

Rusya-Ukrayna Savaşının Algı Yönetimi Ve Dijital Diplomasi Bağlamında Türkiye'ye Yansımaları

Reflections of The Russia-Ukraine War on Türkiye in The Context of Perception Management and Digital Diplomacy

Araştırma Makalesi / Research Article



**Sorumlu yazar/
Corresponding author:**
Atakan Batur

ORCID:
0000-0002-8524-8712

Geliş tarihi/Received:
01.11.2022

**Son revizyon teslimi/Last
revision received:**
03.12.2022

Kabul tarihi/Accepted:
05.12.2022

Yayın tarihi/Published:
10.12.2022

Atıf/Citation:
Batur, A. & Bostancı, M. (2022).
Rusya-Ukrayna savaşının algı
yönetimi ve dijital diplomasi
bağlamında Türkiye'ye
yansımaları. *İletişim ve
Diplomasi*, 9, 123-146.

doi: 10.54722/
iletisimvediplomasi.1198050

Atakan BATUR¹ , Mustafa BOSTANCI² 

ÖZ

İnsanlık tarihi çeşitli savaşlar, antlaşmalar ve krizlerle doludur. Geçmişte olduğu gibi 21. yüzyılda da ülkeler savaşlarla, işgallerle karşı karşıya kalmaya devam etmektedir. Bunların son örneği ise 2014 yılından beri süregelen çatışmaların Ukrayna ve Rusya arasında bir savaşa dönüşmesidir. Böylece savaş başta uluslararası ilişkiler olmak üzere birçok alanın gündemi hâline gelmiştir. Bu alanlardan biri de iletişim bilimleridir. Bu çalışmada Rusya ve Ukrayna arasında gerçekleşen savaşın sosyal medyadaki yansımaları dijital diplomasi ve algı yönetimi bağlamında ele alınmıştır. 21. yüzyılda iletişim süreçlerinin temel aktörü olan sosyal medya, algı yönetme ve propaganda faaliyetleri açısından oldukça önemli bir ortam hâline gelmiştir. Sosyal medya, bu özelliğiyle devletler ve hükümetler için vazgeçilmez bir araç hâline gelmiştir. Özellikle dijital diplomasi olarak adlandırılan diplomasi-nin yeni boyutunun bu bağlamda ortaya çıktığı söylenebilir. Bu çerçeveden yola çıkarak bütün ülkelerin gündemini oluşturan Rusya-Ukrayna Savaşı'nın Türkiye'ye yansımaları, sosyal medya içerikleri üzerinden analiz edilmiştir. Bu içerikler Rusya ve Ukrayna'nın Türkiye'de bulunan elçilikleri vasıtasıyla yapmış oldukları Twitter paylaşımlarından oluşmaktadır. Bu paylaşımlar social-bearing.com adlı site aracılığıyla elde edilmiştir. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden söylem analizi tekniği kullanılmış ve van Dijk'in eleştirel söylem analizi esas alınmıştır. Bu noktada sosyal medya hesaplarının takipçi sayıları ve almış oldukları etki-

¹ Doktora Öğrencisi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim Bilimleri, Sakarya, Türkiye, atakanbatur.tr@gmail.com

² Doç. Dr., Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, Sakarya, Türkiye, mbostanci@sakarya.edu.tr, ORCID: 0000-0002-9235-293X

leşim dikkate alınmıştır. Elde edilen veriler dijital diplomasi ve algı yönetimi gibi kavramlar bağlamında değerlendirilmiştir. Araştırma bulgularına göre hem algı yönetimi hem de dijital diplomasi konusunda Ukrayna'nın daha başarılı bir süreç gerçekleştirdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Algı yönetimi, dijital diplomasi, propaganda, Rusya-Ukrayna savaşı, sosyal medya

ABSTRACT

Human history is full of various wars, treaties and crises. Countries continue to face wars and invasions in the 21st century, as they have in the past. The last example is the transformation of the ongoing conflicts since 2014 into a war between Ukraine and Russia. Thus, the war has risen to the forefront of several disciplines, including international relations. Among these disciplines are communication sciences. In this study, the reflections of the war between Russia and Ukraine on social media are discussed in the context of digital diplomacy and perception management. Social media, the main communication actor in the 21st century, has become a crucial arena for perception management and propaganda campaigns. Due to this aspect, social media has become a vital instrument for states and governments. It is considered that a new dimension of diplomacy known as digital diplomacy has emerged in this setting. Based on this framework, the reflections of the Russia-Ukraine War, which is on the agenda of all countries, on Türkiye were analysed through social media content. These are the Twitter posts shared by the Russian and Ukrainian embassies in Türkiye. These posts were obtained using the website socialbearing.com. In the study, the discourse analysis technique, one of the qualitative research methods, was used, and van Dijk's critical discourse analysis was taken as a basis. At this stage, the number of followers of social media accounts and the interaction they received were considered. The data obtained were evaluated in the context of digital diplomacy and perception management concepts. According to the research findings, it was concluded that Ukraine achieved greater success in both perception management and digital diplomacy.

Keywords: Perception management, digital diplomacy, propaganda, Russia-Ukraine War, social media

EXTENDED ABSTRACT

With the development of technology and the effect of increasing globalisation, all fields, from communication to politics, from sociology to economy, have changed and transformed. One of these areas is diplomacy. Towards the end of the 20th

century, many institutions, especially states, started to carry out communication activities in line with economic, political or ideological purposes through various digital media platforms (Ekşi & Taş, 2020). In this direction, the effect of digitalisation caused changes in both the usage practices and the conceptual framework. Thus, concepts such as “digital diplomacy, digital public diplomacy, diplomacy 2.0 and e-diplomacy” began to appear in the literature. With the effect of digitalisation, borders lost their meaning for both individuals and societies, and social media users emerged as international actors. The loss of importance of the concepts of time and space with the advent of digitalisation directly affected and transformed the policies and communication strategies of countries in international relations (Gurdal, 2021, s. 419). Wars in a century where communication technologies touch every element of social life are inextricably linked to the field of communication studies. Warring countries employ various communication methods and techniques to proclaim their rightfulness to the world and maintain their psychological superiority during the war. The power of mass media to spread propaganda and manage perception has become an important part of war strategies. Countries rely heavily on traditional and new media channels to convey a message to their people, the target country and the rest of the globe.

In this study, the communication activities of Ukraine and Russia, which are the protagonists of the war, are discussed in the context of social media prevalence. Concepts such as digital diplomacy conceptualised with new communication technologies and propaganda and perception management are evaluated within the framework of social media posts. In this context, the tweets posted by the Russian and Ukrainian embassies in Türkiye on their official Twitter accounts during the war were analysed. The Twitter posts of the Embassy of Ukraine in Ankara (@UKRinTR) and the Russian Federation in Türkiye (@RusEmbTurkey) were analysed with the discourse analysis technique, one of the qualitative research methods. In this regard, Sozen (2017) claimed that the purpose of discourse analysis is “to examine language as a practice and to reveal the structures of knowledge and knowledge/power mode produced with different meanings, their changes and transformations” (p.80). One of the main approaches in discourse analysis is Van Dijk’s critical discourse analysis approach. Indeed, in critical discourse analysis, concepts such as ideology, sovereignty, power, and social order are analysed in the context of language and its practices. This study analysed the discourse produced by Ukraine and Russia from the perspective of sovereignty, power and ideology. The qualitative research method was preferred as the method in the study. The data obtained through the socialbearing.com site were interpreted with the discourse analysis technique.

According to the research findings, Ukraine’s digital diplomacy towards the people of Türkiye is more effective than Russia’s. When the two Twitter accounts are compared, the official account belonging to Ukraine has much more followers

than Russia. Naturally, this was effective in responding to social media discourse. Considering the number of likes for Russia's content, it was discovered that the number of likes for the posts was relatively limited. When the posts shared by Ukraine were analysed, it was discovered that they received significantly more interactions, particularly likes. While evaluating the interactions of Twitter posts, especially the number of likes was emphasised. However, the number of retweets does not indicate full support because it is possible to retweet and share posts for criticism. According to the data obtained from the research, the Ukrainian side carried out a much more successful communication process in terms of perception management and digital diplomacy. Ukraine's use of language and style, in particular, is appropriate for the nature of social media platforms, resulting in numerous interactions and more appreciation. Furthermore, it can be argued that referring to Turkish people's conceptions, proverbs, and values to influence Turkish public opinion draws the attention of Turkish followers. Giving reference from the values of the individuals or societies to be convinced has become an aspect that promotes persuasion at this stage.

Giriş

Yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte birey ve toplum hayatında önemli değişiklikler meydana gelmiştir. Bu değişikliklerin en başında ise birey ve toplumların anlık olarak erişilebilir konumda bulunmalarına olanak sağlayan internet teknolojisi gelmektedir. İnternetin gelişmesi, yaygınlaşması; bununla birlikte akıllı telefon ve tabletlerin geniş kitlelere ulaşması, dijital ortamlara ulaşma imkânını insanlar için çok daha kolay ve hızlı bir noktaya taşımıştır. Bu aşama bireylerin sosyal medya denilen platformlarda sürekli olarak çevrimiçi olmalarını sağlamıştır (Baştan & Karagül, 2021). Web 2.0 teknolojisi ile ortaya çıkan sosyal medya, kullanıcı bireylerin paylaşımında bulunabildiği, çeşitli kişi ve kurumlarla etkileşime girebildiği bir ortam olarak ifade edilmektedir. Bütün kullanıcılara aktif katılım, yani içerik üretebilme özelliği sunan sosyal medya bu açıdan oldukça etkili bir konuma ulaşmıştır. Bu nedenle sosyal medya eğitimden kültüre, siyasetten eğlenceye birçok alanı etkisi altına almış ve dönüşüme uğratmıştır (Darı, 2018). Yeni medya araçlarından olan sosyal medya uygulamaları insanların gündelik hayat pratiklerinde en popüler sosyalleşme ortamı olarak karşımıza çıkmaktadır. Sosyal medyanın hem bireysel hem de toplumsal olarak birçok alanda kullanılıyor olması nedeniyle dünya nüfusunun yarısı sosyal medya kullanıcısı konumundadır (Babacan, 2017). Yapılan araştırmalar ve elde edilen veriler bunu net bir şekilde ortaya koymaktadır. We Are Social ve Hootsuite Ocak 2022 raporuna göre 5,07 milyar insan internet kullanmaktadır. Dolayısıyla bu sayı 7,99 milyar olan dünya nüfusunun yüzde 63,5'inin internet kullanıcısı olduğunu göstermektedir. İnternet kullanan insanlardan 4,74 milyarı aynı zamanda sosyal medya kullanıcısıdır (Social, 2022).



Teknolojinin gelişmesi ve buna bağlı olarak artan küreselleşmenin etkisiyle birlikte iletişimden politikaya, sosyolojiden ekonomiye kadar bütün alanlar değişmiş ve dönüşmüştür. Bu alanlardan biri de diplomasiyi. 20. yüzyılın sonlarına doğru başta devletler olmak üzere birçok kurum çeşitli dijital ortamlar aracılığıyla ekonomi, politik ya da ideolojik amaçlar doğrultusunda iletişim faaliyetlerini yürütmeye başlamışlardır (Ekşi & Taş, 2020). Bu doğrultuda dijitalleşmenin etkisi hem kullanım pratiklerinde hem de kavramsal çerçevede değişikliklere neden olmuştur. Böylece dijital diplomasi, dijital kamu diplomasisi, diplomasi 2.0 ve e-diplomasi gibi kavramlar literatürde kullanılmaya başlanmıştır. Dijitalleşmenin etkisiyle birey ve toplumlar için sınırlar anlamını yitirmiş ve artık sosyal medya kullanıcıları birer uluslararası aktör hâline gelmişlerdir. Dijitalleşmeyle birlikte zaman ve mekân kavramlarının önemini yitirmesi, ülkelerin uluslararası ilişkilerdeki politikasını ve iletişim stratejilerini de doğrudan etkilemiş ve dönüşüme uğratmıştır (Gürdal, 2021).

Devletler, kendi ülkelerinin uluslararası alanlardaki imajını yönetebilmek, varsa olumsuz bir algıyı yok etmek ya da gerçekleştirmiş olduğu politik bir uygulamayı anlatabilmek ve onu kitlelere olumlu bir şekilde aktarabilmek için yeni medya araçlarını ve özellikle sosyal medya araçlarını aktif bir şekilde kullanmaya başlamışlardır. Bu durum elbette yeni medya ya da sosyal medya ile sınırlı değildir. Bu noktada geleneksel kitle iletişim araçları da önemli roller üstlenmektedir. Ancak bu çalışma sosyal medya üzerinden gerçekleştirilen diplomasi, algı yönetimi ve propaganda uygulamalarına odaklanmaktadır. Çalışmada örneklem olarak Rusya ve Ukrayna'nın Türkiye elçiliklerinin sosyal medya paylaşımları ele alınmaktadır. Son dönemlerde bütün dünyanın gündemini oluşturan Rusya'nın Ukrayna'yı işgali elbette dijital diplomasi, algı yönetimi ve propaganda gibi kavramların önemini bir kez daha ortaya koymuştur. Bu çerçevede, Türk halkının desteğini arkasına almak isteyen her iki ülke de savaş süresince Türkçe paylaşımlarda bulunmuştur. Twitter hesapları aracılığıyla yapılan bu paylaşımlar nitel araştırma yöntemlerinden söylem analizi tekniği ile analiz edilmektedir.

Dijital Çağda Diplomasi

Diplomasi kavramı 18. yüzyıla kadar belgeleri inceleyen bilim olarak kullanılmıştır; bu süreç içerisinde devlete ait bilgi ve belgelerin düzenlenmesi, korunması ve deşifre edilmesini ifade etmiştir. Daha sonrasında ise İngiliz devlet adamı Edmund Burke 1796 yılında bugünkü anlamıyla, yani uluslararası ilişkiler faaliyeti olarak kullanılmıştır. Böylece 18. yüzyıldan itibaren diplomasi kavramı devletler arası ilişkilerin gerçekleştirilmesi için yapılan faaliyetlerin bütünü olarak kullanılmıştır. Bu noktada özellikle ülkelerin diğer ülkelere belirli amaçlar doğrultusunda resmî olarak görevlendirdikleri büyükelçiler ve elçiler önemli rol oynamaktadırlar (Baştan & Karagül, 2021). Uluslararası ilişkiler ve dış politika bağlamında karşımıza çıkan diplomasi ge-

nel olarak diğer ilişkide olunan devletlerle “müzakere, sert güç, egemenlik, hiyerarşik ilişkiler, protokol” gibi konuları kapsamaktadır (Yücel, 2016, s. 748). Ancak günümüzde diplomasinin yalnızca bu kavram ve uygulamalarla açıklanması yetersiz kalmaktadır. İkinci Dünya Savaşı sonrası meydana gelen gelişmeler ve yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte internet ve sosyal medyanın aktif rol oynadığı yeni bir dönem başlamıştır (Sari & Açıkalin, 2021). Bu dönemin etkisiyle birçok alanda olduğu gibi uluslararası ilişkiler ve dış politika uygulamaları da değişmiş ve dönüşmüştür. Bu nedenle diplomasi kavramı çeşitlenmiş, farklı tanım ve kavramlarla açıklanma ihtiyacı duyulmuştur.

Diplomasinin gelişim sürecinde dört farklı aşama söz konusudur. Bu aşamalar; diplomasi 1.0, diplomasi 2.0, diplomasi 3.0 ve henüz yaygın olmayan ama diplomaside gelecek dönemi ifade eden diplomasi 4.0 şeklinde ifade edilmektedir. Diplomasi 1.0 olarak adlandırılan klasik diplomasi, ülkeler arasındaki egemenlik haklarını gözeterek sınırların ve uluslararası çıkarların korunması için gerçekleştirilen bütün faaliyetler klasik diplomasi olarak tanımlanmaktadır. Burada çeşitli devlet adamları, bakanlar ve diplomatlar gibi farklı kurum ve kişiler aktif rol almaktadır (Yücel, 2016). Geline nokta toplulukların birbiriyle olan etkileşimlerinde kültür ve bilginin yanı sıra iletişim de önemli bir etken olmuştur. Bu nedenle diplomasi 1.0 yani klasik diplomasi uygulaması yetersiz kalmaya başlamıştır. Böylece devletler ilişkide buldukları devletlerin toplumlarını hedef alan iletişim stratejileri ve yumuşak güç geliştirmek durumunda kalmışlardır. Bu doğrultuda diplomasi 2.0 olarak nitelendirilen kamu diplomasisi ortaya çıkmıştır (Ünal, 2017).

Kamu diplomasisi ilk olarak 1963 yılında ABD Bilgi Servisi (USIA) müdürü olan Edward Murrow tarafından kullanılmıştır. Kamu diplomasisi kavramı hükümetlerin diğer hükümetlerle kurdukları ilişkileri düzenlemenin yanında kamuyunu ilgilendiren bütün alanlarla iletişime geçilmesini ifade etmektedir. Kamu diplomasisi en temelde iletişime geçilen farklı ülke toplumlarının duygu ve düşüncelerine hitap edebilme, onları etkileme ve onları kazanabilme faaliyeti olarak nitelendirilebilmektedir. Bu çerçevede sinemadan turizme, kültür sanat faaliyetlerinden eğitime kadar birçok faaliyet kamu diplomasisi çerçevesinde değerlendirilmektedir (İris & Akdemir, 2020). Kamu diplomasisi geleneksel ya da klasik diplomasi olarak adlandırılan diplomasi 1.0'dan farklı olarak yalnızca devletler arası bir faaliyetten daha çok devletin diğer ülke toplumlarıyla olan iletişimini ve etkileşimini ifade etmektedir. Dolayısıyla devletten devlete değil devletten topluma ya da kamuoyuna doğru bir iletişim söz konusu olmaktadır (Kömür, 2020). Nitekim bu noktada dönemin ABD Başkanı olan Ronald Reagan, 1987 yılında yapmış olduğu bir konuşmada, yaşamış oldukları bilgi çağında yalnızca geleneksel diplomasinin yeterli olmadığını ve tüm enerjilerini kamu diplomasisine yoğunlaştırmalarının gerektiğini ifade etmiş ve aynı zamanda kamu diplomasisinin dünya tarihine şekil verebilecek potansiyel bir güç olduğunu ifade etmiştir (Kocabıyık, 2019).



Kamu diplomasisinin bir güç olarak algılanması geçmiş dönemlerdeki güç algısının değiştiğini de göstermektedir. Geçmişte devletlerin gücü yalnızca askerî güçleriyle derecelendirilmiştir. Ancak bugün kamu diplomasisiyle birlikte güç kavramı değişmiş ve daha çok yumuşak güç (soft power) ifadesi tercih edilmeye başlanmıştır (Kömür, 2020). Devletlerin askerî güçlerinin yanı sıra ekonomi, kültür, sanat, bilim, edebiyat, tarih ve teknolojik gelişmişlik düzeyleri de güç olarak nitelendirilmekte ve bu unsurların hepsi yumuşak güç olarak tanımlanmaktadır (Çavuş, 2012). Yumuşak güç kavramı ilk olarak 1980'li yıllarda Joseph Nye tarafından kullanılmıştır. Nye, (2017)'ye göre yumuşak güç kavramı cezbedici ve ikna edici bir sanattır. Dolayısıyla savaş, fetih ya da askerî müdahale olmadan kültürel araçların, dinî argümanların, ideolojik tutumların ve çeşitli ahlaki unsurların kullanılmasıyla halkların ikna edilmesi söz konusudur (Nye, 2017; akt. Selvi, 2019).

Teknolojik gelişmelerin hız kazanmasıyla birlikte dijital araçlar çok daha etkin bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır. Bu değişiklik aynı zamanda diplomasi 1.0 ve diplomasi 2.0 yapısının da değişmesine neden olmuştur. Özellikle sıradan insanların iletişim süreçlerine doğrudan katılması yeni bir iletişim ortamını ortaya çıkartmıştır. Dolayısıyla bu durum birçok kurumun olduğu gibi devletlerin de dikkatini çekmiştir. Nitekim bireylerin hiçbir otorite ya da hiyerarşi gözetmeksizin aktif bir şekilde iletişimde bulunması yeni medya ortamlarının devletler açısından önemini arttırmış ve bunun sonucunda diplomasi 3.0 diye adlandırılan dijital diplomasi kavramı literatüre girmiştir (Yücel, 2016). Dijitalleşmeyle birlikte bütün kamusal uygulamalar dijital formatta uygulanmaya başlanmıştır. Toplumun hızla dijitalleşmesi, devletlerin topluma etki edebilmesi ve toplumu yönlendirebilmesi için dijital araçların kullanımını zorunlu kılmıştır. Bu noktada dijital diplomasi devletlerin ilişkide oldukları diğer devletlerin toplumlarıyla birtakım amaçlar doğrultusunda internet ve dijital araçlar aracılığıyla gerçekleştirmiş olduğu stratejik iletişim faaliyetlerinin tamamını kapsamaktadır (İris & Akdemir, 2020). Dijital diplomaside devletler, diğer ülkelerin toplumlarını özellikle de sosyal medya aracılığıyla etkilemeye ve amaçlar doğrultusunda ikna etmeye çalışmaktadır. Dijital diplomaside hedef kitle internet erişimi olan ve sosyal medya kullanıcısı olan bireylerdir. Sosyal medyanın kullanıcılarına sunmuş olduğu interaktif iletişim imkânı bireylerin aynı zamanda diplomasi sürecinde de aktif katılımcı ya da diplomatik sürecin öznesi olmalarını sağlamaktadır. Bu da aynı zamanda dijital diplomasiyi, geleneksel diplomasi ve kamu diplomasisinden ayıran bir faktör olarak değerlendirilmektedir (Geçer, 2021).

Sosyal Medyada Algı Yönetimi

Bilgi ve iletişim teknolojilerinde meydana gelen yenilikler ve yeni medyanın sunmuş olduğu fırsatlar sosyal medyayı diğer platformlardan daha önemli bir noktaya taşımıştır (Göksu, 2021). Web 2.0'ın gelişmesiyle birlikte iletişim süreçleri yapısal

olarak dönüşüme uğramıştır. Geleneksel medya ya da kitle iletişim araçları olarak adlandırılan iletişim araçları yerini yeni medyaya bırakmıştır. Yeni medya araçlarının sağlamış olduğu imkânlarla bilginin özgürce ve kolay bir şekilde dolaşıma girmesi, kullanıcıların bu süreçte aktif rol alması sosyal paylaşım ağlarının kullanımını arttırmıştır (Babacan, Haşlak, Hira, 2011). Bu bağlamda sosyal medya, kullanıcılarına hem içerik üretici hem de içerik tüketicisi rolü veren ve aynı zamanda kullanıcılar arasında içeriklerin değişmesine imkân sağlayan sanal toplama yerleridir (Chandler & Munday, 2018). Sosyal medya kullanımı ciddi bir şekilde yaygınlaşmış ve bütün toplumsal aşamalara temas eder hâle gelmiştir. Bu yüzden toplumsal yapıdaki bütün ilişkiler sosyal medya ortamında gerçekleştirilebilmektedir. Çeşitli kişi ve kurumlar hem bireysel hem de toplumsal anlamda birtakım kültürel, ekonomik, ideolojik vb. amaçlar doğrultusunda sosyal medyayı aktif bir şekilde kullanmaktadır (Göker & Keskin, 2015). Sosyal medya yukarıda ifade edildiği gibi çeşitli amaçlar doğrultusunda stratejik iletişim çalışmalarının yapılmasına da alan oluşturmaktadır. Bu iletişim faaliyetlerinden biri olan dijital diplomasi kavramı önceki başlıkta ele alınmıştı. Burada yine bir iletişim çalışması kadar önen arz eden bir başka kavram ise algı yönetimidir.

Algı kavramı genel olarak “duyular aracılığıyla nesnelere kavrama süreci” olarak tanımlanmasının yanı sıra “dışsal nesne veya olaylardan elde edilen duyu verilerinin anlamlı örüntüler şeklinde düzenlenmesi ve yorumlanması” olarak tanımlanmaktadır (Chandler & Munday, 2018, s. 14). İnsanların algılarını, demografik özellikler, çevresel faktörler, aile ve toplum etkisi, ekonomik durum, medya, ikili ilişkiler ve ideoloji gibi unsurlar dolaylı ya da doğrudan etkilemektedir. Ortaya çıkan algının oluşmasında mevcut algının tekrarlanması, yenilenmesi, değişmesi ve güçlenmesi aşamaları etken olabilmektedir. Bu bağlamda bir algının oluşması ya da oluşturulması stratejik, planlı, bilinçli ve belirli amaçlar doğrultusunda gerçekleştirilen bir algı yönetimi karşımıza çıkmaktadır (Göksu, 2021).

Algı yönetimi kavramı ilk olarak Amerika Birleşik Devletleri (ABD) Savunma Bakanlığı tarafından alınan siyasi kararların ülkede ve tüm dünyada kabullenilmesi için kullanılan bir yöntem olarak açıklanmıştır. Bu bağlamda ABD Savunma Bakanlığı algı yönetimini, “kitlelerin duygu, düşünce, amaç, mantık, istihbarat sistemleri ve liderlerini etkileyerek, seçili bilgilerin yayılması ve/veya durdurulması; bunun sonucunda hedef davranış ve düşüncelerinin hedefleyen istekleri doğrultusunda yönlendirilmesi” şeklinde tanımlamıştır (Ceng, 2018, s. 667). Algı yönetimi, propaganda ve stratejik iletişim çalışmalarından farklı olarak gönderilen mesajın niteliğinden çok alıcı üzerinde oluşturduğu etkiye odaklanmaktadır. Bu noktada aktarılan mesajın hedef kitlenin seviyesine uygun olması ve mesajı gönderen kişi ya da kurumun hedeflerine uygun hâle getirilmesi algı yönetiminin temel prensibini oluşturmaktadır (Özçağlayan & Apak, 2017). Algı yönetimi genelde üç hedef için gerçekleştirilen bir yöntemdir. Bunlardan ilki herhangi bir düşünce ya da uygulamanın meşruiye-

tini sağlamak ve sürdürmek için toplumsal tabanda bir karşılık bulmayı amaçlamaktadır. İkinci olarak ise herhangi bir eylemin sonuçlarını amaçlar doğrultusunda açıklamak için yürütülmektedir. Üçüncüsü ise birtakım hedefler doğrultusunda kamuoyunun düşünce ve davranışlarının etkilenmesi için gerçekleştirilmektedir (Bozkanat, 2021).

Algı yönetimi dört aşamada gerçekleşmektedir. Bu aşamalar “hedef kitlenin dikkatinin çekilmesi; bu dikkatin kontrol altında tutulması için benzer bilgilerin gönderilmesi; gönderilen bilginin hedef kitlenin algılarıyla tutarlı hâle getirilmesi ve bilginin tekrar edilmesi” şeklinde ifade edilmektedir (Callamari & Reveron, 2003: akt. Çakmak, 2021, s. 58). Algı yönetiminde bireyin çevresel faktörlerle olan etkileşimini belirlenmesi ve biçimlendirilmesi oldukça önemlidir. Nitekim insan psikolojisinin çevresel etkenlere / dışsal faktörlere açık bir özelliğe sahip olduğu bilinmektedir. Bu nedenle kişi ve kurumlar medya aracılığıyla yasal ya da yasal olmayan gruplar tarafından gerçekliği manipüle ederek aktarabilmektedirler. Bu süreçte özellikle gerçek bilginin sunulması değil gerçek bilginin manipüle edilerek sunulması dikkat edilmesi gereken bir noktadır. Böylece hedef kitle istenilen duygu ve düşünceye sahip olabilmektedir (Ecer, 2021). Ayrıca algı yönetimi faaliyeti boyunca hedef kitlenin, kaynağın amaçlarından ve yöntemlerinden habersiz olması, algı yönetiminin başarısı için önemli bir noktayı ifade etmektedir. Aksi takdirde bireyler değiştirilmesi istenilen duygu ve düşüncelerini daha sıkı bir şekilde muhafaza ederek algı yönetiminin başarısız olmasını sağlayabilmektedirler (Ecer, 2021).

Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada Ukrayna'nın Ankara Büyükelçiliği (@UKRinTR) ve Rusya Federasyonu Türkiye Büyükelçiliği (@RusEmbTurkey)'nin resmî Twitter hesaplarından yaptıkları paylaşımları nitel araştırma yöntemlerinden söylem analizi tekniği ile analiz edilmiştir. Bu bağlamda kısaca ifade etmek gerekirse söylem, dili ve dilin eylemini ifade eden bir kavramdır. Söylem analizi ise dili ve dilin uygulamalarını inceleyen bir analiz türü olarak ifade edilmektedir (Sözen, 2017). Sözen (2017)'e göre söylem analizinin amacı “bir pratik olarak dili inceleme ve farklı anlamlarla üretilen bilgi ve bilgi/güç moduna ilişkin yapıları, onların değişim ve dönüşümlerini ortaya koymak”tır (Sözen, 2017, s. 80). Söylem analizi konusunda ön plana çıkan en önemli yaklaşımlardan biri van Dijk'in eleştirel söylem analizi yaklaşımıdır. Van Dijk'in eleştirel söylem analizi ise “ideoloji, toplumsal yapı, egemenlik, güç, yeniden üretim, toplumsal düzen, sınıfsal yapı ve cinsiyet kavramlarını” dil ve dilin pratikleri bağlamında analiz eden bir çözümleme tekniğidir (van Dijk, 2001, aktaran, Yeşil & Ulaş, 2020, s. 255). Eleştirel söylem analizinde temel amaç, mesajın anlamının ortaya konulması ve yorumlanmasıdır. Yapılan yorumla birlikte, üretilen söylem kendi bağlamı içerisinde anlamlandırılmaktadır (Doyuran, 2018). Van Dijk'in eleştirel söylem analizinde içerik, makro yapı

ve mikro yapı olmak üzere iki farklı boyutta ele alınmaktadır. Makro yapıda genel bir perspektiften yola çıkılarak tematik boyutlar incelenmektedir. Dolayısıyla makro yapı anlamsal bir değeri ifade etmektedir (Kavut, 2021). Bu çerçevede güç, otorite, egemenlik, iktidar, eşitsizlik, gibi kavramlar makro yapı bağlamında değerlendirilmektedir. Mikro yapıda ise daha çok dilin yapısına ve söyleme odaklanılmaktadır (Karaduman, 2017).

Araştırmanın evrenini 24 Şubat 2022-24 Mart 2022 tarihleri arasında bir aylık dönem içerisindeki Twitter paylaşımları oluşturmaktadır. Örneklem olarak ise en çok beğeni alan ilk on Türkçe metinsel içerik tercih edilmiştir. Bu içerikler yalnızca mevcut hesaplar tarafından üretilen içeriklerdir. Başka hesaplarca üretilen içeriklerin retweet yapılması verilere dâhil değildir. Elde edilen verilerin analiz edilmesinde Van Dijk'in eleştirel söylem analizi kullanılmıştır. Verilerin toplanmasında ise sosyal medya analizlerinde kullanılan socialbearing.com internet sitesi kullanılmıştır. Socialbearing.com incelenen Twitter profilinin erişim, etkileşim, dil ve konum gibi verilerine ulaşma imkânı sağlamaktadır. Ayrıca elde edilen veriler çeşitli şekillerde filtreleme özelliğiyle sıralanabilmektedir. Bu nedenle socialbearing.com, Twitter verilerinin toplanması için uygun bir araç olarak değerlendirilmektedir.

Bulgular ve Yorum

Rusya Federasyonu Türkiye Büyükelçiliği (@RusEmbTurkey) ve Ukrayna'nın Ankara Büyükelçiliği (@UKRinTR)' nin Twitter paylaşımları aşağıda beğeni sayısı yüksek olandan düşük olana olacak şekilde sırayla verilmiş ve analiz edilmiştir.

Rusya Federasyonu Türkiye Büyükelçiliği Paylaşımları

Tweet 1	
Rusya'nın Ukrayna'daki eylemlerini anlayışla karşılayan ve tutumunu ifade etmekten çekinmeyen tüm Türkiye vatandaşlarına minnettarız. Bununla birlikte, şu anda Donbass'a seyahat etmekten ve özellikle de silahlı çatışmalara katılmaktan kaçınılmasını tavsiye ederiz. pic.twitter.com/1Dmi7azgcd	
Tarih	: 21 Mart 2022
Beğeni Sayısı	: 1116
Takipçi Sayısı	: 48834

Mikro Yapı: Teşekkür ve uyarı mesajı yayınlanmıştır.

Makro Yapı: 21 Mart 2022 tarihinde paylaşılan bu mesajda Rusya'nın Türkiye Büyükelçiliği, Rusya'nın işgalini meşrulaştıran ve bu meşru çerçevede tavır alan Türk

vatandaşlarına teşekkür etmiştir. Ayrıca savaş bölgesine seyahat yapılmaması ve mevcut çatışmaya katılım sağlanmaması yönünde de uyarı yapılmaktadır. Rusya, Ukrayna işgalini meşru göstermek için çeşitli argümanlarla tarafını güçlendirmek istemektedir. Bu çerçevede Türkiye vatandaşlarına yönelik özenli ve pozitif bir dil kullanıldığı söylenebilir. Nitekim beğeni sayısı en yüksek olan içeriğin bu olması da kullanılan bu dilin karşılığı olarak ifade edilebilir.

Tweet 2	
#Zaharova: "#Rusya Devlet Başkanı ve #Türkiye Cumhurbaşkanı arasında gerçekleştirilen görüşmesi sırasında varılan anlaşmaya göre Türk liderinin girişimiyle Sergey #Lavrov ve Dmitriy Kuleba arasında @MevlutCavusoglu'nun katılımıyla görüşme planlanmaktadır".	
Tarih	: 07 Mart 2022
Beğeni Sayısı	: 860
Takipçi Sayısı	: 48834

Mikro Yapı: Siyasi görüşmeler hakkında bilgilendirme mesajı paylaşılmıştır.

Makro Yapı: Paylaşımında Rusya Dışişleri Bakanlığı Basın Daire Başkanı Mariya Zaharova'nın ifadesine yer verilmektedir. Zaharova, Rusya Başkanı ve Türkiye Cumhurbaşkanı'nın görüşmeleri doğrultusunda Ukrayna ve Rusya dışişleri düzeyinde bir araya geleceklerini ve bu toplantıda Türkiye'nin de Dışişleri Bakanı ile bu toplantıda yer alacağı bilgisini aktarmaktadır. Bu içerikten de anlaşılacağı gibi Türkiye, Rusya ve Ukrayna arasında barışın sağlanması için diplomatik görüşmeler yürütmektedir. Türkiye'nin bu süreçte aktif rol alması nedeniyle Türk vatandaşları da konuya ilgi duymaktadır. Bu paylaşımın en çok beğeni alan paylaşımlardan biri olmasının, Türkiye'nin sahip olduğu konum ile alakalı olduğu söylenebilir.

Tweet 3	
Neden #Rusya #NATO'nun doğuya genişlemesine karşı çıkıyor? Amerikalı siyaset bilimi profesörü John Mearsheimer anlatıyor. pic.twitter.com/se4Y4IAKMK	
Tarih	: 02 Mart 2022
Beğeni Sayısı	: 792
Takipçi Sayısı	: 48834

Mikro Yapı: Bir bilim insanının düşünceleri paylaşılmıştır.

Makro Yapı: Rusya, Ukrayna işgalinde gerekçe gösterdiği 'NATO'nun genişlemesi' meselesine dair bilimsel alandan ve aynı zamanda Amerikalı olan bir profesörü tanık göstermektedir. Rusya burada Türkiye halkına yönelik algı yönetimi gerçekleştirerek işgalin bilim insanları tarafından da onaylandığını ve haklılığını göstermek istemektedir. Bilimin ve bilim insanlarının ciddi anlamda saygı görmeleri, işgalin meşruiyetinde bilim insanlarının referans gösterilmesinin zeminini oluşturmaktadır.

Tweet 4	
Lavrov: Bize karşı yaptırım uygulanması için ABD, diğer ülkelere muazzam baskı yapıyor. Çin'den, Hindistan'dan, Türkiye'den bir şey talep ettiklerini söylemekten çekinmiyor. Bu ülkeler bin yıllık tarihe sahip devletlerdir. ABD küstahça bu ülkelere baskı yaparken bunu düşünmüyor mu?	
Tarih	: 24 Mart 2022
Beğeni Sayısı	: 752
Takipçi Sayısı	: 48834

Mikro Yapı: Rusya Dışişleri Bakanı'nın ifadeleri paylaşılmıştır.

Makro Yapı: Rusya gerçekleştirmiş olduğu işgalden dolayı başta ABD olmak üzere Batı ülkelerinden çeşitli yaptırımlara maruz kalmaktadır. Bu yaptırımların genişlemesi için çaba sarf eden ABD'nin Çin, Hindistan ve Türkiye gibi ülkelere baskı yaptığını ancak bu ülkelerin büyük birer geçmişe sahip olduklarını vurgulamıştır. Buradaki asıl amaç bahsi geçen üç ülkenin de ABD'nin baskılarına boyun eğmemesini sağlamaktır. Bu noktada ülkelerin geçmişlerine vurgu yapmasının da özellikle halk kitleleri açısından kabul edilebilir bir yaklaşım olduğu söylenebilir.

Tweet 5	
Putin: Küresel ticarete, ana rezerv para birimi olan ABD dolarına güvene ciddi bir darbe vurulmuştur. RUDöviz rezervlerinin bir kısmını donduran ABD&AB, RU'nın taahhütlerinde gerçek bir temerrüt ilan etti. Artık dünyada herkes bir ülkenin rezervlerinin nasıl çalınabileceğini gördü	
Tarih	: 17 Mart 2022
Beğeni Sayısı	: 626
Takipçi Sayısı	: 48834

Mikro Yapı: Rusya Devlet Başkanı Putin' in açıklaması paylaşılmıştır.

Makro Yapı: Rusya Devlet Başkanı Putin' in ABD Doları'nın güvensizliğine ilişkin ifadesi en çok beğeni alan paylaşımlar içerisinde yer almaktadır. Bütün dünyada rezerv para birimi olan ABD Doları, Rusya ve ABD'nin Ukrayna işgali üzerinden tartışmaya açılmıştır. Burada önemli olan husus birçok gönderi arasında bu gönderinin ilk on arasına girmiş olmasıdır. Nitekim bu gündem Türkiye'nin iç politikasıyla da ilişkilidir. Ekonomik anlamda 'bağımsızlık mücadelesi' verdiğini belirten Türk Hükümeti de ABD Doları'na karşı olumsuz tutum içerisine girmiştir. Bu çerçevede değerlendirildiğinde ABD ve ABD Doları'na karşı bir söylem birliğinin oluştuğu ifade edilebilir. Ayrıca, Rusya'nın eylemlerinin ABD'ye karşı yapıldığı algısı da oluşturulmak istenmektedir.

Tweet 6	
Rus askerleri Türk çocukları kurtardı. pic.twitter.com/tq03eXkFYT	
Tarih	: 03 Mart 2022
Beğeni Sayısı	: 604
Takipçi Sayısı	: 48834

Mikro Yapı: Türk vatandaşlarını doğrudan ilgilendiren bir haber paylaşılmıştır.

Makro Yapı: Paylaşılan gönderiye göre Türk çocukları Rusya tarafından tehlikeden kurtarılmıştır. Bu ifadelerin Ukrayna'da askerî eylemler gerçekleştiren Rusya'ya karşı olan algıyı yumuşatması için kullanıldığı söylenebilir. Nitekim Rusya'nın Ukrayna'da sivilleri ve çocukları öldürdüğüne dair haberler çeşitli platformlarda yer almaktadır. Rusya'nın bu algıyı terse çevirmek ve Türk vatandaşlarının takdirini kazanmak için bu tarz paylaşım gerçekleştirdiği söylenebilir. Nitekim bu paylaşım en çok beğeni alan on gönderi arasında yer almaktadır.

Tweet 7	
@RussiaUN: @mod_russia Kiev, Harkov, Odessa laboratuvarlarında uygulanan UP4 projesinin detaylarına ulaştı. Amacı, insanlar için öldürücülüğü yüzde 50'ye ulaşan oldukça patojenik H5N1 dâhil, çok tehlikeli enfeksiyonların göçmen kuşlar aracılığıyla yayılma olasılığını incelemektir	
Tarih	: 13 Mart 2022
Beğeni Sayısı	: 533
Takipçi Sayısı	: 48834

Mikro Yapı: Ukrayna'da laboratuvarlarda gerçekleştirildiği iddia edilen bir projeden bahsedilmektedir.

Makro Yapı: Rusya, Ukrayna'nın Kiev, Harkov ve Odessa kentlerinde öldürücü virüsler üretmek için proje yürüttüğünü ve bu virüslerin göçmen kuşlar aracılığıyla yayılma olasılığına sahip olduğunu iddia etmektedir. Rusya bu haberle işgalin meşruiyetini sağlamayı hedeflemektedir. Bu çerçevede Ukrayna'yı suçlayarak Ukrayna'ya olan desteği azaltmaya çalışmaktadır. Dünya'nın Covid-19 salgınından yeni yeni kurtulduğu bu dönemlerde böyle bir iddianın ortaya atılmasının ilgi çekici olabileceği düşünülmüştür.

Tweet 8

#Ukrayna'daki neo-Nazi çetelerinin #Odessa'da gerçekleştiği katliamdan neden bahsedilmiyor? 2 Mayıs 2014'te Odessa'da sendika binasına sığınan onlarca insan diri diri yakıldı. Suçlular cezalandırılmadı. pic.twitter.com/REI5cesoUp

Tarih : 28 Şubat 2022

Beğeni Sayısı : 428

Takipçi Sayısı : 48834

Mikro Yapı: Almanya'yı ilgilendiren bir gönderi paylaşılmıştır.

Makro Yapı: Rusya, ABD'nin yanı sıra Avrupa ülkelerinden de ciddi tepkiler almış ve yaptırımlara maruz kalmıştır. Bu ülkelerden biri de Almanya'dır. Almanya'nın tarihine vurgu yapılan bu paylaşımında "Nazi" ifadesinin kullanılması geçmişteki ırkçı Nazi uygulamalarına bir göndermedir. Burada Rusya, Ukrayna'nın yanında pozisyon alan Almanya'yı geçmişteki uygulamaları üzerinden mahkûm etmeye çalışmış ve Mayıs 2014 Odessa'da yakıldığı iddia edilen insanlarla ilişkilendirilmiştir. Bu paylaşımın birlikte Batı aleyhtarlığı ve Almanya aleyhtarlığı oluşturulmak istenmektedir.

Tweet 9

#Lavrov: Batı'nın güvenilir bir ortak olabileceği, başkalarına ve kendi değerlerine ihanet etmeyeceği yanılığımıza düşmeyeceğiz. Özel mülkiyet hakkının bir gecede çiğnendiği, Batılı hukuk sisteminin temeli olan masumiyet karinesinin kabaca ihlal edildiği nerede görülmüş? pic.twitter.com/LFNTB6Erbi

Tarih : 12 Mart 2022

Beğeni Sayısı : 427

Takipçi Sayısı : 48834

Mikro Yapı: Rusya Dışişleri Bakanı'nın bir açıklamasına yer verilmiştir.



Makro Yapı: Rusya Dışişleri Bakanı Lavrov, AB ve NATO'ya katılmak isteyen ülkeleri uyararak, Batı'nın güvenilir bir ortak olmadığını ve yeri geldiğinde başkalarına ve kendi değerlerine ihanet etmekten çekinmeyeceğini ifade etmiştir. Bu ifadelerin Avrupa ve ABD'de Rus iş insanlarının varlıklarına el konulmasına yönelik yaptığı düşünülebilir. Nitekim Rusya'ya yaptırımlar çerçevesinde ABD ve Avrupa'da Rus iş insanlarının mallarına el konulmuştur. Bu paylaşımından da anlaşılacağı üzere Batı'ya karşı bir olumsuz tutum oluşturulmak istenmektedir. Batı'yı ortak ülke olarak değerlendiren ülkelere yönelik de bir mesaj verilmek istenmiştir.

Tweet 10	
#Lavrov: #Rusya'ya karşı oyun oynamayı reddeden, bugünkü krizin nedenlerini ve Rusya'nın temel millî çıkarlarını anlayan ve yaptırım savaşına dâhil olmayan ülkelerin arabuluculuk tekliflerini olumlu karşılıyor. Bu ülkeler arasında İsrail ve #Türkiye de var.	
Tarih	: 16 Mart 2022
Beğeni Sayısı	: 408
Takipçi Sayısı	: 48834

Mikro Yapı: Lavrov' un Türkiye ve İsrail' i ilgilendiren açıklamaları paylaşılmıştır.

Makro Yapı: Rusya ve Ukrayna arasında arabuluculuk teklif eden Rusya yanlısı ülkelerin arabuluculuk tekliflerine olumlu yaklaşım sergilenmiştir. Bu ülkeler arasında da İsrail ve Türkiye'nin bulunduğu belirtilmektedir. Bu gönderiden anlaşılacağı üzere İsrail ve Türkiye'nin Rusya yanlısı bir yaklaşım sergiledikleri görülmektedir. Lavrov bu ifadesiyle hem Türkiye ve İsrail'i Rusya'nın yanında konumlandırmış hem de Rusya'nın millî çıkarları bağlamında işgali meşru bir zemine dayandırmıştır.

Ukrayna'nın Ankara Büyükelçiliği Paylaşımları

Tweet 1	
Ey Türk insanı, inanılmazsın! Sadece birkaç saat içinde sıradan vatandaşlar Büyükelçiliğimize ciddi miktarda insani yardım getirdiler. Dost kara günde belli olur! Bugün, #Mevlana'nın "aynı dili konuşanlar değil, aynı duyguları paylaşanlar anlaşabilir" sözleri ayrı anlam taşıyor. pic.twitter.com/OwDvx84vAr	
Tarih	: 26 Şubat 2022
Beğeni Sayısı	: 75669
Takipçi Sayısı	: 135524

Mikro Yapı: Türk insanından övgüyle bahseden bir gönderi paylaşılmıştır.

Makro Yapı: Türk insanının Ukrayna için yapmış olduğu insani yardımdan dolayı minnettarlık belirten ifadeler yer almaktadır. Bunu yaparken de Türk halkının referans kaynaklarına atıf yapılmış, Mevlana'nın sözü alıntılanmıştır. Mevlana, Türk halkı için önemli bir tarihî şahsiyettir. Böylece Türk halkının yardımseverliği ve Ukrayna'ya olan dostluğundan dolayı teşekkür edilmiştir. En çok beğeniyi bu paylaşım almıştır.

Tweet 2	
Desteğiniz için teşekkür ederiz! Ukrayna halkı bunu unutmayacak UATR twitter.com/haluklevent/st...	
Tarih	: 25 Şubat 2022
Beğeni Sayısı	: 25163
Takipçi Sayısı	: 135524

Mikro Yapı: Teşekkür mesajı yayınlanmıştır.

Makro Yapı: Türk şarkıcı ve aynı zamanda insani yardım faaliyetlerinde bulunan Haluk Levent için teşekkür mesajı en çok beğeni alan gönderiler arasında ikinci sırada yer almıştır. Haluk Levent, Türk insanının da sevip yakından takip ettiği bir insandır. Gönderiden de anlaşılacağı üzere Haluk Levent'in Ukrayna'ya olan desteği hem Ukrayna'dan hem de Türk halkından takdir görmüştür.

Tweet 3	
Türk dostlarımız tek kelime ile HARİKASINIZ! Ukrayna ve Ukrayna ordusunun ihtiyaçları için açtığımız hesaplara şimdiden 150.000 TL tutarında bağış yapıldı. Ukrayna'nın yanında olduğunuz için her birinize ayrı ayrı teşekkür ederiz! UATR#StandWithUkraine	
Tarih	: 26 Şubat 2022
Beğeni Sayısı	: 24508
Takipçi Sayısı	: 135524

Mikro Yapı: Türk halkı için teşekkür mesajı yayınlanmıştır.

Makro Yapı: Ukrayna Türk halkı için övgü dolu sözler sarf etmektedir. Bunun sebebi ise Ukrayna halkı ve ordusuna destek olmak için açılan hesaplara yapılan nakdî

yardımlardır. Daha önceki gönderilerde de olduğu gibi Türk halkının yardımseverliği vurgulanmış ve Türk halkı dost olarak nitelendirilmiştir.

Tweet 4	
Bu gece Rus işgalciler hiçbir şehri ele geçiremedi! UAK Yiv, sabotajcıların kalıntılarından temizleniyor Ukrayna'nın cesur muhafızlarına teşekkür ederiz!@GeneralStaffUA	
Tarih	: 26 Şubat 2022
Beğeni Sayısı	: 19100
Takipçi Sayısı	: 135524

Mikro Yapı: Savaş ile ilgili bir haber ve teşekkür mesajı

Makro Yapı: Bu gönderinin motivasyon sağlama ve bilgilendirme amacıyla paylaşıldığı söylenebilir. İşgalci Rus askerlerine karşı mücadele eden Ukrayna askerlerinin başarıları vurgulanmış ve onlara teşekkür edilmiştir. Bu paylaşım Türk insanını doğrudan ilgilendiren bir durum olmamasına rağmen en çok beğeni alan gönderiler arasına girmiştir.

Tweet 5	
Değerli dostlar, sadece Ukrayna halkı değil Türk halkı da seferber olmuştur. Saat 23:00 itibariyle yaptığınız bağışlar sayesinde !! 10.800 ABD Doları !! 900.000 Türk Lirası topladık. Bu para son kuruşuna kadar UA ordusunu ve ülkemizin savunmasını güçlendirmek için kullanılacak!	
Tarih	: 26 Şubat 2022
Beğeni Sayısı	: 17811
Takipçi Sayısı	: 135524

Mikro Yapı: Bağış yardımlarıyla ilgili bilgilendirme mesajı paylaşılmıştır.

Makro Yapı: Bu gönderide de Ukrayna halkı ve ordusu için toplanan maddi yardımdan bahsedilmektedir. Türk halkının, Ukrayna halkı gibi Ukrayna'ya destek için seferber olduğu belirtilmektedir. Bu çerçevede Türk halkı, Ukrayna halkının dostu olarak nitelendirilmiştir. Bu noktada da Türk halkının yardımseverliği vurgulanmıştır.

Tweet 6

#Ukrayna Genelkurmay Başkanı - Maşallah #Bayraktar TB2 SİHA'larına pic.twitter.com/54ei1kyed6

Tarih : 27 Şubat 2022

Beğeni Sayısı : 15765

Takipçi Sayısı : 135524

Mikro Yapı: Bayraktar TB2 ile ilgili bir mesaj yayınlanmıştır.

Makro Yapı: Bayraktar TB2 silahlı insansız hava aracı Türkiye tarafından üretilen bir araçtır. Ukrayna'nın Türkiye'den satın aldığı bu araç Rus işgaline karşı kullanılmıştır. Bu gönderi savaş esnasında başarılı işler yaptığı düşünülen Bayraktar TB2, Türk halkını onurlandırmak ve onlara teşekkür etmek amacıyla paylaşıldığı düşünülebilir.

Tweet 7

Teşekkür ederiz **UATR** twitter.com/Selcuk/status/...

Tarih : 25 Şubat 2022

Beğeni Sayısı : 15667

Takipçi Sayısı : 135524

Mikro Yapı: Teşekkür mesajı paylaşılmıştır.

Makro Yapı: Bir önceki gönderide Bayraktar TB2'ler için Türkiye'ye teşekkür edilmişti. Bu gönderide ise Bayraktar TB2'lerin üreticisi olan Selçuk Bayraktar'ın paylaşımı alıntılanarak teşekkür edilmiştir. Selçuk Bayraktar'a teşekkür edilmesi Türk halkının da ilgisini çekmiştir.

Tweet 8

Günaydın dostlar! %100 gerçek olan bilgiye göre düşman, #Ukrayna'daki başarısızlıklarla o kadar demoralize olmuş ki orkları (namıdiğer hava indirme birlikleri) emri uygulayıp savaş kargo uçağına binmekten vazgeçiyorlar! Detaylar geliyor! Biz kazanacağız!

Tarih : 27 Şubat 2022

Beğeni Sayısı : 14281

Takipçi Sayısı : 135524

Mikro Yapı: Savaş ile ilgili bilgi paylaşımı yapılmıştır.

Makro Yapı: Bu gönderide diğer gönderilerde olduğu gibi Türkiye'yi ilgilendiren bir konu bulunmamaktadır. Ancak mesaj samimi ve resmî olmayan bir üslupta paylaşılmıştır. Rusya ifadesi kullanılmadan doğrudan düşman kavramı tercih edilmiştir. Ukrayna, Türk takipçilerine ise dost kavramıyla hitap etmiştir. Rusya'nın başarısızlığı ve Ukrayna'nın başarısı vurgulanmış ve savaşın kazanılacağına dair kararlılık vurgusu yapılmıştır.

Tweet 9	
Gülleri seven dikenlerine de katlanır. Rus işgalciler de şu an #Bayraktar TB2 SİHA'larına katlanmak zorundalar. #StandWithUkraine pic.twitter.com/LOdnItGxhu	
Tarih	: 27 Şubat 2022
Beğeni Sayısı	: 12604
Takipçi Sayısı	: 135524

Mikro Yapı: SİHA teknolojisi ile ilgili paylaşım yapılmıştır.

Makro Yapı: Türk atasözü ile başlayan bu paylaşımında savaşta kullanılan Türk SİHA'larının başarıları vurgulanmıştır. Dolayısıyla bu paylaşımınla Türk halkını, Bayraktar TB2'ler aracılığıyla etkilemek ve elde edilen başarıya Türk halkını dâhil etmek istenilmiştir. Nitekim en çok beğeni alan tweetlerin arasında bu paylaşımın da yer alması bunun göstergesi olarak değerlendirilebilir.

Tweet 10	
Sabahtan beri TRdostlarımızdan sürekli mesaj ve telefonları kabul ediyoruz. Herkes UA'daki durumdan dolayı çok endişeli. Hepinize tek tek teşekkür ediyoruz. Böyle zor günlerde ilginizi hissetmek, güzel sözlerinizi duymak bizim için çok ama çok önemli.	
Tarih	: 24 Şubat 2022
Beğeni Sayısı	: 11991
Takipçi Sayısı	: 135524

Mikro Yapı: Teşekkür mesajı yayınlanmıştır.

Makro Yapı: Bu gönderide de Türkiye'ye teşekkür edilmiş ve Türkiye yine dost olarak nitelendirilmiştir. Ukrayna'nın işgal edilmesi sürecinde Ukrayna'ya destek olan Türk halkının ilgisinden ve güzel sözlerinden dolayı minnettarlık belirtilmiştir.

Sonuç

Araştırma bulgularına göre hem takipçi hem de etkileşim noktasında Ukrayna, Rusya'ya oranla çok daha ön planda yer almıştır. Ukrayna'nın analiz edilen on paylaşımında ilk sırada yer alan paylaşım 75.669 beğeni alırken Rusya'nın bu seviyede almış olduğu beğeni sayısı 1.116 olarak saptanmıştır. Ukrayna'nın 135.524 takipçisi bulunurken, Rusya'nın 48.834 takipçisi bulunmaktadır. Ancak burada sosyal medya şirketlerinin Rusya hesaplarına ve Rusya yanlısı içeriklerin paylaşımına yönelik gerçekleştirmiş oldukları erişimi engelleme çabaları ve Ukrayna yanlısı politikaların etkisi de söz konusu olmaktadır. Tüm bu değerlendirmeleri yaparken bu durum göz önüne alınmalıdır. Araştırmanın bulgularına göre Ukrayna'nın sosyal medya kullanımı Rusya'ya oranla çok daha aktif ve etkili olmuştur. Nitekim bu, paylaşılan gönderilerin etkileşim oranları ve takipçi sayılarından da anlaşılmaktadır. Elde edilen bulgulara göre Ukrayna sosyal medyayı, sosyal medyanın diline ve doğasına uygun bir şekilde kullanmış ve resmî dilden uzak durmuştur. Rusya ise bunun tam tersine resmî ve ciddi bir üslupla sosyal medya paylaşımları gerçekleştirmiştir. Sosyal medya kendi doğası gereği resmî ve ciddi üsluptan ziyade rahat ve resmî olmayan bir iletişim ortamı sunmaktadır. Sosyal medyanın doğasına uygun bir üslubun kullanılması etkileşim noktasında da etkili olabilmektedir. Nitekim Ukrayna'nın atmış olduğu tweetler Rusya'dan çok daha fazla etkileşim almış ve takipçi kazanmıştır. Ukrayna'nın daha yoğun ilgi görmesinin sebebi yalnızca kullandığı dil değildir. Türkiye kamuoyu Rusya'nın işgal girişimine karşı çıkmış, Ukrayna'nın yanında yer almıştır. Bu durum araştırmada elde edilen bulgulardan da anlaşılmaktadır. Rusya'nın hem işgalci olması hem de sosyal medya kullanımındaki resmiyet, sosyal medyanın doğasına aykırı olmasından dolayı, etkili bir iletişim sürecinin meydana getirilmesine engel olmuştur. Ukrayna'nın özellikle Türk halkının yardımsever ve dostane tavırlarını vurgulayan paylaşımları oldukça ilgi görmüştür. Bunun yanı sıra Türkiye'nin savunma sanayi teknolojisinde geliştirmiş olduğu silahlı insansız hava araçlarının savaşta Rusya'ya karşı başarılı bir şekilde kullanılması ve bunun da bir teşekkür vesilesi yapılması Türk takipçilerin ilgilendiği bir diğer husus olmuştur. Her iki ülke de açıklamalarında Türkiye'yi dost olarak konumlandırmış olsa da Ukrayna bu noktada daha çok benimsenmiş ve desteklenmiştir.

Bu araştırmadan elde edilen verilere göre algı yönetimi ve dijital diplomasi konusunda Ukrayna tarafı çok daha başarılı bir iletişim süreci yürütmüştür. Özellikle Ukrayna'nın sosyal medyanın doğasına uygun dili ve üslubu kullanması, paylaşımların daha çok etkileşime girmesini ve beğeni toplamasını sağlamıştır. Ayrıca Türk kamuoyunu etkilemek için Türk insanının kavramlarına, atasözlerine ve değerlerine başvurulması da Türk takipçilerin ilgisini celbettiği yorumu yapılabilmektedir. Bu noktada ikna edilmek istenen birey ya da toplumların kendi sahip olduğu değerlerden referans verilmesi ikna etmeyi kolaylaştıran bir unsur olmuştur. Burada ikna edilmenin göstergesi olarak gönderilere verilen tepkiler esas alınmıştır. Ukrayna'nın aksine Rusya ise hem işgalden dolayı Türk halkından destek bulamamış hem de sosyal medyada kullandığı

dilin sosyal medyanın doğasına uygun olmaması nedeniyle takipçilerinden yeterince ilgi görememiştir. Bu sonuçlardan da anlaşılacağı üzere Türk halkı, Rusya'nın işgal girişimine karşı çıkarak Ukrayna'nın yanında yer almıştır.

Bu çalışma, sosyal medya içerikleri ve metinsel içeriklerden oluşmasından dolayı ve de tarih olarak işgalin başladığı ilk bir ayı ele alması bakımından sınırlı kalmıştır. Araştırma örneklerinin hem görsel hem de metinsel olarak incelenmesi algı yönetimi bağlamında çok daha net ve somut sonuçların ortaya konulmasına yardımcı olacaktır. Ayrıca gerçekleştirilen dijital diplomasinin işgalden önceki boyutuyla işgal dönemindeki boyutlarının karşılaştırılmasının, diplomasi faaliyetlerinin etkililiğini anlamlandırma açısından daha yararlı olacağı düşünülmektedir.



KAYNAKÇA

- Açıklalın, Ş. N., & Esra, S. A. R. I. (2021). Post-truth ve dijital Diplomasi. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 11(4), 1689-1701.
- Babacan, M. E. (2018). *Sosyal medya ve gençlik*. 2. baskı, İstanbul: Bir Yayıncılık.
- Babacan, M., Haşlak, İ., & İsmail, H. İ. R. A. (2011). Sosyal medya ve Arap baharı. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 6(2), 63-92.
- Baştan, Y., & Karagül, S. (2021). Diplomasinin dönüşümü ve dijital diplomasi. *TroyAcademy*, 6(3), 777-803.
- Bozkanat, E. (2021). Algı yönetimi ve propaganda: Nazi Almanyası üzerinden bir değerlendirme. *Öneri Dergisi*, 16(55), 74-94.
- Ceng, E. (2018). Algı yönetimi aracı olarak Twitter kullanımına ilişkin siyasal bir analiz. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 663-689.
- Chandler, D., & Munday, R. (2018). *Medya ve iletişim sözcüğü*. 1. baskı, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Callamari, P., & Reveron, D. (2003). China's use of perception management. *International Journal of Intelligence and CounterIntelligence*, 16(1), 1-15.
- Çakmak, F. (2021). Siyasal iletişimde algı yönetimi. İçinde O. Göksu (Ed.), *Algı Yönetimi Siyasal ve Dijital İletişim, Sosyal Medya ve Kitle İletişimi* (ss. 53-69). Konya: Literatürk Academia.
- Çavuş, T. (2012). Dış politikada yumuşak güç kavramı ve türkiye'nin yumuşak güç kullanımı. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(2), 23-37.
- Darı, A. B. (2018). Sosyal medya ve siyaset: Türkiye'deki siyasi partilerin sosyal medya kullanımı. *Al Farabi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1), 1-10.
- Van Dijk, T. A. (2001). Critical discourse analysis. W: Schiffrin, Deborah/Tannen, Deborah/Hamilton, Heide (eds.): *Handbook of Discourse Analysis*, 352-371. England: Blackwell Publishers.
- Doyuran, L. (2018). Medyatik bir çalışma alanı olarak eleştirel söylem çözümlemesi (Televizyon dizileri örneğinde). *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 301-323.
- Ecer, K. (2021). Tüketici davranışlarında bir algı yönetimi aracı olarak ürün yerleştirmenin rolü. İçinde O. Göksu (Ed.), *Algı Yönetimi Siyasal ve Dijital İletişim, Sosyal Medya ve Kitle İletişimi* (ss. 283-300). Konya: Literatürk Academia.
- Ekşi, M., & Taş, F. D. (2020). Dijital Diplomasi Yeni Bir Tür Diplomasi Midir?. *Uluslararası Kriz ve Siyaset Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 213-239.
- Geçer, E. (2021). Dijital siyaset ve diplomasi: Psikolojik bir yaklaşım. İçinde Y. Adıgüzel & M. Bostancı (Eds.), *Dijital İletişimi Anlamak - 2* (ss. 10-23). Konya: Palet Yayınları.



- Göker, G., & Keskin, S. (2015). Sosyal medya türevi olarak sosyal içerik platformları: Betimsel bir inceleme. *Journal of International Social Research*, 8(39), 855-880.
- Göksu, O. (2021). Algı yönetimi: Geleneksel medya, siyasal iletişim ve dijital medya üçgeni üzerine. İçinde O. Göksu (Ed.), *Algı Yönetimi Siyasal ve Dijital İletişim, Sosyal Medya ve Kitle İletişimi* (ss. 11-36). Konya: Literatürk Academia.
- Gürdal, E. (2021). Dijital kamu diplomasisi mi dijital gözetim mi?. *Mecmua*, 11, 417-434.
- İris, M., & AKDEMİR, T. (2020). Kamu diplomasisinde dijital dönüşüm: Büyükelçilerin Twitter üzerinden gerçekleştirdikleri dijital diplomasi faaliyetlerinin incelenmesi. *AJIT-e: Bilişim Teknolojileri Online Dergisi*, 11(42), 12-54.
- Karaduman, S. (2017). Eleştirel söylem çözümlemesinin eleştirel haber araştırmalarına katkısı ve sunduğu perspektif. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 4(2), 31-46.
- Kavut, S. (2021). Eleştirel söylem analizi bağlamında haber sitelerinde dijital kimlik başlıklı haberlerin incelenmesi. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)*, 7(1), 127-138.
- Kocabıyık, H. (2019). değişen diplomasi anlayışı, kamu diplomasisi ve Türkiye. *Avrasya Etüdları*, 55(1), 163-196.
- Kömür, G. (2020). Yumuşak güç unsuru olarak kamu diplomasisi. *International Journal of Politics and Security*, 2(3), 89-115.
- Nye, J. (2017). *Yumuşak güç*. 1. baskı, İstanbul: Bigbang Yayınları.
- Özçağlayan, M., & Apak, D. (2017). Soğuk savaş yıllarında algı yönetimi, haber ve propaganda ilişkisi. *Marmara İletişim Dergisi*, 28, 107-130.
- Selvi, Y. E. (2019). Avrupa Birliği'nin kamu diplomasisi. *Uluslararası Türk Dünyası Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 55-63.
- Sözen, E. (2017). *Söylem: Belirsizlik, mübadele, bilgi/güç ve refleksivite*, 1. baskı, İstanbul: Profil Kitap.
- Ünal, U. (2017). Kamu diplomasisi açısından Kırgızistan'da Türkiye Algı araştırması. *Intermedia International E-journal*, 4(6), 155-187.
- Yeşil, A., & Mehmet, U. L. A. Ş. (2020). İdeoloji ve medya: Batı ve Ortadoğu medyasında Ayasofya haberlerinin söylem analizi. *Bingöl Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 16, 250-271.
- Yücel, G. (2016). Dijital diplomasi. *TRT Akademi*, 1(2), 748-760.
- We Are Social. (2022). *The global state of digital in october 2022*. Retrieved from <https://wearesocial.com/au/blog/2022/10/the-global>

Yazar katkı düzeyi/Author contributions:

Makale Tasarımı: A. Batur, M. Bostancı. Literatür Taraması: A. Batur. Veri Toplama ve Analiz: A. Batur. Sonuç: A. Batur. Son Okuma, Kontrol ve Sorumluluk: A. Batur, M. Bostancı. /
Design of article: A. Batur, M. Bostancı. Literature review: A. Batur. Data acquisition and analysis: A. Batur. Conclusion: A. Batur. Final reading, checking and approval: A. Batur, M. Bostancı.

Hakem değerlendirmesi/Peer review:

Dış bağımsız/Externally peer reviewed

Çıkar çatışması/Conflict of interest:

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

Finansal destek/Grant support:

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

