuna uyum sağlamaya özen göstermeye

çalışmaktadırlar. Bir anlamda global düşün yerel yaşam felsefesi ile güçlerini arttırarak yaşamlarını devam ettirmektedirler.

Uluslararası Halkla İlişkiler Ajansları: Bilindiği üzere halkla ilişkiler paydaşlarının sesini duyurmak, itibar kazanmak, dış politikada başarılı olmak, yumuşak güç kapsamında etkili bir kamu diplomasisi yürütmek gibi görevleri vardır. Devletlerin bunu kullanabilmesi için uluslararası halkla ilişkiler alanında faaliyet yürüten ajanslara ihtiyacı vardır. Çünkü bu ajanslar yapmış oldukları çalışmalar ile alanda tecrübe sahibi olmuş ve teknik olarak donanımlı hale gelmişlerdir. Bu yüzden uluslararası halkla ilişkilerin son aktörü olarak bu ajansları saymamız pek de yanlış olmayacaktır. Bu ajanslar yapmış oldukları çalışmalarda, faaliyet yürütülen ülkenin kültürel yapısını dikkate alıp iletişim faaliyetlerini sınırların ötesine taşımaktadırlar. Dünya üzerinde faaliyet yürüten bu ajanslara birkaç örnek vermemiz gerekirse Ketchum, Weber Shandwick, Edelman gibi şirketleri sayabiliriz. Bu şirketler devletler adına faaliyet yürütmekte ve uluslararası alanda halkla ilişkiler faaliyetlerini yaygın hale getirmektedirler.

Küreselleşmeyle birlikte yeni aktörler piyasaya çıkmış, sosyoekonomik dengeler değişmiştir. Sancar'a göre; bu yeni aktörlerin küreselleşme ile önemlerinin artması, kimilerinin rollerinin değişmesi, diplomatik iletişimi de etkilemektedir (Sancar, 2012, s. 23). Bu nedenle uluslararası alanda söz sahibi olmak için halkla ilişkiler ajanslarının etkinliği son derece önemli bir hal almıştır.

2.3. Uluslararası Halkla İlişkileri Etkileyen Unsurlar

Bilindiği üzere halkla ilişkiler içinde bulunduğu ortamdan etkilenen ve bu ortamı etkileyen bir olgudur. Öyle ki halkla ilişkileri kamu ve halkları arasındaki stratejik iletişim süreci olarak değerlendirdiğimizde bu iletişim sürecini etkileyen birtakım faktörler ortaya çıkmaktadır. Bu faktörler halkla ilişkiler uygulamalarına yön vermekte ve sürecin düzenlenmesinde etkili rol oynamaktadır. Küreselleşme ile karşımıza çıkan uluslararası halkla ilişkiler kavramı da bu durumdan nasibini almaktadır. Halkla ilişkiler uygulamalarının başarıya ulaşması için içinde bulunulan durumun tespiti ve duruma göre yol haritası belirlenmesi çok önemlidir. Bu noktadan hareketle küreselleşme ile kitlesini genişleten kamuların uluslararası halkla ilişkiler faaliyetleri yürütürken birtakım faktörleri dikkate almasında fayda vardır. Bu

noktada uluslararası halkla ilişkiler projelerinin uygulanacağı ülkelerin değerleri, kültürleri ve şartları son derece önemlidir. Okay ve Okay'a göre insanların iletişim ve teknolojik alanlarda ortaya çıkan yeniliklerden ve gelişmelerden faydalanarak ortak araçları kullanmalarına rağmen sahip oldukları değerler, inançlar ve kültürler nedeniyle bir ülkede uygulanan halkla ilişkiler programının başka bir ülkede uygulanması halinde daha az başarılı olacağı ya da tamamıyla başarısız olacağını söylemek mümkündür (Okay & Okay, 2001, s. 268). Bu nedenle bir ülkenin halkla ilişkilerini etkileyen çevresel faktörler (coğrafik konumu, siyasal, ekonomik, hukuki, medya yapısı vs.) halkla ilişkiler pedagojisinde göz ardı edilemez (Pratt & Ogbondah, 1996, s. 391). Uluslararası halkla ilişkiler alanında faaliyet yürütecek kişi ve kurumların bu parametreleri dikkate alması gerekmektedir. Bu parametreleri dikkate alan kişi ve kurumların başarıya ulaşma şansı son derece yüksektir.

Halkla ilişkiler uygulayıcıları, uluslararası alanda faaliyet göstermek istediği zaman birçok değişkeni dikkate almak zorundadır. Çünkü ülkelerin kültürleri ve buna bağlı olarak değişen çevresel yapıları söz konusudur. Halkla ilişkiler için bu durumun farkında olmak ve ona göre çözümler üretmek başarıya ulaşmak için gereken yol haritasının belirlenmesinde yardımcı olacaktır. Zaharna'ya göre; halkla ilişkileri etkileyen 3 unsur bulunmaktadır. Bu unsurları;

- a) Ülke Profili,
- b) Kültür Yapıları ve
- c) İletişim Profili şeklinde sıralamamız mümkündür (Zaharna, 2001, s. 137-143). Tahmin edilebileceği gibi bu unsurlar birbiriyle etkileşim içerisindedir.

2.3.1. Ülke Profili

Halkla ilişkiler, uluslararası alanda faaliyet göstermek istediği zaman birçok değişkeni dikkate almak zorundadır. Çünkü ülkelerin kültürleri ve buna bağlı olan çevresel değişkenleri söz konusudur. Halkla ilişkiler uzmanı, bir ülkede halkla ilişkiler stratejilerini belirlerken, uluslararası ve kültürlerarası prensipler ile o ülkedeki çevresel değişkenleri göz önünde bulundurmalıdır. Culbertson ve Chen'in çalışmasında belirtildiği üzere, bir ulusun politik sistemi ve kültürü, halkla ilişkiler uygulamasını şekillendirmeye yardımcı olur (Culbertson & Ni, 1996, s. ix; akt. Karakaya, 2006, s. 10). Bu durum organizasyonun tüm aşamalarında geçerlidir.

Halkla ilişkiler uygulayıcıları bu parametreleri dikkate almak zorundadır. Sriramesh ve Vercic ise organizasyonun küresel süreçleri değerlendirirken, belirli ülkelerde kültürel, ekonomik ve politik farklılıklar dikkate alınarak stratejiler geliştirilmesinin yararlı olacağını ifade etmişlerdir (Sriramesh & Vercic, 2004, s. 4; akt. Karakaya, 2006, s. 10). Politik, kültürel ve ekonomik farklılıkların dikkate alınmasıyla geliştirilecek projelerin başarıya ulaşma şansı daha fazladır. Bu projelerin başarıya ulaşması organizasyonun başarısına katkı sağlayacaktır.

Culbertson ve Chen, uluslararası halkla ilişkileri etkileyen toplumsal faktörleri; toplumsal sınıflar, politik sistem, medya güvenilirliği, bireylerin bağlılığı, kişisel ilişkilerin doğası, ekonomik gelişme, ulus inşasının aşaması, kültür ve uyum düzeyi, sömürgecilik sonucu ortaya çıkan elit tabakanın var veya yok oluşu olarak betimlemiştir (Culbertson & Ni, 1996, s. ix-x; akt. Karakaya, 2006, s. 10). Culbertson ve Chen bu betimlemesi dikkate alındığında toplumu etkileyen asıl faktörün toplumsal süreçlerin kendisi olduğu görülecektir. Bu süreçleri toplumu oluşturan insanlar tarafından ortaya çıkarılır, devam ettirilir ve sonlandırılır. Bu süreçlerin devamlılığı söz konusu etkinliğe katılan insanların sayısı ile doğru orantılıdır.

Bir ülkenin profilinin belirlenebilmesi için sosyal bilimler alanında birçok çalışma yapılmıştır. Bu çalışmalar ülkelerin kültürünü anlamak ve o ülkelerde yürütülecek iletişim stratejilerinin belirlenmesinde önemli roller üstlenmiştir. Zaharna 2001 yılında yürütmüş olduğu *'An 'In-Awareness' Approach to International Public Relations'* isimli çalışmasında 1991 yılında bu alanda çalışmalar yürüten Edward Stanton, 1992 yılında bu alanda çalışmalar yürüten Carl Botan, 1996 yılında bu alanda çalışmalar yürüten James K. Van Leuven ve Cornelius B. Pratt, ve son olarak yine 1996 yılında bu alanda çalışmalar yürüten Hugh M. Culbertson ve Chen'in çalışmalarını sentezlemiştir. Bu sentezleme sonucunda Zaharna, ülke profilinin belirlenebilmesi için 6 temel kategori ortaya koymuştur;

- a) Ülkenin Politik Yapısı,
- b) Ülkenin Ekonomisi,
- c) Medya Kültürü,
- d) Teknik Altyapısı,

- e) Yasal Düzenlemeler,
- f) Ülkenin Sosyal Yapısı (Zaharna, 2001, s. 137-139).

2.3.1.1. Ülkenin politik yapısı

Ülkenin politik yapısını ele almadan önce bu kavramı açıklamamıza yardımcı olacak, Zaharna'nın 'An *'In-Awareness' Approach to International Public Relations*' çalışmasına göz atmamız faydalı olacaktır. Zaharna'ya göre farkındalık yaklaşımı, halkla ilişkileri ilgilendiren gizli kültürel varsayımları ve beklentileri ortaya çıkarmak ve müşteri ile uzmanlar arasındaki ulusal ve kültürel farklılıkların sistemli ve zararsız bir şekilde araştırılmasını sağlamaktır (Zaharna, 2001, s. 35). Bu yaklaşım ile birlikte uluslararası halkla ilişkileri kültürel farklılıkların yönetimi olarak tanımlamak mümkün hale gelebilmektedir.

Bu noktadan hareketle Zaharna'nın çalışmasında politik yapının, karar verici ve güç ilişkilerini yöneten kurumlardan oluştuğunu ve tüm kültürlerin kendilerine has politik kurumlara sahip olduğunu, gücün kabile liderliği gibi doğuştan veya seçim gibi kompleks politik törenlerle elde edilebileceği belirtilmektedir. Amerikan halkla ilişkiler modelleri meşrutiyet, güç ve hedef kitlenin ilgisini çekmek için mücadele eden gruplardan oluşan demokratik bir politik yapıyı kabul eder. Yetki dağılımına izin veren güç yapısı lobicilik ve şeffaflık için hazırlanır. Daha otoriter olan diğer politik yapılar bu tarz halkla ilişkiler faaliyetlerini, kamuyu tahrik olarak görebilirler. Daha kontrolcü, merkeziyetçi politik çevreler, daha çok imaj yapılandırma stratejilerini kullanmaya veya politik birliği tanıtmaya istekli olabilirler (Zaharna, 2001:135-148).

Farklı yönetim biçimlerinde farklı politik kurumlar, farklı bürokratik işleyişler söz konusu olabilir. Demokrasi ile idare edilen ülkelerin yönetim şekliyle, komünizm veya hanedanlık ile idare edilen ülkelerin yönetim biçimleri birbirinden farklıdır. Bu da uygulamada farklı halkla ilişkiler yöntemlerinin izlenmesine neden olabilir. Örneğin demokratik ülkelerde iki yönlü iletişim uygulamaları mümkün olabilirken teokratik veya totaliter rejimlerde tek yönlü iletişim ve propaganda etkilidir. Halkla ilişkiler uygulamaları Asya ülkelerinde Avrupa ve Amerika'daki uygulamaların aksine müşteri/kurum veya hükümet arasındaki iyi ilişkileri sürdürmekle sınırlıdır. Sriramesh'e göre; halkla ilişkilerin Asya'daki tanımını

yapmak politik felsefenin halkla ilişkiler mesleği üzerindeki etkisini kabul etmekle eşdeğerdir (Sriramesh K. , 202, s. 60; akt. Karakaya, 2006, s. 11). Asya’da bulunan toplumların askeriden, komüniste, monarşiden diktatörlüğe kadar değişen yönetim sistemleri, bu bölgede çalışan halkla ilişkiler çalışanları için zorluk teşkil etmektedir.

Bununla birlikte dünya üzerinde faaliyet gösteren ülkelerin bazı ortak yönleri de bulunmaktadır. Aynı coğrafyayı paylaşan ülkelere tutun da aynı dili konuşan aynı etnik yapıda olan toplumlar zaman içerisinde bir araya gelerek ortak yapılar meydana getirmişlerdir. Bu yapılar dünya üzerinde bir ağırlıkları söz konusudur. Uluslararası alanda faaliyet yürütecek olan halkla ilişkiler çalışanlarının bu durumu bilmesi ve göz önünde bulundurması, yapacağı çalışmanın başarıya ulaşması açısından son derece önemlidir. Dünya üzerinde faaliyet yürüten bazı birleşimlere baktığımızda;

- NAFTA-Kuzey Amerika Serbest Ticaret Anlaşması (ABD, Kanada, Meksika), MERCOSUR-Güney Amerika Ortak Pazarı (Arjantin, Brezilya, Paraguay, Uruguay), APEC-Asya Pasifik Ekonomik İşbirliği (Avustralya, Brunei, Darussallam, Kanada, Şili, Çin, Hong Kong, Endonezya, Japonya, Güney Kore, Malezya, Meksika, Yeni Zelanda, Papua Yeni Gine, Peru, Filipinler, Rusya Federasyonu, Singapur, Tayvan, Tayland, ABD, Vietnam), KEİ-Karadeniz Ekonomik İşbirliği (Ermenistan, Arnavutluk, Moldovya, Gürcistan, Azerbeycan, Bulgaristan, Yunanistan, Romanya, Ukrayna, Türkiye, Rusya Federasyonu), AB Avrupa Birliği (Belçika, Lüksemburg, Fransa, Hollanda, İtalya, Almanya, İngiltere, Danimarka, İrlanda, Yunanistan, İspanya, Portekiz, Avusturya, Finlandiya, İsveç ve Macaristan) verilebilir. İslami Ticaretin Geliştirilmesi Merkezi, İslam Konferansı Teşkilatı, İslam Kalkınma Bankası da ortak din faktörüne dayanan ekonomik birliklere örnektir.
- Türkiye; Birleşmiş Milletler Teşkilatı, Avrupa Konseyi, OECD (Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı), Dünyası Bankası ve IMF (Uluslararası Para Fonu) ve yukarıda sayılan İslami Ticaretin Geliştirilmesi Merkezi, İslam Konferansı Teşkilatı, İslam Kalkınma Bankası, Karadeniz Ekonomik İşbirliği üyesidir. Türkiye aynı zamanda siyasi ve askeri amaçlı NATO (Kuzey Atlantik Anlaşması Teşkilatı)’ya üyedir.

Yukarıda da saymış olduğumuz örneklerden de görülebileceği gibi dünya üzerinde siyasi, ekonomik, sosyal, kültürel ve askeri olmak üzere birçok oluşum mevcuttur. Başarılı bir halkla ilişkiler çalışması için bu durumun göz önünde bulundurulmasında fayda vardır. Örneğin günümüzde Amerika tarafından İran'a yönelik olarak ambargo uygulaması mevcuttur. Dolayısı ile Amerika adına İran'da uluslararası halkla ilişkiler faaliyeti yürütmek son derece zor olacaktır. Sonuç olarak bir ülkenin politik yapısının ve ilişkilerinin iyi bilinmesi yapılacak olan uluslararası halkla ilişkiler faaliyetlerinin başarıya ulaşabilmesi açısından son derece önemlidir.

2.3.1.2. Ülkenin ekonomisi ve teknik altyapısı

Zaharna, 2001 yılında yapmış olduğu '*An 'In-Awareness' Approach to International Public Relations*' çalışmasında bir ülkenin ekonomik yapısı ve teknik altyapı unsurlarını ayrı ayrı ele almasına rağmen bu çalışmada ekonomik yapının teknik altyapı ile bağlantılı olduğunu vurgulana için birlikte ele alınmıştır.

Bir ülkenin politik yapısı başta ekonomi olmak üzere o ülkenin birçok durumunu yakından ilgilendirir. Çünkü politik olarak alınan kararlar ülkenin yol haritasını belirler ve o ülkede hangi alanda yatırım yapılacağı ile ilgili bizlere bilgi verir. İşte yapılacak olan bu yatırımlar doğal olarak ekonomiyi de etkileyecektir. Çünkü politika ile ekonomi arasında rasyonel bir bağ vardır. Bu ikisi arasındaki bağlantının devamlılığı ve gelişmesi bir ülkenin durumunu etkilemede en önemli unsur olarak sayılabilir. Öyle ki Esfahani'ye göre Mısır'da, politik elit kesim ile ekonomi arasındaki bağın zayıf olması hükümetin kifayetsiz, ekonominin baskın olmasına zemin hazırlamıştır. Bu durumun sonucunda toplum, cahillik ve yoksulluk ile karşı karşıya kalmış, demokrasi gelişmemiştir (Esfahani, 1994; akt. Sriramesh & Vercic, 2001, s. 106). Bu durum ekonomik gelişmenin olmadığı toplumların karşılaşılabilecek bir sonuçtur. Ülkeyi yönetenlerin, ekonomi ile yakından ilgilenmeleri ve gelişmeleri takip etmeleri çok önemlidir. Bir ülkede ekonominin güçlü olması, hükümetin güçlü olmasını sağlayabileceği gibi ülkenin yönetiminide kolaylaştıracaktır. Böylece ülkenin gelişmişlik düzeyi artacak, cahillik ve yoksulluk ortadan kalkacaktır. Bu durum doğrudan demokrasiye etki edecektir.

Keleş, ülkemizin yetiştirdiği en önemli sosyologlardan birisi olan Behice Boran'ın iletişim alanına katkılarını incelemiştir. Keleş'e göre bir toplumun

ekonomik temelinin ne olduğu o toplumun dışarı ile olan ilişkilerini belirlemektedir. Toplumun ekonomik temeli genişlediğinde pazarı da genişleyecektir. Bu durumda ulaşımın gelişmesi ve pazarlara açılan yolların çeşitliliği artacaktır. Karayolları ulaşımına; deniz, hava ve demir yolları eklenecektir. Aksine bir durumda ise tam tersi bir durum yaşanacaktır. Bu noktada iletişim (yol ve haberleşme) sistemi ekonomik temeller tarafından belirlenmektedir. Kapitalizmin kendisini sürdürebilmek için geliştirdiği bir iletişim sistemi ve ileti/enformasyon akışı sistemi vardır; ekonomik temelin değişmesiyle iletişim sistemi de değişebilir (Keleş, 1999, s. 24-26). Keleş'in, iletişim sisteminde kastı ulaşım ve haberleşme ağının gelişmişliğidir. Ulaşım ve haberleşme sistemleri ne kadar gelişirse o ülkedeki ekonomik hareketlilikte o derece artacaktır. Diğer taraftan ulaşım ve haberleşme araçlarının gelişmesi pazarların gelişmesine olanak sağlayacak ekonomiye doğrudan katkı sağlayacaktır. Bu durum ülkenin ekonomisi ve teknik altyapısının birbiri ile ilişkili olduğunun göstergesidir.

Bu noktadan hareketle ekonomik gelişmişlik düzeyi bir ülkede yürütülecek halkla ilişkiler çalışmalarını yakından ilgilendirecektir. Halkla ilişkiler çalışanı ülkede bulunan ekonomik yapı ve teknik altyapının nasıl olduğunu ve nasıl işlediğini bilmelidir ki, ülkede uygulanacak halkla ilişkiler planını ona göre hazırlamalıdır. Çünkü halkla ilişkiler çalışanı tarafından hazırlanacak plan, planın uygulanması ve başarıya ulaşması için ön şart niteliğindedir. Örneğin Afrika'nın çoğu bölgelerinde yüksek taşıma maliyetlerini ve dağıtımda gecikme problemlerini azaltacak yeterli haberleşme sistemi yoktur. Birçok Afrika ülkesinde farklı kültürel yapılar, kötü eğitim koşulları nedeniyle okur-yazarlık oranının düşük olması, farklı reklam mecralarının olmayışı, ürünlerin tutundurma çalışmalarında farklı yollar aranmasına neden olmuştur (Taşkın, 1993, s. 158). Ekonomik yapının halkla ilişkilere etkisini gösteren başka bir örnek de Van Leuven ve Cornelius'un, Güney Afrika'daki halkla ilişkiler uygulamalarının, siyasi ve ekonomik gelişimi yansıttığını ve bölgede batılı anlamda halkla ilişkiler uygulamalarının çok nadir olduğunu gösteren bağlamsal bir araştırmadır (Leuven & Pratt, 1996, s. 93-106; akt. Karakaya, 2006, s. 14).

Zaharna'ya göre ideal Amerikan halkla ilişkiler modeli, yetki dağılımına izin veren serbest piyasa ekonomisine dayalı bir ekonomiyi kabul eder. Çünkü hem reklam hem de halkla ilişkilerin temeli Amerika'da kitlesel üretimin, kitlesel pazara

ihtiyacı doğurduğu sanayi devrimine dayanır. Amerikan girişimciliği; pazarlama, reklam, teknoloji ve özel sektörü hem kitlesel üretimi hem de kitlesel talebi karşılayan merkezi bileşenlerdir. Diğer ülkelerde ekonomi, hükümetin veya toprak sahibi veya seçkin aileler gibi belirli bir sınıfın ellerinde daha merkeziyetçi olabilir. Ayrıca, yerel ürünler halen ‘çiftlik endüstrisinden’ elde ediliyor olabilir. Kitlesel üretim için yerel kapasite olmadan reklam ve halkla ilişkilerin yerel biçimleri esasen, firma sahibinin tanınırlığı veya ağızdan ağıza sözlü tanıtım gibi bire bir iletişim stratejilerine bağlıdır. Bu tip ekonomik ortamlarda kitlesel iletişim araçlarına bağlı halkla ilişkiler değersiz olabilir veya rekabete kitlesel tüketici pazarına dayalı bir ekonomi geçmişine sahip ülkelerdeki kadar gelişmiş olmayabilir. Hükümet talep yaratmak yerine ürünlerin ithalatını azaltacak bir kampanyayla daha çok ilgileniyor olabilir (Zaharna, 2001, s. 135-148). Bu doğrultuda ülkelerin ekonomik ve teknik altyapısı ön plana çıkmaktadır. Zaharna’nın Amerika örneğinde verdiği halkla ilişkiler uygulamalarını farklı bir ülkede uygulamak çok daha zor olabilir. Çünkü her ülkenin ekonomisi ve teknik altyapısı kendine hastır. Nasıl ki Amerika’da hayata geçirilen uygulamaları farklı bir ülkede hayata geçirmede zorlanılıyorsa farklı bir ülkedeki uygulamayı da Amerika’da hayata geçirmek zor olacaktır. Bu noktada asıl belirleyici olan ülkelerin ekonomik ve teknik altyapısıdır.

Sriramesh ve Vercic, 2004 yılında yapmış oldukları bir araştırmada Birleşmiş Milletler (BM) tarafından tanınan 195 ülkenin halkla ilişkiler yapılanmasına sahip 86 ülkesindeki uluslararası halkla ilişkiler danışmanlığının varlığını incelemişlerdir. Bu çalışmaya göre ekonomik gelişmişlik düzeyi birçok ülkede uluslararası halkla ilişkiler ajansının varlığı ile doğru orantılı olduğunu ortaya koymuşlardır (Sriramesh & Vercic, 2004, s. 8; akt. Karakaya, 2006, s. 15). Bir ülke ekonomik olarak ne kadar gelişmiş ise o ülkedeki halkla ilişkiler uygulamalarının faaliyete geçirilmesi o derece kolay olmaktadır. Çünkü halkla ilişkiler uygulamalarının başarıya ulaşması bir ülkenin ekonomik gelişmişliği ve teknik altyapısı ile bağlantılıdır.

Sonuç olarak bir ülkenin ekonomik gelişmişlik ve teknik altyapı düzeyi ne kadar gelişmiş ise o ülkedeki uluslararası halkla ilişkilerin varlığı ve sürdürülebildiği bu durumlarla paralellik gösterir. Çünkü bu yapıların varlığı ve gelişmişlik düzeyi halkla ilişkiler çalışanlarına imkânlar sunabileceği gibi zorluklarda yaşatabilir. Gelişmekte olan ülkelerdeki yoksulluk, eğitimsizlik veya yeterli iletişim altyapısının

olmaması yapılacak olan halkla ilişkiler kampanyalarının yeterli sayıda kişiye ulaşmasını engelleyebilir. Bununla birlikte özellikle yoksulluk ve eğitimsizlik insanların var olan ve kendilerine ulaşan kampanyaya istenildiği kadar tepki vermelerini engeller. Çünkü Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi teorisine göre fizyolojik yani temel ihtiyaçlar her şeyden önce gelir. Bununla birlikte ülkelerin iletişim teknolojisindeki gelişmişlik düzeyi halkla ilişkiler uygulayıcılarının hazırlanan kampanyayı uygulamada ve daha çok insana ulaşmasında etkili olan diğer bir unsurdur.

2.3.1.3. Medya kültürü

Medya, iletişimin gerçekleşmesi için en önemli araçtır. Halkla ilişkiler çalışmalarının temelini oluşturan iletişim bu noktada bir araca yani medyaya ihtiyaç duyar. Bu aracın kullanımı ve etki alanı ülkeden ülkeye değişiklik gösterebilir. Bazı ülkelerde medya yayın organları devletin tek elinde bulunurken bazı ülkelerde ise özel sektörün tekelindedir. Bununla birlikte günümüzde birçok ülkede medya hem devlet hem de özel sektör tarafından aktif olarak kullanılmaktadır. Ülkemizden örnek verecek olursak devlet tarafından finanse edilen TRT ve bunun karşılığında özel sektörden insanların finanse ettiği Star TV, TV8, ATV, FOX TV, CNN Türk TV vs. gibi örneklerden bahsedebiliriz. Bununla birlikte farklı ülkelerde bu tür yayınları denetleyen ve içeriği düzenleyen kurullar bulunmaktadır. Yine ülkemizden RTÜK (Radyo ve Televizyon Üst Kurulu)'ü buna örnek verebiliriz. Bu kurul televizyon yayınlarının içeriğini düzenlediği gibi bu yayınları denetleme görevini de üstlenir.

İngiltere'de BBC, Fransa'da RFI ve FRO, Almanya'da ZDF, Avrupa ülkelerinde devlet tarafından finanse edilen televizyon kanallarına örnektir. Bununla birlikte İngiltere'de televizyon yayınlarının denetimini OFCOM, Fransa'da CSA, Almanya'da ise DLM tarafından sağlanmaktadır. Bu noktadan hareketle uluslararası halkla ilişkiler çalışmaları planlanırken ülkelerdeki medya kültürünün ve yapılanmasının dikkate alınması gerekir. Çünkü yukarıda saymış olduğumuz örneklerde demokratik ülkelerin örneklerine yer verdik. Bununla birlikte medya organlarının tek elde bulunduğu ülkeler de mevcuttur. Bu ülkelere yönelik halkla ilişkiler planlaması yaparken bu konuların dikkate alınması faydalı olacaktır.

Diğer bir noktada uluslararası alanda medya kullanımı günümüzde hızla artmakta ve gelişmektedir. Bu noktadan hareketle medya, ülkelerin global olarak nasıl algılandıklarını etkileyen güçlü bir araçtır. Zhang ve Cameron, Çin hükümetinin propaganda taktiklerini inceledikleri çalışmasında propaganda taktiklerinin insandan daha çok medya teknolojilerini kullanmaya doğru yapısal bir değişiklik gösterdiğini ortaya koymuştur. Çin hükümeti bu noktada uluslararası imaj yönetimi propaganda çalışmalarına farklı bir boyut kazandırmıştır (Zhang ve Cameron, 2004: 307-321). Bu imaj çalışmalarına ülkemizde yapılan turizm amaçlı tanıtım faaliyetlerin uluslararası medyayı kullanmaları örnek verilebilir. Buna ek olarak gelişen teknolojilerle birlikte sosyal medya uygulamaları ve bunların kullanımı da bu kapsamda değerlendirilebilir.

Uluslararası halkla ilişkilerde uygulama planının yapılmadan önce seçilecek ülkenin medya kültürünü dikkate almak gerekir. Çünkü medyanın kültürden kültüre farklılık göstereceği gözden kaçırılmamalıdır. Zaharna yapmış olduğu çalışmasında ulusal medya organlarının yapısını değerlendirirken ülkenin teknolojik gelişmişlik düzeyi ve başlıca medya kaynakları ile bunların arasındaki ilişkiyi irdelemiştir. Örnek verecek olursak okuryazarlık oranı yüksek olan ülkelerde gazeteler prestij göstergesi olarak kabul edilebilirken bu yüzden tercih sebebi olabilirler. Diğer taraftan okuryazarlık oranını düşük olduğu ülkelere sözlü/işitsel medya araçlarının kullanılması dolayısıyla radyonun tercih edilmesi doğru bir seçenek olacaktır. Bununla birlikte Zaharna, bazı ortamlarda kitlesel medyanın daha etkisiz kalabileceğini vurgulamıştır. Bu durumda tören, ticari fuarlar veya halka hitap gibi yüzyüze iletişimin daha inandırıcı olabileceğini belirtmiştir. Diğer taraftan Amerikan halkla ilişkiler modeli “özgür ve bağımsız” basını kabul eder. Bazı ülkelere farklı sebepler nedeniyle medya birkaç kişinin tekelinde olabilir. Bu sebepler politik, ekonomik ve diğer nedenlerden kaynaklı olabilir. Bu noktada halkla ilişkiler uygulayıcıları kendilerine öncelikli hedef kitle olarak hükümeti veya medyayı tekelinde bulunduranları belirlemeleri yerinde olacaktır (Zaharna, 2001:138).

Ulusal medyanın kültürden kültüre farklılık göstermesi üzerine birçok çalışma yapılmıştır. Bu alanda verilebilecek bir diğer örnek ise Hickson’un çalışması üzerinedir. Asya ülkeleri üzerinde halkla ilişkiler etiği üzerine çalışmalar yapan Hickson, Asya ülkelerinde medya sahipliği ve yapısının farklı olduğunu ortaya

koymuştur. Örnek olarak bazı Asya ülkelerinde gazetecilerin herhangi bir medya olayı ya da basın toplantısına katılmak için organizatörlerden maliyetlerini karşılamak için ‘harcırah’ adı altında zarflar beklediklerini belirtmiştir (Hickson, 2004, s. 347). Bu durum farklı kültürlerde kamunun medyaya yoluyla paydaşlarına ulaşmaya herhangi bir etkinliğin duyurabilmesi için izlenen yollara farklı bir örnektir. Bu örneğe göre Asya kültüründe faaliyet yürüten halkla ilişkiler çalışanının ortama uyum sağlaması, yani basın mensuplarına ‘harcırah’ adı altında zarflar göndermesini zorunlu kılmaktadır. Aksi takdirde organizasyon koonusunda medyanın dikkatini çekmek ve orada yer almak imkânsız hale gelecektir.

Medya ile ilişkilerde bir diğer sorun medya mensuplarının davet ediliş şeklidir. Bu durum kurumun medya ile ilişkilerinde seviyeyi belirler. Odabaşı’na göre haber değeri olan bir etkinliğin duyurulması oldukça yoğun bir işbirliği ve uzmanlığı gerektirmektedir (Odabaşı, 1995:97). Halkla ilişkiler uzmanı bu noktada ülke basının özelliklerini araştırmak hedef grubuna hitapta hangi basının daha uygun olduğunu saptayarak basın mensuplarının kültürel özelliklerini belirleyerek bir hareket yöntemi saptamak yapacağı öncelikli iş olacaktır (Okay ve Okay, 2001: 524). Çünkü medya mensupları ile kurulacak ilk iletişim ilk intiba çok önemlidir. Medya mensuplarının söz konusu organizasyonu kitlelere duyurup duyurmayacağı denetlenemeyeceği için onlarla iyi ilişkiler kurmak ve iyi niyet oluşturmak kurum hakkında olumlu imaj oluşmasına katkı sağlayacaktır. Böylece kurum organizasyonlarının kitlelere duyurulması için yaşanacak zaman kaybının önüne geçilecek kamunun paydaşları ile kurmuş olduğu iletişim hızlanacaktır.

2.3.1.4. Yasal düzenlemeler

Bir ülkedeki yasal düzenlemeler o ülkedeki düzen ve ilişkilerin düzeyi hakkında bizlere bilgi verir. Halkla ilişkiler çalışanları da bir ülkede halkla ilişkiler adına faaliyet yürütmek istiyorlarsa bu durumu dikkate almak zorundadırlar. Özellikle uluslararası halkla ilişkiler alanında çalışan uzmanlar proje yapacakları ülkelerin yasalarını bilmek ve ona göre hareket etmek zorundadırlar. Çünkü yasal düzenlemeler bir ülkedeki düzen ve disiplini revize ettiği gibi o ülkedeki toplumsal durum ve günlük işleyiş hakkında bizlere bilgi verir. Örnek olarak verecek olursak; İngiltere ve Kuzey Kıbrıs Türkiye Cumhuriyeti (KKTC) gibi ülkelerde trafik soldan

akarken bizim ülkemizde sağdan akar. Bu durum yasal düzenlemelerle kanun haline getirilmiş ve toplumları uyması için denetlenmektedir. Bu noktadan hareketle ülkemizde görevli bir halkla ilişkiler uzmanı İngiltere ve KKTC gibi ülkelerde proje planlaması yaparken buna dikkat etmek zorundadır. Çünkü halkla ilişkiler tanıtımlarının bir kısmını trafiğin yoğun olduğu bölgelerdeki billboard reklamları oluşturmakta ve bu reklam panolarının düzenlemesi trafiğin akış yönü doğrultusunda planlanmaktadır.

Bir diğer noktadan bakıldığında ise bir ülkenin yasal düzenlemeleri yani hukuk sistemi o ülkenin ne kadar huzurlu ve güvenli olmasının yanında bağımsızlığının temsili olarak karşımıza çıkmaktadır. Çünkü bir ülkede adalet ve yasal düzenlemeler ne kadar güçlü ise insanların devlete duyduğu güven ve bununla doğru orantılı olarak artan bir huzur söz konusudur. Bu güven ve huzur ortamı ülkenin bağımsızlığının bir garantisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu noktadan hareketle yasal düzenlemeler, adaletin varlığı ve bağımsızlık ilkeleri bir ülkenin politik yapısı, ekonomik gelişmişlik düzeyi ve teknik altyapısından ayrı ele alınamaz.

Öyle ki Zaharna'nın '*An 'In-Awareness' Approach to International Public Relations*' çalışmasında belirtildiği üzere her toplumun davranışları düzenleyen kendine has kuralları vardır. Amerika Birleşik Devletleri'nde kurallar günlük yaşamda çok önemli olmakla birlikte açık ve nettir. Bu yüzden bazı halkla ilişkiler programlarında öğrencilere iletişim hukuku, reklamlarla ilgili yasal düzenlemeler ve medya dersleri alınması zorunlu kılınır. Diğer ülkelerde ise yasal düzenlemeler Amerika Birleşik Devletleri'ne göre daha belirsiz olabilir. Bu kurallar toplumdan topluma değişmekle birlikte sosyal ve dini kurallara göre şekillenir. Bu kurallar yazılı olmasa dahi ihlal edildiklerinde yazılı kurallara sahip ülkelerdeki kadar ağır sonuçları olabilir (Zaharna, 2001, s. 139). Zaharna'nın burada bahsetmek istediği her ülkenin kendine has yazılı ve yazılı olmayan kurallarının var olmasıdır. Ülkeler bu kuralları gerek uluslararası sözleşmeler ile gerekse içinde bulundukları toplumun dini ve kültürel kodlarına göre belirlerler. Bu kurallar bulundukları ülkelerin toplumsal yaşantısına yön verir, düzenleme yaparlar.

Ülkelerdeki yasal düzenlemelere değinen Sriramesh ve Vercic göre ise Batı demokrasilerinde yasalar daha net ve kesin olma yönelimindeyken diğer toplumlarda sosyal ve dinsel kuralların içerisine gizlenmiş veya belirsizdirler. Bu noktadan

hareketle teokrasinin halkla ilişkilere etkisi ayrıca değerlendirilmesi gerektiğini belirtmişleridir (Sriramesh & Vercic, 2001, s. 106). Buna göre ülkelerdeki yasal düzenlemelerin kültüre ve sosyal yaşama göre şekillendiği vurgulanmıştır. Ülkelerin kanunları oluşturulurken sosyal, kültürel ve dinsel kodlarda dikkate alınmaktadır.

Bu nedenle kültürlere göre değişen yasalara uluslararası halkla ilişkiler uzmanlarının dikkat etmesi ve göz önünde bulundurması gerekir. Faaliyet yürütülecek hedef ülkedeki yasaların iletişim ile ilgili olan boyutu ayrıca göz önünde bulundurulmalıdır. Çünkü bazı ülkelerde ilaç, alkollü içecek, sigara gibi ürünlerin reklamını yapmak yasaktır. Diğer bir tarafta bazı ürünlerin ihracatı yasal düzenlemelerle izne bağlanmıştır. Halkla ilişkiler uzmanları projelerini yapmadan önce bu düzenlemeleri araştırmaları ve dikkate almaları her zaman faydalı olacaktır.

2.3.1.5. Ülkenin sosyal yapısı

Her ülkenin sosyal ve kültürel yapısı, toplumsal dinamikleri birbirinden farklıdır. Bir ülkenin toplumu içerisinde farklı gruplar olabilir. Bu gruplar arasında bir güç dengesi söz konusudur. Halkla ilişkiler uzmanı da bu ilişkileri göz önünde bulundurmalı plan, programını ona göre yapmalıdır. Sriramesh ve Vercic'e göre toplumun farklı üyeleri veya grupları arasındaki ilişkilerini tanımlayan sosyal kurumların göstergesini sosyal yapı olarak tanımlamak mümkündür (Sriramesh & Vercic, 2001, s. 108). Sosyal yapı, toplumdaki farklı grup veya üyeleri tanımlamak için kullanılır. Bu grup veya üyeler arasındaki ilişki sosyal yapının varlığı ve devamlılığı için gereklidir.

Hickson ise Asya'da halkla ilişkiler etiği üzerine çalışmalar yürütmüştür. Bu çalışmalardan sosyal yapının farklı olmasına birtakım örnekler vermiştir. Hickson'a göre Asya'da farklı soy ve din mensupları arasında şüphe, güvensizlik ve bazen de dışlanma bile söz konusudur. Endonezya ve Hindistan ele alındığında dini farklılıkların politik ve toplu şiddete dönüştüğü birçok örnek vardır. Bir durumdan halkla ilişkiler ve ticaretin etkilenmemesi mümkün değildir (Hickson, 2004, s. 350). Bu noktadan hareketle farklı dillerin konuşulduğu, dini inançların yaşandığı, farklı kültürel yapıların söz konusu olduğu toplumları halkla ilişkiler uzmanının iyi analiz etmesi gerekir. Halkla ilişkiler uzmanının, Müslüman bir ülkede ramazan ayında veya Hristiyan inancına sahip bir ülkede yılbaşı (christmas) veya şükran günü

(Thanksgiving day) gibi özel günlerde yapılacak bir reklam çalışmasında ne tür hassasiyetler gösterilmesi gerektiği bilmeli planlamasını ona göre yapması gerekir.

Diğer taraftan Zaharna'ya göre halkla ilişkiler uzmanının toplumun sosyal etkileşimini çözmesi kolay olmayabilir. Ancak ülkenin demografik verilerini toplamak, sosyal yapıyı incelemek için iyi başlangıç olabilir. Ülkenin demografik verisini toplarken eğitim, aile veya din gibi sosyal kurumların verisini işlemek hedef kitleyi belirlemek için ipuçları sağlayabilir (Zaharna, 2001, s. 139). Ülkenin sosyal yapısını çıkarmak her ne kadar zor olsa da hedef kitlenin belirlenmesi yapılacak planın başarıya ulaşması bakımından son derece önemlidir. Çünkü hedef kitlenin belirlenmesi ve özelliklerinin bilinmesi en az hedef kitleye ulaşmak kadar kritiktir. Bu bilgilerin elde olmasıyla birlikte stratejik bir iletişim süreci olan halkla ilişkilerin başarıya ulaşması son derece kolay olacaktır.

2.3.2. Kültür Yapıları

Kültür, genel anlamda çok kapsamlı ve karmaşık bir kavramdır. Kültürü, insanın tüm faaliyet alanlarını kapsadığı için farklı şekillerde tanımlamak mümkündür. Genel bir tanım yapmak gerekirse bir toplumun üyeleri arasında paylaşılan, devredilen ve bir değişim süreci içinde bulunan öğrenilmiş davranış kalıplarıyla, bu kalıpların (norm, değer, inanç, tavır, tutum, maddesel tüm unsurları) ürünlerinin oluşturduğu bir yaşama biçimine kültür denir. Bu nedenle bir toplumun kültürü o toplumdaki ilerlemenin, üretimin, eğitimin, bilimin, güzel sanatların, insan ve topluma bakış açısının gelişim düzeyini gösterir (Savsak, 2020). Kültür nesilden nesile devredildiği için bir devamlılığı söz konusudur. Bu devamlılık toplumların hafızasını oluşturur. Bu hafıza toplumların olaylar karşısında nasıl tutum ve davranış sergileyeceği konusunda bizlere ipucu verir.

Uluslararası halkla ilişkiler açısından ele alındığında ise kültür kavramı son derece dikkat edilmesi gereken bir konudur. Sosyal bilimlerden birçoğu araştırmaya konu olan kültür kavramı son derece kapsamlı bir konudur (Çeçen, 1996), (Mengü, 2012), (Sezgin & Bulut, 2013), (Ada, 2001). Konusu insan olduğu için uluslararası halkla ilişkileri de yakından ilgilendirmektedir. Halkla ilişkilerin ulaşmayı amaçladığı hedef kitlenin doğası insandır. İnsanda yukarıda kültürün tanımını yaptığımız şekilde kültürle içi içedir. Bir insan için kültür kendisinin

doğumu ile başlar ve yaşamı boyunca devam eder. İnsanoğlu yaşamı boyunca bağlı olduğu toplumun kültürünü alır, geliştir ve bir sonraki nesle aktarır. Bu noktada uluslararası halkla ilişkiler, hedef kitleyi iyi tanımalı ve projenin planlamasını bu doğrultuda yapmalıdır.

Uluslararası halka ilişkilerde kültür söz konusu olduğunda çok dikkatli olunması gerekir. Çünkü kültürün asıl ögesi insandır. Dolayısıyla kültür toplumdan topluma değişir. Bu durumda uluslararası halkla ilişkiler birtakım zorluklar çıkarır. Sosyal bilimlerin alt dalından olan sosyoloji, psikoloji ve sosyal antropolojide kültür alanında birçok çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmaların amacı genelde kültür ve kültür farklılıklarına odaklanmakla birlikte genel bir kanıdan söz etmek mümkün değildir. Ancak Turhan'a göre kültürler arasındaki zihniyet, görüş, düşünüş ve davranış farklarının temel sebebi bilimsel zihniyetin topluma uyarlanmasından ileri gelir (Turhan, 1994, s. 244). Yine Turhan'a göre;

Her kültür unsurunun veya unsurlar terkinin manası esas itibariyle subjektif olduğuna ve kültürden kültüre değişeceğine göre yüz yüze bir temas olmadan (yani bizzat o kültür mensuplarının içinde bulunmadan) ve izah edilmeden başka bir cemiyetin fertleri tarafından anlaşılamaz. Hatta bu takdirde bile doğru anlaşılması bir meseledir. Şu halde bir kültür unsurunun, diğer cemiyetlerin fertleri tarafından kolayca anlaşılabilen yegane vasfı, onun şekli veya açık davranış tarzıdır (Turhan, 1994, s. 210)

Bu noktadan hareketle toplumları birbirinden ayıran en temel öge olarak kültürün, toplumdan topluma farklılık göstermesinin temel sebebi olarak zihniyet, görüş, düşünüş ve davranış farkları olarak kabul edebiliriz. Bu farkları göz önüne aldığımızda farklı kültürdeki kurumların, kurumsal kültürlerinde de birtakım farklılıklar gözlemlememiz mümkündür. Bu durumu uluslararası halkla ilişkiler açısından ele aldığımızda zihniyet, düşünüş ve davranış farklılıkları belirsizliklerle baş etme, zamanı ve aktiviteleri ele alma, iş ve pozisyonlara bakış açısı gibi sorunları beraberinde getirebilir. Bu noktada halkla ilişkiler uzmanının içinde bulunduğu kültürü iyi yorumlaması ve toplumun kültürüne uygun çözümler getirmesi akıllıca olacaktır.

Zaharna yapmış olduğu çalışmasında Hall ve Kluckhohn gibi sosyologların kültür üzerine yapmış olduğu çalışmalardan faydalanmıştır. Zaharna'ya göre Amerikan kültürü düşük bağlama sahiptir. Bu nedenle dil kodlamasına daha fazla anlam yüklenirken bağlama az anlam yüklenir. Bu nedenle iletişim açık, net, belirgin

ve analitiktir. Yüksek bağlama sahip kültürlerde ise ‘kodlar belirsiz, mesajın iletilen kısmı çok az bilgi içerirken, bilginin çoğu ya fiziksel bağlamda ya da kişidedir. Yine Zaharna’ya göre yüksek bağlamlı mesajlar düşük bağımlı dinleyiciye son derece anlaşılabilir gelecektir. Çünkü yüksek bağımlı kitle mesajı tam anlayabilmek için mesajda ve durumda saklı bağlamsal ipuçlarını arayacaktır (Zaharna, 2001, s. 139). Bu noktadan hareketle halkla ilişkiler uzmanı uluslararası halkla ilişkiler faaliyeti yürütürken verilen mesajların bağlama ve ortama daha az bağımlı olmasına dikkat etmeli ve anlaşılmayı kolaylaştıracak iletişim yollarını tercih etmelidir.

Diğer taraftan toplumlar zaman kavramını içinde yaşadıkları kültür bakımından ele alış biçimleri ile birbirinden farklı olabilir. Zaharna’ya göre günlük plan kullanmak monokronik bireylerin özelliğidir. Bu bireyler görüşmeleri takip etmek ve değişiklikler yapmak için ‘günlük plan’ kullanırlar. Polikronik kültürün özelliği olan aynı anda birkaç farklı şeyi yapmak monokronik bireyler için profesyonellikten uzak olabilir (Zaharna, 2001, s. 140). Bu doğrultuda monokronik bireyler ile polikronik bireyler arasındaki farkı gözetmeli iletişim tercihi ona göre belirlenmelidir.

Diğer yandan işe odaklı kültürlerde sonuç önemliken pozisyon odaklı kültürlerde bireyin geçmişi ve ailesi önemlidir. Örneğin Amerikan toplumu iş konusunda gözle görülür başarıya, sonuca önem veren bir kültür yapısına sahiptir. Diğer yandan pozisyon odaklı kültürlerde bireyin doğumu, ailesi, geçmişi, yaşı ve mertebesi başarıdan daha önce gelmektedir (Zaharna, 2001, s. 140). Bu örneklerde de anlaşılacağı üzere halkla ilişkiler çalışanı kültürleri iyi okumalı, içinde bulunduğu toplumun kültürüne göre hareket etmelidir. İçinde bulunduğu kültürü anlayarak çalışma yapan bir halkla ilişkiler uzmanının başarıya ulaşması içten bile değildir.

Zaman bilinci bakımından ise toplumları ele alırken geçmişe dönük veya geleceğe yönelik olarak değerlendirmemiz mümkündür. Bu toplumların bireyleri uzun veya kısa vadeli olarak planlar yapan bireyler olarak karşımıza çıkar. Zaharna’ya göre halkla ilişkiler uzmanları geleceğe yönelik kültürlerde faaliyet yürütürken planlama, tahmin, zamanlama ve strateji kurma gibi faaliyetlerle kolayca baş edebilirken geçmişe yönelik olarak pek çalışma yapmazlar. Geçmişe dönük kültürlerde ise planlama yapmak gerçekleşmemiş faaliyetleri tahmin etmek zordur (Zaharna, 2001, s. 142). Çünkü geleceğe yönelik kültürler değişime ve gelişime açık

kültürlerdir. Bu noktadan hareketle halkla ilişkiler faaliyetlerinin geleceğe yönelik kültür yapısı bulunan toplumlarda daha kolay yürütülebileceği açıktır.

Yukarıda bahsetmiş olduğumuz bilgiler kapsamında uluslararası halkla ilişkiler alanında faaliyet yürütecek olan halkla ilişkiler uzmanının kültürel farklılıkları gözetmesi ve projenin planlamasını yaparken bu farklılıkları göz önünde bulundurması projenin başarıya ulaşabilmesi açısından son derece önemlidir. Örneğin Çin'deki çok uluslu firmalar arasında yapılan ve 36 çok uluslu firmanın katıldığı araştırmada Çin'in aile bağları, sadakat, kadercilik, şeref ve onur gibi Çin kültürünün özelliklerinin çok uluslu yabancı şirketlerin ilişki stratejilerini etkilediğini göstermiştir (Hung, 2004, s. 264-282). Yine ülkemizden de bunlara örnekler vermek mümkündür. Ülkemizde baktığımızda doğu bölgelerinde kültürel etkilerin ağırlıkta olduğunu söylemek mümkündür. Yine genel toplum yapısı olarak güçlü aile bağlarının bulunduğu ve ataerkil bir yapıda bulduğumuz söylenebilir. Bu noktalardan hareketle uluslararası halkla ilişkiler faaliyetlerini kültürlerin yönetimi olarak tanımlamamız pek yanlış olmayacaktır.

2.3.3. İletişim Profili

Halkla ilişkilerin varoluş amacı, temel kaynağı olan iletişim son derece önemlidir. İletişimi, Kaynak (verici) ile alıcı arasındaki mesajın bir araç bile değişik bağlamlarda iletilebilmesi olarak tanımlayabiliriz. Kurumların iş işleyişleri konusunda hedef kitlelerle buluşması bu buluşmada kendisini hedef kitleye doğru bir şekilde anlatabilmesi son derece önemlidir. Bu noktada halkla ilişkiler devreye girer. Stratejik bir iletişim süreci olarak tanımladığımız halkla ilişkiler, mesajın kaynaktan çıkması öncesi sürece dâhil olur. Bu süreç mesajın alıcıya ulaşması ve kaynağa gönderilen geri bildirim kadar devam eder. Bu süreçte bağlamda dâhil olmak üzere iletişim halkla ilişkiler tarafından dizayn edilmesi durumunda hedeflenen amaca ulaşmayı kolaylaştırır.

İletişim gelişen teknolojilerle birlikte birçok dış etkenden etkilenen bir olgudur. Yeni teknolojilerin yanında geleneksel yapılarda iletişimi etkiler. Bu geleneksel yapılardan bir tanesi kültür yapılarıdır. Yukarıda kültürün tanımını yaptığımızda insanlar tarafından üretilen ve nesilden nesile aktarılan değer yargıları olduğundan bahsetmiştik. İşte bu noktada kültür iletişimi dolayısıyla iletişim profilini

de etkilemektedir. Uluslararası halkla ilişkiler alanında çalışan uzmanların ülkelerin iletişim profillerini ortaya kültürel yapıları da dikkate almalarında fayda vardır. Çünkü farklı bir ülkede yürütülecek halkla ilişkiler projesi o toplumun kültürüyle donatılırsa başarıya ulaşmaansı daha da artar.

Uluslararası halkla ilişkiler alanında bir proje yapacak uzmanın proje planını hazırlarken faaliyet yürüteceğı ülkedeki tanıtım faaliyetlerini nasıl yapacağı, hedef kitle ile nasıl görüşeceğı, bu görüşmelerde hangi toplumsal değerlere dikkat edeceğini bilmesi gerekir. Bu noktada uluslararası halkla ilişkiler alanında çalışmalar yürüten Zaharna yapmış olduğı çalışmasında '*iletişim matrisi*' adlı bir kavram ileri sürmüştür. İletişim matrisi uluslararası halkla ilişkilerde kültür ile iletişim arasındaki ilişkiyi temsil etmektedir. Zaharna'ya göre uluslararası halkla ilişkilerde kültür ile iletişim yapısı arasındaki ilişkiyi iletişim matrisi olarak kavramlaştırmak mümkündür. Zaharna, bu kavram ile farklı kültürlerde iletişimin değışik bileşenlerinin nasıl bir araya geldiğini incelemeyi amaçlamıştır. Bunu birkaç örnek ile açıklayacak olursak kişilerarası iletişim, kitle iletişim karşısında ne kadar önemlidir? Bir mesajı hangi kanal ile iletmek uygundur/en yaygın kanal kullanılır? gibi sorulara Zaharna yanıt bulmayı amaçlamıştır. Yine Zaharna'ya göre Amerikan iletişim matrisinde basın bülteni çok önemlidir. Çünkü basın bülteni Amerika'da yürütülen halkla ilişkiler çalışmalarında önemli rol oynar. Bu yüzden Amerika'da faaliyet yürütecek olan bir uzmanın iyi bir basın bülteni yazması beklenir. Diğer taraftan kişilerarası iletişimin iletişim matrisinin merkezini oluşturduğı yerlerde, tiyatro oyunları, törenler ya da hikâye anlatıcıları gibi kişisel iletişimin ön planda olduğı etkinliklerin yapılması daha faydalı olacaktır. Buna ek olarak kahve fincanları ile kurulan kişisel ilişkiler baskı malzemeleri üretmekten daha değeri bir yaklaşım olabilir (Zaharna, 2001, s. 143). İletişim matrisi söz konusu uluslararası halkla ilişkiler faaliyetleri olduğunda karşımıza çıkmaktadır. Burada önemli olan uluslararası halkla ilişkiler faaliyetinin başarıya ulaşmasını sağlamaktır. Bu yüzden Zaharna'nın ortaya attığı iletişim matrisinde kültür ile iletişim arasındaki ilişkiyi iyi incelemek gerekir.

Zaharna'nın bahsetmiş olduğı iletişim matrisi kavramında görüldüğü üzere kültürel değerlerin birbirinden farklı olduğı toplumlarda farklı iletişim yöntemleri ön plana çıkabilir. Bu iletişim yöntemlerinin belirlenmesi içinde bulunan toplumun

kültürel değerleri ile ilgilidir. Uluslararası halkla ilişkiler uzmanı proje yapacağı toplumların kültürel değerlerini bilmeli ve bu doğrultuda planlamasını yapmalıdır. Kültürel farklılıklar çerçevesinde iletişimi sözlü, sözsüz ve ikna edici iletişim başlıkları altında inceleyebiliriz.

2.3.3.1. Sözlü iletişim

Sözlü iletişim kaynağın, alıcı tarafından algılanacak bir şekilde mesajın içeriğini birtakım seslere yüklemek koşuluyla gerçekleştirdiği iletişimidir. Günümüz itibarıyla dünya üzerinde 7000'in üzerinde dil kullanılmaktadır. Bu dillerden İngilizce, Mandarin Çincesi ve Hintçe dünya üzerinde en çok konuşulan dilleridir (<https://www.ethnologue.com/>, 2020). Dil denildiği zaman akla ortak simgelere bütünü gelir. Kaynak ve alıcı bu simgeleri bilmeli ve anlamlandırmalıdır. Kaynak ve alıcı arasındaki bu kod ortaklığı sağlıklı iletişimin temelini oluşturur.

Sözlü iletişim, düşünce ve duyguların sözlerle aktarıldığı en etkili ve en eski iletişim türüdür. Sözler, iletişimde bulunan kişilerin birbirini anlayacağı kodlar(dil) ile yapılır. Bu kodlar semboller aracılığıyla aktarılır. Sembollerin anlatılmak istenenleri temsil etmesi önemlidir. Kodları anlatan sembollerin dilin ortak sembolleri; verici ve alıcının kullandıkları dilin ortak bir dil olması gereklidir (Aziz, 2008, s. 11).

İletişimin gelişmesi ve stratejik hale gelmesiyle birlikte halkla ilişkiler kavramı anlam kazanmıştır. Hedef kitleye ulaşma, onu ikna etme, mal ve hizmetleri ulaştırma noktasında günümüz koşullarında stratejik iletişime ihtiyaç vardır. Günümüzde bu boşluğu halkla ilişkiler doldurmaktadır. Firma ve ülkelerin uluslararası alanda faaliyet göstermesiyle birlikte uluslararası halkla ilişkiler ortaya çıkmıştır. Uluslararası halkla ilişkiler uzmanları farklı ülkelerde faaliyet yürütürken birtakım zorluklarla karşılaşmaktadırlar. Bu zorlukların temel kaynağını iletişim ve kültürel yapı farklılıkları oluşturmaktadır. King, dil ve kültürün önemine şöyle vurgu yapmıştır;

Politik ve ekonomik sistemin ürünü olan kültürel sistem, en açık ve en önemli biçimde dil tarafından temsil edilmektedir ve tarihsel olarak günümüzde de İngilizceyi resmi dili olarak hala koruyan Birleşik Devletleri de içermektedir. Bu sömürgeci sonrası ulusal ötesi kültürel sistem olmasaydı (hegemonyacı

olduğunu ima etmiyorum) bu kitabın içindeki makaleler İngilizce ile yazılmış olmayacaktı (King, 1998, s. 22).

Günümüzde başta İngilizce olmak üzere birçok dilin dünya üzerinde yoğun olarak konuşulmasında politik olduğu kadar dilin yapısı da önemli rol oynamaktadır. Yukarıda bahsettiğimiz şekilde Mandarin Çincesinin yoğun olarak kullanılması Çin Halk Cumhuriyeti'nin kalabalık nüfusundan kaynaklanmaktadır. Oysa İngilizcenin 19. yüzyıl ile başlayan arındırılması ve 2. Dünya Savaşı sonrasında özellikle ABD'nin politik olarak üstünlüğünü diğer ülkelere kabul ettirmesi İngilizcenin bu denli yaygın olarak kullanılmasını sağlamıştır. Hall, İngilizce'nin pratik bir dil halini almasını şöyle belirtmiştir:

Küresel kitle kültürü Batı merkezlidir ve daima İngilizce konuşur. Öte yandan bu özel biçim artık Kraliçe'nin İngilizce sini konuşmamaktadır. İngilizceyi uluslararası bir dil olarak konuşmaktadır ki bu da oldukça farklıdır. İngilizcenin devşirilmiş çeşitli biçimlerini konuşur: Eski, bildik sınıf tabakalı, sınıf egemen, ses uyumuna dikkat edilen standart ya da geleneksel yüksek tabaka İngilizcesi biçiminden hayli farklı olan yeni bir uluslararası dil biçimi bu (Hall, 1998, s. 49).

Sözel iletişim en belirgi özelliği yukarıda da bahsettiğimiz üzere kaynak ile alıcının ortak noktada buluşmasıdır. Bu buluşmayı dilde bulunan ortak semboller aracılığıyla sağlamamız mümkündür. Gelişen teknolojilerle birlikte sözel iletişim alanında mesafeler ortadan kalkmış vaziyettedir. Bu mesafelerin kalması uluslararası halkla ilişkiler uzmanlarının işini ne kadar kolaylaştırmış olsa da ortak sembollerini kaldırmayı henüz başaramamıştır. Sonuç olarak uluslararası halkla ilişkiler alanında faaliyet yürütecek olan bir uzman ya dünya tarafından ortak dil olarak kabul görmüş İngilizceyi bilmeli ya da faaliyet yürüteceği ülkenin dilini konuşmalıdır.

2.3.3.2. Sözsüz iletişim

Sözsüz iletişim jest, mimik ve ses tonu gibi unsurlarla sağlanan bir iletişim biçimidir. Dökmen: 'Sözsüz iletişimde konuşma ya da yazı olmaksızın insanlar birbirlerine birtakım mesajlar iletirler. Bu iletişim şeklinde insanların ne söyledikleri değil ne yaptıkları ön plana çıkar' şeklinde tanımlamıştır. (Dökmen, 2001, s. 28). Sözsüz iletişimi ortamdaki bağımsız değerlendirmemiz mümkün değildir. Sözsüz iletişimde ses tonu, jest, mimik, bakış gibi unsurlar ortamla birlikte anlaşılandırılmalıdır. Bu saymış olduğumuz unsurlar birlikte değerlendirilmediğinde

sözsüz iletişimde yanlış anlaşılmalara oldukça fazla olur. Cooper'a göre hiçbir sözsüz iletişim işareti, tüm iletişim sürecinin diğer koşullarından soyutlanarak yorumlanamaz. Sözsüz bilgilerin tekrarlanamaz oluşundan dolayı doğru ve zamanında okunması zorunludur. İkinci bir şans yoktur. Değerlendirme, bilgiyi ifadeden ayırabilmek ve mesajın tümünü daha iyi anlamak için gereklidir (Cooper, 1989, s. 18). Sözsüz iletişimde bağlam ve kültürel kodlar çok önemlidir. Sözsüz iletişimde sağlıklı bir iletişim sağlanabilmesi için bağlamın ve kültürel kodların bilinmesi gerekir. Eğer bu kültürel kodlar bilinmez ve semboller bağlamından koparılsa sağlıklı bir iletişim gerçekleşmiş olmaz. Sağlıklı bir iletişimin gerçekleşmemesi de bir çok yanlış anlaşılmaya sebebiyet verebileceği gibi kurumlara telafisi çok zor ya zararlar verebilir.

Diğer yandan Zaharna'ya göre ise; sözsüz iletişimi farkında olmadan sık sık uygularız. Bu uygulamaları esnasında semboller algılar ve anlamlandırırız (Zaharna, 2001, s. 142). Burada dikkat edilmesi gereken konu sözsüz iletişimin kültürden kültüre değişebildiğidir. Toplumların yaşayış şartları ve kültürleri farklı olduğu için, bir toplumda olumlu anlamda kullanılacak bir sözsüz iletişim ögesi, farklı bir toplumda olumsuz anlamda anlaşılabilir. Bu yüzden sözsüz iletişim öğelerini kullanırken içinde bulunulan toplumun kültürel yapıları bilinmeli ve iletişim tercihleri ona göre şekillendirilmelidir.

Sözsüz iletişim kapsamında ele almamız gereken bir diğer unsur göstergelerdir. Bu göstergeler, işaret, sembol, grafik resim gibi şekillerde karşımıza çıkabilir. Dereoğlu'na göre; bugün binlerce okur yazar kişi dilini ya da alfabesini bile anlamadıkları bir ülkede okuma yazma bilmez durumda olduğundan bu problemin fark edilmesi özellikle uluslararası ilişkilerle ilgilenen birçok kuruluşu kamusal bilgilendirme sembol gruplarını geliştirmeye yönlendirmiştir (Dereoğlu, 2000, s. 44). Grafik ve semboller başta olmak üzere trafik işaret ve lambaları, toplu yaşam ve eğlence yerlerindeki göstergeler buna örnek verilebilir. Bu göstergelerde dikkat edilmesi gereken şey tasarımlardır. Çünkü her ülkenin belli bir kültürel değerinden bugüne gelmiş kalıplaşmış iletişim kültürleri söz konusudur. Buna bir örnek verecek olursak yeşil renk kimi kültürlerde dini çağrışım yaparken kimi kültürlerde sağlığı, kimi kültürlerde ise hastalığı temsil etmektedir. Bu noktadan hareketle, uluslararası

halkla ilişkiler uzmanının, özellikle sözsüz iletişimde sembol ve işaretlerin kültürel bir etki kapsamında değerlendirmelidir.

2.3.3.3. İkna edici iletişim

Halkla iletişimin bir amacı vardır. Bu amaç kamu ile halkları arasında sağlıklı bir iletişim kurulması ve bu iletişimin devam etmesidir. Stratejik bir iletişim süreci olarak değerlendirdiğimiz halkla ilişkiler bu noktada birçok önemli görevler üstlenir. Bu görevlerden bir tanesi kamunun halklarını, kamu hakkında doğru bilgilendirmek ve halkları konu hakkında ikna etmektir. İşte bu noktada halkla ilişkiler uzmanına büyük işler düşer. Çünkü hedef kitleyi ikna etmek sanıldığı kadar kolay değildir. Hedef kitleyi bir konu hakkında ikna edebilmek için hedef kitle iyi tanınmalı kültürü, yaşam biçimi, satın alma ve ikna yollarının araştırılması gerekir. İkna edici iletişim söz konusu olduğunda iletişimi başlatacak kaynak doğru seçilmeli, mesaj hedef kitlenin doğru ve kolay anlayacağı şekilde kodlanmalı, her şeyden önemlisi ise mesaj doğru bir araç ile hedef kitleye ulaştırılmalıdır.

İkna edici iletişimde istenilen sonucun alınması için birçok değişken vardır. Milburn'e göre düşünce ve kişilik yapıları dogmatik ve katı olan bireylerin kaynağın çekiciliği gibi bireysel ipuçlarından daha fazla etkilenmeleri ve iletişimler üzerinde düşünme ya da kalıcı tutum değişikliği yaşamaları eğilimi düşük olduğu için merkezsel tutum değişikliği daha uzun süreli ama daha az sıklıkla yaratılır (Milburn, 1998, s. 227). Millburn burada ikna edici iletişimin etkili olabilmesi için birtakım unsurlara değinmiştir. Bu unsurlar kurulan iletişimde başarılı olunması hedef kitlenin ikna edilebilmesi için son derece önemlidir.

Diğer taraftan Zaharna ise yapmış olduğu çalışmasında kendi deyimi ile '*mantıksal tezleri*' ve ikna edici iletişimi yapılandırmak için kültürel yapıların dikkate alınması gerektiğini vurgular. Çünkü her kültürün yapının kendi dinamikleri söz konusudur. Bu dinamikler ikna konusunda bir takım öncelikler ortaya çıkarır. Zaharna'ya göre;

Batı kültürü doğrusal model üzerine kurulmuştur; A noktası B noktasına, B noktası C noktasına gibi. "Mantıksal sıralama" yapma çabasında noktalar, zaman sırasına (ilkten sonuncuya), mesafeye (en yakından uzağa), önem derecesine (en önemliden, en önemsiz) veya basitliğe (basitten, karmaşık olana, kolaydan zora, genelden özele) vb. göre düzenlenebilir. Doğrusal

olmayan kùltùrlerde, dűzenleme tamamen geliři gűzel olabilir. Sıralama veya dűzenleme ihtiyaçı otomatik deęildir ve profesyonel olmamakla ilgili deęildir. Aslında, noktalar arasındaki iliřkileri iřaret etmek iletiřimi baęlama baęlı olan kùltùrlerdeki izleyicilerin zekasına hakaret gibi gűrűnebilir (Mueller, 1992; akt. Zaharna, 2001, s.143)

Bu noktadan hareketle halkla iliřkiler uzmanı yukarıda bahsettięimiz olgular kapsamında çalıřmasını yapmalıdır. Bu çalıřmasında kùltűrel yapıları dikkate almalı sűzlű ve sűzsűz iletiřim űęelerini doęru kullanmalıdır. Uluslararası halkla iliřkiler alanında faaliyet yűrűtűlűyorsa űlkelerin profili kùltűr yapısı ve iletiřim profillerini gűz ardı etmemelidir. Yapılacak olan çalıřmada bařarıya ulařılmak isteniliyorsa projenin hazırlanması ařamasında bu kriterler gűz űnűnde bulundurulmalıdır.



3. KAMU DİPLOMASİSİ

Günümüz anlamıyla diplomasi devletlerin birbiriyle konuşma iletişim kurma dilidir. Çünkü uluslararası alanda sorunları çözmenin birkaç yolu vardır. Bunlara savaş, ekonomik veya siyasal yaptırım gibi olumsuz durumlar kötü anlamda örnek verilebilirken diplomasi gibi ilişkileri onarabilecek sorunları iletişim yoluyla ortadan kaldıracabilecek iyi anlamda da örneklerde vermemiz mümkündür.

Türk Dil Kurumu sözlüğüne göre diplomasi; uluslararası ilişkileri düzenleyen antlaşmalar bütünü, yabancı bir ülkede ve uluslararası toplantılarda ülkesini temsil etme işi ve sanatı, bu işte çalışan kimsenin görevi mesleği, bu görevlilerin oluşturduğu topluluk ve güç bir görüşme sırasında gösterilen ustalık ve beceriklilik olarak tanımlanmıştır (TDK, 2020). Gönlübol ise diplomasiyi bir hükümetin belli konulardaki kanı ve görüşlerini doğrudan doğruya öteki devletlerin karar vericilerine iletmesi süreci olarak tanımlamıştır (Gönlübol, 1985, s. 116). Başka bir tanımda ise Tuncer; diplomasi, uluslararası ilişkilerin barışçıl yol ve araçlarla yürütülmesi sanatı olup devletler arasındaki ilişkilerin görüşmeler yoluyla yürütülmesi olarak dile getirmiştir (Tuncer, 2005, s. 11). Devletler uluslararası alanda çıkarlarını savunmak kendilerini kabul ettirmek ve ilişkilerini sürdürmek zorundadırlar. Bu ilişkileri devam ettirebilmek için çeşitli araç ve yöntemler söz konusudur. Bu yöntemlerden birisi olan diplomasi en geniş anlamıyla; ‘devletlerarası ilişkileri titizlikle idare etme sanatı’ (Kissinger, 2002, s. 3) ya da ‘müzakere sanatı’ (Gönlübol, 1993, s. 115) olarak tanımlanabilir.

Her kavramın olduğu gibi diplomasi kavramının da tarihsel bir süreci söz konusu olmuştur. Diplomasi kelime olarak eski Yunancadaki ikiye katlama anlamına gelen “*diploma*” sözcüğünden gelmektedir. Zamanla bu resmî belgeleri koruyacak, inceleyecek ve düzenleyecek profesyonel katiplere ihtiyaç duyulmuştur. Diplomasi 18. yüzyıla kadar da belgeleri inceleme arşivlerin korunması anlamında kullanılmıştır. İlk kez 1796 yılında Edmund Burke diplomasiyi; ‘*Belgeleri İnceleme Bilimi*’ yerine, ‘*Uluslararası İlişkileri Yürütme Sanatı*’ olarak ifade etmiştir (Kınlı, 2006, s. 60). Yağmurlu, geleneksel anlamda diplomasiyi; uluslararası ilişkileri, devlet-devlet düzeyinde ve diplomatlar arasındaki etkileşimle düzenleyen bir alan olarak nitelendirmiştir (Yağmurlu, 2007, s. 12). Diplomasi kavramını bu bağlamlarda değerlendirdiğimizde devletlerin diğer devletlerle iletişim kurduğu, söz konusu

sorunları güç kullanarak çözmek yerine barışçıl yöntemlerle çözümler bulmayı amaçladığı bir alan olarak kabul edebiliriz.

Günümüzde ise 15. yüzyıldan itibaren Avrupa’da geliştirilmeye başlanan ve dönem değiştikçe anlamı ve içeriği değişen bir diplomasi kavramı karşımıza çıkmaktadır. İskit’e göre modern diplomasi; özel hukuk kurallarınca korunan ve dış hükümetlerde ikamet eden diplomatların oluşturduğu bir ağın dış politika uygulama faaliyetleri olarak tanımlamak mümkündür (İskit, 2011, s. 9). Bu işi yapanlara ise diplomat denir. Diplomasi genel anlamda tam bir müzakere sürecidir. Bu müzakere sürecinde ülkeleri tam zamanlı olarak diplomatlar temsil eder. Bu süreç içerisine devlet başkanları, milletvekilleri gibi devlet erkânı etkin rol oynayabilmektedir. Diplomasi sürecine dahil olan her türlü siyasi yöntem diplomatlar tarafından yerine getirilir.

Diplomasi, kabiliyet gerektiren bir uğraştır. Diplomatik faaliyet yürütecek olan kişiler bu alanda donanımlı kişiler olması son derece önemlidir. Gönlübol; karar verme noktasında etkili diplomatların devletin uluslararası alandaki hedefleri ve amaçları saptadıktan sonra ve durumların gerektirdiği güce ulaştıklarında amaçlarını gerçekleştirmek için gerekli araçlara başvurdıklarını ifade etmiştir (Gönlübol, 1993, s. 115). Morgenthau ise; diplomasiyi dış politikada insanların bilinçlerinin kazanılması için ortaya konan tüm çabaları içerdiğini dile getirmektedir (Morgenthau, 1970, s. 434). Diplomasi söz konusu olduğunda devletler amaçları doğrultusunda yol haritası belirlerler. Bu yol haritasında belirlenen planları uygulamak için doğru stratejiler ve uzman kişi veya kurumların belirlenmesi son derece önemlidir. Bu düzenlemeler yapıldıktan sonra diplomasiyi başlatmanın uygulayıcısı (diplomat) ve devletler arasındaki iletişime bağlıdır.

21.yüzyıl ile birlikte gelişen teknoloji ve iletişim alanındaki hızlı değişimler diplomasi alanında birtakım değişikliklerin yaşanmasına neden olmuştur. İletişim araçlarının gelişmesi ve paylaşılan bilginin artması gibi etkenler diplomasi alanındaki araç ve aktörlerin değişmesine sebep olmuştur. Özellikle aktörlerin değişmesiyle devletten devlete işleyen diplomasi yerini devlet ile diğer devletlerin halkları şekline bürünmüştür. Bu durum kamu diplomasisinin diğer anlamda uluslararası halkla ilişkilerin ortaya çıkmasında etkili olmuştur. Kamu diplomasiyle birlikte diplomatların etkin rol oynadığı bir iletişimden toplumun veya bir devletin

diğer devletin toplumu ile diyalog arayışından söz edilmektedir. Bu sayede ülkelerin yabancı ülkelerdeki imajlarını iyileştirmek amacıyla yaptığı kültürel alışveriş ve akademik değişimler kültürel ve ulusal değerlerin yayılması kamu diplomasisi adı altında gerçekleşmektedir (Akçadağ, ty., s. 6).

Teknolojik gelişmelerin en büyük faydasını iletişim alanına olduğunu söylememiz pek de yanlış olmayacaktır. Gelişen teknolojiyle birlikte iletişim alanında mesajı taşıyan birtakım araçlar değişirken ilkel sayabileceğimiz birtakım araçlar ortadan kalkmıştır. Bu değişim ile birlikte iletişimin bağlamında da değişimler olmuştur. Bu değişimlerden nasibini alan diplomasi kavramı yerini kamu diplomasisine bırakmıştır. Kamu diplomasisini, devletlerin birbirinin kamuoyuna seslenmesi olarak tanımlayabiliriz.

Kamu, ülkenin varoluşunun sebebi, siyasi varlığına, ekonomik gücüne, birliğine ve bütünlüğüne, olumlu ya da olumsuz etkisi bulunan topluluklardır. Uysal'a göre kamu; teknik anlamda bir kuruluşun eylem ve işlemlerinden doğrudan ya da dolaylı, olumlu ya da olumsuz olarak etkilenen; kanaat ve eylemleriyle kuruluşu olumlu ya da olumsuz doğrudan ya da dolaylı olarak etkileyen; ortak kanılara, davranışlara çıkarlara sahip birey, grup ve kuruluşları ifade etmektedir (Uysal, 1998, s. 65). Kamu diplomasisi terimi ise milletlerarası ve kültürel ilişkiler sürecine ilk olarak 1965 yılında, sonradan Boston'daki Tufts Üniversitesinde Fletcher Diplomasi okulunun dekanı olan emekli Amerikalı diplomat Edmund Gullion tarafından dâhil edilmiştir (Cull, 2009, s. 17)'den aktaran (Demir, 2012, s. 13). Literatürde Gullion'un kamu diplomasisini dair 2 tanım yaptığı görülmüştür.

Kamu diplomasisi, hükümetlerin, özel grupların ve bireylerin, diğer insanların tutumları ve hükümetlerin dış politikaya dair kararları üzerine etki etme yollarından biridir (Cull, 2009, s. 17)

Kamu diplomasisi, dış politikanın oluşumu ve uygulanması noktasında kamu tutumlarının etkisini ele almaktadır. Ayrıca, uluslararası ilişkilerin geleneksel diplomasinin ötesindeki boyutlarını; hükümetlerin diğer ülkelerde kamuoyu yaratmalarını, özel grupların ve çıkar gruplarının diğer ülkelerle etkileşimlerini; dış işlerinin raporlarını ve bu raporların politikaya etkilerini; iletişim uzmanları, diplomatlar ve yabancı muhabirlerin aralarındaki kültürler arası iletişim süreçlerini kapsamaktadır (Gullion, 2020)

Gullion'un ardından kamu diplomasisi kavramıyla ilgili çeşitli boyutlarıyla birlikte ele alan pek çok tanımlama yapılmıştır. Konunun daha iyi anlaşılması ve farklı bakış açılarının görülmesi bu anlamda önemlidir. Bu tanımları göz atacak

olursak Kamu Diplomasisi; köklü ilişkiler inşa eder, ulusal çıkarların tanıtımıdır, hükümetlerin iletişim politikasıdır, dış politikanın yönlendirilmesidir, geleneksel diplomasinin dışındadır, kültürel diyalogun kapısını aralar, ülkelerin imajlarını şekillendirir, algılama yönetim sanatıdır, uluslararası ortamı yönetir, fikirlerin dolaşımını sağlar ve doğru bilgiyi yayar şeklindedir (Kamu Diplomasisi Nedir, 2020).

Kamu diplomasisi kavramı ilk olarak ABD’de kullanılmıştır. ABD’nin ardından Avrupa’da dillendirilmeye başlanan kavramla ilgili olarak George Washington Üniversitesi Kamu Diplomasisi Enstitüsü kurucularından Walter R. Roberts’a göre kamu diplomasisi kavramı daha önceleri ‘*uluslararası enformasyon ve kültür programı*’ olarak anılmaktaydı. Fakat son otuz yıldır bu kavram yerini ‘kamu diplomasi’sine bırakmıştır. Yine Roberts’a göre kamu diplomasisinin, ‘hükümetlerin barış zamanlarında diğer ülke vatandaşlarıyla olumlu ilişkiler kurması’ şeklinde değerlendirilmesi çok eski değildir (Roberts, 2007, s. 36; akt. Yıldırım, 2014, s. 107).

Etkili bir kamu diplomasisi faaliyeti yürütülebilmesi için iletişimin çift yönlü olması ve tarafların anlayışlı olması gerekir. Bir ülkenin hükümeti diğer ülkenin halkları ile etkili bir iletişim kurmak istiyorsa bu gereklilikleri yerine getirmelidir. Tiedman’a göre; kamu diplomasisi, bir ülkenin kısa vadeli amaçlarını iletmekle ilgili olmayıp, bunun yerine bir ülkenin politikalarını, kültürünü, inanç ve değerlerini diğer ülkenin halkıyla yapıcı diyaloglar oluşturarak uzun vadeli ilişkiler geliştirmesiyle ilgilidir (Tiedman, 2005, s. 11). Potter ise kamu diplomasisini; bir hükümetin, başka bir ulusun halkını ve aydınlarını, bu ulusun politikalarını kendi avantajına döndürmek amacıyla etkilemeye çalışmak olarak tanımlamaktadır (Erzen, 2012, s. 53). Kamu diplomasisi, amaç ve politikaların farklı kültürde bulunan toplumlara anlatılması sürecidir. Bu süreçte iletişim çok önemlidir. İletişim noktasında verilen bilgi doğru olmalı, güvenilir kaynaktan yayımlanmalıdır. Bu noktadan hareketle İskit’e göre kamu diplomasisinde, bir ülkenin kendi ulusal amaç ve politikalarını kültürü ve ideallerini tanıtmaya yoluyla yabancı kamuoyunu etkilemesine yapılan vurgu ön plana çıkmaktadır (İskit, 2012, s. 358).

İlk kez ABD’de kullanılmaya başlanan kamu diplomasisi kavramı zamanla Avrupa’da da kullanılmaya başlanmıştır. Değişen ve gelişen teknolojiler her alanda

olduğu gibi kamu diplomasisi kavramında da değişime sebep olmuştur. Yaşanan bu değişimlere rağmen kamu diplomasisinin özünde bulunan devletler arası iletişim ve devletlerin başka ulusların kamuoyunu etkileme çabası sabit kalmıştır.

Literatürde yapılan onca tanıma rağmen değişen ve gelişen dünyada her kavramın tanımlanmasında zamanla değişiklikler olduğu gibi kamu diplomasisi kavramı da zaman içerisinde bu durumdan nasibini almıştır. Cowan ve Cull'a göre savaşlar hayatımıza yeni kavramlar getirmektedir. 1. Dünya Savaşı'ndan '*kamuflaj*', 2. Dünya Savaşı'ndan '*kamikaze*', '*sürpriz saldırı*', Soğuk Savaş yıllarından '*çevreleme (politikası)*' ve '*yıldırma (politikası)*' kavramları hayatımıza dahil olmuştur. '*Terörle savaş*'ın başladığı 11 Eylül saldırıları da aslında yıllardır uygulanan ancak dünya kamuoyunda fazla yer bulmamış kamu diplomasisi kavramını uluslararası platforma taşımıştır (Cowan & Arsenault, 2008, s. 6; akt. Yıldırım, 2014, s. 107). Tüm bu gelişmeler kamu diplomasisinin günlük hayatımızda yer edinmesine katkı sağlamıştır. Özellikle 11 Eylül saldırılarında sonra başta medya olmak üzere dünya kamuoyunda kamu diplomasisi kavramı bilinir ve kullanılabilir bir hal almıştır.

Öztürk'ün görüşüne göre ise Soğuk Savaşın bitimiyle kamu diplomasisine duyulan ihtiyaç sorgulanmaya başlamıştır. Çünkü '*düşman*' yenilmiş ve '*fikirler savaşında*' özgürlük ve demokrasi kazanmıştır. Bu dönemde kültürel değişim programlarına ve hükümetlerin yurtdışında imaj oluşturma programlarına yapılan yatırımlar azalmıştır. 11 Eylül olayları uluslararası ilişkilerde yumuşak gücün ve kamu diplomasisinin yeniden keşfedilmesini sağlamıştır. '*Teröre karşı mücadelede*' sert gücün kullanılması meseleye bir çözüm getirmeyince bu mücadelenin karşılıklı anlayıştan geçtiğinin farkına varılmış ve kamu diplomasisi uygulamaları yeniden hayat bulmaya başlamıştır (Öztürk, s. 5). Tüm bu gelişmeler kamu diplomasisinde yumuşak güç kavramının ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır.

Ülkemizde kamu diplomasisi gelişim tarihine baktığımızda ise; 1857 yılında Osmanlı Devleti döneminde kurulan Matbuat Müdürlüğü, o dönemde hem iç hem de dış kamuoyunun nabızını tutmak üzere faaliyet yürütmüştür. Matbuat Müdürlüğü yürütmüş olduğu faaliyetler ile bir nevi kamu diplomasisi faaliyetleri yürütmekteydi. 1920 yılına gelindiğinde Matbuat Müdürlüğü'nün ismi Matbuat ve İstihbarat Müdüriyeti, 1984 yılında ise Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü olarak

ismi değiştirilmiştir. Son olarak 2018 yılında Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'ne geçilmesi ile bu kurumun faaliyetleri Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'na devredilmiştir (Kocabıyık, 2019, s. 171-172).

Ülkemizin kamu diplomasisi faaliyetleri soğuk savaş sonrası dönemde ivme kazanmıştır. Özellikle 90'lı yıllarda Sovyetler Birliği'nin yıkılması sonucu kendi bağımsızlığını ilan eden soydaşlarımızın modern dünyaya uyum sağlayabilmesi adına ülkemizin bir takım çalışmaları söz konusu olmuştur. Özellikle başta insani yardımlar olmak üzere, kültürel varlıkların korunması ve eğitim alanında bir takım çalışmalar yürütülmüştür. Bu çalışmaların yürütülebilmesi için Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı (TİKA) kurulmuştur. Bu kurumun kurulması ile birlikte kamu diplomasisi alanındaki çalışmalara hız veren ülkemiz ilerleyen süreçte TİKA'nın misyonunda değişikliğe gidilmesi, Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı, Yunus Emre Vakfı, Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü gibi kurumların kurulması ve Anadolu Ajansının çok dilli yayın hayatına geçmesi, TRT'nin uluslararası yayınlara önem vermesi ve bu amaçla yeni kanallar açması gibi çalışmalar Türkiye'yi kamu diplomasisi alanında daha iddialı ve etkin hale getirmiştir (Kocabıyık, 2019, s. 172) .

20.yüzyıldaki kamuoyunu yok sayan propaganda anlayışı günümüzde gelişen teknolojilerle birlikte değişmiştir. Artık kamuoyunu önemseyen iletişim ve iknâyı ön plana çıkaran etkileşimli bir anlayış söz konusudur. Demokrasinin gelişmesi ve günümüzde en fazla tercih edilen yönetim biçimlerinden birisi olması kamuoyunun önemini arttırmıştır. Demokratik seçimlerin olduğu yerlerde doğal olarak kamuoyu ülkelerin yönetiminde etkili olacaktır. İletişim alanındaki teknolojik gelişmeler kamuoylarını sorgulayan, tartışan ve sürece katılımını önemseyen bir konuma getirmeye başlamıştır (Özkan, 2015, s. 4). Bugün kamu diplomasisi faaliyetlerinin ana hedefini yabancı halkların kalplerini ve zihinlerini kazanmak oluşturmaktadır. Bunun içinde eğitmeyi, bilgilendirmeyi ve meşgul olmayı amaçlamaktadır. Kamu diplomasisinin günümüzdeki aktiviteleri genellikle değişim programlarını, eğitim kampanyalarını ve yabancı halka yönelik stratejik mesajları içermektedir (Tiedman, 2005, s. 1). Gelişmiş iletişim teknolojileriyle kamu diplomasisinin pratiğini de değiştirmiştir. Bugün bilgi alışverişini sağlayan internet ile e-postaların, blogların ve

çevrimiçi tartışmaların büyük popülaritesi mevcut iletişim dinamiğini yansıtmaktadır (Zaharna, 2005, s. 2).

Günümüzde gelişen teknolojiler ve kamuları yönetim üzerinde artan etkinlikleri ve bunların kontrolü son derece önem arz etmektedir. Devletlerin diğer yabancı halklar üzerindeki sistematik bilgilendirme faaliyeti olarak tanımlayabileceğimiz kamu diplomasisi, halkla etkileşimi esas almaktadır. Bu halkların kültürü, coğrafyası ve iletişim tarzları bilmek ve ona göre stratejiler geliştirmek son derece önemlidir. Bu noktadan hareketle Joseph Nye kamu diplomasisini günümüze uyarlayarak ‘yumuşak güç’ kavramını ortaya atmıştır.

3.1. Kamu Diplomasisinin Yeni Yüzü: Yumuşak Güç

Yumuşak güç kavramını tanımlamadan önce güç kavramını tanımlamamızda fayda vardır. Sosyal bilimlerin birçok alanında olduğu gibi bu kavram üzerinde de tek bir tanım bulunmamaktadır. Literatürün önde gelenleri güç kavramını farklı yönleriyle ele almıştır. Bu durumun, gücün geniş kapsamının ve muğlaklığının gücü tanımlarken çok sayıda unsurun göz önüne alınmasını zorunlu hale getirmesi ile ilgili olduğu söylenebilir. Güç kavramı nereden ve nasıl ele alındığına göre anlamı değişen bir kavramdır.

Arı'nın belirttiği üzere güç kavramı bazılarına göre kapasite, bazılarına göre etki, bazılarına göre karşılaştırıldığında bir anlam ifade eden göreceli bir kavram, bazılarına göre politikanın amacı, bazılarına göre ise amaca ulaşmada bir araçtır. Çağdaş yazarlar, gücü formel bir şekilde tanımlayarak bir devletin sahip olduğu fiziksel unsurlar ve öğeleri olarak tanımlarken bazı yazarlar ise gücün fiziksel biçiminden çok bunun kullanılabilirliği üzerinde yoğunlaşarak gerçek gücün kullanılabilen ve diğer ülkeler üzerinde etki oluşturan güç olduğunu ifade etmektedirler (Arı, 2011, s. 132)

K.J Holsti ve Frankel gibi birçok yazar gücü, diğerlerinin davranışları üzerinde etki yapabilme kapasitesi olarak tanımlarken, Morgenthau'ya göre ise bir ulusu diğer uluslar karşısında kuvvete sahip kılan faktörler ve doğrudan ulusal güç olarak kabul edilen unsurlar nitel ve nicel unsurlardan oluşmaktadır. Bunlardan coğrafya, doğal kaynaklar, endüstriyel kapasite, askeri hazırlık derecesi ve nüfus

nicel ögeleri; ulusal moral, ulusal karakter, diplomasının niteliği ve hükümetin niteliği nitel ögeleri oluşturmaktadır (Arı, 2011, s. 133)

Güçten söz edildiğinde ilk akla gelen onun şiddet veya zor yoluyla açığa çıkmasıdır. Bu anlamda güçlü olmak, gerektiğinde şiddete başvurabilmeyi ifade eder. Hiç şüphesiz askeri güç teknolojik, ekonomik, siyasi güçle desteklenmedikçe ya da bu çıkarlar askeri güçle korunamadıkça hiçbir güç tek başına bir anlam ifade etmez (Özdemir, 2008, s. 118)

Güç kavramı her geçen süreçte içinde yaşanılan zamanında etkisiyle değişime uğramıştır. Tarihsel sürece baktığımızda gücü elinde bulunduran devletler diğer devletleri etkisi altına almaya çalışmışlardır. Sanayi devrimine kadar askerlerin sayısı önemli iken endüstriyel devrim ile birlikte yeni teknolojilerin üretilmesi ve bunların işlenmesi daha önemli hale gelmiştir. Böylece askerlerin sayısından ziyade savaş alanında kullanılan uçak, tank gibi ağır sanayi ürünleri daha önemli hale gelmiştir.

Bazı düşünürler içinde yaşanılan dönemi farklı isimlerle anmışlardır. Sosyal bilimler açısından değerlendirildiğinde 19.yüzyılı Fransız ihtilalinden dolayı 'Parlamentolar', 20.yüzyılı toplumsal hareketlerden dolayı 'kitleler', 21.yüzyılı ise bilgi çağının getirisinden dolayı 'kamuoyları' çağı şeklinde değerlendirmektedir. Bu doğrultuda günümüzün bilgi çağı olmasını da dikkate alarak en büyük gücün kamuoyu olduğunu söylemek pek de yanlış olmayacaktır. Özellikle demokrasi ile yönetilen ülkelerde kamuoyunu etkilemek önemli hale gelmiştir. Kamuoyunu etkilemenin yolu da yumuşak güçten geçmektedir. Askeri ve ekonomik güç sert güç olarak ifade edilirken insanları zorlamak yerine iş birliği yapmaya yönelik çalışmalar yumuşak güçtür (Yıldırım, 2014, s. 116-117).

Yumuşak güç kavramı ilk kez Profesör Joseph S. Nye tarafından kullanılarak literatürdeki yerini almıştır. Nye, 1990 yılında Harvard Üniversitesi'nde öğretim görevlisi iken 'Değişen Sınırlar ve Amerika'nın Gücü' adlı eserini yayınlamıştır. Bu kitabında geleneksel bilgeliği sorgulamış ve Amerika güdümünü reddetmiştir (Nye, 1990). Ardından ABD'nin ekonomik ve askeri gücünü inceleyen Nye, ABD'nin bu güçler dışında yumuşak gücünün de avantajlı olduğunun farkına varmıştır. 2004 yılında yayınlamış olduğu 'Yumuşak Güç, Dünya Siyasetinde Başarıya Dayalı Araçlar' adlı kitabında bu konuyu ele alan Nye, ABD'nin yumuşak güç konseptini geliştirerek ele almıştır (Nye, 2004).

İlk kez 1990 yılında kullanılmaya başlanan yumuşak güç kavramı zamanla akademisyenler politika yapıcılar gibi geniş kitlelere hitap eden kişiler tarafından kullanılmaya başlanılmış, bu terim uluslararası alanda önemli yer tutmaya başlamıştır. Nye'nin ortaya atmış olduğu bu kavram ile güç kavramında değişimler meydana gelmiş, başta akademisyenler olmak üzere politikacılar yumuşak güç kavramının üzerinde çalışmalar yürütmüşleridir.

Nye'ye göre güç, şartlara hangi koşullar altında kiminle ilişki kurduğuna göre değişen bir kavramdır. Yumuşak güç başkalarının tercihlerini yönlendirme becerisine göre değişir. Yumuşak güçte dünya siyasetinde gündem oluşturmak ve ülkeleri kendine çekmekte önemlidir. Sert güçte ise askeri güç veya ekonomik yaptırımlar kullanarak diğerlerini değişime zorlanır. Yumuşak güç nüfuzdan farklıdır. Yumuşak güç kullanılarak kamuoyu ikna edebilir, düşünceleri değiştirebilir, kendine çekme becerisi ile rızaları alınabilir. Sert güçte ise tehdit ve paranın caydırıcılığı kullanılır. Herhangi bir kamuoyuna karşı sert güç ve yumuşak güç farklı araçlar kullanır. Yumuşak güç iş birliğini sağlamak için baskı ya da para değil ortak değerlere çekme ve bu değerlere ulaşmaya katkıda bulunmanın doğruluğu ve sorumluluğunu taşır. Öte yandan ekonomik ve askeri güç olarak zayıf olan bazı ülkeler de siyasi anlamda nüfuz gösterebilirler. Örneğin Norveç gibi ülkeler uluslararası barış görüşmeleri ve arabuluculuk yaparak, askeri ve ekonomik ağırlıklarından daha fazla olan siyasi nüfuzlarını uluslararası arenada söz sahibi olarak kullanabilmektedirler. Barışstırıcı olma gibi çekici ilkelere sahip olmak bu ülkelerin yumuşak gücünü artırmaktadır (Nye, 2005, s. 15-16). Aşağıdaki tabloda Nye'ni sert ve yumuşak güç ayrımı özetlenmiştir.

	Davranışlar	Temel Araçlar	Hükümet Politikaları
Sert Güç (Askerî Güç)	• Zorlama • Caydırma • Koruma	• Tehdit • Kuvvet	• Zorlayıcı Diplomasi • Savaş • İttifak
Sert Güç (Ekonomik Güç)	• Teşvik • Zorlama	• Para verme • Yatırım	• Yardım • Rüşvet
Yumuşak Güç	• Hayranlık • Uyandırma • Gündem Yaratma	• Değerler • Kültür • Politikalar • Kurumlar	• Kamu Diplomasisi • İkili ve Çok Taraflı Diplomasi

Tablo 3.1. Joseph S. Nye’in güç tipolojisi

Kaynak: (Nye, Yumuşak Güç, 2005, s. 37)

Bu tabloya göre Nye sert gücü askeri ve ekonomik olarak ikiye ayırmıştır. Askeri güçte zorlama, caydırma ve koruma gibi davranışlar baş gösterirken tehdit ve askeri kuvvet temel araç olarak kullanılır. Sert gücün askeri göstergesi zorlayıcı diplomasi, savaş ve diğer ülkelerle yapılan ittifaklar ile hükümet politikası olarak karşımıza çıkar. Sert gücün ekonomik olarak uygulanmasında ise teşvik ve ekonomik zorlama gibi davranışlar gözlemlenir. Ülkeler parasal yardım ve yatırımı temel araç olarak kullanırlar. Hükümet politikası olarak ise rüşvet ve ekonomik yardımlar karşımıza çıkar.

Yumuşak güce baktığımızda ise ülkeler hayranlık uyandırma, gündem yaratma gibi davranışlar sergilerler. Temel araç olarak diğer ülkelerin değerlerini, kültürünü, politika ve kurumlarını hedef alırlar. Amaca ulaşmak için kamu diplomasisi ve iki veya daha çok taraflı diplomasiyi hükümet politikası olarak benimserler.

Yine Nye’ye göre gücü bir yerde toplamaktansa ülkenin tamamına yayılması yumuşak gücü daha önemli hale getirebilir (Nye, 2005, s. 24). Gücün dağılımı toplumun her kesimine ulaşılması anlamına gelmektedir. Bu durum demokrasi ile yönetilen ülkelerde mümkündür. Çünkü katılımcı demokrasinin olduğu ülkelerde bir kamuoyundan bahsedebiliriz. Kamuoyu demek özgür düşüncesi olan insanlar, haklarını arayan sivil toplum örgütleri hükümetin kontrolü dışında gerçekleşen

etkinlikler anlamına gelmektedir. Bir kamuoyunun oluşu da kamu diplomasisi faaliyetleri için olmazsa olmazdır.

Gelişen teknolojilerle birlikte çağımız bilgi çağı olarak anılmaktadır. Bilginin güç olarak kabul edildiği bir ortamda bu süreç başta toplumsal yapılar ve kültürel değerler olmak üzere birçok yapıyı değişime zorlamaktadır. Bilginin gelişmesi, değişimi, dağılımı ve paylaşımı; ekonomi, teknoloji, politika ve toplumsal yapıları değişime zorlamaktadır. Günümüzde bilgi ve ekonomiye sahip ülkeler gücü ellerinde bulundurmaktadırlar. Ülkelerin sınırlarını ortadan kaldıran bilgisayar ağları bireysel ve toplumsal etkileşimi de arttırmaktadır (Yıldırım, 2014, s. 118). Artan bu etkileşimlerle birlikte toplumlar bilinçli hale gelmekte ve gündemleri yakından takip etmektedirler. Durum böyle olunca ülkelerin yumuşak güce olan ihtiyaçları gün geçtikçe artmaktadır. Çünkü bilinçlenen kamular bir araya gelerek yeni oluşunlar meydana getirmektedir. Sivil toplum örgütleri bunun en belirgin göstergesidir.

Nye'a göre bu çağda sivil aktörler büyük rol oynayacaktır. Bu aktörlerin insanları ulusal sınır tanımayan koalisyonlara çektiğini belirten Nye, bu organizasyonların kendi başına birer yumuşak güç olacağını belirtmiştir. Böylece politika kısmi olarak da olsa çekicilik, meşruluk ve güvenilirlik sağlamak için yarış halinde olacaktır. Bilgiyi paylaşma ve inanılır olma çabası önemli bir çekicilik ve güç kaynağı haline gelecektir. Bu durum küresel bilgi çağında bu siyasi oyunda yumuşak gücün nispi öneminin artacağı göstermektedir. Bilgi çağında çeşitli iletişim kanallarına sahip olan dominant kültüre sahip görüşleri süregelen küresel normlara (hüküm süren liberalizm, çoğulculuk, otonomi) yakın olan güvenilirliği yerel ve uluslararası değerler ve politikalarla güçlenen ülkeler muhtemelen daha çekici hale gelecek ve yumuşak güç kazanacaktır (Nye, 2005, s. 35). Ülkeler kazanacakları yumuşak güç ile dünya üzerinde söz sahibi olacak gelecekle ilgili alınacak kararlarda önemli roller üstlenebileceklerdir.

II. Dünya Savaşı'nın sona ermesiyle başlayan ve 20. yüzyılın sonlarına doğru devam eden gelişmeler iletişim devrimiyle birlikte kamuoyu hakkında bilgiler elde edilmesine olanak sağlamıştır. Bu bilgiler kamuoyunun önemini ortaya çıkarmış kamuoyunun uluslararası ilişkiler için ne kadar önemli bir faktör olduğu gün yüzüne çıkmıştır. Farklı bir yolla ifade etmek gerekirse 'bilgiye erişimi demokratikleştirmek, insanları bağımsız gözlemcilere ve uluslararası siyasette aktif bir role bürümüştür'

(Melissen, 2005, s. 3-4). Tüm bu gelişmeler kamuoyunun gücünü ortaya koymuştur. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte kamuoyu uluslararası ilişkilerde önemli bir aktör olarak karşımıza çıkmıştır.

Bu noktada en gelişmiş güçlü ülkeler bile yumuşak gücün farkına varmıştır. Kamuoyu tarafından üretilen ve paylaşılan her türlü düşünce önemsenmeye başlanmış insanlar zor kullanmak yerine ikna edilmeye çalışılmıştır. Diğer bir deyişle küreselleşen dünyada insanların kalbini kazanmanın ne kadar önemli olduğu anlaşılmıştır. Kamuoyuna karşı karşılaşılan güçlükler karşısında alternatif güç yolları zorunlu hale gelmiştir. Bu noktada yumuşak güç ve kamu diplomasisi faaliyetleri temel alternatiflerden birisi olmuştur.

Bununla birlikte yumuşak güce ihtiyaç duyan sadece ülkeler değildir. Bilgi teknolojisi sayesinde dünya üzerindeki insanlar ucuz ve kolay iletişim kurduğundan, yumuşak güç her türlü aktör için erişilebilir bir hale gelmiştir (Mattern, 2005). Tüm bu gelişmelerin üzerine yumuşak güç üzerine birçok çalışma yürütülmüştür. 1990'lı yıllardan itibaren bu alanda çalışmalar yürüten Joseph Nye, bir ülkenin yumuşak güç dayanaklarını;

1. Ülkenin kültürü (diğer ülkelere gelen çekiciliği),
2. Siyasi Değerleri (yurt içinde ve yurt dışında değer görmesi)
3. Dış politikaları (diğer ülkeler tarafından görülen yüzü) (Nye, 2010, s. 11)

şeklinde tanımlamıştır. Nye'e göre bu kaynaklara sahip olmak istenilen sonucun garanti olduğu anlamına gelmemektedir. Bir güç kaynağının etkinliği içerisinde bulunan etkinliğe göre değişkenlik gösterebilmektedir. Bu bir örnek ile açıklayan Nye; tankların, bataklık veya ormanlık alanda büyük bir askeri güç olmadığını vurgulayarak belirtmiştir. Sanayi üssü bulunmayan bir ülkede kömür ve çeliğin büyük bir güç olmayacağını belirten Nye, gücün doğru zamanda doğru yerde ve doğru yöntemle kullanılması gerektiğini belirtmiştir (Nye, 2004, s. 12). Paragraftan da anlaşılacağı üzere yumuşak güç doğru hammadenin doğru yollarla işlenmesinden geçtiği açıktır. Yumuşak güce sahip olmak isteyen ülkeler elinde bulundurmuş olduğu hammadenin farkına vararak onu doğru yöntemlerle değerlendirmesi gerekmektedir.

Diğer yanda, yumuşak güç sabit bir olgu değildir. Yumuşak güç yere ve zamana göre değişmektedir (Nye, 2004, s. 44). Bu yüzden elimizde bulunan ham

maddeyi yerinde ve zamanında değerlendirmemiz son derece önemlidir. İlk başlarda insanları cezbetmek ve amaçlarımız doğrultusunda düşüncelerini değiştirebilmek için güvenilir ve meşru olmak önemlidir. Meşru olabilmek için iktidarın eylemleri arasında tutarlılık bulunması elzemdir. Nye, ‘politikada rekabetçi güvenilirliğin bir yarış haline geldiğini’ iddia etmiştir. Nye göre hükümetler yaşanan bu süreçte kendilerine olan inançlarını arttırmak için rakiplerini zayıflatırken diğer kuruluşlarla da rekabet etmektedirler (Nye, 2004, s. 106). Güvenilir olup meşruluğunu ilan eden rakiplerini ve diğer kuruluşları ekarte eden hükümetler yumuşak gücün sahibi olurlar. Hükümetler, sahip oldukları yumuşak gücü etkin bir şekilde kullandıklarında ise diğer ülkelerin kamularını etkilemede önemli bir güce kavuşurlar.

Günümüzde yumuşak gücün farkına varan ülkeler birbirlerinin kamusunu etkilemek için yarış haline girmişlerdir. Yumuşak gücün temel dayanağı cazip olmak ve diğer ülkelerin kamusunda güven yaratmaktır.

3.2. Ülkelerin Yumuşak Güç Dayanakları

Yumuşak güç kavramı, bir devletin diğer bir devlet üzerinde etkide bulunarak onun davranışlarını istediği yönde şekillendirmesinin yöntemlerinden birisidir (Kadercan, 2014, s. 313). Yumuşak güç, bir devletin (ya da günümüzde bir uluslararası kuruluşun vb.), siyasi değerlerini, kültürünü, ilkelerini karşısındaki devlette ya da kuruluştaki çekicilik etkisi uyandırarak onu etkileme kapasitesi olarak tanımlanabilir (Kadercan, 2014, s. 315). Bu yönüyle yumuşak güç sert güçten ayrılmaktadır. Sert güç; askeri ve ekonomik gücü temsil ederken yumuşak güç; ülkenin kültürünü, siyasi değerlerini ve dış politikalarını ifade eder. Yumuşak güç denildiği zaman kültür, sanat, medya, eğitim, bilimsel ve teknolojik altyapı, mimari, edebiyat, sivil toplum örgütleri, turizm gibi geniş bir yelpazede akla gelmelidir. Tüm bu geniş yelpazeyi Nye yapmış olduğu çalışmalar neticesinde 3 ana başlık altında toplamıştır.

3.2.1. Ülkenin Kültürü

Yumuşak gücün kaynaklarına yakından bakıldığında bu kaynaklara büyük oranda ‘değerler’in kaynaklık ettiği görülmektedir (Demir, 2012, s. 59-60). Nye’in

ortaya koyduğu sınıflandırmada yumuşak gücün ilk kaynağı olarak kültürü işaret etmektedir. Kültür günümüz dünya siyasetinde çok önemli bir rol oynamaktadır. Kültür küreselleşen bir dünyada, ülkelerin prensiplerini ve özelliklerini anlamak ve ülkeler arasındaki diyalogu düzenlemek konusunda büyük yardımda bulunmaktadır (Zvyagina, 2012, s. 94). Nye'a göre kültür, bir toplum için anlam yaratan değerler ve pratikler kümesidir (Nye, 2005). Haneş ve Abdre'i'ye göre ise kültürün bilim, sanat, eğitim ve buna benzer birçok bileşeni bulunmaktadır (Haneş & Andrei, 2015, s. 34). Bir ülkenin kültürü evrensel değerlerle ne kadar uyuyorsa uluslararası toplum ile yürüteceği kamu diplomasisi faaliyetlerinde başarı şansı o denli yüksektir. Burada önemli olan nokta kamu diplomasisi faaliyeti yürütecek olan ülkenin kültürünün yarattığı cazibedir. Nye'a göre dar değerlere sahip olan kültürlerin yumuşak güç üretme olasılığı daha düşüktür (Nye, 2005). Burada asıl önemli olan hedef kitle tarafından mevcut kitle kültürünün algılanması ve onlara çekici gelmesidir. Kamu diplomasisi faaliyeti yürütecek olan ülkenin cazibe yaratabilmesi bu noktada çok önemlidir.

Nye kültürü kendi içerisinde yüksek ve popüler kültür olmak üzere ikiye ayırmıştır. Edebiyat, sanat ve eğitim gibi seçkinlere hitap eden kültürü yüksek kültür olarak tanımlarken eğlence temelli olan kültürü ise popüler kültür olarak tanımlamıştır. Sancak'a göre bazı uzmanlar yumuşak gücü kültüre indirgerken Nye bu durumu kabul etmemektedir (Sancak, 2016a, s. 17). Nye göre bir ülkenin yumuşak gücünü sadece kültür ile sınırlandırmak onu değerlendirmek için yetersiz olacaktır. Çünkü bir ülkenin yumuşak gücü sadece kültürden kaynaklanmamaktadır.

Bu noktada Nye'nın ayırımında yüksek ve popüler kültüre açıklık getirmemiz faydalı olacaktır. Nye, ABD yüksek kültürünün önemine değinerek ABD'ye ait yüksek kültürel öğelerin ülke için kayda değer bir yumuşak güç ürettiğini kabul etmektedir. Nye'a göre ABD de eğitim almış daha sonraları ülkesine dönen uluslararası öğrencilerin ABD'nin değerlerine ve kurumlarına karşı hayranlık duyduklarını belirtmiştir. Ayrıca bilimsel ve akademik değişim programlarının yumuşak güç açısından ABD'ye katkılar sunduğunu söylemiştir. Başka bir örnekte ise Soğuk Savaş döneminde tiyatro, müze ve opera gibi kültürel değerlerin ABD'nin yüksek kültürü için yumuşak güç oluşturduğunu ifade etmiştir (Nye, 2004, s. 43-45). Bu örneklerde de görülebileceği üzere edebiyat, sanat, eğitim gibi öğeler yüksek

kültürü temsil etmektedir. Yüksel kültür öğeleri uzun süreli olarak geri getirisi olan yumuşak güç kaynaklarıdır.

Nye, popüler kültürün siyasi yönünün de olduğunu ve bunun önemli derecede yumuşak güç sağladığını belirtmiştir. Popüler kültürü ucuz ticari yaklaşımını kanıt olarak gösterip eleştirileri yapanların varsayımlarını reddetmiştir. Nye bu eleştirileri reddederken Soğuk Savaş döneminde popüler kültürün ABD'nin başarılı olmasında etkili olduğunu düşünerek eleştirilere cevap vermiştir (Nye, 2004, s. 45). Nye popüler kültür araçlarının dinamik bir yapıya sahip olduğunu bu nedenle politikacıların popüler kültüre erişmekte sorun yaşadığını ve istenilen sonucu alınamadığını belirtmiştir. Buna ek olarak popüler kültürün tek yönlü olmadığını ve bazı durumlarda yumuşak güç kapsamında çelişkili sonuçları olabileceğini söylemiştir (Nye, 2004, s. 52-54). Popüler kültür yüksek kültür öğeleri gibi kalıcı etki bırakmaktan uzak ve genel geçerdir.

Yüksek kültürde olduğu gibi popüler kültürde de birden çok kaynak bulunmaktadır. Sinema uzmanlar tarafından popüler kültürün en önemli kaynağı olarak kabul edilmektedir. Sinema etkileyici efektlerle hem göze hem de kulağa hitap etmesi ve içerisinde bir mesaj iletmesi bakımından günümüzde etkili bir kamuoyu oluşturma aracı olarak kabul edilmektedir (Edman, 2020, s. 106). Sinema geniş kitlelere ulaşabilmesi açısından önemli bir yumuşak güç kaynağıdır. Günümüzde sinema algıları değiştirmek hedef kitleri arzulanan politik hedefler yönlendirmek için sıklıkla kullanılmaktadır. Öyle ki ABD'deki Hollywood, Disney, Netflix, Hindistan'daki Bollywood bunun örnekleridir. Bu noktadan hareketle Nye, Hollywood'un etki alanının Harvard Üniversitesine göre daha fazla olduğunu belirtmektedir. (Nye, 2004, s. 47). Popüler kültürün en önemli aracı eğlendirirken kamuoyu oluşturmastır. Böylece diğer ülkelerin kamuları üzerinde olumlu imaj kolayca inşa edilebilmektedir. Sinema ve müzik sektörü bunun en önemli örnekleridir.

Popüler kültürün diğer bileşenlerine örnekler verecek olursak spor, müzik gibi unsurları da bu kategoride kabul edebiliriz. Nye, sporu popüler kültürün alt kaynağı olarak kabul etmektedir. Nye göre spor organizasyonları yumuşak güce kaynaklık eden değerlerin iletebilme yeteneğine sahiptir. Nye, NBA maçlarının, 42 dilde ve yaklaşık 212 ülkeden 750 bin kişiye ulaştığını, birinci lig beyzbol maçlarının

11 dilde 224 ülkede yayınlandığını, ABD Futbol Ligi Final maçının 800 milyon yakın kişinin izlediğini anlatmaktadır. Bu anlamda 2002 yılında spor seyircilerinin sayısı, yaklaşık 7,3 milyon kişi olan ABD filmlerinin seyirci sayısını egale etmiştir. Buna bağlı olarak Nye ayrıca herhangi bir spor takımı veya yıldızının da politik mesajları iletebileceğinin altını çizmektedir (Nye, 2004, s. 47). Popüler kültür aracılığıyla iletilen bu politik mesajlar diğer ülke kamularına kolayca ulaştırılabilmektedir.

Popüler kültürün diğer bir bileşeni müziktir. Nye'a göre çoğu ülkelerdeki halkların, ABD'nin teknolojisi, film ve televizyonu yanı sıra müziğine de hayran kalmaya devam ettiklerini belirtmiştir (Nye, 2004, s. 14). Sancak'a göre müzik; bazen doğrudan politik söylemlerle bazen de liberal düşünce ve özgürlük söylemleri ile dolaylı olarak siyasal amaçlara hizmet etmektedir. Bu anlamda özellikle Soğuk Savaş döneminde Batı'nın Doğu'ya nüfuz etme çabalarında müziğin büyük bir katkısı olmuştur (Sancak, 2016a, s. 17).

Yumuşak güç faaliyetlerinin dayanaklarından olan ülkelerin kültürü diğer ülkelerin kamularının etkilenebilmesi açısından son derece önem arz etmektedir. Kültürü bir toplum için değerli ve anlamlı değerler bütünü olarak kabul ettiğimizde bu değerlerin diğer ülkelerin kamularına ilgi çekici gelmesi son derece önemlidir. Kültür dediğimiz zaman aklımıza bilim, sanat, eğitim gibi öğeler bütünü gelmektedir. Bu öğeler evrensel değerlerde uyum sağladıkları zaman diğer ülkelerin halklarına çekici gelmesi kolaylaşmaktadır. Ülkenin kültürü diğer ülkelerin kamularına çekici geldiği zaman o ülkede yürütülecek olan kamu diplomasisi faaliyetlerinin başarıya ulaşma şansı da artmaktadır. Kamu diplomasisinde asıl önemli olan hedef kitle tarafından mevcut kitle kültürünün algılanması ve onlara çekici gelmesidir. Kamu diplomasisi faaliyeti yürütecek olan ülkenin cazibe yaratabilmesi bu noktada çok önemlidir.

3.2.2. Siyasi Değerler

Yumuşak gücün ikinci kaynağı siyasi değerlerdir. Siyasi değerler adı altında ülkenin yönetim biçimi, insan hakları gibi evrensel değerlere bakış açısı, iş güvenliği, suç ve boşanma oranları gibi birçok değer bu başlık altında değerlendirilmektedir. Sancak'a göre genel anlamda hükümet politikaların ürünü olarak karşımıza çıkan

siyasi değerler daha çok iç politika ve yerel değerlerle ilgilidir. Ancak siyasi değerlerin uluslararası etki boyutunun da etkili olduğu söylenbilir (Sancak, 2016b, s. 99-100). Nye’a göre herhangi bir ülkenin ülke içerisinde uluslararası kurumlarda ve dış politikada savunduğu değerler başkalarının tercihlerini etkileyebilir. Hükümetler bu anlamda ortaya çıkardığı örneklerin etkisiyle diğer toplumları kendisine çekebilir veya kendisinden uzaklaştırabilir (Nye, 2005).

Bunu bir örnekle açıklayacak olursak demokrasiyi kullanan ülkeler demokrasi ile yönetilen ülkelere sempatik gelebilirken kominizm veya sosyalizm ile yönetilen ülkelerin toplumlarına itici gelebilecektir. Diğer taraftan insan haklarına saygı duyan ve bunu ilke edinen toplumlar birbirine sempati duyacakken bunun tam karşısında yer alan toplumlar itici gelecektir.

Demir’e göre bir ülke bir hukuk devleti statüsü taşıyorsa, demokrasiyle yönetiliyorsa, kişi hak ve hürriyetlerine saygıyla yaklaşıyorsa, evre konusunda hassas bir davranış sergiliyorsa, insani yardım konusunda örnek alınıyorsa, o ülkenin olumlu imajı ve yumuşak gücü sürekli olarak artacaktır. Aksi tadtirde eğer bir ülke kendi içerisinde yönetim, hukuk, insan hakları gibi konularda sıkıntılar barındırıyorsa bunun sonucunda o ülkenin yumuşak gücü zayıf kalmaktadır (Demir, 2012, s. 63).

Bu doğrultuda kamu diplomasisi faaliyetlerinde yumuşak gücü etkin bir şekilde kullanmak isteyen ülkelerin siyasi değerlere önem vermesi gerekmektedir. Tüm dünya tarafında kabul gören başta insan hakları olmak üzere eşit ve adil bir hukuk sistemi uygun bir yönetim bimi iş güvenliği gibi konulara azami zen gösterilmesi ve bu konuların evrensel düzeyde uygulanması gerekmektedir. Çünkü bu değerler diğer ülkelerin kamularının tercihlerini olumlu ya olumsuz anlamda etkileyebilmektedir.

3.2.3. Dış Politika

Dış politika bir ülke hükümetinin diğer ülke hükümetleri ile olan ilişkisi olarak tanımlanabilir. Her lke kendi çıkarları doğrultusunda hareket eder. Bu durumda diğer ülkelere karşı bir yarış halinde olmayı gerektirir. Dış politikayı etkileyen birçok faktör vardır. Lebedeva’ya göre ülkelerin dış politika oluşturma

süreçleri oldukça karmaşık süreçlerdir. Çünkü dış politika birçok faktörden etkilenebilmektedir. Devletlerin coğrafik konumu ve askeri gücünün yanı sıra ekonomik güç kültürel, tarihsel gelenekler hem siyasi sistemin türü hem de toplumun sosyal yapısı siyasi liderlerin bireysel özellikleri gibi faktörler etkide bulunduğunu belirtmiştir (Lebedeva, 2007, s. 314-315). Bu faktörler ülkelerin dış politikalarını etkilemektedir. Ülkeler dış politikada etkili olmak istiyorlarsa bu faktörlerin üzerinde çalışmalar yapmalıdır.

Diğer taraftan Nye'a göre ise devletler dış politika söz konusu olduğunda kendi çıkarları doğrultusunda hareket etmektedirler. Bu çıkarlar dış politikayı etkilemektedir. Çıkarların ne derece dar veya geniş olduğu, kullanılacak olan yumuşak güç yöntemini belirlemede etkilidir. Ancak yumuşak güç yöntemini kullanacak olan hükümetler iş birliğine dayalı yöntemleri tercih etmek zorundadır. Bu noktadan hareketle yumuşak güç cazibeye dayandığı için amaçların nasıl şekillendirildiği büyük önem arz etmektedir. Dar bir bakış açısıyla şekillendirilen amaçlar dış politikaya zarar verme potansiyeline sahiptir (Nye, 2004, s. 60-61). Bu nedenle hükümetler dış politikada yumuşak gücü kullanırken dikkatli olmalıdır. Aksi bir durumda dış politikaya zarar verebilirler. Nye, Pew Araştırmalar Merkezi tarafından 2003 yılında yapılan bir araştırmaya dayandırdığı verisinde ABD'nin Irak'ı işgalinden sonra çekiciliğinin azaldığını belirtmiştir (Nye, 2020). Örnekte de görüldüğü üzere dış politikada saldırgan bir tavır sergileyen barış yerine savaşı tercih eden ABD çekiciliği azalmıştır. Diğer ülkelerin vatandaşlarına çekici gelme ülkeyi cazibe merkezi haline getirmekle mümkündür. ABD, Irak'a savaş açarak diğer ülkelerin kamuları zihninde çekiciliğini kaybetmiş, cazibesini yitirmiştir.

Nye'a göre; dış politika süreci değerlerle yakından ilgilidir. Dış politikada değerler ne kadar paylaşıyorsa dış politikanın o kadar çekici hale gelme ihtimali vardır. Hükümetler dış politikada büyük kitleler tarafından benimsenen demokrasi ve insan hakları gibi değerleri desteklediği zaman yumuşak güçte başarılı olmaları şansları yüksektir. Ayrıca Nye, yumuşak güce ulaşma konusunda dış politikanın siyasi değerler ve ülkenin kültürüne nazaran daha avantajlı olduğunu belirtmiştir (Nye, 2004, s. 61-62). Ülkeler tüm dünya hakları tarafından benimsenen demokrasi insan hakları gibi konuları benimsediği zaman cazibesi artmaktadır. Bu cazibenin

artmasına diğerk ülkelerin kamularının zihninde oluşan olumlu imaj katkı yapmaktadır.

Sonuç olarak Nye; siyasi değerler, ülkenin kültürü ve dış politikanın yumuşak gücü üretmek konusunda çok önemli olduğunu vurgulamaktadır. Bu kaynaklar arasında özellikle popüler kültürün diğerk kaynaklara göre daha yavaş kalabileceğini vurgulayan Nye, en avantajlı seğeneğin dış politika olacağını belirtmiştir (Nye, 2004, s. 142). Dış politikanın bu kadar etkili olmasının en önemli sebebi hükümetlerin dış politika aracılığıyla kendilerini diğerk ülkelerin halklarına daha kolay anlatabilmeleridir. Bu anlatı evrensel olarak benimsenen demokrasi ve insan hakları gibi konularla süslendiği zaman diğerk ülkelerin kamularının zihnine olumlu bir imaj oluşmakta ülkenin cazibesi yükselmektedir. Tüm bunların sonucu olarakta yumuşak güç artmaktadır.

3.3. Kamu Diplomasisinde Yumuşak Güçten Akıllı Güce

Dünya’da yaşanan değişim ve gelişmeler güç kavramında anlamsal olarak bir takım değişmeye yol açmıştır. Bu durum başta yumuşak ve sert güç olmak üzere, bunların uygulanışı ve doğruluğu konusunda birtakım eleştirilerin yapılmasına zemin hazırlamıştır. Bu eleştirilerin sonucunda ‘*akıllı güç*’ kavramı geliştirilmiştir. Akıllı gücü kısaca sert ve yumuşak gücün bir arada kullanılması olarak tanımlamamız mümkündür. Akıllı güç sert ve yumuşak gücün aynı potada eritilmesiyle ortaya çıkar. Çünkü sert ve yumuşak güç yeri ve zamanı geldiğinde birbirinin tamamlayıcısı/destekleyicisi niteliğinde olmak zorundadır.

Nye, küresel bilgi çağındaki gücün yumuşak bir çekim boyutunun olduğunu belirtmiştir. Akıllı gücü sert ve yumuşak gücün etkin bir şekilde birleştirilmesi yeteneği olarak tanımlayan Nye, kamu diplomasisini akıllı gücün cephaneliğinde önemli bir araç olduğunu belirtmiştir. Nye, kamu diplomasisi ile güvenilirliğin öz eleştirinin ve sivil toplumun yumuşak güç üretmedeki rolünün anlaşılmasını sağladığını belirtmiştir (Nye, 2008, s. 107). Özellikle gelişen teknolojiler ve liberalizm düşüncesiyle birlikte sert güç yerini yumuşak güce bırakmıştır. Ancak bazı noktalarda yumuşak güç yetersiz kalabilmektedir.

Yumuşak gücün her şeyden öte üretici bir yanı vardır. Toplumların kültürünü siyasi değerlerini ve dış politikayı dikkate alarak insanları ikna etmeyi amaçlar. Çatışmadan uzak durarak insanların gönlünü fethetmeyi amaç edinir. Sert güç ise bir ülkenin askeri ve ekonomik yapıları ile ilgilidir. Bir ülke askeri ve ekonomik olarak ne kadar güçlü ise diğer ülkelere baskı, zor ve yaptırım yoluyla birtakım isteklerini gerçekleştirmeyi planlar. Sert gücün kaynağında çatışma vardır. Görüldüğü üzere sert ve yumuşak gücün farklı yönleri ve araçları söz konusudur.

İşte bu farklı yönler ve konuya getirilen eleştiriler akıllı güç kavramını ortaya çıkarmıştır. Nye, yumuşak ve sert gücün bir arada akılcı biçimde kullanılmasının akıllı güç olarak açıklamıştır (Nye, 2008, s. 107). Wilson ise akıllı gücü bir aktörün sert güç ve yumuşak gücün öğelerini her ikisinin birbirini güçlendirdiği aynı zamanda aktörün önerilerinin de etkili ve etkin bir şekilde ilerletildiği birleştirme etme yeteneği olduğunu belirtmiştir (Wilson, 2008). Bu tanımlardan da anlaşılacağı üzere yumuşak ve sert güç birbirini desteklediği/tamamladığı zaman başarılı olma şansı daha yüksektir. Günümüzde sert ve yumuşak gücün ayrı ayrı kullanılması başarı şansını düşürmektedir.

Akıllı güç kavramı yumuşak gücün bir ülkenin dış politikasında yeteri kadar başarılı olamayacağı düşüncesi üzerine ortaya çıkmıştır. Nitekim Wilson akıllı gücün her iki aracın birbirinin sınırlılıklarını ve güçlü yönlerini bilmesi anlamına geldiğini belirtmektedir (Wilson, 2008, s. 116). Snow ise Amerika'nın yumuşak gücü nasıl ele alması gerektiğini ve bunu etkin bir güce nasıl dönüştüreceği sorusuna şöyle cevap vermektedir:

Hükümetler, askeri ve sivil toplum olarak bizler; dünya çapında Amerika'ya karşı yükselen olumsuz algılamaların sadece farkına varmak yerine üstesinden gelmek için ortak çıkar yolları aracılığıyla çalışmalıyız. Konuştuğumuz gibi davranmalıyız. Amerikan politikaları ve ulusal yarar lehine kalpleri ve zihinleri kazanmak için kamu diplomasisi kampanyası ve propagandası olarak; Amerika'nın fair-play değerleri, altın kuralı ve el üstünde tutulan din, meslek ve basın özgürlükleri dünyaya arz edilmektedir. Ancak bu değerlerin retorik çağrışımı Amerika'nın Dünya'daki davranışları ile uyuşmamaktadır (Snow, 2004, s. 18-19).

Bu örnekte de görüldüğü üzere Snow, Amerika'ya yumuşak ve sert gücün birlikte kullanarak hareket etmesini vurgulamaktadır. Amerika'ya karşı yükselen olumsuz algıları ortadan kaldırmak için ortak bir akıl ve ortak bir çözüm yolu

bulunması gerektiğini belirtmiştir. Bu belirtmiş olduğu çözüm ile akıllı gücü işaret etmektedir.

Akıllı güçte güçlü askeri bir yapı şarttır. Ancak bu gücü nüfuza yaymak ve meşrutiyet kazandırmak için yumuşak gücün ön planda olması gerekir (Nye, 2009, s. 1-3). Nye burada yumuşak güçle uluslararası alanda ön planda olunması gerektiğini ancak diğer taraftan da sert güce sahip olmanın akıllı güce gücün temel stratejisi olduğunu vurgulamaktadır. Akıllı güç söz konusu olduğunda ise uluslararası ilişkilerde hangi gücün kullanılması gerekiyor ise onun kullanılması esastır. Bu durum devletlerin hem yumuşak hem de sert gücünü önemsemeye yöneltmektedir.

Dönemin ABD Dışişleri Bakanı Hilary Clinton, 2009 yılında bu durumu destekleyen açıklamalar yapmıştır. ABD Senatosu Dış İlişkiler Komitesinde yaptığı konuşmasında akıllı güç araçları olarak ekonomik, askeri, politik, hukuki ve kültürel değerleri saymış ve her bir durum için uygun enstrüman veya bunların uygun şekilde kombine edilerek seçilmesi gerektiğini vurgulamıştır (Clinton, 2009). Clinton bu açıklamasında değişen ve gelişen teknolojilerle birlikte dünyaya uyum sağlamayı, dolayısıyla akıllı gücü kullanmayı işaret etmiştir.

Wilson'a göre dünya sahnesinde pozisyonunu güçlendirmek isteyen her aktör yeni akıllı güç unsurları çerçevesinde yeni stratejiler geliştirmek zorundadır. Özellikle de uluslararası platformda kendini yeni gösteren Hindistan, Çin, Brezilya gibi ülkelerin akıllı stratejilere daha fazla ihtiyacı vardır (Wilson, 2008, s. 113). Bu durumda ülkemizin de akıllı güç unsurlarından faydalanması gerekir. Wilson'un belirttiği ülkeler dünya üzerinde yükselen ve söz sahibi olmak isteyen ülkelerdir. Bizim ülkemizin de bu ülkelerden farkı yoktur. Ülkemizin sert ve yumuşak gücün stratejik olarak birleştiği akıllı güçle politikalarına yön vermesi uluslararası alanda itibarını daha sağlam inşa etmesine olanak sağlayacaktır.

Yine Wilson'a göre hedef kitleler teknolojinin de gelişmesiyle akıllı hale gelmişlerdir. Eğitimin yaygınlaşması medyanın yayılımı ve kullanımı Asya, Afrika ve Latin Amerika toplumlarını daha bilinçli hale getirmekte ve diğer ülkelerin toplumları hakkında daha çok bilgi sahibi olmalarına olanak sağlamaktadır. Bu durum söz konusu toplumların yumuşak ve sert gücün faaliyetlerinden etkilenme oranını etkilemektedir. Dolayısıyla bu halklara karşı sert ve yumuşak güç ayrı ayrı ele alınarak stratejiler belirlenmeli, iki gücünde kaynakları doğru analiz edilmeli, sert

ve yumuşak gücün entegrasyonunu sağlayacak politik dinamiklerin takibi akıllı güç yaratmak için kullanılmalıdır (Wilson, 2008, s. 113-114).

Günümüzde ulusların tek politika, tek yöntem ya da buna benzer stratejiler ile uluslararası alanda var olma şansları çok azalmıştır. Gelişen teknolojiler ve artan aktörler ile karmaşık ilişkiler farklı uluslararası araçları zorunlu hale getirmiştir. Kamu diplomasisi de bu araçlardan birisidir. Kamu diplomasisi ile ulusların birbirleri karşısında etkileme, yönlendirme, iletişim ortamı yaratma, itibar oluşturmada gibi kullanabileceği çok boyutlu iletişim modelleri mevcuttur. Bu modeller kullanılarak ülkeler uluslararası alanda kendilerine yer bulabilir ve varlıklarını devam ettirebilirler.

3.4. Kamu Diplomasisinin Aktörleri

Kamu diplomasisi ortaya çıkış sürecinde bir tarafı devlet diğer tarafı ise başka ülkelerin halkları olan bir olgu iken bu durum zamanla değişmiştir. Özellikle küreselleşmenin etkisi ve gelişen teknolojilerle birlikte kamu diplomasisini aktörleri artmıştır. Bu duruma gelişen iletişim teknolojileri zemin hazırlamıştır. Özellikle liberal düşüncenin ortaya çıkması internet teknolojilerinin gelişmesiyle bilgi akışının hızlanması ve hedef kitlelere kolay ulaşım kamu diplomasisinin aktörlerinde sayının artmasını sağlamıştır. Liberal ve demokratik düşüncelerin gelişmesiyle baskı grupları, internet teknolojilerinin gelişmesiyle ve bilgi akışının hızlanmasıyla üniversite ve okulların, küreselleşme ile birlikte küçülen dünya ve yeni pazarların ortaya çıkmasıyla Çok Uluslu Şirketler (ÇUS) kamu diplomasisi faaliyetlerinin yeni aktörleri konumuna gelmişlerdir. Bu örnekler kamu diplomasisi aktörlerinin başlıcalarıdır. Devletin dışındaki aktörler çalışma konusunda bazen kendi başlarına projeler üretirken bazen de devletler ile ortak projeler yürütmektedirler. Kamu diplomasisi kapsamında faaliyetleri gösteren aktörleri kısaca şöyle sıralayabiliriz:

- Devlet ve Devlete Bağlı Aktörler
- Sivil Toplum Kuruluşları
- Baskı Grupları
- Üniversite ve Okullar
- Medya ve Haber Ajansları

- Kanaat Önderleri
- Uluslararası Örgütler
- İç Hedef Kitle

3.4.1. Devlet ve Devlete Bağlı Aktörler

Devlet, kamu diplomasisi faaliyetlerinin en önemli aktörüdür. Devletler, varoluşlarının bir gereği olarak kendi çıkarlarına hizmet ederler. Bu çıkarlardan bir tanesi olan ve kendilerini diğer toplumlara kabul ettirme isteği doğrultusunda kamu diplomasisi faaliyetleri imdada yetişir. Kamu diplomasisini; bir devletin, farklı bir devletin halklarını etkileme, onları cezbetme faaliyetlerinin bir bütünü olarak tanımlayabiliriz. Riggins kamu diplomasisini ülkelerin uluslararası kamuoyu oluşturma yoluyla ulusal hedeflerine, çıkarlarına ve amaçlarına ulaşmak için yapılandırılmış doğru bilgiyi yayma girişimi olarak tanımlamıştır (Riggins, 1998, s. 4). Bu doğrultuda kamu diplomasisi faaliyetlerinin ana aktörünü devlet ve devlete bağlı kuruluşlar oluşturmaktadır Morgenthau'ya göre diplomasi'nin uygulanabilirliği uygulayıcıların girişimine bağlıdır. Bu girişimleri yerine getiren aktörler çeşitli faaliyetlerle diplomatik amaçlarını gerçekleştirirler. Diplomasi'nin amaçlarını uzlaşma, ikna etme ve sert güç ile gerçekleştirilebilmektedir. Önemli olan bu üç öğenin doğru zamanda doğru yerde kullanılmasıdır (Morgenthau, 1970, s. 686). Morgenthau'nun da yorumundan anlaşılacağı üzere ikna etme ve uzlaşma kamu diplomasisini ana öğelerinden ikisidir.

Devletler ve ona bağlı kuruluşlar kamu diplomasisi faaliyetleri içerisinde devamlı yer alacaktır. Çünkü devlet aktörünün olmadığı bir ortamda sağlıklı bir kamu diplomasisi faaliyetlerinden söz etmek mümkün değildir. Devletlerin var oluş amacı olan kendini kabul ettirme gücünü gösterme ve kendini başka devletlerin halklarına tanıtmaya ancak kamu diplomasisi faaliyetleri ile mümkündür. Ülkemizde kendi adına yurtdışında kamu diplomasisi faaliyetleri yürütmektedir. Bu faaliyetlerin amacı kendisini diğer ülkelerin halklarına tanıtmaya, kabul ettirme ve ülkemizi diğer ülkelerin halklarına cazip hale getirmektir. Ülkemiz adına bu kapsamda faaliyet yürüten birkaç kuruluş bulunmaktadır. Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığına bağlı olarak; Enformasyon Genel Müdürlüğü ve Yurtdışı Tanıtım ve Kültürel ilişkiler Genel Müdürlüğü, Kültür ve Turizm Bakanlığına bağlı olarak Türk İşbirliği

ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı (TİKA), kamu vakfı olarak faaliyet yürüten Yunus Emre Enstitüsü (YEE) ve Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı bunlara verilebilecek başlıca örneklerdir.

3.4.2. Sivil Toplum Kuruluşları

Sivil toplum, devletin şekillendiremediği, kendi inisiyatif ve renkliliğine terk ettiği devlet dışı bir alanı ifade etmekle sınırlı kalmamakta aynı zamanda aktif ve örgütlü siyasal katılım ve politizasyon sürecini de ifade etmektedir (Çaha, 2003, s. 94). Sivil toplum kuruluşları devlet ile halkları arasında köprü görevi görmekte toplumun istek ve taleplerini dile getirerek bunların yerine getirilmesi amacıyla hükümete baskı oluşturmaktadır. Sivil toplum kuruluşlarının sayısının artması onları kamu diplomasisi faaliyetleri kapsamında etkili bir duruma getirmiştir. Çünkü kamu diplomasisi kapsamında sivil toplum örgütleri ülkelerin halklara ulaşmasında etkili bir araç rolü üstlenmektedir. Sivil toplum anlayışının gelişmesi ve uluslararası siyaset tarafından önemsenmesi Sivil Toplum Kuruluşlarını (STK) kamu diplomasisi kapsamında önemli bir aktör haline getirmiştir. Melissen'e göre kamu diplomasisinin yeni anlayışı yabancı ülkelerin sivil toplum örgütleri ile iyi ilişkiler inşa etmek içerde ve dışarda faaliyet yürüten hükümet dışı organizasyonlarla olan bağları güçlendirmek için çalışmaktır (Melissen, 2005, s. 22). Melissen burada kamu diplomasisini üstlenmiş olduğu yerin role vurgu yapmaktadır. Ona göre kamu diplomasisi diğer ülkelerde faaliyet yürüten sivil toplum örgütleri ile iyi ilişkiler inşa ederek hükümetin diğer ülkelerin kamuları üzerindeki etkinliğini arttırabileceğini belirtmiştir. Diğer yandan yurt içinde ve yurt dışında faaliyet yürüten sivil toplum kuruluşları ile hükümetin iyi ilişkiler kurması ve bağlarını güçlendirmesi gerektiğini bunun bir kamu diplomasisi işlevi olduğunu anlatmıştır.

Günümüzde ülkelerin vatandaşları ve tüketiciler şirketlerden ziyade sivil toplum örgütlerine daha çok güvenmektedir. Sivil toplum kuruluşlarının herhangi bir ticari beklentisinin olmaması, toplumun istek ve taleplerini başta devletler olmak üzere istenilen mercilere ulaştırması bunun en temel nedendir. Bu nedenle insanla sivil toplum örgütlerine kendi adlarına hareket etme yetkisi vermektedir. Yapılan bir araştırmaya baktığımızda Greenpeace ve Oxfam örgütleri, Dünya Doğal Hayatı Koruma Vakfı, Uluslararası Af Örgütü, İngiltere, Almanya ve Fransa'da en çok

güvenilen sivil toplum örgütleri seçilmişlerdir (Tench & Yeomans, 2006, s. 116). Bu kuruluşların en çok güvenilen sivil toplum örgütü seçilmesinin sebebi şeffaf bir yönetim anlayışına sahip olmalarıdır. Bununla birlikte herhangi bir ticari beklenti olmadan toplumun istek ve taleplerini devletlere iletmektedirler. Bu durumda insanlar kendi adlarına hareket etme yetkisini sivil toplum kuruluşlarına devretmektedir.

Ülkemizde de sivil toplum örgütleri söz konusu kamu diplomasisi faaliyetleri oldu mu önemli bir yere sahiptir. STK'lar ülkemizde aynı zamanda baskı grubu görevi gördükleri için hükümet ile yakın ilişki içerisindeyler. Bu kuruluşlar diğer ülkelerin halklarını etkileme onları cezbetme söz konusu oldu mu mesajların iletilmesi konusunda etkin rol oynamaktadırlar. Türkiye Sanayici ve İş Adamları Derneği (TÜSİAD), Müstakil Sanayici ve İş Adamları Derneği (MÜSİAD) gibi sanayicilerin oluşturduğu STK'lar bunlara örnek olarak verilebilir. Buna ek olarak STK'ların kültür ve sanat alanında da etkili olduğunu belirtmekte fayda vardır. Bu kuruluşlar kültür ve sanat etkinliklerinin düzenlenmesinde müze ve vakıflar İstanbul Kültür Sanat Vakfı (İKSİV) gibi kuruluşlar örnek verilebilir (Sancar, 2012, s. 92). Bu kuruluşlar ülkemiz adına diğer ülkeleri etkileme konusunda baskılar oluşturmakta mesajın etkili bir şekilde iletilmesi konusunda etkin bir rol oynayarak kamu diplomasisi faaliyetlerinin bir aktörü olarak karşımıza çıkmaktadır.

3.4.3. Baskı Grupları

Sancar, baskı gruplarını: “Belli bir amacı gerçekleştirmek amacıyla oluşmuş gruplar olarak hükümeti ve resmi organları çıkarları lehine etkilemeyi hedefleyen ve bunun için sürekli çalışan topluluklar” olarak tanımlamaktadır (Sancar, 2012, s. 107). Başka bir tanımda baskı grupları ortak menfaatleri gerçekleştirmek amacıyla siyasal otoriteler üzerinde etki yapmaya çalışan örgütlenmiş gruplardır (Kapani, 2007, s. 192). Bu grupların amacı iktidarı ele geçirmek değildir. Bu gruplar belli bir amaç uğruna bir araya gelmiş ve bu amacını/çıkarını gerçekleştirmek üzere iktidara baskı yapan gruplardır. Bu gruplarda kurumsallaşma çok az olmakla birlikte bir amaç/hedef doğrultusunda bir araya gelmişlerdir. Bu grupların hukuki bir yapılarından bahsetmek mümkün değildir. Amaçlarına ulaşmak için kamuoyuna devlet ve hükümete seslerini duyurmak için çeşitli iletişim kanallarını kullanırlar

(Aziz, 2003, s. 23). Baskı grupları kendi amaçları ve çıkarları doğrultusunda hareket ederler.

Baskı grupları söz konusu kamu diplomasisi oldu mu etkin bir aktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Hükümetlerden bağımsız hareket eden bu kuruluşların ilettiği mesajlar kamu diplomasisi açısından önemli olabilmektedir. Örneğin Türkiye'deki - sözde- Ermeni soykırımı iddiasıyla ilgili baskı gruplarının yaptığı eylemler uluslararası arenada devletlerin açıklamalarından daha fazla ses getirmektedir (Özkan, 2015, s. 11). Bu yüzden baskı grupları özellikle hükümetin diğer ülkelerin kamularını etkilemek onları çıkarları doğrultusunda yönlendirmek için önemli bir aktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Baskı grupları kendi çıkarları doğrultusunda bir araya gelmiş, belli bir çıkarı gerçekleştirmek için faaliyet yürüten kuruluşlar olmaları nedeniyle hükümetlerin özellikle yurt dışında faaliyet yürüten baskı grupları ile iyi ilişkiler kurması son derece önemlidir.

3.4.4. Üniversite ve Okullar

Üniversite ve okullar bir ülkenin gelişmişlik düzeyinin ve akademik seviyelerini belirleyen kurumların başında gelmektedir. Bünyesinde dünyaca ünlü akademisyenler bulunan ve yapmış olduğu çalışmalarla literatürde yer edinen üniversiteler öğrenciler için cazibe merkezi olabilmektedir. Dünya üzerinde eğitim gören öğrencilerin değişim programları ile okutan üniversiteler kamu diplomasi faaliyetlerine hizmet etmektedir. Bu öğrenci değişimlerinde ve öğrencilere verilen burslar ile üniversiteler kamu diplomasisinin bir aktörü olmakta ve ülkelerin cazibe haline gelmesine olanak sağlamaktadırlar. Çeşitli amaçlar ve kültürel özellikler yabancı ülkelere temas kurulması işle yabancı halklara aktarılabilmektedir. Bu anlamda üniversite ve okullar yeni yetişen nesillere fikir inşa etmede kamu diplomasisi aktörü olarak görev yapmaktadır.

Ülkemizde yabancı ülkelerin özellikleri ile kurulmuş birçok eğitim kurumu bulunmaktadır. Sancar, Saint Benoit Fransız Lisesi, Amerikan Lisesi, Alman Lisesi, İtalyan Lisesi, Robert Koleji, St. Michel, Üsküdar Amerikan Lisesi, Tarsus Amerikan Lisesi ve St. Georg Avusturya Lisesi gibi yabancı kültür içerikli birçok okulun kültürel değerlerini Türk öğrencilere aktarma işlevi bulunduğunu belirtmektedir (Sancar, 2012, s. 94). Bu amaçla kurulan okulların kamu diplomasisi

faaliyetlerine hizmet ettiği açıktır. Etkin bir kamu diplomasisi faaliyeti yürütmek isteyen ülkeler özellikle yurtdışında okullar açmalı ve öğrenci değişim programlarına ağırlık vererek kendi kültürlerini öğrenciler aracılığıyla diğer ülke vatandaşlarına tanıtmaları gerekmektedir. Bu tanıtım üniversite ve okulların kamu diplomasisi faaliyetlerinde aktif bir aktör olarak kullanılmasına olanak sağlayacaktır.

3.4.5. Medya ve Haber Ajansları

Kunczik'e göre kitle iletişim araçları bir ülke kamularının diğer ülkelerin kişi ve hükümetleri hakkındaki imajlarını biçimlendirmekte ve yabancı ülkeler hakkındaki enformasyonu yaymaktadır (Kunczik, 1997, s. 7). Kunczik'in bu tanımına göre; bir devlet farklı bir devletin halklarını etkilemek ve onlar üzerinde gündem oluşturmak için medya araçlarını kullanmaktadır. Bu durum medya araçlarının kamu diplomasi faaliyetlerine hizmet etmesi anlamına gelmektedir. Nye'a göre ise kamu diplomasisi faaliyetlerinde yabancı basın kuruluşları önemli bir hedef kitledir (Nye, 2008, s. 101). Uluslararası alanda imajın oluşturulması ülkenin cazip halle getirilmesi ve mesajların farklı ülkelerin halklarına iletilebilmesi için medya son derece önemlidir.

Kamu diplomasisi faaliyetleri için kamuoyu oluşturulması gerekir. Kamuoyu oluşumunda en etkili organlardan birisi olan medya, kamu diplomasisi aktörlerinden birisidir. Bektaş'a göre medyanın kamuoyu oluşturmadaki rolü birçok çalışmada ortaya konmuştur. Gündem oluşturma kitle iletişim araçlarının halk üzerinde etkili olmasının olası yollarından birisidir. Medya tarafından kamuoyu gündemine getirilen olumlu ya da olumsuz yayınlar kamuoyunun kanaat ve düşüncelerini etkilemektedir (Bektaş, 2000, s. 121). Medyanın yayınlarından etkilene kamuoyu yapılan yayınlar hakkında kendince görüşler geliştirmektedir. Bu görüşlerin kamu diplomasisi faaliyetlerine olumlu ya da olumsuz etkisi olabilmektedir. Diğer ülkelerin kamuları üzerinde etkili bir kamu diplomasisi faaliyeti yürütmek isteyen ülkeler medyanın bu gücünü kullanmalı ve kendileri hakkında olumlu bir imaj oluşabilmesi için kamu diplomasisinin bir aktörü olan medyanın gücünden faydalanmalıdır.

3.4.6. Kanaat Önderleri

Kanaat önderlerini, halk tarafından takip edilen sözü ve tavsiyeleri dinlenen bireyler olarak tanımlamamız yanlış olmayacaktır. Kanaat önderleri siyaset, spor, bilim vs. gibi toplumsal konularda halkın benimsediği fikir ve görüşüne önem verilen siyasi merciler ile kolay iletişim kurabilen kişileridir. Bu yüzden kamuoyu oluşturmadaki rolleri son derece önemlidir. Bu kişiler; sanatçılar, sporcular, siyasetçiler, sivil toplum örgütü liderleri, akademisyenler, bilim insanları, iş adamları gibi bireyler olabilirler.

Colombia Üniversitesi'nin Katz, Berelson ve Lazarsfeld önderliğinde gerçekleştirdiği etkiyle ilgili olan araştırmaları sonucunda, enformasyonunun aktarılması ve tutumların değişmesinde kişilerarası ilişkilerden doğan etkinin geniş bir rol oynadığı ve kitle iletişim araçlarının doğrudan rolünün sınırlı olduğu saptanmıştır. Bununla beraber Yale Üniversitesi'nde yapılan araştırmalar sonucu; *'İki Basamaklı Akış'*, *'fikir önderliği'* ve *'kapı tutucu'* kavramları ortaya çıkmıştır (Erdoğan & Alemdar, 2005, s. 73).

İki basamaklı akış kuramına göre güvenilir bir kaynaktan hedef kitleye gönderilen mesajlar daha etkili ve inandırıcı olmaktadır. Bu noktada kanaat önderlerinin önemi ortaya çıkmaktadır. Çünkü kanaat önderleri halk tarafından güvenilen kişilerdir. Dolayısı ile bu kişiler kamu diplomasisi için gerekli olan kamuoyunu oluşturmada etkili olabilirler. Ülkelerin sahip oldukları kanaat önderleri ve ödüllü sanatçıları, edebiyatçıları da onların yumuşak güç avantajlarıdır. Nobel Ödülleri ülkelerin sahip olduğu yumuşak güç avantajına örnek olarak verilebilmektedir. Türkiye'den Nobel Edebiyat Ödülü'nü almaya hak kazanan ünlü yazarımız Orhan Pamuk, yazdığı eserlerle dünyada edebiyata ilgisi olan tüm yabancı halkları etkilemeyi başarmıştır. Romanları birçok dile çevrilen Pamuk, ülkemizin edebiyat alanındaki başarısını dünya kamuoyuna göstermiştir. Yine Sancar'a göre Yaşar Kemal gibi Legion d'Honneur'e sahip bir kanaat önderinin Fransa'da Türkiye ile ilgili algılamaları yönettiğini ve Türkiye'nin stratejik iletişim yönetimine katkı sağladığını belirtmektedir (Sancar, 2012, s. 95). Örneklerden de anlaşılacağı üzere kanaat önderleri bir ülkenin kamuoyu oluşturmada en etkili kamu diplomasisi aktörlerinden birisidir. Bu aktörlerin etkili kullanılması diğer ülkelerin kamuları üzerinde etkili bir kamu diplomasisi faaliyeti ile mümkündür. Çünkü kanaat

önderleri halkın güvendiği ve inandığı kişilerdir. Durum böyle olunca kamu diplomasi faaliyetlerinin başarıya ulaşabilmesi için etkili aktörlerinden birisi olan kanaat önderleri ile işbirliği çok büyük anlam ifade etmektedir.

3.4.7. Uluslararası Örgütler

Uluslararası örgütler belli bir amaç uğruna bir araya gelen ve belli anlaşmalar koşuluyla bir arada bulunan iki veya daha fazla devletin katılımı ile oluşturulan örgütlerdir. Devletler var olduğundan beri devletlerarası ilişkiler bir takım düzenlemeler ile yürütülmektedir. Holsti'ye göre devletlerin çıkarları farklı olduğunda anlaşmazlıklar yaşanmakta ortak amaç ve çıkarların bulunduğu zamanlarda ise iş birliği oluşmaktadır. Uluslararası politika devletlerarası ilişkilerin karışımıyla ortaya çıkmaktadır (Holsti, 1974, s. 393). Birleşmiş Milletler (BM), Avrupa Birliği (AB), Dünya Bankası ve Uluslararası Para Fonu (IMF) gibi küresel ölçekte çalışan topluluklar uluslararası örgütlere örnektir (Azarkan, 2014). Sönmezoğlu'na göre:

Devlet üstü kuruluşların devletlerin uluslararası alandaki gücünü sınırlayan aktörler olduklarını belirtilmiş olmakla beraber, bazı durumlarda kurucu üyelerin çıkarlarını lehine hareket ettikleri, çatışmaları görmezden geldikleri, çatışmalara geç müdahale ettikleri gibi olumsuz durumlarla karşılaşılabilir. Nitekim bu örgütlere üye olan büyük güçler, örgütü kendi dış politika hedefleri doğrultusunda etkileyebilmektedirler. Büyük güçlerin uluslararası örgütleri kendi dış politikalarının bir zemini olarak kullanmaları görülebilmektedir. Bu türden işlevleri ile örgütlerin, ilgili devletlerin dış politikaları üzerinde doğrudan etki oluşturmaları değil, ancak bu etkilerin olduğu ilişkilere zemin hazırlamaları söz konusudur (Sönmezoğlu, 2000, s. 652).

Sönmezoğlu'nun da belirttiği üzere uluslararası örgütler kamu diplomasisi faaliyetleri kapsamında büyük devletlerin kendi dış politikalarına hizmet edebilmektedir. Bu kuruluşlar devletlerin sert gücünü yumuşak bir şekilde kullanmasına olanak tanımaktadır. Çünkü uluslararası örgütler birçok ülkenin katılımı ile oluşmuştur ve bu organizasyonlarda alınan kararlar toplu bir şekilde alınmakta ve uygulamaktadır. Yani bir anlamda kamuoyu oluşturulmuş olmaktadır. Bunu bir örnekle açıklayacak olursak ABD'nin Afganistan'da NATO ile birlikte hareket etmesi gösterilebilir. ABD, NATO'nun ağırlığını kullanarak Afganistan'da kamu diplomasisi kapsamında yumuşak gücü kullanmıştır. Dünya kamuoyuna da kendisini kabul ettirmiştir.

3.4.8. İç Hedef Kitle

İç hedef kitle kamu diplomasisinde sosyal paydaş olarak ele alınmakta ve dışarıdaki başarıdan önce içerideki istikrarın sağlanması ve dünyaya aktarılması gibi bir görevin gerçekleştirilmesinde önemli bir aktör olarak konumlanmaktadır (Sancar, 2012, s. 96). Halkla ilişkilerin tanımlamaları kamu diplomasisi faaliyetlerinin devamını sağlamaktadır. Devletlerin halkla ilişkiler çalışmalarının, '*kamusal işler*' ve '*kamuoyunun bilgilendirilmesi*' ifadeleri ile açıklandığı görülmektedir (Cutlip, Center, & Broom, 1994, s. 464). Kamusal işler olarak kastedilen çalışmalar, yürütülen kamu diplomasisi faaliyetlerinin iç hedef kitleye aktarılmasıdır. Çünkü kamu iç hedef kitle konumundadır ve bu faaliyetler hakkında bilgilendirilmesi gerekir.

Melissen'e göre dış politika çalışmalarının kendi vatandaşlarına bildirilmesi iç hedef kitle çalışmaları yani kamusal işler olarak adlandırılmaktadır (Melissen, 2007, s. 13). ABD özelinde, ABD'nin yürütmüş olduğu çalışmalar hakkında kendi halkını bilgilendirmesi iç hedef kitle çalışması olarak tanımlanmaktadır. Hiçbir kamu diplomasisi faaliyeti kamusal işlerden ayrı tutulmamalıdır. Çünkü iç hedef kitle en önemli kamu diplomasisi araçlarından birisidir. Yürütülen kamu diplomasisi faaliyetleri konusunda bilgilendirilen iç hedef kitle bu durumdan etkilenmekte duruşunu ona göre belirlemektedir. Bu anlamda kamusal işler tamamıyla iç hedef kitleyi ilgilendirirken kamu diplomasisi faaliyetleri diğer ülkelerin halklarını ilgilendirir. Kamusal işler, kamu diplomasisi çalışmalarının aynı şekliyle iç hedef kitleye uygulanmasıdır.

Sonuç olarak kamu diplomasisinde hem hedef kitle hem de sosyal paydaş olan iç hedef kitle devletlerin politikalarını anlatmasında mesajı alan konumundayken bu politikaların anlatılması konusunda ise mesajı veren konumundadır (Sancar, 2012, s. 98-99). Bu nedenle iç hedef kitle kamu diplomasisi faaliyetlerinde aktörlerden birisidir. Kamu diplomasisi faaliyetinin etkin bir şekilde devam ettirilmesi için aktörlerin üstlendiği roller çok önemlidir.

4. SOSYAL MEDYA KAPSAMINDA KAMU DİPLOMASİSİ VE ULUSLARARASI HALKLA İLİŞKİLER

Günümüzde teknoloji hızla değişmekte ve gelişmektedir. Gelişen bu teknolojiyle birlikte hayatımıza sosyal medya, internet gibi yeni kavramlar kazandırmıştır. Özellikle 20. yüzyılın sonlarına doğru ortaya çıkan internet günlük hayatımızı yeniden şekillendirmiştir. İnternet ile birlikte ortaya çıkan sosyal medya kavramı, geleneksel medya araçlarının sorgulanmasına neden olmuştur. Bu sorgulama neticesinde birçok kavram ve kuruluş bundan nasibini almıştır.

İletişim disiplinler arası bir kavram olduğu için yaşanan gelişmelerden hızlı etkilenen bir kavramdır. Dolayısıyla gelişen teknolojiler özellikle iletişim alanında araç/medya olarak kullanılan kavramlarda değişikliğe neden olmuştur. Geleneksel medya araçları olarak adlandırabileceğimiz radyo, gazete gibi haberleşme araçları günümüzde yeni medya araçları olarak adlandırabileceğimiz internet kaynaklı araçlarına nazaran daha az tercih edilebilir konumdadır. Bu duruma neden olarak gösterebileceğimiz unsurların en önemlisi yeni medya araçlarının daha hızlı olması ve kaynak ile alıcı arasında etkileşime olanak tanınmasıdır.

Günümüzde iletişim alanındaki hızlı ilerlemeler internet, yeni/sosyal medya gibi yeni kavramları hayatımıza kazandırmıştır. İnternetin icadı ile kitlesel iletişim tüm dünyayı etkisi altına almaya başlarken özellikle Microsoft'un kişisel bilgisayarları yaygınlaştırma isteği daha fazla kişinin internet kullanımına olanak sağlamıştır. Sosyal medyanın temelini de iletişim olgusuyla birlikte internet oluşturmaktadır. Sosyal medyayı tanımlamadan önce internetin gelişmesine olanak sağlayan teknolojileri incelemek gerekir. İnternetin günlük hayatta kullanımıyla birlikte 1989 yılında Tim Berners-Lee tarafından geliştirilen Web 1.0 dönemi yaşanmış, daha sonraları ise O'Riley Media tarafından geliştirilen Web 2.0 dönemi ortaya çıkmıştır (Sayımer, 2008, s. 28-29). Yirminci yüzyılın son yıllarında gelişen internet teknolojisi ise ilk başlarda geleneksel iletişim yöntemlerinin kullanılacağı tek yönlü bir iletişim (Web1.0) şeklindeydi. Fakat Web 2.0 teknolojisi ile kullanıcının diğer kullanıcılarla ve içinde bulunduğu ağ ile etkileşim kurmasına imkân tanıyan gelişim hem internet mecrasını değiştirmiş hem de sosyal medyanın temelini oluşturmuştur.

Web 1.0 teknolojisi, internetin ilk dönemi için kullanılmaktadır. Tim Berners-Lee tarafından geliştirilen World Wide Web (WWW) -Dünya Çapında Ağ- teknolojisinin ilk zamanlarında oluşturulan web sitelerine atıfta bulunmak için kullanılmaktadır. Bu dönemde kullanıcılar internet sitelerini bilgi edinme amacıyla ziyaret eder almak istedikleri bilgiyi alırlardı. Kullanıcılar yayımlanan içeriğe yorum yapma, katkıda bulunma, içerik üretme gibi bir olanağı sağlanmıyordu. Dönem içerisinde internet kullanımının da artmasıyla birlikte internet kullanıcıları ihtiyaçlarını karşılayacak içeriklere ulaşamamaya başladılar. Sunulan içeriklerinin yetersizliği ve bunun yanında kendi içeriğini oluşturma, paylaşma, etkileşime girme, müdahale etme, içeriği değiştirme isteği ortaya çıktı. Bunlarla beraber olarak kullanıcıların kendini internet içinde belirli bir sosyal sınıfa ait olma isteği Web 2.0'ın ortaya çıkmasına zemin hazırladı.

Web 2.0 teknolojisi, Web 1.0'ın yetersizliğinden dolayı ortaya çıkmıştır. Web 2,0 teknolojisi içerik üzerinde söz hakkı bulunan, içeriğe katkıda bulunan geliştiren ve paylaşan aktif tüketicileri beraberinde getirmiştir. Yani her bir tüketici, aynı zamanda (içerik) üretici konumunda yer almaktadır. Web 2.0 dönemi ile web de kullanıcılar arası etkileşim de başlamıştır. Yaşanan bu etkileşim facebook, twitter, pintrest, instagram gibi sosyal ağların ortaya çıkmasında etkili olmuştur. Web 1.0'ın yaşandığı zamanlar yani internetin ilk ortaya çıktığı zamanlar teknik bilgi yetersizliğinden dolayı çok basit tasarım ve kullanım açısından kötü web sayfaları bulunuyordu. Web 2.0 dönemiyle beraber bu alanda büyük gelişmeler yaşanmış ve artık tasarım ve kullanılabilirlik açısından daha başarılı siteler ortaya çıkmaya başladı. Sosyal medya kavramını ortaya çıkmasında Web 2.0 teknolojisi önemli rol oynamıştır.

Web 1.0 Özellikleri	Web 2.0 Özellikleri
Programcı tarafından yapılmış Web sayfası	Kullanıcı tarafından yapılmış internet sayfası
Uzmanların içerik oluşturmaları	Herkesin içerik oluşturmaları
Kişiler internet sitesini ziyaret eder ve okur	İnsanlar paylaşılan bilgi birlikte oluşturur
Sıkı kontrol edilen siteler	Daha seyrek kontrol edilen siteler
Tek yönlü (Tekten çoğa)	Çift yönlü (Çoktan çoğa)
Britannica Online Ansiklopedi	Wikipedia
Yayınlama	Katılım
Hiyerarşik	Dinamik ve Serbest
Statik, durağan içerik, çok az değişim	Sürekli güncellenen içerik

Tablo 4.1. Web 1.0 ve Web 2.0 teknolojisinin karşılaştırılması

Kaynak: (Bozarth, 2010).

Web 1.0 ve Web 2.0 teknolojilerini tanımladıktan sonra, sosyal medyanın tanımını yapmamız tanımın anlaşılabilirliğini kolaylaştıracaktır. Özellikle Web 2.0 teknolojisinin ortaya çıkmasıyla beraber internet yeni bir boyut kazanmıştır. Web 2.0 döneminde kullanıcılar, Web 1.0'da oldukları gibi pasif ve tüketici değil, bunun tam aksine üretici ve aktif bir rol üstlenmişlerdir. Kullanıcılar Web 2.0 dönemiyle beraber içerik oluşturmaya bu içerikleri paylaşmaya, yorumlamaya başlamışlardır. Bu durum 2000'li yılların başında sosyal medya olgusunu ortaya çıkarmıştır.

Sosyal medya Web 2.0'in kullanıcı hizmetine sunulmasıyla birlikte tek yönlü bilgi paylaşımından, çift taraflı ve eş zamanlı bilgi paylaşımına ulaşılmasını sağlayan medya sistemidir. Ayrıca sosyal medya; kişilerin internet üzerinde birbirleriyle yaptığı diyaloglar ve paylaşımların bütünüdür (Wikipedia, 2021). Kullanıcıların internet ortamına sosyal medya aracılığıyla bilgi ve birikimlerini paylaşmaları, sosyal ağları kullanarak iletişim kurmaları buna örnek olarak verilebilir. İnterneti paylaşım ortamına çeviren Web 2.0 teknolojisiyle giderek yaygınlaşan sosyal ağlar ve sosyal medya, iletişim ve etkileşimi üst düzeye çıkarması ile inanılmaz bir potansiyel güç teşkil etmektedir. Bunun en önemli ve güçlü örneğini Amerika Başkanlık seçimlerinde Barrack Obama'nın sosyal ağları ve sosyal medyayı bir arada kullanarak yaptığı kampanyalardır.

Küreselleşen dünyada uluslararası ilişkilerin fırsata dönüştürülmesi sürecinde var olanı doğru anlatmada yanlış algılamaları düzeltmede ve hedeflenen kitleyi etkileme, kazanma ve yönlendirmede kamu diplomasisi ve uluslararası halkla ilişkiler önemli alanlar olarak değerlendirilmektedir (Güz, 2020, s. 179). Uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi stratejik iletişimin bir parçası olması nedeniyle bu noktada önem teşkil etmektedir. Bu iki alan ülkelerin sınır ötesinde bulunan hedef kitlelerini etkilemede ve onlara ulaşmada son derece önemli roller üstlenmektedir. Daha önceleri nüfus ve askeri güç olarak tabir edilen devletlerin güçleri teknolojinin gelişmesiyle özellikle sınır ötesinde kamuoyu oluşturabilme onları yönetme ve ikna faaliyetleri olarak değişim yaşamıştır. Be değişimin yaşanmasında en önemli rolü teknolojinin gelişmesiyle ortaya çıkan sosyal medya kavramı üstlenmiştir.

Özellikle Web 2.0 teknolojisini gelişmesi kullanıcıların hem üretici hem de tüketici pozisyonunda olması anında etkileşim olması ve çoğulcu bir katılım sağlanabilmesi nedeniyle uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi için fırsat oluşturmuştur. Günümüzde kamuoyunu yönlendirebilmek gündemini yönetmek, onların üzerinde olumlu imaj yaratmak ve ikna etmek son derece önemlidir. Geleneksel medya döneminde bu işlemler uzun zaman almakta ve sadece sınırlı bir kesime ulaşılmasına olanak sağlamaktaydı. Oysa internet ve sosyal medyanın gelişmesiyle günümüzde daha geniş kitlelere ulaşılabilmekte ve kamuoyunu yönlendirme ve onların istekleri doğrultusunda stratejiler geliştirilebilmektedir.

Web 2.0 teknolojisinin gelişmesiyle kamu diplomasisi ve uluslararası halkla ilişkiler alanında da bir takım gelişmeler meydana gelmiştir. Devletlerin yabancı devletlerin halklarıyla iletişime geçme ve onları etkileme politikaları olarak adlandırabileceğimiz kamu diplomasisi (Nye, 2008, s. 95), sosyal medya ve dolayısıyla Web 2.0 teknolojisini kullanmasıyla Kamu Diplomasisi 2.0 olarak adlandırılmaktadır. Kamu Diplomasisi 2.0, devletlerin başka devletlerle diplomatik ilişkilerinin haricinde yabancı halklarla da iletişime geçme ve onları etkileme politikaları olarak kamu diplomasisinde web 2.0 teknolojisinin kullanılmasıdır. (Güz, 2020, s. 195). Yumuşak güç olarak adlandırabileceğimiz kamu diplomasisinde devletler sosyal medyayı kullanarak sınır ötesinde bulunan hedef kitlelerine kendi tanıtımlarını yapma onlara bilgi verme desteklerini ve güvenlerini sağlamak için

kullanabilirler. Böylece herhangi bir baskı aracını kullanmadan daha hızlı ve kolay bir şekilde hedef kitlelerine ile buluşmaları mümkündür. Tüm bunlara sosyal medya olanak sağlamaktadır. Sosyal medya üzerinde yürütülen kamu diplomasisi faaliyetleri kamu diplomasisi 2.0 olarak adlandırmamız mümkündür.

Kamu Diplomasisi 2.0; ülkelerin amaçları doğrultusunda diğer ülkelerin halklarını etkilemek amacıyla sosyal medya üzerinden yürütülen stratejik iletişim süreci olarak tanımlamamız mümkündür. Bu süreç içerisinde geleneksel medyayı da dahil etmemiz pek de yanlış olmayacaktır. Çünkü kamu diplomasisi süreci tüm yönüyle ele alınması gereken stratejik bir iletişim sürecidir. Güz'e göre Kamu Diplomasisi 2.0, amaçlara yönelik olarak hedeflenen ülke ve insanlarına yönelik olarak geleneksel medyanın yanında sosyal medya paylaşım alanlarında yürütülen stratejik iletişim sürecidir. Aynı şekilde geleneksel kamu diplomasisinde (Kamu Diplomasisi 1.0) kullanılan araçlara benzer kültürel araçlar, tanıtım, alışveriş araçları, eğitim araçları, politik araçlar, ekonomik vb. araçlar kullanılmaktadır (Güz, 2020, s. 195-196).

Yumuşak gücü ülkelerin kültürü siyasi değerleri ve hükümet tarafından yürütülen dış politikalarının birleşimini olarak tanımlamamız mümkündür. Bu doğrultuda ülkelerin gelişen teknolojiye uyum sağlamaları ve yumuşak güçlerini etkin bir şekilde kullanmaları gerekmektedir. Bu gücü kullanmak için gelişen teknolojinin bize sunmuş olduğu en etkili araçlardan bir tanesi sosyal medyadır. Sosyal medya araçları ortaya çıkmadan önce yani geleneksel medya döneminde radyo, gazete ve filmler etkili bir kamu diplomasisi aracı olarak kabul edilmekteydi. Öyle ki ülkeler diğer ülkelerin halklarını etkilemek için bu araçları etkili bir şekilde kullanmışlardır. 2. Dünya Savaşı ve Vietnam Savaşı gibi tüm dünyayı ilgilendiren gelişmeler üzerinden bu duruma örnekler vermek mümkündür. Bu gelişmelerin bir tarafı olan ABD, Hollywood sinemasını etkili bir şekilde kullanarak kendisini tüm dünya halklarına anlatmaya çalışmıştır. Hepimizin aşına olduğu Rocky film serisi bu alanın etkili kullanılmasına verilebilecek en büyük örneklerindendir.

Nye'in yumuşak güç teorisine göre küresel bir etki yaratmak isteyen destek, güven, ilgi ve itibar tesis etmek isteyen devletlerin diğer ülkelerin halklarıyla kültürel ve duygusal bağ kurmaları geçmektedir (Nye, 2008). Bu doğrultuda iletişim alanında meydana gelen gelişmelerden diplomasi alanı da nasibini almaktadır. Daha önce de

bahsetmiş olduğumuz üzere iletişim disiplinler arası bir olgudur. Bu kapsamda iletişim alanında yaşanan gelişmeler diğer disiplinleri de etkilemektedir. Kamu diploması de bu disiplinlerden birisidir.

Kamu diploması de iletişim alanında yaşanan bu gelişmeler kayıtsız kalmamıştır. İletişim alanında yaşanan gelişmeler ile iletişim aracı geleneksel medyanın yanına yeni medya olan sosyal medya araçlarını da eklemiştir. Geleneksel medyanın araç olarak kullanıldığı kamu diploması faaliyetlerini Kamu Diploması 1.0 olarak adlandıracak olursak yeni medya araçları olarak tanımlayabileceğimiz sosyal medya araçlarının araç olarak kullanıldığı kamu diploması faaliyetlerini de Kamu Diploması 2.0 olarak adlandırmamız hiç de yanlış olmayacaktır.

İletişim teknolojilerindeki gelişmelere paralel olarak diploması faaliyetlerinde sosyal medyanın ve sosyal paylaşım alanlarının bu süreci etkin ve stratejik yönetiminde önem kazanması kamu diplomasısında yaşanan değişimler “dijital diploması”, “e-diploması”, “kamu diploması 2.0” gibi yeni kavramları gündeme getirmiştir (Güz, 2020, s. 196). Sosyal medyanın özelliklerinden olan mesajların anında iletiler olmasý zaman ve mekân fark etmeksizin içerik oluşturulabilmesi bu içeriğin istenildiği zaman değiştirilebilmesi ve anında geri dönüş sağlanabilmesi gönderilen mesajların ve alınan geri bildirimlerin depolanıp gerektiğinde ölçümlenebilir olması nedeniyle hükümet ve devletler için sosyal medya vazgeçilmez bir araç haline gelmiştir. Bu yukarıda saymış olduğumuz özellikler stratejik iletişim sürecinin planlanmasında ve uygulanmasında devlet veya hükümetlere büyük kolaylıklar sağlamaktadır.

Sosyal medya yapısı gereği devlet veya hükümetlerin sınır ötesinde bulunan hedef kitlelere ulaşmasında onları etkin bir şekilde bilgilendirmesinde, onlar üzerinde gündem oluşturmada ve bu gündemleri yönetilmesinde olanak sağlamaktadır. Bu özelliklerinin yanında 7/24 hedef kitleye erişebilir olma ve onlardan gelecek geri bildirimlere göre pozisyonunu belirleme stratejik iletişim sürecinde son derece önemlidir. Bunların yanında sosyal medya araçlarının çok hızlı bir şekilde geniş kitlelere hitap etmesi kamunun hedef kitlesine erişmesini kolaylaştırmaktadır. Ayrıca Güz’e göre kamu diplomasısındaki etkin aktörlerin bu alanları etkili kullanarak kişisel etki teorisini etkin kullanarak hedef kitleleriyle sosyal paylaşım alanları

üzerinden iletişim ve etkileşime girmeleri kamu diplomasisiyle ilgili yeni kavramları gündeme getirmektedir (Güz, 2020, s. 196).

Kamu diplomasisi sürecinin bir diğer etkin alanı da her alanda olduğu gibi kriz yönetimleridir. Beklenmemdik bir durum da sosyal, ekonomik veya psikolojik olarak karşılaşılan anormal durumlar olarak tanımlayabileceğimiz kriz dönemlerinde iletişim son derece önemlidir. Kriz dönemlerinde hedef kitleye olabildiğince hızlı ulaşmak ve hedef kitleyi doğru bilgilendirmek son derece önem arz eden bir durumdur. Söz konusu kamu diplomasisi olduğu zaman hedef kitlenin sınır ötesinde olduğu ve bu kitleye ulaşmanın geleneksel medya araçları ile ulaşmanın zor olacağı göz önünde bulundurulduğunda imdada sosyal medya yetişmektedir. Sosyal medyanın hızlı ve etkili bir araç olması ayrıca kullanımının kolay ve maliyetinin son derece uygun olması bununla birlikte geniş hedef kitlelere çok hızlı bir şekilde ulaşılabilir olması nedeniyle olası bir kriz döneminde kamu diplomasisi faaliyetlerinin çok etkili bir aracı olacağı kesindir.

Sosyal medyanın günümüzde etkin olarak kullanıldığı alanlarda bir diğeri de uluslararası halkla ilişkiler uygulamalarıdır. Uluslararası halkla ilişkileri bir firmanın, kurumun ya da ülkenin sınır ötesindeki hedef kitleler ile karşılıklı yararı esas alan iyi niyete dayalı ilişkiler kurmak ve devam ettirmeye yönelik olarak gerçekleştirdikleri planlı, stratejik, amaç odaklı ve örgütlü çabalar bütünü olarak tanımlamamız mümkündür (Güz, 2020, s. 199). Uluslararası halkla ilişkiler toplumların birbirini anlayabilmesi kendilerini diğer toplumlara anlatabilmesi ve bu sürecin sağlıklı bir biçimde yürütülebilmesi için son derece önemlidir.

Kunczik, uluslararası halkla ilişkileri tanımlarken bir firmanın, kurumun ya da ülkenin sınır ötesindeki hedef kitleler ile karşılıklı yararı esas alan, iyi niyete dayalı ilişkiler kurmak ve devam ettirmeye yönelik olarak gerçekleştirdikleri planlı, stratejik, amaç odaklı ve örgütlü çabalar bütünü olarak nitelendirmiştir (Kunczik, 1997, s. 12-13; akt. Güz, 2020, s.199). Günümüzde teknolojinin gelişmesiyle toplumlar bilgi merkezli toplumlara dönüşmüştür. Öyle ki eğitim seviyesinin artmasıyla okuryazarlık oranları artmış buda günümüz insanların araştırmacı bir kimliğe bürünmesine zemin hazırlamıştır. Kunczik (Kunczik, 1997, s. 12-13; akt. Güz, 2020, s.199), bilgi merkezli bir toplumda ikna edici, savunucu, eğitici, taraftar, bilgi tedarikçisi, itibar yöneticisi gibi toplumsal, kültürel ve durumsal rollerini yerine

getirirken Hutton (Hutton, 1999, s. 210; akt. Güz, 2020, s.199) bu rollerin gereği olan yeni yönelimlerin varlığının göz ardı edilemeyeceği gerçeğini gündeme getirmektedir (Güz, 2016, s. 174). Bu toplumlarda bilgi ihtiyacını karşılamak ve ortaya çıkabilecek olası krizleri önlemek son derece önemlidir. Bu noktada geleneksel medyanın aksine hızlı, etkin ve anında geri bilirmisi olan bir yapıya ihtiyaç duyulmaktadır. Bu ihtiyacı da günümüz koşullarında sosyal medya araçları karşılayabilmektedir. Bilgiye yönelik taleplerin artması ve bu talebin hızlı bir şekilde karşılanabilmesi için uluslararası halkla ilişkiler ve sosyal medyanın güçlerini birleştirmesi gerekmektedir. Bu noktada karşımıza uluslararası halkla ilişkiler 2.0 çıkmaktadır.

Uluslararası Halkla İlişkiler 2.0, web 2.0 teknolojisini kullanarak sosyal medya ortamında yapılan uluslararası halkla ilişkiler faaliyetleri olarak tanımlanmak mümkündür. Uluslararası Halkla İlişkiler 2.0, bilgi odaklı toplumların bilgiye duydukları yoğun talebin bir sonucu olarak ortaya çıktığı globalleşen dünyada toplumsal, kültürel ve durumsal rolleri yerine getirmekle görevlidir. Bu rolleri yerine getirirken duruma uygun, konusunda uzman ve bilgi alışverişinde bulunabilecek kişi ve araçlarla çalışılması son derece önemlidir. Günümüz koşullarında değişen ve gelişen yaklaşımlardan etkilenen uluslararası halkla ilişkiler kavramı zaman ve mekâna göre değişiklik gösteren ve dinamik bir yapıda olan Uluslararası Halkla İlişkiler 2.0 kavramına bürünmüştür. Bu değişimde sosyal medya ve araçlarının payı yadsınamayacak derecede fazladır. Sosyal medya araçları üzerinden Uluslararası Halkla İlişkiler 2.0 uygulamaları ile hedef kitleye direkt ulaşma kolaylaşmaktadır. Buda söz konusu devlet veya hükümetin hedefine ulaşmasını hızlandırmaktadır.

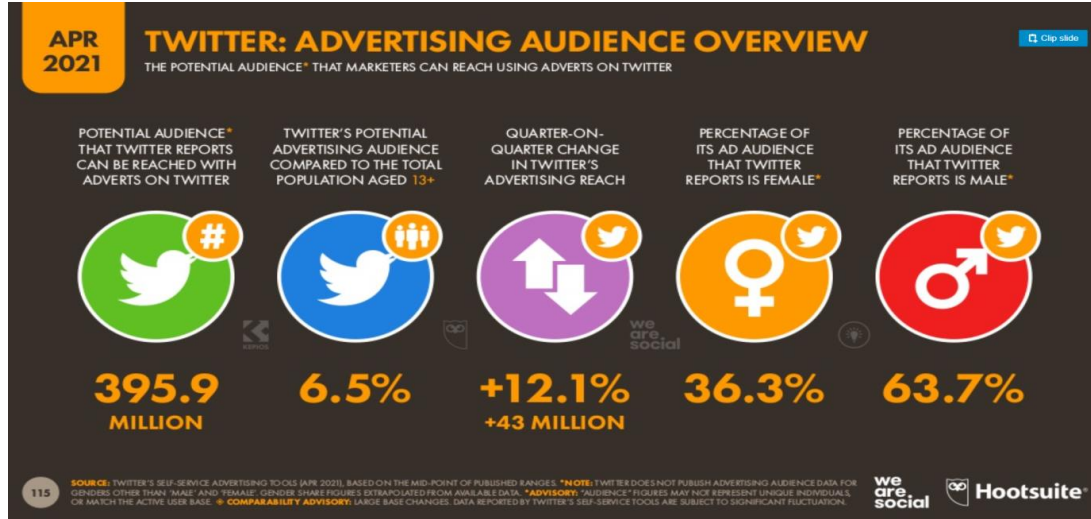
Hedeflerine ulaşmak ve bu doğrultuda varlığını devam ettirmek isteyen oluşumların (Holtz, 2002, s. 87; Harrison, 1998, s. 48; akt. Güz, 2020, s.199) Halkla İlişkiler 2.0'ı kullanmaları bir zorunluluk haline gelmiştir. Halkla İlişkiler 2.0'ın her geçen gün genişleyen ve değişen yapısı kendi dijital dünyalarında yaşayan kitleleri daha iyi analiz ederek beklentilere daha net çözümler üretmektedir (Güz, 2020, s. 199). Toplumsal, kültürel ve durumsal rollerini yerine getiren kuruluşlar web 2.0 teknolojilerini kullanarak sosyal medyaya uyum sağlamaktadır. Web 2.0 teknolojilerine uyum sağlanması Uluslararası Halkla İlişkiler konusunda da uygulamamaların dijital ortama sağlanmasına olanak sağlamıştır. Bu doğrultuda

Uluslararası Halkla İlişkiler 2.0 kavramı karşımıza çıkmıştır. Bununla birlikte halkla ilişkilerin oynadığı rollerin zaman içerisinde değişmesi gelişmesi ve uluslararası boyut kazanması da (Dozier, 2005, s. 350; akt. Güz, 2020, s.199) Uluslararası Halkla İlişkiler 2.0'ı konumlandırmaktadır.

Sonuç olarak web 2.0 teknolojisiyle birlikte hedefe başarılı bir şekilde ulaşılması etkin ve doğru veriler elde edilmesi günümüz koşullarını eskiye nazaran değişmiştir. Toplumsal ve durumsal alanlarda meydana gelen değişimler halkla ilişkiler uygulamalarında da değişimi zorunlu kılmıştır. Özellikle web 2.0 teknolojisiyle birlikte ortaya çıkan sosyal medya araçları bu alandaki değişimin öncüsü olmuştur. Söz konusu değişimler halkla ilişkilerin uluslar alandaki uygulamalarına da etki etmiştir. Bu doğrultuda uluslararası halkla ilişkiler 2.0 karşımıza çıkmıştır. Bu uygulamaların ortaya çıkması kurum veya kuruluşların her geçen gün artan enformasyon ihtiyaçlarının giderilmesini kolaylaştırmaktadır. Özellikle web 2.0 teknolojisi ile birlikte hedef kitlenin her an erişilebilir olması iletişimin çift yönlü ve katılıma açık olması gönderilen ve alınan verinin ölçümlenebilir ve depolanabilir olması her şeyden önemlisi iletişimin aracısız ve maliyetinin düşük olması sosyal medya araçlarını uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi uygulamaları için vazgeçilmez bir araç olarak karşımıza çıkarmıştır.

4.1. Sosyal Medya Aracı Olarak: Twitter

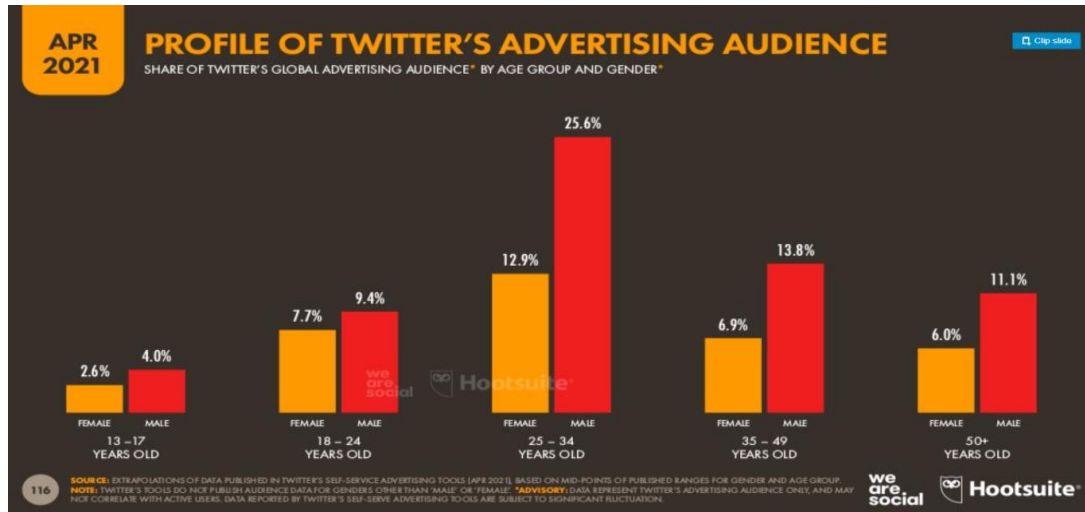
Twitter, 2006 yılında Jack Dorsey, Evan Williams ve Biz Stone tarafından kurulmuş bir sosyal ağ ve microblog sitesidir. İlk kurulduğu zamanlarda kullanıcılarına 140 karaktere kadar metin yazma imkânı tanıyan bu mikroblog sitesi günümüzde bu sınırı 280 karaktere kadar çıkartmıştır. Twitter mikroblog uygulamaları arasında en çok bilinen ve kullanım yoğunluğu en fazla olan sosyal medya platformudur (Irak & Yazıcıoğlu, 2012, s. 28). Datareportal tarafından 2021 yılının Nisan ayında yayınlanan rapora göre Twitter'ın 395.9 milyon kullanıcısı bulunmaktadır. Bu kullanıcıların %36.3'ünü kadın kullanıcılar oluştururken, %63.7'sini erkek kullanıcılar oluşturmaktadır (Datareportal, 2021).



Resim 4.1. Twitter kullanıcı istatistikleri Nisan 2021

Kaynak: (Datareportal, 2021).

Yine Datareportal tarafından yayınlanan verilere göre Twitter kullanıcılarının %6,6'sı 13-17 yaş aralığında yer alırken, kullanıcıların %18.1'i 18-24 yaş aralığında, %38.5'i 25-34 yaş aralığında, %20.7'si 35-49 yaş aralığında, %17.1'i 50 yaş ve üzerinde bulunmaktadır (Datareportal, 2021).



Resim 4.2. Twitter kullanıcı yaş istatistikleri Nisan 2021

Kaynak: (Datareportal, 2021).

Twitter'ın ülkelere göre kullanımına baktığımızda ise dünya üzerinde Twitter'ı en fazla kullanan ülke Amerika Birleşik Devletleri'dir. 73.2 milyon kişinin

Twitter'ı kullandığı Amerika Birleşik Devletleri'ni, 54.1 milyon kişi ile Japonya ve 18.8 milyon kişi ile Hindistan takip etmektedir. Ülkemizde ise mikroblog sitesi Twitter'ın 15.1 milyon kullanıcısı bulunmaktadır (Datareportal, 2021).

APR 2021 **TWITTER AD REACH RANKING**
COUNTRIES AND TERRITORIES WITH THE LARGEST TWITTER ADVERTISING AUDIENCES

#	COUNTRY OR TERRITORY	REACH	Δ QOQ
01	UNITED STATES	73,200,000	+5.6%
02	JAPAN	54,150,000	+6.4%
03	INDIA	18,800,000	+7.4%
04	UNITED KINGDOM	18,300,000	+11.2%
05	BRAZIL	17,900,000	+10.5%
06=	INDONESIA	15,100,000	+7.5%
06=	TURKEY	15,100,000	+11.0%
08	SAUDI ARABIA	13,000,000	+4.4%
09	MEXICO	12,050,000	+9.5%
10	FRANCE	9,250,000	+15.6%
11	PHILIPPINES	8,900,000	+13.4%
12	SPAIN	8,450,000	+12.7%
13	THAILAND	8,350,000	+13.6%
14	CANADA	7,600,000	+17.8%
15	GERMANY	7,350,000	+26.7%
16	SOUTH KOREA	6,100,000	+18.4%
17	ARGENTINA	5,550,000	+11.0%
18	EGYPT	4,200,000	+13.5%
19	NETHERLANDS	3,900,000	+23.8%
20=	COLOMBIA	3,800,000	+13.4%
20=	MALAYSIA	3,800,000	+13.4%
22	ITALY	3,500,000	+25.0%

SOURCE: EXTRAPOLATIONS OF DATA PUBLISHED IN TWITTER'S SELF-SERVICE ADVERTISING TOOLS (APR 2021). ADVISORY: "REACH" MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS. COMPARABILITY ADVISORY: BASE CHANGES. DATA REPORTED BY TWITTER'S SELF-SERVICE TOOLS ARE SUBJECT TO SIGNIFICANT FLUCTUATION.

117 **we are social** **Hootsuite**

Resim 4.3. Twitter'ın ülkelere göre kullanım istatistikleri Nisan 2021

Kaynak: (Datareportal, 2021).

Bireyin düşünce ve görüşlerini diğer insanlarla ücretsiz olarak aktarma düşüncesi üzerine kurulu olan Twitter (Üner, 2016, s. 5), ilk başlardakişilerin anlık durumlarını paylaşmasını hedeflemiştir. İlerleyen zamanda kullanıcıların artmasıyla microblog sitesi Twitter'ın kullanım amacı ve kitlesi değişmiştir. Öyle ki ilk zamanlarda ana ekrandaki mesaj kutusunda ‘Şuan ne yapıyorsun?’ şeklinde yer alan karşılama mesajı Kasım 2009 yılından itibaren ‘Şuan ne oluyor?’ şeklinde değişmiştir. Bu değişim ile Twitter'da kurumsal kullanımında bireysel kullanım kadar arttığının bir belirtisi olarak kabul edilebilmektedir (Genç, 2010, s. 483). Bu hamle ile Twitter bireylerin görüş ve düşüncelerini diğer kişilerle paylaşma fikrine kurumların kamuları ile iletişimini de eklemiştir. Bu değişim ile kamularına ulaşmak isteyen kurumlardaTwitter kullanımı artmaya başlamıştır.

Twitter'ın en önemli özelliği sosyal ağ ve blogların özelliğini tek bir çatı altında toplamasıdır. Twitter'ın bir sosyal ağ olarak kabul edilmesinin en önemli sebebi başta mobil cihazlar olmak üzere birçok cihazdan anlık olarak erişim sağlanabilmesidir. Bu sayede kullanıcılar zaman ve mekân ayrımı olmaksızın anlık iletişime geçip paylaşım yapabilmektedir. Ayrıca kullanıcıların yapmış oldukları bu

paylaşımlar diğer kullanıcılar tarafından takip edilip yorumlanabilir ve geri dönüşe olanak sağlar niteliktedir. Bu özellikler nedeniyle Twitter sosyal ağ sitelerine benzemektedir (Korkmaz, 2015, s. 99). Diğer taraftan blogların en önemli özelliği olan ters kronolojik zaman çizelgesi Twitter tarafından da tercih edilmektedir. Twitter’da blogların özelliği olan tweetlerin ters kronolojik sırayla gösterilmesi ve kullanıcı profillerinin korumalı veya herkese açık olması (Boyd, Golder, & Lotan, 2010, s. 2) Twitter’ın sosyal ağ ve blogları bir araya getirdiğinin bir göstergesidir.

Bu saymış olduğumuz özelliklere ek olarak Twitter’ı diğer sosyal ağ ve bloglardan ayıran özellikleri de mevcuttur. Bu özellikler Twitter’ı diğerlerinden benzersiz kılmaktadır. Bu özellikleri şöyle sıralayabiliriz:

- Twitter’da paylaşılan iletiler 280 karakterden oluşur. Bu özellik iletilerin yazılmasını ve okunmasını kolaylaştırmaktadır.
- Twitter’da iletiler herkese açıktır ve kullanıcılara yazılanları görmeleri için izin verilmesine ihtiyaç yoktur. Bu da yeni insanlarla sosyalleşme imkânı sunmaktadır.
- Twitter’da diğer kullanıcıları takip etmek isteğe bağlıdır. İlginç tweetler atılan kullanıcıların hesapları daha fazla takip edilebilmektedir.
- Tweetler, başta bilgisayarlar olmak üzere mobil cihaz ve uygulamalardan okunup gönderilebilir niteliktedir. Böylece atılan tweetler gerçek zamanlı olarak dağıtılıp paylaşılabilir. Bu da Twitter’ın herkes tarafından kullanılabilceği anlamına gelmektedir (O’Reilly & Milstein, 2011, s. 7).

Twitter’ı kişi veya kurumlar hesap açmak suretiyle kullanabilirler. Hesap oluşturan kullanıcılar uygulama üzerinden tanıdıkları veya takip etmek istedikleri hesapları takip etmek suretiyle bir ağ oluştururlar. Bu ağ üzerinden takip ettikleri kişilerin duygu ve düşüncelerini paylaşmış oldukları resim video gibi medya içeriğini ters kronolojik sıra ile takip edebilmektedirler. Paylaşılan bu içerikler diğer kullanıcılar tarafından favorilere eklenebilmekte tekrar retweet edilerek dolaşıma sokulabilmekte veya yorumlanabilmektedir. Twitter’da bazı kullanıcılar binlerce hesabı takip ederken bazı kullanıcılar daha az hesabı takip etmekte bazı kullanıcılar sadece kişisel tanıdıkları hesapları takip ederken bazıları ilginç ünlüleri ve yabancı hesapları takip etmektedir (Boyd, Golder, & Lotan, 2010, s. 2). Buna ek olarak Twitter’da sadece belirli hesapları takip edip herhangi bir etkileşime girmeyen

hesapların yanında aktif olarak sosyal, kültürel, siyasal ve eğlence maksadıyla tweet atanlarda bulunmaktadır (Timisi, 2015, s. 11). Bu bağlamda Twitter'ı kullanıcı kitlesi amacına göre farklılık göstermektedir. Kitleler kendi görüş ve düşünceleri doğrultusunda Twitter'ı kullanmaktadır.

Kullanıcılar Twitter'ı farklı amaçlarla kullanabilmektedir. Bu alanda yapılan çalışmalara bakıldığında kullanıcıların Twitter'ı iletişime geçmek, belirli bir sosyal ortama dahil olmak gündemi takip etmek ve sosyalleşmek için kullandıkları gözlemlenmektedir. Van Dijck ise yılında yapmış olduğu çalışmada kişi veya kurumların Twitter'ı kullanım nedenlerini söyle sıralamıştır (Van Dijck, 2011, s. 337);

- Tek bir kişiden bağımsız ve herhangi bir web sitesi ara yüzü olmadan diyalog ve sohbet özelliği,
- Belirli kullanıcılarla değişim ve iş birliği imkânı,
- Kendi kendine iletişim ve kendini ifade etme olanağı,
- Durum güncelleme ve kontrol etme imkânı,
- Bilgi ve haber paylaşım olanağı,
- Pazarlama ve Reklam olanağı, kişi ve kurumların Twitter kullanım nedenleridir.

Dijk'in bu çalışmasında sıralamış olduğu birinci ve ikinci özellikte belirli kişi veya gruplar arasında iki yönlü iletişimi işaret etmektedir. Üçüncü ve dördüncü özellikte ise Twitter'a has bir özellik olan liste oluşturmayla bir topluluk veya grup ile iletişim kurulmasına vurgu yapmaktadır. Beşinci ve altıncı özellik ise iletişimin çoklu yönlülüğünü işaret etmemektedir. Tüm bu özellikler kamu diplomasisi ve uluslararası halkla ilişkiler çalışmaları için son derece önem arz etmektedir.

Uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetleri kapsamında bir microblog sitesi olan Twitter'ın son derece önemlidir. Gerek siyasal iletişim gerekse insanlara hızlı kolay ulaşım imkânı sağlaması buna ek olarak uygun maliyetli ve hedef kitle odaklı olabilmesi onu bu denli önemli hake getirmektedir. Uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerinde bulunacak devlet veya hükümetler Twitter ile paydaşlarını doğru ve hızlı bilgilendirebilmekte kendileri ile ilgili gündem oluşturabilmekte ve paydaşlarının görüş ve düşüncelerini öğrenerek

onlara uygun politikalar üretebilmektedir. Bu durum da stratejik iletişim kapsamında devlet ve hükümetlerin elini güçlendirmektedir.

Twitter bir sosyal medya aracı olarak geleneksel iletişim araçlarında olmayan etkileşimli (iki yönlü iletişim) iletişime olanak sağlamaktadır. Bu kapsamda siyasal iletişimin bir parçası olan uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetleri Twitter'ın bu gücünden faydalanması gerekmektedir. Eren'e göre Twitter sosyal medya aracı olarak siyasal iletişim açısından *"fırsat eşitliği"*, *"organize olma gücü"* ve *"izleme ve veri gücü"* olmak üzere üç temel alanı etkilemektedir (Eren, 2015, s. 21-29).

Fırsat Eşitliği: Twitter'a, katılım için önkoşul bulunmamaktadır. Twitter'ın kullanımının basittir. Tüm ekosistemi ulaşılabilir, şeffaf ve aleni olarak konumlandırılmıştır. Söz söylemek isteyenlere 'dinleyici' (takipçi) bulabilmesi, aynı fikri paylaşan dağınık yapıları birleştirebilmesi gibi özelliklere imkân tanıyarak katılımcı demokrasinin önemli bir şartı olan fırsat eşitliğine önemli bir katkı sağlamaktadır (Eren, 2015, s. 23).

Organize Olma Gücü: Twitter, kitleler yanında bireylere de 'tek kişilik güç' haline gelme olanağı sağlamakta ve takipçilerini organize etme gücünü vermektedir. Kullanıcılara gerçek zamanlı iletişim risksiz katılım ve fazla çaba harcamadan düşüncelerini iletme olanağı tanımaktadır (Eren, 2015, s. 26).

İzleme ve Veri Gücü: Twitter, katılımcı demokrasi açısından sosyal medya izleme aracı olarak kullanılmakta siyasal kampanyalar Twitter'ı kullanarak izleme yapmakta ve aldıkları veriler ile kampanya stratejilerine yön vermektedir. Bu bağlamda Twitter kamusal alanda vatandaşın katılımını sağlamak için etkili bir mecra olmakla birlikte aynı zamanda verdiği istatistikî veriler tepki ölçme, geri bildirim olanakları ile izleme ve raporlama yapılabilecek deneysel bir iletişim mecrası olarak ele alınmaktadır (Eren, 2015, s. 27-28).

Sonuç olarak Twitter'ın geleneksel medya araçlarından farklı olarak zaman ve mekân fark etmeksizin etkileşime izin vermesi, başta mobil cihazlar olmak üzere erişiminin kolay olması devlet/hükümetlerin hedef kitlelerine ulaşmasını kolaylaştırması hedef kitlelerin geri bildirimlerinin anlık olarak takip edilebilip depolanabilmesi açısından son derece önemlidir. Bununla birlikte kullanım maliyetinin son derece düşük olması ve gelişmelerin eş zamanlı olarak takip edilip duruma göre politikalar belirlenebilmesi ve bu durumların yönetilebilmesi açısından uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi uygulamaları bakımından son derece önem arz etmektedir.

4.1.1. Sosyal Medya Aracı Twitter’ın Yapısal Özellikleri

Bireyler ve kurumların duygu, düşünce ve mesajlarını 280 karakterlik iletilerle iletebildiği sosyal medya aracı olan Twitter’ın bir işleyiş yapısı söz konusudur. Twitter’ı kullanmak isteyen kullanıcıların öncelikle ücretsiz bir hesap oluşturmaları gerekmektedir. Hesap oluşturduktan sonra kullanıcı haberdar olmak ve etkileşime girmek istediği kişilerin profilini takip etmelidir. Takip edilen bu hesaplar üzerinden gerekli düzenlemeler yapılarak grup veya listeler oluşturulabilir. Böylece hesaplar konularına göre sınıflandırılmış olur. Twitter uygulaması hesap oluşturan kişilere popüler kişileri önermektedir. Bu öneriler zaman içerisinde takip edilen veya ilgi duyulan konulara göre sınıflandırılmaktadır. Bu uygulamanın amacı insanların birbiri ile iletişime girmesini sağlamaktır. Twitter üzerinden karşılıklı takip olabileceği gibi diğer sosyal medya uygulamalarında olduğu gibi karşılıklı takipleşmek zorunlu değildir. Buda insanların herkese erişebilmesini imkanı hale getirebilmektedir.

Twitter, kullanıcıların diğer kullanıcılarla iletişime geçmesini sağlayan kendine has bir takım özellikleri bulunmaktadır. Bu özellikler Twitter uygulamasını anlamamıza yardımcı olacaktır.

Tweet

Tweet İngilizcede cıvıltı, cıvıldamak anlamına gelmektedir. Kullanıcılar ‘Şuan ne oluyor?’ sorusuna verilen cevap olarak yazmış oldukları 280 karakterlik mesaj tweet olarak adlandırılmaktadır. Kullanıcıların, ‘Şu an ne oluyor?’ soruna verdikleri cevap herkes tarafından gömülebilmekte ve bu mesajlarla etkileşime girebilmektedir.

Retweet

Bir kullanıcının başka bir kullanıcının tweet’in kendi hesabında takipçileri ile paylaşmasıdır. Retweet bir anlamda kopyalama veya yeniden paylaşma eylemidir. Kişi veya kurumlar kendileri hakkında Twitter üzerinden yapılan olumlu veya olumsuz düşünceleri daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlamak için bu bileşeni

kullanmaktadır. Bu nedenle retweet özelliğini Twitter’ın önemli bir kitle iletişim tekniği olarak kabul edilmektedir.

Mention

Türkçe anlamı bahsetmek veya etiketlemek olarak çevirebileceğimiz Mention kelimesi kullanıcıların “@kullanıcıadı” şeklinde tweet atarak gerçekleştirmiş olduğu eylemdir. Bu eylem ile herhangi bir kullanıcıdan bahsedilmiş olur. Bu sayede gönderilen mesaj bahsedilen veya etiketlenen kişiye iletilir.

Follow/Unfollow

Follow kelimesini Türkçe karşılığı ‘*takip etmek*’tir. Unfollow ise ‘*takipten çıkmak*’ olarak adlandırabiliriz. Kullanıcılar zevklerine ve duygu düşüncelerine uygun kişileri takip etmesi veya onları takipten çıkması anlamında kullanılır. Kişilerin takip ettiği hesapların tweetleri ters kronolojik olarak görüntülenir. Kişiler takip etmek istedikleri hesaplarda bulunan Follow butonuna tıklayarak, ilgili hesabı takip etmiş olur. Takipten çıkmak istediklerinde ise yine takip etmiş oldukları hesapta bulunan Unfollow butonuna tıklayarak takipten çıkmış olunur.

Favori

Kullanıcıların paylaşılan bir tweeti beğenmesidir. Beğenilen tweet kalp simgesine tıklanarak beğenilmiş/favoriye alınmış olur. Kullanıcılar böylece beğenmiş oldukları tweetlere favoriler listesinden erişebilirler.

Hastag

Hastag, başına ‘#’ işareti konulmak suretiyle atılan tweetlerdir. Bu işaretin kullanılmasının amacı ortak bir konu hakkında atılan tweetlerin bir alanda toplanması ve kullanıcıların konu hakkındaki görüşlerini belirmesi amacıyla kullanılır. Hastag kullanılarak gündemler oluşturulur ve bu gündemler hakkında insanların görüş ve düşünceleri kolayca takip edilebilir.

Trend topic (TT)

Trend Topic Twitter uygulaması üzerinden en çok konuşulan konu anlamına gelmektedir. Bir olay veya konu hakkında kişilerin hashtag kullanmak suretiyle atmış oldukları tweetler yerel ve genel olarak 30 konu olarak sıralanır. Bu konular en çok konuşulandan en az bahsedilene göre sıralanır. Gündem oluşturmak veya gündemi takip edip belirlemek isteyen kurumlar için son derece önemlidir.

Keşfet

Keşfet Twitter gündemi hakkında bilgi alınan sekmedir. Keşfet sekmesinde kullanıcılar takip etmeseler dahi gündemde en çok konuşulan konuları görmelerini sağlar. Buradaki tweetler tüm Twitter kullanıcılarının oluşturduğu gündemle meydana gelir. Diğer hesapların bahsettiği, yorum yaptığı ve favoriye aldığı konular Keşfet sekmesi altında görüntülenir.

Timeline (zaman akışı)

Kullanıcıların takip ettikleri hesapların atmış olduğu tweetlerin ters kronolojik olarak gösterildiği sekmedir. Kullanıcılar bu sekmede takip ettikleri kişilerin tweetlerini takip eder onları favorilere ekleyip retweet edebilirler. Kullanıcıların takip ettiği kişi sayısı ne kadar fazla ise Timeline'da görüntülenen tweet sayısı ile doğru orantılıdır.

Direct mesaj (DM)

Twitter uygulaması içerisinde kullanılan özel mesajlaşmaya verilen isimdir. Sadece birbirini takip eden kullanıcılar birbirine direkt mesaj gönderebilir.



5. TÜRK İŞBİRLİĞİ VE KOORDİNASYON AJANSI BAŞKANLIĞI (TİKA)

Kamu diplomasisi ve uluslararası halkla ilişkiler söz konusu olduğunda devletler/hükümetler ile diğer ülkelerin halkları arasındaki iletişim son derece önem arz etmektedir. Bu iletişim diğer ülkelerin halklarını etkilemek isteyen devletlerin kullanacağı en etkili silahların başında gelmektedir. Bu iletişimin etkin birer aracı olan uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetleri ile bunları uygulayacak yapılar olduğu zaman bu iletişim daha da anlam kazanmaktadır. Bu noktada ülkemizin diğer ülkelerin halkları ile iletişim kurmasında ön plana çıkan kurumlardan bir tanesi Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı (TİKA)'dır.

TİKA, Türkiye Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı olarak faaliyet yürütmektedir. Türkiye Cumhuriyeti'nin yurtdışında organize ettiği yardımları ofisleri aracılığıyla yardım sahiplerine ulaştırarak ülkemiz adına uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerine katkı sağlamaktadır. Başta restorasyon, sağlık, eğitim, tarım ve hayvancılık, idari ve sivil altyapıların geliştirilmesi olmak üzere birçok alanda faaliyet göstermektedir. TİKA'yı daha yakından tanımak için tarihçesi ve görevlerine yakından bakmak faydalı olacaktır.

5.1. TİKA'nın Kuruluşu, Tarihçesi ve Teşkilat Yapısı

Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği (SSCB)'nin 25 Aralık 1991 tarihinde dağılmasıyla Orta Asya ve Kafkaslarda birçok devlet bağımsızlığını ilan etmiştir. Kazakistan, Türkmenistan, Özbekistan, Azerbaycan ve Kırgızistan gibi bizimle ortak dile ortak hafızaya ve ortak kültüre sahip devletlerde bağımsızlığını ilan eden devletlerin arasında yer almaktaydı. Türkiye, o günlerde bağımsızlığına kavuşan Türk Cumhuriyetlerini tanıyan ilk ülke olmuştur (TİKA Hakkında, 2021). Bağımsızlığına kavuşan bu devletlerin ülkemizle ortak bir dile ortak bir hafızaya ve ortak bir kültüre sahip olması ikili ve bölgesel ilişkilerin güçlenmesine zemin hazırlamıştır. Ayrıca bu ülkelerin sosyalist bir sistemden sonra demokratik bir sistem inşa etmesi ve dünyaya uyum sağlayabilmesi adına ülkemizin önderliğine ihtiyaçları vardı. Oran'ın ifadesiyle; o zamanlar Türkiye, "önemli değişimlerden geçmekte olan bölge Türki halklarıyla kültürel ve etnik bağlantıları nedeniyle bölge ve dünya politikasında daha etkin ve ağırlıklı bir siyasi konuma gelme beklentisindeydi. Bu

beklenti Türkiye'nin laik, demokratik yapısıyla Orta Asya devletlerince bir model olarak kabul edileceği inancına dayanmaktaydı” (Oran, 2010, s. 382).

Bu ülkelerin sosyalist sistemden demokratik sisteme geçişi konusunda eksikliği hissedilen Türkiye, bunlara yönelik olarak başta sosyal, ekonomik kültürel olmak üzere kalkınma ve teknik yardımlar ve işbirliği konusunda faaliyetler yürütmeye başlamıştır. Bu faaliyetler zaman içerisinde uzun soluklu projelere ve kalkınma merkezli işbirliği çalışmalarına dönüşmüştür. Bölgede yapılacak faaliyetleri ve dış politika önceliklerini belirlemek ve bunları koordine edip uygulama gereksinimi ortaya çıkmıştır. Bu doğrultuda 1992 yılında Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı (TİKA) 1992 yılında kurulmuştur (TİKA Hakkında, 2021).

TİKA'nı yapısı itibariyle kendisine benzer yapıda örnek verilebilecek birçok oluşum mevcuttur. Amerikan dış yardım kuruluşu United States Agency for International Development (USAID), Japon dış yardım kuruluşu Japan International Cooperation Agency (JICA), Belçika dış yardım kuruluşu The Belgian Directorate-Generale for Development Cooperation (DGDC), Danimarka dış yardım kuruluşu The Danish International Development Agency (DANIDA) bu örneklerden birkaçıdır. Bu örnekler kuruldukları ülkelerin diğer ülkelerin halkları ile uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerini etkin bir şekilde yürütmesinde önemli roller üstlenmektedir.

TİKA, özellikle SSCB'nin yıkılmasından sonra bağımsızlığını ilan eden ve özellikle ülkemizle ortak bir dile ortak bir hafızaya ve ortak bir kültüre sahip ülkelerin ortaya çıkan ihtiyaçlarını giderebilmek amacıyla “Bakanlar Kurulu'nun 24 Ocak 1992 tarihli kararıyla 480 Sayılı Kanun Hükmünde Kararname ile Dışişleri Bakanlığı'na bağlı olarak kurulmuştur. 1999 yılında Cumhurbaşkanlığı tezkeresi ile Başbakanlığa bağlanmış 2001 yılında teşkilat kanunu olan 4668 Sayılı “Türk İşbirliği ve Kalkınma İdaresi Başkanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun” yayımlanmıştır” (TİKA Tarihçe, 2021).

2011 yılına gelindiğinde Türkiye olarak dinamik dış politika yönelimlerimiz küresel ve bölgesel düzeyde yaşanan büyük değişimlerin itici etkisi ve kalkınma işbirliği sürecinin etkinliğinin artırılabilmesi amacı ile Türk İşbirliği ve Kalkınma İdaresi Başkanlığının organizasyon yapısı gözden geçirilmiş ve TİKA yeniden

yapılandırılmıştır. 24 Ekim 2011 tarihli 656 sayılı Kanun Hükmünde Kararname'yle teşkilat kanunu ve adı güncellenen Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı (TİKA), kavuştuğu esnek ve hızlı karar alabilen yapısıyla faaliyetlerine daha güçlü bir biçimde devam etmiştir (TİKA Tarihçe, 2021).

Bu süreç içerisinde çalışmalarına devam eden TİKA, Sovyetler Birliği'nden ayrılan ülkeler dışında diğer ülkelerde de ofisler açarak çalışmalarına devam etmiştir. Orta Asya ve Balkanlar'dan sonra Afrika, Latin Amerika ve Pasifik adalarına kadar geniş bir coğrafyada ülkemize hizmet etmeye devam etmiştir.

15 Temmuz 2018 tarih ve 30479 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanan "Bakanlıklara Bağlı, İlgili, İlişkili Kurum ve Kuruluşlar İle Diğer Kurum ve Kuruluşların Teşkilatı Hakkında Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi'nin "Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı" başlıklı 37'nci bölümünde yer alan "Kuruluş ve Teşkilat" başlıklı 521. Maddesinde, TİKA, kamu tüzel kişiliğine haiz ve özel bütçeli olarak nitelendirilmiş olup Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı olarak faaliyetlerini sürdürmektedir (TİKA Tarihçe, 2021).

TİKA, ülkemizin izlemiş olduğu aktif ve ilkeli dış politikaya bağlı olarak çalışma yaptığımız ülkelerin sayısı her geçen gün arttırmaya devam etmektedir. Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı bugün 60 ülkede 62 Program Koordinasyon Ofisi ile 150 ülkede faaliyet göstermektedir. Türkiye, TİKA aracılığı ile dost, kardeş ve akraba ülkelere yönelik olarak yaptığı çalışmaların temelinde bir barış kuşağı oluşturma çabası bulunmaktadır (TİKA Tarihçe, 2021).

TİKA bölgesel ve küresel sorunlara adaletli bir tutumla hızlı ve kalıcı çözümler sunmayı amaçlayan bir teşkilat olma iddiasıyla misyonunu şu şekilde açıklamaktadır; "Ülkemizin uluslararası iş birliği faaliyetleri ve kalkınma yardımları çerçevesinde faaliyette bulunduğumuz ülkelerde ilgili kuruluşlarla koordinasyon içerisinde, ekonomik, sosyal ve insani kalkınma süreçlerini destekleyecek ortak tarihi ve kültürel mirasımızın geleceğe taşınmasını sağlayacak sürdürülebilir proje ve faaliyetler gerçekleştirmek" (TİKA Faaliyet Raporu 2020, 2021, s. 18).

TİKA'nın yetki, görev ve sorumlulukları ise 15.07.2018 tarih ve 4 numaralı Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi'yle aşağıdaki gibi sıralanmıştır:

- a. İş birliğinde bulunulması hedeflenen ülke ve topluluklarla iktisadi, ticari, teknik, sosyal, kültürel ve eğitim alanlarındaki ilişkileri karşılıklı

kalkınmaya da katkıda bulunacak şekilde projeler ve faaliyetler temelinde geliştirme söz konusu ülke ve toplulukların kalkınma hedef ve ihtiyaçlarına uygun iş birliği program ve projelerini hazırlamak veya hazırlatmak bununla ilgili gerekli düzenlemeleri ve takibi yapmak ve bunların uygulanmasında koordinasyonu sağlamak.

- b. İş birliğinde bulunulması hedeflenen ülke ve toplulukların iktisadi gelişim sürecinde ihtiyaç duyacakları ekonomik altyapı araçlarını ve destek programlarını hazırlamak, ekonomik büyüme, yatırım ortamının hazırlanması ve geliştirilmesi, işsizliğin ve yoksulluğun azaltılması, eğitim seviyesinin yükseltilmesi, iyi yönetim, kadın ve ailenin toplumsal yaşamda ve kalkınmadaki rolü, bilgi teknolojileri transferi, çevre ve doğal kaynakların yönetimi, enerji, altyapı, sürdürülebilir kalkınma gibi alanlarda katkı temin etmek, bu ülkelere kurumsal, insan kaynakları ve benzeri alanlarda kapasite geliştirme destekleri sağlamak.
- c. Gerektiğinde yabancı ülke ve topluluklara yapılacak insani yardım ve teknik desteklerin koordinasyonunu sağlamak.
- d. Kalkınma alanında ulusal ve yararlanıcı ülkelerin kamu kurumları, üniversiteleri, sivil toplum ve özel sektör kuruluşları ile iş birliği halinde program proje ve faaliyetler gerçekleştirmek ve gerektiğinde uzman desteği sağlamak.
- e. İş birliği yapılması hedeflenen ülke ve topluluklarda kamu yönetimi, hukuk, eğitim, kültür ve diğer sosyal alanlardaki iş birliğini güçlendirmek amacıyla proje ve programlar hazırlamak, hazırlatmak ve uygulamak bu ülke ve topluluklardan eğitim ve staj amacıyla Türkiye'ye gönderilecek kamu görevlileri ve diğer kişilere burs ve benzeri destek sağlamak.
- f. Yurt dışında kültürel iş birliği programları yürütmek ve gerektiğinde Türk kültürüyle ilgili faaliyet gösteren merkezlerle iş birliği yapmak.
- g. Kalkınma yardımları ve ülkemizin dış yardımlarıyla ilgili uygulama ve teknik koordinasyon ile takibi sağlamak, envanter hazırlamak ve raporlar yayınlamak.
- h. Yurt dışında bulunan ortak tarihi, kültürel ve toplumsal mirasın ve değerlerin korunmasına toplumlar arası ön yargıların giderilerek ilişkilerin güçlendirilmesine yönelik sosyal ve kültürel proje ve çalışmaları uygulamak.
- i. Görev alanıyla ilgili olarak uluslararası iş birliğine ilişkin çalışmalarda yer almak ve koordinasyonu sağlamak gerektiğinde uluslararası kuruluşlar ve bunların temsilcilikleriyle ortaklaşa projeler yürütmek.
- j. İş birliğinde bulunulması hedeflenen ülkelerin yanı sıra, özellikle tarihi, coğrafi, sosyal ve kültürel bağlarımızın bulunduğu ülkelere ilgili ülkenin kalkınmışlık düzeyine bakılmaksızın teknik katkı ve destekte bulunmak ve ortak projelere açık olan tüm ülkelerden gelecek talepleri değerlendirmek.
- k. Başkanlığın faaliyetleri kapsamında programa alınacak ülke ve topluluklara yönelik iş birliği ve yardım projeleri hakkında Bakanlığa bilgi vermek.
- l. Mevzuatla Başkanlığa verilen diğer görev ve hizmetleri yapmak (TİKA Faaliyet Raporu 2020, 2021, s. 20)

2008/15 ve 2005/11 sayılı [mülga] Başbakanlık Genelgeleri ile TİKA'ya verilen görevler ise aşağıda sıralanmıştır:

- a. Yurt dışındaki taşınmaz kültür varlıklarımızla ilgili olarak yürütülecek çalışmalarda kamu kurum ve kuruluşları ile sivil toplum örgütleri arasında iş birliği ve koordinasyonu sağlamak, strateji geliştirmek ve restorasyon faaliyetlerini yönlendirmek amacıyla kurulan "Yurt Dışındaki Kültür Varlıkları Eşgüdüm ve Yönlendirme Kurulunun" sekreteryasını yapmak.
- b. Yurt dışına yapılan teknik yardımların envanterinin tutulması ve uygulamanın koordinasyonunu yapmak (TİKA Faaliyet Raporu 2020, 2021, s. 20).

TİKA, yurt dışında yürütülecek işbirliği faaliyetlerinin gerektirdiği koordinasyonu sağlamak amacıyla görev alanına giren ve önceliği olan bölge ülkelerde Dışişleri Bakanlığı ile gerekli koordinasyonu sağlayarak “*Program Koordinasyon Ofisleri*” açmaktadır. TİKA bünyesinde ikili işbirliği anlaşmaları veya mutabakat muhtıraları çerçevesinde hâlihazırda **60 ülkede 62 Program Koordinasyon Ofisi** bulunmaktadır. Bu ofisler; [Afganistan Kabil, Afganistan Mezar-ı Şerif, Arnavutluk, Azerbaycan, Bangladeş, Bosna Hersek, Bulgaristan [kurulma aşamasında], Cezayir, Cibuti, Çad, Etiyopya, Filipinler, Filistin, Gambiya [kurulma aşamasında], Gine, Güney Afrika, Güney Sudan, Gürcistan, Hırvatistan, Irak, İsrail[kurulma aşamasında], Kamerun, Karadağ, Kazakistan, Kenya, Kırgızistan, Kolombiya, Komorlar Birliği, Kosova, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti, Libya, Lübnan, Macaristan, Madagaskar, Makedonya, Mali [kurulma aşamasında], Meksika, Mısır, Moğolistan, Moldova, Mozambik, Myanmar, Namibya, Nijer, Nijerya [kurulma aşamasında], Özbekistan, Pakistan, Romanya, Senegal, Sırbistan, Somali, Sudan, Suriye [ülkenin içerisinde bulunduğu özel şartlar sebebiyle hâlihazırda aktif değil], Tacikistan, Tanzanya, Tunus, Türkmenistan, Uganda, Ukrayna Kırım, Ukrayna Kiev, Ürdün, Yemen]’dir. Ayrıca yine koordinasyonu TİKA tarafından sağlanan Filistin Gazze, Yemen Aden, Somali Hargeisa, Libya Bingazi [aktif değil], Sudan Nyala [aktif değil], Kazakistan Almatı, Afganistan Herat, Pakistan Karaçi, Lübnan Trablus’ta olmak üzere **9 İrtibat Ofisi** bulunmaktadır (TİKA Faaliyet Raporu 2020, 2021, s. 22).

TİKA’nın teşkilat yapısına baktığımızda ise organizasyonun kuruluş, teşkilat, görev yetki ve sorumluluklarına ilişkin usul ve esaslar 15.07.2018 tarih ve 4 numaralı Cumhurbaşkanlığı Kararnamesinin 520 ila 531. Maddelerinde düzenlenmektedir. Buna göre TİKA;

İşbirliğinde bulunulması hedeflenen devletler ve topluluklarla iktisadi, ticari, teknik, sosyal, kültürel ve eğitim alanlarındaki ilişkileri projeler, programlar

ve faaliyetler aracılığıyla geliştirmek, yapılacak katkı, yardım ve ilgili süreçleri yürütmek ve mevzuatla verilen diğer görevleri yapmak üzere Kültür ve Turizm Bakanlığına bağlı kamu tüzel kişiliğini haiz ve özel bütçeli Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı kurulmuştur (TİKA Faaliyet Raporu 2020, 2021, s. 26).

Başkan, Başkanlığın en üst amiri olup Başkanlık hizmetlerini mevzuata, Cumhurbaşkanının genel siyaseti ve dış politikası çerçevesinde Başkanlığın amaç ve politikaları ile işbirliği kapsamındaki ülkelerin ihtiyaçlarına uygun olarak yürütmek ve faaliyet alanına giren konularda diğer kamu kurum ve kuruluşlarıyla işbirliği ve koordinasyonu sağlamakla görevlidir. Başkan, Bakana karşı sorumludur. Ayrıca başkanlığın hizmet birimleri söz konusudur. Bu birimler;

- a. Orta Asya ve Kafkaslar Dairesi Başkanlığı
- b. Balkanlar ve Doğu Avrupa Dairesi Başkanlığı
- c. Ortadoğu ve Afrika Dairesi Başkanlığı
- d. Doğu ve Güney Asya, Pasifik ve Latin Amerika Dairesi Başkanlığı
- e. Dış İlişkiler ve Ortaklıklar Dairesi Başkanlığı
- f. Strateji Geliştirme Dairesi Başkanlığı
- g. Personel ve Destek Hizmetleri Dairesi Başkanlığı
- h. Hukuk Müşavirliği'dir. Başkan bu birimlerin koordinasyonundan sorumludur (TİKA Faaliyet Raporu 2020, 2021, s. 26).

TİKA'nın stratejik plan çalışmaları kapsamında amaç ve hedeflerini dikkate aldığımızda:

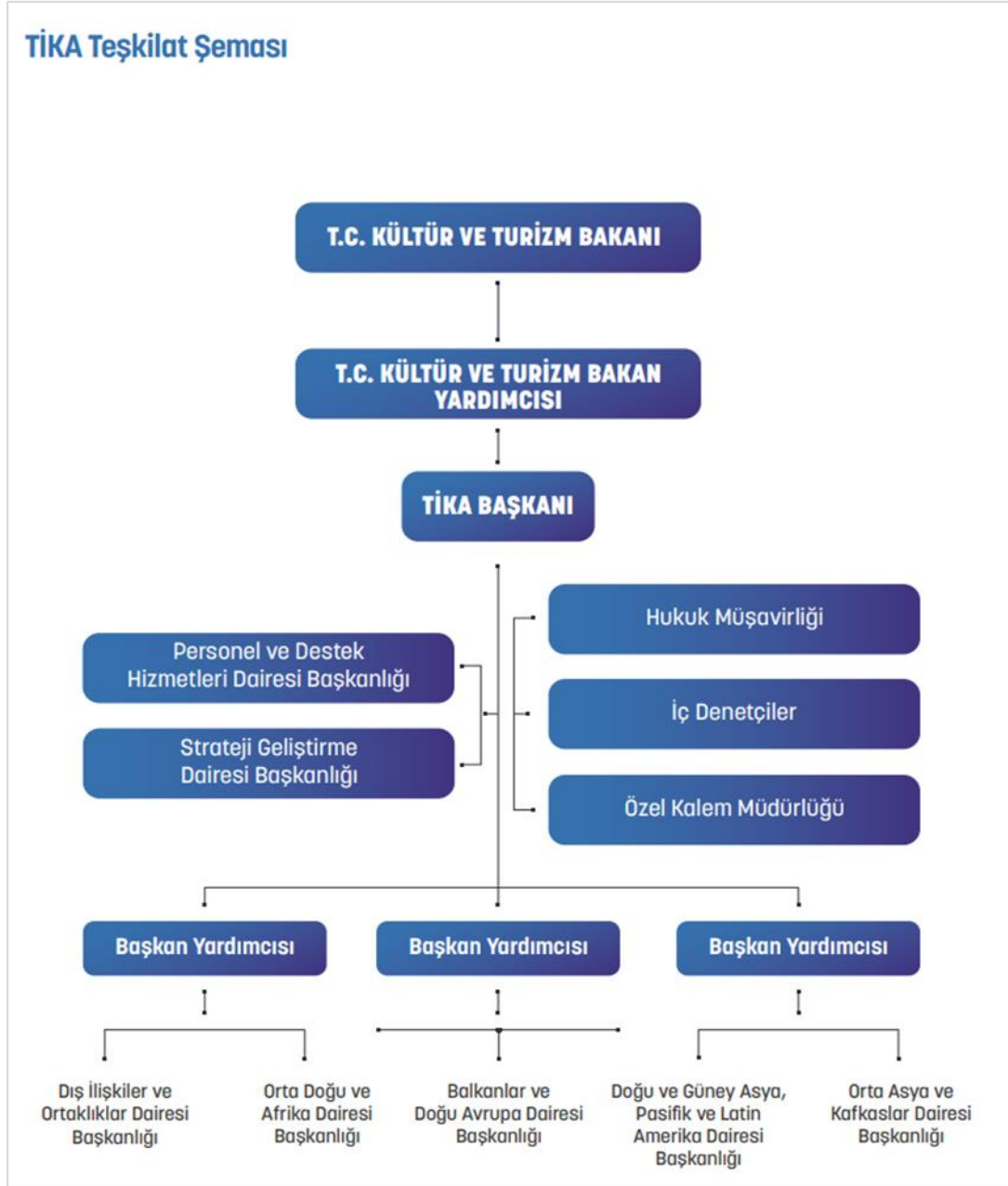
1. Türkiye'nin uluslararası kalkınma iş birliği faaliyetlerini en etkin şekilde uygulamak
 - 1.1. Orta Asya ve Kafkaslarda Kalkınma İş Birliğini Geliştirmek
 - 1.2. Balkanlar ve Doğu Avrupa'da Kalkınma İş Birliğini Geliştirmek
 - 1.3. Orta Doğu ve Afrika'da Kalkınma İş Birliğini Geliştirmek
 - 1.4. Doğu / Güney Asya ile Pasifik ve Latin Amerika'da Kalkınma İş Birliğini Geliştirmek
 - 1.5. Dış İlişkiler ve Ortaklıklar Üzerinden Kalkınma İş Birliğini Geliştirmek.
2. Kurumsal Kapasiteyi Geliştirmek
 - 2.1. Beşerî, fiziki ve idari altyapıyı geliştirmek

2.2. Kurumsal Mevzuatı, Mali Hizmetleri ve Raporlama Süreçlerini Geliştirmektedir (TİKA Faaliyet Raporu 2020, 2021, s. 40).

TİKA: geniş faaliyet coğrafyasında uluslararası kalkınma işbirliği ve dış yardımlar çerçevesinde ekonomik, sosyal ve insani kalkınma ile kültürel işbirliği projelerine destek verirken aşağıdaki strateji ve ilkeler çerçevesinde faaliyetlerini planlamaya ve uygulamaya devam etmektedir. TİKA geçmişten günümüze kadar uluslararası alanda yapmış olduğu yardımlarla özellikle kamu diplomasisi ve uluslararası halkla ilişkiler alanında ülkemize büyük getiriler sağlamıştır. Türkiye'nin dış yardımların koordinasyon sorumluluğunu taşıyan uluslararası kuruluşu olan TİKA, Türk dış politikasında çok önemli bir yere sahiptir (Kardaş & Erdağ, 2012, s. 170).

TİKA, özellikle kurulduğu yıl olan 1992'den günümüze Türk kamu diplomasisi ve uluslararası halkla ilişkiler faaliyetlerinin öncüsü konumundadır. TİKA'nın faaliyetleri Türkiye'yi tarihi Osmanlı şehirlerinin bazılarıyla yeniden bağlantı kurma ve Türkiye'yi Afrika, Asya ve son zamanlarda da Latin Amerika'nın kalkınma yardımında önemli bir aktör olarak nitelendirme konusunda ön plana çıkmıştır (Sancar, 2015, s. 22). TİKA'nın yürütmüş olduğu sosyo-kültürel projeler başta olmak üzere sağlık, ekonomik, ekonomik, altyapı alanındaki projeler ülkemizin kamu diplomasisi ve uluslararası halkla ilişkiler faaliyetlerini destekler ve önünü açıcı niteliktedir.

TİKA Teşkilat Şeması



Şekil 5.1. TİKA teşkilat şeması

Kaynak: (TİKA Faaliyet Raporu 2020, 2021, s. 29).

6. ULUSLARARASI HALKLA İLİŞKİLER VE KAMU DİPLOMASİSİNDE SOSYAL MEDYANIN KULLANIMI ÜZERİNE BİR ANALİZ: TİKA ÖRNEĞİ

6.1. Araştırmanın Konusu

Çalışmanın konusu uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisinde sosyal medyanın kullanımı üzerine bir analiz yapmaktır. Buna göre Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı (TİKA)'nın sosyal medya sitesi Twitter üzerinden yapmış olduğu paylaşımlar ele alınacak bu paylaşımlar uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirilecektir.

6.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Çalışmanın amacı uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi uygulamalarının sosyal medyaya yansımalarını analiz etmektir. Bu doğrultuda TİKA'nın ülkemiz adına yurtdışında yürüttüğü uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi çalışmalarını sosyal medya sitesi Twitter'a yansımaları üzerinden değerlendirmek amaçlanmıştır.

Ülkemiz dünya literatüründe genel olarak gelişmekte olan bir ülke olarak kabul edilmektedir. Gelişmekte olan ülkelerin kendilerini diğer ülkelere kabul ettirme ve gelişmişlik seviyelerini arttırma konusunda birçok parametre kullanılabilir. Bu parametrelerin dışında gelişmekte olan ülkelerin ayrıca kendilerini diğer ülke ve toplumlarına anlatmaya ve açıklamaya ihtiyacı vardır. İşte bu konuda uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi gelişmekte olan toplumların imdadına yetişmektedir. Gelişmiş ülkelerin sıkça başvurduğu uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi uygulamaları Sosyal Bilimler açısından önemli bir noktada bulunmaktadır. Bu çalışma T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı altında faaliyet yürüten Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı (TİKA)'nın ülkemiz adına yurtdışında yürüttüğü uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerinin sosyal medyaya (Twitter) yansımaları akademik literatüre işlenmesi bu konudaki bilgilerin bir araya toplanabilmesi ve bundan sonra bu alanda yapılacak çalışmalara kaynak olabilmesi adına önemlidir.

6.3. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Bu çalışmada uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerinin sosyal medyaya (Twitter) yansımaları analiz edilecektir. Bu doğrultuda TİKA'nın uluslararası alanda ülkemiz adına yürütmüş olduğu uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerinin sosyal medyaya yansımaları ele alınacaktır. Bu faaliyetler değerlendirilirken TİKA'nın resmi Twitter hesabından (@Tika_Turkey) yapmış olduğu paylaşımlar 1 Ocak 2021 ve 28 Şubat 2021 tarihlerini kapsayacak şekilde ele alınacaktır. Bu paylaşımlar varsayımlarda belirtilen uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi parametreleri üzerinden değerlendirilecektir. Bu doğrultuda TİKA'nın resmi Twitter hesabından (@Tika_Turkey) 1 Ocak 2021-31 Ocak 2021 tarihleri arasında 53 tweet ve 1 Şubat 2021-28 Şubat 2021 arasında ise 67 tweet atılmıştır. Bu kapsamda 1 Ocak 2021 ve 28 Şubat 2021 tarihleri arasında atılan 120 tweet bu çalışmanın kapsam ve sınırlılıklarını oluşturmaktadır.

6.4. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Bu çalışmanın evreni TİKA'nın Türkiye Cumhuriyeti adına yürütmüş olduğu uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetleridir. Bu doğrultuda araştırmanın örneklemi TİKA'nın yürütmüş olduğu uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerinin sosyal medya aracı Twitter üzerine yansımaları oluşturmaktadır. Bu yansımalar çalışmanın güncel olması nedeniyle 1 Ocak 2021 ve 28 Şubat 2021 tarihleri ile sınırlandırılmıştır.

6.5. Araştırmanın Yöntemi

Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı (TİKA)'nın kuruluş, teşkilat, görev yetki ve sorumluluklarına ilişkin usul ve esaslar 15.07.2018 tarih ve 4 numaralı Cumhurbaşkanlığı Kararnamesinin 520 ila 531. maddeleri arasında yer almaktadır. Buna göre TİKA, işbirliğinde bulunulması hedeflenen devlet ve topluluklarla iktisadi, ticari, teknik, sosyal, kültürel ve eğitim alanlarındaki ilişkileri projeler, programlar ve faaliyetler aracılığıyla geliştirmek yapılacak katkı, yardım ve ilgili süreçleri yürütmek ve mevzuatla verilen diğer görevleri yapmak üzere T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığına bağlı, kamu tüzel kişiliğini haiz ve özel bütçeli bir kuruluştur.

Bu kuruluşun görevlerine baktığımızda ise işbirliğinde bulunulması hedeflenen ülke ve toplumlarla iktisadi, ticari, teknik, sosyal, kültürel ve eğitim alanlarındaki ilişkileri karşılıklı kalkınmaya da katkıda bulunacak şekilde projeler ve faaliyetler temelinde geliştirmek, söz konusu ülke ve toplumların kalkınma hedef ve ihtiyaçlarına uygun işbirliği program ve projelerini hazırlamak veya hazırlatmak bununla ilgili gerekli düzenlemeleri ve takibi yapmak ve bunların uygulanmasında koordinasyonu sağlama olarak sayılabilir. Bu noktada TİKA'nın ülkemiz adına yurtdışında yürüttüğü uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerini anlamak adına uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi kavramlarını ele almakta fayda vardır.

İlk olarak Uluslararası halkla ilişkiler kavramına baktığımızda halkla ilişkilerle ilgili pek çok tanım olduğu gibi alanda uzman kişiler spesifik olarak uluslararası halkla ilişkiler konusunda da ilgili de farklı ancak özde aynı noktaya temas eden pek çok farklı tanım geliştirmişlerdir.

Wakefield'a göre uluslararası halkla ilişkiler devlet daireleri ve kamuya açık birimlerin konumlandığı çeşitli ülkeler ve merkez yapılar arasında nihai koordinasyonu sağlayan ve pek çok ülkede potansiyeli olan çok uluslu bir programdır ve bu haliyle farklı ülke ve kültürlerde pek çok bilim adamına farklılıklarla çalışma ve iş birliği olanağı sunmaktadır (Wakefield, Preliminary Delphi Research on International Public Relations Programming, 2000, s. 180). Diğer bir tanımda ise uluslararası halkla ilişkiler bir hükümet veya özel-kamu kuruluşun başka devlete bağlı toplumlarla veya bunların kurum kuruluşlarıyla imaj itibar ve karşılıklı anlayışa yönelik olarak gerçekleştirdiği stratejik iletişim faaliyetlerini ifade etmektedir (Yıldırım, 2015, s. 5).

Alandaki tanımların birçoğuna baktığımızda araştırmacılar uluslararası halkla ilişkileri etkileyen faktörleri farklı kategorilerde ele almış ve sınıflandırmaya tabi tutmuşlardır. Temel olan bazı kategorilere bakıldığında Wakefield'a göre uluslararası halkla ilişkileri etkileyen faktörler ülkenin gelişmişlik düzeyi yerel/politik durum, kültürel çevre, dil lisan farklılıkları, potansiyel aktivizm ve kitle iletişim araçlarının rolü olarak belirtilmektedir (Wakefield, Preliminary Delphi Research on International Public Relations Programming, 2000, s. 186).

Halkla ilişkiler uluslararası alanda faaliyet göstermek istediği zaman birçok değişkeni dikkate almak zorundadır. Çünkü ülkelerin kültürleri ve buna bağlı olarak değişen çevresel yapıları söz konusudur. Halkla ilişkiler için bu durumun farkında olmak ve ona göre çözümler üretmek, başarıya ulaşmak için gereken yol haritasının belirlenmesinde yardımcı olacaktır. Zaharna'ya göre halkla ilişkileri etkileyen 3 unsur bulunmaktadır. Bu unsurları:

- a) Ülke Profili (Ülkenin Politik Yapısı, Ülkenin Sosyal Yapısı, Ülkenin Ekonomisi ve Teknik Altyapısı, Medya Kültürü, Yasal Düzenlemeler),
- b) Kültür Yapıları ve
- c) İletişim Profili (Sözlü İletişim, Sözsüz İletişim ve İkna Edici İletişim) şeklinde sıralamamız mümkündür (Zaharna, 2001, s. 137-143). Tahmin edilebileceği üzere bu unsurlar birbiriyle etkileşim içerisinde.

Diğer taraftan kamu diplomasisi kavramına baktığımızda ise; günümüzde resmi/siyasi ilişkiler artık ulusal hükümetlerden ziyade ulusal aktörler (halk) ile sıkı bağlar içerisine girmektedir. Devlet düzeyindeki geleneksel diplomasiden halk-vatandaş düzeyindeki diplomasiye doğru bir değişim gözlenmektedir. Hükümetler arası görüşmeler yerini hükümetler ile yabancı hükümetlerin haklarına bırakmıştır. Basitçe tanımlayacak olursak kamu diplomasisi bir hükümetin başka bir ulusun halkını ve aydınlarını bu ulusun politikalarını kendi avantajına döndürmek amacıyla etkilemeye çalışmasıdır. Başka bir tanımda ise 'kamu diplomasisi, kendi ulusunun düşüncelerini ve ideallerini kendi kurumlarını ve kültürünü aynı zamanda ulusal hedeflerini ve güncel politikalarını yabancı halklara anlatma amacı taşıyan bir hükümetin iletişim süreci' olarak tanımlamak mümkündür (Tuch, 1990, s. 3). Bunun yanında kamu diplomasisi kavramı akademik literatürde karşımıza 'yumuşak güç' olarak çıkmaktadır.

Yumuşak güç kavramının literatüre girmesinde en önemli role sahip Joseph Nye'a göre kamu diplomasisi sadece halkla ilişkilerden ibaret değildir. Bilgiyi iletmek olumlu imajı pazarlamak kamu diplomasisinin bir parçasıdır ancak bunun yanında, kamu diplomasisi devlet politikaları için uygun bir ortam hazırlayan uzun vadeli ilişkiler kurmayı da gerektirmektedir (Nye, 2005, s. 107). Bir ülke dünya siyasetinde istediği sonuçları elde edebilir çünkü onun değerlerine hayran olan, onu örnek alan, refah seviyesine fırsatlarına özenen diğer ülkeler onu izlemek isterler. Bu

yumuşak güç yani diğerlerinin senin istediğin sonuçları istemelerini sağlamak insanları zorlamak yerine kendi yanına çekmekten geçer. Yumuşak güç işbirliğini sağlamak için baskı ya da para değil farklı bir araç kullanır. Ortak değerlere çekme ve bu değerlere ulaşmaya katkıda bulunmanın doğurduğu sorumluluk kamu diplomasisinde önemli yer teşkil eder (Nye, 2005, s. 107).

Nye bir ülkenin yumuşak güç dayanaklarını:

- a) Ülkenin kültürü (diğer ülkelere gelen çekiciliği)
- b) Siyasi Değerleri (yurt içinde ve yurt dışında değer görmesi)
- c) Dış politikaları (diğer ülkeler tarafından görülen yüzü) şeklinde belirtmiştir. (Nye, 2010, s. 11).

Bu kapsamda TİKA'nın resmi Twitter hesabından (@Tika_Turkey) 1 Ocak 2021 ve 28 Şubat 2021 tarihleri arasında atılan 120 tweet;

Uluslararası Halkla İlişkiler Kapsamında;

- a) Ülke Profili (Ülkenin Politik Yapısı, Ülkenin Ekonomisi ve Teknik Altyapısı, Medya Kültürü Yasal Düzenlemeler, Ülkenin Sosyal Yapısı),
- b) Kültür Yapıları ve
- c) İletişim Profili (Sözlü İletişim, Sözsüz İletişim ve İkna Edici İletişim),

Kamu Diplomasisi faaliyetleri kapsamında;

- a) Ülkenin kültürü (diğer ülkelere gelen çekiciliği),
- b) Siyasi Değerleri (yurt içinde ve yurt dışında değer görmesi)
- c) Dış politikaları (diğer ülkeler tarafından görülen yüzü) parametreleri dikkate alınarak İçerik Analizi Yöntemi ile incelenecektir.

İçerik analizi; birçok kelimedenden oluşan metinlerin, belirli kurallara dayalı olarak içerik kategorilerine dönüştürülmesini sağlayan sistematik ve tekrar edilebilenn bir yöntemdir (Stemler, 2001). Başka bir tanımda ise; deneysel tabanlı, süreç içerisinde açımlayıcı olan, sonuç olarak da çıkarsama yapmayı ve tahmin edebilmeyi hedefleyen bir yöntemdir (Krippendorff, 2004). İçerik analizi, araştırmacılara büyük hacimdeki verilerin sistematik bir yolla elenerek sadeleştirilmesine olanak sağlar (Stemler, 2001). Bu çalışmada TİKA'nın sosyal medya aracı Twitter üzerinden yapmış olduğu paylaşımlar uluslararası halkla ilişkiler

ve kamu diplomasisi konuları açısından kategorize edilerek içerik analizi yöntemi ile incelenecektir.

6.6. Araştırmanın Bulguları ve Değerlendirme

6.6.1. TİKA'nın Yapmış Olduğu Paylaşımların Uluslararası Halkla İlişkiler ve Kamu Diplomasisi Açısından Ele Alınması



Resim 6.1. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 1 Ocak 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın resmi Twitter hesabından yapılan 1 Ocak 2021 tarihli paylaşım baktığımızda Dost ülke Sudan'ın bağımsızlık gününün kutlandığı görülmektedir. Atılan tweet dikkate alındığında Sudan'ın bağımsızlığının desteklendiği görülmektedir.

Sudan'ın bağımsızlığının ve toprak bütünlüğünün desteklemesi ülkede yaşayan paydaşların ülkemize olumlu bir bakış açısı geliştirmesine sebep olacaktır. Ayrıca atılan tweete TİKA'nın Hartum Program Koordinasyon Ofisi'nin etiketlenmesi ve #Sudan hastaginin oluşturulması konunun daha fazla insana ulaşması bakımından önem arz etmektedir.

Konuya uluslararası halkla ilişkiler açısından bakıldığında; ülkenin politik yapısının (ülke profili) benimsenmesi kamu diplomasisi açısından ise siyasi değerleri ve dış politikaları ön plana çıkarması bakımından önem arz etmektedir. TİKA'nın

resmi Twitter hesabından yapılan bu paylaşım ülkemizin Sudan'da bulunan paydaşlarına uygulayacağı uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerini destekler nitelikte olacaktır.



Resim 6.2. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 3 Ocak 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın resmi Twitter hesabından yapılan 3 Ocak 2021 tarihli paylaşımında TİKA'nın Somali'deki öğrencilere destek verdiği belirtilmiştir. Tweetin devamında ülkenin Güney Batı Federal Bölgesi'ndeki Wajid şehrinin tek eğitim kurumu olan ve 540 öğrencinin eğitim gördüğü Wajid İlköğretim Okulu'na masa ve sıra desteği sağlandığı vurgulanmıştır. Öğrenciler bir ülkenin geleceği konumundadır. Öğrencilerin zihninde olumlu etkiler bırakmak ilerleyen dönemlerde ülkemizin ilgili bölgelerde uygulayacağı politikaların başarıya ulaşma şansını arttıracaktır.

Konu uluslararası halkla ilişkiler faaliyetleri açısından değerlendirildiğinde, eğitim alanında yapılan yardım ile ülkenin sosyal yapısına (ülke profili) ve kültürel yapılarına sağlanmış bir destek görülmektedir. Kamu diplomasisi faaliyetleri açısından değerlendirildiğinde ise ülkemizin siyasi değerlerine bir katkı olmakla birlikte gelecekte yürütülecek olası dış politikaların başarıya ulaşması için zemin hazırlamaktır. Ayrıca bahse konu yardımın TİKA'nın Somali'de faaliyet yürüten

TİKA Mogadişu Program Koordinasyon Ofisi'nin etiketlenmesi ve #Somali hastaginin kullanılmasıyla daha fazla insana ulaşması amaçlanmıştır.



Resim 6.3. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 3 Ocak 2021 tarihli paylaşım

Yine TİKA'nın resmi Twitter hesabından 3 Ocak 2021 tarihli bir diğer paylaşımda, Hırvatistan'daki depremzedelere destek sağlandığı bildirilmiştir. Tweetin devamında Hırvatistan tarihinin en büyük depreminden sonra böyle ilk ulaşan kuruluşun TİKA olduğu vurgulanmış ve sağlanan yardımlar resimlerle desteklenmiştir.

Doğal afetler maalesef dünyamızın kaçınılmaz felaketleridir. Bu felaketler meydana geldiğinde zor durumda bulunan insanlara yardımcı olmak bir insanlık görevi olmakla birlikte o ülkedeki paydaşlar ile iyi ilişkiler kurup gönül köprüleri inşa etmek için ortaya çıkan fırsatlardır.

Konuyu uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi kapsamında değerlendirildiğinde, TİKA'nın yapmış olduğu bu yardımlar Hırvatistan'ın sosyal ve teknik alt yapısına (ülke profili) destek sağlamakla uluslararası halkla ilişkiler faaliyetlerine hizmet etmektedir. Ayrıca ülkemizin siyasi değerlerine katkı saylayarak ilerleyen dönemde Hırvatistan'da bulunan paydaşlarımız üzerinde yürütülecek olası kamu diplomasisi faaliyetlerine zemin hazırlamaktadır.

Bunlara ek olarak atılan tweete TİKA'nın Hırvatistan Program Koordinasyon Ofis'inin etiketlenmesi ve #Hırvatistan, #TİKA gibi hastaglerin kullanılmasıyla daha fazla insana söz konusu etkinliğin duyurulabilmesi amaçlanmıştır.



Resim 6.4. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 4 Ocak 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın resmi Twitter hesabından yapılan 4 Ocak 2021 tarihli paylaşımında ise, Türkiye'den Orta Amerika'daki ETA Kasırgası mağdurlarına destek sağlandığı belirtilmiştir. Tweetin devamında TİKA, 200'den fazla kişinin hayatını kaybeden ve yüzlerce kişinin evsiz kalmasına sebep olan kasırganın mağdurlarına gıda paketleri ulaştırdığı ve içme suyu sorunları için 530 su filtresi temin ettiği vurgulanmıştır. Bir önceki tweete olduğu gibi doğal afetler kaçınılmaz felaketler olmakla birlikte uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetleri için birer fırsat ortaya çıkarmaktadır.

Tweetin uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi kapsamında değerlendirildiğinde, söz konusu felaketlerin sonrasında zarar gören insanlara yapılacak yardımlar ilerleyen süreçte paydaşlar üzerinde uygulanacak uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerinin başarıya ulaşma şansını arttıracaktır. Çünkü yapılacak yardımlar ile zarar gören ülkenin sosyal ve teknik altyapısı (ülke profili), kültür yapıları üzerinde olumlu etkiler bırakılabilmesi söz

konusudur. Buda uluslararası halkla ilişkiler faaliyetlerini destekleyici niteliktedir. Diğer taraftan yapılan yardımlar ile ülkemizin kültürü diğer ülkelere çekici gelmesi sağlanabileceği gibi, ülkemizin yurt dışında değer görmesi ve dış politikalarına olumlu yansıyacaktır. Bu parametrelerde kamu diplomasisi faaliyetlerinin olumlu sonuçlanmasına zemin hazırlayacaktır.



Resim 6.5. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 4 Ocak 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın resmi Twitter hesabından yapılan 4 Ocak 2021 tarihli bir diğer paylaşımında ise Tunuslu Turizm uzmanlarına Eğitim balıklı bir tweet atılmıştır. Söz konusu tweete TİKA'nın yürüttüğü Turizm Eğitim Programı (TUREP) kapsamında Tunus Turizm Ajansına bağlı Turizm Meslek Okullarında yönetici olarak görev yapan 28 uzmana "Turizm Eğitiminde Güncel Yaklaşımlar Eğitimi" verildiği vurgulanmıştır.

Bahse konu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, yürütülmekte olan proje ile Tunus'un eğitimcilerini eğitmektedir. Eğitimciler gelecek nesilleri yetiştiren kişiler oldukları için bir ülkenin sosyal, ekonomik, politik ve kültürel değerlerini inşa eden kişiler olarak değerlendirmemiz yanlış olmayacaktır. Bu noktadan hareketle Tunus'ta yürütülen

projeler Tunus'un ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profilini doğrudan etkileyen kişilere yönelik projelerdir. Bu kişilere yönelik olarak yürütülen projeler ile ülkemizin kültürü daha çekiği hale gelmekte Tunuslu eğitimcilerin yetiştirdiği öğrenciler kapsamında ülkemizin politik değeri artmakta ve dolaysısı ile dış politika tarafından olumlu algılanmasına zemin hazırlamaktadır. Tüm bu saydıklarımız ilerleyen dönemlerde ülkenizin Tunus'ta yürüteceği uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerini olumlu yönde etkileyecek gelişmelerdir.



Resim 6.6. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 5 Ocak 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın resmi Twitter hesabından yapılan 5 Ocak 2021 tarihli paylaşımında ise, TİKA'nın Lübnan'da bulunan devlet üniversitesine destekte bulunduğu belirtilmiştir. Tweetin içeriğinde Üniversitenin Mimarlık ve Güzel Sanatlar Fakültesi'ne montaj-animasyon, film yapım ve seslendirme ekipmanlarıyla donatılan 3 stüdyo kurulduğu ve bu stüdyolardan şehirdeki diğer öğrencilerinde yararlanabileceği vurgulanmıştır.

Söz konusu tweete yapılan yatırımlar uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından ele alındığında, Lübnan'ın gelecekte medya sektöründe çalışacak kişilere yatırım yaptığı gözlemlenmektedir. Bu yatırım ile yetişen gençlerin

algısında olumlu imajlar oluşması muhtemeldir. Bu sektöre yetişen gençler ülkenin ekonomik, politik, sosyal alanlarında etkili olabilecek kişilerdir. Bu kişiler ülkelerinin kültür yapılarını da etkileyebilecekleri gibi ilerleyen zaman da ülkemiz adına yürütülecek olası uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerinde etkin rol alabilecek olmaları ülkemizi avantajlı konuma getirmektedir. Çünkü yapılan bu yatırım ile birlikte ülkemizin çekiciliği artabileceği gibi yurt dışında ülkemize aft edilen değer de artacaktır.

Ayrıca atılan tweete TİKA'nın Beyrut Program Koordinasyon Ofisi'nin etiketlenmesi ve #Lübnan hastaginin kullanılmasıyla yapılan yardım ile daha fazla insanın haberdar edilmesi amaçlanmıştır.



Resim 6.7. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 5 Ocak 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın resmi Twitter hesabından yapılan 5 Ocak 2021 tarihli bir diğer paylaşımında ise Kolombiya'da yeniden bütünleşme sürecine destek başlığı kullanılmıştır. Tweetin devamında TİKA'nın ülkede yarım asırdan fazla süren iç çatışmalarda en çok etkilenen bölgelerden Santander de Quilichao'da balık üretimi ve işlenmesi için kurulan tesise balık işleme, paketlenme ekipmanı ile depolama üniteleri desteği sağlandığı belirtilmiştir.

Atılan tweete uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından ele alındığında sağlanan destek ile Kolombiya'nın ekonomik, sosyal (ülke profili) ve kültürel yapılarına destek sağlandığı gözlemlenmiştir. Bu bileşenler uluslararası halkla ilişkiler faaliyetlerinin başarıya ulaşabilmesi için gereklidir. Ayrıca sağlanan desteklerde ülkemizin ismini ve bayrağının kullanılması Kolombiya'da ülkenizin çekiciliğinin ve göreceği değerin artmasına dolayısıyla ülkemizin Kolombiya'da yürüteceği dış politikaların başarılı olmasına olanak sağlayacaktır. Tüm bu gelişmeler olası kamu diplomasisi faaliyetlerini olumlu yönde etkileyecektir.

Diğer taraftan atılan tweete TİKA'nın Kolombiya Program Koordinasyon Ofisi'nin etiketlenmesi ve #Kolombiya hastaginin kullanılması ile yapılan faaliyetin daha fazla insana duyurulması amaçlanmıştır.



Resim 6.8. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 6 Ocak 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın resmi Twitter hesabından yapılan 6 Ocak 2021 tarihli paylaşımında ise, Cumhurbaşkanımız Sn. Recep Tayyip ERDOĞAN ile Arnavutluk Başbakanı Edi RAMA'nı düzenlediği ortak basın toplantısında; Osmanlı döneminden kalan ortak kültürümüzün tarihi eserlerini geleceğe taşımaya önem veriyoruz. TİKA vasıtasıyla yaklaşık 20 Milyon Avro değerinde 500'ün üzerinde projenin hayata geçirildiği belirtilmiştir.

Atılan bu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından ele alındığında Osmanlı döneminde kalan ortak kültürel tarihi eserlere yatırım yapılması sosyo-kültürel alanda yürütülen çalışmalara örnektir. Bu çalışmalar uluslararası halkla ilişkilerde kültür yapılarına işaret etmektedir. Diğer taraftan atılan tweet kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde ülkemizin kültürü kapsamında değerlendirmek yanlış olmayacaktır. Bu tarihi eserlerin onarılması ülkemizin ve Arnavutluk'un ortak değerlerine işaret ettiği için ilerleyen süreçte ülkemiz tarafından Arnavutluk'ta yürütülecek uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerinin başarıya ulaşma şansını artıracaktır. Ayrıca atılan tweete Cumhurbaşkanımızın ve Arnavutluk Başbakanı Edi RAMA'nın etiketlenmesi ve #Arnavutluk hastaginin kullanılması bu görüşlerin iki ülkenin paydaşları ile paylaşılmasına olanak sağlamıştır.



Resim 6.9. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 6 Ocak 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın resmi Twitter hesabından yapılan 6 Ocak 2021 tarihli bir diğer paylaşımında ise, TİKA'dan Bolivya'da istihdama destek sağladığı belirtilmiştir. Tweetin içeriğinde Bolivya'da şeker kamışının işlenmesi ve üretiminde kalite kontrol

süreçlerini geliştirmek amacıyla ekipman desteği sağladığı ayrıca projenin 551 aileye doğrudan 5 bin kişiye ise dolaylı yoldan istihdam sağladığı vurgulanmıştır.

Atılan tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, Bolivya’da ülkemiz adına sağlanan destek ile ülkenin sosyal, ekonomik ve teknik altyapısına destek sağlayarak, ülkemizin gelecekte Bolivya’da yürütmesi muhtemel olası uluslararası halkla ilişkiler faaliyetlerine katkı sağlamıştır. Ayrıca yürütülen faaliyetlerde ülkemizin isminin ve bayrağının kullanılmış olması ülkemizin çekiciliğini yurt dışında değer görmesini ve diğer ülkeler tarafında olumlu yönde algılanmasına zemin hazırlamıştır. Bu kapsamda yürütülecek olan kamu diplomasisi faaliyetlerine katkıda bulunmuştur.



Resim 6.10. TİKA’nın resmi twitter hesabından yapılan 7 Ocak 2021 tarihli paylaşım

TİKA’nın resmi Twitter hesabından yapılan 7 Ocak 2021 tarihli paylaşımında TİKA’nın Afganistan’da İletişim Fakültesi öğrencilerine destek verdiği belirtilmiştir. Tweetin içeriğinde Kabil şehrindeki Pervan Üniversitesi İletişim ve Gazetecilik Fakültesi’ne fotoğrafçılık ve laboratuvarı ve radyo stüdyosu kurulduğu vurgulanmıştır.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, ülkemiz adına sağlanan destek ile bir ülkenin geleceği olan gençlere yatırım yapılmış bilim yuvası olan üniversiteye destek sağlamıştır. Bu doğrultuda uluslararası halkla ilişkiler kapsamında ülke profili kültür yapısı ve iletişim profiline katkı sağlayarak ülkemizin Afganistan yürüteceği olası uluslararası halkla ilişkiler faaliyetlerinin olumlu sonuçlanmasına zemin hazırlamıştır.

Diğer taraftan sağlanan destekte ülkemizin isminin kullanılması ülkemizin çekiciliğini ve yurt dışında gördüğü değerin artmasına ve Afganistan’da eğitim gören öğrencilerin zihninde ülkemiz adına olumlu imaj oluşmasına olanak sağlayarak olası kamu diplomasisi faaliyetlerine katkı sağlamıştır.



Resim 6.11. TİKA’nın resmi twitter hesabından yapılan 7 Ocak 2021 tarihli paylaşım

TİKA’nın resmi Twitter hesabından yapılan 7 Ocak 2021 tarihli bir diğer paylaşımında ise, Ahmet Yesevi Üniversitesi Mütevelli Heyet Başkanı Prof. Dr. Muhittin Şimşek ve Genel Sekreter Ahmet Şevki Zengin’in TİKA Başkanı Serkan Kayalar’ı ziyaret ettiği belirtilmiştir.

Atılan tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetleri kapsamında değerlendirildiğinde, ülkemiz adına yurtdışında faaliyet yürüten bir kurum başkanının bir üniversitenin mütevelli heyet başkanı ve genel sekreteri tarafından ziyaret edilmesi ilgili kurumun başta eğitim olmak üzere birçok konuda uluslararası alanda yürüteceği projelerin başarıya ulaşma şansını artıracaktır. Ülkemizin yurtdışında başarılı faaliyetler yürütmesi ülkemizin imajına olumlu katkılar sağlayabileceği gibi ülkemizin diğer ülke vatandaşlarına çekici gelmesine ve onların zihninde değerli bir konuma yerleşmesine olanak sağlayarak uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerine katkı sağlayacaktır.



Resim 6.12. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 7 Ocak 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın resmi Twitter hesabından yapılan 7 Ocak 2021 tarihli bir diğer paylaşımında ise, TİKA'nın Karadağ'da bilgisayarlı eğitime destek verdiği belirtilmiştir. Tweetin devamında TİKA'nın Pentnitsa şehrindeki Pentnitsa Karma Lisesi'nde modern ekipmanlarla donatılan bilgisayar sınıfı kurduğu bununla birlikte TİKA'nın Karadağ'da son 13 yılda eğitim alanında toplamda proje ve faaliyet gerçekleştirdiği vurgulanmıştır.

Atılan tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetleri açısından değerlendirildiğinde, ülkemiz adına Karadağ'da gerçekleştirdiği projeler ile Karadağ'da ülkenin geleceği olan gençlere yatırım yaptığı gözlemlenmektedir. Bu gençlerin ülkelerinin geleceği olduğu göz önünde bulundurulduğunda onların aklında ülkemiz adına olumlu imajlar oluşturulmasına olanak sağlanmıştır. Diğer taraftan ülkenin profili ve kültür yapıları hakkında yargıların oluşmasına olanak sağlayarak ülkemizin gelecekte Karadağ'da faaliyete koyacağı uluslararası halka ilişkiler uygulamalarının başarıya ulaşmasına olanak sağlayacaktır. Diğer taraftan ülkemizin tanımına olan katkıyla Karadağ'da yaşayanların zihninde ülkemizin daha çekici gelmesine değer görmesine olanak sağlayabileceği gibi dış politika uygulamalarının da başarıya ulaşmasını kolaylaştıracaktır. Böyle olası kamu diplomasisi faaliyetlerimiz hız kazanacaktır. Ayrıca atılan tweete TİKA'nın Karadağ Podgorista Program Koordinasyon Ofisi'nin etiketlenmesi ve #Karadağ hastaginin kullanılması yürütülen projelerin geniş bir kitleye ulaşmasına olanak sağlamıştır.



Resim 6.13. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 8 Ocak 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın resmi Twitter hesabından yapılan 8 Ocak 2021 tarihli bir diğer paylaşımında ise, TİKA'nın KKTC'li genç bilişimcilere destek verdiği belirtilmiştir. Söz konusu Tweetin devamında KKTC Genç Bilişimciler ve İnovasyon Derneği'ne inovatif yazılım ve mobil uygulama geliştirme çalışmalarında kullanılabilecek donanım desteği sağlandığı vurgulanmıştır.

Söz konusu tweete uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, içinde bulunduğunuz iletişim çağına gençler üzerinde yatırım yapılması hem ülkemizin imajı hem de ilerleyen dönemlerde ülkemiz adına KKTC'de yürütülecek uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerinin başarıya ulaşmasını kolaylaştıracaktır. Ayrıca tweet içerisinde TİKA'nın KKTC Lefkoşa Program Koordinasyon Ofisi'nin etiketlenmesi ve #KKTC hastagi ile etkinliğin daha geniş kitlelere duyurulması hedeflenmiştir.



Resim 6.14. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 9 Ocak 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın resmi Twitter hesabından yapılan 9 Ocak 2021 tarihli paylaşımında ise, TİKA'nın Suriye'nin Afrin bölgesinde 'Çilek Bahçeleri Projesi' gerçekleştirdiği belirtilmiştir. Tweetin devamında TİKA 22 binden fazla çiftçinin bulunduğu bölgede küçük üretici için çilek bahçeleri kurduğu iklim itibarıyla çilek yetiştiriciliğine uygun olan bölgelerde araziler üretime kazandırılarak tarım sektörüne istihdam sağlanacağı vurgulanmıştır.

Atılan tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, Suriye'nin sosyal, ekonomik ve teknik altyapısına destek sağlayarak ülkemiz adına uluslararası halkla ilişkiler faaliyetlerine katkı sağlamıştır. Kamu diplomasisi açısından ise ülkemizin çekiciliğine katkı sağladığı gibi yurt dışında değer görmesine zemin hazırlamıştır. İlerleyen süreçte ülkemizin Suriye'de yürüteceği uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerine zemin hazırlamıştır. Ayrıca tweete #afrin hastagini kullanarak etkinliği daha geniş kitlelere duyurmayı amaçlamıştır.



Resim 6.15. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 10 Ocak 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın resmi Twitter hesabından yapılan 10 Ocak 2021 tarihli paylaşımında ise, TİKA, kamuoyunun bilgilendirilmesi ve aydınlatılması için her koşulda mesleğini ifa eden basın emekçilerinin 10 Ocak Gazeteciler Gününü kutlamıştır.

Atılan tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, ülkemiz adına uluslararası alanda faaliyet gösteren bir kuruluşun özel günlerde göstermiş olduğu duyarlılık son derece önemlidir. Söz konusu tweete haberleşmenin en önemli araçlarından/emekçilerinden olan gazeteciler gününü kutlaması bu açıdan dikkate değer bir gelişmedir. Çünkü geçmişte yapılan ve gelecekte yapılacak olan etkinliklerin kamular ile paylaşılmasında gazetecilerin çok önemli rolleri olacaktır. Özellikle yurtdışında yürütülecek olan faaliyetlerin iç ve dış kamularla paylaşılmasında ve onların doğru bilgilendirilmesinde gazetecilerin büyük rolü bulunmaktadır. Bu kapsamda özellikle uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi alanında faaliyet yürüten kurumların basın emekçileri ile ilişkileri son derece önemlidir.



Resim 6.16. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 11 Ocak 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın resmi Twitter hesabından yapılan 11 Ocak 2021 tarihli paylaşımında ise, TİKA'nın Karadağ'daki Munira İslam Merkezine destek verdiği belirtilmiştir. Tweetin devamında söz konusu merkeze dini kurslar ve çeşitli etkinlikler için çok amaçlı salon, restoran ve mutfak donanım desteği sağlandığı vurgulanmıştır.

Atılan tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, ülkemiz adına yurtdışında faaliyet yürüten bir kuruluş Karadağ'da ülkemizle aynı dini paylaşılan paydaşlara yardım yaparak ülkenin sosyal altyapısına destek sağlamıştır. Sağlamış olgu bu destek ile ülkemiz adına uluslararası halkla ilişkiler kapsamında faaliyetler yürütmüştür. Kamu diplomasisi açısından ise yapmış olduğu yardım ile ülkemizin Karadağ'da yaşayan insanlara çekici gelmesine onların zihninde değerli bir konuma yükselmesinde ve Karadağ hükümetinin ülkemizle yürüteceği dış politikalara destek sağlamıştır. Tüm bu çalışmalar ülkemizin ilerleyen süreçte Karadağ'da yürüteceği uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerinin başarıya ulaşması şansını arttırmaktadır.

Diğer taraftan atılan tweete TİKA'nın Karadağ'da bulunan TİKA Podgorista Program Koordinasyon Ofisi'nin etiketlenmesi ve #Karadağ hastaginin kullanılması ile söz konusu etkinliğin daha geniş kitlelere ulaştırılması amaçlanmıştır.



Resim 6.17. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 12 Ocak 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın resmi Twitter hesabından yapılan 12 Ocak 2021 tarihli paylaşımında ise, Afganistan Tahar Milletvekili Hamiduddin Yoldaş'ın TİKA Başkanı Serkan Kayalar'ı ziyaret ettiği belirtilmiştir.

Atılan tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, söz konusu ziyaret ülkemizin Afganistan'da yürüteceği uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetleri için önemli bir adım olmuştur. Afganistan milletvekilinin ülkemiz adına yurtdışında faaliyet yürüten bir kurumun başkanını ziyaret etmesi hem bu kuruma olan güvenin hem de ülkemize verilen değerin bir göstergesidir. TİKA bu noktada aracı kurum konumundadır. Bahse konu ziyaret ile ülkemizin Afganistan'da ilerleyen süreçte yürüteceği uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasi faaliyetlerinin başarıya ulaşma şansını arttıracaktır. Ayrıca #Afganistan hastaginin kullanılmasıyla söz konusu etkinlik daha geniş kitlelere aktarılması amaçlanmıştır.



Resim 6.18. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 13 Ocak 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın resmi Twitter hesabından yapılan 13 Ocak 2021 tarihli paylaşımında ise, TİKA'nın KKTC'de trafik güvenliğine destek verdiği belirtilmiştir. Tweetin devamında güvenli trafik için çalışan 'Trafik Kazaları Önleme Derneği'ne çarpma ve devrilme simülatörü temin edildiği ve simülatör ile sürücülere kaza deneyimi yaşatılarak trafik güvenliği konusunda farkındalığın artırılmasının hedeflendiği vurgulanmıştır.

Atılan tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, uluslararası halkla ilişkiler açısından KKTC'de yürütülen projeye bizimle aynı kültürü paylaşan paydaşların sosyal ve teknik alt yapısına katkıda bulunmaya çalışmıştır. Trafik güvenliği konusunda bilinçli insanlar yetiştirerek, trafik kazalarında yaşanan can kayıplarını azaltmayı amaçlamıştır. Bu proje ile KKTC vatandaşlarının zihninde ülkemiz adına olumlu imaj oluşturmakla birlikte ülkemizin çekiciliğini ve yurt dışında değer görmesine katkıda bulunmuştur. Sağlanan bu katkılar ile ülkemizin uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerine katkı sağlamıştır.



Resim 6.19. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 13 Ocak 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın resmi Twitter hesabından yapılan 13 Ocak 2021 tarihli bir diğer paylaşımında ise, İslam İşbirliği Gençlik Forumu Başkanı Taha Ayhan'ın TİKA Başkanı Serken Kayalar'ı ziyaret ettiği belirtilmiştir.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, bizimle aynı etnik yapıda olan aynı dini yaşayıp benzer kültürü paylaşan toplumlarla yürütülen ilişkiler çok önemlidir. İslam İşbirliği Gençlik Formu Başkanı'nın yurtdışında ülkemiz adına faaliyet yürüten bir kurumun başkanını ziyaret etmesi ilerleyen süreçte yapılabilecek işbirliklerine katkı sağlayabilecek niteliktedir. Bu kapsamda TİKA'nın uluslararası alanda faaliyet yürüten yapılarla işbirliği yapması ülkemizin yürüteceği uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerine katkı sağlayacaktır. Ayrıca tweete İslam İşbirliği Gençlik Forumu'nun etiketlenmesi bu ilişkin daha fazla paydaş ile paylaşılması anlamına gelmektedir.



Resim 6.20. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 13 Ocak 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın resmi Twitter hesabından yapılan 13 Ocak 2021 tarihli bir diğer paylaşımında ise, İnsan Hak ve Hürriyetleri İnsani Yardım Vakfı Mütevelli Heyeti Üyesi Osman Atalay ve İHH Genel Başkan Yardımcıları Orhan Şefik ve Said Demir'in TİKA Başkanı Serkan Kayalar'ı ziyaret ettiği belirtilmiştir.

Atılan tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, İnsan Hak ve Hürriyetleri İnsani Yardım Vakfı dünyanın birçok ülkesinde faaliyet yürüten bir kuruluştur. Bu kurumun mütevelli heyeti üyesi ve başkan yardımcısının ülkemiz adına yurtdışında uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyeti yürüten bir kurumun başkanını ziyaret etmesi ilerleyen süreçte yapılabilecek iş birliklerinin göstergesidir. Yapılacak bu iş birlikleri ile ülkemiz adına yurtdışında uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyeti yürüten TİKA'nın daha geniş kitlelere ulaşarak ülkemiz adına kamu diplomasisi ve uluslararası halkla ilişkiler faaliyetlerine katkı sağlayacağı şüphesizdir. Ayrıca tweete İnsan Hak ve Hürriyetleri İnsani Yardım Vakfı'nın etiketlenmesi durumdan daha fazla paydaşın haberdar edilmesi açısından önemlidir.



Resim 6.21. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 13 Ocak 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın resmi Twitter hesabından yapılan 13 Ocak 2021 tarihli bir diğer paylaşımında ise, Ömrünü Kıbrıs davasına adanmış Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nin kurucu Cumhurbaşkanı Rauf Denktaş'ı vefatının 9. yıldönümünde saygı ve rahmet ile anıldığı belirtilmiştir.

Atılan tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, ülkemiz adına yurtdışında uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyeti yürüten TİKA'nın özel ve anlam ifade eden günlerde geçmişi yad etmesi kurumsal varlığını kabul ettirebilmesi açısından önemlidir. KKTC'nin kurucusu ve aynı zamanda geçmiş Cumhurbaşkanı olan Rauf Denktaş'ın KKTC halk için anlam ve önemi şüphesiz tartışılmazdır. Bu noktada ülkemiz KKTC'de yaşayan paydaşların duygularına ve özlemlerine ortak olarak onlarla aynı duyguları benimsediğini göstermektedir. Bu durum kurumun güvenilirliğini ve saygınlığını artırırken, ülkemizin KKTC'de yürüteceği uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerinin başarıya ulaşmasını da imkân sağlayacaktır. Ayrıca tweete #RaufDenктаş hastaginin kullanılmasıyla bu konuyu sosyal medya üzerinden takip edenler üzerinde bir farkındalık oluşturarak paydaş kitlesinin genişlemesine olanak sağlayacaktır.



Resim 6.22. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 14 Ocak 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın resmi Twitter hesabından yapılan 14 Ocak 2021 tarihli paylaşımında Tanzanya Büyükelçiliği görevine atanan eski AFAD Başkanı Dr. Mehmet Güllüoğlu, TİKA başkanı Serkan Kayalar'ı ziyaret ettiği belirtilmiştir.

Uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetleri söz konusu olduğunda siyasal olarak diplomasi ilişkiler çok önemlidir. Bu kapsamda Tanzanya'da ülkemiz adına en yetkili kişi olarak diplomasi faaliyetleri yürütecek olan büyükelçinin yine ülkemiz adına yurtdışında uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyeti yürüten kurumun başkanını ziyaret etmesi gelecekte yapılacak olan projeler açısından son derece önemlidir. Bu ziyaret sonrasında kurumlar arasındaki iletişim ile uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerinin hız kazanacağına ve başarıya ulaşacağına şüphe yoktur. Ayrıca söz konusu tweete Tanzanya'nın Türkiye Büyükelçiliğinin de etiketlenmesi konunun geniş bir kitle ile paylaşılarak tabanı genişletme çabası görülmektedir.



Resim 6.23. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 14 Ocak 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın resmi Twitter hesabından yapılan 14 Ocak 2021 tarihli bir diğer paylaşımında ise, TİKA'nın Tunus'taki üniversite hastanesine destek sağladığı belirtilmiştir. Tweetin devamında Mednin Habib Burgiba Üniversite Hastanesi'ne böbrek yetmezliği hastalarının tedavisinde kullanılmak üzere hemodiyaliz makinası ile mini su arıtma istasyonundan oluşan mobil hemodiyaliz ünitesinin temin edildiği vurgulanmıştır.

Atılan tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, ülkemiz adına yurtdışında uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyeti yürüten bir kurumun Tunus'ta bulunan bir hastaneye yardım yapması o ülkede bu hizmetten faydalanan hasta ve yakınlarının zihninde ülkemiz adına olumlu imajoluşmasına olanak sağlayacaktır. Çünkü yapılan yardım ile bir ülkenin sosyal yapısına destek sağlandığı gibi ülkemizin çekiciliğine, yurt dışında değer görmesine ve o ülkelerin hükümetleri ile iyi ilişkiler gelişmesine imkân sağlanmış olacaktır. Burada aracı kurum olan TİKA, gelecekte ülkemizin Tunus'ta yürüteceği uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerinin başarıya ulaşma şansını arttıracaktır.

Ayrıca atılan tweete TİKA'nın Tunus Program Koordinasyon Ofisi'nin etiketlenmesi ve #Tunus hastaginin kullanılması etkinliğin daha geniş kitlelere ulaştırılması amaçlanmıştır.



Resim 6.24. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 14 Ocak 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın resmi Twitter hesabından yapılan 14 Ocak 2021 tarihli bir diğer paylaşımında ise, Sudan Ankara Büyükelçisi Adil İbrahim Mustafa Ahmet'in TİKA Başkanı Serkan Kayalar'ı ziyaret ettiği belirtilmiştir.

Atılan tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, Sudan'ın Ankara Büyükelçisi'nin, ülkemiz adına yurtdışında uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyeti yürüten bir kurumun başkanını ziyaret etmesi iki ülke arasında olası iyi iş birliklerinin bir göstergesidir. TİKA yurtdışında ülkemiz adına faaliyetler yürütmektedir. Yürütmüş olduğu bu faaliyetlerde iş birlikleri çok önemlidir. Ülkemiz adına yurtdışında uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyeti yürüten bir kuruma yapılan bu ziyaret ülkemizin Sudan ülkesinde yürüteceği uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerinin başarıya ulaşmasına zemin hazırlayacaktır. Ayrıca tweete

#Sudan hastaginin kullanılmasıyla ziyaretin sosyal medya aracılığıyla geniş kitlelere ulaştırılması amaçlanmıştır.



Resim 6.25. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 15 Ocak 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın resmi Twitter hesabından yapılan 15 Ocak 2021 tarihli paylaşımında Türk Tarih Kurumu Başkanı Mustafa Birol Çetin'in, TİKA Başkanı Serkan Kayalar'ı ziyaret ettiği belirtilmiştir.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, Türk Tarih Kurumu Başkanı'nın ülkemiz adına yurt dışında uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyeti yürüten bir kurumun başkanını ziyaret etmesi yapılacak olan işbirliklerinin habercisidir. TİKA, ülkemiz dışında yer alan ortak kültürel mirasımız olan tarihi eserlerin onarılması ve restorasyonu görevini de üstlenmektedir. Bu noktada söz konusu eserlerin doğru ve orijinaline uygun olarak restore edilirken bazı kurumların yardımına ihtiyaç duyulmaktadır. Türk Tarih Kurumu da bu kurumlardan bir tanesidir. Ortak kültürümüz olan yurtdışındaki tarihi eserlerin doğru restore edilmesi ülkemize olan saygınlığı arttırabileceği gibi insanların aklında olumlu imaj oluşturulmasına katkı

sağlayacaktır. Sağlana bu olumlu imaj ile ülkemiz yurt dışında yaşayan insanlara çekici gelecek böylece ülkemizin gördüğü değer artacaktır. Tüm bunların sonucu olarak ülkemizin yurt dışında yürütmek isteyeceği uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerinin başarıya ulaşma şansı artacaktır.



Resim 6.26. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 15 Ocak 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın resmi Twitter hesabından yapılan 15 Ocak 2021 tarihli bir diğer paylaşımında ise, Diyanet İşleri Başkanı Prof. Dr. Ali Erbaş'ın TİKA Başkanı Serkan Kayalar'ı ziyaret ettiği belirtilmiştir.

Atılan tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, din toplumları bir arada tutan en önemli olguların başında gelmektedir. Dünya üzerinde geçmişte günümüze, bizimle aynı kültürü, etnik yapıyı ve dini paylaşan birçok toplum bulunmaktadır. Bu toplumlarla iyi ilişkiler kurmak onları yönetmek ve yönlendirebilmek açısından son derece önem arz etmektedir. Bu noktada Diyanet İşleri Başkanı'nın ülkemiz adına yurtdışında uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetleri yürüten bir kurumun başkanını ziyaret etmesi önemlidir. Bu kuruluşun Diyanet İşleri Başkanlığı ile iyi ilişkiler kurması

Ülkemiz adına yurt dışında yürüteceği uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerinin başarıya ulaşması adına önemlidir. Çünkü lkemiz ile aynı dini paylaşan paydaşların bir yol gstericisinde dindir. Bu kapsamda Diyanet İşleri Başkanı'nın TİKA'yı ziyaret etmesi ve bunun sosyal medya aracılığıyla etiketlenmek suretiyle yapılması paydaşlara karşı verilebilecek etkili bir mesajdır.



Resim 6.27. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 15 Ocak 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın resmi Twitter hesabından yapılan 15 Ocak 2021 tarihli bir diğer paylaşımında ise, TİKA'nın Afganistan'da Türkoloji Bölümü'ne destek sağladığı belirtilmiştir. Tweetin devamında bölümde bulunan kütüphaneye Türk Edebiyatının seçkin eserlerinden oluşan 300'den fazla kitap temin edildiği, ayrıca şehit Prof. Rabbani Eğitim Üniversitesi 'Mevlana Kütüphanesi'nin geçtiğimiz yıl TİKA tarafından kurulduğu vurgulanmıştır.

Atılan tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, Afganistan'da bir kütüphane açılması ve dilimizin, kültürümüzün o topraklarda yaşatılması ülkemiz adına atılmış en önemli adımlardan bir tanesidir. Atılan bu adımla birlikte yurtdışında yaşayan soydaşlarımız ile bağlarımız koparmadan devam ettirme şansına erişmiş oluruz. Yurtdışında yaşayan

soydaşlarımız ile güçlü bağlar kurmak o ülkelerde yürüteceğimiz uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerinin başarı şansını etkileyecektir. Ülkemiz, Afganistan’da kütüphane açarak oraya Türkçe eserler temin ederek bu faaliyetlere katkıda bulunmuş olur. Yapılan bu katkılar ile Afganistan’da yaşayan insanların zihninde ülkemizin çekiciliği artacağı gibi ülkemizin yurt dışında gördüğü değer de artacağı gibi dış politik politikada da daha güçlü hale gelecektir. Diğer yandan atılan tweete TİKA’nın Afganistan Kabil Program Koordinasyon Ofisi’nin etiketlenmesi ve #Afganistan hastaginin kullanılmasıyla söz konusu etkinlikten geniş kitlelerin haberdar edilmesi amaçlanmıştır.



Resim 6.28. TİKA’nın resmi twitter hesabından yapılan 15 Ocak 2021 tarihli paylaşım

TİKA’nın resmi Twitter hesabından yapılan 15 Ocak 2021 tarihli bir diğer paylaşımında ise, Yurt dışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı Başkan Yardımcısı A. Hadi Turus ve Ak Parti Merkez Gençlik Kolları Sivil Toplum ve Halkla İlişkiler Başkanı Murat Öz, TİKA Başkanı Serkan Kayalar’ı ziyaret ettiği belirtilmiştir.

Atılan tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı ülkemiz

adına yurt dışında uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetleri yürütmektedir. Diğer taraftan hükümetin temsilcisi niteliğinde olan Ak Parti Merkez Gençlik Kolları Sivil Toplum ve Halkla İlişkiler Başkanı ve Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı Başkan Yardımcısı'nın, yine yurtdışında ülkemiz adına faaliyet yürüten bir kurumun başkanını ziyaret etmesi yurt dışında yürütülecek projeler kapsamında koordinasyonun sağlanması açısından son derece önem arz etmektedir. Ülkemiz adına faaliyet yürüten birimlerin koordinasyon sağlamasıyla daha geniş kitlelere zaman ve maliyet açısından tasarruf ederek nüfuz edebiliriz. Buda uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerinde başarıya ulaşma şansımızı artıracaktır. Diğer yandan atılan tweete Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı'nın resmi Twitter adresinin etiketlenmesi yürütülen iş birliğinden daha geniş kitlelerin haberdar olması adına atılmış bir adımdır.



Resim 6.29. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 15 Ocak 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın resmi Twitter hesabından yapılan 15 Ocak 2021 tarihli bir diğer paylaşımında ise, TİKA'nın Gürcistan'da mobilyacılık sektörüne destek sağladığı belirtilmiştir. Tweetin devamında TİKA'nın Tiflis'te 170 küçük & orta ölçekli mobilya fabrikasının bulunduğu Ustalar Şehri sanayi bölgesinde mobilyacılık eğitim atölyesi kurduğunu ve atölyede eğitim programları ile 3 yılda 800 kişiye mesleki eğitim verilmesinin hedeflendiği vurgulanmıştır.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, ülkemiz adına yurtdışında faaliyet yürüten bir kurumun Gürcistan'da mobilyacılık sektörüne destek sağlayarak, birçok insana hem mesleki eğitim vermeyi hem de ailelerin ekonomisine destek sağlamıştır. Sağlanmış olan bu destekle Gürcistan'ın başta sosyal yapısı olmak üzere ekonomisine ve teknik alt yapısına katkı sağlayarak ülkemiz adına uluslararası halkla ilişkiler anlamında olumlu işler yapılmıştır. Atılan bu adımlar ile Gürcistan'da bulunan paydaşlarımızın zihninde, ülkemiz adına olumlu algı yaratıldığı gibi çekiciliğine ve yurt dışında daha fazla değer görmesine katkı sağlamıştır. Bu kazanımlar ülkemizin dış politika da daha güçlü olmasına yarar sağlayacaktır. Tüm bu bileşenleri bir araya getirdiğimizde ülkemizin ilerleyen süreçte Gürcistan'da bulunan paydaşlar üzerinde yürüteceği uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerinin başarıya ulaşması için zemin hazırlanmıştır. Diğer taraftan atılan tweet dikkate alındığında #Gürcistan ve #Tiflis hastagleri kullanılarak yürütülen çalışmalardan daha geniş kitlelerin haberdar edilmesi amaçlanmıştır.



Resim 6.30. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 16 Ocak 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın resmi Twitter hesabından yapılan 16 Ocak 2021 tarihli paylaşımında vatan ve bayrak uğruna hayatlarını fedakârca ortaya koyan aziz Türkmeneli şehitlerini saygı ve rahmetle anıldığı belirtilmiştir.

Atılan tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, ülkemiz adına soydaşlarımızın acısını paylaşarak zor zamanlarında yanlarında olunduğunun mesajı verilmiştir. TİKA'nın ülkemiz adına yürütmüş olduğu faaliyetlerden birisi de soydaşlarımız ile güçlü bağlantılar kurulmasını sağlamaktır. Bu bağlantıları kurmak için özel ve anlam ifade eden günlerde soydaşlarımızın yanında olmak bunu en güzel örneğidir. Yürütülen bu çalışmalar ile soydaşlarımızın yanında olmakla birlikte ülkemiz adına soydaşlarımızın zihninde olumlu bir algı yaratılmasına zemin hazırlayacaktır. Bu durum ülkemiz adına yürütülecek olan uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerinin başarıya ulaşma şansını arttıracaktır.



Resim 6.31. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 18 Ocak 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın resmi Twitter hesabından yapılan 18 Ocak 2021 tarihli paylaşımında TİKA'dan 'Dijital Fabrikasyon Laboratuvarları' başlığını atmıştır. Tweetin devamında birçok ülkede kurulması planlanan laboratuvarların ilkinin

Cezayir’de kurulduğu ve laboratuvarların mimarlıktan temel bilimlere, arkeolojiden endüstriyel tasarıma kadar birçok alanda 3D yazılım ve tasarım eğitimleri verileceği belirtilmiştir.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, ülkemiz adına yürütülen proje ile Cezayir ülkesinin sosyal, ekonomik ve kültürel (ülke profili) alanına katkı yapmayı amaçlamıştır. Ülkede kurulan laboratuvar ile gençlerin daha iyi eğitim alması sağlanacak ve Cezayir’in katma değeri artacaktır. Tüm bunların ülkemizin desteği ile yapılması ülkemiz hakkında olumlu imaj oluşmasına dolayısıyla Cezayir’de bulunan paydaşlara ülkemizin çekici gelmesine ve orada daha çok değer görmesine olanak sağlayacaktır. Tüm bu çalışmalar ülkemizin dış politikada daha güçlü ve sağlam adımlar atmasına olanak sağlayarak uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerinin başarıya ulaşma şansını arttıracaktır. Diğer yandan TİKA’nın Cezayir Program Koordinasyon Ofisi’nin etiketlenmesi ve #Cezayir hastaginin kullanılmasıyla daha fazla paydaşın konudan haberdar edilmesi amaçlanmıştır.



Resim 6.32. TİKA’nın resmi twitter hesabından yapılan 19 Ocak 2021 tarihli paylaşım



Resim 6.33. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 19 Ocak 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın resmi Twitter hesabından yapılan 19 Ocak 2021 tarihli paylaşımında KKTC'de Küçükbaş hayvancılığa destek başlığı atılmıştır. Tweetin devamında TİKA tarafından Eylül ayında KKTC'ye getirilen Kıbrıs iklimine uygun 'İvesi' cinsi 253 küçükbaş hayvanın karantinadan sonra çiftliklere dağıtıldığı ve dağıtımdan önce hayvan bakımı ile ilgili temel eğitimler verildiği vurgulanmıştır. Bahse konu açılışa KKTC Başbakanı Ersan Saner'in de katıldığı bir sonraki tweete belirtilmiştir.

Atılan tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, bir ülkenin katma değeri dostlarıyla olan ilişkileri ile doğru orantılıdır. Ülkemiz adımı yurt dışında faaliyet yürüten bir kurumun, KKTC'de hayvancılık alanında sağladığı destek ile ülkenin ekonomisine (ülke profili) destek sağlamayı amaçlamıştır. Atılan bu adım ile ülkemizin KKTC'de yaşayan paydaşlarımızın zihninde olumlu bir imaja kavuşmasına olanak sağlayacaktır. Olumlu bir imaja kavuşan ülkemiz, KKTC'de yaşayan paydaşlarımıza daha çekici gelecek ve ülkemizin yurt dışında gördüğü değer artacaktır. Yurt dışında değer artan ülkemiz dış politikada daha sağlam ve kararlı adımlar atabilecektir. Tüm bu bileşenler ülkemizin KKTC'de yürüteceği uluslararası halkla ilişkiler ve kamu

diplomasisi faaliyetlerinin başarıya ulaşmasına katkı sağlayacaktır. Diğer yandan söz konusu etkinliğe KKTC Başbakanı'nın katılması ve etkinliğin TİKA Lefkoşa Program Koordinasyon Ofisi tarafından koordine edilmesi ve tweete bu bileşenlerin kullanılmasıyla etkinliğin daha geniş kitlelere nüfuz etmesi amaçlanmıştır.



Resim 6.34. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 19 Ocak 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın resmi Twitter hesabından yapılan 19 Ocak 2021 tarihli paylaşımında TİKA'dan Güney Sudanlı çiftçilere destek sağladığı belirtilmiştir. Afrika'nın en genç ülkesi Güney Sudan'da tavukçuluk ve arıcılık yapan çiftçilere üretim ve kapasitelerini arttırmak amacıyla ekipman desteği sağlandığı vurgulanmıştır.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, ülkemiz adına yurtdışında faaliyet yürüten bir kurumun Güney Sudan'da yürütmüş olduğu projeler ile ülkenin ekonomik, sosyal ve teknik alt yapısına(ülke profili) destek sağlamıştır. Sağlamış olduğu bu destek ile ülkemiz adına olumlu bir imaj oluşturulmasına katkı yapmıştır. Oluşturulan bu olumlu imaj ile Güney Sudan'da bulunan paydaşların gözünde ülkemizin çekiciliğine ve yurt

dışında değer görmesine olanak tanıyarak dış politika da güçlü hale gelmesini sağlamıştır. Tüm bu çalışmalar ülkemizin Güney Sudan'da yürüteceği uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerinin başarıya ulaşma şansını arttıracaktır. Diğer yandan atılan tweete etkinliği organize eden TİKA Juba Program Koordinasyon Ofisi'nin etiketlenmesi ve #Afrika ile #GüneySudan hastaglerinin kullanılması ile etkinliğin daha geniş kitlelere ulaştırılması amaçlanmıştır.



Resim 6.35. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 20 Ocak 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın resmi Twitter hesabından yapılan 20 Ocak 2021 tarihli paylaşımında TİKA'nın Özbekistan'daki Mobil Ofisleri 150 farklı hizmeti ülkenin en uzak köşelerine götürdüğü belirtilmiştir. Tweetin devamında 20 mobil ofis aracı 3 yılda 5 milyon kişiye hizmet verdiği özellikle dağlık bölgede yaşayanların il merkezine gitmelerine gerek kalmadan zaman ve maliyetten tasarruf ettikleri belirtilmiştir.

Atılan tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, bir ülkenin vatandaşlarına karşı en büyük sorumluluklarından birisi vatandaşlarına hızlı ve güvenli bir şekilde hizmet götürebilmesidir. Ülkemiz adına yurtdışında faaliyet yürüten bir kuruluşun Özbekistan'daki bu eksikliği

gidererek ülkemizin katma değerine katkı sağlamıştır. Bu katkı Özbekistan'da bulunan paydaşlarımızın zihninde ülkemizin adına imajına olarak kendisini göstermektedir. Diğer yandan Özbekistan'ın sosyal ve teknik altyapısına katkı sağlayarak (ülke profili) ülkemizin Özbekistan'da bulunan paydaşlarımızın zihninde daha çekici olmasına ve değer görmesine olanak sağlamıştır. Tüm bileşenler ülkemizin Özbekistan ile yürütmüş olduğu dış politikada daha güçlü hale gelmesine imkân sağlamaktadır. Tüm bu imkanlar dahilinde ilerleyen zamanda ülkemizin Özbekistan'da yürüteceği uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerinin başarıya ulaşma şansı artmaktadır.



Resim 6.36. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 20 Ocak 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın resmi Twitter hesabından yapılan 20 Ocak 2021 tarihli bir diğer paylaşımında ise, Azerbaycan'ın istikbali için canlarını feda eden 20 Ocak Şehitleri'ni rahmetle anıldığı belirtilmişti. Tweetin içeriğinde hem Azerbaycan hem de Türkiye Türkçesi kullanılmıştır.

Atılan tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, özel anlam ifade eden günler toplumlar için çok önemlidir. Azerbaycan'ın bağımsızlığı için mücadele şehitlerin vefatının yad edilmesi soydaşlarımız ile olan bağlarımızı daha da güçlendirecektir. Zor zamanlarda soydaşlarımızın yanında olmak onların acısını paylaşmak bu noktada önem arz etmektedir. Atılan Tweetin hem Türkiye hem de Azerbaycan Türkçesi ile atılması ayrıca TİKA'nın Azerbaycan Program Koordinasyon Ofisi'nin etiketlenmesiyle geniş kitlelere ulaşmak amaçlanmıştır. Böylece ülkemizin imajına katkı sağlanmış gelecekte ülkemizin Azerbaycan'daki paydaşlarımız üzerinde yürüteceği uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerinin başarıya ulaşma şansı artmaktadır.



Resim 6.37. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 21 Ocak 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın resmi Twitter hesabından yapılan 21 Ocak 2021 tarihli paylaşımında TİKA Başkanı Serkan Kayalar'ın Balkanlarda faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarının temsilcileri ile bir araya geldiği belirtilmiştir. Tweetin devamında sivil toplum kuruluşlarının temsilcileri ile TİKA'nın Balkanlarda yürüttüğü ve oluşturulabilecek yeni iş birliği imkanlarının değerlendirildiği vurgulanmıştır.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, sivil toplum kuruluşları (uluslararası halkla ilişkiler ve kamu

diplomasisinin aktörü) bir ülkede karar alma mekanizması içerisindeki en önemli etkenlerden birisidir. Bu yüzden sivil toplum kuruluşlarıyla ortak çıkar doğrultusunda çalışmak iki taraf için de kazançlı olabilmektedir. Sivil toplum örgütleri bir ülkede toplumun aksayan veya çözüme kavuşması gereken sorunları bularak bu sorunlar hakkında hükümete çözüm önerisinde bulunan kuruluşlardır. Bu noktadan hareketle ülkemiz adına yurtdışında faaliyet yürüten bir kuruluşun Balkanlar'da faaliyet yürüten sivil toplum kuruluşlarıyla buluşması ülkemizin Balkanlar'da yürüteceği stratejilerin doğru belirlenebilmesi açısından önemlidir. Sivil toplum örgütleri bir toplumun aksayan yönlerini tespit edip çözüm önerisi getirdikleri için uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetleri kapsamında yapılacak iş birliği zaman ve maliyet kazancı sağlayacaktır. Bu nedenle ülkemiz adına yurtdışında faaliyet yürüten bir kuruluşun Balkanlarda faaliyet yürüten sivil toplum kuruluşlarıyla bir araya gelmesi ve oluşabilecek yeni iş birlikleri hakkında değerlendirmelerde bulunması ülkemizin Balkanlar'da yürüteceği uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetleri kapsamında önem arz etmektedir.



Resim 6.38. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 21 Ocak 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın resmi Twitter hesabından yapılan 21 Ocak 2021 tarihli bir diğer paylaşımında ise, KKTC Ankara Büyükelçisi Kemal Köprülü'nün TİKA Başkanı Serkan Kayalar'ı ziyaret ettiği belirtilmiştir.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, KKTC Ankara Büyükelçisinin ülkemiz adına yurtdışında faaliyet yürüten bir kuruluşun başkanını ziyaret etmesi ilerleyen süreçte yapılacak iş birliği çalışmalarının bir göstergesidir. Bu noktadan hareketler TİKA'nın dış ülke temsilcileri ile iyi ilişkiler kurması ülkemizin o ülkelerde yürüteceği uluslararası halka ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerinin başarıya ulaşması şansını arttıracaktır.



Resim 6.39. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 22 Ocak 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın resmi Twitter hesabından yapılan 22 Ocak 2021 tarihli paylaşımında Bilim Eğitim Kültür Araştırmaları Merkezi Başkanı Mehmet Ali Eminoğlu ve beraberindeki heyetin TİKA Başkanı Serkan Kayalar'ı ziyaret ettiği belirtilmiştir.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, ülkemiz adına yurtdışında uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetleri yürüten bir kurumun ülkemizde faaliyet yürüten araştırma merkezleri ile birlikte hareket etmesi yurtdışında yürütülecek olan çalışmalar bakımından önem arz etmektedir. Araştırma merkezlerinin bilgi birikimi ve tecrübesi ilgili alanlarda yapılacak projelerin başarıya ulaşma şansını arttıracaktır. Artan başarı ile birlikte ülkemizin yurt dışında uygulayacağı uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerinin başarı şansı artacaktır.



Resim 6.40. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 22 Ocak 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın resmi Twitter hesabından yapılan 22 Ocak 2021 tarihli bir diğer paylaşımında ise, Venezuela'nın Ankara Büyükelçisi Jose Bracho Reyes'in TİKA Başkanı Serkan Kayalar'ı ziyaret ettiği belirtilmiştir.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, uluslararası alanda ülkemiz adına faaliyet yürüten bir kurumun yabancı ülkeler ile kurmuş olduğu ilişkiler çok önemlidir. Bu doğrultuda Venezuela Ankara Büyükelçisi'nin TİKA Başkanını ziyaret etmesi ve ilişkilerin iyi olması,

ülkemizin Venezuela’da bulunan paydaşları ile faaliyette bulunmasını kolaylaştıracaktır. Diğer taraftan uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerinde sıkça karşılaşılan politik engellerin ortadan kaldırılmasında ikili ilişkileri rolü çok büyüktür. Bu nedenle Venezuela’nın Ankara Büyükelçisinin ülkemiz adına yurtdışında uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyeti yürüten bir kurumun başkanını ziyaret etmesi ilerleyen dönemde ülkemizin Venezuela’da bulunan paydaşlarına uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerini uygulamasını ve başarıya ulaşmasını kolaylaştıracaktır.



Resim 6.41. TİKA’nın resmi twitter hesabından yapılan 3 Ocak 2021 tarihli paylaşım

TİKA’nın resmi Twitter hesabından yapılan 22 Ocak 2021 tarihli bir diğer paylaşımında ise, Mozambik Meteoroloji Enstitüsü Genel Müdürü Aderito Aramuge’nin ‘Türkiye’nin tecrübesi bize yol gösterici olacaktır.’ sözlerine yer verilmiştir. Tweetin devamında TİKA ve Meteoroloji Genel Müdürlüğü işbirliğinde kasırga felaketinden nedeniyle hava tahminlerinin kritik önem taşıması sebebiyle Mozambik’te 21 meteoroloji uzmanına eğitim verildiği belirtilmiştir.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, dünya üzerindeki ülkeler 3 şekilde sınıflandırılmaktadır;

gelişmiş ülkeler, gelişmekte olan ülkeler ve gelişmemiş ülkeler. Bu kapsamda ülkemiz gelişmekte olan ülkeler sınıfında yer almaktadır. Ülkemiz gelişmekte olan bir ülke olduğu için gelişmemiş ülkelerle kurulan ilişkiler bir fırsat niteliğindedir. Bu fırsatı değerlendirmek ve kendimizi dünyaya iyi tanıtmak dış ilişkiler için önem arz etmektedir. Bu doğrultuda TİKA ülkemizin dışa açılan bir yüzü olarak faaliyet göstermektedir. Günümüzde hava tahminleri çok önemlidir. Gelişmemiş ülkelerde teknoloji kullanımı zayıf olduğu için hava tahminlerinin yapılması zor olmakta ve doğal afetler meydana gelerek can ve mal kaybına sebebiyet vermektedir. Bu kapsamda ülkemizin önde gelen kuruluşlarından olan Meteoroloji Genel Müdürlüğü ve TİKA işbirliği ile Mozambik ile meteoroloji konusunda bilgi paylaşımı yapılmıştır. Yapılan bu bilgi paylaşımı ile Mozambik ülkesinin sosyal ve teknik alt yapısına(ülke profili) yatırım yapılmakta böylece ülkemiz orada bulunan paydaşların gözünde daha değerli bir konuma gelerek çekici hale gelmektedir. Bu durum da ilerleyen süreçte ülkemizin Mozambik'te bulunan paydaşları üzerinden yürüteceği uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerinin başarıya ulaşmasını kolaylaştıracaktır. Ayrıca söz konusu tweete Meteoroloji Genel Müdürlüğü ve TİKA'nın Mozambik Program Koordinasyon Ofisi'nin etiketlenmesi ve #Mozambik ve #Türkiye hashtaglerinin kullanılması ile yapılan etkinliğin daha geniş kitlelere ulaştırılması hedeflenmiştir.



Resim 6.43. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 25 Ocak 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın resmi Twitter hesabından yapılan 25 Ocak 2021 tarihli paylaşımında TİKA'nın, Sırbistan'ın Novi Pazar şehrinde kültür ve sanat etkinliğine destek verdiği belirtilmiştir. Tweetin devamında TİKA'nın söz konusu etkinlikte İsa Beg Kültür ve Sanat Derneği'ne ekipman desteği sağladığı söz konusun etkinliğin birçok genci bir araya getirerek gençlerin kültürel değerlerine sahip çıkmaları için motivasyon kaynağı oluşturacağı belirtilmiştir.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, sanat ve kültür bir ülkenin gelişimi ve gelenek göreneklerini bir sonraki nesillere aktarmak için önemli bir araçtır. Bu kapsamda ülkemiz adına yurtdışında faaliyet yürüten bir kurumun Sırbistan'da kültür ve sanat etkinliklerine destek vermesi ülkemizin imajı açısından son derece önemlidir. Yürütülen bu çalışmalar ile gençlerin zihinlerinde ülkemiz adına olumlu imajlar oluşturmakla birlikte ülkemizin çekiciliğine ve Sırbistan'da ikamet eden paydaşlarımızın ülkemize değer vermesine katkı sağlayacaktır. Buna ek olarak ülkemizin Sırbistan ile yürüteceği dış politikalara olumlu etkisi olacaktır. Bu doğrultuda ülkemizin Sırbistan'da bulunan paydaşları üzerinde yürüteceği uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerinin başarıya ulaşmasına katkı sağlayacaktır. Ayrıca

atılan tweete #Sırbistan ve #NoviPazar etiketlerinin kullanılmasıyla daha geniş kitlelere ulaşılması hedeflenmiştir.



Resim 6.44. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 25 Ocak 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın resmi Twitter hesabından yapılan 25 Ocak 2021 tarihli bir diğer paylaşımında ise, TİKA'nın kullanmış olduğu sosyal medya hesaplarının bağlantıları paylaşılmıştır.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, TİKA, ülkemiz adına yurt dışında kamu diplomasisi ve uluslararası halkla ilişkiler faaliyetleri yürüttüğü için bu faaliyetleri paydaşları ile paylaşmak ve kamularını diri tutmak zorundadır. Bu nedenle günümüzde en önemli araç sosyal medyadır. TİKA, Twitter da yapmış olduğu bu paylaşımında sosyalmedya hesaplarını kullanıcılarıyla paylaşmıştır.



Resim 6.45. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 26 Ocak 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın resmi Twitter hesabından yapılan 26 Ocak 2021 tarihli paylaşımında TİKA'nın, Lübnan'da mültecilerin eğitime enerji desteği sağladığı belirtilmiştir. Tweetin devamında TİKA, Filistin ve Suriyeli mülteciler için çalışan 'Lübnan Birleşik Gençlik Projesi' eğitim kampüsüne elektrik kesintilerinin giderilmesi amacıyla güneş enerjisi sistemi kurduğu vurgulanmıştır.

Atılan tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, ülkemiz adına yurtdışında faaliyet yürüten bir kurum, Lübnan'ın Beyrut şehrinde Suriye'de yaşanan iç savaş nedeniyle buraya sığınan mültecilerin kampına destek sağlamıştır. Sağlanan bu destek ile Lübnan'ın sosyal, ekonomik ve teknik alt yapısının (ülke profili) gelişmesine katkıda bulunmuştur. Yapılan bu yardımların ülkemizin adı altında yapılması Lübnan'da bulunan hedef kitlenin aklında olumlu bir imaj oluşmasına ve ülkemizin daha çekici olmakla birlikte yurtdışında değer görmesine olanak sağlamıştır. Tüm bu etkenler ülkemizin Lübnan ile yürüteceği dış politikalarda elinin güçlü olmasına olanak sağlayacaktır. Tüm bu bileşenler dikkate alındığında, ülkemizin Lübnan'daki hedef kitlemiz üzerinde uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerine katkı sağladığı söylenebilir. Ayrıca atılan tweete projeye katkı sağlayan TİKA'nın Lübnan

Beyrut Program Koordinasyon Ofisi'nin etiketlenmesi ve #Lübnan hastaginin kullanılması ile etkinliğin daha geniş kitlelere duyurulması amaçlanmıştır.



Resim 6.46. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 27 Ocak 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın resmi Twitter hesabından yapılan 27 Ocak 2021 tarihli paylaşımında ise, TİKA'nın, damak ve dudak yarıklığına sahip çocukların hayat boyu gülmesi için Pakistan'ın Karaçi şehrinde bulunan Al-Mustafa Sağlık Merkezine modern bir ameliyathane kurduğu belirtilmiştir. Tweetin devamında; söz konusu merkezde 1000 hastanın ücretsiz olarak tedavi edilmesinin amaçlandığı vurgulanmıştır.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, sağlık, insanların yaşamlarını ve soylarını devam ettirebilmesi için çok önemlidir. Sağlıklı bir insan bir ülkenin sosyal, ekonomik ve kültürel değerlerine daha kolay katkı sağlayabilmektedir. Ülkemiz adına yurtdışında faaliyet yürüten bir kurumun Pakistan'da bulunan bir sağlık merkezine yardımda bulunması bu açıdan çok önemlidir. Bu kurum ülkemiz adına yapmış olduğu bu yardım ile Pakistan'ın sosyal, ekonomik ve teknik alt yapısına (ülke profili) katkı sağlamıştır. Bu yardımlarla birlikte ülkemiz adına Pakistan halkının zihninde olumlu imaj oluşmasına katkı sağlamıştır. Pakistan halkının zihninde oluşan olumlu imaj ülkemizin Pakistan halkının gözünde daha çekici olmasına ve gördüğü değer

artmasına katkı olmuştur. Tüm bu bileşenler ülkemizin Pakistan ile yürüteceği dış politikaları da olumlu yönde etkileyecektir. Atılan tweete #Karaçi ve #HerŞeyBirTebessümİçin hastaglerinin kullanılması ile yapılan etkinliğin daha geniş kitlelere ulaştırılması amaçlanmıştır.



Resim 6.47. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 27 Ocak 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın resmi Twitter hesabından yapılan 27 Ocak 2021 tarihli bir diğer paylaşımında ise, 27 Ocak Uluslararası Holokost'u Anma Günü'nde soykırım kurbanı milyonlarca insanı saygıyla anıldığı belirtilmiştir.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, Holokost, Nazi rejimi ve işbirlikçilerinin 2. Dünya Savaşı döneminde başta Yahudi ırkı olmak üzere yaklaşık olarak 17 milyon insanın hayatına

mal olan soykırımı ifade etmektedir. Birleşmiş Milletler tarafından da tasdik edilen bu olay her yılın 27 Ocak gününde hayatını kaybedenlerin anılmasıyla hatırlanmaktadır. Toplumlar için özel anlam ifade eden günlerin anılması kurum ve ülkelerin olumlu imaj oluşturabilmesi açısından önemlidir. TİKA'da söz konusu tweete Türkiye Cumhuriyeti İletişim Başkanlığının tweete'ni retweetleyerek ülkemiz ve TİKA kurumunun Uluslararası Holokost Günü'nün anılmasına destek sağladığını göstermiştir.

Atlan Tweete hem Türkçe hem de İngilizce ayrıca #HolocaustRememberDay ve #WeRemember hastaglarının kullanılması ile anılmanın daha geniş kitlelere duyurulması amaçlanmıştır. Böylece insanların zihninde oluşturulacak olumlu imaj ile ilerleyen süreçte yürütülecek olan uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerinin başarıya ulaşması için zemin hazırlanmıştır.



Resim 6.48. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 22 Ocak 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın resmi Twitter hesabından yapılan 22 Ocak 2021 tarihli bir diğer paylaşımında ise, Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı Başkanı Abdullah Eren'in, TİKA Başkanı Serkan Kayalar'ı ziyaret ettiği belirtilmiştir.

Atılan tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı ülkemiz adına yurt dışında uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetleri yürütmektedir. Yurt dışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı Başkanı'nın, TİKA Başkanı'nı ziyaret etmesi yurt dışında yürütülecek projeler kapsamında koordinasyonun sağlanması açısından son derece önem arz etmektedir. Ülkemiz adına faaliyet yürüten birimlerin koordinasyon sağlamasıyla daha geniş kitlelere zaman ve maliyet açısından tasarruf ederek nüfuz edebiliriz. Buda uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerinde başarıya ulaşma şansımızı artıracaktır. Diğer yandan atılan tweete Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı'nın resmi Twitter adresinin etiketlenmesi yürütülen iş birliğinden daha geniş kitlelerin haberdar olması adına atılmış bir adımdır.



Resim 6.49. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 28 Ocak 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın resmi Twitter hesabından yapılan 28 Ocak 2021 tarihli paylaşımında Türkiye'den Türk Dünyasına kitap desteğinin sürdüğü belirtilmiştir. Tweetin devamında Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı, Türkiye İlim ve

Edebiyat Eseri Sahipleri Meslek Birliği ve TİKA iş birliğinde ‘Kitap En Sağlam Köprüdür’ projesi kapsamında 20 bin kitabın Özbekistan ve Kuzey Makedonya’ya ulaştırılması törenine Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakan Yardımcısı Özgöl Özkan Yavuz’un katılımıyla gerçekleştirildiği vurgulanmıştır.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, ülkemiz adına yurtdışında faaliyet yürüten bir kurumun ülkemiz ile geçmişte ortak kültürü paylaşan (kültür yapıları) soydaşlarımız yurt dışında yardımlar yapmaktadır. Atılan bu tweete Kuzey Makedonya ve Özbekistan’da bulunan soydaşlarımız kitap yardımının yapıldığı gözlemlenmektedir. Yapılan bu yardımlar ile Özbekistan ve Kuzey Makedonya halklarının zihninde ülkemiz adına olumlu imaj oluşturulması amaçlanmaktadır. Bu olumlu imaj ülkemizin ilerleyen süreçte Özbekistan ve Kuzey Makedonya’da yürüteceğı uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerinin başarıya ulaşma şansını arttıracaktır. Ayrıca söz konusu etkinliğe Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı, Türkiye İlim ve Edebiyat Eseri Sahipleri Meslek Birliği’nin de sahip çıkması başarı şansını arttıracaktır. Ayrıca atılan tweete Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı, Türkiye İlim ve Edebiyat Eseri Sahipleri Meslek Birliği kurumlarının etiketlenmesi ve #Kuzey Makedonya ve #Özbekistan hastaglerinin kullanılmasıyla etkinliğin daha fazla kitleye ulaşılması amaçlanmıştır.



Resim 6.50. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 28 Ocak 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın resmi Twitter hesabından yapılan 28 Ocak 2021 tarihli bir diğer paylaşımında ise, Yüksek İhtisas Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Mustafa Paç'ın, TİKA Başkanı Serkan Kayalar'ı ziyaret ettiği belirtilmiştir.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, yurt dışında ülkemiz adına faaliyet gösteren bir kuruluşun ülke içerisinde ve dışında kurmuş olduğu ikili ilişkiler yapmış olduğu iş birlikleri çok önemlidir. Bu kapsamda Yüksek İhtisas Üniversitesi Rektörünün TİKA Başkanı'nı ziyaret etmesi kurumların birbirleri ile yapacakları tecrübe paylaşımı ve yapılacak iş birliklerinin göstergesi olarak kabul edilebilir. Yapılacak olan bu iş birliği ve tecrübe aktarımı ile ülkemizin yurtdışında yürüteceği uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerinin zaman ve maliyetinden kazanç sağlayabileceği gibi bu faaliyetlerin başarıya ulaşma şansını da artıracaktır.



Resim 6.51. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 28 Ocak 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın resmi Twitter hesabından yapılan 28 Ocak 2021 tarihli bir diğer paylaşımında ise, Afganistan Ankara Büyükelçisi Amir Ramin'in, TİKA Başkanı Serkan Kayalar'ı ziyaret ettiği belirtilmiştir.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, TİKA uluslararası alanda ülkemiz adına faaliyetler yürüten bir kuruluştur. Bu kuruluşun ülkeler ile iyi ilişkiler kurması o ülkelerde yürütülecek olan projelerin başarıya ulaşmasını etkileyecektir. Afganistan Ankara Büyükelçisi'nin TİKA Başkanını ziyaret etmesi bu kapsamda değerlendirilebilecek bir ziyaretir. Bu ziyaret ile birlikte yürütülecek ikili ilişkiler her iki taraf içinde fayda sağlayacaktır. Bu noktadan hareketle ülkemiz adına yurtdışında faaliyet yürüten bir kurumun dış ülke temsilcileri ile iyi ilişkiler kurması ülkemizin o ülkelerde yürüteceği uluslararası halka ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerinin başarıya ulaşması şansını artıracaktır. Atılan tweete TİKA'nın Afganistan'da bulunan TİKA Mezar-ı Şerif ve TİKA Herat Program Koordinasyon Ofisi'nin etiketlenmesi ile ziyaretin daha geniş kitlelere ulaştırılması hedeflenmektedir.



Resim 6.52. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 28 Ocak 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın resmi Twitter hesabından yapılan 28 Ocak 2021 tarihli bir diğer paylaşımında ise, TİKA'nın Kenya'da eğitime destek verdiği belirtilmiştir. Tweetin devamında Kenya'nın başkenti Nairobi'de düşük gelirli ailelerin çocuklarının eğitim gördüğü North Highridge İlköğretim Okulu ile anaokulunun yenilenerek donanım desteği sağlandığı ayrıca okula 2 su tankı ile salgınla mücadele için 8 el yıkama istasyonu kurulduğu vurgulanmıştır.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, eğitim ve sağlık bir ülkenin gelişmesi ve geleceğini temin altına alabilmesi en önemli hizmetlerdir. Gelişmemiş ülkelerde gerek ekonomik gerekse sosyal nedenlerden dolayı bu hizmetler aksamaya uğrayabilmektedir. Ülkemiz adına yurtdışında faaliyet yürüten bir kurumun Kenya'da bulunan TİKA Nairobi Program Koordinasyon Ofisi aracılığıyla eğitim ve sağlık alanında destekler sağlamıştır. TİKA'nın sağlamış olduğu bu destekler ülkemiz adına Kenya halkının zihninde olumlu bir imaj yaratmak için yürütülmüş çalışmalardır. Sosyal ve sağlık alanına yapılan bu çalışmaların bir neticesi olarak ülkemiz Kenya halkı tarafından

benimsenecek ülkemiz orada bulunan hedef kitleye daha çekici gelecek ve ülkemizin gördüğü değer artacaktır. Tüm bu bileşenler ülkemizin güçlü bir dış politika yürütmesine aracılık edecektir. Tüm bu çalışmalar dikkate alındığında ülkemizin ilerleyen süreçte Kenya ve diğer ülkelerde yürüteceği uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerinin başarıya ulaşma şansını doğrudan etkileyecektir. Atılan tweete Kenya’da bulunan TİKA Nairobi Program Koordinasyon Ofisi’nin etiketlenmesi, #Kenya ve #Nairobi hastaglerinin oluşturtulması ile yapılan etkinliğin daha geniş kitlelere ulaştırılması amaçlanmıştır.



Resim 6.53. TİKA’nın resmi twitter hesabından yapılan 29 Ocak 2021 tarihli paylaşım

TİKA’nın resmi Twitter hesabından yapılan 29 Ocak 2021 tarihli paylaşımında Venezuela’nın Avrupa’dan sorumlu Dışişleri Bakan Yardımcısı Yvan Eduardo Gil Pinto ve beraberindeki heyetin TİKA Başkanı Serkan Kayalar’ı ziyaret ettiği belirtilmiştir. Tweetin devamında yapılan görüşmelerde TİKA’nın Venezuela’daki faaliyetleri ve yapabilecekleri yeni iş birliği imkanlarının ele alındığı vurgulanmıştır.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, TİKA’nın uluslararası alanda ülkemiz adına faaliyet yürüten bir

kuruluştur. Bu kuruluşun uluslararası alanda faaliyet yürüten kuruluş ve ülke temsilcileriyle iyi ilişkiler geliştirmesi son derece önemlidir. Bu kapsamda Venezuela'nın Avrupa'dan sorumlu Dışişleri Bakan Yardımcısı'nın TİKA'yı ziyaret etmesi ve iyi ikili ilişkiler geliştirilebilmesi açısından son derece önem arz etmektedir. Atılan tweete de söz konusu heyet ile TİKA arasında Venezuela'da yapılabilecek işliklerinin ele alındığı vurgulanmıştır. Bu ziyaretin ülkemiz adına Venezuela'da yürütülecek uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerinin olumlu ilerlemesine zemin hazırlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca atılan tweete #Venezuela hastaginin kullanılmasıyla ziyaretin geniş kitlelere duyurulması amaçlanmıştır.



Resim 6.54. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 1 Şubat 2021 tarihli paylaşım

1 Şubat 2021 tarihinde TİKA'nın resmi Twitter adresinden paylaşılan tweete göz attığımızda 'Türk dünyası ile Türkiye arasındaki bağlar kitaplarla kuvvetleniyor' başlığına yer verilmiştir. Tweetin devamında 'Sanat, tarih, sağlık ve daha birçok türde kitabın Özbekistan ve Kuzey Makedonya kütüphanelerine ulaştığı ve TİKA'nın katkılarıyla yürütülen projede 20 bin kitap bağışı yapıldığı belirtilmiştir.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, uluslararası halkla ilişkiler açısından TİKA'nın ülkemiz ile aynı

dili konuşan ve benzer kültür yapılarını paylaşan Özbekistan ve Makedonya halklarına 20 Bin kitap bağıışı yaparak ülkeler arasındaki bağları kuvvetlendirmeye çalıştığı ve Türk dünyası ile Türkiye arasında bir bütünleşme köprüsü inşa etmeye çalıştığı gözlemlenmektedir. Yürütülen bu çalışma uluslararası halkla ilişkiler açısından ülke profiline kültür yapılarına ve iletişim profiline katkı sağlamaktadır.

Ülkemiz adına yapılan bu yardımlar Özbekistan ve Kuzey Makedonya'nın sosyal, ekonomik ve kültürel alanına katkı yaptığı gözlemlenmektedir. Yapılan bu yardımlar ile gelecek nesillere yatırım yapılmış olup söz konu nesiller zihninde ülkemiz adına olumlu imaj yaratılması amaçlanmıştır. Yaratılan bu olumlu imaj ile ülkemizin Özbekistan ve Kuzey Makedonya'da yaşayan hedef kitle üzerinde ülkemizin çekiciliğinin ve gördüğü değerin artması amaçlanmıştır. Bu çalışmalar ayrıca ülkemizin yürüteceği dış politikayı da olumlu etkileyecektir. Tüm bu çalışmaların neticesinde ilerleyen süreçte ülkemizin Kuzey Makedonya ve Özbekistan'da yürüteceği uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerine olumlu yansımaları olacaktır. Ayrıca atılan tweette ülkemizin devlet kuruluşu olan medya yayın organı TRT Avaz'ın etiketlenmesi ve #Özbekistan, #KuzeyMakedonya hastaglarının oluşturulması ile söz konu etkinliğin daha geniş kitlelere ulaştırılması hedeflenmiştir.



Resim 6.55. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 2 Şubat 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın resmi Twitter hesabından yapılan 2 Şubat 2021 tarihli paylaşımında ise, Hacı Bektaş Veli Kültür Derneği Başkanı Mustafa Özcivan ve Prof. Dr. Hayrettin İvgin'in TİKA Başkanı Serkan Kayalar'ı ziyaret ettiği belirtilmiştir.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, ülkemiz adına yurtdışında uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi alanında faaliyet yürüten bir kuruluşun, ülkemizde faaliyet yürüten bir dernek başkanı tarafından ziyareti önem arz etmektedir. Bu kuruluşun ülke içerisinde ve dışında kurum ve derneklerle yapacağı iş birlikleri hem zaman hem de maliyet açısından kazanç sağlayacaktır. Sağlanacak bu kazanç ülkemizin, uluslararası halkla ilişkiler (ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profili) ve kamu diplomasisi (ülkenin kültürü, siyasi değerleri ve dış politika) çalışmalarına katkı sağlayacaktır. Bu tweete Hacı Bektaş Veli Kültür Derneği Başkanı'nın TİKA Başkanı'nı ziyaret ettiği belirtilmiştir. Hacı Bektaş Veli Kültür Derneği kültür alanında faaliyet yürüten bir kuruluştur. Bu kuruluşun kültürel alanda yapmış olduğu çalışmalar ülkemizin yurt dışında yürüteceği uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerine katkı sağlayacaktır. Ülkemiz bu alanda kazandığı tecrübeleri uluslararası alanda doğru ve etkin bir şekilde kullandığı zaman ülkemizin yurt dışında yürüteceği uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerinin başarıya ulaşma şansını arttıracaktır.



Resim 6.56. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 3 Şubat 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın resmi Twitter hesabından yapılan 3 Şubat Ocak 2021 tarihli bir diğer paylaşımında ise, El Salvador Ankara Büyükelçisi Agustin Vasquez Gomez'in TİKA Başkanı Serkan Kayalar'ı ziyaret ettiği belirtilmiştir.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, ülkemizi uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi alanında temsil eden bir kuruluşun farklı bir ülkenin büyükelçisi tarafından ziyareti son derece önemlidir. Yapılan bu ziyaret uluslararası halkla ilişkiler (ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profili) ve kamu diplomasisi (ülkenin kültürü, siyasi değerleri ve dış politika) açısından değerlendirildiğinde ülkemizin bu alanlarda yürüteceği faaliyetleri katkı sağlar nitelikte olacağı aşıkardır. Ülkemiz adına yurt dışında uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetleri yürüten bir kuruluşun diğer ülkelerin temsilcileriyle iyi ilişkiler kurması o ülkelerde yürütülecek olan projelerin başarıya ulaşmasını etkileyecektir. El Salvador Ankara Büyükelçisi'nin TİKA Başkanı'ni ziyaret etmesi bu kapsamda değerlendirilebilecek bir ziyaretir. Bu ziyaret ile birlikte yürütülecek ikili ilişkiler her iki taraf içinde fayda sağlayacaktır. Bu noktadan hareketle TİKA'nın dış ülke temsilcileri ile iyi ilişkiler kurması ülkemizin o ülkelerde yürüteceği uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerinin başarıya ulaşması şansını arttıracaktır. Atılan tweete EL Salvador Büyükelçisinin etiketlenmesi ile ziyaretin El Salvador'da bulunan hedef kitleye ulaştırılması amaçlanmıştır.



Resim 6.57. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 3 Şubat 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın resmi Twitter hesabından yapılan 3 Şubat Ocak 2021 tarihli bir diğer paylaşımında ise, Muhit Kitap & Dergi yayınları Genel Yayın Yönetmeni İbrahim Tenekeci, Medya Derneği Başkanı Ekrem Kızıltaş, Daily Sabah Genel Yayın Yönetmeni İbrahim Balbay ve Doğan Çelik'in TİKA Başkanı Serkan Kayalar'ı ziyaret ettiği belirtilmiştir.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, ülkemiz adına yurt dışında uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi alanında faaliyet yürüten bir kuruluşun basın-yayın, yayım kuruluşları ile iyi ilişkiler geliştirmesi son derece önemlidir. Basın yayın alanında faaliyet yürüten kurulumlar ile iyi ilişkiler geliştirilmesi ülkemiz adına yürütülecek kamu diplomasisi (ülkenin kültürü, siyasi değerleri ve dış politika) ve uluslararası halkla ilişkiler faaliyetlerinin (ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profili) başarıya ulaşma şansını arttıracaktır. Yapılan bu ziyaret ile ülkemiz adına yurt dışında faaliyet yürüten bir kuruluş basın yayın alanında faaliyet yürüteceği zaman bu kuruluşlardanyararlanma imkanına kavuşmuş olacaktır. Tüm bu imkanlardan en hızlı ve etkili bir biçimde

yararlanılması ülkemizin uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerinin başarıya ulaşma şansını arttıracaktır.



Resim 6.58. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 3 Şubat 2021 tarihli paylaşım

3 Şubat 2021 tarihinde TİKA'nı resmi Twitter hesabından; TİKA'nın Kamerun resmi yayın organının CRTV'ye destek sağladığı tweete paylaşılmıştır. Bu tweekte CRTV'nin ana stüdyo salonunun yenilendiği ve kanala teknik ekipman desteğinde bulunulduğundan bahsedilmiştir. Bununla birlikte paylaşılan ekipmanların Afrika Kupası maçlarının yayınlanmasında kullanılacağı belirtilmiştir.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, Bu desteğin halkı büyük oranda Müslüman olan ve futbola ilginin yüksek olan bir ülkede yapılmış olması ülkemiz açısından uluslararası halkla ilişkiler (ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profili) ve kamu diplomasisi (ülkenin kültürü, siyasi değerler ve dış politika) açısından son derece önem arz etmektedir. Bu yardımlar ile Kamerun da yaşayan insanların ülkemize sempati duyması sağlanacak ve dolayısı ile ülke imajımıza faydası olacaktır. Diğer yandan atılan tweekte TİKA'nın Yaounde Program Koordinasyon Ofisi'nin de etiketlenmiş olması son derece önem

arz etmektedir. Bu etiketleme Yaounde Program Koordinasyon Ofisi'nin işbirliğine açık olduğunun ve bu ofis aracılığıyla Kamerun da yaşayan insanların ülkemize erişilebilir ve yardıma her zaman hazır olduğumuzun bir göstergesidir. Bu hususlar ülkemizin imajı açısından son derece önemli olmakla birlikte gelecekte ülkemizin yürüteceği uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerinin kolaylaşmasını sağlayacaktır.



Resim 6.59. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 4 Şubat 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın resmi Twitter hesabından atılan 4 Şubat 2021 tarihli gönderide ise, Pakistanlı öğrencilere destek yapıldığından bahsedilmektedir. Söz konusu desteğin Pakistan'ın Karaçi bölgesinde düşük gelirli mahallerinde eğitim veren Garage School'a ait 3 kampüse multimedya ekipmanlarının temin, eğitimde fırsat eşitsizliğini azaltmak amacıyla hayata geçirilen proje kapsamında yapıldığı ve projeden 960 öğrencinin faydalandığı vurgulanmıştır.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, bahse konu yardımın bir ülkenin geleceği olan çocuklara yapılmış olması ülkemizin o çocukların zihninde farklı bir yere konumlandırılması

bakımından son derece önemlidir. Ayrıca aynı dine mensup Pakistan halkının zihninde ülkemizin imajının iyileştirilmesi ve gelecekte yapılacak uluslararası halkla ilişkiler (ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profili) ve kamu diplomasisi (ülkenin kültürü, siyasi değerler ve dış politika) faaliyetleri kapsamında son derece önem arz etmektedir. Ayrıca TİKA'nın Pakistan'da faaliyet yürüten Karachi Program Koordinasyon Ofisi'nin etiketlenmesi ülkemizin işliğine açık olduğunun ve bu ofis aracılığıyla Pakistan da yaşayan insanların ülkemize erişilebilir ve yardıma her zaman hazır olduğumuzun bir göstergesidir. Bu hususlar ülkemizin imajı açısından son derece önemli olmakla birlikte gelecekte ülkemizin yürüteceği uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerinin başarıya ulaşmasını sağlayacaktır.



Resim 6.60. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 4 Şubat 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın resmi Twitter hesabından yapılan 4 Şubat Ocak 2021 tarihli bir diğer paylaşımında ise, Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği (MÜSİAD) Ankara Temsilcisi Onur Alp Başayar'ın, TİKA Başkanı Serkan Kayalar'ı ziyaret ettiği belirtilmiştir.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, uluslararası alanda ülkemiz adına faaliyet yürüten bir

kuruluşun, yurt dışında yürüttüğü projelerin başarıya ulaşması ülkemiz adına çok önemlidir. Bu kapsamda TİKA'nın yurt içerisinde ve yurt dışında faaliyet yürüten birçok kurum ve kuruluş ile iyi ikili ilişkiler geliştirmesi faaliyet yürüteceği alanda tecrübe sahibi olmasına olanak sağlayacaktır. Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği ülkemiz içerisinde sanayi alanında faaliyet göstermekle birlikte yurt dışında da faaliyetleri bulunmaktadır. Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği ve TİKA'nın belirli alanlarda işbirliği yapması ülkemizin uluslararası alanda iş kamu diplomasisi (ülke kültürü, siyasi değerler ve dış politika) ve uluslararası halkla ilişkiler (ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profili) faaliyetlerinin başarıya ulaşmasına imkan sağlayacaktır. Ayrıca atılan tweete Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği'nin etiketlenmesi ile söz konusu ziyaretin daha geniş kitlelere duyurulması amaçlanmıştır.



Resim 6.61. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 4 Şubat 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın resmi Twitter hesabından yapılan 4 Şubat Ocak 2021 tarihli bir diğer paylaşımında ise, TİKA Başkanı Serkan Kayalar'ın İzmir Yüksek Teknoloji Enstitüsü Rektörü Prof. Dr. Yusuf Baran ve Mimari Restorasyon Bölümü öğretim üyeleri ile online toplantıda bir araya geldiği belirtilmiştir.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, uluslararası alanda faaliyet yürüten bir kuruluşun, yurt içi ve yurt dışında kurum ve kuruluşlar ile kurduğu ikili ilişkiler önem arz etmektedir. TİKA, başta kültürel olmak üzere sosyal ve ekonomik olarak ülkemiz adına yurt dışında faaliyet yürütmektedir. İzmir Yüksek Teknoloji Enstitüsü Rektörü ve Mimari Restorasyon Bölümü öğretim üyelerinin TİKA Başkanı'nı ziyaret etmesi özellikle yurt dışında bulunan kültürel mirasımız olan kültürel varlıkların restore edilmesinde iş birliğinin bir göstergesidir. Bu alanda yapılacak bir iş birliği ülkemizin uluslararası alanda yapacağı restorasyon faaliyetlerine katkı sağlayacaktır. Doğru ve aslına uygun olarak yapılacak restorasyon işlemleri ülkemizin itibarını yükselteceği gibi ülkemizin diğer ülke vatandaşlarına daha çekici gelmesine onların gözünde değerinin artmasına olanak sağlayacaktır. Yurt dışında itibarı artan ülkemiz dolayısıyla dış politikada da etkin roller üstlenecektir. Böylece ülkemizin diğer ülkelerde yürüteceği uluslararası halkla ilişkiler (ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profili) ve kamu diplomasisi (ülkenin kültürü, siyasi değerler ve dış politika) faaliyetlerinin başarıya ulamasına olanak sağlayacaktır.



Resim 6.62. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 4 Şubat 2021 tarihli paylaşım

4 Şubat 2021 tarihinde TİKA'nın Twitter adresinden yapılan paylaşımda Ocak ayında ülkemizle aynı kültürü paylaşan, ortak dil ve dine sahip ülkelerde ülkemiz adına yürütülen projelerden bahsedilmiştir. Söz konusu tweette Hırvatistan'da depremzedelere yapılan yardımlardan, Pakistan'da evsizler için yapılan konaklama tesislerinden, KKTC'de genç bilişimcilere yapılan donanın desteğinden, Suriye'de hayata geçirilen 'Çilek Bahçeleri' projesinden Gürcistan'da mobilyacılık eğitim atölyesinin hayata geçirilmesinden bahsedilmektedir.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, yürütülen bu projeler ülkemizin tanıtımı, imajı açısından son derece önemlidir. Bu projeler ülkemiz adına yurtdışında yürütülen uluslararası halkla ilişkiler (ülkenin profili, kültür yapıları ve iletişim profili) ve kamu diplomasisi (ülkenin kültürü, siyasi değerler ve dış politika) faaliyetlerinin en güzel örneklerinin başında gelmektedir. Yürütülen projelerin farklı ülkelerde ve aynı zaman süreci içerisinde yürütülmesi ülkemizin gelişmişlik düzeyinin bir göstergesidir. Ayrıca atılan tweete #Hırvatistan, #Pakistan, #KKTC, #Suriye ve #Gürcistan hashtaglerinin kullanılması ile söz konusu faaliyetlerin daha geniş kitlelere ulaştırılması amaçlanmıştır.



Resim 6.63. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 5 Şubat 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın resmi Twitter hesabından atılan 5 Şubat 2021 tarihli gönderide ise Birleşmiş Milletler Sınai Kalkınma Teşkilatı Türkiye temsilcisi Süleyman Yılmaz'ın, TİKA başkanı Serkan Kayalar'ı ziyareti paylaşılmıştır.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, Birleşmiş Milletler gibi dünya üzerinde kabul görmüş bir yapının ülkemiz adına uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyeti yürüten bir kuruluşu ziyareti son derece önemlidir. Dünya üzerinde farklı amaçlar için bir araya gelmiş ülkelerin oluşturduğu bu yapılar aynı politik yapılara hizmet ederler. Dolayısıyla Birleşmiş Milletlere bağlı birisinin TİKA'yı ziyaret etmesi son derece önem arz etmektedir. Birleşmiş Milletlere bağlı bir kişinin yapmış olduğu bu ziyaret Birleşmiş Milletlere üye ülkelerin de dikkatini çekecektir. Dolayısıyla TİKA'nın bu ülkelerde ülkemiz adına yürüteceği uluslararası halkla ilişkiler (ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profili) ve kamu diplomasisi (ülkenin kültürü, siyasi değerler ve dış politika) faaliyetlerinin başarıya ulaşmasına kolaylık sağlayacaktır. Ayrıca söz konusu tweete Birleşmiş Milletler Sınai Kalkınma Teşkilatı'nın Twitter hesabının etiketlenmesi ile söz konusu ziyaretin daha geniş kitlelere duyurulması amaçlanmıştır.



Resim 6.64. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 5 Şubat 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın resmi Twitter hesabından atılan 5 Şubat 2021 tarihli bir diğer gönderide ise, 24.Dönem Ak Parti Milletvekili Gülay Dalyan, Rumeli Türkleri Vakfı Mütevelli Heyeti Başkanı Melek Aras, Yönetim Kurulu Başkanı Nazım Doğan ve Başkan Vekili Kemal Baltepe'nin TİKA Başkanı Serkan Kayalar'ı ziyaret ettiği belirtilmiştir.

Bahse konu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, TİKA, ülkemiz adına uluslararası alanda faaliyet göstermesi nedeniyle diğer kurum ve kuruluşlarla kurmuş olduğu ilişkiler çok önemlidir. Bu kapsamda geçmiş dönemde hükümet içerisinde görev almış bir milletvekili ve Balkan'lar da yaşayan Türklerin temsilcisi niteliğinde olan Rumeli Türkleri Vakfı Mütevelli Heyeti Başkanı'nın TİKA Başkanı'nı ziyaret etmesi yapılacak iş birliklerinin göstergesidir. TİKA'nın, Rumeli Türkleri Vakfı ile iyi ikili ilişkiler kurması ve hükümetin de desteğini almasıyla yurt dışında daha hızlı ve etkin bir şekilde kamu diplomasisi ve uluslararası halkla ilişkiler faaliyeti yürütebilir. Diğer taraftan Rumeli Türkleri Vakfı ile iyi ilişkiler kurulmasıyla Balkanlar da yaşayan Türk soydaşlarımıza daha hızlı bir şekilde hizmet götürmek mümkün olacaktır. Götürülen bu hizmetler ile Balkanlarda yaşayan hedef kitlenin zihninde ülkemiz adına olumlu imaj oluşmasına katkı sağlanabilecek böylece ülkemizin çekiciliği yurt dışında değer görmesi de artacaktır. Tüm bu gelişmeler ülkemizin Balkanlarda etkili bir dış politika yürütmesine olanak sağlayacaktır. Etkin bir dış politika ve hedef kitlenin zihninde yerleşen olumlu imaj ülkemizin uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerinin başarıya ulaşma şansını artıracaktır.



Resim 6.65. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 5 Şubat 2021 tarihli paylaşım

'TİKA'dan Şilili İtfaiyecilere Destek' başlığıyla 5 Şubat 2021 tarihinde atılan tweette, Şili/Santiago'nun Quilicura beldesinde gönüllülük esasında faaliyet gösteren Türkiye-Şili Dostluk İtfaiyesi'nde görev yapan 37 itfaiyeciye ekipman desteği sağlandığı belirtilmiştir. Ayrıca söz konu itfaiye erlerine daha önce Türkiye de eğitim verildiği de belirtilmiştir.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, sosyal anlamda TİKA aracılığıyla yapılan bu yardım ve eğitim desteği ülkemizin Şili halkının aklındaki imajını olumlu yönde etkileyecek niteliktedir. Söz konusu bu yardımlar hedef ülkelerin insanlarını kalbini fethederek ülkemiz adına son derece olumlu imajlar oluşturulmasına olanak sağlamaktadır. Ülkemiz adına yurt dışında faaliyet yürüten bir kuruluş olan TİKA, bu imajın oluşturulmasında en önemli araçlardan birisi konumundadır. Diğer taraftan Şili ülkesinin sosyal ve teknik alt yapısına yapılan bu yardım ile ülkemizin Şili halkının zihninde çekiciliği ve gördüğü değer artacaktır. Tüm bu çalışmalar ülkemizin Şili'de etkin bir dış politika yürütmesine olanak sağlayacaktır. Etkin bir dış politika ve olumlu imaj çalışmalarının bir sonucu olarak ülkemizin Şili'de yürüteceği

uluslararası halkla ilişkiler (ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profili) ve kamu diplomasisi (ülkenin kültürü, siyasi değerler ve dış politika) faaliyetlerinin başarıya ulaşma şansı artacaktır. Diğer taraftan tweette kullanılan #Türkiye ve #Şili hashtaglerin ile söz konusu etkinliğin geniş kitlelere duyurulması amaçlanmıştır.



Resim 6.66. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 6 Şubat 2021 tarihli paylaşım

6 Şubat 2021 tarihinde TİKA'nın resmi Twitter hesabından atılan tweette 'Kamerunlu Kadınlara İstihdam Desteği' konulu bir tweet atılmıştır. Söz konusu tweetin içeriğinde "TİKA, Ngaoundere şehrinde 'Müslüman Kadının Geleceği' Derneği bünyesinde kadınlara mesleki eğitim ve istihdam sağlamak amacıyla kurulan dikiş atölyesine ekipman ve malzeme temin ettiğinden bahsedilmektedir.

Bahse konu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, bir toplumun temel yapı taşı olan kadınların ülkemiz adına yurtdışında faaliyet yürüten bir kuruluş tarafından desteklenmesi son derece önem arz etmektedir. Yapılan bu yardımlarla kadınların gönlü fethedilerek ülkemiz adına olumlu imaj oluşturulması gelecek nesillerinde ülkemiz konusunda olumlu anlamda fikir sahibi olması amacıyla son derece önemlidir. Bu doğrultuda TİKA'nın özellikle bizimle aynı dine mensup kadınlara yapmış olduğu mesleki gelişimlerini sağlayacak yardımlar ülkemizin tanıtımı, imajı ve gelecek nesillerin ülkemize bakışını son

derece olumlu etkileyecek çalışmalardır. Bu çalışmaların bir sonucu olarak Kamerun bulunan insanların zihninde ülkemizin çekiciliği ve gördüğü değer artacaktır. Çekiciliği ve gördüğü değer artan ülkemiz dış politika da daha etkin olarak uluslararası halkla ilişkiler (ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profili) ve kamu diplomasisi (ülkenin kültürü, siyasi değerler ve dış politika) faaliyetlerinin başarıya ulaşma şansını arttıracaktır. Diğer taraftan söz konusu etkinliği koordine eden TİKA'nın Kamerun'da bulunan TİKA Yaounde Program Koordinasyon Ofisi'nin etiketlenmesi ile söz konusu etkinliğin daha geniş kitlelere duyurulması amaçlanmıştır.



Resim 6.67. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 6 Şubat 2021 tarihli paylaşım

6 Şubat 2021 tarihinde TİKA'nın resmi Twitter hesabından atılan bir diğer tweette ise, Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın da paydaşı olduğu 'Dünya'nın En Büyük Havacılık, Uzay ve Teknoloji Festivali' TeknoFest 2021'de bu yıl ilk defa 'Turizm Teknolojileri Yarışması' düzenlendiği belirtilmiştir.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, ülkemizin havacılık, uzay ve teknoloji alanında etkinlikler yapması gelişmişlik düzeyinin bir göstergesidir. Bu gelişmişlik ülkenin sosyal, ekonomik, kültürel ve teknik altyapısı olmak üzere birçok şeyi yakından ilgilendirmektedir. Diğer taraftan gelişmiş ülkeler geliştirmekte ve gelişmemiş olan ülkelerin halklarına daha çekici gelmektedir. Bu çekiciliğin bir sonucu olarak ülkenin gördüğü değer ve yürüttüğü dış politikaları yakından etkilemektedir. Ülkemizin, Havacılık, Uzay ve Teknoloji Festivali adı altında bir etkinlik yapması ve bunun TİKA dahil bir çok kurumun sosyal medya aracından duyurulması ülkemizin ilerleyen süreçte yürüteceği uluslararası halkla ilişkiler (ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profili) ve kamu diplomasisi (ülkenin kültürü, siyasi değerler ve dış politika) faaliyetlerini doğrudan etkileyecektir. Diğer yandan atılan tweette TEKNOFEST'in etiketlenmesi ile söz konusu etkinliğin daha geniş kitlelere duyurulması amaçlanmıştır.



Resim 6.68. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 7 Şubat 2021 tarihli paylaşım

7 Şubat 2021 tarihinde TİKA'nın resmi Twitter hesabından atılan tweete, 'Ortak tarihi ve kültürel mirasımız olan eserlerimizi gelecek nesiller için koruyor, ihya ediyoruz. Dünyanın dört bir yanındaki ecdad yadigârı kültürel varlıklarımızın

restorasyonunu tamamlayarak yeniden ayağa kaldırdık.’ şeklinde kültürel eserlere sahip çıkıldığı belirtilmiştir.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, bir milletin yaşayan hafızası kültürel varlıklardır. Kültürel varlıklar geçmiş dönemde bir arada yaşamış ve bir dönem belli sıkıntıları birlikte yaşamış milletlerin ortak miraslarıdır. Söz konusu bu mirasların onarılması dünya üzerinde bizimle aynı kültürü benimseyen ülkelerle birlik ve bütünlüğü sağlanması bakımından son derece önemlidir. Söz konusu bu kültürel mirasların onarılması ise gelecek nesillerin birbirine olan bağlılığını sağlaması ve bunu devam ettirilmesi adına atılmış önemli bir adımdır. Bu adımlar gelecekte ülkemiz ve geçmişte bizimle aynı kültürü paylaşan milletlerin dostluğu adına atılmış bir adımdır. Bu adımla söz konusu bu ülkeler de ülkemizin imajı olumlu yönde gelişecek ve ülkemizin çekiciliği ve gördüğü değer artacaktır. Ve etkin bir dış politika yürütebilmesine zemin hazırlanmış olacaktır. Bu gelişmelerin bir sonucu olarak ülkemizin ilerleyen süreçte ilgili ülkelerde yürüteceği uluslararası halkla ilişkiler (ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profili) ve kamu diplomasisi (ülkenin kültürü, siyasi değerler ve dış politika) faaliyetlerinin başarıya ulaşma şansı artacaktır.



Resim 6.69. TİKA’nın resmi twitter hesabından yapılan 8 Şubat 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın, Twitter hesabından 8 Şubat 2021 tarihinde atılan tweette ise, 'Türkiye'nin güvenlik alanındaki tecrübesini Gana ile paylaştığı' belirtilmiştir. Söz konusu tweette TİKA ve Emniyet Genel Müdürlüğü işbirliğinde çevrimiçi "Kara Para Aklama-Terörizmin Finansmanı ile Mücadele Eğitimi" verildiği belirtilmiştir. Ayrıca TİKA'nın yürüttüğü "Uluslararası Polis Eğitim Programı" ile ilk defa 26 Ganalı kursiyerin eğitim aldığı belirtilmiştir.

Bahse konu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, günümüzde ülke ve toplumların en büyük kaygısı güvenlik endişesidir. TİKA'da bu endişenin farkında olacak ki ülkemizin güvenlik birimlerinden Emniyet Genel Müdürlüğü ile ortak projeler gerçekleştirmektedir. Söz konusu bu projeler ile ülkemizin tanıtımı yapılmakta birlikte ülkemizin özellikle güvenlik alanında diğer ülkelere öncülük etmesinin yolunu açmaktadır. Söz konusu bu liderlik, başta uluslararası halkla ilişkiler (ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profili) ve kamu diplomasisi (ülkenin kültürü, siyasi değerler ve dış politika) faaliyetleri başta olmak üzere birçok konuda ülkemizin önünü açacak niteliktedir. Bu çalışmalara TİKA'nın öncülük veya aracılık etmesi ülkemiz adına yürütülen uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerine katkı sağlayacaktır. Ayrıca atılan tweette Emniyet Genel Müdürlüğü ve #Türkiye, #Gana hastaglerinin kullanılmasıyla söz konusu etkinliğin daha geniş kitlelere duyurulması amaçlanmıştır.



Resim 6.70. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 9 Şubat 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın, resmi Twitter hesabından atılan 9 Şubat 2021 tarih tweete ise, 'TİKA'nın Moğolistan'a Tarım alanında Destek' verdiği belirtilmiştir. Söz konusu tweette Moğolistan Seracılar Birliği'ne ait 400 metrekairelik alanda, damlama sulama sistemi, su deposu, ısıtma ve havalandırma sistemli kışlık sera kurulduğu belirtilmiştir. Sera ile sebze fideleri yetiştirilerek diğer seracılara dağıtılmasının hedeflendiği belirtilmiştir.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, bahse konu tweet kapsamında tarım alanında Moğolistan'a yapılan yardımlardan bahsedilmiştir. Tarımın geleceğimiz için vazgeçilmez bir üretim kaynağı göz önüne alındığında ülkemiz adına yurtdışında faaliyet gösteren bir kuruluşun yürütmüş olduğu bu proje ile Moğolistan'da yaşayanların gönlünü fethedecek bir yapıdadır. Söz konusu bu durum ülkenizin uluslararası halkla ilişkiler (ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profili) ve kamu diplomasisi (ülkenin kültürü, siyasi değerler ve dış politika) çalışmalarına bir avantaj sağlayacağı kesindir. Moğolistan'da yaşayan hedef kitlenin yapılan bu yardımları gördükçe ülkemize olan itibarı artacak gelecekte ülkemizin yürüteceği uluslararası halkla ilişkiler ve kamu

diplomasisi projeleri için büyük bir fırsat yaratacaktır. Atılan tweete #Mogolistan hastaginin kullanılması ile etkinliğin daha geniş kitlelere duyurulması amaçlanmıştır.



Resim 6.71. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 9 Şubat 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın, resmi Twitter hesabından atılan 9 Şubat 2021 tarihli bir diğer tweete ise, Türkiye Maarif Vakfı Başkanı Prof. Dr. Birol Akgün'ün TİKA Başkanı Serkan Kayalar'ı ziyaret ettiği belirtilmiştir.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, TİKA, uluslararası alanda ülkemiz adına faaliyet yürüten bir kuruluş olması nedeniyle ülke içerisinde ve dışında yapmış olduğu iş birlikleri önem arz etmektedir. Yapılan iş birlikleri yürütülen faaliyetleri başarıya ulaştırabileceği gibi sekteye de uğratabilmektedir. Türkiye Maarif Vakfı, yurt dışında örgün ve yaygın eğitim hizmetleri vermek bilimsel araştırmalar ve AR-GE çalışmaları yapmak, yayınlar yapmak ve metotlar geliştirmek amacıyla kurulan bir vakıftır. Bu vakfın başkanının TİKA Başkanı'nı ziyaret etmesi yürütülecek iş birliklerinin bir göstergesidir. Yurt dışında ülkemiz adına faaliyet yürüten iki kurumun iş birliği yapması zaman ve maliyet açısından ülkemize kazanç sağlayacaktır. Bu kazanılar ülkemizin başta uluslararası halkla ilişkiler (ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profili) ve kamu diplomasisi (ülkenin kültürü, siyasi değerler ve dış politika) faaliyetleri olmak üzere birçok faaliyetin başarıya ulaşma şansını artıracaktır. Atılan

tweete Türkiye Maarif Vakfı'nı etlenmesi ile ziyaretin geniş kitlelere duyurulması amaçlanmıştır.



Resim 6.72. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 9 Şubat 2021 tarihli paylaşım

Yine TİKA'nın, resmi Twitter hesabından atılan 9 Şubat 2021 tarih tweete ise, bu kez sağlık alanında yapılan faaliyetten bahsedilmiştir. Söz konusu tweette TİKA'nın Pakistan'da Akdeniz anemili çocuklara destek sağladığı belirtilmiştir. Tweetin devamında TİKA'nın, Pakistan'ın Karachi kentinde kan hastası çocuklar için ilk ara yoğun bakım ünitesinin hizmete girdiği söz konusu ünitenin 10 yataklı olduğu modern tıbbi ekipmanlarla donatıldığı ve çocuklara ücretsiz hizmet vereceği belirtilmiştir.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, bir ülkenin geleceğinin çocuklar olduğu göz önünde bulundurulduğunda ülkemiz adına yurtdışında faaliyet yürüten TİKA'nın, ülkemizin adına Pakistan'da geleceğe yatırım yaptığını belirtmemiz pek de yanlış olmayacaktır. Söz konusu tesiste tedavi olarak sağlığına kavuşan çocukların ülkemize olan bakış

açısının olumlu yönde değişeceğinden şüphe yoktur. Bu olumlu dönüşün insanların zihninde olumlu imaj olarak yansması ülkemizin Pakistan’da yaşayan insanların zihnine değer görmesine ve çekici gelmesine olanak sağlayacaktır. Tüm bu bileşenler dış politika da ülkemizin elinin güçlü olmasına olanak sağlayacak ve yürütülecek olan uluslararası halkla ilişkiler (ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profili) ve kamu diplomasisi (ülkenin kültürü, siyasi değerler ve dış politika) faaliyetlerinin başarıya ulaşmasına katkı sağlayacaktır. Atılan tweete TİKA’nın Pakistan’da bulunan TİKA Karachi Program Koordinasyon Ofisi’nin etiketlenmesi ve #Pakistan, #Karaçi, #HerşeyBirTebessümü’ün hastaglarının oluşturulmasıyla etkinliğin daha geniş kitlelerle duyurulması amaçlanmıştır.



Resim 6.73. TİKA’nın resmi twitter hesabından yapılan 10 Şubat 2021 tarihli paylaşım

10 Şubat 2021 tarihinde atılan tweette ise TİKA’nın Cibuti’de Pazar yeri kurduğu belirtilmiştir. Cibuti Sosyal Kalkınma Ajansı işbirliğiyle Dikhil vilayetinin Mouloud ilçesinde 350 metrekarelik Merkez Pazar yerinin hizmete açıldığı ve ilk aşamada 50 girişimcinin bu pazar yerinden faydalanacağı belirtilmiştir.

Bahse konu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, bir ülkenin en önemli kaynaklarından birisi ekonomidir. Ekonomi bir ülkenin dışarıları ile ilişkilerini belirlemede önemli roller üstlenmektedir. Bu noktadan hareketle ülkemiz adına yurtdışında faaliyet yürüten TİKA'nın Cibuti'nin ekonomisine küçükte olsa katkı sağlaması ülkemize güveni arttıracaktır. Artacak olan güvenle birlikte Cibuti'de yaşayan insanların aklında ülkemiz adına olumlu imaj oluşmasına katkı sağlayacaktır. Oluşan olumlu imaj ile birlikte ülkemizin Cibuti'de yaşayan insanlara daha çekici gelecek ülkemizin onların gözünde gördüğü değer artacaktır. Dolayısıyla ülkemizin Cibuti'de yürüteceği dış politikalarda elinin güçlü olmasına katkı sağlayacaktır. Tüm bu gelişmeler sonucunda ilerleyen dönemlerde ülkemiz tarafından Cibuti de yürütülecek uluslararası halkla ilişkiler (ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profili) ve kamu diplomasisi (ülkenin kültürü, siyasi değerler ve dış politika) faaliyetlerini başarıya ulaşması kolaylaştıracaktır. Ayrıca atılan tweete #Cibuti hastaginin kullanılmasıyla yapılan etkinliğin Cibuti de yaşayan insanlara sosyal medya aracılığıyla duyurulması amaçlanmıştır.



Resim 6.74. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 10 Şubat 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın, resmi Twitter hesabından atılan 10 Şubat 2021 tarihli bir diğer tweete ise, Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı Güzel Sanatlar Genel Müdürü Murat Salim Tokaç ve Hacettepe Üniversitesi Öğretim Üyesi Prof. Dr. Cenk Güray'ın, TİKA Başkanı Serkan Kayalar'ı ziyaret ettiği belirtilmiştir.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde uluslararası alanda ülkemiz adına faaliyet yürüten bir kuruluş olan TİKA'nı yurt içinde ve yurt dışında kurum ve kuruluşlarla yapmış olduğu iş birliği çok önemlidir. Yapılan bu iş birliklerinde zaman ve maliyet kazancı olabileceği gibi faaliyetlerin başarıya ulaşmasını da doğrudan etkilemektedir. Bu kapsamda Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı Güzel Sanatlar Genel Müdürü'nün ülkemiz adına yurt dışında faaliyet yürüten bir kuruluşu ziyaret etmesi yurt dışında yürütülecek olan kültürel faaliyetlerin başarıya ulaşabilmesi adına atılmış önemli bir adımdır. Kültürel alanda yürütülecek faaliyetler ülkemizin imajına katkı sağlayabileceği gibi ülkemizin diğer insanlara çekici gelmesine onların zihninde değerli bir konuma erişmesine olanak sağlayacaktır. Tüm bu faktörler ülkemizin etkili bir dış politika yürütmesine dolayısıyla uluslararası halkla ilişkiler (ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profili) ve kamu diplomasisi (ülkenin kültürü, siyasi değerler ve dış politika) faaliyetlerinin başarıya ulaşmasına katkı sağlayacaktır. Diğer taraftan atılan tweete Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın Hacettepe Üniversitesi Öğretim Üyesinin ve TİKA Başkanının etiketlenmesi ile söz konusu ziyaretin daha geniş kitlelere duyurulması amaçlanmıştır.



Resim 6.75. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 10 Şubat 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nı resmi Twitter hesabından 10 Şubat 2021 tarihinde atılan tweete ise TİKA'nın Tunus'ta işitme engellilere destek verdiği belirtilmiştir. Bahse konu twette Tunus'un El Cemre şehrinde işitme engellilere işitme terapisi, özel eğitim ve sosyal entegrasyon alanında hizmet veren El Cemre İşitme Engelliler Yardım Derneği'ne güneş enerjisi üretim tesisi kurulduğu belirtilmiştir.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, toplumların en hassas noktalarından birisi engelli vatandaşların durumudur. Engelli vatandaşların rehabilite edilip topluma kazandırılması masraflı olabileceği gibi gelişmemiş ülkelere külfet oluşturabilmektedir. Ülkemiz adına yurt dışında faaliyet yürüten bir kurum olan TİKA, işitme engelliler yardım derneğine kurmuş olduğu güneş enerjisiyle hem Tunus devletini bir külfetten kurtarmış hem de ülkemiz adına olumlu adımlar atmıştır. Toplumun en hassas noktalarından birisi olan engelli vatandaşlara sağlanan yardım, toplum tarafından olumlu karşılanabileceği gibi ülkemiz adına olumlu imaj açısından atılmış en büyük adımlardan bir tanesi olarak kayıtlara geçmiştir. Atılan bu adım ile birlikte ülkemizin Tunus'lu vatandaşların zihninde olumlu bir imaj oluşmasına dolayısıyla ülkemizin çekici olup değer görmesine zemin hazırlanmıştır. Tüm bu faaliyetlerin neticesinde ülkemizin etkin bir dış politika ve dolayısıyla uluslararası halkla ilişkiler (ülke profili, kültür

yapıları ve iletişim profili) ve kamu diplomasisi (ülkenin kültürü, siyasi değerler ve dış politika) faaliyetlerinin olumlu sonuçlanmasına zemin hazırlamıştır. Ayrıca atılan tweette TİKA'nın Tunus'ta bulunan TİKA Tunis Program Koordinasyon Ofisi'nin etiketlenmesi ve #Tunus hastaginin oluşturulmasıyla söz konusu etkinliğin sosyal medya aracılığıyla geniş kitlelere ulaştırılması amaçlanmıştır.



Resim 6.76. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 11 Şubat 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın, resmi Twitter hesabından atılan 11 Şubat 2021 tarihli tweette, Sağlık Bilimleri Üniversitesi rektörü Prof. Dr. Cevdet Erdöl'ün, TİKA Başkanı Serkan Kayalar'ı ziyaret ettiği belirtilmiştir.

Bahse konu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, TİKA, uluslararası alanda faaliyet yürütmesi nedeniyle yapılan bazı etkinlikler zaman ve maliyet açısından külfet oluşturabilmektedir. Bu külfeti ortadan kaldıracı için yurt içinde ve yurt dışında faaliyet yürüten kurum ve kuruluşlar iş birliği yapmak zorunlu bir hal alabilmektedir. Bu kapsamda ülkemizde sağlık alanında bir eğitim kurumu olan Sağlık Bilimleri Üniversitesi rektörünün ziyareti önem arz etmektedir. Bu ziyaret kapsamında yapılacak iş birliği ile TİKA'nın uluslararası alanda sağlık alanında yürüteceği faaliyetlerde zaman ve

maliyet konularında kazancı olacaktır. Ayrıca sağlık günümüzde insanlar için en önemli hizmetlerin başında gelmektedir. T KA'nın uluslararası arenada ülkemiz adına yürüteceği sağlık faaliyetlerinin ülkemizin imajına ve gördüğü değere olumlu katkısı olacaktır. Tüm bu bileşenler dikkate alındığında T KA'nın ülkemiz adına olumlu imaj oluşturması ve gördüğü değere katkı sağlaması ülkemizin ilerleyen süreçte yurtdışında yürüteceği kamu diplomasisi ( lkenin kültürü, siyasi değerler ve dış politika) ve uluslararası halkla ilişkiler ( lke profili, kültür yapıları ve iletişim profili) faaliyetlerine olumlu katkısı olacağı değerlendirilmektedir. Ayrıca atılan tweete Sağlık Bilimleri  niversitesi ve Rektörünün etiketlenmesi söz konusu ziyaretin daha geniş kitlelere duyurulması amaçlanmıştır.



Resim 6.77. T KA'nın resmi twitter hesabından yapılan 11 şubat 2021 tarihli paylaşım

T KA'nın, resmi Twitter hesabından atılan 11 şubat 2021 tarihli bir diğer tweete ise, Beşir Derneği Genel Başkanı Fatih Sariyar'ın, T KA Başkanı Serkan Kayalar'ı ziyaret ettiği belirtilmiştir.

Bahse konu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, T KA, yurt dışında ülkemiz adına faaliyet yürüten devlet destekli bir kuruluştur. Bu kuruluş yurt dışında yürütmüş olduğu faaliyetler ile

ülkemizi temsil etmektedir. TİKA dışında yurt dışında faaliyet gösteren ülkemiz merkezli kuruluşlarda bulunmaktadır. Bu kuruluşlardan birisi olan Beşir Derneği'dir. Ülkemiz adına özellikle yurt dışında faaliyet gösteren kurumların bilgi ve tecrübelerini birbirleriyle paylaşması zaman ve maliyet açısından hem kurumlarımıza hem de ülkemize fayda sağlayacaktır. Bu kapsamda değerlendirildiğinde yurt içi ve yurt dışında gıda, giyim, barınma, eğitim, temizlik, doğal afet ve sosyal-kültürel yardım faaliyetleri gerçekleştiren Beşir Derneği Başkanı'nın, TİKA Başkanı'nı ziyaret etmesi yapılabilecek iş birliklerinin bir göstergesidir. Bu kapsamda özellikle yurt dışında faaliyet yürüten ülkemiz merkezli kurumların bilgi ve tecrübelerini birbirleri ile paylaşması ilerleyen dönemde ülkemiz adına yürütülecek olan uluslararası halkla ilişkiler (ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profili) ve kamu diplomasisi (ülkenin kültürü, siyasi değerler ve dış politika) başarıya ulaşmasına olanak sağlayacaktır. Ayrıca atılan tweete Beşir Derneği ve Başkanı'nın etiketlenmesi sosyal medya aracılığıyla yapılan ziyaretten daha geniş kitlenin haberdar edilmesi amaçlanmıştır.



Resim 6.78. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 11 Şubat 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın resmi Twitter hesabından 11 Şubat 2021 tarihinde atılan tweette ise, Türkiye'den Moğolistan'da 200 aileye destek verildiği belirtilmiştir. Söz konusu tweette TİKA'nın Ulanbator'un 7 bölgesinde Covid-19'dan etkilenen ailelere ulaşılarak, gıda paketi ve hijyen malzemesi desteğinde bulunduğu belirtilmiştir.

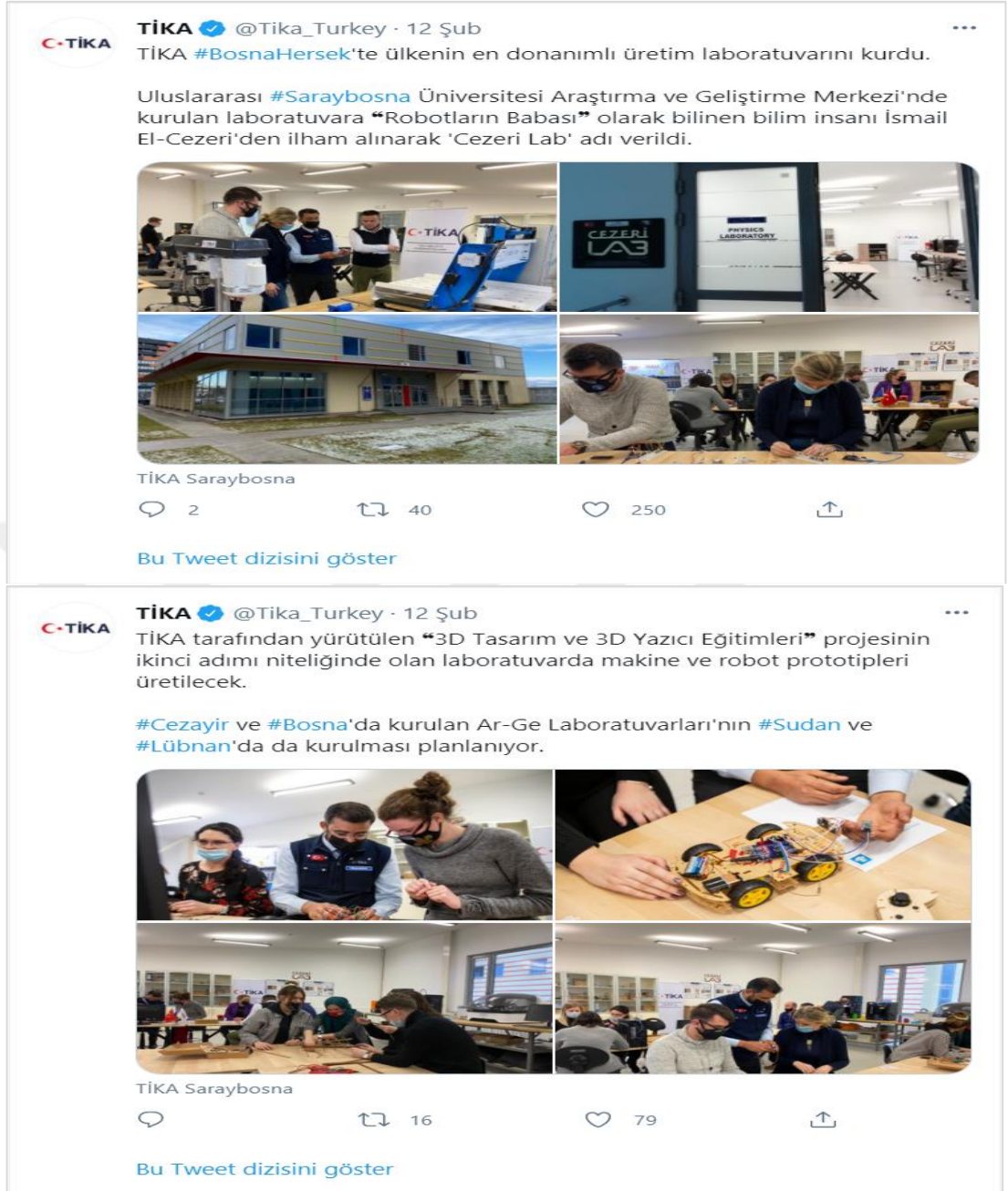
Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, Salgın hastalıklar uzun yıllar insan ırkını tehdit etmiştir. SARS-CoV-2 olarak adlandırılan Covid-19 virüsü ise ilk olarak 1 Aralık 2019 tarihinde Çin'in Hubei bölgesinin başkenti konumunda olan Wuhan kentinde ortaya çıkmış akabinde tüm dünyayı etkisi altına almıştır. Bu salgın hastalık döneminde gelişmişlik düzeyi az olan ülkeler söz konusu hastalık ile başa çıkmakta zorlanmıştır. Ülkemizin, TİKA aracılığıyla salgın hastalıkla başa çıkmakta zorlanan ülkeler yardımcı olması ülkemizin bu ülkelerin halkları akıllarında olumlu imaj oluşturulmasına katkı sağlayacaktır. Ayrıca söz konusu tweette TİKA'nın Moğolistan Program Ofisi olan TİKA Ulanbator'un etiketlenmesi ve #Türkiye, #Mogolistan, #Ulanbator ve #kovid19 gibi etiketleri kullanması Twitter üzerinden bu gündemleri takip edenlerin konudan haberdar olmasına dolayısı ile söz konusu etkinliğin geniş kitlelere ulaştırılması sağlanmıştır. Bu durum ülkemizin söz konusu ülkede ilerleyen dönemde yürüteceği olası uluslararası halkla ilişkiler (ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profili) ve kamu diplomasisi (ülkenin kültürü, siyasi değerler ve dış politika) faaliyetlerinin daha kolay başarıya ulaşmasına olanak sağlayacaktır.



Resim 6.79. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 12 Şubat 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nı resmi Twitter hesabından 12 Şubat 2021 tarihinde atılan tweette Bosna & Türkiye Kardeşlik Platformu Başkanı ve Ses Sanatçısı Orhan Çakmak'ın TİKA Başkanı Serkan Kayalar'ı ziyaret ettiği belirtilmiştir.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, sanatçılar topluma mâl olmuş kişilerdir. Bu kişiler geniş kitlelere hitap edebildikleri gibi bu kitlelerin görüş, düşünce ve hareketlerini etkileyebilecek nitelikte kişileridir. Bu kapsamda bir sanatçının, ülkemizi adına yurt dışında faaliyet yürüten bir kurum olan TİKA başkanını ziyaret etmesi söz konusu ziyaretin ilgili kişilerin Twitter hesabını etiketleme suretiyle paylaşılması uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerine katkı sağlayacağına şüphe yoktur. Bu ziyaret insanların zihninde ülkemize karşı olumlu bakış açısı geliştirilmesine olanak sağlayacaktır. Ülkemize karşı gelişen olumlu imaj sonucu yurt dışında yürütülecek olan uluslararası halkla ilişkiler (ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profili) ve kamu diplomasisi (ülkenin kültürü, siyasi değerler ve dış politika) faaliyetlerinin de başarı ulaşmasına olanak sağlayacaktır.



Resim 6.80. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 12 Şubat 2021 tarihli paylaşımlar

TİKA'nı resmi Twitter hesabından 12 Şubat 2021 tarihinde atılan bir diğer tweetler de ise, TİKA'nın Bosna Hersek'te ülkenin en donanımlı laboratuvarının kurulduğu belirtilmiştir. Söz konusu laboratuvarında makine ve robot prototiplerinin üretileceği belirtilmiştir. Ayrıca laboratuvara Bosna ve Türk halklarını yakından ilgilendiren bilim insanı İsmail El-Cezeri'nin isminin verildiği vurgulanmıştır.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, atılan bu adım ile birlikte geçmişte ortak kültürü paylaşan bu iki toplumu yakınlaştırmak amaçlanmıştır. Bu noktada toplumların yakınlaşması ülkemizin Bosna Hersek'te yürüteceği olası uluslararası halkla ilişkiler (ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profili) ve kamu diplomasisi (ülkenin kültürü, siyasi değerler ve dış politika) çalışmalarının başarıya ulaşma şansını artıracaktır. Ayrıca Cezayir ve Lübnan'da kurulan Ar-Ge Laboratuvarları'nın Sudan ve Lübnan gibi gelişmekte olan ülkelerde de kurulmasının planlandığı belirtilmiştir. Diğer taraftan söz konusu tweetlerde #Bosnahersek, #SarayBosna, #Cezayir, #Bosna, #Sudan ve #Lübnan gibi hashtaglerinin kullanılması söz konusu etkinliğin geniş kitlelere ulaşabilmesini sağlamıştır.



Resim 6.81. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 13 Şubat 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nı resmi Twitter hesabından 13 Şubat 2021 tarihinde atılan bir diğer tweete ise, TİKA'nın Kamerunlu öğrencilere destek amacıyla Ngaoundere şehrinde bulunan Nyambaka lisesinin yenilenerek ek derslikler inşa edildiği belirtilmiştir. Ayrıca söz konusu tweete bahse konu lisenin eski koşulları ile 600 öğrenciye hizmet

verebildiği belirtilirken yenilenen koşullar sonrasında bu sayının 1200'e çıkabileceği belirtilmiştir.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, eğitim bir ülkenin geleceğinin inşasında çok önemli bir yere sahiptir. Ülkemiz adına yurt dışında faaliyet yürüten bir kurum olan TİKA'nın eğitim alanında yapmış olduğu bu hizmet, günümüz itibarıyla bu okullarda okuyan ve ilerleyen dönemde ülkesinin yönetiminde veya özel sektöründe söz sahibi olacak bu gençlerin ülkemize olumlu yaklaşımlarını sağlayacaktır. Ülkemiz hakkında olumlu düşüncelere sahip olan kişiler ülkemizin Kamerun'da tanınmasına, hakkında olumlu imaj oluşmasına ve ülkemizin yurt dışında da değer görüp çekici hale gelmesine katkı sağlayacaktır. Tüm bu bileşenleri dikkate aldığımız da ülkemizin yurt dışında etkin bir dış politika yürüterek uluslararası halkla ilişkiler (ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profili) ve kamu diplomasisi (ülkenin kültürü, siyasi değerler ve dış politika) faaliyetlerinin başarıya ulamasına imkân sağlayacaktır. Atılan tweete TİKA'nın Kamerun'da bulunan TİKA Yaounde Program Koordinasyon Ofisi'nin etiketlenmesi ve #Kamerunlu etiketinin kullanılmasıyla söz konusu etkinliğin daha geniş kitlelere duyurulması amaçlanmıştır.



Resim 6.82. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 14 Şubat 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın, resmi Twitter hesabından atılan 14 Şubat 2021 tarihli bir diğer tweete ise, Gara'da hain terör örgütü PKK tarafından şehit edilen 13 vatandaşımıza Allahtan rahmet, kederli ailelerine başsağlığı dilenmiştir.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, TİKA'nın devlet destekli uluslararası alanda faaliyet gösteren bir kuruluş olarak ülkemizin acı ve tatlı günlerinde duygularını paylaşması, bu durumu sosyal medya aracılığıyla olaya özel olarak hastag kullanmak suretiyle gerçekleştirmesi uluslararası toplumu ülkemizdeki gelişmeler hakkında bilgi sahibi olmasına olanak sağlamaktadır.



Resim 6.83. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 15 Şubat 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nı resmi Twitter hesabından 15 Şubat 2021 tarihinde atılan tweete ise, TİKA'nın Ukrayna'da sağlık alanında destek sağladığı belirtilmiştir. Lviv Bölge Çocuk Psikonöroloji Dispanserinde nörolojik sorunları olan 50 çocuğun rehabilitasyon hizmeti alabileceği duyuşal terapi odasının kurulduğu vurgulanmıştır.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, bahse konu bu hizmet ile nörolojik sorunları bulunan ve gelecekte bu sorunlardan muzdarip olabilecek kişilerin rehabilitasyon hizmeti alabilmesi sağlanacaktır. Bu durum ilgili hasta ve hasta yakınlarının ülkemiz konusunda olumlu düşüncelerine sebep olabilecektir. Özellikle gelişmekte olan bir ülkeye yapılmış olan bu yardım ile ülkemiz hakkında olumlu bir imaj gelişmesine bununla beraber ülkemizin Ukrayna halkına daha çekici gelip değer görmesine imkân sağlayacaktır. Bu durum dikkate alındığında ilerleyen süreçte ülkemizin Ukrayna'da yürüteceği uluslararası halkla ilişkiler (ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profili) ve kamu diplomasisi (ülkenin kültürü, siyasi değerler ve dış politika) faaliyetlerinin başarıya ulaşma şansını olumlu yönde etkileyecektir. Atılan tweete

#Ukrayna hastaginin kullanılması ile yapılan desteklerden daha fazla insanın haberdar edilmesi amaçlanmıştır.



Resim 6.84. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 16 Şubat 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın, resmi Twitter hesabından atılan 16 Şubat 2021 tarihli bir diğer tweete ise, Berber Abdulmuhsin B. Musa: “Hayatımı değiştirebileceğime ikna ettiler, Geçimimi sağlayacak bir iş sahibi olduk gerçekten mutluyum.” şeklinde sözlerine yer verilmiştir. Tweetin devamında TİKA'nın madde bağımlılığından kurtulmalarına destek verdiği Sudanlı gençlerin meslek sahibi olduğu vurgulanmıştır.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, günümüzün en büyük sıkıntılarından bir tanesi uyuşturucu bağımlılığıdır. Uyuşturucu bağımlılığı hem insanların hem de toplumların sağlığını olumsuz yönde etkilemektedir. Gelişmemiş ülkelerde eğitim oranı düşük olgu için uyuşturucu kullanımı yoğundur. Bununla birlikte gelişmemiş ülkelerin ekonomik kalkınmışlık düzeyi zayıf olduğu için uyuşturucu ile bağımlılıkta savaşmakta yetersiz kalabilmektedirler. Uluslararası toplumun en büyük sorunlarından birisi olan uyuşturucu bağımlılığıyla savaş ve gelişmemiş ülkelere yapılan yardımlar önem arz etmektedir. Ülkemiz adına uluslararası alanda faaliyet yürüten TİKA'nın bu konuda da kendisine roller üstlenmiştir. Atılan tweete, TİKA'nın desteğiyle uyuşturucu

bağımlılığından kurulan ve akabinde iş sahibi olan birisinin görüşlerine yer verilmiştir. Bu tür sosyal sorumluluk projeleri ülkemizin imajına olumlu katkılar yapmakta ülkemizi daha çekici hale getirip değer görmesine olanak sağlamaktadır. Tüm bu çabalar sonucunda ise ilerleyen süreçte ülkemizin Sudan'da yürüteceği uluslararası halkla ilişkiler (ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profili) ve kamu diplomasisi (ülkenin kültürü, siyasi değerler ve dış politika) faaliyetlerinin başarıya ulaşmasını olumlu yönde etkileyeceği düşünülmektedir. Diğer yandan atılan tweete TİKA'nın Sudan'da faaliyet yürüten TİKA Hartum Program Koordinasyon Ofisi'nin etiketlenmesi ve #Sudanlı hastaginin oluşturulması ile söz konusu faaliyetin geniş bir kitleye duyurulması amaçlanmıştır.



Resim 6.85. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 17 Şubat 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nı resmi Twitter hesabından 17 Şubat 2021 tarihinde atılan bir diğer tweete ise, TİKA'nın Pakistan'da Bal Arısı Araştırma Enstitüsü'ne modern tekniklerle araştırma yapılacağı İleri Düzey Arı Araştırma Laboratuvar kurduğu belirtilmiştir. Tweetin devamında ise ülkede üretilen balların yaklaşık yüzde 20'sinin kalite kontrol testinin bu laboratuvarda yapılacağı vurgulanmıştır.

Bahse konu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, TİKA'nın ülkemiz adına uluslararası alanda faaliyet yürüten bir

kuruluş olarak bilimsel araştırmalar üzerine yardım yapması önem arz etmektedir. Bilimsel araştırmalar bir ülkenin gelişmişlik düzeyi ile yakından ilgilidir. Gelişmiş ülkeler uygun ekonomik şartları nedeniyle bilimsel araştırmalara kaynak oluştururlar. Bilimsel araştırmalara yapılan yardımlar ülkenin gelişmişlik düzeyinin artmasına sosyal, ekonomik ve kültürel alanlarda ortaya çıkan sorunların çözümlenmesine olanak sağlar. TİKA'da, Pakistan'da bulunan bir laboratuvara yardımda bulunarak ülkemiz adına olumlu imaj çalışmaları yürütmüştür. TİKA, sağlamış olduğu bu destek ile ülkemizin Pakistan'da bulunan insanların zihninde değerli bir konuma yerleşmesine ve ilgi çekici bir hal almasına olanak sağlamıştır. Tüm bu çalışmaların bir sonucu olarak ilerleyen süreçte ülkemizin Pakistan'da yürüteceği uluslararası halkla ilişkiler (ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profili) ve kamu diplomasisi (ülkenin kültürü, siyasi değerler ve dış politika) faaliyetlerinin başarıya ulaşmasına katkı sağlayacaktır.



Resim 6.86. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 17 Şubat 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın, resmi Twitter hesabından atılan 17 Şubat 2021 tarihli bir diğer tweete ise Yeni atana Türkiye Cumhuriyeti Juba Büyükelçisi Erdem Mutf'ın, TİKA Başkanı Serkan Kayalar'ı ziyaret ettiği belirtilmiştir.

Bahse konu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde uluslararası alanda ülkemiz adına faaliyet yürüten bir kurumun ülkemizin dış temsilcilikleri ile iyi ikili ilişkiler yürütmesi son derece önem arz etmektedir. Güney Sudan'ın başkenti olan Juba'ya atanan Büyükelçimizin TİKA Başkanı'nı ziyaret etmesi ülkemiz adına Güney Sudan'da atılacak adımların belirlenmesi adına önemlidir. Güney Sudan'da yürütülecek çalışmalarda gerek siyasi gerekse sosyal ve ekonomik olarak iş birliğinin yapılmasıyla ülkemizin bu durumdan kazançlı çıkacağı aşikardır. Bu kapsamda Juba Büyükelçimizin TİKA Başkanı'nı ziyaret etmesi ülkemizin ilerleyen süreçte Güney Sudan'da yürüteceği uluslararası halkla ilişkiler (ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profili) ve kamu diplomasisi (ülkenin kültürü, siyasi değerler ve dış politika) faaliyetlerinin başarıya ulaşmasını sağlamak için gerekli olan desteğin sağlanması açısından son derece değerli bir adım olarak değerlendirilmektedir.



Resim 6.87. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 17 Şubat 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın, resmi Twitter hesabından atılan 17 Şubat 2021 tarihli bir diğer tweete ise, Dost ve Kardeş ülke Kosova'nın Bağımsızlık Günü kutlanmıştır.

Bahse konu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, Kosova'nın bağımsızlığının ve toprak bütünlüğünün desteklemesi ülkede yaşayan paydaşların ülkemize olumlu bir bakış açısı geliştirmesine sebep olacaktır. Ayrıca atılan tweete Kosova'nın resmi dili olan Arnavutçaya da yer verilmesi ayrıca dikkat edilmesi gereken ayrı bir konudur. Uluslararası halkla ilişkiler açısından ülkenin politik yapısının (ülke profili) benimsenmesi, kamu diplomasisi açısından ise siyasi değerleri ve dış politikaları ön plana çıkarması bakımından önem arz etmektedir. TİKA'nın resmi Twitter hesabından yapılan bu paylaşım ülkemizin Kosova'da bulunan paydaşlarına uygulayacağı uluslararası halkla ilişkiler (ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profili) ve kamu diplomasisi (ülkenin kültürü, siyasi değerler ve dış politika) faaliyetlerini destekler nitelikte olacaktır. Ayrıca atılan tweete TİKA'nın Kosova Program Koordinasyon Ofisi'nin etiketlenmesi ve #Kosova hastaginin oluşturulması konunun daha fazla insana ulaşması bakımından önem arz etmektedir.



Resim 6.88. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 18 Şubat 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın, resmi Twitter hesabından atılan 18 Şubat 2021 tarihli tweetin de ise, Avrasya Yazarlar Birliği Başkanı Yakup Ömeroğlu'nun, TİKA Başkanı Serkan Kayalar'ı ziyaret ettiği belirtilmiştir.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, Avrasya Yazarlar Birliği, ‘‘Türk Dünyası’nda kalem ve gönül kardeşliği için’’ mottosuyla yola çıkan ve son yıllarda dünyada meydana gelen teknolojik ve kültürel gelişmeleri göz önüne alarak kültür ve edebiyatın insanlar arasında yakınlaşma ve dostluk duygularının bir araya getirme amacıyla kurulmuştur. Türkçe edebiyatının bütün dünyada daha iyi tanınmasını sağlamak, bütün lehçe ve şiveleri ile Türkçe’nin gelişmesine gayret göstermek gibi misyonlar üstlenen derneğin ülkemiz adına yurt dışında başta kültürel olmak üzere birçok değere sahip çıkan TİKA ile iş birliği yapmasından ülkemiz kazançlı çıkacaktır. İki kurum arasında yapılacak olan bilgi ve tecrübe paylaşımı ülkemizin kültürünün tüm dünyada tanınmasına olanak sağlayacaktır. Kültürü tanınan ülkemiz özellikle gelişmekte olan ülkelerin vatandaşlarına çekici gelecek ülkemizin ilgi odağı olmasına neden olarak ülkemizin diğer ülke vatandaşlarının zihninde oluşan değere değer katacaktır. Tüm bu bileşenler ülkemizin dış politikada güçlü olmasına olanak sağlayarak ilerleyen süreçte ülkemizin yürüteceği uluslararası halkla ilişkiler (ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profili) ve kamu diplomasisi (ülkenin kültürü, siyasi değerler ve dış politika) faaliyetlerinin başarıya ulaşma şansını artıracaktır.



Resim 6.89. TİKA’nın resmi twitter hesabından yapılan 18 Şubat 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın, resmi Twitter hesabından atılan 18 Şubat 2021 tarihli bir diğer tweete ise, Yeni Atanan Türkiye Cumhuriyeti Montevideo (Uruguay) Büyükelçisi Hüseyin Müftüoğlu'nun, TİKA Başkanı Serkan Kayalar'ı ziyaret ettiği belirtilmiştir.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, Uluslararası alanda ülkemiz adına faaliyet yürüten bir kuruluş olarak karşımıza çıkan TİKA, yapmış olduğu iş birlikleri ve kurduğu ikili ilişkiler ile bu faaliyetlerin amacına ulaşmasını kolaylaştırmaktadır. Bu kapsamda ülkemizi Uruguay Montevideo'da Büyükelçi olarak temsil edecek olan Büyükelçimizin, TİKA Başkanı'nı ziyareti önem arz etmektedir. TİKA'nın ülkemiz adına Uruguay'da yürüteceği başta uluslararası halkla ilişkiler (ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profili) ve kamu diplomasisi (ülkenin kültürü, siyasi değerler ve dış politika) faaliyetleri olmak üzere birçok çalışmanın başarıya ulaşması kurulacak ikili ilişkilerin başarısına bağlıdır. TİKA'nın, Uruguay'da gerek sosyal gerekse siyasal alandaki karşılaşılabilecek zorlukların çözüm merkezinde yer alacak olan Büyükelçiliğimizin bu ziyareti uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerinin başarıya ulaşmasına yardımcı olacaktır.



Resim 6.90. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 18 Şubat 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nı resmi Twitter hesabından 18 Şubat 2021 tarihinde atılan bir diğer tweete ise, Makedonya Türk Sivil Toplum Teşkilatları Birliği Genel Başkanı, Abdülkerim Hikmet Doğan Eğitim Kültür ve Sanat Merkezi Derneği Başkanı ve Ensar Derneği Başkanı'nın TİKA Başkanı'nı ziyaret ettiği belirtilmiştir.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, özellikle bir sivil toplum teşkilatı başkanının, ülkemiz adına uluslararası alanda faaliyet yürüten bir kurumu ziyaret etmesi son derece önemlidir. Günümüzde değişen koşullar ile birlikte ülke sınırları ortadan kalmıştır. Sınırların ortadan kalması hükümet dışı organizasyonlar ortaya çıkmıştır. Bu organizasyonlar, uluslararası halkla ilişkiler (ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profili) ve kamu diplomasisi (ülkenin kültürü, siyasi değerler ve dış politika) faaliyetleri etkileyen önemli bir aktördür. Hükümet dışı organizasyonlar denildiği zaman aklımıza sivil toplum kuruluşları gelmektedir. Sivil toplum kuruluşları belli bir konu etrafında belirli bir amaca yönelik olarak insanların bir araya gelerek oluşturduğu devlet dışı oluşumlardır. Bu oluşumlar ülkedeki sorun ve sıkıntıları tespit ederek bunların çözümlenmesi için hükümete önerilerde bulunurlar. Atılan bu tweete TİKA Başkanının, Makedonya da faaliyet yürüten Türk Sivil Toplum Teşkilatları Başkanı tarafından ziyaret edilmesi ve olumlu ikili ilişkiler geliştirilmesi hem ülkemiz hem de TİKA'nın ilerleyen dönemde Makedonya da yürüteceği uluslararası halkla ilişkiler (ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profili) ve kamu diplomasisi (ülkenin kültürü, siyasi değerler ve dış politika) faaliyetlerine olumlu yönde etki edecektir.



Resim 6.91. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 18 Şubat 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın, resmi Twitter hesabından atılan 18 Şubat 2021 tarihli bir diğer tweete ise, Yeni Atanan Türkiye Cumhuriyeti Taşkent Büyükelçisi Olgan Bekar'ın, TİKA Başkanı Serkan Kayalar'ı ziyaret ettiği belirtilmiştir.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, ülkemiz adına uluslararası alanda faaliyet yürüten kurum, ülkemizin yurt dışında bulunan temsilcilikleri ile iyi ilişkilere sahip olmak zorundadır. TİKA, uluslararası alanda ülkemiz adına faaliyet yürüten bir kurum olarak faaliyet gösterdiği ülkelerde karşılaşacağı sosyal, siyasal ve yasal zorlukları temsilciliklerimizin yardımıyla daha çabuk çözüme kavuşturabilecektir. Bu sorunların hızlı bir şekilde çözüme kavuşmasında en karlı çıkan ülkemiz olacaktır. Bu kapsamda Özbekistan'ın başkenti Taşkent'e atanan büyükelçimizin, TİKA Başkanı'nı ziyareti ilerleyen süreçte yürütülecek olan uluslararası halkla ilişkiler

(ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profili) ve kamu diplomasisi (ülkenin kültürü, siyasi değerler ve dış politika) faaliyetleri açısından önem arz etmektedir.



Resim 6.92. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 18 Şubat 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın, resmi Twitter hesabından atılan 18 Şubat 2021 tarihli bir diğer tweete ise, Dost ülke Gambiya'nın Bağımsızlık Günü kutlanmıştır.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, Gambiya'nın bağımsızlığının ve toprak bütünlüğünün desteklemesi ülkede yaşayan paydaşların ülkemize olumlu bir bakış açısı geliştirmesine sebep olacaktır. Konuya uluslararası halkla ilişkiler açısından bakıldığında ülkenin politik yapısının (Ülke Profili) benimsenmesi, kamu diplomasisi açısından ise siyasi değerleri ve dış politikaları ön plana çıkarması bakımından önem arz etmektedir. TİKA'nın resmi Twitter hesabından yapılan bu paylaşım ülkemizin Gambiya'da bulunan paydaşlarına uygulayacağı uluslararası halkla ilişkiler (ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profili) ve kamu diplomasisi (ülkenin kültürü, siyasi değerler ve dış politika) faaliyetlerini destekler nitelikte olacaktır. Ayrıca atılan tweete TİKA'nın Banjul Program Koordinasyon Ofisi'nin

etiketlenmesi ve #Gambiya hastaginin oluşturulması konunun daha fazla insana ulaşması bakımından önem arz etmektedir.



Resim 6.93. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 18 Şubat 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın, resmi Twitter hesabından atılan 18 Şubat 2021 tarihli bir diğer tweette ise, Milletimizin ve tüm İslam âleminin Regaip Kandili kutlanmış, Regaip Kandili'nin ve mübarek üç ayların tüm insanlığa barış ve huzur getirmesi dilekleri iletilmiştir.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, Başta milletimiz olmak üzere dünya üzerinde bulunan soydaşlarımız ve Müslüman âlemi için özel anlam ifade eden bir günün ülkemiz adına yurt dışında faaliyet yürüten bir kurum olan TİKA tarafından hatırlanması ve tebrik edilmesi, soydaşlarımız ve Müslüman âleminin TİKA'ya olan bakış açısının olumlu yönde değişmemesine olanak sağlayacaktır. İnsanlar için özel anlam ifade eden günlerin takibi bu noktada çok önemlidir. Bu günlerin takibi ile insanların zihninde ülkemiz hakkında olumlu imaj oluşacak ve dolayısıyla soydaşlarımız ve

İslam aleminde ülkemiz adına yürütülecek uluslararası halkla ilişkiler (ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profili) ve kamu diplomasisi (ülkenin kültürü, siyasi değerler ve dış politika) faaliyetlerinin başarıya ulaşmasına olanak sağlayacaktır.



Resim 6.94. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 19 Şubat 2021 tarihli paylaşımlar

TİKA'nın, resmi Twitter hesabından atılan 19 Şubat 2021 tarihli tweetlerde ise, 1. Türk Dünyası Meteoroloji Forumu'nun,, Cumhurbaşkanı Yardımcımız Fuat

Oktay, Azerbaycan Başbakanı Ali Asadov ve Bakan Mehmet Nuri Ersoy'un katılımı ile çevirim içi olarak düzenlendiği belirtilmiştir. Tweetin devamında TİKA Başkanı Serkan Kayalar'ın da katıldığı Forumun Türk dünyası ile yeni iş birlikteliklerine vesile olacağı vurgulanmıştır.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, gelişen ve değişen teknolojiler ülkeleri kendilerini yenilemeye zorlamaktadır. Atmosferde yaşanan hava olaylarının tahmin edilmesi olarak tanımlayabileceğimiz meteoroloji bir bilim dalıdır. Günümüzde hava muhalefetleri nedeniyle birçok doğal afet meydana gelebilmektedir. Bu doğal afetlerin önceden tahmin edilmesi can mal kayıplarının önüne geçilmesine olanak sağlamaktadır. Bu kapsamda Türk Dünyası'nın katıldığı bir Foruma TİKA'nın katılması önem arz etmektedir. TİKA katıldığı etkinliklerde ülkemizi temsil etmekle kalmayıp bilgi ve tecrübelerini soydaşlarımız ile paylaşmaktadır. Yapılan bu bilgi ve tecrübe paylaşımı ülkemize duyulan saygıyı artırmakta ve soydaşlarımız ülkemizi rol model olarak benimsemektedir. Bu durumun bir getirisi olarak ülkemiz dış politikada daha etkili roller üstlenmekte ve yürüttüğü uluslararası halkla ilişkiler (ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profili) ve kamu diplomasisi (ülkenin kültürü, siyasi değerler ve dış politika) faaliyetlerinin başarıya ulaşma şansı artmaktadır. Atılan tweetler dikkate alındığında ise Cumhurbaşkanı Yardımcımız, Kültür ve Turizm Bakanımız ve Azerbaycan Başbakanı'nı etiketlenmesi ile söz konusu forumun daha geniş kitlelere duyurulması amaçlanmıştır.



Resim 6.95. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 20 Şubat 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nı resmi Twitter hesabından 20 Şubat 2021 tarihinde atılan tweete; TİKA'nın ülkemizin resmi haber ajansı olan Anadolu Ajansı aracılığıyla 600'ün üzerinde medya mensubuna eğitim verildiği vurgulanmıştır.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, medya bir ülkedeki haber akışının en önemli aracı konumundadır. İnsanlar çevrelerinde olan gelişmeleri medya aracılığıyla takip edip görüş ve düşüncelerini ona göre inşa ederler. Bu noktada haberlerin sunuş ve yorumlanış biçimleri çok önemlidir. Tezin kuramsal çerçevesinde uluslararası halkla ilişkileri etkileyen unsurları ele alırken ülke profili altında medya kültürüne ve iletişim profiline değinmiştik. Bu noktadan hareketle ülkemiz adına yurt dışında faaliyet yürüten bir kurumun, bizimle ortak kültürü paylaşan ülkelerin medya kültürüne ve iletişim profiline değinmesi ülkemiz adına olumlu imaj oluşturulması ve bunun iyi bir şekilde dizayn edilmesi açısından son derece önemlidir. Diğer açıdan yapılan haberler ile ülkemizin çekiciliği ve yurt dışındaki insanlar tarafından değer görmesi yine haberlerin veriliş biçimi ile ilgilidir. Bu noktadan hareketle ülke olarak kendimizi haberi yapan insanları doğru eğitip ülkemizi doğru anlattıktan sonra dış

politika da etkin bir güç olarak yer alabileceğimiz kesindir. Tüm bu bileşenler dikkate alındığında dış politikada güçlü bir ülkemizin yürüteceği uluslararası halkla ilişkiler (ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profili) ve kamu diplomasisi (ülkenin kültürü, siyasi değerler ve dış politika) faaliyetlerinin başarıya ulaşma şansı da artacaktır. Bu noktada TİKA'nın, Anadolu Ajansı aracılığıyla yürütmüş olduğu medya mensuplarını eğitime görevi ülkemize pozitif bir dönüşü olacaktır.



Resim 6.96. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 20 Şubat 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nı resmi Twitter hesabından 20 Şubat 2021 tarihinde atılan bir diğer tweete ise TİKA'nın Tunus'un Kovid-19 ile mücadelesine destek olduğu belirtilmiştir. Tweetin devamında El Hamma şehrindeki en büyük kamu sağlık kuruluşu olan El Hamma Bölge Hastanesi'nin sağlık çalışanlarına koruyucu tıbbi malzeme desteğinde bulunulduğu belirtilmiştir.

Bahse konu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, yurt dışında ülkemiz adına faaliyet yürüten bir kurumun özellikle salgın hastalıklar gibi zor bir dönemde gelişmişlik düzeyi az olan ülkelere

yardımlarda bulunması ülkemizin tanıtımı ve olumlu imajı açısından son derece önemlidir. Tunus'ta ikamet eden insanların zihninde oluşan olumlu imaj ile birlikte ülkemizin yurt dışında gördüğü değer ve çekiciliği artacaktır. Tüm bu bileşenler dikkate alındığında ilerleyen süreçte ülkemizin Tunus'ta yürüteceği uluslararası halkla ilişkiler (ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profili) ve kamu diplomasisi (ülkenin kültürü, siyasi değerler ve dış politika) faaliyetlerinin başarıya ulaşma şansı da artacaktır.

Ayrıca atılan tweette, TİKA'nın Tunus Program Ofisi olan TİKA Tunus'un etiketlenmesi ve #Tunus ve #Kovid19 etiketi ile hashtag oluşturulması yapılan etkinliği daha geniş kitlelere ulaşabilmesi açısından son derece önemlidir.



Resim 6.97. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 21 Şubat 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nı resmi Twitter hesabından 21 Şubat 2021 tarihinde atılan tweette, TİKA'nın Afganistan'da savaş mağduru olan ailelere destek verdiği belirtilmiştir.

Söz konusu tweete Herat'a sığınan ve zor şartlar altında yaşamlarını sürdüren 100 Türkmen aileye gıda ve battaniye desteğinde bulunulduğu vurgulanmıştır.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, savaşlar bir ülkenin en zor dönemleridir. Bu dönemlerde insanlar yokluk ve sefalet içerisinde yaşamlarını devam ettirmeye çalışırlar. Ülkemiz adına yurt dışında faaliyet yürüten bir kurumun yapmış olduğu bu yardımlar ülkemizin soydaşlarına sahip çıktığının bir göstergesidir. Bu doğrultuda yapılan bu yardımların bahse konu ülkede yaşayan soydaşlarımız algısında olumlu bir Türkiye imajını oluşturacağından şüphe yoktur. Olumlu imaj oluşmasına paralel olarak ülkemizin Afganistan'da yaşayanların gözünde gördüğü değer ve çekiciliği artacaktır. Tüm bu gelişmeler dikkate alındığında ilerleyen süreçte ülkemizin Afganistan'da yürüteceği uluslararası halkla ilişkiler (ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profili) ve kamu diplomasisi (ülkenin kültürü, siyasi değerler ve dış politika) faaliyetlerinin başarıya ulaşmasına öncülük edecektir. Ayrıca atılan tweete TİKA'nın Afganistan'da bulunan TİKA Herat Program Koordinasyon Ofisinin etiketlenmesi ve #Afganistan ve #Herat gibi hastaglerin oluşturulması yapılan etkinliğin geniş kitlelere ulaşılması bakımından önem arz etmektedir.



Resim 6.98. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 22 Şubat 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nı resmi Twitter hesabından 22 Şubat 2021 tarihinde atılan tweette, TİKA'nın yeni doğan ölümlerinin sık yaşandığı Batı Afrika ülkesi Gine'de ülkenin ilk hastanesi Konarki Ignace Deen Hastanesi'nde oksijen jeneratörlü yeni doğan yoğun bakım ünitesinin açtığı belirtilmiştir.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, bir ülkenin sosyal yapısı ve sağlık sistemi son derece önemlidir. İnsanlar yaşadıkları ülkede en iyi koşullarda yaşamayı ve sağlık hizmeti almayı arzularlar. Bununla birlikte insan neslinin devamı için doğurganlık son derece önemlidir. Bir insanoğlu dünyaya geldikten sonra onunla ilgilenilmesi gerekmektedir. Günümüz koşullarında maalesef gelişmemiş ülkeler yeni doğan çocuklarla ilgilenmekte zorlanmaktadır. Gerek altyapı yetersizlikleri gerek sağlık hizmetlerinde geri kalmışlık bu durumu zorunlu kılmaktadır. Ülkemiz adına yurtdışında faaliyet yürüten bir kurumun Gine'de sağlık alanında yatırım yapması ülkemiz adına olumlu bir gelişme olarak değerlendirilebilir. Atılan bu adımla birlikte Gine halkının zihninde olumlu bir Türkiye imajı oluşacak ülkemizin gördüğü değer ve çekiciliği artacaktır. Tüm bunlar dikkate alındığında ülkemizin Gine'de yürüteceği uluslararası halkla ilişkiler (ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profili) ve kamu diplomasisi (ülkenin kültürü, siyasi değerler ve dış politika) faaliyetlerinin başarıya ulaşmasına zemin hazırlayacağı değerlendirilmektedir. Ayrıca atılan tweete #Gine hastaginin kullanılması yapılan hizmetin geniş kitlelere duyurulması açısından son derece önemlidir.



Resim 6.99. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 22 Şubat 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın, resmi Twitter hesabından atılan 22 Şubat 2021 tarihli bir diğer tweete ise, Cumhurbaşkanlığı Devlet Denetleme Kurulu Genel Sekreteri Necdet Ada'nın, TİKA Başkanı Serkan Kayalar'ı ziyaret ettiği belirtilmiştir.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, TİKA, uluslararası alanda faaliyet yürüten bir kurulu olarak ülkemizin hükümeti ile kurduğu ilişkiler önem arz etmektedir. TİKA'nın yurt içinde ve dışında karşılaşılabileceği her türlü zorluğun çözüm merkezi olabilmesi adına hükümet ile iyi ilişkiler geliştirilmelidir. Hükümet ile iyi ilişkilerin geliştirilmesi ile yurt dışında yürütülecek uluslararası halkla ilişkiler (ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profili) ve kamu diplomasisi (ülkenin kültürü, siyasi değerler ve dış politika) faaliyetlerinin de başarıya ulaşması kolaylaşacaktır.



Resim 6.100. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 22 Şubat 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın, resmi Twitter hesabından atılan 22 Şubat 2021 tarihli bir diğer tweete ise, Gagauz Özerk Yeri Başkanı İrina Vlah'ın, TİKA Başkanı Serkan Kayalar'ı ziyaret ettiği belirtilmiştir. Tweetin devamında yapılan görüşmede TİKA'nın Gagauz Özerk yerinde devam eden projeleri ve yapılabilecek yeni iş birliği imkanlarının değerlendirildiği vurgulanmıştır.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, Gagauzlar, başta Moldova olmak üzere Bulgaristan, Ukrayna, Romanya ve Yunanistan'da yaşayan Ortodoks Hristiyan olan Türk topluluklarına verilen isimdir. Ülkemiz adına yurt dışında faaliyet yürüten bir kurumun, soydaşlarımız ile sosyal, kültürel ve ekonomik ilişkiler kurarak ülkemizin imajına yapmış olduğu katılar ortadadır. TİKA, yürüttüğü proje ve yaptığı iş birlikleriyle ülkemiz ile soydaşlarımızı aynı paydada birleştirmeye özen göstermektedir. Tüm bu çalışmaların neticesi olarak soydaşlarımızın zihninde ülkemiz adına olumlu imajlar ve gördüğü değer ve çekiciliği artması amaçlanmaktadır. Ülkemiz hakkında oluşacak olumlu imaj, gördüğü değer ve çekiciliğin artmasıyla ülkemizin yürüteceği uluslararası halkla ilişkiler (ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profili) ve kamu

diplomasisi (ülkenin kültürü, siyasi değerler ve dış politika) faaliyetlerini başarıya ulaşma şansı da artacaktır. Atılan tweete Gagauz Özerk Yeri Başkanı'nın etiketlenmesi ve #Gagauz hastaginin kullanılması ile söz konusu ziyaretin daha geniş kitlelere ulaştırılması amaçlanmıştır.



Resim 6.101. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 22 Şubat 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın, resmi Twitter hesabından atılan 22 Şubat 2021 tarihli bir diğer tweete ise, TİKA'nın Bosna Hersek'te Uluslararası Saraybosna Üniversitesi'ne ülkenin en donanımlı üretim laboratuvarının kurulduğu belirtilmiştir. Tweetin devamında TİKA'nın yürüttüğü '3D Tasarım ve 3D Yazıcı Eğitimleri' projesinin ikinci adımı niteliğinde olan laboratuvarında makine ve robot prototipleri üretileceği vurgulanmıştır.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, ülkeler gelişmişlik düzeylerine göre sınıflara ayrılırlar. Gelişmiş ülkeler gelişmekte olan ve gelişmemiş ülkelere, gelişmekte olanlar ise gelişmemiş olanlara nazaran sosyal, ekonomik, kültürel ve teknolojik alanlarda üstünlükleri bulunmaktadır. Gelişmekte olan bir ülke olarak Türkiye gelişmemiş ülkeler nazaran birçok alanda üstün konumdadır. Gelişmekte olan bir ülke olarak ülkemiz

gelişmemiş olan ülkelerin vatandaşlarına çekici gelmekte ve bu ülkelerin vatandaşlarını gözünde değer görmektedir. Ülkemiz adına yurt dışında faaliyet yürüten TİKA, yapmış olduğu yardımlar ile ülkemizden geri kalmış bir ülkeye teknoloji alanında destek sağlamıştır. Sağlanan bu yardımlar ile ülkemizin imajının olumlu yönde gelişmesine gördüğü değer artmasına ve Bosna Hersek vatandaşlarına çekici gelmesine zemin hazırlamıştır. Tüm bu çabalar ülkemizin Bosna Hersek'te yürüteceği uluslararası halkla ilişkiler (ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profili) ve kamu diplomasisi (ülkenin kültürü, siyasi değerler ve dış politika) faaliyetlerinin başarıya ulaşmasına katkı sağlayacaktır. Bununla birlikte atılan tweete #BosnaHersek hastaginin kullanılmasıyla yapılan destekten daha geniş kitlelerin haberdar edilmesi amaçlanmıştır.



Resim 6.102. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 23 Şubat 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın, resmi Twitter hesabından atılan 23 Şubat 2021 tarihli tweete ise, Gençlik ve Spor Bakanlığı Gençlik Hizmetleri Genel Müdürü Dr. Emre Topoğlu'nun, TİKA Başkanı Serkan Kayalar'ı ziyaret ettiği belirtilmiştir.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, sağlıklı toplumların oluşturulması için spor en önemli bileşendir. Ülkemiz gençliğini ve sporunu günümüz gerekleriyle uyumlu, geleceğin

meydan okumalarına karşı hazırlıklı, yerli değerlere duyarlı, dünya kültürünü reddetmeyen, yenilikçi ve rekabetçi bir düzeye ulaştırmak sportif olarak Türkiye'nin uluslararası alanda başarılı ve nitelikli temsil edilmesini sağlamak olarak misyonunu açıklayan Gençlik ve Spor Bakanlığı bu doğrultuda çalışmalarını yürütmektedir. Uluslararası alanda ülkemiz adına faaliyet yürüten TİKA ise uluslararası alanda soydaşlarımız ile sosyal kültürel bağları üzerine çalışmalar devam ettirmektedir. Spor yeri ve zamanı geldiğinde farklı görüşe sahip insanları bir araya getirebilen bir uğraştır. Bu açıdan spor farklı görüş ve düşünce gruplarını bir araya getirebilmesi adına önemlidir. Bu açıdan bakıldığında uluslararası alanda faaliyet yürüten TİKA, farklı görüş ve düşünceden insanları bir araya getirebilmesi açısından sporu bir araç olarak kullanabilir. Bu açıdan değerlendirildiğinde Gençlik ve Spor Bakanlığı'nın TİKA Başkanını ziyaret etmesi bilgi, beceri ve tecrübelerin paylaşılması bakımından önem arz etmektedir. TİKA, Gençlik ve Spor Bakanlığı'ndan edindiği tecrübeleri ülkemiz adına yürüteceği uluslararası halkla ilişkiler (ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profili) ve kamu diplomasisi (ülkenin kültürü, siyasi değerler ve dış politika) faaliyetlerinde kullanarak ülkemize katkı sağlayabilir. Atılan tweette Gençlik ve Spor Bakanlığı'nın etiketlenmesi ile ziyaretin daha geniş kitleye duyurulması amaçlanmıştır.



Resim 6.103. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 23 Şubat 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın, resmi Twitter hesabından atılan 23 Şubat 2021 tarihli bir diğer tweete ise, Yeni atanan T.C. Lusaka Büyükelçisi İstem Cırcıroğlu'nun, TİKA Başkanı Serkan Kayalar'ı ziyaret ettiği belirtilmiştir.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, ülkemiz adına yurt dışında faaliyet yürüten bir kurumun, ülkemizin yurt dışı temsilcilikleriyle yürütmüş olduğu ikili ilişkiler son derece önemlidir. Afrika'da bulunan Zambiya'nın başkenti Lusaka'ya atanan Büyükelçimizin ziyareti bu açıdan değerlendirilmelidir. TİKA ile Büyükelçiliğimizin yapacağı iş birliği ile ülkemiz yürüteceği faaliyetlerinde zaman ve maliyet konusunda tasarruf edecektir. Ayrıca TİKA'nın Zambiya'da karşılaşacağı olası sorunların çözümü noktasında büyükelçiliğimiz önemli roller üstlenecektir. Bu kapsamda TİKA ve Büyükelçiliğimizin yürüteceği ilişkiler ile ülkemizin Zambiya'da yürüteceği uluslararası halkla ilişkiler (ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profili) ve kamu diplomasisi (ülkenin kültürü, siyasi değerler ve dış politika) faaliyetlerinin başarıya ulaşmasına imkân sağlayacaktır.



Resim 6.104. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 23 Şubat 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın, resmi Twitter hesabından atılan 23 Şubat 2021 tarihli tweete ise, 'TİKA olarak 2009 yılından bu yana 110'un üzerinde program vasıtasıyla 2100'ün üzerinde hâkim ve savcının eğitim alması için çalışıldığı' belirtilmiştir. Tweetin

devamında TİKA Başkanı Serkan Kayalar'ın katılımı ve Adalet Akademisi iş birliğinde çevirim içi düzenlenen 'İnsan Ticareti ve Mülteci Hukuku' kolokyumuna katıldığı vurgulanmıştır.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, adalet, mülkün temelidir. Adaletin var olması hem asayişin hem de düzenin sağlanıp sağlıklı bir şekilde devam ettirilmesi için elzemdir. Bu doğrultuda kendisine anayasa ve kanunlardan almış oldukları yetki çerçevesinde hukuka ve insan haklarına bağlı, tarafsız, bağımsız, hür vicdaniyla karar veren, meslek etik ilkelerini benimseyen ve uygulayan, toplumun adalet ihtiyacına cevap verebilecek nitelikte hâkim ve savcılar yetiştirmeyi misyon edinen Türkiye Adalet Akademisi ile TİKA'nın yürütmüş olduğu iş birliği çok anlamlıdır. TİKA, yurt dışında bulunduğu farklı faaliyet alanları ile ülkemizi temsil etmektedir. Gelişmiş ülkelerin hukuk sistemi gelişmemiş olan ülkeler yol gösterici olabilmektedir. Bu noktada da kendisine görev üstlenen TİKA, ülkemizin Hâkim ve Savcılarına eğitim veren Türkiye Adalet Akademisi ile işbirliği yürütmektedir. Yürütmüş olduğu bu iş birliği ile uluslararası alanda ülkelerin hâkim ve savcılarının eğitimler organize ederek onların yargı sistemine katkıda bulunmaktadır. Yapılan bu katkılar ile ilgili ülkelerin gözünde ülkemizin imajı olumlu yönde gelişmekte gördüğü değer ve çekiciliği artmaktadır. Tüm bu bileşenler dikkate alındığında ise ülkemizin ilgili ülkelere yürüteceği uluslararası halkla ilişkiler (ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profili) ve kamu diplomasisi (ülkenin kültürü, siyasi değerler ve dış politika) faaliyetlerinin başarıya ulaşma şansının artacağı kesindir. Atılan tweete TİKA Başkanı ile birlikte Adalet Akademisi'nin de etiketlenmesi ile yürütülen iş birliğinin daha geniş çevrelere duyurulması amaçlanmıştır.



Resim 6.105. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 24 Şubat 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın, resmi Twitter hesabından atılan 24 Şubat 2021 tarihli tweete ise, İşkodra'da etkili olan şiddetli yağışlar nedeniyle tarım arazileri su altında kalan çiftçilere TİKA' tarafından destek verildiği belirtilmiştir. Tweetin devamında Türkiye Cumhuriyeti Tarım ve Orman Bakanı Bekir Pakdemirli'nin Arnavutluk Tarım Bakanı Milva Ekonomi'nin katılımı ile çiftçilere 60 ton yem teslim edildiği vurgulanmıştır.

Bahse konu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, doğal afetler, önceden tahmin edilmesi zor olan felaketlerdir. Bu felaketler genelde can ve mal kaybı ile sonuçlanarak genel hayatın işleyişini olumsuz etkileyebilmektedir. Bu noktada ülkelerin gelişmişlik düzeyi devreye girmektedir. Gelişmişlik düzeyi üst seviyede olan ülkeler sağlam ekonomileri ile yaralarını sarıp vatandaşlarını yardımlarda bulunabilirken gelişmemiş olan ülkeler bu eksikliği giderememekte vatandaşlarını mağdur edebilmektedir. Bu noktada devreye uluslararası kuruluşlar girmektedir. Uluslararası alanda ülkemiz adına faaliyet yürüten TİKA, Arnavutluk'un İşkodra kentinde meydana gelen doğal afeti tespit ederek Türkiye Cumhuriyeti Tarım ve Orman Bakanı ve Arnavutluk Tarım Bakanı'nın dahil olduğu bir etkinliğe katılmıştır. Bu etkinlikte doğal afetten etkilenen Arnavutluk vatandaşlarına ülkemiz adına yardımlar yaparak ülkemizin imajına olumlu katkılar yapmıştır. Ülkemizin adına zihninde olumlu algılar yaratılan Arnavutluk halkının ülkemize verdiği değer ve çekiciliği artacaktır. Arnavutluk

halkının gözünde gördüğü değer ve çekiciliği artan ülkemiz dış politikada eli daha güçlü bir şekilde masaya oturacaktır. Tüm bunlar dikkate alındığında ülkemizin ilerleyen süreçte Arnavutluk'ta yürüteceği uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerinin başarıya ulaşma şansı yüksek olacaktır. Diğer taraftan yapılan yardımlarda TİKA'nın Arnavutluk'ta bulunan TİKA Tiran Program Koordinasyon Ofisi'nin, Türkiye Cumhuriyeti Tarım ve Orman Bakanı Bekir Pakdemirli ve Arnavutluk Tarım Bakanı Milva Ekonomi'nin etiketlenmesi ve #Arnavutluk, #İşkodra hastaglerinin kullanılmasıyla söz konu etkinlikten daha geniş kitlelerin haberdar edilmesi amaçlanmıştır.



Resim 6.106. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 24 Şubat 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın, resmi Twitter hesabından atılan 24 Şubat 2021 tarihli bir diğer tweete ise Özbekistan Sağlık Bakan Yardımcısı Anvar Alimov ve Taşkent Büyükşehir Belediye Başkan Yardımcısı Şarof Rahmanov'un, TİKA Başkanı Serkan Kayalar'ı ziyaret ettiği belirtilmiştir.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, demokratik toplumlarda yönetimler halkın seçimleri ile belirlenir. Başa gelen insanlar belirli sürelerde ilgili ülkelerdeki insanları belirlemiş oldukları politikalarla yönetirler. Uluslararası alanda faaliyet yürüten kuruluşlar bu

yönetimler ile iş birliğinde bulunarak ilgili ülkelerde faaliyetlerde bulunurlar. Özbekistan Sağlık Bakan Yardımcısı ve Taşkent Büyükşehir Belediye Başkan Yardımcısı'nın TİKA'yı ziyareti bu noktada anlam ifade etmektedir. Karşılıklı fayda neticesinde gelişebilecek olan iş birliğinin bir göstergesi olan bu ziyaret, TİKA'nın başta sağlık olmak üzere diğer alanlarda ülkemiz adına Özbekistan'da yapacağı yardımların önünü açacaktır. Ülkemizi yurt dışında temsil eden bir kurum Özbekistan'da yapacağı yardımlar ile ülkemizin imajına katkıda bulunabileceği gibi Özbekistan halkının zihninde ülkemizin değer görmesine ve çekiciliğinin artmasına katkıda bulunacaktır. Olumlu imajı ile birlikte gördüğü değer ve çekiciliği artan ülkemiz Özbekistan'da etkin bir dış politika yürütebilecektir. Tüm bu bileşenler dikkate alındığında TİKA'nın ülkemiz adına Özbekistan'da yürüteceği uluslararası halkla ilişkiler (ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profili) ve kamu diplomasisi (ülkenin kültürü, siyasi değerler ve dış politika) faaliyetlerinin başarıya ulaşmasına uygun zemin hazırlanacaktır.



Resim 6.107. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 24 Şubat 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın, resmi Twitter hesabından atılan 24 Şubat 2021 tarihli bir diğer tweette ise, Uluslararası Türk Akademisi Başkanı Prof. Dr. Darhan Qydyrali'nin, TİKA Başkanı Serkan Kayalar'ı ziyaret ettiği belirtilmiştir.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, Uluslararası Türk Akademisi, Kazakistan merkezli bilimsel araştırma merkezidir. Türk halklarının bilimsel kuruluşlarına bilim ve eğitim konusunda yardımcı olmak Türk dilini konuşan ülkelerdeki aydınların girişimlerine destek vermek ve onları düzenli olarak bir araya getirmeyi kendisine görev edinen kuruluşun Başkanı, ülkemiz adına uluslararası alanda benzer amaçlarla faaliyet yürüten TİKA Başkanı'nı ziyaret etmiştir. Bu ziyaretin amacı yürütülen ve gelecekte yapılması planlanan iş birliklerini değerlendirmektir. Ülkemiz adına yurt dışında faaliyet gösteren bir kurumun uluslararası alanda faaliyet yürüten kuruluşlar ile geliştirmiş olduğu iş birlikleri ile etki alanını genişletmektedir. Etki alanı genişleyen TİKA daha fazla insana nüfuz ederek faaliyetlerinin başarıya ulaşmasını kolaylaştırmaktadır. Bu faaliyetlere ülkemizin yürüteceği uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetleri de dahildir.



Resim 6.108. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 24 Şubat 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın, resmi Twitter hesabından atılan 24 Şubat 2021 tarihli bir diğer tweette ise, Kuzey Makedonya İslam Birliği Başkanı Şakir Fetai ve beraberindeki heyetin, TİKA Başkanı Serkan Kayalar'ı ziyaret ettiği belirtilmiştir.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, Kuzey Makedonya İslam Birliği Teşkilatı uluslararası alanda faaliyet yürüten bir kuruluştur. Kendisi gibi uluslararası alanda faaliyet yürüten ve ülkemizi temsil eden TİKA'nın Kuzey Makedonya İslam Birliği Teşkilatı ziyaret edilmesi yapılacak olan iş birliği ve projelerin değerlendirilmesidir. Ülkemizle aynı dine sahip toplumlara sahip çıkmak ve onların projelerine destek vermek ülkemizin imajı açısından önemlidir. Bu konuyu kendisine misyon edinen TİKA uluslararası alanda faaliyet yürüten kuruluşlar ile iş birliği çalışmaları yürütmektedir. Bu çalışmaların sonucu olarak ülkemizin ilgili ülkelerde yürüteceği uluslararası halkla ilişkiler (ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profili) ve kamu diplomasisi (ülkenin kültürü, siyasi değerler ve dış politika) faaliyetlerinin başarıya ulaşmasına olanak sağlayacaktır.



Resim 6.109. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 24 Şubat 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın, resmi Twitter hesabından atılan 24 Şubat 2021 tarihli bir diğer tweette ise, Gagauz Özerk Yeri Başkanı Irina Vlah'ın: 'Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan bize çok yakın. TİKA aracılığıyla hem Gagauzya'da hem de Moldova'da pek çok projeyi tamamladık. Gagauzya'da her bir köy ve şehirde proje yapıyoruz' sözlerine yer verilmiştir.

Bahse konu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, Gagauz Özerk Bölgesi, Moldova'ya bağlı özerk bir devlettir. Bölgeye ismini veren Gagauzlar, Türk kökenli olup ülkemizle soydaşlardır. Uluslararası alanda soydaşlarımızla iyi ilişkiler kurmayı ve onları geliştirmeyi kendisine misyon edinen TİKA, Gagauzlara da yardımlarda bulunmaktadır. Bunun bir göstergesi olarak Gagauz Özerk Bölgesi Başkanı'nın ülkemizin devlet televizyonunda katıldığı bir röportajına yer vermesidir. Söz konusu röportajda Cumhurbaşkanımız Sayın Recep Tayyip Erdoğan'ın, Gagauz Türklerine çok yakın olduğu ülkemizin TİKA aracılığıyla çeşitli projeler gerçekleştirdiği vurgulanmıştır. Bölgenin devlet başkanının bu tespitlerde bulunması ülkemizin imajının, gördüğü değer ve çekiciliğinin artmasına olanak sağlayacaktır. Çekiciliği ve değeri artan ülkemiz dış politikada daha etkin roller üstlenerek uluslararası halkla ilişkiler (ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profili) ve kamu diplomasisi (ülkenin kültürü, siyasi değerler ve dış politika) faaliyetlerinin başarıya ulaşmasını kolaylaştıracaktır.



Resim 6.110. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 25 Şubat 2021 tarihli paylaşım

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, TİKA'nın, resmi Twitter hesabından atılan 25 Şubat 2021 tarihli tweette ise, TİKA ve Anadolu Ajansı Haber Akademisi işbirliğiyle, KKTC ve Bosna Hersek'ten 18 gazeteciye 'Çevrimiçi Temel Diplomasi Muhabirliği Eğitimi'nin düzenlendiği belirtilmiştir. Tweetin devamında 2017 yılından bu yana sürdürülen medya eğitimleri kapsamında bugüne kadar 600'den fazla gazeteciye eğitim verildiği vurgulanmıştır.

Bahse konu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, muhabirlik bir ülkedeki kutsal görevlerden biridir. Muhabirler bağlı bulundukları ajanslar aracılığıyla aktarmış oldukları gelişmeler ile takipçilerinin zihninde olay ve durumlarla ilgili algı oluşmasına yardımcı olur. Bu medyanın bilgilendirme görevini kapsamaktadır. Gelişmiş ülkelerde medya mensupları görevini özgür ve herhangi bir sınırlama olmadan yapabilmektedir. Bu durum gelişmiş ülkelerdeki ifade özgürlüğü ile ilgilidir. Gelişmiş ülkeler, bu konuda gelişmekte ve gelişmemiş olan ülkelere göre çekici gelmekte ve bu konuda zihinlerinde değerli bir konumda bulunmaktadır. TİKA'da atılmış olduğu tweette Anadolu Ajansı iş birliğiyle KKTC ve Bosna Hersek'ten 18 gazeteciye 'Çevrimiçi Temel Diplomasi Muhabirliği Eğitiminin verildiğini belirtmiştir. Bu durum ülkemizin gelişmişlik düzeyi ile ilgilidir. TİKA düzenlemiş olduğu bu eğitimle ülkemizin KKTC ve Bosna Hersek'te görev yapan muhabirlerin zihninde olumlu imaj ile birlikte çekici ve değerli bir konuma ulaşmasına aracılık etmiştir. Söz konusu olumlu imaj oluşturmak, çekici olup değerli konuma yerleşmek söz konusu olduğunda özellikle uluslararası toplumda kamuoyu oluşturmayı kolaylaştırmaktadır. TİKA düzenlemiş olduğu bu etkinlik ile ülkemizin ilerleyen süreçte KKTC ve Bosna Hersek'te yürüteceği uluslararası halkla ilişkiler (ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profili) ve kamu diplomasisi (ülkenin kültürü, siyasi değerler ve dış politika) faaliyetlerinin başarıya ulaşabilmesi için zemin hazırlamıştır.



Resim 6.111. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 25 Şubat 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın, resmi Twitter hesabından atılan 25 Şubat 2021 tarihli bir diğer tweette ise, TİKA'dan Meksika'da Eğitime destek verildiği belirtilmiştir. Tweetin devamında Chimalhuacán'daki FAE Vakfı'nın kampüsünün TİKA tarafından yenilendiği ve 300 çocuğa eğitim veren FAE Vakfı'nın salgın sonrası yenilenmiş haliyle eğitime devam edeceği vurgulanmıştır.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde eğitim, bir ülkenin geleceği olan çocuklarının yetiştirilmesi görevidir. Bu görev o kadar kutsaldır ki ülkenin geçmişi ile geleceğini aynı potada eritmek gerekir. Ülkenin geçmişte içinde bulunduğu durumu geleceğimiz olan çocuklara aktararak geleceği onlara hedef göstermek en önemli misyonlardan birisidir. TİKA'da yürütmüş olduğu çalışmalar ile dünya üzerinde özellikle gelişmemiş olan ülkelerin eğitimine katkı sağlamaktadır. Ülkemiz adına yurt dışında faaliyetler gösteren bir kurumun yürütmüş olduğu bu çalışmalar ile ülkemizin imajına katkılar sağlamakta eğitime katkı sağladığı ülkelerin çocuklarının zihninde ülkemizin

çekici ve değerli olması çalışmaları yürütmektedir. Tüm bu bileşenler dikkate alındığında ilerleyen süreçte ülkemizin o ülkelere yürüteceği uluslararası halkla ilişkiler (ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profili) ve kamu diplomasisi (ülkenin kültürü, siyasi değerler ve dış politika) faaliyetlerinin başarıya ulaşabilmesi için zemin hazırlamaktadır.



Resim 6.112. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 26 Şubat 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın, resmi Twitter hesabından atılan 26 Şubat 2021 tarihli tweete ise, Yeni atanan T.C. Saraybosna Büyükelçisi Sadık Babür Girgin'in, TİKA Başkanı Serkan Kayalar'ı ziyaret ettiği belirtilmiştir.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, uluslararası alanda ülkemiz adına faaliyet yürüten bir kuruluş olarak karşımıza çıkan TİKA, yapmış olduğu iş birlikleri ve kurduğu ikili ilişkiler ile bu faaliyetlerin amacına ulaşmasını kolaylaştırmaktadır. Bu kapsamda ülkemizi Bosna Hersek'in başkenti Saraybosna'da Büyükelçi olarak temsil edecek olan Büyükelçimizin TİKA Başkanı'nı ziyareti önem arz etmektedir. TİKA'nın ülkemiz

adına Bosna Hersek'te yürüteceği başta uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetleri olmak üzere birçok çalışmanın başarıya ulaşması kurulacak ikili ilişkilerin başarısına bağlıdır. TİKA'nın, Bosna Hersek'te gerek sosyal gerekse siyasal alandaki karşılaşacağı zorlukların çözüm merkezinde yer alacak olan Büyükelçiliğimizin bu ziyareti uluslararası halkla ilişkiler (ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profili) ve kamu diplomasisi (ülkenin kültürü, siyasi değerler ve dış politika) faaliyetlerinin başarıya ulaşmasına yardımcı olacaktır.



Resim 6.113. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 26 Şubat 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın, resmi Twitter hesabından atılan 26 Şubat 2021 tarihli bir diğer tweette ise, Enerji Hukuku Araştırma Enstitüsü Başkanı Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (DEİK) Türkiye-Seyşeller İş Konseyi Başkanı, Enerji Uyuşmazlıkları Tahkim Merkezi (EDAC) Başkanı Avukat Süleyman Bosca'nın, TİKA Başkanı Serkan Kayalar'ı ziyaret ettiği belirtilmiştir.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, Türkiye enerji sektörü yapısal olarak 2000'li yıllardan itibaren köklü bir değişime uğramıştır. Rekabet ortamında özel hukuk hükümlerine göre

faaliyet gösterebilecek, mali açıdan güçlü, istikrarlı ve şeffaf bir enerji piyasasının oluşturulmasının hedeflendiği bu dönemde yapılan birçok yasal düzenleme ile enerji piyasası yeniden şekillenmiştir. Bu yeni dönemde enerji hukukunun önemi daha da artmış ve Enerji Hukuku başlı başına bir hukuk disiplini olarak gelişmeye başlamıştır. Bu noktadan hareketle TİKA'nın uluslararası alanda özellikle enerji alanında yürüteceği projelerde hukuki destek alması önem arz etmektedir. Kendisine enerji sektörünü yakından takip ederek sektörün ihtiyaçlarının tespiti ile mevzuata ve uygulamaya yönelik eğitim programları düzenlemek, enerji sektörünün gelişmesi ve sektördeki yeniliklerin takip edilmesini sağlamaya yönelik yayınlar, raporlar hazırlamak, enerji politikalarının kısa, orta ve uzun vadede ülkemiz menfaatlerine oluşturulmasına yönelik çalışmalara yaparak politika yapıcılara katkıda bulunmayı vizyon edinen Enerji Hukuku Araştırma Enstitüsü'nün bu noktada TİKA ile iş birliği önem arz etmektedir. Yapılan ziyaretin bu açıdan değerlendirdiğimizde ülkemizin TİKA aracılığıyla uluslararası alanda enerji konusunda yürüteceği projelerde hukuki destek alarak yoluna devam etmesinin faydalı olabileceği değerlendirilmektedir. Yürütülen çalışmaların uluslararası hukuka uygun olarak düzenlenmesiyle ülkemize olan güven artacağı gibi ilerleyen süreçte ülkemizin yürüteceği uluslararası halkal ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerinin başarıya ulaşma şansını da artıracaktır. Diğer yandan atılan tweette, Enerji Hukuku Araştırma Enstitüsü ve Enerji Uyuşmazlıkları Tahkim Merkezi Başkanının etiketlenmesi ve #Türkiye, #Seyşeller hastaginin oluşturulmasıyla ziyaretin daha geniş kitlelere ulaştırılması amaçlanmıştır.



Resim 6.114. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 26 Şubat 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın, resmi Twitter hesabından atılan 26 Şubat 2021 tarihli bir diğer tweete ise, Yeni atanan Türkiye Cumhuriyeti Sana Büyükelçisi Mustafa Pulat'ın, TİKA Başkanı Serkan Kayalar'ı ziyaret ettiği belirtilmiştir.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, siyasal olarak yürütülen diplomatik ilişkiler çok önemlidir. Bu kapsamda Yemen'de ülkemiz adına en yetkili kişi olarak diplomasi faaliyetleri yürütecek olan büyükelçinin ülkemiz adına yurt dışında faaliyet yürüten bir kurumun başkanını ziyaret etmesi gelecekte yapılacak olan projeler açısından son derece önemlidir. Bu ziyaret sonrasında kurumlar arasındaki iletişim ile uluslararası halkla ilişkiler (ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profili) ve kamu diplomasisi (ülkenin kültürü, siyasi değerler ve dış politika) faaliyetlerinin hız kazanacağına ve başarıya ulaşacağına şüphe yoktur.



Resim 6.115. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 26 Şubat 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın, resmi Twitter hesabından atılan 26 Şubat 2021 tarihli bir diğer tweete ise, Yeni atanan Türkiye Cumhuriyeti Trablus Büyükelçisi Kenan Yılmaz'ın, TİKA Başkanı Serkan Kayalar'ı ziyaret ettiği belirtilmiştir.

Bahse konu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, TİKA, ülkemiz adına yurt dışında faaliyet yürütmesi nedeniyle ülkemizin yurt dışı temsilcilikleriyle yürütmüş olduğu ikili ilişkiler son derece önemlidir. Afrika'da bulunan Libya'nın başkenti Trablus'a atanan Büyükelçimizin ziyareti bu açıdan değerlendirilmelidir. Ülkemiz adına faaliyet yürüten bir kurum ve Büyükelçiliğimizin yapacağı iş birliği ile ülkemiz yürüteceği faaliyetlerinde zaman ve maliyet konusunda tasarruf edecektir. Ayrıca TİKA'nın Libya'da karşılaşacağı olası sorunların çözümü noktasında büyükelçiliğimiz önemli roller üstlenecektir. Bu kapsamda TİKA ve Büyükelçiliğimizin yürüteceği ilişkiler ile ülkemizin Libya'da yürüteceği uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerinin başarıya ulaşmasına imkân sağlayacaktır.



Resim 6.116. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 26 Şubat 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın, resmi Twitter hesabından atılan 26 Şubat 2021 tarihli bir diğer tweete ise, 26 Şubat 1992'de Hocalı'da vahşice katledilen soydaşlarımızı rahmetle anıldığı belirtilmiştir.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, ülkemiz adına yurt dışında faaliyet yürüten bir kurumun soydaşlarımız için özel anlam ifade eden günleri hatırlaması ve bu günleri anması bağların güçlenmesine imkân sağlayacaktır. Hocalı Katliamı, Karabağ Savaşı sırasında 26 Şubat 1992 tarihinde Azerbaycan'ın Dağlık Karabağ bölgesindeki Hocalı kasabasında yaşanan ve Azeri sivillerin Ermenistan'a bağlı kuvvetler tarafından toplu şekilde öldürülmesi olayıdır. Bu üzücü olayın yad edilmesi ve Azerbaycan halkının yanında olduğu mesajının verilmesi ülkemizin imajı açısından önemlidir. Toplumlara için önem arz eden günlerin hatırlanması onların acılarının paylaşılması ilerleyen süreçte yürütülecek olan uluslararası halkla ilişkiler (ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profili) ve kamu diplomasisi (ülkenin kültürü, siyasi değerler ve dış politika) faaliyetlerinin başarıya ulaşmasına katkı sağlayacaktır. Diğer yandan atılan tweette Azeri Türkçesinin kullanılması ve #HocalıKatliamı,

#Azerbaycan, #JusticeforKhojaly, #XocalıSoyqırımı gibi hastaglerin kullanılması ile olayın daha geniş kitlelere duyurulması amaçlanmıştır.



Resim 6.117. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 27 Şubat 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın, resmi Twitter hesabından atılan 27 Şubat 2021 tarihli tweete ise, Bosna Hersek'teki Bilimsel Araştırmalara yerli ve milli destek verildiği belirtilmiştir. Tweetin devamında TİKA, Saraybosna Üniversitesi'ne TÜBİTAK'ın desteğiyle üretilen 'Atomik Kuvvet Mikroskobu' temin ettiği ülkede ilk olacak mikroskobun tüm Ar-Ge ve üretim sürecinin Türkiye'de gerçekleştirildiği vurgulanmıştır.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, TİKA, ülkemiz adına uluslararası alanda faaliyet yürüterek ülkemizin katma değerine katkıda bulunmaktadır. Özellikle yurtdışında gençlere eğitim alanında yapmış olduğu projeler ile ülkemizin olumlu imajına katkıda bulunmaktadır. Bir ülkenin geleceği olan gençlere yatırım yapılması özellikle ilerleyen yıllarda ülkemize pozitif getirici olacaktır. Diğer yandan ülkemizin saygın bilimsel araştırmalar merkezi TÜBİTAK'ın yerli ve milli olarak geliştirdiği 'Atomik Kuvvet Mikroskobu' temin ederek Bosna Hersek'in bilimsel araştırmalarına katkıda bulunmuştur. TİKA yürütülen bu proje ile Bosna Hersek'te bulunan gençlerin zihninde albenisi olan bir Türkiye oluşturmayı amaçlamıştır. Yürüttüğü proje ile

ülkemizin yurt dışındaki çekiciliğine ve değerine katkıda bulunmuştur. Tüm bu çalışmalar ilerleyen süreçte ülkemizin yürüteceği uluslararası halkla ilişkiler (ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profili) ve kamu diplomasisi (ülkenin kültürü, siyasi değerler ve dış politika) faaliyetlerine olumlu katkısı olacaktır. Diğer tarafta atılan tweette TİKA'nın Bosna Hersek'te faaliyet yürüten TİKA Saraybosna Program Koordinasyon Ofisi, TÜBİTAK'ın etiketlenmesi ve #Türkiye, #BosnaHersek, #Saraybosna hastaglerinin oluşturulmasıyla yürütülen projenin daha geniş kitlelere duyurulması amaçlanmıştır.



Resim 6.118. TİKA'nın resmi twitter hesabından yapılan 27 Şubat 2021 tarihli paylaşım

TİKA'nın, resmi Twitter hesabından atılan 27 Şubat 2021 tarihli bir diğer tweete ise, Mozambik Cumhurbaşkanı'nın eşi Isaura Nyusi: 'TİKA'yı Mozambikli çocukların amcası olarak görüyoruz' söylemine yer verilmiştir. Tweetin devamında Mozambikli gençlerin meslek sahibi olabilmeleri amacıyla TİKA'nın yürüttüğü proje kapsamında Contunadores Derneği'ne bilgisayar sınıfları ve dikiş kursu açıldığı vurgulanmıştır.

Söz konusu tweet uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, TİKA, uluslararası alanda yürüttüğü faaliyetler ile yurt dışında ülkemizi temsil etmektedir. Sosyal alanlardan ekonomiye, sağlık sektöründen eğitime varana kadar birçok alanda faaliyet yürüterek ülkemizin imajına katkıda bulunmaktadır. Atılan tweette ülkemiz adına faaliyet yürüten bir kurumun Mozambikli gençlerin meslek sahibi olabilmesi için yürütülen projelerden bahsedilmiştir. Söz konusu projeler ile Mozambikli gençlerin zihninde olumlu imaj oluşacak ve ülkemizin Mozambik'te gördüğü değer ve çekiciliği artacaktır. Tüm bu bileşenler ülkemizin Mozambik'te etkili bir dış politika yürütebilmesine olanak sağlayacak yürüteceği uluslararası halkla ilişkiler (ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profili) ve kamu diplomasisi (ülkenin kültürü, siyasi değerler ve dış politika) faaliyetlerinin başarıya ulaşmasına imkân tanıyacaktır. Diğer taraftan atılan tweette Mozambik Cumhurbaşkanı'nın eşinin sözlerine yer verilmesi TİKA'nın Mozambik'te bulunan TİKA Moçambique Program Koordinasyon Ofisi'nin etiketlenmesi ve #Mozambik hastaginin oluşturulmasıyla söz konusu etkinliğin daha geniş kitlelere ulaştırılması amaçlanmıştır.



7. SONUÇ

Uluslararası halkla ilişkiler faaliyetlerinde birçok değişken söz konusudur. Bu değişkenler ülkeden ülkeye değişkenlik göstermekle birlikte sabit bir değişkenden söz etmemiz mümkün değildir. Bir ülkenin profili dikkate alındığında karşımıza ilk çıkan değişken ülkenin politik yapısıdır. Ülkenin politik yapısı o ülkenin yönetim yapısıyla ilgilidir. Ülkenin yönetim şekli, kurumlar arasındaki güç ilişkileri, ülkenin herhangi bir uluslararası birleşimde yer alıp almaması bu kapsamda değerlendirilmektedir. Diğer taraftan ülkenin ekonomisi ve teknik altyapısı o ülkede yürütülecek olan çalışmaları etkileyebilecek en önemli değişkenlerin başında gelmektedir. Çünkü ülkede yürütülecek olan reklam ve iletişim çalışmaları bu iki değişken doğrultusunda yönlendirilecektir. Bununla birlikte medya kültürü ve yasal düzenlemeler uluslararası halkla ilişkiler faaliyetleri bakımından da son derece önemlidir. Ülkenin sosyal yapısı ve toplumsal dinamikleri ise hedef kitleye hızlı ve doğru bir şekilde ulaşabilmek açısından son derece önemlidir.

Uluslararası halkla ilişkiler çalışmalarında ele alınan konulardan bir diğeri ise kültür kavramıdır. Kültür kavramı uluslararası halkla ilişkiler kavramı kapsamında ele alındığında öznesi insan olduğu için son derece dikkat edilmesi gereken bir konudur. Kültür kavramı sosyal bilimciler tarafından birçok araştırmaya konu edilmiştir. Kültür kavramı toplumdan topluma değişen bir kavram olması nedeniyle uluslararası halkla ilişkiler uygulayıcılarının çalışma yapacakları toplumun kültürü üzerine iyi çalışmalar yapmaları elzemdir.

Uluslararası halkla ilişkiler uygulayıcılarının dikkat etmesi gereken bir diğer husus ülkelerin iletişim profilidir. Ülkelerin iletişim profili kendilerine özgüdür. Bu kapsamda gelişmiş ülkelerle gelişmemiş ülkeler arasında iletişim anlamında büyük farklar bulunmaktadır. Bir diğer husus ise ülkelerin sözlü, sözsüz ve ikna edici iletişim kapsamında ortaya çıkan farklarıdır. Bu farklar ülkeden ülkeye, kültürden kültüre farklılık göstermektedir. Bu doğrultuda uluslararası alanda faaliyet yürütecek halkla ilişkiler çalışanı söz konusu kültürel yapıları dikkate almalı, sözlü ve sözsüz iletişim öğelerini doğru kullanmalıdır. Uluslararası halkla ilişkiler alanında faaliyet yürütülüyorsa ülkelerin profili, kültür yapısı ve iletişim profillerini göz ardı etmemelidir. Yapılacak olan çalışmada başarıya ulaşmak isteniliyorsa projenin hazırlanması aşamasında bu kriterler göz önünde bulundurulmalıdır.

Kamu diplomasisini; devletlerarası iletişim ve devletlerin başka ulusların kamuoyunu etkileme çabaları olarak tanımlamamız mümkündür. İlk kez ABD’de kullanılmaya başlanan kamu diplomasisi kavramı zamanla Avrupa başta olmak üzere tüm dünyada zikredilmeye başlanmıştır. Gelişen ve değişen teknolojilerle birlikte kamu diplomasisi kamuoyunu önemseyen, iletişim ve iknâyı ön planda tutan ülkelerin tercihi konumuna gelmiştir.

Bu doğrultuda Joseph Nye kamu diplomasisi kavramı kapsamında yumuşak güç kavramını ortaya atmıştır. Yumuşak güç ülkeler hayranlık uyandırma, gündem yaratma gibi davranışlar sergilemeyi gerektirir. Temel araç olarak diğer ülkelerin değerlerini, kültürünü, politika ve kurumlarını hedef almaktadır. Amaca ulaşmak için kamu diplomasisi ve iki veya daha çok taraflı diplomasiyi hükümet politikası olarak benimsemek amaçtır. Bu doğrultuda bir ülkenin yumuşak güç değerlerinin dayanakları olarak ülkenin kültürü (diğer ülkelere gelen çekiciliği), siyasi değerleri (yurtiçinde ve yurt dışında değer görmesi) ve dış politikasını (diğer ülkeler tarafından görülen yüzü) dikkate almak gerekir.

TİKA, sosyal medya aracı Twitter üzerinden yapmış olduğu paylaşımlarda uluslararası alanda ülkemiz adına yürütmüş olduğu çalışmaları paylaşmaktadır. Öncelikle TİKA, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığına bünyesine bağlı olarak uluslararası arenada ülkemiz adına faaliyet yürütmektedir. TİKA’nın 1 Ocak 2021 ve 28 Şubat 2021 tarihleri arasında atmış olduğu 120 tweet dikkate alındığında TİKA’nın sosyal medya aracı Twitter aktif olarak kullandığı ve yürütmüş olduğu çalışmaları kamuları ile paylaştığı gözlemlenmiştir. TİKA yürütmüş olduğu bu çalışmalarda uluslararası halkla ilişkiler bileşenleri olan ülke profili, kültür yapıları ve iletişim profilini dikkate alarak çalışmalarını yürüttüğü ve ülkemizin uluslararası halkla ilişkiler faaliyetlerine katkı sağladığı gözlemlenmiştir. TİKA, uluslararası halkla ilişkilerin bileşeni olan ülke profilini incelerken; ülkelerin politik yapısını, ekonomik ve teknik alt yapısını, medya kültürünü, yasal düzenlemeleri ve sosyal yapısını dikkate aldığı gözlemlenmiştir. Diğer taraftan ülkedeki kültür yapıları ve iletişim profili de önem arz etmektedir. İletişim profili söz konusu olduğunda ise sözlü, sözsüz ve ikna edici iletişim sınırları içerisinde faaliyet yürütülmüştür.

Kamu diplomasisi bileşenleri kapsamında, TİKA’nın paylaşımları incelendiğinde ise, TİKA yapmış olduğu paylaşımlar ile ülkemizin çekiciliğini

arttıracak etkinliklerde bulunarak yurt içinde ve yurt dışında değer görmesine katkıda bulunduğu böylece dış politika da ülkemizin güçlü bir hale gelmesine zemin hazırladığı gözlemlenmiştir.

Sonuç olarak TİKA'nın sosyal medya aracı Twitter'dan yapmış olduğu paylaşımlarda uluslararası halkla ilişkiler kapsamında ülke profili (ülkenin politik yapısı, ülkenin ekonomisi ve teknik altyapısı, medya kültürü yasal düzenlemeler, ülkenin sosyal yapısı), kültür yapıları ve iletişim profili (sözlü iletişim, sözsüz iletişim ve ikna edici iletişim), kamu diplomasisi faaliyetleri kapsamında ülkenin kültürü (diğer ülkelere gelen çekiciliği), siyasi değerleri (yurt içinde ve yurt dışında değer görmesi) dış politikaları (diğer ülkeler tarafından görülen yüzü) bileşenlerini dikkate alarak ülkemizin uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerine katkıda bulunduğu gözlemlenmiştir.



KAYNAKLAR

- Ada, N. (2001). Halkla İlişkiler Faaliyetleri ve Örgütlerde Kültür Kavramı İlişkisi. *Ege University Faculty of Economics and Administrative Sciences*, 1(2), 20-27.
- Arı, T. (2011). *Uluslararası İlişiler ve Dış Politika*. Bursa : MKM Yayıncılık.
- Azarkan, E. (2014). Uluslararası Örgütler Tarafından Yapılan Bireysel Temel Hak İhlalleri Durumunda Başvurulabilecek Hukuki Önlemlere İlişkin Bir Değerlendirme. *Dicle Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 19(30-31), 45-60.
- Aziz, A. (2003). *Siyasal iletişim*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Aziz, A. (2007). *Siyasal İletişim*. İstanbul: Nobel Yayın Dağıtım.
- Aziz, A. (2008). *İletişime Giriş*. İstanbul: Aksu Yayınları.
- Bal, İ., Sütçü, G., & Silinir, M. (2008). Uluslararası Siyasetin Aktörleri. (İ. Bal, Dü.) *Değişen Dünyada Uluslararası İlişkiler*, 23-26.
- Başlar, K. (2008). Uluslararası Hükümet Dışı Kuruluşların Rol ve Etkinlikleri. (İ. Bal, Dü.) *Değişen Dünyada Uluslararası İlişkiler*, 411-452.
- Becerikli, S. Y. (2006). Uluslararası Halkla İlişkiler Alanına İlişkin Bir Tanım ve Model Arayışı. *Amme İdaresi Dergisi*, 55-69.
- Bektaş, A. (2000). *Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi* (2. Baskı b.). İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Boyd, D., Golder, S., & Lotan, G. (2010). Tweet, Tweet, Retweet: Conversational Aspects of Retweeting on Twitter. *Proceedings of the 43rd Hawaii International Conference on System Sciences*.
- Bozarth, J. (2010). *Social Media For Trainers*. San Francisco: Pfeiffer Publish.
- Cooper, K. (1989). *Sözsüz İletişim, İnsan Yönetiminde Vücut Dilini Nasıl Kullanırsınız?* (T. Yalkı, Çev.) İstanbul: İlgi.
- Cowan, G., & Arsenault, A. (2008). Moving From Monologue to Dialogue to Collaboration: The Three Layers of Public Diplomacy. *The Annals of American Academy of Political and Social Science*, 616(0), 10-30.
- Culbertson, M. H., & Ni, C. (1996). *International Public Relations: A Comparative Analysis*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Cull, N. J. (2009). *Public Diplomacy: Lesson From the Past*. Los Angeles: Figueroa Press .
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (1994). *Effective Public Relations*. New Jersey: Prentice Hall.
- Çaha, Ö. (2003). *Aşkın Devletten Sivil Topluma*. İstanbul: Gendaş Kültür Yayınları.
- Çeçen, A. (1996). *Kültür ve Politika*. İstanbul: Gündoğan Yayınları.

- Demir, V. (2012). *Kamu Diplomasisi ve Yumuşak Güç*. İstanbul: Beta.
- Dereöğlu, N. (2000). İletişimin Gelişmesi Açısından İşaret ve Semboller. *1. Ulusal İletişim Sempozyumu Bildiri Özetleri*. Ankara: Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi&Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi.
- Dozier, M. D. (2005). İletişim Ve Halkla İlişkiler Uygulayıcılarının Örgütsel Roller. J. E. Grunig (Dü.) içinde, *Halkla İlişkiler ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik* (E. Özsayar, Çev.). Rota.
- Dökmen, Ü. (2001). *İletişim Çatışmaları ve Empati* (17. Basım). İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Edman, D. (2020). Uluslararası İlişkiler ve Yumuşak Güç Olarak Sinema Sektörü. İ. Ermağan (Dü.) içinde, *Trendler, 21. Yüzyılda Uluslararası İlişkilerde Yeni* (s. 105-124). Ankara: Nobel Kitap Yayıncılık.
- Erdoğan, İ., & Alemdar, K. (2005). *Popüler Kültür ve İletişim* (2. Baskı b.). Ankara: Erk Yayınları.
- Eren, B. (2015). Twitter ve Siyasal İletişim. S. E. Karakulakoğlu, & Ö. Uğurlu (Dü.) içinde, *İletişim Çalışmalarında Dijital Yaklaşımlar Twitter* (s. 17-31). Ankara: Heretik Basın Yayın.
- Ertürk, Ö. (2010). *Küreselleşme Ekseninde Halkla İlişkiler*. Ankara: Birleşik Yayınevi.
- Erzen, M. Ü. (2012). *Kamu Diplomasisi*. Derin Yayınları.
- Esfahani, H. S. (1994). Lessons from the political economy of privatization and public sector reform in the Middle East and Southeast Asia. *The Quarterly Review of Economics and Finance*, 34(1), 301-331.
- Freitag, A., & Stokes, A. Q. (2009). *Global Public Relations: Spanning Borders, Spanning Cultures*. Routledge: Oxon.
- Genç, H. (2010). İnternetteki Etkileşim Merkezi Sosyal Ağlar ve e-iş 2.0 Uygulamaları. *Akademik Bilişim'10-XII. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri*, (s. 481-487). 10-12 Şubat 2010, Muğla.
- Gönlübol, M. (1985). *Uluslararası Politika İlkeler Kavramlar Kurumlar*. Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.
- Gönlübol, M. (1993). *Uluslararası Politika: İlkeler, Kavramlar, Kurumlar*. Ankara: Atilla Kitabevi.
- İnternet: Gullion, E. (2020, Aralık 10). *The Edward R. Murrow Center of Public Diplomacy*. <http://web.archive.org/web/20120718031213/https://fletcher.tufts.edu/murrow/diplomacy> adresinden alındı.
- Güz, H. (2016). Uluslararası Halkla İlişkiler ve Ülke İmajı. T. Mazıcı (Dü.) içinde, *Uluslararası Halkla İlişkiler* (s. 173-197). Türkiye Alim Kitapları.
- Güz, H. (2020). Sosyal Medyada Kamu Diplomasisi ve Halkla İlişkiler. O. İmga, & S. Z. Haklı (Dü.) içinde, *Sosyal Medya ve Siyasal İletişim* (s. 179-208). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

- Hall, S. (1998). Yerel ve Küresel: Küreselleşme ve Etkinlik. S. H. Anthony D. King (der.) içinde. Çev. (Dü.) içinde, *Kültür, Küreselleşme ve* (s. 39-61). Ankara: Bilim ve Sanat.
- Haneş, N., & Andrei, A. (2015). Culture as Soft Power In International Relations. *International Conference*, 21 (1), 32-37.
- Harrison, E. B. (1998). *Sürdürülebilir Kalkınma Çağında Yeşil İletişim*. Altın Kitap Rota.
- Helvacıoğlu, N. (2007). Çok Uluslu İşletmelerde Rekabet Avantajı Sağlamanın Bir Aracı Olarak Kültürel Farklılıkların Yönetimi. *Doktora Tezi*.
- Hickson, K. (2004). Opinion Piece: Ethical Issues in Practising Public Relations in Asia. *Journal of Communication Management*, 8 (4): 345-354.
- Hirst, P., & Thommpson, G. (2007). *Küreselleşme Sorgulanıyor*. (Ç. Erdem, Çev.) Ankara: Dost Kitabevi.
- Holtz, S. (2002). *Public Relations on The Net*. American Management Association.
- Hung, F. H. (2004). Cultural influence on relationship cultivation strategies: Multinational companies in China. *Journal of Communication Management*, 8 (3): 264-282.
- Hutton, J. G. (1999). The Definition, Dimensions And Domain of Public Relations. *Public Relations Review*(25 (2)), 199-214.
- Irak, D., & Yazıcıoğlu, O. (2012). *Türkiye ve Sosyal Medya*. İstanbul : Okyan Us Yayıncılık.
- İnternet: Akçadağ, E. (ty.). Dünya’da ve Türkiye’de Kamu Diplomasisi. Kasım 5, 2020 tarihinde <http://www.kamudiplomasisi.org/pdf/emineakcadag.pdf> adresinden alındı.
- İnternet: Aktan, C. C., & Vural, İ. Y. (tarih yok). Globalleşme Sürecinde Çokuluslu Şirketler. Haziran 10, 2020 tarihinde <http://www.canaktan.org/ekonomi/cok-uluslu/aktan-makale.pdf> adresinden alındı.
- İnternet: Clinton, H. (2009, Ocak 13). *Transcript Of Clinton's Confirmation Hearing*. Aralık 15, 2020 tarihinde <https://www.npr.org/https://www.npr.org/templates/story/story.php?storyId=99290981?storyId=99290981> adresinden alındı.
- İnternet: Datareportal. (2021, 34 30). *Digital 2021 April Global Statshot Report v01*. <https://www.slideshare.net/https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2021-april-global-statshot-report-v01> adresinden alındı.
- İnternet: Holsti, K. J. (1974). *International Politics: A Framework For Analysis*. Prentice-Hall. Kasım 25, 2020 tarihinde https://books.google.com.tr/books/about/International_Politics.html?id=xoUFWfH4oWEC&redir_esc=y adresinden alındı.
- İnternet: <https://www.ethnologue.com/>. (2020, Aralık 15). *What are the top 200 most spoken languages?* Ethnologue: <https://www.ethnologue.com/guides/ethnologue200> adresinden alındı.
- İnternet: *Kamu Diplomasisi Nedir*. (2020, Kasım 10). Kamu Diplomasisi Enstitüsü: <http://kamudiplomasisi.org/component/content/article/39/59-kamudiplomasisi-nedir.html> adresinden alındı.

- İnternet: Nye, J. S. (2020, Kasım 20). *Soft Power and Higher Education*. Forum For The Future of Higher Education: <http://forum.mit.edu/articles/soft-power-and-higher-education/> adresinden alındı.
- İnternet: Öztürk, T. E. (2020, Kasım 17). *Dış Politikadaki Etkin Unsur: Kamu Diplomasisi ve Türkiye'nin Kamu Diplomasisi Etkinliği*. Kasım 15, 2020 tarihinde <https://www.academia.edu/>:
https://www.academia.edu/1877664/D%C4%B1%C5%9F_Politikada_Etkin_Unsur_Kamu_Diplomasisi_ve_T%C3%BCrkiye_nin_Kamu_Diplomasisi_Etkinli%C4%9Fi adresinden alındı.
- İnternet: Savsak, H. (2020, Haziran 17). <https://www.bilgenc.com/>.
<https://www.bilgenc.com/kultur-nedir/>:
<https://www.bilgenc.com/kultur-nedir/> adresinden alındı.
- İnternet: TDK, T. D. (2020, Kasım 4). <https://sozluk.gov.tr/>. Türk Dil Kurumu Sözlükleri: <https://sozluk.gov.tr/> adresinden alındı.
- İnternet: *TİKA Faaliyet Raporu 2020*. (2021, 03 10). <https://www.tika.gov.tr/upload/sayfa/FAAL%C4%B0YET%20RAPORU%202020/TIKA Faaliyet2020Web.pdf> adresinden alındı.
- İnternet: *TİKA Hakkında*. (2021, 03 10). www.tika.gov.tr:
<https://www.tika.gov.tr/tr/sayfa/hakkimizda-14649> adresinden alındı.
- İnternet: *TİKA Tarihçe*. (2021, 03 10). www.tika.gov.tr:
<https://www.tika.gov.tr/tr/sayfa/tarihce-222> adresinden alındı.
- İnternet: Tuch, H. N. (1990). *Communicating With the World: U.S. Public Diplomacy Overseas*. New York: St.Martin's Press. 10 5, 2020 tarihinde Kamu Diplomasisi Enstitüsü: <http://www.kamudiplomasisi.org/pdf/emineakcadag.pdf> adresinden alındı.
- İnternet: Wikipedia. (2020, Haziran 15). *Ülkeler listesi*. <https://tr.wikipedia.org/>:
https://tr.wikipedia.org/wiki/%C3%9Clkeler_listesi adresinden alındı.
- İskit, T. (2011). *Diplomasi Tarihi, Teorisi, Kurumları ve Uygulaması*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- İskit, T. (2012). *Diplomasi: Tarihi, Teorisi, Kurumları ve Uygulaması* (4. Baskı b.). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Kadercan, B. (2014). Güç. Ş. Kardaş, A. Balcı, Ş. Kardaş, & A. Balcı (Dü) içinde, *Uluslararası İlişkilere Giriş* (s. 311-324). İstanbul: Küre Yayınları.
- Kapani, M. (2007). *Politika Bilimine Giriş* (14. Baskı b.). Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Karakaya, S. (2006). Uluslararası Halkla İlişkiler: Antalya'da Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler ile T.C. Yurtdışı Ticaret ve Ekonomi Müşavirlikleri'nde Bir Araştırma. *Yüksek Lisans Tezi*.
- Kardaş, T., & Erdağ, R. (2012). Bir Dış Politika Aracı Olarak TİKA. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 7(1): 167-193.
- Keleş, Ç. (1999). Behice Boran'ın İletişim Alanına Katkıları. *Kültür ve İletişim*, (1) kış: 15-42. .

- Kenar, N., & Örnek, S. (2008). Uluslararası İlişkiler ve Devletlerin Dış Politika Tercihleri. (İ. Bal, Dü.) *Değişen Dünyada Uluslararası İlişkiler*, 153-208.
- Kınlı, O. (2006). *Osmanlıda Modernleşme ve Diplomasi*. Ankara: İmge Kitabevi.
- King, A. (1998). Giriş: Kültür Mekanları, Bilgi Mekanları. G. S. Anthony D. King (der.) içinde. Çev. (Dü.) içinde, *Kültür, Küreselleşme ve Dünya Sistemi* (s. 17-37). Ankara: Bilim Sanat.
- Kissinger, H. (2002). *Diplomasi*. (İ. Kurt, Çev.) İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Kocabıyık, H. (2019). Değişen Diplomasi Anlayışı, Kamu Diplomasise Türkiye. *Avrasya Etüdleri*, 163-196.
- Korkmaz, A. (2015). Yeni Toplumsal Hareketler ve Twitter. S. E. Karakulakoğlu, & Ö. Uğurlu (Dü) içinde, *İletişim Çalışmalarında Dijital Yaklaşımlar Twitter* (s. 93-116). Ankara: Heretik Basın Yayın.
- Köksoy, E. (2013). Halkla İlişkiler Bağlamında Kamu Diplomasisi Yönetimi Türkiye'nin Kamu Diplomasisindeki Yetkinlik İncelemesi. *Doktora Tezi*.
- Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (2. Edition b.). Thousand Oaks: CA: Sage.
- Kunczik, M. (1997). *Images Of Nations and International Public relations*. New Jersey: Lawrence Earlbaum.
- Lebedeva, M. (2007). *World Politics/Mirovaya Politika*. Moskova: Aspekt-Press.
- Leuven, J. K., & Pratt, C. B. (1996). Public Relations Role: realities in Asia and in Africa South of the Sahara. (v. C. M. Hugh Culbertson, Dü.) *International Public Relations: A Comparative Analysis*, 93-106.
- Mattern, J. B. (2005). Why 'Soft Power' Isn't So Soft: Representational Force and the Sociolinguistic Construction of Attraction in World Politics. *Millennium: Journal of International Studies*, Vol.33, No.3, s. 583-612.
- Melissen, J. (2005). Wielding Soft Power: The New Public Diplomacy. *Clingendael Diplomacy Papers No2*.
- Melissen, J. (2007). *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations* (Second Edition b.). New York: Palgrave Macmillan.
- Mengü, S. Ç. (2012). *Halkla İlişkiler Bir Kültür Politikası*. Konya: Eğitim Kitabevi.
- Milburn, A. M. (1998). *Sosyal Psikolojik Açından Kamuoyu ve Siyaset*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Morgenthau, H. (1970). *Uluslararası Politika: Güç ve Barış Mücadelesi* (Cilt 2). (B. O. Oskay, Çev.) Ankara: Sevinç Matbaası.
- Nye, J. S. (1990). *Bound to Lead The Changing Nature of American Power*. New York: Basic Books.

- Nye, J. S. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs.
- Nye, J. S. (2005). *Yumuşak Güç*. Ankara: Elips Kitap.
- Nye, J. S. (2008). Public Diplomacy and Soft Power. *The Annals of the Academy of Political and Social Science*(616).
- Nye, J. S. (2009). Get Smart: Combining Hard and Soft Power. *Foreign Affairs*, 88(4), 1-3.
- Nye, J. S. (2010). American and Chinese Power after the Financial Crisis. *The Washington Quarterly*, 33:4 pp. 143-153. doi:10.1080/0163660X.2010.516634
- O'Reilly, T., & Milstein, S. (2011). *The Twitter Book*. Sebastopol-California: O'Reilly Media.
- Okay, A., & Okay, A. (2001). Uluslararası Halkla İlişkiler. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*(11), 267-298.
- Okay, A., & Okay, A. (2007). *Halkla İlişkiler: Kavram, Strateji ve Uygulamaları*. İstanbul: Der Yayınları.
- Oran, B. (2010). *Türk Dış Politikası Cilt 2* (12.Baskı). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Özdemir, H. (2008). Uluslararası İlişkilerde Güç: Çok Boyutlu Bir Değerlendirme. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 63.3, 113-144.
- Özkan, A. (2015). *21.Yüzyılın Stratejik Vizyonu Kamu Diplomasisi ve Türkiye'nin Kamu Diplomasisi İmkanları*. TASAM Stratejik Rapor: 70.
- Pratt, C. B., & Ogbondah, W. C. (1996). International Public Relations Education: US. Issues and Perspectives. (M. H. Culbertson, & C. Ni, Dü) *International Public Relations: A Comparative Analysis*, 391.
- Riggins, J. (1998). *A Strategic Assessment of Public Diplomacy*. USAF.
- Roberts, W. R. (2007). "What Is Public Diplomacy? Past Practices, Present Conduct, Possible Future. *Mediterranean Quarterly*(18 Number 4), 36-52.
- Salamon, L. M., & Anheier, H. K. (1997). *Defining the nonprofit sector: A cross-national analysis*. Manchester: Manchester University Press.
- Sancak, K. (2016a). Yumuşak Güç Kaynağı Olarak Kültür ve Türkiye'nin Yumuşak Gücünde Kültür Faktörü. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 2 (4), 16-26.
- Sancak, K. (2016b). *Uluslararası İlişkilerde Güç Kavramı ve Yumuşak Güç*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Sancar, G. A. (2012). *Kamu Diplomasisi ve Uluslararası Halkla İlişkiler*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Sancar, G. A. (2015). Turkey's Public Diplomacy: Its Actors, Stakeholders, and Tools. B. Çevik, & P. Seib (Dü) içinde, *Turkey's Public Diplomacy* (s. 13-42). Neww York: Palgrave Macmillan.

- Sayimer, İ. (2008). *Sanal Ortamda Halkla İlişkiler*. İstanbul: Beta Basım-Yayım Dağıtım A.Ş.
- Seyidoğlu, H. (2002). *Ekonomik Terimler ve Ansiklopedik Sözlük*. İstanbul: Güzem Can Yayınları.
- Sezgin, M., & Bulut, B. (2013). Örgüt Kültürü ve Halkla İlişkiler. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3 (2) , 182-194.
- Silsüpür, Ö. (2016). Siyasal İletişim Aracı Olarak Twitter'ın Kullanımı: 07 Haziran 2015 Genel Seçimi Üzerine Bir Çalışma. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 4(2), 725-747.
- Snow, N. (2004). From Bombs and Bullets to Hearts and Minds: U.S. Public Diplomacy in Age of Propaganda. R. Y. Kamalipour, & N. Snow içinde, *War, Media and Propaganda: A Global Perspective* (s. 17-24). Oxford: Rowman & Littlefield Publishers.
- Sönmezoğlu, F. (2000). *Uluslararası Politika ve Dış Politika Analizi* (3.Baskı). İstanbul: Filiz Kitabevi.
- Sönmezoğlu, F. (2005). *Uluslararası İlişkilere Giriş*. İstanbul: Der Yayınları.
- Sriramesh, K. (2002). The Dire Need For Multiculturalism in Public Relations Education: An Asian Perspective. *Journal of Communication Management*, 7 (1), 54-71.
- Sriramesh, K., & Vercic, D. (2001). International Public Relations: A Framework for Future Research. *Journal of Communication Management*, 6(2), 103-117.
- Sriramesh, K., & Vercic, D. (2004). The Innovativeness-needs Paradox and Global Public Relations. *Media Asia*(31 (1), 3-12.
- Sriramesh, K., & Vercic, D. (2007). The Impact of Globalization on Public Relations. *Public Relations Review*, 33(4), 355-359.
- Sriramesh, K., & Vercic, D. (2008). *The Global Public Relations Handbook*. New York: Taylor & Francis.
- Stemler, S. (2001). An Overview of Content Analysis. *Practical Assessment, Research & Evaluation*, 7(17).
- Taşkın, E. (1993). *Yönetim Pazarlama Satış*. İstanbul: Der Yayınları.
- Tench, R., & Yeomans, L. (2006). *Exploring Public Relations*,. England: Prentice Hall.
- Tiedman, A. (2005). Branding America: An Examination of U.S. Public Diplomacy Efforts After September 11, 2001. *Yüksek Lisans Tezi*.
- Timisi, N. (2015). *Önsöz*. (S. E. Karakulakoğlu, & Ö. Uğurlu, Dü) Ankara: Heretik Basın Yayın.
- Tuncer, H. (2005). *Eski ve Yeni Diplomasi*. Ankara: Ümit Yayınevi.
- Turhan, M. (1994). *Kültür Değişimleri: Sosyal Psikoloji Bakımından Bir Tetkik* (2. baskı b.). İstanbul: Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Vakfı Yayınları No:1.

- Uysal, B. (1998). *Siyaset, Yönetim, Halkla İlişkiler*. Ankara: TODAİE Yayınları.
- Üner, E. (2016). Geleneksel Medyanın Sosyal Medyayı Nasıl Kullandığına Dair Bir İnceleme: Dizilerin Twitter kullanımı. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*(20(1)), s. 153-170.
- Van Dijck, J. (2011). Tracing Twitter: The Rise of a Microblogging Platform. *International Journal of Media and Cultural Politic*, 7(3), 333-348.
- Vercic, D. (2008). Public Relations of Movers and Shakers: Transnational Corporations. *The Global Public Relations Handbook*, New York, Taylor & Francis,, 482.
- Vercic, D., Gruing, L. A., & Grunig, J. E. (2009). Global and Spesific Principles of ublic Relations: Evidence of Slovenia. (H. M. Culbertson, & N. Chen, Dü) *International Public Relations: A Comparative Analysis*, 31-66.
- İnternet: Wikipedia. (2021, 02 05). *Sosyal Medya*. Wikipedia: https://tr.wikipedia.org/wiki/Sosyal_medya adresinden alındı.
- Wakefield, R. (2000). Preliminary Delphi Research on International Public Relations Programming. (D. V. D. Moss, Dü.) *Perspectives on Public Relations Research*, 179-204.
- Wakefield, R. (2008). Theory of International Public Relations, the Internet, and Activism: A Personal. *Journal of Public Relations Research*, Vol. 20, 138-157.
- Wilson, J. E. (2008). Hard Power, Soft Power, Smart Power. *The Annals of the Academy of Political and Social Science*(616), 110-124.
- Yağmurlu, A. (2007). Halkla İlişkiler Yöntemi Olarak Kamu Diplomasisi. *İletişim Araştırmaları Dergisi*, 5(1): 9-38.
- Yıldırım, G. (2014). Uluslararası Halkla İlişkiler Perspektifinden Kamu Diplomasisi: Türkiye Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü Örneği Çerçevesinde Kültürel Diplomasi. *Doktora Tezi*, 1-445.
- Yıldırım, G. (2015). *Uluslararası Halkla İlişkiler Perspektifinden Kamu Diplomasisi*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Yılmaz, E., & Güney, Z. (2011). Dönüşüm Sonrası Balkan Ülkelerinde Gelişen Uluslararası Halkala İlişkiler (Slovenya ve Sırbistan Örnekleri). *UluslararasıBalkan Kongresi* (s. 336-353). Kocaeli: Bilge Adamlar Stratejik Araştırmalar Merkezi.
- Zaharna, R. S. (2001). An 'In-Awareness' Approach to International Public Relations. *Public Relations Review*(27), 135-148.
- Zaharna, R. S. (2005). The Network Paradigm of Strategic Public Diplomacy. *Policy Brief*, 10(1): 1-4.
- Zvyagina, D. (2012). Kulturnoye Vliyaniye kak Komponent Myagkoy Silı. *Jurnal Gramota*, 11 (25), 94-98.

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Soyadı, Adı : BASAN, Mehmet
Uyruğu : T.C.

Eğitim

Derece	Eğitim Birimi	Mezuniyet Tarihi
Yüksek Lisans	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi / Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı	Devam Ediyor
Lisans	Polis Akademisi – Fakülte Yüksek Okullar	2015
Lisans	Gazi Üniversitesi – Halkla İlişkiler ve Tanıtım	2015
Lise	İsmet Ayşe Behzatoğlu Anadolu Lisesi	2011

İş Deneyimi

Yıl	Yer	Görev
-	-	-

Yabancı Dil

İngilizce

Yayınlar

-

Hobiler

-



