

## Dijital Diplomasi, Küresel Algı ve Türkiye\*

Pınar Aslan, Oğuz Göksu

### Özet

Gelişmekte olan ülkeler arasında yer alan Türkiye için dijital araçların aktif şekilde kullanımı Türkiye'nin kendisini dünyaya anlatması noktasında kritik öneme sahiptir. Türkiye, imajını restore etmek üzere küresel algıları değiştirmeyi hedeflemelidir. Bu bağlamda, en kolay ve en hızlı sonuç alınabilecek yöntem dijital diplomasisinin işlevsel hale getirilmesidir. Dijital mecralardaki en önemli konunun kaynağın güvenilirliği olduğu kabul edilmektedir. Buna bağlı olarak ülkelerin kendileri hakkındaki en doğru bilgilerin online ortamlarda dolaşımını sağlayabilmesi için dijital diplomasiyi stratejik biçimde kullanması gerekmektedir.

Çalışmanın amacı, kamu diplomasisi ekseninde dijital diplomasinin dünyadaki ve Türkiye'deki uygulamalarını mercek altına almaktır. Ülkelerin dijital mecradaki faaliyetleri araştırmanın sınırlılıklarını oluşturmaktadır. Çalışmanın araştırma safhasında, dünyadaki dijital diplomasi faaliyetleri incelenerek Türkiye'de dijital diplomasi perspektifiyle neler yapıldığı incelenmiştir. Ayrıca devlet eliyle ve sivil toplum inisiyatifiyle hangi uygulamaların geliştirildiği irdelenmiştir. Sonuç olarak Türkiye'nin gelecek yıllarda dijital diplomasiden nasıl faydalanması gerektiğiyle ilgili önerilerde bulunulmuştur. Bu çalışma, dijital diplomasi konusunda ampirik araştırmalar yapılarak dijital diplomasinin hangi hedef kitlelerde, ne gibi karşılıklara sahip olduğunun tespit edilmesi gerektiğini göstermiştir. Diğer yandan, dijital kamu diplomasisi kavramına odaklanılarak bu olgunun kamu diplomasisi zemininde Türkiye'nin yabancı kamuoylarının algılarını yönetmede bir araç olarak kullanılması öngörülmektedir.

**Anahtar Sözcükler:** Dijital diplomasi, kamu diplomasisi, Türkiye, küresel algı

---

\*Atıf: Aslan, P. & Göksu, O. (2016). *Digital Diplomacy, Global Perception and Turkey*, Eds. Sezer, N., Gezgin, S. & Yolcu, E. '14th International Symposium Communication in the Millennium' İstanbul, pp.573-590.

## Digital Diplomacy, Global Perception and Turkey

### Abstract

Using digital tools actively is critically important for Turkey as it is a developing country and it needs to explain itself to the world. Turkey is to aim changing its global perception to be able to restore its image. In this context, the easiest and fastest way is the effective usage of digital diplomacy.

It is widely known that the most important topic in digital media is source trustability. Hence, countries that want to enable the circulation of true information about themselves need to use digital diplomacy strategically.

This study aims to analyze the digital diplomacy practices in Turkey and all over the world in public diplomacy context. Constraints of the research are due to the fact that digital practices of the countries are limited at the moment. In the research part of the study, digital diplomacy practices in the world are examined and then Turkish digital diplomacy perspective is analyzed. The practices by the government and by some non-governmental institutions are examined. Finally, some advice about how Turkey's future digital diplomacy practices should be is given.

This study shows the importance of target group and research when it comes to foresee the possible results of digital diplomacy practices. Furthermore, it focuses on the term digital public diplomacy and emphasizes the need to use digital diplomacy as a way to manage global perception of Turkey.

**Keywords:** Digital diplomacy, public diplomacy, Turkey, global perception

### Giriş

Diplomasi, Oxford İngilizce sözlüğünde “milletlerarası münasebetlerin müzakerelerle yürütülmesi; bu münasebetlerin büyükelçi ve elçilerle icrası ve idaresi metodu; diplomatların işi ve sanatı” şeklinde tanımlanmıştır (Demir, 2012: 7).

Dijital diplomasi Türkiye için çok yeni bir kavramdır. 2009 yılında gündeme gelmeye başlayan kavram zaman içerisinde diplomasi faaliyetlerinde kendine yer edinmeye başlamıştır. Uzmanların bir kısmına göre kamu diplomasisi pratikleri ve dijital diplomasi uygulamaları örtüşmemektedir. Ancak bu çalışmadaki bakış açısı bu iki alanın kesiştiği noktalara odaklanmaktadır. Kamu diplomasisi ile dijital diplomasinin birbirinden soyutlanamayacağı ve dijital diplomasinin bizatihi bir kamu diplomasisi çalışması

olduğunun altı çizilmelidir. Dijital diplomasi stratejik bir adım olarak yumuşak güç unsuru olarak konumlandırılabilir. Kamu diplomasisi eylemlerinin dijital diplomasi alanında varlığını ortaya koyması, diplomasinin farklı bir yaklaşımı olan kamu diplomasisinin yeni diplomasi ile entegrasyonunu sağlayacaktır. Online nüfusun giderek arttığı süreçte kamu diplomasisi gayretleri dijital diplomasi ile birleştirilmelidir.

Çalışmada, “Ülkeler kamu diplomasisi ekseninde dış politikada dijital diplomasiden nasıl faydalanmaktadır?” sorusuna yanıt aranmıştır. Bu çalışma dijital diplomasi alanındaki çalışmaları değerlendirmiş ve dijital diplomasi uygulamalarını derlemiştir. Çalışmanın sonuç kısmında kamu diplomasisi perspektifinde Türkiye’nin dijital diplomasiden nasıl faydalanabileceği konusunda önerilerde bulunulmuştur. Dijital diplomasinin bir adım ötesine geçilerek dijital kamu diplomasisi vizyonu geliştirilmelidir.

### **Kamu Diplomasisinin Genel Çerçevesi**

Kamu diplomasisi kavramı, 1960’larda ilk kez ifade edildikten sonra ancak 1990’larda diplomatik anlamda sorunların çözümüne yönelik işlevsel bir araç olarak kullanılmaya başlanmıştır (Varoğlu, 2013: 1). Kamu diplomasisinin hedeflerine bakıldığında, kamuoyu oluşturan tüm bileşenlerin kapsandığı görülecektir (Bozkır, 2013: 32).

Kamu diplomasisinin devletlerin halkla ilişkilerinden devletlerin pazarlanmasına dönüştüğü şeklinde tanımlar da bulunmaktadır (Rasmussen ve Merckelsen, 2012: 812). Ancak bu bakış açılarının yanı sıra “Bir algı yönetimi unsuru olarak kamu diplomasisi, devletlerin hem ülke içinde hem de dışında izledikleri politikalara ve savundukları değerlere yönelik kamuoyu oluşturmak noktasında başvurdukları önemli bir araçtır” çerçevesini çizen perspektifler kamu diplomasisini tam manasıyla karşılamaktadır (Saraçlı 2014: 273). Kamu diplomasisi kavramı ilk olarak ortaya çıktığı zamanlardan bugüne kadar önemli anlam ve uygulama değişimleri yaşamıştır.

Kamu diplomasisi dört temel aşamada yürütülmektedir. Birinci aşama farkındalık yaratmak, ikinci aşama ilgi uyandırmak, üçüncü aşama hedef kitlede kazanılan taraftarlar yoluyla daha geniş kitleye ulaşmak, dördüncü aşama ise ülke veya konu lehine eyleme geçilmesini sağlamaktır (Bozkır, 2013: 32-33). Medya, kültür, film, spor, teknoloji, bilim, sanat, eğitim, yüksek öğrenim, edebiyat, mimari ve inovasyon kapasitesi kamu diplomasisinin en önemli hazineleridir (Varoğlu, 2013: 18).

Kamu diplomasisi olgusunu Türkiye açısından ele alırken tek boyutlu bir betimleme yapmak konunun özümsemesini, Türkiye'nin henüz bakir olan bu alandaki politikalarının ve örtük mesajlarının ortaya çıkarılmasını engeller.

### **Kamu Diplomasisi ve Yumuşak Güç İlişkisi**

Son dönemlerde hızlı bir şekilde önem kazanan yumuşak güç, kamu diplomasisinin en önemli araçlarından biridir. Yumuşak güç, etkinin kaynağı olmasına rağmen sadece 'etki' olarak çerçevenemez. Bir ülkenin yumuşak gücü üç ana unsura yaslanır; kültüre, siyasal değerlere ve dış politikalara (Nye 2005: 20; Yılmaz 2012: 55). Yumuşak güç, ülkelerin farklı kamuoylarında gündem oluşturma ve konuların sınırlarını belirlemede başat faktör olması sebebiyle her geçen gün değer kazanmakta ve devletler bu alana yönelmektedirler.

Yumuşak güç, 21. yüzyılda demokratik politikaların en önemli bölümünü oluşturmakla birlikte, tercihlerini kabul ettirme yeteneği, kültür, siyasal değerler, meşru görülen politikalar, cazip bir karakter gibi soyut kavramlarla ilgilidir. Yumuşak güç, insanları ikna etme ve sözlerle onları etki altına almanın ötesinde, kişileri, blokları, kitleleri ya da ülkeleri kendine çekme becerisi ve çekicilik arz etmek anlamına gelmektedir. Davranışsal perspektiften ise, yumuşak güç, çekici güç manasını taşımaktadır. Diğer yandan yumuşak güç, istediğini zor kullanmadan, silahlı güce veya paraya dayanmadan kendi havzaya getirebilme meziyetidir (Nye, 2005: 15). Bilimsel çalışmalar, edebiyat, eğitim, sanat, kültür, sinema, ekonomi, turizm gibi alanlarda bir ülke ne kadar çok ülke ve toplum tarafından beğeniliyorsa, ilgi duyuluyorsa ve araştırılıyorsa yumuşak güç kapasitesi artıyor anlamına gelmektedir. Bu konuda Avrupa ülkeleri ve ABD her zaman için cazibe merkezi olmuş ve bu nedenle beyin gücü ve sanatsal zenginlik bu ülkelerde yerleşik hale gelmiştir (Kalın, 2010). Günümüzde artık ülkeler sahip oldukları; spor, sanat, bilim, kültür, eğitim, turizm ve benzeri yumuşak güç unsurları ile başka ülkeleri etkilemekte, bu ülkeler ve onların toplumları için cazip bir ülke konumuna gelmekte ve bu çerçevede kendi fikirlerini başka ülkelerde yaymaktadırlar. Ülkeler açısından yeni uluslararası paradigmada yer alabilmek için kamu diplomasisi kavramının önemini anlamak, sonuç getiren stratejileri hayata geçirmek ve kendileri için bir 'ülke markası' inşa etmek göz ardı edilemez konular haline gelmiştir (Özkan 2014: 3).

Ülkelerin yumuşak güç unsurları birer iletişim aracına dönüştürülerek devletler tarafından yabancı halkların zihninde yer edinmek, farklı ülkelerin kamuoyunda kendiliğinden gündeme gelmek ve medyada yer almak açısından büyük önem taşımaktadır.

## **Dijital Diplomasi Nedir?**

Klasik diplomasinin çalışmalarının internet yoluyla web üzerinden gerçekleştirilmesi ve bir diyalog oluşturulması dijital diplomasi ile gerçekleştirilmektedir. Dijital diplomasi, dış politikayla ilgili gelişmelerin ve sorunların internet yoluyla çözülmesi yöntemi olarak tanımlanabilir. Dijital diplomasi aynı zamanda sosyal ağlar yoluyla özellikle Twitter ve Facebook başta olmak üzere yabancı kamuoylarının kalplerinde ve zihinlerinde yer edinilmesidir. Devletler ya da hükümet dışı organizasyonlar ile yabancı halklarla dijital araçlar kullanarak iletişime geçilmesi ve onlara bilgi aktarılması dijital diplomasi çerçevesinde değerlendirilmektedir. Bu diplomasi yöntemi, interaktif bir süreçtir. Olumlu gelişmelerle desteklenmesi ve planlı biçimde sürdürülmesi doğru bir yaklaşım olarak görülmektedir. Dijital diplomasi hedef kitlelere değil, hedef bireylere hitap etmektedir. Dijital diplomasi, krizlerin ve risklerin önlenmesini sağlayan bir yöntemdir (Bahcesehir, 2013; Yenisafak, 2014).

Dijital diplomasi, yumuşak güç, veri görselleştirme, dijital diaspora, dijital kültür diplomasisi ve dijital ülke markalaşması gibi konularla ilgilenmektedir. Dijital diplomasi, fütürizm, online chat, siber güvenlik gibi kavramları da bünyesinde barındırmaktadır. Dijital diplomasinin tanımı ve kapsamı konusunda farklı fikirler bulunmaktadır. ABD'de teknolojiye dayalı internet özgürlüğü gerektiren, halkın isteklerini önemseyen, siberaktivizmle ilgilenen ve yeni demokratik diplomasi türü olarak görülmektedir. Birleşik Krallık, klasik diplomasi sorunlarının internet yoluyla çözülmesi, klasik diplomasinin internete taşınması halini dijital diplomasi olarak değerlendirmektedir. Diğer taraftan dijital diplomasi, siyasal aktörlerin iyi niyetli ancak düzensiz sosyal medya kullanımları kesinlikle dijital diplomasi olarak değerlendirilemez (Bahcesehir, 2012).

Klasik diplomasinin internet ortamına taşınması diplomasiye alternatif bir yöntem sunmaktadır. Dijital diplomasinin kamu diplomasisi çerçevesinde bir strateji olarak düşünülmesi ve sistemli hale getirilmesi ülkelerin dijital ortamlarda efektif bir şekilde temsil edilmesini sağlayacaktır.

Günümüz dünyasında yumuşak gücün en önemli unsurlarının başında teknoloji gelmektedir. Teknolojinin bir yumuşak güç unsuru olarak kullanılması adına çok sayıda fırsat doğmuştur (Varoğlu, 2013: 7). Dijital diplomasi de bu eksende teknolojik dönüşümün bir çıktısı olarak kamu diplomasisi çerçevesinde bir araç kullanılabilir.

Web 2.0 bireylerin içerik üreticisi olmasının önünü açmış, bilgiyi yayma işlevini medyanın tekelden çıkartarak bireylerin de bu imkana ulaşmasını sağlamıştır. Günümüzde isteyen herkes içerik üreticisi olabilmektedir. Bu nedenle özellikle kriz durumlarında devletlerin dış politika ile ilgili konularda çok hızlı şekilde hareket ederek birincil kaynak olarak bilgilendirme ve bilgiyi yayma görevini başka odaklara veya kişilere bırakmadan bu işlemi kendisi yapmalıdır. Devletlerin ciddi sorunlar ya da olumsuz gelişmelerle ilgili kamuoyunu aydınlatmaması, konuyu izah etmemesi gibi durumlar krize sebep olmakta özellikle sosyal medyada dezenformasyon çok ivedi şekilde yayılmaktadır. Bu durumun önüne geçmek için dijital diplomasi en işlevsel araç olarak karşımıza çıkmaktadır. Dijital diplomasi, çok geniş kitleleri çok hızlı bir şekilde bilgilendirilerek krizlerin önüne geçilebilir, mevcut krizler durdurulabilir ve bilgi karmaşası doğmadan durumu ya da krizi kontrol edebilir.

Gökhan Yücel, bir kategorizasyon yaparak diplomasiyi 4'e ayırmıştır. Diplomasi 1.0'ı siyah takım elbiseli beyaz gömleli kişilerin yaptığı reel politiğin, ulusal çıkarların ve propagandanın mevzubahis olduğu bir iştir ve Henry Kissenger'in yazdığı "Diplomacy" kitabının bu kategoriyi sembolize etmektedir. Diplomasi 2.0 devlet-halk ilişkilerinin merkezde olduğu kamu diplomasisi denilebilecek ve Joseph Nye'nin yazdığı "yumuşak güç" kavramıyla daha iyi anlaşılmaktadır. Dijital diplomasi 3.0 her yerde, her zaman, herkes için herkes tarafından yapılan bir diplomasi'dir. Onun için devletin her zaman bir muhatap olması gerekmemektedir. Dijital diplomasi de sınırsızlık ön plandadır ve Westphalia'nın çizdiği kamu diplomasi sınırlarını tanımaktadır. Diplomasi 4.0 ise, nesnelere arası etkileşimi sağlayacak über-diplomasi olarak tanımlanmaktadır (Yenidiplomasi, 2015).

Yücel ayrıca, dışişleri bakanlıklarının yeni medya ile ilgili verilere ve rakamlara bakarak dijitalleşme konusunda yakın geleceğe dönük öngörülerde bulunduğu altını çizmektedir. Geleneksel diplomasi tarzı uluslar arası ilişkilerde baskınlığını korusa da yeni medyanın yaygınlaşmasıyla gelişen siberaktivizm de dijital diplomasi'nin kapsamında varlığını hissettirmektedir (Yenidiplomasi, 2015; Lichtenstein, 2010).

Dijital diplomasi büyük resmin içinde ikna ve algı inşa etmede sadece bir araçtır ve can alıcı nokta ülkelerin dijital diplomasiyi nasıl dizayn edeceği ve içeriği nasıl oluşturacağıdır. Dijital diplomasi ile ülkelerin yabancı kamuoylarına ne söyleneceğini belirler. Dijital diplomasi'nin en büyük handikabı sosyal medya ile çok geniş kitleye ulaşmak mümkün olsa da mesajların etkinliği arasında negatif bir korelasyon olma ihtimalidir. Bu nedenle

dikkatli bir planlama yapılması gerekmektedir. Yapılacak kritik bir hata telafisi çok zor sonuçlara neden olmaktadır (Digitalaffairs, 2010; Exchangediplomacy, 2012).

**Tablo 1: Geleneksel Kamu Diplomasisi ve 21. Yüzyıl Kamu Diplomasisi Karşılaştırması** (Szondi, 2009: 305):

	<b>Geleneksel Kamu Diplomasisi</b>	<b>21. Yüzyıl Kamu Diplomasisi</b>	<b><i>Dijital Kamu Diplomasisi</i></b>
Ortam	Çatışma, gerilimler	Barış	<i>Barış</i>
Amaç	Hedef Kitlelerde davranış değişikliği yaratarak siyasal değişim sağlamak	Ülkenin yurt dışında siyasi ve ekonomik çıkarlarını ileriye taşıyacak uygun çevre olumlu imaj yaratmak	<i>Dijital iletişim kurmak ve ülkelerin hikayesini yeni medyada anlatmak</i>
Strateji	İkna Kamuların idaresi	İlişki kurmak ve geliştirmek Halk ile kaynaşmak	<i>Dijital mecrada var olmak</i> <i>Dijital imaj oluşturmak</i>
İletişimin Yönü	Tek yönlü iletişim (monolog)	İki yönlü iletişim (diyalog)	<i>İki yönlü iletişim</i>
Araştırma	Çok az, gerekirse	Bilimsel araştırma, geri bildirim değerlendirme	<i>Yeni medya araştırmaları, Online kullanıcı araştırmaları</i>
Mesajın İçeriği	İdeolojiler Çıkarlar	Düşünceler Değerler	<i>Politikaların yeni medyaya taşınması, dijital içerik üretimi</i>
Hedef Kitle	Hedef ülkenin bütün halkı	Sınıflandırılmış kamular	<i>Dijital kamular</i> <i>Online aktivistler</i> <i>Yeni medya kullanıcıları</i>
Kanal	Geleneksel kitle iletişim araçları	Eski ve yeni medya	<i>Genelde yeni medya</i> <i>Özelde sosyal medya</i>
Bütçe	Devlet finanse eder	Devlet ve özel sektör finanse eder	<i>Devlet ve özel girişimler finanse eder</i>

## **Dünyada Dijital Diplomasi Çalışmaları Ne Durumdadır ve Uygulamaları Nelerdir?**

Dijital diplomasi akımının hissedildiği en önemli ülkeler arasında ABD, İsrail ve Büyük Britanya bulunmaktadır. "21. Yüzyıl Devlet Modeli" adıyla ABD Dışişleri Bakanlığı tarafından dijital diplomasi için 'devlet planı' oluşturulmuştur. İsrail devleti, 'Hasbara' adıyla tanınan kamu diplomasisi etkinliklerinde aksaklıklar ve düzensizlikler yaşanması sebebiyle 'vatandaş diplomatlar' yetiştirme projesine başlayarak bu kişilere ilerleyen dönemlerde yeni medyada ülkelerini temsil etmesine fırsatı verecektir. Britanya ise, Dışişleri Bakanlığı'nın çalışmasıyla sosyal medya araçları kullanım kılavuzu hazırlayarak yayınlamıştır. İsveç, 2013 yılında 'dijital diplomasi ekibi' uygulamasıyla dikkat çekmiş ve sosyal ağlarda oldukça fazla takipçi kazanmıştır. Birçok ülke büyükelçilerinin yanında dijital diplomasi konusunda eğitim almış kişileri görevlendirmeye başlamıştır. Ancak Türkiye henüz böyle bir uygulamaya gitmemiştir (Radikal, 2012; Webrazzi, 2014).

ABD Dışişleri Bakanlığı altında kurulan "21. Yüzyıl Devlet Modeli" kapsamında yeni medya diplomatlara konuşma fırsatı sunmasının dışında daha önemli bir nitelik olarak vatandaşları ve dünyanın farklı yerlerinden insanları dinleme imkanını sağlamaktadır. Bu model doğrultusunda büyükelçiler ve diplomatlar dijital diplomasi konusunda eğitildikten sonra diyalog oluşturmak amacıyla hem yerel hem de küresel sosyal medya araçlarına entegre olmaları için teşvik edilmektedir. Dışişleri Bakanlığı ve bakanlığa bağlı birimlerin Twitter'da 301 resmi hesabında 11 farklı dilde dünyanın çeşitli yerlerindeki insanlarla iletişim kurulmaktadır. Çok sayıda sosyal medya platformunun faydalı hale getirilmesi ile dünya genelinde 20 milyon kişiyle bireysel iletişime geçilmiştir (State, 2010).

Birleşik Krallık dijital diplomasi konusunda lider ülkelerden biridir. "Dijital Kamu Diplomasisi" stratejisi geliştiren ilk ülke Birleşik Krallık'tır. Dışişleri Bakanlığı'nın birimi olarak Dijital Diplomasi departmanı faaliyetlerini yoğun şekilde sürdürmektedir. Dijital Diplomasi departmanı tarafından hazırlanan sosyal medya ve diğer yeni teknolojileri kullanma rehberi diplomatları yurt dışında göreve başlamadan önce bu konularda eğitmek için hazırlanmıştır. Diplomatlar tarafından verilen mesajlar doğru hedef kitlelere ulaşırsa çarpma etkisi oluşturmakta ve geniş kitlelere ulaşabilmektedir. Bunun önemli avantajı da hiçbir maliyetinin olmamasıdır. Bu gibi nedenlerden dolayı dijital kamu diplomasisinin geleneksel diplomasiye göre çok önemli avantajları vardır (Mytko, 2012).

Dijital diplomasi alanında en aktif konumdaki ülke İsrail olarak değerlendirilmektedir. 'Mavi Marmara' olayının da kısmi etkisiyle uluslar arası kamuoyunda imajını restore etme ihtiyacı hisseden İsrail, diplomatik ilişkilerini yeni medyaya da taşıma kararı almıştır. Hayfa



Üniversitesi, 'vatandaş diplomatlar' yetiştirmek üzere 2012 yılında yüksek lisans programı açmıştır. 'Sanal büyükelçiler' (Ambassadors online) adıyla eğitim alan öğrenciler, Wikipedia sayfalarına bilgi girişi ve güncellemesi, forumlar, bloglar, chat odaları, Facebook ve Twitter kullanımı ile internet gazetelerine yapılacak yorumların özelliği ile ilgili dersler aldıktan sonra yeni medyada dijital diplomasi kapsamında İsrail adına 'vatandaş diplomat' olarak görev yapacaklardır. İsrail, 2009 yılında uluslararası kamuoyunu etkilemek için Twitter konsolosluğunu açmıştır. İsrail diasporası kamu diplomasisi konusunda organize çalışmalar yürütmekte ve bu çalışmalarını dijital diplomasi ile desteklemektedir (Radikal, 2012; Digitalaffairs, 2010).

Asper Yeni Medya Diplomasi Enstitüsü, uluslar arası topluma İsrail'in mesajını iletme ve yeni medya teknolojilerinin rolü, işlevi ve kullanımına yoğunlaşmıştır. Bu enstitü farklı perspektiflerden İsrail'in imajı konusunda çalışmalar yapmaktadır (Demir, 2012: 157). İsrail devleti bir politika olarak yeni medyaya önem verirken dijital diplomasiyi bir araç olarak kullanmaktadır. Yeni medya üzerinden dijital imaj oluşturma gayreti içinde dijital diplomasi faaliyetleri yalnızca dışişleri bakanlığı ve diplomatların tekeline bırakılmamıştır. Kamu diplomasisi bakış açısıyla hükümet dışı çalışmalarla da diplomatik fiiller dijital diplomasi çerçevesinde dünyaya sunulmaktadır.

Dijital diplomasinin kullanım tarzı açısından farklı bir örnek Mısır'da yaşanmıştır. Arap Baharı döneminde hükümetin beş gün interneti kapatması aktivistlerin örgütlenmesini ve eyleme geçmesini ciddi şekilde sekteye uğratmıştır. ABD bu süreçte 'internet özgürlüğü' ve 'demokratik gelişme' çerçevesinde bu olaya müdahil olmuş ve aktivistlere Proxy server'lar, online kumar siteleri ve evlilik siteleri yolu ile nasıl haberleşecekleri konularında eğitim verilmiştir (Yılmaz, 2012: 162).

Günümüzde artık sosyal ağların ülkeleri tanınması bile diplomatik bir mesele olarak görülmektedir. Facebook, 1.3 milyar nüfusu nedeniyle eğer sınırları olsa dünyanın en büyük üçüncü ülkesi olabilecek konumda ve bu nedenle bağımsızlığını ilan eden Kosova'nın Facebook tarafından tanınması dijital diplomasi konusunda haber değeri taşımakta ve Kosova'yı gündeme getirmektedir (Yenisafak, 2014).

2013 Dijital Diplomasi raporuna göre;

-İsveç kendisini Twitter'da "Dünyanın en demokratik Twitter hesabı" olarak konumlandırmıştır.

-Instagram aktivasyonunu en iyi yapan lider Abdullah Gül olarak belirlenmiştir.

-Kosova, digitalKosovo.org ve conx.state.gov web siteleri ile dijital diplomasi alanında harekete geçmiştir ve çok ciddi bir sıçrama yapmıştır.

-Düşünce kuruluşu: Brookings Enstitüsü

-Araştırma Merkezi: Oxford İnternet Enstitüsü (@oiiioxford) ve MIT Medya Labaratuvarı (@MediaLab)

-Dijital şirketi: Burson Marsteller (@BMDigital)

-Kültürel Diplomasi Projesi: Türkiye (@Turkayfe)

-Dijital Diaspora Hesabı: World Uyghur Congress (uyghurcongress.org) ve No Sochi 2014 (nosochi2014.com)

-Dijital şehir Diplomasisi: Dubai (dubai.ae)

-Dijital Kurumsal Diplomasi: Türk Hava Yolları (turkishairlines.com) (youtube.com/user/TURKISHAIRLINES) Kobe vs. Messi: The Selfie Shootout

-Dijital Ülke Markalaşması: İsveç (curatorsofsweden).com

-Seyahat Portalı Uygulaması: Peru (peru.travel)

-Seyahat Önerisi Uygulaması: Fransa (Dışişleri Bakanlığına ait bir uygulama)

2013 Dijital Diplomasi raporuna göre, İran, bu alanda öncü ülkeler olan ABD ve Britanya gibi Doğu coğrafyasının dikkate değer ülkeleri arasında yer almaktadır. İran Cumhurbaşkanı Hasan Ruhani, Twitter üzerinden ABD Başkanı Obama ile konuşmuş, Papa'ya mesaj göndermiş, Yahudilerin bayramını kutlamış, Twitter kurucusu Jack Dorsey ve gazeteci Christian Amanpour ile diyalog kurmuştur. Bu etkileşim sebebiyle İran'a uygulanan ambargo dijital anlamda kırılmış oldu.

Dijital diplomasi kriz dönemlerinde aktif şekilde kullanılırken diğer taraftan genelde yeni medya kullanımı özel de ise sosyal medya bizatihi diplomatik krizlere de yol açmaktadır. ABD Eski Alaska Valisi Sarah Palin, ABD Başkanı Obama'yı 'Taliban üyesi Müslüman' olarak bir fotoğrafı favorilerine eklemiş, ancak hemen sonrasında bu durum nedeniyle özür dilemiştir. Başka bir kriz ise, ABD Kongre üyesi Anthony Weiner, özel mesaj olarak göndermeye çalıştığı çıplak resimlerini açık hesabında paylaşması sebebiyle istifa etmek zorunda kalmıştır. ABD Savunma Bakanlığı bütçesi hesaplanırken dijital diplomasi de göz önünde bulundurulmaktadır. ABD açısından bakıldığında bilgi-veri siber güvenliği ve dijital diplomasi birbirini tamamlayan konseptlere sahiptir (Radikal, 2012; Yenisafak, 2014).

## **Türkiye'de Dijital Diplomasinin Yapısal Perspektifi ve Uygulamaları**

Türkiye dijital diplomasi konusunda bazı önemli girişimler gerçekleştirmektedir. Bu çalışmaların büyük kısmı dışişleri bakanlığı garantörlüğünde yürütülmektedir.

Yenidiplomasi.com Kurucusu Halil İbrahim İzgi, Türkiye'nin dijital diplomasi stratejisinin olmadığını ve bunun çok büyük bir handikap olduğunu vurgulamaktadır. Diğer yandan İzgi'ye göre Türkiye'de iyi niyetli adımların atılmakta ancak bunlar düzenli hale geldiğinde bir anlam ifade edecektir. Yücel'e göre, dijital diplomasi kullanıcı merkezli ve Türkiye'de yeni medya kullanıcıları son derece aktif bir yaklaşım sergilemektedir. Türkiye'nin insan sermayesi, dijital diplomaside kullanıcıların diplomasiye dahil edilmesini gerektiren en önemli unsurdur (Radikal, 2012).

Dışişleri Bakanlığı Müsteşar Yardımcısı Namık Tan, 2009 yılı aralık ayında kamu diplomasisi ekseninde elçiliklerin Twitter ve Facebook gibi sosyal ağlarda varlık göstereceğini açıklamıştır (Digitalaffairs, 2010).

Ülkelerin farklı disiplinlerdeki çalışmalarını ve politikalarını uluslararası topluma, çeşitli kamuoylarına anlatması olarak da izah edilebilecek kamu diplomasisi, bu misyonunu yeni medya üzerinden yerine getirebilir. Dijital kamu diplomasi, Twitter diplomasisi ya da kamu diplomasisi 2.0 gibi kavramları ve alanları bünyesinde toplayarak örgütlü ve organize bir yapı oluşturabilir.

Türkiye'deki ilk dijital diplomasi örneği, 2011 yılında Libya'da gözaltına alınan dört ABD'li gazetecinin Türkiye'nin çabalarıyla kurtarılmasında yaşanmıştır. Türkiye'nin Washington Büyükelçisi Namık Tan, gazetecilerin kurtarılmasını Twitter'dan duyurduktan sonra bu platformdan gazetecilerin resimlerini paylaşmıştır. Bu olay Türk diplomasisinin yeni medyada varlığını ortaya koyan bir örnek olmuştur. 2011 yılında Türk vatandaşlarının Libya'dan tahliyesi sırasında telefonların kesilmesi nedeniyle bu kişilerle iletişim internet üzerinden kurulmuş ve vatandaşların tahliyesi sırasında da internetten yararlanılmıştır. Türkiye adına aktif dijital diplomasi kullanıcısı olarak Belgrad Büyükelçisi Ali Rıza Çolak'ı göstermek yanlış olmayacaktır. Diğer bir örnek ise, Ahmet Davutoğlu'nun Dışişleri Bakanı olduğu dönemde bir resmi ziyaret için gittiği Batum'da Mısır Devlet Başkanı Hüsnü Mübarek'in devrildiğini Twitter hesabından duyurmasıdır (Radikal, 2012). Bu gibi olaylar yeni medyanın zaman zaman farklı şartlar içerisinde konvansiyonel medyanın önüne geçtiğini göstermektedir

## Dijital Diplomasi ve Siyasal Aktörler

Dijital diplomaside birincil araç Twitter'dır, sonrasında Facebook, Instagram, Google Plus ve Youtube da kullanılmaktadır. Twiplomacy'nin yaptığı araştırmaya göre 2014 yılında en fazla takip edilen 50 siyasal liderlerin takipçi sayıları şu şekildedir (Twiplomacy, 2014):

**Tablo 2: Twitter en fazla Takip Edilen Siyasal Aktörler**

No	İsim	Takipçi (2014)	Takipçi (2015)
1	Barack Obama	49,166,434	58,786,122
2	Pope Francis	16,371,978	6,005,589
3	Narendra Modi	7,602,690	12,044,496
4	Recep Tayyip Erdoğan	5,706,690	6,304,523
5	The White House	5,488,680	6,133,037
19	Ahmet Davutoğlu	2,109,943	2,884,902
20	T.C.Cumhurbaşkanlığı	2,062,379	2,155,531
37	Dışişleri Bakanlığı	745,589	910,279

(4 Mayıs 2015) (Pope'un 9 farklı dildeki takipçi sayısı)

Obama ilk tweet'ini haziran 2010'da atarak Twitter kullanan ilk başkan olmuştur (Yılmaz, 2012: 147). Obama'nın 2012 ABD başkanlık seçimini kazanmasının ardından eşine sarıldığı fotoğrafın altına yazdığı 'four more years' tweet'i 749 bin 301 kez ile tüm zamanların en fazla retweet edilen iletisi olmuştur (Telegraph, 2012). Erdoğan, Medvedev, Hollande, Putin, Cameron gibi liderlerden daha fazla takipçiye sahiptir. Bu rakamlar dijital diplomasi konusunda Türkiye'de liderlerinin, kurumlarının ve toplumun potansiyelini göstermektedir.

**Tablo 3: Siyasal Aktörlerin Sosyal Medya Hesapları**

No	İsim	Twitter	Facebook	Instagram	Youtube
1	Recep Tayyip Erdoğan	6.3 milyon	6,992,972	133,522	12,345 abone (Milletin Adamı)
2	Abdullah Gül	6.3 milyon	3,009,419	124,366	---
3	Ahmet_Davutoglu	2.86 milyon	334,812	51,481	---
4	T.C.Cumhurbaşkanlığı @tcbestepe	2.14 milyon	172,072	897	3,425 abone (T.C. Cumhurbaşk)
5	@TC_Disisleri	905 bin	203,583	---	1,937 abone
6	Mevlüt Çavuşoğlu	395 bin	18,030	---	---
7	TİKA	76,849	6,892	689	104 abone
8	Yunus Emre Enstitüsü	6,996	12,777	92	64 abone
9	Yurt Dışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı	30,037	88,814	---	890 abone

(26 Nisan 2015 tarihinde güncellenmiştir)

ABD ve Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlıklarının sosyal medya hesapları açısından karşılaştırıldığında bariz bir fark oluşmuştur. Dijital diplomasi açısından en aktif bakanlık olarak ABD Dışişleri Bakanlığı göze çarpmaktadır. Twitter, Facebook, Instagram, Google+, Youtube, Flickr, Tumblr’da ABD Dışişleri Bakanlığının sosyal medya hesapları bulunmaktadır. Bakanlığın ‘Dipnote’ isimli bir de blogu vardır. Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı ise, Twitter, Facebook ve Youtube’da aktif hesaba sahiptir.

### **Tartışma ve Sonuç**

ABD açısından Hillary Clinton döneminde gelişen dijital diplomasinin, dijital diplomatları dünyayı hem Amerikan emperyalizminin yeni Truva Atı denilebilecek internet özgürlüğünün iyiliğine inandırmaya çalışmakta hem de internet tabanlı ‘online vatandaşlık’ ağını yürütmektedir (Yılmaz, 2012: 149).

“Ülkeler kamu diplomasisi ekseninde dış politikada dijital diplomasiden nasıl faydalanmaktadır?” Sorusuna şu şekilde cevap verilebilir: Ülkeler ulusal dış politikalarını dijital diplomasi ile desteklemektedirler. Dijital diplomasi tamamlayıcı bir araç olarak konumlandırılmaktadır. Ulusal dış politika stratejisi ve mesajları dijital diplomasi ile yeni

medyada var olmakta ve online biçimde devlet politikaları web sitelerinin yanı sıra sosyal medya hesaplarıyla da güçlendirilmektedir.

Dijital diplomasi, yeni kamu diplomasisi anlayışının tamamlayıcı unsuru olarak konumlandırılmalıdır. Bu çalışma dijital diplomasi konusunda nicel ve nitel araştırmalar yapılarak Türkiye'nin dijital diplomasi stratejisi geliştirmesi gerektirdiğini göstermiştir.

Dijital kamu diplomasi dijital imaj, dijital ülke markalaşması kavramlarını da gündeme getirmektedir. Yakın gelecekte ABD, İsrail ve Büyük Britanya'nın yanı sıra diğer gelişmiş ülkeler de dijital imaj konusuna yatırım yapmaya başlayacaklardır.

Türkiye jeopolitik açıdan zor bir coğrafyada yer almaktadır. Bu coğrafyada internetin penetrasyonu ve sosyal medya kullanıcısı ciddi ölçüde artmaktadır. Bu bilgiler ışığında Avrasya'ya, Ortadoğu'ya Kuzey Afrika'ya yönelik olarak Türkiye yumuşak güç unsurlarını yeni medyada vurgulamalıdır. Türk dizilerinin Arap dünyasında popüler olması nedeniyle internet üzerinden bu dizilerin yayını yapılmalı ve yaygınlaştırılmalıdır. Türkiye'nin politik aktörleri imaj transferi ekseninde popüler kültür ögesi yıldızlarla birlikte sosyal medyada yer almalı ve ortak projelerde siyasiler ile en beğenilen dizi oyuncularını birlikte yer almalıdır. Ünlü oyuncular kültür elçisi olarak bu ülkelere politikacılarla birlikte ziyarette bulunmalıdır. Osmanlı'ya duyulan ilgiden yararlanılmalı ve Osmanlı'nın hinterlandı mutlaka değerlendirilmelidir.

Kamu diplomasisi çerçevesinde internet dizilerine ivedilikle başlanmalıdır. Özellikle Ortadoğu ve Arap dünyasına yönelik olarak bu coğrafyalarda en beğenilen oyuncuların yer aldığı İstanbul konseptli 'proje diziler' yayınlanabilir. Türkiye yayınıyla aynı anda Arap dünyasına özel diziler internette yayınlanabilecek formatta hazırlanmalıdır.

Türkiye'nin yapması gereken; dijital diplomasi stratejisi geliştirilerek bu alanda sistemli ve planlı adımlar atılmaktır. Devlet adamları özellikle dışişleri bakanlığı yetkilileri bu konuda eğitim almalıdırlar. Dijital diplomasi konusunda profesyonel eğitim programlarında uzmanlar yetiştirilerek bu kişiler üzerinden aktif dijital diplomasi faaliyetleri gerçekleştirilmelidir. Türkiye dijital diplomasi için içerik üretmeli, yabancı kamuoylarının Türkiye hakkındaki izlenimlerini yönetme amacı gütmelidir. Bu amaç doğrultusunda geleneksel medyada yer alan gelişmelerin ve haberlerin yeni medyaya aktarılmasında öte dijital mecranın diyaloga dayalı yapısından faydalanmalı ve doğrudan yabancı kamuoyları hedef alınmalıdır. Bu doğrultuda Twitter'da Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı ve

Recep Tayyip Erdoğan adına İngilizce hesapların yanı sıra Arapça Twitter hesapları da açılmıştır.

Twitter, statik biçimde kullanılmanın ötesinde zaman zaman diyalog kurma ve interaktif amaçlı da kullanılmalı ve bir bilgilendirme aracı olarak konumlandırılmalıdır. Geleneksel yöntemlerle yapılan tüm bilgilendirme yeni medyaya da taşınmalıdır.

Dijital diplomasi ülke markalaşması bağlamında da değerlendirilmelidir. Ülke imajı inşa edilmesi noktasında dijital diplomasiden faydalanılması doğru bir adım olacaktır. Dijital ülke markalaşması konusuna hem devlet hem de sivil toplum konuya ağırlık vermeli ve diğer ülkelerden önce adım atarak Türkiye bu konuda jenerik marka olmayı hedeflemelidir.

Türkiye siber güvenliğe gösterdiği hassasiyeti henüz dijital diplomasi için göstermemektedir (Yenisafak, 2014). Ancak ulusal dijital diplomasi stratejisi geliştirilmelidir. Bu çerçevede konunun üzerinde durulması yakın gelecek için online ortamdaki kitlelere ve 'netdaş'lara seslenmek için dijital diplomasi en önemli araç olacaktır.

Bu çalışmanın dijital diplomasinin Dünya'daki ve Türkiye'deki fotoğrafını çekerek alanla ilgili durum tespiti yapması nedeniyle sonraki çalışmalara kaynaklık edeceği düşünülmektedir. Diğer yandan çalışma, dijitalleşen dünyada uluslararası ilişkiler bağlamında stratejik bir araç olarak dijital diplomasi konusunda yabancı kamuoylarına doğru ve etkili mesajlar gönderebilmek amacıyla ampirik araştırmalar yapılması gerektiğini göstermiştir. Ayrıca dijital diplomasinin etkinliğini ölçmek için yabancı kamuoylarında yapılacak algı araştırmaları kamu diplomasisi mesajlarının nasıl dizayn edilmesi ve hangi içerikle sunulması gerektiği hakkında devlet adamlarına ve araştırmacılara rehberlik edecektir.

## **Kaynakça**

Barack Obama's 'four more years' tweet most popular ever, (2012). <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/us-election/9660533/Barack-Obamas-four-more-years-tweet-most-popular-ever.html>, Erişim Tarihi: 04.05.2015

21st Century Statecraft (2010). <http://www.state.gov/statecraft/overview/index.htm>, Erişim Tarihi: 27.04.2015.

Bozkır, Volkan (2013). Kamu Diplomasisinin Alanları ve Çerçevesi. Editör: Ahmet Yalçınkaya ve Yeşim Özgen. Kamu Diplomasisi, 31-50, İstanbul: Bahçeşehir Üniversitesi Yayınları.

Noyan Ayan, (08.01.2014). Dijital diplomasinin 2013 şampiyonları ABD ve İran, <http://webrazzi.com/2014/01/08/dijital-diplomasinin-2013-sampiyonlari-abd-ve-iran/>, Erişim Tarihi: 26.04.2014

Çağl M, Kasapoğlu, (11.03.2012). Türkiye Dijital Diplomaside Emekliyor, [http://www.radikal.com.tr/dunya/turkiye\\_dijital\\_diplomaside\\_emekliyor-1081387](http://www.radikal.com.tr/dunya/turkiye_dijital_diplomaside_emekliyor-1081387), Erişim Tarihi: 24.04.2015

Demir Vedat (2012). Kamu Diplomasisi ve Yumuşak Güç, İstanbul: Beta Yayınları.

Dijital Diploması, (23.01.2010). <http://www.digitalaffairs.org/?p=7>, Erişim Tarihi: 27.04.2015

Dijital Diploması Nedir?, (23.10.2013) <http://www.bahcesehir.edu.tr/icerik/4487-dijital-diplomasi-nedir>, Erişim Tarihi: 25.04.2015

Diplomat okulunda dijital diploması konuşuldu, (03.12.2012). <http://www.bahcesehir.edu.tr/icerik/1778-diplomat-okulunda-digital-diplomasi-konusuldu>, Erişim tarihi: 26.04.2015

Mytko Gleb, (28.02.2012). The United Kingdom and the Rise of Digital Public Diplomacy, <http://www.exchangediplomacy.com/the-united-kingdom-and-the-rise-of-digital-public-diplomacy>, Erişim Tarihi: 27.04.2015

Public Diplomacy in the Internet Age (11.02.2015), <http://www.yenidiplomasi.com/2015/02/internet-cagnda-kamu-diplomasisi-public.html#more>, Erişim Tarihi: 25.04.2015

Kübra Sönmezışık, (04.01.2014). Siber Şovalyeler, <http://www.yenisafak.com.tr/dunya/siber-sovalyeler-601150> Erişim Tarihi: 26.04. 2015

Lichtenstein Jesse, (16.07.2010). Digital Diplomacy, [http://www.nytimes.com/2010/07/18/magazine/18web2-0-t.html?\\_r=0](http://www.nytimes.com/2010/07/18/magazine/18web2-0-t.html?_r=0), Erişim Tarihi: 28.04.2015

Szondi Gyorgy (2009). Rethinking Public Diplomacy, Routledge Handbook of Public Diplomacy, Edt. Nancy Snow ve Philip Taylor. New York: Routledge

Twiplomacy Study 2014-Update, (2014). <http://twiplomacy.com/blog/twiplomacy-study-2014-update/>, Erişim Tarihi: 26.04.2015



Yağmurlu Aslı (2007). Halkla İlişkiler Yönetimi Olarak Kamu Diplomasisi, İletişim Araştırmaları, 5 (1), 9-38.

Yılmaz, Sait (2012). Akıllı Güç, İstanbul: Kum Saati Yayınları

Varoğlu, Abdülkadir (2013). Kamu Diplomasisinde Kavramsal ve Kuramsal Süreç. Editör: Ahmet Yalçınkaya ve Yeşim Özgen. Kamu Diplomasisi, 1-29, İstanbul: Bahçeşehir Üniversitesi Yayınları.