

Sosyal Medyanın Kamu Diplomasısındaki Rolü: Türkiye, ABD ve Almanya'nın Karşılaştırmalı Stratejik İletişim Analizi

The Role of Social Media in Public Diplomacy: A Comparative Strategic Communication Analysis of Türkiye, USA and Germany

Araştırma Makalesi / Research Article



Sorumlu yazar/
Corresponding author:
Kübra Erden

ORCID:
0000-0003-2799-2428

Geliş tarihi/Received:
29.04.2025

Son revizyon teslimi/Last
revision received:
17.07.2025

Kabul tarihi/Accepted:
13.07.2025

Yayın tarihi/Published:
28.07.2025

Atıf/Citation:
Erden, K. (2025). Sosyal
medyanın kamu
diplomasısındaki rolü:
Türkiye, ABD ve Almanya'nın
karşılaştırmalı stratejik iletişim
analizi, *İletişim ve Diplomasi*,
14, 93-116.

doi: 10.54722/
iletisimvediplomasi.1686434

Kübra ERDEN¹

Öz

Bu çalışma, sosyal medyanın kamu diplomasısındaki dönüştürücü rolünü, Türkiye, Amerika Birleşik Devletleri (ABD) ve Almanya'nın X platformundaki stratejik iletişim pratikleri üzerinden karşılaştırmalı olarak analiz etmektedir. Araştırma kapsamında, X platformunun kısa ve anlık iletişim yapısının, devletlerin kamu diplomasisi stratejilerini nasıl etkilediğini incelemek amacıyla; X platformundaki iletişim stratejileri ve bu stratejilerin hedef kitlelere ulaşmadaki etkinliği ölçülmüştür. Bu çalışmada, nitel ve nicel yöntemlerin bir arada kullanıldığı karma yöntem (mixed method) benimsenmiştir. X platformunda, üç ülkenin resmi hesaplarından yapılan 100'er paylaşım örneklem olarak alınarak, kamu diplomasisi ve stratejik iletişim yöntemleri değerlendirilmiştir. Ardından bu paylaşımların içerik analiziyle tematik kodları çıkartılarak bu kodlar ile dokuz adet özgün metrik oluşturulmuştur. Bulgular, sosyal medyanın jeopolitik ve kültürel bağlamlara özgü stratejilerle kamu diplomasisini yeniden tanımladığını ortaya koymaktadır. ABD'nin küresel erişimde, Türkiye'nin duygusal temalarda, Almanya'nın normatif içeriklerde yüksek etkileşim elde ettiği tespit edilmiştir. Türkiye, duygusal mobilizasyon ve bölgesel liderlik temalarıyla diaspora kitlelerini harekete geçirirken; ABD, küresel liderlik ve kriz yönetimi odaklı stratejilerle uluslararası güven oluşturmakta; Almanya ise insan hakları ve çok taraflı diplomasi vurgusuyla normatif otoriteyi pekiştirmektedir. Kriz yönetimi temalı paylaşımlar yüksek etkileşim oranları gösterirken, ton analizi (pozitif, negatif, nötr) her ülkenin diplomatik kimliğini yansıtmaktadır. Çalışma, devletlerin X platformunda bağlama özgü kamu

¹ Dr. Öğr. Gör., Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Rektörlük, kerdem@metu.edu.tr

diplomasisi stratejilerini optimize etmeleri için pratik öneriler sunarken, etkileşim metriklerine dayalı özgün ölçütlerle disiplinler arası kamu diplomasisi araştırmalarına analitik bir çerçeve önermektedir.

Anahtar Kelimeler: Kamu diplomasisi, sosyal medya, stratejik iletişim, X platformu, karşılaştırmalı analiz

ABSTRACT

This study comparatively analyses the transformative role of social media in public diplomacy through the strategic communication practices of Türkiye, the United States and Germany on the X platform. The research examines how the platform's concise and instantaneous communication structure influences states' public diplomacy strategies, identifying the communication strategies adopted on the X platform and evaluating their effectiveness in reaching target audiences. In this study, a mixed method approach combining qualitative and quantitative methods was adopted. Public diplomacy and strategic communication methods were evaluated by taking 100 posts from the official accounts of three countries on the X platform as a sample. Then, thematic codes were employed from these posts through content analysis and nine unique metrics were created with these codes. The findings reveal that social media redefines public diplomacy through strategies tailored to geopolitical and cultural contexts. The United States achieves high engagement through global outreach, Türkiye excels in emotional themes and Germany garners significant interaction with normative content. Türkiye mobilises diaspora communities through emotional mobilisation and regional leadership themes, while the United States fosters international trust through strategies focused on global leadership and crisis management. Germany reinforces normative authority by emphasising human rights and multilateral diplomacy. The study offers practical recommendations for states to optimise context-specific public diplomacy strategies and proposes an analytical framework for interdisciplinary public diplomacy research based on original interaction metrics.

Keywords: Public diplomacy, social media, strategic communication, X platform, comparative analysis

EXTENDED ABSTRACT

This study investigates the role of social media in public diplomacy, focusing on the strategic communication practices of Türkiye, the United States, and Germany on the X platform. Analysing the official foreign affairs accounts (@TC_Disisleri, @StateDept, @AuswaertigesAmt), it explores how states utilise social media to advance diplomatic

objectives, engage audiences, and transform traditional diplomacy. Through a comparative content analysis of 300 posts (100 per country) collected as of April 10, 2025, the research addresses three questions: (1) What communication strategies do states employ on X? (2) How effective are these strategies in engaging target audiences? (3) How does social media reshape public diplomacy compared to traditional channels? The findings reveal distinct strategies shaped by each country's geopolitical context and diplomatic priorities, highlighting the transformative role of social media in diplomacy.

The theoretical framework integrates public diplomacy (Nye, 2008; Cull, 2008, p. 46), digital communication (Castells, 2010), and strategic communication theories (Hallahan et al., 2007). Public diplomacy is framed as a strategic process using soft power to influence global audiences, with X serving as a real-time, interactive communication arena. Castells' network society theory highlights the role of digital platforms in fostering non-hierarchical networks, thereby enabling direct engagement between the state and the public. Strategic communication emphasises deliberate messaging, with X's format and metrics (likes, retweets, comments, views) offering measurable success indicators. This framework positions X as a versatile diplomatic tool, blending soft power, networked dynamics, and planned messaging.

The study employs content analysis, coding posts by themes (e.g., amplification, crisis management, cultural diplomacy), tone (positive, neutral, negative), and interaction metrics. A reliable coding scheme (Krippendorff's alpha = 0.89) was analysed using SPSS 27 and Excel 2019.

Findings highlight distinct thematic and interaction patterns. Türkiye's strategy focuses on informational content (38%) and amplification (30%), emphasising diplomatic engagements (e.g., Foreign Minister Hakan Fidan's activities) and regional issues (e.g., Gaza criticisms). Emotional posts, such as Ramadan greetings, drive engagement, reflecting diaspora mobilisation and regional leadership (Çevik, 2019, p. 182). Metrics such as the Emotional Mobilisation Index (DMI: 0.194) and Regional Perception Enhancement Coefficient (BAGK: 0.30) confirm Türkiye's efficacy in emotional and regional narratives, though limited retweets suggest lower international discourse.

The US prioritises public diplomacy (35%) and amplification (30%), centering on leadership (e.g., Secretary of State Marco Rubio's initiatives) and crisis management (e.g., hostage releases). High engagement, notably for the Ksenia Karelina release, underscores global trust projection (Nye, 2004). Metrics like the Global Leadership Index (KLI: 0.56) and Crisis Management Success Score (KYBS: 2.2) highlight leadership and crisis content efficacy, although polarised comments indicate a potential for divisiveness.

Germany emphasises public diplomacy (40%) and informational content (25%), focusing on normative themes such as human rights and multilateralism (e.g., Foreign Mi-

nister Annalena Baerbock's support for Ukraine). Critical posts, such as human rights critiques, reflect normative authority (Manners, 2002, p. 245). Metrics like the Normative Authority Index (NOI: 1.25) and Crisis Criticism Impact (KEE: 4.86) affirm Germany's niche audience success, however, lower engagement suggests the need for a broader appeal.

Comparatively, the US leads in engagement (average 250,000 views), followed by Germany (100,000) and Türkiye (77,500), reflecting global, normative, and regional focuses. Crisis-themed posts drive interaction, underscoring social media's role in emergency diplomacy (Duncombe, 2019a, p:110). Tone analysis shows Türkiye's neutral dominance (60%), the US's positive focus (45%), and Germany's balanced approach, aligning with their diplomatic identities. These findings enrich public diplomacy scholarship by illustrating context-specific strategies, with emotional, leadership, and normative narratives amplifying soft power.

Practically, states can optimise strategies using real-time analytics. Türkiye could expand cultural diplomacy, the US could apply crisis models broadly, and Germany could develop creative normative content. Methodologically, custom metrics offer a novel impact measurement approach. Future research could explore qualitative comment analysis or additional platforms. In conclusion, X is a strategic arena for public diplomacy, with Türkiye, the US, and Germany leveraging tailored strategies to reflect geopolitical and cultural contexts, highlighting social media's transformative diplomatic potential.

Giriş

Kamu diplomasisi, devletlerin uluslararası alanda yumuşak güçlerini kullanarak hedef kitlelerle doğrudan iletişim kurduğu stratejik bir süreç olarak, dijital çağda önemli bir dönüşüm geçirmektedir (Nye, 2008, ss. 95-97). Geleneksel diplomasi kanallarının yerini giderek dijital platformlar almakta; özellikle sosyal medya, devletlerin anlık, etkileşimli ve geniş kitlelere ulaşan bir iletişim aracı olarak öne çıkmaktadır (Bjola ve Jiang, 2015, ss. 77-78). Bu bağlamda, X platformu (önceki adıyla Twitter), kısa ve hızlı mesajlaşma yapısıyla, devletlerin kamu diplomasisi stratejilerinde kritik bir rol oynamaktadır. 2023 itibarıyla X'in 436 milyon günlük aktif kullanıcısı olduğu düşünüldüğünde (Statista, 2024), bu platformun devletler için iletişim ve diplomasi konusunda büyük bir fırsat sunduğu açıktır.

Sosyal medyanın kamu diplomasisindeki yükselişi, akademik literatürde giderek daha fazla dikkat çekmektedir. Örneğin, Cull (2008, s. 42), dijital diplomasiğin devletlerin dinleme, savunma ve kültürel tanıtım kapasitelerini artırdığını belirtirken, Manor (2019) sosyal medyanın, devletlerin uluslararası imajlarını şekillendirmedeki rolüne vurgu yapmaktadır. Türkiye, ABD ve Almanya gibi ülkeler, bölgesel ve küresel dinamik-

leri temsil eden farklı diplomasi tarzlarını sosyal medya aracılığıyla halk ile paylaşırlar. Bu kapsamda bu çalışma, sosyal medyanın kamu diplomasisindeki rolünü, X platformunda devletlerin stratejik iletişim analizine odaklanarak incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırma, şu sorulara yanıt aramaktadır: (1) Devletler, X platformunda hangi iletişim stratejilerini kullanmaktadır? (2) Bu stratejiler, hedef kitlelerle etkileşimde ne ölçüde başarılıdır? (3) Sosyal medya, kamu diplomasisinde nasıl bir dönüşüm yaratmaktadır? Bu çalışma, X platformunun kısa ve anlık iletişim yapısının, devletlerin kamu diplomasisi stratejilerini nasıl şekillendirdiğini, Türkiye, ABD ve Almanya örnekleri üzerinden incelemeyi amaçlamaktadır. Türkiye (@TC_Disisleri), ABD (@StateDept) ve Almanya (@AuswaertigesAmt) resmî hesaplarından toplanan verilerle, bu sorular içerik ve etkileşim odaklı bir yaklaşımla ele alınmıştır.

Çalışmanın önemi, iletişim ve diplomasi disiplinlerinin kesişiminde yatmaktadır. Sosyal medyanın, devletlerin kamu diplomasisi stratejilerindeki rolünü anlamak, yalnızca akademik bir katkı sağlamakla kalmaz, aynı zamanda devletler için dijital çağda etkili iletişim pratikleri geliştirmeye yönelik pratik bir rehber sunar. Türkiye'nin bölgesel liderlik ve kültürel diplomasi vurgusu, ABD'nin küresel politika odaklı bilgilendirme yaklaşımı ve Almanya'nın Avrupa merkezli güç stratejisi, bu makalede analiz edilerek, sosyal medyanın diplomasideki çok boyutlu etkileri ortaya konacaktır.

Kuramsal Çerçeve

Bu çalışma, sosyal medyanın kamu diplomasisindeki rolünü anlamak için kamu diplomasisi, dijital iletişim ve stratejik iletişim teorilerini bir araya getiren bütüncül bir çerçeve benimsemektedir. X platformunun devletler tarafından stratejik kullanımı hem iletişimsel dinamikleri hem de diplomatik hedefleri yansıtan bir alan olarak kavramsallaştırılmıştır.

Kamu diplomasisi, ulusların uluslararası kamuoyunu etkilemek ve yumuşak güçlerini artırmak için kullandıkları stratejik bir iletişim sürecidir (Nye, 2008, s. 98). Nye'a göre, yumuşak güç, zorlayıcı değil cazibeye dayalı bir etki yaratma kapasitesidir ve bu süreçte iletişim araçları kritik bir rol oynar. Başka bir perspektifle, Cull (2008, ss. 42-46), kamu diplomasisini beş temel unsura ayırmaktadır: Dinleme (kamuoyu algısını anlama), savunma (politikaları açıklama), kültürel diplomasi (ulusal değerleri tanıtmak), değişim (karşılıklı öğrenme) ve uluslararası yayıncılık. Sosyal medya, bu unsurların tümünü dijital bir platformda birleştirme potansiyeline sahiptir. Örneğin, X'teki bir paylaşım hem bir politikayı savunabilir hem de kültürel bir değeri tanıtabilir, böylece çok katmanlı bir diplomasi aracı hâline gelebilir.

Castells'in (2010) ağ toplumu teorisi, dijital iletişim ağlarının modern toplumların temel yapısını oluşturduğunu öne sürmektedir. Bu teoriye göre, sosyal medya platformları, bireyler ve kurumlar arasında hiyerarşik olmayan, etkileşimli bir iletişim ağı

yaratmaktadır. X'in anlık ve kısa mesajlaşma yapısı, bu ağ toplumunun bir yansıması olarak, devletlerin hedef kitlelerle doğrudan ve hızlı bir şekilde iletişim kurmasını sağlamaktadır (Duncombe, 2019a, s. 112). Dijital iletişim literatürü, sosyal medyanın geleneksel medya kanallarına üstünlüklerini (erişim, hız, etkileşim) vurgularken, aynı zamanda dezenformasyon gibi risklere dikkat çeker.

Stratejik iletişim, belirli bir hedef kitleyi etkilemek için bilinçli ve planlı mesajlaşma süreçlerini içermektedir (Hallahan vd., 2007, ss. 10-13). Devletlerin X platformunda paylaştığı mesajlar, bu bağlamda stratejik iletişim örnekleri olarak değerlendirilebilir. Örneğin, bir kriz anında hızlı bir yanıt vermek, bir ulusal bayramı kutlamak veya bir politikayı duyurmak, devletlerin imajlarını şekillendirmek ve kamuoyu algısını yönlendirmek için kullandıkları stratejik hamlelerdir (Manor ve Segev, 2020, s. 154). X'in metin karakter sınırı, bu stratejilerin özlü ve etkili olmasını gerektirirken, beğeni, retweet ve yorum gibi etkileşim metrikleri, stratejilerin hedef kitleye ulaşma başarısını ölçmede somut bir veri sunar.

Bu hibrit çerçeve, kamu diplomasisinin yumuşak güç hedeflerini, dijital iletişimin ağ temelli dinamiklerini ve stratejik iletişimin planlı doğasını birleştirerek, X platformunun devletler için nasıl bir diplomasi aracı hâline geldiğini açıklamaktadır. Literatürde, sosyal medyanın kamu diplomasisindeki rolü üzerine çalışmalar (örneğin, Bjola ve Jjang, 2015) çoğunlukla genel platform analizlerine odaklanırken, bu makale X'e özgü bir inceleme sunarak spesifik bir iletişim kanalının diplomasideki etkisini derinlemesine ele almaktadır. Türkiye, ABD ve Almanya'nın X'teki iletişim stratejileri, bu çerçeveye dayalı olarak analiz edilerek, sosyal medyanın iletişim ve diplomasi disiplinlerindeki dönüştürücü potansiyeli değerlendirilmiştir.

Yöntem

Bu çalışmada, kamu diplomasisi ve stratejik iletişim yöntemlerinin analizi için karma yöntem (mixed method) uygulanmıştır. Öncelikle, nitel içerik analizi yöntemi uygulanmış, ardından bu analiz aracılığıyla oluşturulan tematik kodlar ile paylaşımların nicel etkileşim oranları entegre edilerek özgün metrikler oluşturulmuştur. Analiz, 10 Nisan 2025 tarihi itibarıyla X platformunda bu ülkelerin resmî dışişleri hesapları (@TC_Disisleri, @StateDept ve @AuswaertigesAmt) tarafından paylaşılan gönderilerden oluşan bir veri setine dayanmaktadır. Veri seti her bir ülkenin 100'er paylaşımını (toplam 300 paylaşım) içermektedir. Paylaşımlar, 10 Nisan-14 Şubat 2025 tarih aralığını kapsamaktadır. 10 Nisan 2025 tarihinden geriye doğru yüz paylaşım örneklem olarak alınmış ve tweet seçimine müdahale edilmeden direkt olarak kurumların paylaşımları kronolojik sıra ile çalışmaya dâhil edilmiştir.

İçerik analizi için bir kodlama şeması geliştirilmiş ve her paylaşım, aşağıdaki kategorilere göre kodlanmıştır: Paylaşım No, Devlet/Hesap, Paylaşım Tarihi, Paylaşım Metni,

Tema/Kategori (Amplifikasyon, Bilgilendirme, Kriz Yönetimi, İmaj Oluşturma, Kültürel Diplomasi, Politik Savunuculuk, Kamu Diplomasisi), Ton (Pozitif, Nötr, Negatif), Beğeni Sayısı, Retweet Sayısı, Yorum Sayısı ve Görüntülenme Sayısı. Kodlama sürecinde, her bir paylaşımın stratejik iletişim amacı, hedef kitleye yönelik tonu ve etkileşim metrikleri dikkate alınmıştır. Tematik kategoriler, paylaşımların stratejik iletişim amaçlarına göre sınıflandırılması için tanımlanmıştır. Bilgilendirme, resmî açıklamalar ve diplomatik faaliyetleri içerir (ör. dışişleri bakanı görüşmeleri). Amplifikasyon, devlet liderlerinin faaliyetlerini geniş kitlelere duyurmayı hedefler (ör. uluslararası zirve paylaşımları ve retweetler). Kriz yönetimi, acil durumlar veya eleştirilerle ilişkilidir (ör. Gazze meselesi). Kültürel diplomasi, ulusal kültürel değerleri tanıtır (ör. bayram kutlamaları). İmaj oluşturma, pozitif uluslararası algı yaratmayı amaçlar (ör. sürdürülebilirlik projeleri). Kamu diplomasisi, yumuşak güç odaklı etkileşimleri kapsar (ör. insan hakları savunuculuğu). Kategoriler, literatürdeki kamu diplomasisi unsurları (Cull, 2008) temel alınarak seçilmiş ve kodlama tutarlılığı için ön test yapılmıştır.

Veri analizi, SPSS 27 ve Excel 2019 kullanılarak istatistiksel ve içerik odaklı bir yaklaşımla yapılmıştır. Çalışmanın devamında, içerik analizi ile elde edilen tematik kodlar aracılığıyla, devletlerin X platformundaki etkisini değerlendirmek üzere özgün metrikler geliştirilerek, nitel ve nicel yöntemlerin bir arada kullanıldığı karma yöntem (mixed method) uygulanmıştır. Karma yöntem, sosyal medya verilerinin hem tematik içerik analizine tabi tutulmasını hem de sayısal metrikler aracılığıyla ölçülebilir hâle getirilmesini sağlamıştır (Creswell ve Plano Clark, 2018, ss. 218-220).

Bu çalışma, kamu diplomasisi stratejilerinin sosyal medya platformları üzerindeki yansımalarını incelemek amacıyla Türkiye, ABD ve Almanya'yı analiz birimleri olarak seçmiştir. Ülke seçiminde, jeopolitik konumlar, kültürel dinamikler, tarihsel bağlamlar ve kamu diplomasisi yaklaşımlarındaki çeşitlilik dikkate alınmıştır. Türkiye, ABD ve Almanya, küresel ve bölgesel düzeyde farklı güç dinamiklerini temsil eden devletler olarak, kamu diplomasisi literatüründe karşılaştırmalı bir analiz için uygun bir temel sunmaktadır. ABD, küresel bir süper güç olarak hegemonik bir aktör konumunda liderlik algısını pekiştirme üzerine odaklanırken (Nye, 2004), Almanya Avrupa Birliği'nin merkezinde yer alan bir aktör olarak normatif bir güç modelini benimseyerek insan hakları savunuculuğunu ve çok taraflı diplomasiyi önceliklendirir (Manners, 2002, s. 245), Türkiye ise Orta Doğu, Balkanlar ve Kafkaslar arasında stratejik bir köprü konumunda bölgesel liderlik algısını artırmayı hedefler (Çevik, 2019, s. 182).

Çalışma, metodolojik ve analitik odaklanma sağlamak amacıyla yalnızca bu üç ülkeyle sınırlandırılmıştır. Ek ülkelerin analize dâhil edilmesi, çalışmanın kapsamını genişletmekle birlikte, analizin derinliğini ve odaklanmasını sürdürme kapasitesini zorlayabilir. Bu nedenle, Türkiye, ABD ve Almanya gibi stratejik iletişim dinamikleri açısından temsil gücü yüksek ve farklı bağlamları yansıtan üç ülkenin incelenmesi hem analitik derinlik hem de yönetilebilirlik açısından optimum bir denge sağlamaktadır.

Veri Analizi ve Metrikler

Çalışma kapsamında uygulanan karma yöntem ile kamu diplomasisi gibi sözel ve bağlama dayalı bir alanın sayısallaştırılmasına olanak tanınmış, aynı zamanda içeriklerin bağlamsal anlamının korunması hedeflenmiştir. Aşağıda, geliştirilen metrikler, hesaplama yöntemleri ve her bir metrik için örnek sonuçlar detaylı bir şekilde sunulmaktadır. Metriklerin hesaplanmasında, X platformundan toplanan veriler (görüntülenme, beğeni, retweet, yorum) ve tematik sınıflandırmalar kullanılmıştır. Verilerin güvenilirliğini test etmek için Krippendorff'un alfa katsayısı hesaplanmış ve %0,89 gibi yüksek bir tutarlılık elde edilmiştir (Krippendorff, 2013). Bu katsayı, kodlama sürecinin güvenilirliğini göstermekte olup, araştırmacının ilk kodlamasında elde edilen bu değer, analizlerin tutarlılığını desteklemektedir.

Bu kapsamda kamu diplomasisi stratejilerinin X platformundaki etkisini değerlendirmek için geliştirilen özgün metrikler aşağıda tanımlanmış ve hesaplanma formülü sunulmuştur. Analize dâhil edilen ülkelerin metrik sonuçları, her bir ülke için kendi analiz başlığında verilmiştir.

Metriklerin Tanımı ve Hesaplama Yöntemleri

Aşağıda; çalışmada geliştirilen dokuz özgün metrik, her birinin amacı, hesaplama formülü ve örnek sonuçlarıyla birlikte açıklanmıştır. Metrikler, kamu diplomasisi ve stratejik iletişim bağlamında farklı tematik odakları (duygusal, liderlik, normatif, kriz vb.) ölçmek için tasarlanmıştır. Her metrik, X platformundaki paylaşımların etkileşim verilerini (görüntülenme, beğeni, retweet, yorum) tematik sınıflandırmalarla birleştirerek hesaplanmıştır. Tematik sınıflandırma, paylaşımların içerik analizine dayalı olarak gerçekleştirilmiş ve ardından sayısal verilerle entegre edilmiştir.

Duygusal Mobilizasyon İndeksi (DMİ): Duygusal temalı paylaşımların (örneğin, empati veya dayanışma içeren mesajlar) ortalama görüntülenme sayısı, genel ortalamaya oranlanır ve duygusal paylaşımların toplam içindeki oranıyla çarpılarak kitleleri harekete geçirme etkisini ölçer.

Örnek Sonuç: Türkiye için DMİ değeri 0,194 olarak hesaplanmıştır. Bu da duygusal temalı paylaşımların Türkiye bağlamında sınırlı bir mobilizasyon etkisi olduğunu göstermektedir.

Küresel Liderlik İndeksi (KLİ): Liderlik temalı paylaşımların küresel etkisini ölçer. Formül: Liderlik temalı paylaşımların (örneğin, uluslararası liderlik veya vizyon mesajları) ortalama görüntülenme sayısı, genel ortalamaya oranlanır ve liderlik paylaşımların oranıyla çarpılır.

Örnek Sonuç: ABD için KLİ değeri 0,56 olarak hesaplanmış, bu da liderlik temalı paylaşımların küresel etkisinin orta düzeyde olduğunu ortaya koymaktadır.

Normatif Otorite İndeksi (NOİ): Normatif temalı paylaşımların (örneğin, etik veya

değer odaklı mesajlar) niş kitleler üzerindeki etkisini ölçer. Formül: Normatif temalı paylaşımların ortalama görüntülenme sayısı, genel ortalamaya oranlanır ve normatif temalı paylaşımların oranıyla çarpılır.

Örnek Sonuç: Almanya için NOİ değeri 1,25 olarak bulunmuş, normatif temalı paylaşımların niş kitleler üzerinde güçlü bir etkisi olduğunu göstermiştir.

Kriz İletişim Etkisi (KİE): Kriz temalı paylaşımların (örneğin, acil durum veya çatışma mesajları) etkileşim gücünü ölçer. Formül: Kriz temalı paylaşımların ortalama etkileşim skoru (beğeni, retweet, yorum toplamı), genel etkileşim skoruna oranlanır.

Örnek Sonuç: Türkiye için KİE değeri 2,13 olarak hesaplanmış, kriz iletişiminin yüksek bir etkileşim yarattığını göstermiştir.

Kriz Yönetim Başarı Skoru (KYBS): Kriz yönetiminde başarılı bulunan paylaşımların etkileşim etkisini değerlendirir. Formül: Kriz paylaşımlarının ortalama etkileşim skoru, genel etkileşim skoruna oranlanır. Hesaplama yöntemi KİE ile aynıdır, ancak yalnızca pozitif tonlu kriz paylaşımları dikkate alınır.

Örnek Sonuç: ABD için KYBS değeri 2,2 olarak hesaplanmıştır, bu da kriz yönetiminde başarılı paylaşımların güçlü bir etkileşim yarattığını göstermektedir.

Kriz Eleştirisi Etkisi (KEE): Kriz temalı eleştirel paylaşımların etkileşim etkisini ölçer. Formül: Kriz paylaşımlarının ortalama etkileşim skoru, genel etkileşim skoruna oranlanır. Hesaplama yöntemi KİE ile aynıdır, ancak yalnızca eleştirel tonlu kriz paylaşımları dikkate alınır.

Örnek Sonuç: Almanya için KEE değeri 4,86 olarak bulunmuş, eleştirel kriz paylaşımlarının yüksek bir etkileşim oluşturduğunu göstermiştir.

Bölgesel Algı Güçlendirme Katsayısı (BAGK): Bölgesel temalı paylaşımların liderlik algısını güçlendirme etkisini ölçer. Formül: Bölgesel paylaşımların toplam görüntülenme payı, bölgesel paylaşım oranına bölünür.

Örnek Sonuç: Türkiye için BAGK değeri 0,30 olarak hesaplanmış, bu da bölgesel algının sınırlı bir etkisi olduğunu göstermiştir.

Uluslararası Güven Katsayısı (UGK): Pozitif tonlu paylaşımların güven yaratma etkisini ölçer. Formül: Pozitif paylaşımların toplam görüntülenme payı, pozitif paylaşım oranına bölünür.

Örnek Sonuç: ABD için UGK değeri 0,50 olarak bulunmuş, pozitif paylaşımların güven yaratmada orta düzeyde etkili olduğunu göstermiştir.

Çok Taraflı Diplomasi Katsayısı (ÇTDK): Çok taraflı temalı paylaşımların (örneğin, uluslararası iş birliği mesajları) diplomasi etkisini ölçer. Formül: Çok taraflı paylaşımların toplam görüntülenme payı, çok taraflı paylaşım oranına bölünür.

Örnek Sonuç: Almanya için ÇTDK değeri 0,40 olarak hesaplanmış, çok taraflı diplomasi mesajlarının orta düzeyde etkili olduğunu göstermiştir.

Metriklerin Özeti ve Karşılaştırmalı Analizi

Tablo 1’de metriklerin her bir ülke için hesaplanan değerleri özetlenmekte ve karşılaştırmalı bir bakış sunulmaktadır. Bu tablo, metriklerin farklı ülkelerdeki stratejik iletişim performansını görselleştirmek için tasarlanmıştır.

Tablo 1: Özgün Metriklerin Özeti ve Ülkelere Göre Değerleri			
Metrik	Ülke	Değer	Yorum
DMİ	Türkiye	0,194	Duygusal paylaşımların mobilizasyon etkisi sınırlı.
KLİ	ABD	0,56	Liderlik temalı paylaşımlar orta düzeyde küresel etki yaratıyor.
NOİ	Almanya	1,25	Normatif paylaşımlar niş kitleler üzerinde güçlü bir etkiye sahip.
KİE	Türkiye	2,13	Kriz temalı paylaşımlar yüksek etkileşim üretiyor.
KYBS	ABD	2,2	Kriz yönetiminde başarılı paylaşımlar güçlü bir etkileşim yaratıyor.
KEE	Almanya	4,86	Eleştirel kriz paylaşımları yüksek etkileşim oranına sahip.
BAGK	Türkiye	0,30	Bölgesel algı güçlendirme etkisi sınırlı.
UGK	ABD	0,50	Pozitif paylaşımlar güven yaratmada orta düzeyde etkili.
ÇTDK	Almanya	0,40	Çok taraflı diplomasi mesajları orta düzeyde etkili.

Bulgular

Analiz sonuçları, Türkiye, ABD ve Almanya’nın X platformundaki kamu diplomasisi yaklaşımlarının hem tematik hem de etkileşim açısından farklılıklar gösterdiğini ortaya koymuştur. Aşağıda, her bir ülke için detaylı bulgular sunulmaktadır.

Türkiye’nin Kamu Diplomasisi Stratejisi

Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığına ait resmî X hesabı (@TC_Disisleri) Aralık 2019’dan itibaren aktif olarak sosyal medyada içerik paylaşmaktadır. Hesabın 1.833.458 takipçisi ve takip ettiği 266 hesap bulunmaktadır.

Türkiye’nin X paylaşımları, tematik olarak şu dağılımı göstermektedir:

Bilgilendirme (%38): Bu tema, genellikle Dışişleri Bakanı Hakan Fidan’ın diplomatik temasları ve Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın uluslararası görüşmeleri etrafında şekillenmiştir. Örneğin, Hakan Fidan’ın Riyad’daki görüşmeleri 65.000 görüntülenme almıştır.

Amplifikasyon (%30): Devlet liderlerinin faaliyetlerini geniş kitlelere duyurma çabasını yansıtır. Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın bir BM zirvesindeki konuşması 90.000 görüntülenme elde etmiştir.

Kriz Yönetimi (%12): Özellikle İsrail’in Gazze’deki eylemlerine yönelik eleştirilerle dikkat çeker. Gazze’deki insan hakları ihlallerini kınayan bir paylaşım 752.500 görüntülenme ile en yüksek etkileşimi almıştır.

Kültürel Diplomasi (%10): Ramazan Bayramı kutlamaları 121.400 görüntülenme ve kültürel etkinlikler 45.000 görüntülenme ile diaspora kitleleriyle bağ kurmayı hedeflemiştir.

İmaj Oluşturma (%10): Sürdürülebilirlik projeleri ve insani yardım faaliyetleri ile pozitif bir uluslararası imaj yaratma çabasını yansıtır.

Bu tematik dağılım, Türkiye'nin kamu diplomasisinde bilgilendirme ve amplifikasyon yoluyla resmî bir devlet imajı yaratırken, kriz yönetimi ve kültürel diplomasi ile duygusal bağ kurma ve bölgesel etkiyi güçlendirme arasında bir denge kurduğunu göstermektedir. Bu strateji, Türkiye'nin hem iç kamuoyunu hem de İslam dünyasındaki kitleleri mobilize etme çabasını yansıtmaktadır (Çevik, 2019, ss. 185-187).

Gönderilerdeki ton analizi, paylaşımların %60'ının nötr, %25'inin pozitif ve %15'inin negatif olduğunu ortaya koymuştur.

Nötr Ton (%60): Resmî açıklamalar ve bilgilendirme temalı paylaşımlarda baskındır. Bu, Türkiye'nin tarafsız bir devlet imajı yaratma çabasını yansıtmaktadır.

Pozitif Ton (%25): Kültürel diplomasi ve imaj oluşturma temalarında yoğunlaşmıştır. Ramazan Bayramı kutlaması, pozitif tonuyla 121.400 görüntülenme almış ve diaspora kitleleri arasında duygusal bir bağ kurmuştur.

Negatif Ton (%15): Kriz yönetimi temalı paylaşımlarda öne çıkar. Örneğin, İsrail'in Gazze'deki eylemlerini kınayan negatif tonlu bir paylaşım olarak 752.500 görüntülenme ile dikkat çekmiştir.

Bu ton dağılımı, Türkiye'nin kamu diplomasisinde resmiyet ve duygusal mobilizasyon arasında bir denge kurduğunu göstermektedir. Negatif tonun kriz temalarında yoğunlaşması, Türkiye'nin bölgesel meselelerde eleştirel bir duruş sergileyerek liderlik algısını güçlendirme çabasını ortaya koymaktadır (Duncombe, 2019b, s. 412).

Etkileşim metrikleri, Türkiye'nin paylaşımlarının ortalama 77.500 görüntülenme, 1.500 beğeni, 150 retweet ve 85 yorum aldığını göstermiştir.

► **En Yüksek Etkileşimli Paylaşımlar:**

İsrail eleştirisi, 752.500 görüntülenme, 3.000 beğeni, 500 retweet, 200 yorum: Bu paylaşım, kriz yönetimi temasının yüksek etkileşim potansiyelini ortaya koymaktadır.

Ramazan Bayramı kutlaması, 121.400 görüntülenme, 2.000 beğeni, 300 retweet, 150 yorum: Duygusal temaların diaspora kitleleri üzerinde etkili olduğunu göstermektedir.

► **En Düşük Etkileşimli Paylaşımlar:**

Sürdürülebilirlik projesi, 15.000 görüntülenme, 300 beğeni, 50 retweet, 20 yorum: Teknik içeriklerin daha az ilgi çektiğini ortaya koymaktadır.

Metrik Sonuçları:

Türkiye'nin 100 paylaşımını analiz ederken, kamu diplomasisinin etkinliğini ölçmek için aşağıdaki özgün metrikler oluşturulmuştur:

Bu metrikler, Türkiye'nin kamu diplomasisi stratejilerinin dijital platformlardaki etkisini daha sistematik bir şekilde değerlendirmek için geliştirilmiştir ve literatürde bu tür özgün ölçütlerin eksikliğini gidermeyi hedeflemektedir.

Duygusal Mobilizasyon İndeksi (DMİ): Duygusal temalı paylaşımlar (örneğin, Ramazan Bayramı) toplam paylaşımların %15'ini oluştururken, bu paylaşımların ortalama görüntülenme sayısı (100.000) genel ortalamanın (77.500) üzerindedir.

$$DMİ = \frac{15}{100} \times \left(\frac{100.000}{77.500} \right) = 0,15 \times 1,29 = 0,194$$

DMİ (0,194), Duygusal temaların Türkiye'nin kamu diplomasisinde güçlü bir mobilizasyon aracı olduğunu göstermektedir.

Kriz İletişim Etkisi (KİE): Kriz temalı paylaşımların ortalama etkileşim skoru (3.700) genel ortalamadan (1,735) yüksektir.

$$KİE = \frac{3.700}{1.735} = 2,13$$

KİE (2,13), kriz iletişiminin kamuoyu üzerindeki etkisinin yüksek olduğunu kanıtlamaktadır.

Bölgesel Algı Güçlendirme Katsayısı (BAGK): Bölgesel temalı paylaşımlar (örneğin, Gazze meselesi) toplam görüntülenmelerin %30'unu oluştururken, bu paylaşımların oranı %20'dir.

$$BAGK = \frac{0,30}{0,20} \times 0,20 = 0,30$$

BAGK (0,30), Türkiye'nin bölgesel liderlik algısını güçlendirmede sosyal medyayı etkin bir şekilde kullandığını gösterir.

Türkiye'nin X platformundaki kamu diplomasisi, bilgilendirme ve amplifikasyon yoluyla resmî bir devlet imajı yaratırken, duygusal mobilizasyon ve kriz yönetimi ile iç kamuoyu ve diaspora kitlelerini etkilemeyi başarmaktadır. Duygusal Mobilizasyon İndeksi (DMİ: 0,194), kriz iletişiminin yüksek etkisini (KİE: 2,13) ve bölgesel algı güçlendirme kapasitesini (BAGK: 0,30) gösteren metrikler, Türkiye'nin sosyal medyayı stratejik bir araç olarak etkin bir şekilde kullandığını ortaya koymaktadır. Ancak, retweet ve yorum sayılarındaki sınırlı etkileşim, Türkiye'nin paylaşımlarının uluslararası tartışma yaratma potansiyelinin artırılması gerektiğini göstermektedir.

ABD'nin Kamu Diplomasisi Stratejisi

ABD'nin X platformunda Department of State resmî hesabı (@StateDept) Ekim 2007 tarihinden itibaren aktif olarak yer almaktadır. Güncel takipçi sayısı 6.512.104 olup, takip ettiği hesapların sayısı 357'dir.

ABD'nin X platformundaki paylaşımları, tematik olarak şu dağılımı göstermektedir:

Kamu Diplomasisi (%35): Bu tema, genellikle Dışişleri Bakanı Marco Rubio'nun liderliği ve Başkan Donald Trump'ın vizyonu etrafında şekillenmiştir. Örneğin, ABD'nin Ukrayna-Rusya çatışmasında de-eskalasyon çabaları 500.000 görüntülenme almıştır.

Amplifikasyon (%30): Liderlerin faaliyetlerini geniş kitlelere duyurma çabasını yansıtır. Ksenia Karelina'nın serbest bırakılması 1 milyon görüntülenme ile en yüksek etkileşimi elde etmiştir.

Kriz Yönetimi (%15): Rehine serbest bırakma ve doğal afetlere yönelik açıklamalar ile dikkat çeker. Rehine diplomasisindeki başarının bir örneği olarak öne çıkmıştır.

Kültürel Diplomasi (%10): Spor etkinlikleri ve kültürel değişim programları ile uluslararası kitlelerle bağ kurmayı hedeflemiştir. Örneğin, bir Amerikan spor etkinliği 150.000 görüntülenme almıştır.

İmaj Oluşturma (%10): İnsani yardım faaliyetleri ve demokrasi savunuculuğu ile pozitif bir küresel imaj yaratma çabasını yansıtır.

Bu tematik dağılım, ABD'nin kamu diplomasisinde küresel liderlik algısını pekiştirme, kriz yönetiminde somut başarıları vurgulama ve kültürel diplomasi ile yumuşak gücünü destekleme arasında bir denge kurduğunu göstermektedir. Bu strateji, ABD'nin uluslararası alanda hegemonik bir aktör olarak konumunu güçlendirme çabasını yansıtmaktadır (Nye, 2004).

Ton analizi, paylaşımların %45'inin pozitif, %40'ının nötr ve %15'inin negatif olduğunu ortaya koymuştur.

Pozitif Ton (%45): Başarı hikâyelerinde ve kültürel diplomasi temalarında baskındır. Örneğin, Ksenia Karelina'nın serbest bırakılması, pozitif tonuyla 1 milyon görüntülenme almış ve uluslararası güven algısını güçlendirmiştir.

Nötr Ton (%40): Resmî açıklamalar ve bilgilendirme temalı paylaşımlarda yoğunlaşmıştır. Bu, ABD'nin tarafsız bir devlet imajı yaratma çabasını yansıtır.

Negatif Ton (%15): Kriz yönetimi temalı paylaşımlarda öne çıkar. Örneğin, bir doğal afete yönelik açıklamalarda negatif ton kullanılmış ve 200.000 görüntülenme almıştır.

Bu ton dağılımı, ABD'nin kamu diplomasisinde pozitif bir küresel liderlik algısı yaratmaya odaklandığını, ancak kriz anlarında eleştirel bir duruş sergileyerek şeffaflık

göstermeye çalıştığını ortaya koymaktadır. Pozitif tonun baskınlığı, ABD'nin yumuşak güç stratejisine uygun bir şekilde iyimser bir imaj oluşturma çabasını desteklemektedir (Nye, 2008, s. 102).

Etkileşim metrikleri, ABD'nin paylaşımlarının ortalama 250.000 görüntülenme, 1.200 retweet, 1.000 beğeni ve 300 yorum aldığını göstermiştir.

► **En Yüksek Etkileşimli Paylaşımlar:**

Ksenia Karelina'nın serbest bırakılması, 1.000.000 görüntülenme, 5.000 beğeni, 3.000 retweet, 1.000 yorum: Bu paylaşım, kriz yönetimi temasının yüksek etkileşim potansiyelini ortaya koyar.

Ukrayna-Rusya de-eskalasyon çabaları, 500.000 görüntülenme, 2.500 beğeni, 1.500 retweet, 800 yorum: Liderlik temalı paylaşımların küresel ilgi çektiğini gösterir.

► **En Düşük Etkileşimli Paylaşımlar:**

Kültürel değişim programı, 50.000 görüntülenme, 300 beğeni, 100 retweet, 50 yorum: Daha az somut içeriklerin sınırlı ilgi çektiğini ortaya koyar.

Metrik Sonuçları:

Küresel Liderlik İndeksi (KLİ): Liderlik temalı paylaşımlar toplam paylaşımların %35'ini oluştururken, bu paylaşımların ortalama görüntülenme sayısı (400.000) genel ortalamanın (250.000) üzerindedir.

$$KLİ = \frac{35}{100} \times \left(\frac{400.000}{250.000} \right) = 0,35 \times 1,6 = 0,56$$

KLİ (0,56), liderlik temalarının ABD'nin kamu diplomasisinde güçlü bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir.

Kriz Yönetim Başarı Skoru (KYBS): Kriz temalı paylaşımların ortalama etkileşim skoru (5.500) genel ortalamadan (2.500) yüksektir.

$$KYBS = \frac{5.500}{2.500} = 2,2$$

KYBS (2,2), kriz yönetiminin kamuoyu üzerindeki etkisinin yüksek olduğunu kanıtlar.

Uluslararası Güven Katsayısı (UGK): Pozitif tonlu paylaşımlar toplam görüntülenmelerin %50'sini oluştururken, bu paylaşımların oranı %45'tir.

$$UGK = \frac{0,50}{0,45} \times 0,45 = 0,50$$

UGK (0,50), ABD'nin pozitif tonlu paylaşımlarla uluslararası güven yaratma kapasitesinin güçlü olduğunu gösterir.

ABD'nin X platformundaki kamu diplomasisi, liderlik ve kriz yönetimi temalarıyla küresel bir güven algısı yaratmayı başarmaktadır. Küresel Liderlik İndeksi (KLİ: 0,56), kriz yönetiminin yüksek başarısını (KYBS: 2,2) ve uluslararası güven kapasitesini (UGK: 0,50) gösteren metrikler, ABD'nin sosyal medyayı stratejik bir araç olarak etkin bir şekilde kullandığını ortaya koymaktadır. Ancak, yorumlardaki yüksek tartışma yoğunluğu, bazı içeriklerin kutuplaştırıcı etkiler yaratabileceğini göstermektedir.

Almanya'nın Kamu Diplomasisi Stratejisi

Almanya'nın resmî X hesabı (@AuswaertigesAmt), Mart 2011 tarihinden itibaren aktif olarak sosyal medyada yer almaktadır. Güncel olarak 908.388 takipçisi ve takip ettiği 1.155 hesap bulunmaktadır.

Almanya'nın X platformundaki paylaşımları, tematik olarak şu dağılımı göstermektedir:

Kamu Diplomasisi (%40): Bu tema, genellikle Dışişleri Bakanı Annalena Baerbock'un Ukrayna ve Suriye'ye yönelik açıklamaları ile şekillenmiştir. Örneğin, Ukrayna'ya destek mesajı 300.000 görüntülenme almıştır.

Bilgilendirme (%25): Resmî açıklamalar ve iklim politikası vurguları bu temada öne çıkar. Almanya'nın COP30'daki iklim hedefleri paylaşılmış ve 200.000 görüntülenme almıştır.

Kriz Yönetimi (%20): Rusya ve İsrail'e yönelik eleştirilerle dikkat çeker.

Türkiye'deki insan hakları ihlallerine yönelik eleştiriler 896.700 görüntülenme ile en yüksek etkileşimi almıştır.

İmaj Oluşturma (%10): Avrupa Birliği ve insan hakları savunuculuğu ile pozitif bir küresel imaj yaratma çabasını yansıtır. Örneğin, AB ile ortak bir proje paylaşılmış ve 150.000 görüntülenme almıştır.

Kültürel Diplomasi (%5): Kültürel etkinlikler ve değişim programları sınırlı bir şekilde yer bulmuştur. Bir Alman sanat festivali paylaşılmış ve 50.000 görüntülenme almıştır.

Bu tematik dağılım, Almanya'nın kamu diplomasisinde normatif otoriteyi ve çok taraflı diplomasiyi önceliklendirdiğini, kriz yönetimi yoluyla eleştirel bir duruş sergileyerek insan hakları savunuculuğunu güçlendirdiğini göstermektedir. Bu strateji, Almanya'nın Avrupa Birliği'nin normatif değerlerini dijital platformlarda yayma çabasını yansıtmaktadır (Bjola ve Holmes, 2015).

Ton analizi, paylaşımların %45'inin nötr, %35'inin pozitif ve %20'sinin negatif olduğunu ortaya koymuştur.

Nötr Ton (%45): Resmî açıklamalar ve bilgilendirme temalı paylaşımlarda baskındır. Bu, Almanya'nın tarafsız bir devlet imajı yaratma çabasını yansıtır.

Pozitif Ton (%35): İmaj oluşturma ve kültürel diplomasi temalarında yoğunlaşmıştır. Örneğin AB ile ortak bir proje pozitif tonla paylaşılmış ve 150.000 görüntülenme almıştır.

Negatif Ton (%20): Kriz yönetimi temalı paylaşımlarda öne çıkar. Türkiye'deki insan hakları ihlallerini eleştiren negatif tonlu bir paylaşım, 896.700 görüntülenme ile dikkat çekmiştir.

Bu ton dağılımı, Almanya'nın kamu diplomasisinde nötr ve pozitif tonlarla normatif bir otorite imajı yaratmaya odaklandığını, ancak kriz anlarında eleştirel bir duruş sergileyerek insan hakları savunuculuğunu güçlendirdiğini ortaya koymaktadır. Negatif tonun kriz temalarında yoğunlaşması, Almanya'nın ahlaki bir duruş sergileyerek uluslararası meşruiyetini artırma çabasını desteklemektedir (Manor, 2019, s.38).

Etkileşim metrikleri, Almanya'nın paylaşımlarının ortalama 100.000 görüntülenme, 200 beğeni, 100 retweet ve 50 yorum aldığını göstermiştir.

► **En Yüksek Etkileşimli Paylaşımlar:**

Türkiye'deki insan hakları eleştirisi, 896.700 görüntülenme, 1.000 beğeni, 500 retweet, 200 yorum: Bu paylaşım, kriz yönetimi temasının yüksek etkileşim potansiyelini ortaya koyar.

İsrail'e yönelik eleştiri, 422.400 görüntülenme, 800 beğeni, 400 retweet, 150 yorum: Eleştirel içeriklerin niş kitleler üzerinde etkili olduğunu gösterir.

► **En Düşük Etkileşimli Paylaşımlar:**

Kültürel etkinlik, 50.000 görüntülenme, 100 beğeni, 50 retweet, 20 yorum: Daha az somut içeriklerin sınırlı ilgi çektiğini ortaya koyar.

Metrik Sonuçları:

Normatif Otorite İndeksi (NOİ): Normatif temalı paylaşımlar (örneğin, insan hakları, AB iş birliği) toplam paylaşımların %50'sini oluştururken, bu paylaşımların ortalama görüntülenme sayısı (250.000) genel ortalamanın (100.000) üzerindedir.

$$NOİ = \frac{50}{100} \times \left(\frac{250.000}{100.000} \right) = 0,50 \times 2,5 = 1,25$$

NOİ (1,25), normatif temaların Almanya'nın kamu diplomasisinde güçlü bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir.

Kriz Eleştirisi Etkisi (KEE): Kriz temalı paylaşımların ortalama etkileşim skoru (1.700) genel ortalamadan (350) yüksektir.

$$KEE = \frac{1.700}{350} = 4,86$$

KEE (4,86), kriz eleştirisinin kamuoyu üzerindeki etkisinin çok yüksek olduğunu kanıtlar.

Çok Taraflı Diplomasi Katsayısı (ÇTDK): Çok taraflı temalı paylaşımlar toplam görüntülenmelerin %40'ını oluştururken, bu paylaşımların oranı %35'tir.

$$\text{ÇTDK} = \frac{0,40}{0,35} \times 0,35 = 0,40$$

ÇTDK (0,40), Almanya'nın çok taraflı diplomasi kapasitesinin güçlü olduğunu gösterir.

Almanya'nın X platformundaki kamu diplomasisi, normatif otorite ve çok taraflı diplomasi temalarıyla ahlaki bir duruş sergileyerek uluslararası meşruiyetini güçlendirmektedir. Normatif Otorite İndeksi (NOİ: 1,25), kriz eleştirisinin yüksek etkisini (KEE: 4,86) ve çok taraflı diplomasi kapasitesini (ÇTDK: 0,40) gösteren metrikler, Almanya'nın sosyal medyayı stratejik bir araç olarak etkin bir şekilde kullandığını ortaya koymaktadır. Ancak, kültürel diplomasi gibi daha az somut temaların düşük etkileşimi, Almanya'nın bu alanda daha yaratıcı stratejiler geliştirmesi gerektiğini göstermektedir.

Karşılaştırmalı Analiz

Karşılaştırmalı analiz, Türkiye, ABD ve Almanya'nın X platformunda yürüttükleri kamu diplomasisi stratejilerinin tematik, tansal ve etkileşimsel boyutlarını derinlemesine incelemeyi amaçlamaktadır. Bu bölüm, her bir ülkenin stratejik iletişim yaklaşımlarının farklılıklarını ve benzerliklerini, sosyal medya bağlamında diplomatik etkinliği etkileyen dinamikleri ortaya koyacak şekilde ele alınmaktadır. Analiz, nicel verilere (beğeni, retweet, yorum ve görüntülenme sayıları) dayanarak ve nitel içeriksel kategorilere (tema ve ton) odaklanarak, üç ülkenin kamu diplomasisi pratiklerindeki stratejik önceliklerin ve hedef kitle etkileşimindeki başarılarının karşılaştırmalı bir değerlendirmesini sunmaktadır.

Tematik Dağılım ve Stratejik Odaklar

Tematik analiz, her ülkenin kamu diplomasisi stratejilerinde farklı öncelikler benimsediğini göstermektedir. Türkiye'nin paylaşımları, bilgilendirme (%38) ve amplifikasyon (%30) temalarıyla öne çıkarken, bu yaklaşım genellikle üst düzey diplomatik temasların ve ulusal gündemin duyurulmasına yöneliktir. Bu, Türkiye'nin stratejik iletişiminde iç kamuoyu ve diaspora kitlelerine hitap eden bir mobilizasyon stratejisi izlediğini ortaya koyar. ABD'nin paylaşımları ise kamu diplomasisi (%35) ve amplifikasyon (%30) temaları etrafında şekillenmiş; özellikle Başkan Donald Trump'ın vizyonu ve Dışişleri Bakanı Marco Rubio'nun liderliğini vurgulayan içerikler, küresel liderlik algısını pekiştirmeyi hedeflemektedir. Kriz yönetimi (%15) teması, rehine serbest bırakma gibi somut başarılarla desteklenirken, kültürel diplomasi (%10) daha az ağırlık taşımaktadır. Almanya'nın stratejisi ise kamu diplomasisi (%40) ve bilgilendirme (%25) temalarına dayanır; Dışişleri Bakanı Annalena Baerbock'un Ukrayna ve Suriye'ye yönelik açıklama-

maları ile iklim politikası vurguları, ahlaki ve çok taraflı bir duruşu yansıtır. Kriz yönetimi (%20) teması, insan hakları ihlallerine yönelik eleştirilerle güçlendirilmiştir.

Bu tematik farklılıklar, her ülkenin jeopolitik konumu, diplomatik öncelikleri ve hedef kitle tercihleriyle ilişkilendirilebilir. Türkiye'nin içe dönük ve duygusal temalara odaklanması, bölgesel etkisini artırma çabasını; ABD'nin liderlik ve kriz yönetimine vurgusu, küresel hegemonik rolünü koruma isteğini; Almanya'nın ise çok taraflı diplomasi ve insan hakları odaklılığı, Avrupa Birliği'nin normatif değerlerini yayma misyonunu yansıtmaktadır. Bu bulgular, sosyal medyanın devletler tarafından ulusal çıkarların genişletilmesi için özelleştirilmiş bir araç olarak kullanıldığını desteklemektedir (Cull, 2013, s. 14).

Ton Analizi ve İletişimsel Yaklaşım

Ton dağılımı, ülkelerin kamu diplomasisindeki iletişimsel yaklaşımlarını anlamada kritik bir göstergedir. Türkiye'nin paylaşımlarında nötr ton (%60) baskınken, pozitif (%25) ve negatif (%15) tonlar daha sınırlı bir yer tutmaktadır. Bu nötr yaklaşım, resmî ve tarafsız bir devlet imajı yaratma çabasını yansıtırken, negatif tonun kriz temalarında (örneğin, İsrail eleştirileri) yoğunlaşması dikkat çekicidir. ABD'nin paylaşımlarında pozitif ton (%45) ön plandayken, nötr (%40) ve negatif (%15) tonlar tamamlayıcı bir rol oynamaktadır. Pozitif ton, rehine serbest bırakma ve kültürel etkinlikler gibi başarı hikâyeleriyle ilişkilendirilebilir; bu, ABD'nin iyimser bir küresel liderlik algısı oluşturma stratejisini ortaya koyar. Almanya'da ise nötr ton (%45) baskınken, pozitif (%35) ve negatif (%20) tonlar dengeli bir dağılım gösterir. Negatif ton, insan hakları ihlallerine yönelik eleştirilerde yoğunlaşarak, Almanya'nın eleştirel diplomasi yaklaşımını pekiştirir.

Ton analizi, her ülkenin hedef kitleye yönelik duygusal ve bilişsel etkiler yaratma stratejilerini yansıtır. Türkiye'nin nötr tonu, geniş bir kitleye hitap etme çabasını; ABD'nin pozitif tonu, güven ve umut aşılamayı; Almanya'nın dengeli tonu ise normatif bir otorite sergilemeyi amaçladığını göstermektedir. Bu farklılıklar, sosyal medyanın tonunun diplomatik mesajların algılanmasında belirleyici bir faktör olduğunu doğrulamaktadır (White ve Radic, 2014, s. 118).

Etkileşim Metrikleri ve Dijital Etkinlik

Etkileşim metrikleri (beğeni, retweet, yorum ve görüntülenme sayıları), her ülkenin X platformundaki dijital etkinliğini değerlendirmede temel bir ölçüttür.

Türkiye: Ortalama 77.500 görüntülenme, 1.500 beğeni, 150 retweet, 85 yorum. En yüksek etkileşim, 752.500 görüntülenme ile kriz temasında; 121.400 görüntülenme ile duygusal temada elde edilmiştir.

ABD: Ortalama 250.000 görüntülenme, 1.200 retweet, 1.000 beğeni, 300 yorum. En yüksek etkileşim, 1 milyon görüntülenme ile kriz temasında; 500.000 görüntülenme ile liderlik temasında görülmüştür.

Almanya: Ortalama 100.000 görüntülenme, 200 beğeni, 100 retweet, 50 yorum. En yüksek etkileşim, 896.700 görüntülenme ve 422.400 görüntülenme ile kriz temalarında elde edilmiştir.

ABD, ortalama 250.000 görüntülenme ve 1.200 retweet ile en yüksek etkileşim oranlarına sahipken, rehine serbest bırakma haberi 1 milyon görüntülenme ile zirve yapmıştır. Bu, ABD'nin kriz yönetimi ve liderlik temalarının geniş kitleler tarafından ilgi gördüğünü ortaya koyar. Türkiye, ortalama 77.500 görüntülenme ve 1.500 beğeni ile dikkat çeker; özellikle Ramazan Bayramı kutlamaları ve İsrail eleştirileri sırasıyla 121.400 ve 752.500 görüntülenme ile yüksek etkileşim sağlamıştır. Almanya ise ortalama 100.000 görüntülenme ve 200 beğeni ile daha mütevazı bir etkileşim sergiler; ancak Türkiye ve İsrail eleştirileri sırasıyla 896.700 ve 422.400 görüntülenme ile dikkat çeker. Yorum sayıları açısından ise ABD (ortalama 300) ve Türkiye (ortalama 85) Almanya'ya (ortalama 50) kıyasla daha fazla tartışma uyandırmıştır.

Bu metrikler, her ülkenin dijital diplomasideki başarı seviyesini ve hedef kitle katılımını farklı şekillerde yansıtır. ABD'nin yüksek retweet ve görüntülenme oranları, küresel bir ağ oluşturma kapasitesini; Türkiye'nin beğeni ve görüntülenme başarıları, iç ve diaspora kitleleriyle bağ kurma gücünü; Almanya'nın ise eleştirel içeriklerin dikkat çekmesi, normatif mesajların niş kitlelerde etkili olduğunu göstermektedir. Etkileşim verileri, kriz temalı paylaşımların (rehine serbest bırakma, insan hakları ihlalleri) genel etkileşimi artırdığını ve sosyal medyanın acil durum diplomasisinde kritik bir rol oynadığını destekler (Reynolds ve Quinn, 2008, s. 22).

Jeopolitik ve Kültürel Bağlamın Etkisi

Üç ülkenin stratejileri, jeopolitik konumları ve kültürel bağlamlarıyla şekillenmiştir:

Türkiye: Orta Doğu ve İslam dünyasındaki konumu, duygusal ve dinî temalara odaklanmasını sağlar. Bu, bölgesel liderlik algısını güçlendirme çabasını yansıtır (Çevik, 2019).

ABD: Küresel süper güç statüsü, liderlik ve kriz yönetimine odaklanmasını açıklar. Rehine serbest bırakma gibi başarı hikayeleri, uluslararası güven yaratma hedefini destekler (Nye, 2004).

Almanya: AB'nin merkezinde yer alması, insan hakları ve çok taraflı diplomasiyi önceliklendirmesine yol açar. Eleştirel içerikler, normatif otoritesini meşrulaştırır (Manners, 2002).

Bu bağlamlar, sosyal medyanın devletler tarafından ulusal kimliklerin ve diplomatik hedeflerin yansıtıldığı bir platform olarak kullanıldığını gösterir (Manor, 2019, s. 298). Karşılaştırmalı analiz, her ülkenin stratejik iletişim yaklaşımlarının jeopolitik konumu ve kültürel bağlamıyla şekillendiğini ortaya koyar. Türkiye'nin Orta Doğu ve İslam dünyasındaki konumu, duygusal ve dinî temalara dayalı bir stratejiyi gerektirirken; ABD'nin küresel süper güç statüsü, liderlik ve kriz yönetimine odaklanmasını açıklamaktadır.

Almanya'nın Avrupa Birliği'nin merkezinde yer alması, çok taraflı diplomasi ve insan hakları gibi normatif temaları önceliklendirmesine yol açmıştır. Bu bağlam, sosyal medyanın devletler tarafından ulusal kimliklerin ve diplomatik hedeflerin yansıtıldığı bir platform olarak kullanıldığını göstermektedir.

Sonuç ve Tartışma

Bu çalışma, Türkiye, ABD ve Almanya'nın X platformunda yürüttükleri kamu diplomasisi stratejilerini tematik, tonsal ve etkileşimsel boyutlarıyla karşılaştırmalı bir analiz çerçevesinde incelemiş ve sosyal medyanın devletler arası iletişimdeki dönüştürücü rolünü ortaya koymuştur. Bulgular, her bir ülkenin stratejik iletişim yaklaşımlarının jeopolitik konumu, kültürel dinamikleri ve diplomatik öncelikleriyle şekillendiğini ve bu yaklaşımların X platformunda farklı düzeylerde başarı sergilediğini göstermiştir.

Bulgular, kamu diplomasisi teorisine önemli katkılar sağlamaktadır. Türkiye'nin bilgilendirme ve amplifikasyon temalarına dayalı, iç kamuoyu ve diaspora mobilizasyonuna odaklı stratejisi, duygusal ve kültürel temaların diplomatik iletişimde bir güç çarpanı olarak kullanılabileceğini ortaya koymaktadır. Bu, geleneksel kamu diplomasisi yaklaşımlarının (örneğin, yumuşak güç kavramı; Nye, 2004) ötesine geçerek, sosyal medyanın hızlı ve duygusal tepkilerle kitleleri harekete geçirme kapasitesini vurgulamaktadır. Türkiye'nin X platformundaki paylaşımlarının retweet oranlarının sınırlı olması (ortalama 150 retweet), uluslararası tartışma yaratma potansiyelinin düşük olduğunu göstermektedir. Bu durum, birkaç bağlamsal faktörle ilişkilendirilebilir. İlk olarak, Türkiye'nin iletişim stratejisi, daha çok iç kamuoyu ve diaspora kitlelerine yönelik duygusal ve kültürel temalara odaklanmaktadır (Çevik, 2019, s. 185). Bu durum, içeriklerin yerel ve bölgesel kitlelerde yankı uyandırdığını, ancak küresel kitlelere hitap etme veya viral bir tartışma yaratma konusunda sınırlı kaldığını göstermektedir.

ABD'nin liderlik ve kriz yönetimi odaklı pozitif tonlu yaklaşımı, küresel hegemonik bir aktörün dijital platformlarda güven ve otorite algısını nasıl pekiştirdiğini gösterirken, Almanya'nın normatif diplomasi ve insan hakları vurgusu, çok taraflı aktörlerin ahlaki duruşlarını dijital ortamda nasıl meşrulaştırdığını ortaya koymaktadır. Bu farklı yaklaşımlar, kamu diplomasisinin tek bir modelle değil, bağlama özgü çoklu stratejilerle işlediğini öne sürerek, teorik çerçevelerin yerel ve küresel dinamikleri entegre edecek şekilde yeniden şekillendirilmesi gerektiğini savunmaktadır (Cull, 2013, ss. 14-16).

Ayrıca, etkileşim metriklerinin kriz temalı paylaşımların yüksek ilgi çektiği yönündeki bulgusu, sosyal medyanın acil durum diplomasisindeki kritik rolünü desteklemektedir (Reynolds ve Quinn, 2008, s. 23). Bu, dijital diplomasi literatürüne, kriz iletişiminin algı yönetimi ve uluslararası iş birliği üzerindeki etkisini analiz eden yeni bir boyut eklemektedir. Ton analizi ise, nötr, pozitif ve negatif tonların farklı diplomatik hedeflerle nasıl uyumlu hâle getirildiğini göstererek, mesajın duygusal ve bilişsel et-

kilerinin stratejik iletişimde belirleyici bir faktör olduğunu doğrulamaktadır (White ve Radic, 2014, s. 118).

Almanya'nın paylaşımlarının yalnızca %5'inin kültürel diplomasiye odaklanması, diğer temalara (kamu diplomasisi %40, bilgilendirme %25) kıyasla düşük bir önceliği yansıtmaktadır. Bu durum, stratejik bir tercih olarak değerlendirilebilir. Zira Almanya, Avrupa Birliği'nin normatif değerlerini ve insan hakları savunuculuğunu önceliklendirerek, normatif otoritesini güçlendirmeye odaklanmaktadır (Manners, 2002, s. 245). Kültürel diplomasi, Almanya'nın dış politikasında daha çok Goethe-Institut gibi geleneksel kanallar aracılığıyla yürütülmekte olup, X platformu gibi hızlı ve anlık iletişim araçlarında daha az vurgulanmaktadır (Bjola ve Holmes, 2015). Ancak, bu sınırlı odaklanma, bir eksiklik olarak da yorumlanabilir, çünkü kültürel diplomasi, geniş kitlelerle duygusal bağ kurma ve yumuşak güç oluşturma potansiyeline sahiptir (Nye, 2004). Örneğin, Türkiye'nin Ramazan Bayramı paylaşımlarının yüksek etkileşimi, kültürel içeriklerin diaspora ve uluslararası kitlelerde yankı uyandırma kapasitesini göstermektedir. Almanya'nın kültürel diplomasiye daha az yer vermesi, X platformunda daha geniş bir kitleye ulaşma fırsatını kaçırmaya neden olabilir. Bu nedenle, Almanya'nın kültürel etkinlikleri (ör. sanat festivalleri, eğitim programları), dijital platformlarda daha yaratıcı ve görsel odaklı içeriklerle tanıtması, normatif mesajlarını tamamlayıcı bir strateji olarak değerlendirilebilir.

Pratik düzeyde, bu bulgular, devletlerin sosyal medya stratejilerini optimize etmeleri için yol gösterici bir temel sunmaktadır. Türkiye'nin duygusal temalarla yüksek etkileşim elde ettiği göz önüne alındığında, kültürel diplomasi ve dinî etkinliklerin uluslararası algıyı güçlendirmede daha sistematik bir şekilde kullanılabileceği önerilmektedir. Örneğin, Ramazan Bayramı gibi paylaşımların diaspora kitleleriyle bağ kurmada etkili olduğu gözlemlenmiş olup; bu strateji, Türkiye'nin küresel yumuşak güç kapasitesini artırmak için genişletilebilir. ABD'nin rehine diplomasisindeki başarısı, kriz yönetiminde somut sonuçların iletişiminin güven algısını nasıl güçlendirdiğini gösterirken, bu yaklaşımın diğer diplomatik krizlerde (ör. doğal afetler) de uygulanabilirliği değerlendirilmelidir. Almanya'nın insan hakları eleştirilerinin dikkat çektiği ise, normatif diplomasinin niş kitleler üzerinde etkili bir araç olduğunu kanıtlamaktadır. Bu strateji, Avrupa Birliği'nin ortak dış politika hedefleri doğrultusunda daha koordineli bir şekilde geliştirilebilir.

Ayrıca, üç ülkenin de etkileşim metriklerinde kriz temalarının üstünlüğü, sosyal medyanın diplomatik mesajların hız ve erişim açısından kritik bir kanal olduğunu vurgulamaktadır. Devletler, bu platformu daha etkili kullanmak için gerçek zamanlı veri analitiği ve hedef kitle segmentasyonuna dayalı dinamik içerik stratejileri geliştirmelidir. Örneğin, yapay zekâ destekli araçlar, kullanıcı tepkilerini anlık olarak izleyerek ton ve tema ayarlamalarını optimize edebilir, böylece diplomatik mesajların etkisi artırılabilir.

Bu çalışma, kamu diplomasisi ve stratejik iletişim gibi sözel ve bağlama dayalı alanları sayısallaştırma kapsamında literatüre önemli bir katkı sunmaktadır. Sosyal medya analizinde karma yöntemlerin kullanımı hem nitel içerik analizinin derinliğini

hem de nicel verilerin ölçülebilirliğini bir araya getirerek daha bütüncül bir anlayış sağlar. Metriklerin geliştirilmesinde, etkileşim verilerinin tematik sınıflandırmalarla birleştirilmesi, kamu diplomasisi çalışmalarında sıkça kullanılan içerik analizi yöntemlerini genişletmiş ve X platformunun dinamik doğasına uygun yeni bir çerçeve sunmuştur. Tablo 1'de sunulan görselleştirme, metriklerin karşılaştırmalı analizini kolaylaştırmayı amaçlamaktadır.

Metodolojik açıdan, bu çalışma, içerik analizi yönteminin kamu diplomasisi araştırmalarında sağlam bir çerçeve sunduğunu göstermektedir. Kodlama şemasının Krippendorff'un alfa katsayısı (%0,89) ile yüksek güvenilirlik göstermesi, tematik ve tonsal sınıflandırmanın tutarlılığını desteklemektedir. Ancak, analiz yalnızca resmî dışışleri hesaplarına odaklanarak sınırlı bir veri setini incelemiştir. Gelecek çalışmalar, sivil toplum kuruluşları, liderlerin kişisel hesapları ve diğer sosyal medya platformları (örneğin, Instagram, LinkedIn) gibi daha geniş bir yelpazeyi kapsayarak karşılaştırmalı analizleri zenginleştirebilir.

Zaman boyutunun analize dâhil edilmesi, stratejik iletişimdeki uzun vadeli etkileri anlamak için kritik bir değişken olarak öne çıkmaktadır (Boulianne, 2020, s. 957). Bu çalışma, 2025 yılının iki aylık dönemini kapsarken, daha uzun bir zaman diliminde yapılan karşılaştırmalar, temaların mevsimsel veya politik olaylarla nasıl değiştiğini ortaya koyabilir. Ayrıca, jeopolitik bağlamın (örneğin, Rusya-Ukrayna çatışması veya Orta Doğu gerilimleri) stratejik iletişim üzerindeki etkisini modellemek için ek değişkenler (örneğin, uluslararası kriz indeksleri) dâhil edilerek çok değişkenli analizler gerçekleştirilebilir.

Sonuç olarak, bu çalışma, X platformunun kamu diplomasisinde devletler için stratejik bir arena olduğunu ve bu platformun, ulusal çıkarların yayılmasında, kriz yönetiminde ve küresel algı oluşturmada belirleyici bir rol oynadığını ortaya koymaktadır. Türkiye'nin duygusal mobilizasyon, ABD'nin liderlik odaklı güven algısı ve Almanya'nın normatif otorite yaklaşımı, dijital diplomasi'nin çok boyutlu doğasını yansıtmaktadır. Bu farklılıklar, sosyal medyanın devletler tarafından özelleştirilmiş bir iletişim aracı olarak kullanıldığını ve jeopolitik bağlamın bu kullanımları şekillendirdiğini göstermektedir.

Gelecekte, yapay zekâ ve büyük veri analitiği gibi teknolojilerin yükselişi, kamu diplomasisinin daha kişiselleştirilmiş ve hedefe yönelik hâle gelmesine yol açabilir. Devletler, bu teknolojik gelişmeleri etik ve şeffaflık çerçevesinde kullanarak, dijital diplomasiyi daha kapsayıcı ve etkili bir alana dönüştürebilir. Ayrıca, sosyal medyanın dezenformasyon riskleri ve manipölasyon potansiyeli, uluslararası ilişkilerde yeni bir güvenlik boyutu olarak ele alınmalı ve bu alanda uluslararası normlar geliştirilmelidir (Kreps, 2020). Bu çalışma, bu tür normatif ve teknolojik dönüşümleri anlamak için bir temel sunarken, kamu diplomasisi araştırmalarının disiplinler arası bir yaklaşımla (iletişim, siyaset bilimi, teknoloji) ilerlemesi gerektiğini vurgulamaktadır.



KAYNAKÇA

- Bjola, C., & Holmes, M. (2015). *Digital diplomacy: Theory and practice* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315730844>
- Bjola, C., & Jiang, M. (2015). Social media and public diplomacy: A comparative analysis of the digital diplomatic strategies of the EU, U.S., and Japan in China. İçinde: C. Bjola & M. Holmes (Ed.), *Digital diplomacy: Theory and practice* (pp. 71–88). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315730844>
- Boulianne, S. (2020). Twenty years of digital media effects on civic and political engagement. *Communication Research*, 47(7), 947–966. <https://doi.org/10.1177/0093650218808186>
- Castells, M. (2010). *The rise of the network society* (2nd ed.). Wiley-Blackwell.
- Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2018). *Designing and conducting mixed methods research* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Cull, N. J. (2008). Public diplomacy: Taxonomies and histories. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 31–54. <https://doi.org/10.1177/0002716207311952>
- Cull, N. J. (2013). The decline and fall of public diplomacy. *Public Diplomacy Magazine*, 9, 12–17.
- Çevik, B. S. (2019). Turkey's public diplomacy in the age of social media. *Place Branding and Public Diplomacy*, 15(3), 179–188.
- Duncombe, C. (2019a). Digital diplomacy: Emotion and identity in the public realm. *The Hague Journal of Diplomacy*, 14(1-2), 102–116. <https://doi.org/10.1163/1871191X-14101016>
- Duncombe, C. (2019b). The politics of Twitter: Emotions and the power of social media in international relations. *International Political Sociology*, 13(4), 409–429. <https://doi.org/10.1093/ips/olz013>
- eMarketer, & Insider Intelligence. (2022). Number of X (formerly Twitter) users worldwide from 2019 to 2024 (in millions). In Statista. Retrieved July 13, 2025, from <https://www.statista.com/statistics/303681/twitter-users-worldwide/>
- Hallahan, K., Holtzhausen, D., van Ruler, B., Verčič, D., & Sriramesh, K. (2007). Defining strategic communication. *International Journal of Strategic Communication*, 1(1), 3–35. <https://doi.org/10.1080/15531180701285244>
- Kreps, S. (2020). *Social media and international relations*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Krippendorff, K. (2013). *Content analysis: An introduction to its methodology* (3rd ed.). Sage Publications.
- Manners, I. (2002). Normative power Europe: A contradiction in terms? *Journal of Common Market Studies*, 40(2), 235–258. <https://doi.org/10.1111/1468-5965.00353>
- Manor, I. (2019). *The digitalization of public diplomacy*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-04405-3>
- Manor, I., & Segev, E. (2020). Digital diplomacy 2.0? A quantitative analysis of the Twitter activity of foreign ministries. *Global Media and Communication*, 16(2), 147–165.
- Nye, J. S. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. PublicAffairs.

- Nye, J. S. (2008). Public diplomacy and soft power. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 94–109. <https://doi.org/10.1177/0002716207311699>
- Reynolds, B., & Quinn, S. C. (2008). Effective communication during an influenza pandemic: The value of using a crisis and emergency risk communication framework. *Health Promotion Practice*, 9(4, Suppl.), 18-25. <https://doi.org/10.1177/1524839908325267>
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking*. Council of Europe. <https://rm.coe.int/information-disorder-report-november-2017/1680764666>
- White, C., & Radic, D. (2014). Comparative public diplomacy: Message strategies of countries in transition. *Place Branding and Public Diplomacy*, 10(2), 112–123.

Hakem değerlendirmesi/Peer review:

Dış bağımsız/Externally peer reviewed

Çıkar çatışması/Conflict of interest:

Yazar çıkar çatışması bildirmemiştir/The authors have no conflict of interest to declare

Finansal destek/Grant support:

Yazar bu makalede finansal destek almadığını beyan etmiştir/The authors declared that this article has received no financial support.