

Dijital Diplomasi

GÖKHAN YÜCEL

Dijital Araştırmalar Derneği Başkanı

Diplomasiyi bugün dörde ayırıyoruz. Diplomasi 1.0, klasik diplomasiyi temsil ediyor. Uluslararası normlar ışığında devletlerin egemenlik esasına göre, sınırlarını ve ulusal çıkarlarını korumak için, diplomatik kurallar ve anlaşmalar ışığında ikili veya çok taraflı tüm ilişkileri bu kategoriye dâhil. Uluslararası ilişkiler ve dış politikada tanıma, müzakere, sert güç, egemenlik, hiyerarşik ilişkiler, protokol gibi bildiğimiz prosedürler hâkim bu alanda. Modern dünyada özellikle 18'inci yüzyıldan itibaren kuralları, normları yavaş yavaş ortaya çıkmaya başlıyor. Genelde devlet adamları, dışişleri bakanları, diplomatlar bu sahanın en önde gelen aktörleri ve birbirlerinin yegâne muhatapları. Kamu diplomasisine Diplomasi 2.0 diyoruz. Diplomasi 1.0'dan en büyük farkı, özellikle Naziler'in elinden çıkan 'propaganda makinesinin', 2. Dünya Savaşı'ndan sonra müttefik güçleri tarafından ortadan kaldırılmak istenmesi ve yerine bir şey koymak gerektiğinde yardıma yetişmesi. Bir de sert güç merkezli diplomasi için pek de gerek kalmamıştı artık. Soğuk Savaş'ta kamu diplomasisi çok kullanıldı. Propagandanın yerine stratejik iletişim ve yumuşak güç kondu. Halkların akıllarına ve kalplerine nüfuz etme, onları kazanma ama bunu yaparken klasik diplomasinin yaptığı gibi tehdit, caydırma, maddi ilişki kurmak yerine, daha yumuşak araçlar kullanma prensipleri benimsendi. Örneğin, eğitim, bilim, sanat, kültür, medya, turizm. Böylelikle kamu diplomasisi dediğimiz alan ortaya çıktı ki daha çok algısal düzlemde işler hâle geldi. Karşındaki muhataba, hedef kitleye veya kitlelere, yine karşıdakinin tamamen kendi rızasıyla kabullenilme, sevilme, duygusal bağ kurma ilkesi geliştirildi. Hollywood filmleri, buna en klişe ama bir o kadar iyi bir örnek. Diplomatlar böylelikle sadece kendi meslektaşlarını değil, sıradan vatandaşları muhatap olarak aldılar. Sıradan insanlar yavaş yavaş diplomasinin nesnesi olmaktan çıkıp her ne kadar biraz asimetric de olsa öznesi olmaya başladılar. Tabi denge, mesafe burada profesyonel diplomatlar tarafından hep dikkatlice takip edildi. Nihayetinde işler ekseriyetle onların istedikleri gibi gitti o ayrı mesele. Bu arada teknoloji, inovasyon ve dijital araçlar o

kadar geliştirdi ki Diplomasi 1.0 ve Diplomasi 2.0'ın paradigması köklü bir değişime uğramaya başladı. Teknolojideki hızlı değişimin sonucunda sıradan insanlar, daha doğru ifadeyle kullanıcılar, tüm hiyerarşik kademeleri aradan çıkarıp kendi başarılarına buyruk, yeni bir iletişim tarzı geliştirdiler. Sosyal medya burada hızlandırıcı ve kolaylaştırıcı rol oynadı. Viral etkileşim malum, Arap Baharı'ndan bu yana sosyal hareketlerin motoru hâline geldi. İşte burada devletler iki şeyin farkına vardı. Teknolojik yenilikleri çok yakından takip etmeleri lazım. Özellikle sosyal ve dijital medyada her türlü imkânı kullanmaları gerektiğini anladılar. Bu yolla şok şeklinde ortaya çıkan Arap Baharı benzeri hareketleri, sosyal medya konuşmalarını ve sosyal veriyi dinleyerek bir şekilde önceden tahmin etmenin yolları üzerine yoğunlaştılar. İşte bu iki konu bazı devletlerin başta sosyal medya olmak üzere tüm dijital mecralarda ve siber âlemin genelinde olmaları gerektiği sonucunu doğurdu. Buradan dijital diplomasi dediğimiz Diplomasi 3.0 kavramı doğdu. Kurucuları ABD ve İngiltere. Son zamanlarda Fransa, Hindistan, İsrail büyük yatırımlar yapıyorlar. İsrail'in 'Hasbara' adını verdiği kamu diplomasi bakanlığı tamamen dijital diplomasi yapısına dönüştürüldü.

Diplomasi 1.0 | Realpolitik ▷ Westphalia (1648) ▷ Viyana (1815) ▷ Viyana (1961) ▷ Güçler Dengesi ▷ Devlet-Devlet ▷ Müzakere ▷ Anlaşmalar ▷ Sert Güç ▷ Jeopolitik ▷ Barış & Savaş ▷ Kültür ▷ Ticaret ▷ İnsan Hakları ▷ Demokrasi ▷ Uluslararası Sistem ▷ Diplomatlar ▷ Devlet Adamları ▷ Dışişleri Bakanlıkları ▷ Siyah Takım Elbise Beyaz Gömlek ▷ Kırmızı Kravat ▷ Protokol ▷ Ulusal Çıkarlar ▷ Toplam Sıfır Oyunu ▷ Propaganda ▷ Protokol ▷ Diplomatik İletişim

Diplomasi 2.0 | Kamu Diplomasisi ▷ Algı ▷ Yumuşak Güç ▷ Kamuoyu ▷ Etkileme ▷ Devlet-Halk ▷ Halk-Halk ▷ Ülke Markası ▷ Ekonomi ▷ Eğitim ▷ Kültür ▷ Bilimsel Araştırma ▷ Sanat ▷ Medya ▷ Turizm ▷ Kalpleri ve Akılları Kazanma ▷ Ulusal Çıkarlar ▷ Stratejik İletişim

Diplomasi 3.0 | Dijital Diplomasi ▷ Bireyselleşme ▷ Etkileşim ▷ İnovasyon ▷ Dijital Güç ▷ Sınırsız ▷ Mobil ▷ Bulut ▷ Yenilenebilir Sosyal Medya ▷ Big Data ▷ Zenginleştirilmiş (Augmented) ▷ Network ▷ Herkes İçin Herkes Tarafından (P2P) ▷ Jeolojisyen ▷ Viral İletişim ▷ Dijital Veriler/Y & Z Kurşaklar ▷ İçerik ▷ Hikayeleştirme ▷ Görselleştirme ▷ Oyunlaştırma ▷ Metrik/Semantik Anlamlandırma ▷ Gelecek Öngörüsü




Bir de Diplomasi 4.0 var, şimdi ondan bahsetmek için biraz erken. Ama yarın çok geç olabilir. O da bambaşka bir konu. Diplomasi 3.0'ın diğer ikisinden temel farkı klasik diplomasi için tüm yöntem, kural, aktör, süreç ve araçlarını tamamen tersine çevirebiliyor. Sınırları kaldırıyor. Protokolü hiçe sayıyor. Devlet binaları kapıyor ama İnternet sürekli, 24 saat açık. Her şey gerçek zamanlı. Özet olarak devletlerin ve ilgili devlet kurumlarının dijital diplomasiyi bugün artık dijital dönüşümlerini tamamlayabilmek için birer kılavuz kavram olarak gördüklerine şahit oluyoruz.

Dijital diplomasi nasıl bir bakış açısı getiriyor?

Dijital diplomasi klasik uluslararası sistemin egemenlik, jeopolitik gibi kavramlarını bir bakıma baypas ediyor. Nasıl? Siber âlemde, dijital yaşamda, mobil cihaz-



larda üretilen veriler o kadar fazla ki! Bu veriler kendi içinde bir yönetişi de beraberinde getiriyor. Biz buna algoritmik regülasyon diyoruz. Evgeny Morozov isimli bir yazar bu konularda çok fazla kafa yoruyor. Hatta bu veriye dayalı algoritmik düzenin siyaseti dahi öldürebileceğini iddia ediyor. Biz farkında değiliz ama algoritmalar bir derece bizleri idare ediyor. Buna dijital oyunları da ilave edebilirsiniz. Nitekim bugün Dışişleri Bakanlıkları dahi dijital oyunları dijital diplomasi aracı olarak kullanmakta. En güzel örneği ABD Dışişleri Bakanlığı'nın ürettiği Trace Effects oyunu.



Bazı görüşler, dijitalleşme olgusunun hatta İnternet'in sonlarına doğru yaklaştığımız konusunda hemfikir. Google'un CEO'su Eric Schmidt buna benzer beyanatlar verdi. Peki ne gelecek? PEW'un bir araştırmasında verinin her yerden gelmesi, her yere sirayet etmesi, klasik devletlerin yeni 'uluslar' tarafından zorlanacağı gibi ibareler kullanılıyor. Buna 'ubernet' deniyor. Şu an birisi bize gelse ve dese ki "Dünyanın en kalabalık ülkesi hangisi?" dijital diplomasi açısından bakıldığında hiç tereddütsüz "Facebook" deriz. Sadece, ona vatandaş derecesinde bağlı 1,65 milyar kullanıcısı olduğu için değil, aynı zamanda dünyanın yarısı tarafından tanınma sorunu olan Kosova'yı bağımsız bir devlet olarak tanıdığında dünyada

kopan yaygaraya bakarak da bunu söylemek lazım. İşte bu ubernet, bize uberdiplomasiyi de kurumsallaştırma imkânı veriyor. Hatta Dördüncü Endüstri Devrimi tartışmasına da girerek dijitalleşme evresinden siber-fiziksel sistemlere geçiş, sensörlerin ve algoritmaların ortak hâkimiyetine dayalı bir sistem bu tartışmaları kuvvetlendirebilir. O zaman Diplomasi 4.0, dijital sonrası diyebileceğimiz, İnternet sonrası diyebileceğimiz bir dönemin diplomatik paradigması hâline gelecek diyebiliriz. Bir bakıma diplomasi sonrası, post-diplomasi dönemi hâline gelmesi beklenebilir. Ancak daha dijital diplomasiyi tam anlayamamışken, bu tartışmaları sindirmek çok da kolay değil. Daha dijital araştırma yapan tek kurumumuz yokken, ülkemizde dijital deyince sadece dijital pazarlama, dijital reklamcılık, oyunlar, haber siteleri ve medya planları anlaşılırken, ubernet, Diplomasi 4.0 tartışmaları ağır gelebilir. Birçok diğer kavramın başına gelen onun başına gelmesin. Anlamıyoruz ama anlamış taklidi yapıyoruz. O zaman kavram heba oluyor, kavram israfına sebep oluyoruz.

Dünya nüfusu:

- 1 @facebook
- 2 Çin
- 3 Tencent
- 4 Hindistan
- 5 @WhatsApp
- 6 ABD
- 7 @LinkedIn
- 8 @instagram
- 9 @twitter
- 10 @Snapchat



Dijital diplomaside her şey yatırımı gerektiriyor. İnsana, ekiplere, inovasyona yatırım. ABD Dışişleri Bakanlığı'nda dijital diplomasi biriminde 1.000'den fazla çalışan var. Birden çok dijital inovasyon laboratuvarı var. İsrail'de bu rakam neredeyse 50. Dijital diplomasi sosyal medya hesabı açmak, onu yönetmek, kriz olduğunda da eteklerinizin zil çalması değildir. Dijital diplomaside başarı sadece diplomasinin değil, en az o kadar dijitalin kurallarını uygulamaktan geçer. Dijital inovasyon ve girişimcilik yönü eksik bir dijital diplomasi birimi olamaz. Bu sektörlerle, yenilikçi ekosistemlerle içli dışlı olmayan bir dijital diplomasi birimi, ekibi, stratejisi düşünülemez. Öncelikleri ona göre belirlemek gerek. Bugün dijital diplomaside öncü diyebileceğimiz her devletin çok iyi tasarlanmış dijital stratejileri, dijital diplomasi stratejileri mevcut.

Devlet, akademi ve sivil toplum açısından dijital diplomasi

G20 Zirvesi için Cumhurbaşkanımızı Sayın Recep Tayyip Erdoğan'ın Twitter hesabından zirveye katılan devlet adamlarını 9 dilde selamlama mesajı, dijital diplomasi için güncel bir örnek olarak verilebilir. Hatırlayınız İran'la yürütülen nükleer müzakereler esnasında Twitter'ın patronu Jack Dorsey, Rouhani ile yazıştı. Birbirlerine isimleriyle hitap ettiler. Cevat Zarifi yine ABD'li siyasetçilerle, bazı diğer ünlü simalarla atıştı. Yine teknik tabiriyle birbirlerini 'trollediler'. Çünkü sosyal medya rahat bir yer. Kimse de bunu yadırgamadı. Günlük hayattaki katı kurallar ışığında dijital diplomasi yapmak, gerçekten çok zor. Dijital diplomasi işte bu kuralları ve sınırları zorlayarak başarıyı yakalayabileceğiniz bir alan.

Son zamanlarda dijital diplomasi üzerine yazılanlar çoğalıyor, hem teoride, hem pratikte disiplinler arası bakış önemli. Mesela teoride, diplomasi için uluslararası ilişkiler ne ise dijital diplomasi için de dijital etnografi, yeni medya çalışmaları odur. Dijital diaspora çalışmaları odur. Ülkemizde yok ama yurtdışında Tow, Niemann, MIT Media Lab gibi araştırma merkezlerinde dijitalleşme üzerine ciddi ampirik çalışmalar yürütülüyor. Dijital diplomasi ekosistemi bu çalışmaları yakından takip ediyor. Birer kuluçka merkezi gibi çalışan bu akademik merkezlerdeki her bir hareketi biz de takip etmeliyiz. Gartner'in her yıl yayımladığı yenilikçilik eğrisindeki değişimler, gelecek için bir yol haritası niteliğinde. Bunun yanında son zamanlarda İtalyan diplomat Andreas Sandre'nin kaleme aldığı Dijital Diplomasi başlıklı kitabı ve dijital diplomasi kavramının popülerleşmesinde büyük pay sahibi olan Alec Ross'un Geleceğin Endüstrileri başlığını taşıyan kitap, dijital diplomasiye giriş mahiyetinde başlangıç için okunması gereken eserlerdir.

Yeni bir kavram: Soft Poware

Joseph Nye'in söyledikleri önemli: Eğer yumuşak güç "bir ülkenin özellikle dış politikada ve diplomaside istediklerini başkalarına zorla değil, onların kendi rızasıyla ve isteğiyle yaptırması" ise yumuşak güce etki eden teknoloji & inovasyon & kalkınma göstergeleri de Yeni Diplomasi kavramının operasyonel kapsamına eklenebilir. Çünkü dijital diplomasi, en başta yumuşak gücün inşasında kullanılan bir diplomasi yöntemidir. Onun içindir yumuşak güce etki eden *kültürel diplomasi*, *vatandaş diplomasisi* benzeri diğer yöntemler de *dijital diplomasi* çalışmalarına dâhil edilmelidir.

Dijital diplomasi, dış politika sahasında meselelerin İnternet'ten faydalanarak yürütülmesine verilen isim olduğundan, bu alandaki araştırma ve yayın faaliyetleri de amiral gemisidir. Yanı sıra, Nye'in "soft power" kavramını Yeni Diplomasi ekosistemindeki *inovatif* bir tercihle başka şekilde adlandırmak gerekirse "soft poware" kavramı kullanılabilir. Dünyada, ilk defa kullanılan bu kavram, kamu diplomasisi ve dış politika süreçlerinde, yumuşak güç (*soft power*) maksimizasyonu



elde etmek için *dijital diplomasiyi* kullanmaktır. *Soft poware*, dijital çağda, dijital diplomasiyle elde edilebilecek yumuşak güçtür. ABD, Büyük Britanya, Kanada, Fransa ve İsrail örneklerinde olduğu gibi dijital diplomasinin planlanabilmesi ve uygulanabilmesi için teknolojik anlamda yazılım üstünlüğüne ihtiyaç vardır. Çünkü dünya üzerindeki birçok şeyin kontrol panelinde bugün sadece ara yüzlerini görebildiğimiz algoritmalar mevcuttur. Algoritmik üstünlük ise dijital diplomaside çıkarların en üst seviyede korunabilmesi için olmazsa olmaz şarttır. Kısaca *soft power* (yumuşak güç) & *software* (yazılım) kelimelerinden oluşan *soft poware* tartışmasıyla bir bakıma dijital diplomasi çalışmalarında yeni bir çerçeve çize-

rek Web 2.0, Gov 2.0 ve IR 2.0 birlikteliğini modelleştirmiş oluyoruz. Bu üçleme de ilk defa kullanılıyor.






















ABD Dışişleri Bakanı Hillary Clinton'ın inovasyondan sorumlu danışmanı Alec Ross'un tabiriyle, dış politikada üstünlük gitgide ulus devletlerden vatandaşlara geçmekte ve sınırlar kalkmakta. Eğer bu tespiti, vatandaşların devlet & toplum ilişkilerindeki her tür alışkanlıkları ve davranış biçimlerini kökten değiştiren & daha önemlisi şekillendiren yazılımlara (*software*) eklemelersek, bunu yumuşak gücü en iyi biçimde kullanmada & elde etmede & yumuşak güç olmada bir değişken olarak kabul edersek sanırım ne demek istediğimiz biraz daha netleşecektir. *Dijital diplomasi*, geleneksel diplomasiden farklı olarak dijital öğrenme, etkileşim, iletişim, haberleşme süreçlerinden oluşur.

Soft power (yumuşak güç) çağı devam ediyor ama bir '*soft poware*' çağının yaklaştığını, büyük devletlerin dışişleri bakanlıklarındaki hummalı çalışmalardan rahatlıkla anlayabiliriz. Türkiye'nin *soft power* alanındaki çalışmalarda karşılaşacağı zorluk veya risklere yardımcı ve ileriye dönük hazırlık için, ülkemiz dev bir teknoloji üreticisi olmasa da yeni medyayı dünyada en fazla ve iyi kullanan genç nüfusun *soft poware* potansiyelini ön plana çıkarmak, tartışmak, işlemek ve parlatmak gereklidir. Yeni diplomasi ve dijital diplomasi ekosistemi, uluslararası ilişkilerde '*soft poware*' olma ve elde etme yarışında bu tarz vatandaş, diplomat ve kültür elçilerine ihtiyaç duyacaktır.

Dijital varlık reytingi ve dijital hükûmet

Dijital hükûmet, dijital diplomasiden farklı bir kavram. Dijital diplomasinin merkezinde viral etkileşim vardır. E-Devlet, dijital hükûmet gibi kavramlar, eski kavramlar gibi değil ve kurumsallaşmayı ya da bu kurumsallaşmanın devlet eliyle dijital hizmete döndürülmesini ifade eder. Aslına bakarsanız bir veri alış-verişi söz konusu ama kontrollü bir veri alışverişi. Sınırlar var. Etkileşim ise yok denecek kadar az. Türkiye'de SosyalMarka100 içinde yer alan Diplomacy.Live'in gerçekleştirdiği dijital varlık reytingi, çeşitli metrik ve nitel göstergeler ışığında kişi ve kurumların sosyal medya hesapları, web siteleri ve mobil uygulamalarını notlandırıyor ve sıralıyor. Dijital Kent 2015, Dijital Hükûmet, Dijital Diplomasi Review 2016 Q1 ve Sosyal Marka 100 hep bu tür sıralamalar. Bir örnek olarak Dijital Hükûmet 2016 araştırmasının sonuçlarına bakarak ülkemizde öncelikle kurumsal yapılarımızda dijitalleşme konusunda yapılması gerekenler konusunda fikir sahibi olabiliriz.

Dijital Varlık Reytingi (DVR), kişilerin veya kurumların İnternet siteleri, mobil uygulamaları ve sosyal ağ hesaplarının etkileşimini, güncelliğini, erişimini ve etkisini 3 aylık dönem aralıklarında ölçülmesine dayanmaktadır. Dijital Varlık Reytingi İnternet sitesi, mobil uygulama, Twitter, Facebook, Instagram, YouTube, Flickr,

BAKANLIKLAR DİJİTAL VARLIK REYTINGİ		PUAN	REYTING	PUAN	REYTING		
1.	 Gençlik ve Spor B.	60,16	BB--	13.	 Çalışma ve Sosyal Güvenlik B.	39,15	CC--
2.	 Sağlık Bakanlığı	58,33	B++	14.	 Orman ve Su İşleri Bakanlığı	38,01	CC--
3.	 Bilim, Sanayi ve Teknoloji B.	57,89	B+	15.	 İçişleri Bakanlığı	37,26	CC--
4.	 Aile ve Sosyal Politikalar B.	56,31	B+	16.	 Gıda, Tarım ve Hayvancılık B.	36,94	CC--
5.	 Avrupa Birliği Bakanlığı	50,91	CCC++	17.	 Enerji ve Tabii Kaynaklar B.	30,76	C-
6.	 Adalet Bakanlığı	49,72	CCC+	18.	 MFATurkey	27,35	DDD++
7.	 Millî Eğitim Bakanlığı	48,42	CCC+	19.	 Gümrük ve Ticaret Bakanlığı	25,71	DDD+
8.	 Dışişleri Bakanlığı	47,22	CCC-	20.	 Başbakanlık	24,54	DDD+
9.	 Kültür ve Turizm Bakanlığı	45,58	CCC--	21.	 Maliye Bakanlığı	18,38	DD++
10.	 Kalkınma Bakanlığı	45,21	CCC--	22.	 MFATurkeyArabic	14,89	DD-
11.	 Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme B.	43,56	CC++	23.	 Ekonomi Bakanlığı	13,88	DD--
12.	 Çevre ve Şehircilik Bakanlığı	39,24	CC-	24.	 MFATurkeyFrench	10,66	D+
				25.	 Millî Savunma Bakanlığı	8,36	D-

Google+, LinkedIn, Pinterest, Periscope, SlideShare, Klout vb. bileşenlerin 170'e yakın gösterge ışığında notlandırılması çerçevesinde oluşturulmuştur. Ayrıca geliştirilen reyting sistemiyle değerlendirmeye alınabilecek STK'lar, üniversiteler, eğitim kurumları, spor kulüpleri ve özel sektör kuruluşlarına aynı tür hizmetlerin verilmesi ve böylelikle ülkemizdeki dijital dönüşümün lokomotifi olan Dijital Türkiye sürecine katkı sağlanması amaçlanmaktadır. Araştırmamızda bakanların görevleri ve bakanlıkların çerçevesi birer değişken olarak ele alınmamış, sosyal medya ve dijital kullanıcı davranışı, kapasitesi ve dönüşüm ihtiyacı analizi yapılmıştır. Dijital diplomasinin belkemiğini oluşturacak çalışmalar, bakanlıklar ve bakanların dijital aktiviteleri ve bu aktiviteleri düzenli sürdürdükleri dijital varlıkları üzerinden olacaktır. Dijital Varlık Derecelendirmesi, sadece varlık dereceleme ve/veya sıralamadan çok, iyileştirilebilir alanlarda yol gösterici olmak amacını taşımaktadır.



BAKANLAR DİJİTAL VARLIK REYTINGİ

f /dijitalhukümet
DijitalHukümet.Diplomacy.Ive

	PUAN	REYTING		PUAN	REYTING
1.	60,63	BB--		39,20	CC--
2.	59,41	B++		38,85	CC--
3.	58,89	B++		38,68	CC--
4.	55,75	B-		35,19	C++
	55,75	B-		31,53	C-
5.	51,22	CCC++		31,01	C-
6.	50,17	CCC++		29,27	C--
7.	48,08	CCC+		28,92	C--
8.	44,95	CCC--		28,92	C--
9.	43,03	CC++		27,87	DDD++
10.	42,16	CC++		27,53	DDD++
11.	41,99	CC+		11,50	D+
12.	41,46	CC+		11,15	D+
13.	41,11	CC+			



SİTE İLK 5 BAKANLAR

1



Fikri IŞIK

2



Akif Çağatay KILIÇ

3



Mehmet MÜEZZİNOĞLU

4



Mehmet ŞİMŞEK

5



Mahir ÜNAL



f /dijitalhukümet

DijitalHukümet.diplomacy.ive

FACEBOOK İLK 5 BAKANLAR

1  Ahmet DAVUTOĞLU

 Efkan ALA  Akif Çağatay KILIÇ

 Fatmagül Demet SARI  Naci AĞBAL

  [/dijitalhukümet](https://www.facebook.com/dijitalhukümet)
DijitalHukümet.diplomacy.live

TWITTER İLK 5 BAKANLIKLAR

1  Bilim, Sanayi ve Teknoloji B.

2  Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı **3**  Avrupa Birliği Bakanlığı

4  Dışişleri Bakanlığı **5**  MFATurkey

  [/dijitalhukümet](https://www.twitter.com/dijitalhukümet)
DijitalHukümet.diplomacy.live

GOOGLE PLUS İLK 5 BAKANLIKLAR

1  Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı **2**  Çevre ve Şehircilik Bakanlığı

3  Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı **3**  Kültür ve Turizm Bakanlığı

4  Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı

  [/dijitalhukümet](https://www.google.com/dijitalhukümet)
DijitalHukümet.diplomacy.live

Dijital Hükûmet 2016, 64. Hükûmet'te yer alan 49 kullanıcıya ait, başlıca sosyal ağlarda 2016'nın şubat ayı ortasına kadarki süreçte endekslenen toplam 242 sosyal medya hesabı/kanalı, 48 resmî web sayfası ve 16 mobil uygulamaya ait tüm resmî veriler araştırmaya dâhil edilmiştir. Toplam 306 dijital varlık mercek altına alınmıştır.

Dijital Hükûmet 2016 sonucunda ihtiyaç duyulan alanlarda gerekli önlemlerin alınması, kişiselleştirilmiş çözümler üretilmesi ve dönüşüm planlamaları konusunda bakanlarımızın ve bakanlıklarımızın dijital diplomasi stratejileri, personel eğitimi, dijital dönüşüm mühendisliği, raporlama, siber güvenlik, kriz yönetimi, sosyal medya hesap yönetimi ve optimizasyonu, video kanal kurulumları ve yönetimi, mobil uygulama, dijital kurumsal kimlik ve ürün geliştirme alanlarında daha fazla profesyonel desteğe gereksinimleri olduğu gözlenmiştir. Bu doğrultuda Türkiye'de dijital kurumsal kimlik tasarlanması, sosyal medya kullanma kılavuzu oluşturulması, personel eğitimi verilmesi, profesyonel içerik üretiminde profesyonellerin kullanılması, mobil teknolojiler ve mecralarda dijital varlık *üretilmesi*, sosyal ağlarda *çeşitlilik* sağlanması ve dijital diplomasi stratejisi hazırlanması gerekmektedir.

Medya ve Dijital Diplomasi

Dijital çağ değişiminin bütün hızıyla yaşandığı günümüzde geleneksel konu ve mesleklerin dijital çağa uyumu için yürütülen akademik ve sektörel çalışmalar artarak devam etmektedir. Bu amaçla yeni birtakım disiplinler kurulmakta ve iş kolları icat edilmektedir. Dijitalden sonra hangi kelime gelirse gelsin, ister eğitim, ister siyaset, isterse diplomasi, reklamcılık, pazarlama, yayıncılık, vatandaşlık, gazetecilik, ortaya yeni çıkan kavramlar aslında tamlanan kelimelerin daha önce rastlamadığımız derecede nasıl bir değişimden geçtiklerini ve mevzubahis değişimin doğası, araçları ve oyuncularını sil baştan tanımlamamıza yardımcı olmaktadır.

Dijitalden önce (DÖ) ve dijitalden sonra (DS) şeklinde isimlendirilebilecek kadar kesin çizgilerle meslek ve iş gruplarının türediği günümüzde, eğitim uzmanı Ken Robinson'un tabiriyle, çizgisellikten ve sanayi modelinden uzaklaşan, hızlı, butik-organik yaratıcı-girişimci-dijital ilişkiler çağındayız. En geniş alanlarda bile bireyselleşmeyle yaşanan değişim ortada. Sokaktaki 'sıradan' insanlara dijital araçları kullanmadaki meziyetlerinden dolayı gazeteci, öğretmen veya diplomat denildiği bir dönemden geçiyoruz. Bu değişim alışlagelmiş moderniteye ve hatta postmoderniteye endekli profesyonelleşmenin, ustalaşmanın, öğrenme ve sosyalleşme süreçlerinin doğasını da elbette etkilemektedir. Örneğin, konu diplomasi olunca vatandaş diplomatlar ön plana çıkmaktadır. Dijitalleşmeyle, devletler arası sert diplomasi süreçleri kadar, devletlerin vatandaşlarla ve vatandaşların kendi

aralarında yürüttükleri diplomatik süreçler belirleyici olmaya başlamaktadır. Bu ilişkileri yürütürken geleneksel diplomatik kod, haberleşme ve medya araçları veya uluslararası ilişkilerin çözüm getirmekte zorlandığı bazı konularda, belki de birkaç Twitter mesajı pratik çözümler üretmeye katkıda bulunmaktadır. Diploması diplomatların tekelinden çıkararak, bir bakıma daha 'medyatik' kılmaktadır. Hâl böyle olunca dijital diplomasi pratiğinde medya kuruluşlarının oynadığı rol artmaktadır. Sosyal medya ve dijital araçlar ise klasik yollardan aylarca sürecektir diplomatik haberleşmeyi hem daha geniş bir izleyici kitlesinin önünde hem de daha şeffaf biçimde saniyelere indirgemektedir.

Dünya, bildiğimizden farklı bir yöne doğru gidiyor ve dijital göstergeler bu yolculukta büyük önem taşıyor. Medya; oyun, iletişim alanlarında dijital dünyayla geleneksel kanallar büyük bir buluşma gerçekleştirdi. Yapay zekâ, artırılmış gerçeklik, nesnelerin İnterneti ve büyük veri hemen her sektörde önemli oyun belirleyici hâline geldi. Artık hepimiz dijital medyayı, dijital oyunları ve sosyal medyayı hayatımızın bir parçası olarak görüyoruz. Tüm sanallığına rağmen, hepimiz için dijital bir yaşam alanı ve siber 'gerçeklik' oluştu. Bu alanın içine her gün yeni disiplinler yerleşiyor. Dijital diplomasi de bunlardan birisi.

Bu bağlamda Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu, bünyesinde bulundurduğu birçok yayın kuruluşu, TV ve radyo kanalı, yabancı dilde yayın yapan web siteleri, bu kurumlara ait yüzlerce sosyal medya hesabı ve çeşitli alt bileşenleriyle dijital diplomasi açısından dünyada eşi benzeri olmayan bir ekosistem olarak göze çarpmaktadır. Örneğin, tematik bir kanal olarak TRT AVAZ'ın 5 ayrı dilde dijital mecralarda yayın yapması, medyanın dijital diplomasideki potansiyel gücüne örnek teşkil etmektedir. Yayıncılık faaliyetlerinin yanı sıra dijital diplomasi yaklaşımının benimsenmesi TRT'yi bir anda uluslararası yayın çevrelerinde öncü bir konuma yükseltecektir. Fransız yayın kuruluşu AFP, bu türden bir girişimi birkaç yıl önce başlatmış olmasına rağmen devamını getirememiş ve büyük bir hayal kırıklığı yaratmıştır. (<http://ediplomacy.afp.com/#!/map>) Yine, ABD Kamu Diploması ve Uluslararası Yayıncılık Kurumu'nun geçen yıl yayımladığı Veri Tabanlı Kamu Diploması Raporu, konunun önemine dikkat çekmektedir. Bu çerçevede 21. yüzyılın dijital liderlerini yetiştirmek konusunda potansiyel gücüne binaen TRT'nin sorumluluğu büyüktür.

Dijital Diplomasi ve Türkiye

Ne durumda olduğumuzu görmek için bazı verilere başvuralım: İngilizlerin hazırladığı "Yumuşak Güç" sıralamasında Türkiye, 30 ülke içinde 28. sırada bulunuyor.¹ Ülkemiz en çok siber saldırı alan 10 ülkeden birisi² ve ülkemiz orjinli saldırılar

¹ Bkz. <http://softpower30.portland-communications.com/ranking>

² Bkz. <https://cybermap.kaspersky.com/>

da mevcut. Diplomacy Live'in hazırladığı ve 210 dışişleri bakanlığının dijital varlık reytinginin notlandırılıp sıralandırıldığı Digital Diplomacy Review'de Dışişleri Bakanlığımız 25'inci sırada bulunmaktadır. İlk bakışta hiç de kötü olmayan bu sıra biraz yakından bakıldığında, ilk 10 ülkenin dışişleri bakanlığı ile aramızda ciddi bir strateji, vizyon ve uygulama farkı olduğunu gözler önüne sermektedir.³ ABD Eğitim Bakanlığı 2016'y a girerken "Eğitimde Teknoloji Kullanımı 2016 Stratejisi" hazırladı. Teknoloji kullanımını yaygınlaştırmakla birlikte artık bir teknoloji kullanımı stratejisi hazırlamak zorundayız. Türkiye, Endüstri 4.0 yani Pedagoji 4.0, Diploması 4.0 veya başka 4.0 trenini kaçırmamalıdır.

Klasik diploması ve kamu diploması alanlarının bir devamı olarak ortaya çıkan dijital diploması, dijital ve sosyal medya mecralarının, dijital gazetecilik/yayıncılığın, dijital markalamanın, dijital vatandaşlığın, dijital diasporanın, sosyal medya ve toplumsal hareketlerin hızlı yükselişi sayesinde kendisine önemli bir yer edindi. Bir bakıma, yeni dijital çağda birçok başlığın bir kesişim kümesi olması bakımından, disiplinler arası bakışın rehberliğinde çeşitli kariyer aşamalarında yöneticiler için vizyon geliştirilmesi aşamasında eşsiz bir katma değer görevi görüyor. Dijital diploması bir diploması sorunsalı olmaktan çok, bir dijitalleşme veya dijital dönüşüm meselesidir.

Yararlanılan Kaynaklar

- Alonso, A. & Oirzabal, P. J. (2010). *Diasporas in the New Media Age*, University of Nevada Press.
- Bjola, C., & Holmes, M. (2015). *Digital Diplomacy; Theory and Practice*, Routledge.
- Bollier, D. (2003). *The Rise of Netpolitik: How the Internet Is Changing International Politics and Diplomacy*, Aspen Institute.
- Dijk, J.V. (2006). *The Network Society*, Sage.
- Kremer, Jan-F., Müller, B. (2014). *Cyberspace and International Relations: Theory, Prospects and Challenges*, Springer.
- Nye, J. (2010). *Cyber-Power*, Belfer Center.
- Nye, J. (2011). *The Future of Power*, Perseus.
- Ross, A. (2016). *Industries of the Future*, Simon & Schuster.
- Sandre, A. (2015). *Digital Diplomacy; Conversations on Innovation in Foreign Policy*, Rowman & Littlefield.
- Seib, P. (2012). *Real-Time Diplomacy: Politics and Media in the Social Media Era*, Palgrave.
<http://belfercenter.ksg.harvard.edu/files/cyber-power.pdf>

³ Bkz. <http://digital.diplomacy.live>