

Cumhuriyet Döneminde Bir Halkla İlişkiler Aracı Olarak Kamu Diplomasisi: “Karadeniz: Seyr-i Türkiye” Belgeseli Üzerinden Bir İnceleme

Public Diplomacy as a Public Relations Tool in the Republican Era: A Study on “Karadeniz: Seyr-i Türkiye” Documentary

Araştırma Makalesi / Research Article



Sorumlu yazar/
Corresponding author:
Hıdır Polat

ORCID:
0000-0002-7839-4666

Geliş tarihi/Received:
23.10.2024

Son revizyon teslimi/Last
revision received:
27.11.2024

Kabul tarihi/Accepted:
27.11.2024

Yayın tarihi/Published:
23.12.2024

Atıf/Citation:
Polat, H. (2024). Cumhuriyet
Dönemi’nde bir halkla
ilişkiler aracı olarak kamu
diplomasisi: “Karadeniz: Seyr-i
Türkiye” belgeseli üzerinden
bir inceleme. *İletişim ve
Diplomasi*, 13, 91-112.

doi: 10.54722/
iletisimvediplomasi.1572637

Hıdır POLAT¹ 

ÖZ

Kamu diplomasisi devletlerin yüzyıllardır informal olarak yürüttüğü önemli bir uluslararası halkla ilişkiler faaliyetidir. Cumhuriyet’in kurulduğu yıllarda, dünyadaki çatışma ortamı ve kitle iletişim araçlarının yetersizliği, o dönemdeki kamu diplomasi faaliyetlerini sınırlandırmaktadır. Özellikle yeni kurulmuş veya gelişmekte olan ülkeler için kamu diplomasisi faaliyeti yürütmek birçok maddi sebepten dolayı imkânsız görülmektedir. Yeni kurulan Türkiye Cumhuriyeti’nin modern yüzünü, üretim becerilerini, maddi ve manevi değerlerini Avrupa’ya tanıtmak ve yeni iş birlikleri inşa etmek için Cumhuriyet’in ilanından üç yıl sonra Karadeniz Vapuru projesi gerçekleştirilmiştir. Bu proje, Cumhuriyet’in hem ulus ötesinde kendisini tanıtmayı hem de kamu diplomasisi faaliyetleri açısından oldukça önemli bir örnektir. Bu çalışmanın amacı Karadeniz Vapuru projesini, “Karadeniz: Seyr-i Türkiye” belgeseli üzerinden kamu diplomasisi perspektifinde tartışmaktır. Araştırmanın yöntemi nitel araştırma desenlerinden örnek olay incelemesidir. Veri toplama sürecinde doküman inceleme yöntemi kullanılmıştır. Verilerin analizinde göstergebilim tekniğinden yararlanılmıştır. Analiz sonucunda Karadeniz Vapuru projesinin, zamanının çok ötesinde bir kamu diplomasisi uygulaması olduğu görülmüştür. Uygulanan adımlar “yeni kamu diplomasisi” kuralları ile yakından ilişkilidir. Sonuç olarak, Cumhuriyet döneminde kullanılan enstrümanlar (kültürler arası ve uluslararası halkla ilişkiler, dünya barışı, katılımcı, sürdürülebilir ve çift yönlü iletişim) çok yönlü bir kamu diplomasisi çalışması yürütüldüğünü ortaya koymaktadır.

¹ Doç.Dr., Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Nispetiye Uygulamalı Bilimler Fakültesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık ABD, hidirpolattt@gmail.com, ORCID: 0000-0002-7839-4666

Anahtar Kelimeler: Kamu diplomasisi, halkla ilişkiler, cumhuriyet dönemi, karadeniz vapuru, belgesel

ABSTRACT

Public diplomacy is an essential international public relations tool that states have conducted informally for centuries. In the years when the Republic was founded, conflicts in the world and limitations in mass media limited public diplomacy activities. Especially for newly established or developing countries, public diplomacy activities seem to be impossible due to many financial reasons. In this period, the Black Sea Ferry project was realised three (3) years after the proclamation of the Republic to introduce the modern face, production skills, material and spiritual values of the newly established Republic of Türkiye to Europe and to build new collaborations. The purpose of this study is to examine the Black Sea ferry project through the lens of public diplomacy, with the help of the documentary "Karadeniz: Seyr-i Türkiye (Through Türkiye: Black Sea)". In this qualitative research, a case study design was used for the examination. Document analysis was the method used to collect the data. The technique of semiotics was used to analyse the data obtained. In conclusion, the tools used in the Republican era (intercultural and international public relations, world peace and participatory, sustainable and two-way communication) demonstrate that a multifaceted public diplomacy strategy was implemented.

Keywords: Public diplomacy, public relations, republican period, black sea ferry, documentary

EXTENDED ABSTRACT

With the advancements in communication technology and global transformation, international communication activities have gained speed and variety. Consequently, propaganda-based approaches in international public relations have slowly disappeared, and strategic communication activities focusing on two-way communication aimed at developing cooperation have emerged. Realising the significance of strategic communication, countries have started prioritising public relations activities to establish a positive image among the public residing in different regions and elicit their consent. As propaganda-based approaches in public relations have become ineffective with digital tools and media advancement, the public has transformed from passive recipients to active producers. At the political level, it is acknowledged that traditional diplomatic methods are inadequate in protecting national interests, primarily due to the growing number of actors resulting from changes. As a result, countries have shifted their focus to influencing public opinion, making it their top priority (Akçadağ, 2012, p. 108). For nations and their governing bodies, public diplomacy has become a powerful tool. According to Snow (2009, p.6),



public diplomacy encompasses the actions of governments, communities, or individuals to comprehend, sway, and inform opinion by engaging in two-way communication with the global public. Cull (2009, p.12) highlights the significance of public diplomacy in formulating national policies by surpassing mere interaction with and influencing the public and comprehending them.

The foreign policy activities of Mustafa Kemal Atatürk during the Republican period are compatible with the phenomenon of public diplomacy, particularly in terms of their focus. During the Republican period, the 'Black Sea Ferry', which set sail from the Galata pier in 1926, represents a significant historical breakthrough that warrants analysis within the context of public diplomacy. Accordingly, this study analyses the "Karadeniz Vapuru: Seyr-i Sefer Türkiye (Through Türkiye: Black Sea Ferry)" documentary, which focuses on this project, with the objective of presenting a public diplomacy-oriented analysis.

The research methodology employed in this study investigates the public diplomacy of the Republican Era through a case study, which is one of the qualitative research designs. Case studies are characterised as the systematic analysis of a situation, group, or community (Heale & Twycross, 2018, p. 7). Within the research scope, the Seyr-i Türkiye project's evaluations of public diplomacy during the Republican Era make it a suitable fit for the research design; the project was implemented in 1926. To collect the research data, the document analysis technique was utilised. The semiotics method was applied to analyse the documentary Seyr-i Türkiye, examining the real images of the period during the analytical process. Photos related to the research purpose were captured and analysed.

The findings of the data analysis indicate that the Black Sea Ferry project was designed to showcase the modern face of a newly established state to other states. This was evident from the initial stage to the final stage of the project. In particular, the distinctive interior design of the ferry, the display of Turkish products and the implementation of specific procedures, as well as the endeavours to challenge Western perceptions of Turkish identity by conveying messages about the modern identity of the Republic of Türkiye, are in alignment with the principles of public diplomacy in the contemporary era.

In modern public diplomacy, individuals play a significant role in shaping global relations. Countries that aim to influence the attitudes and actions of foreign populations employ a new public diplomacy strategy in place of the traditional approach. Public opinion is now incorporated into foreign policy procedures. Rather than one-sided diplomacy from states to societies, the current understanding of diplomacy involves communication and change in both directions, from organisations to cultures (Snow, 2009, p. 6). The analysis of the Karadeniz Seyr-i Türkiye (Black Sea Ferry) project, a mobile exhibition idea during the Republic period, indicates that it represents one of the earliest instances of historical novel public diplomacy. Instead of promoting a recently established nation's contemporary attitude, products, and policies through one-way propaganda, a transparent exchange

of information was employed, allowing for two-way communication. This aligns with the principles of the modern public diplomacy approach as defined in the literature.

In recent history, Turkish scholars have studied the public diplomacy activities carried out with the support of the Presidential Directorate of Communications, the “Turkish Cooperation and Coordination Agency (TIKA)”, and the “Presidency for Turks Abroad” and Related Communities (YTB)”. The findings from these studies align with Szondi’s (2008) 21st-century philosophy on public diplomacy. The documentary Karadeniz Seyr-i Türkiye, the focus of this research, similarly demonstrates resemblances to public diplomacy studies conducted in the 21st century.

It has been found that during the Republican era, a varied public diplomacy program was implemented through intercultural, international communication, world peace, sustainable communication with public involvement, public and private partnerships, and bi-directional communication methods. As such, the Black Sea Ferry project may be among the earliest instances of modern public diplomacy within the diplomatic undertakings of Türkiye’s history.

GİRİŞ

İletişim teknolojilerindeki gelişmeler ve dünyanın “küresel bir köy”e dönüşmesi, uluslararası iletişim faaliyetlerine hem hız hem de çeşitlilik kazandırmıştır. Buna bağlı olarak da uluslararası halkla ilişkilerde propaganda kökenli yaklaşımlar giderek azalmış, bunun yerine iş birliği geliştirmeye odaklı iki yönlü iletişimi hedefleyen stratejik iletişim faaliyetleri ortaya çıkmıştır. Özellikle küreselleşme ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler iletişim sürecini ve enstrümanlarını dönüştürmüştür. İletişimin son yıllarda stratejik konuma yerleşmesi ile birlikte ülkeler, halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi gibi iletişimsel faaliyetlere yönelmişlerdir. Hatta yönetim kademelerinde birimler oluşturup bunlara büyük bütçeler ayırarak çalışmalarına hız vermişlerdir.

Stratejik iletişimin öneminin farkına varan ülkeler, farklı coğrafyalarda yaşayan kamular nezdinde olumlu imaj yaratmak ve rıza üretmek için halkla ilişkiler faaliyetlerine ağırlık vermeye başlamışlardır. Çünkü halkla ilişkilerde propaganda temelli yaklaşımlar, dijital araçların ve ortamların gelişmesi ile birlikte işlemez hâle gelmiştir. Artık kamular pasif alıcı olmaktan çıkarak aktif, üreten bir role kavuşmuştur. Politik düzlemde de ulusal çıkarların savunulmasında klasik diplomasi yöntemlerinin işe yaramadığı anlaşılmıştır. Bunun temel sebebi değişimlere bağlı olarak artan aktör sayısıdır. Dolayısıyla ülkeler için kamuoyunu etkilemek temel amaç hâline gelmiştir (Akçadağ, 2012, s. 108). Özetle iletişimin stratejik yönetimi, ülkelerin hedeflerine ulaşmalarında anahtar unsurlardan biridir. Ülkeler ve stratejik iletişim yönetimi söz konusu olduğunda bu sürecin temel aracı ise kamu diplomasisi faaliyetleridir.

Kamu diplomasisi sadece günümüze özgü bir halkla ilişkiler aracı değildir. Tarihte de kamu diplomasisi uygulamaları ile karşılaşılmaktadır. Örneğin II. Abdülhamit'in fotoğraf albümleri ve Mustafa Kemal Atatürk'ün uluslararası iletişim çalışmaları, Türkiye tarihinin kamu diplomasisi faaliyetlerine örnek olarak gösterilebilir. Lakin bu faaliyetler, ulusal ve uluslararası literatürde kamu diplomasisi bağlamında ele alınmadığından net bir söylem geliştirilememektedir.

Dünya literatüründe, “halkla ilişkiler” ve “kamu diplomasisi” faaliyetleri Amerikan ekonominin hegemonyası altında olsa da (Osgood, 2010), Cumhuriyet döneminde uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi çalışmalarının gerçekleştirildiği söylenebilir. Cumhuriyet döneminin zorlu koşulları göz önünde bulundurulduğunda yapılan “Karadeniz Gemisi” projesi, dönemin en önemli kamu diplomasisi örneklerinden biri sayılabilir. Yeni kurulan Türkiye Cumhuriyeti’ni diğer ülkelere anlatmak ve tanıtmak için ortaya konan bu proje, çok yönlü bir stratejik iletişim örneğidir. Türk kültürünü diğer toplumlara anlatmak, onlarla iş birliği geliştirmek amacıyla hayata geçirilen “Karadeniz Gemisi” projesi, geleneksel bir yaklaşımdan ziyade yeni kamu diplomasisi anlayışının izlerini taşımaktadır. Dünyada kamu diplomasisi faaliyetlerinin Cumhuriyet’in ilanından sonra başladığı göz önünde bulundurulduğunda, bu proje tarihin ilk kamu diplomasisi örneklerinden biri olarak değerlendirilebilir. Dolayısıyla bu araştırmanın amacı, bu projenin anlatıldığı Karadeniz Vapuru: Seyr-i Sefer Türkiye Belgeseli’ni kamu diplomasisi perspektifinden tartışmaktır. Araştırma, kamu diplomasisi literatürüne bu yönüyle büyük katkı sağlayacak bir potansiyel taşımaktadır.

LİTERATÜR TARAMASI

Kamu Diplomasisi Kavramı

İlk defa London Times’da, 1856 yılında yayımlanmış bir makalede kullanılan kamu diplomasisi kavramı, kavramsallaştırılmış bir yapısı olmadığından orijinal anlamından ziyade nezaket kelimesine atıfta bulunan bir anlamda kullanılmıştır (Cull, 2009, s. 19). Aslında kavram, çok uzun bir geçmişe sahip olmasına rağmen kavramın tam manada uluslararası geçerlilik kazanması, soğuk savaşın bitişi ve akademik çalışmalarda bir araştırma konusu olarak ele alınması ile başlamıştır. Her ne kadar kavramın başlangıç noktası çok yeni gibi görünse de kavram toplumların ve devletlerin birbirleri ile iletişimi kadar eskidir.

İlk kez, 1956 yılında Tufts Üniversitesi Fletcher Hukuk ve Diplomasi Okulu Dekanı Edmund Gullion tarafından kullanılan kamu diplomasisi kavramı, Edward Murrow Kamu Diplomasisi Merkezi tarafından ilk defa şu şekilde tanımlanmıştır:

Kamu diplomasisi, dış politikaların düzenlenmesi ve yürütülmesi üzerindeki kamu tutumlarının etkilenmesini ele almaktadır. Geleneksel

diplomasinin ötesindeki uluslararası ilişkiler boyutlarını, hükümetlerin diğer devletlerdeki kamuoyunu oluşturmalarını, özel grupların etkileşimini ve bir devletin ve bunların birbiriyle olan ilgi alanlarını, Dışişleri raporlarını ve bunların politikaya etkisini, işi iletişim olanlarla, diplomatlarla ve dış temsilciler arasındaki iletişimi ve de kültürler arası iletişim sürecini kapsamaktadır (Sancar, 2012, s. 79).

Kavram ile alakalı detaylı araştırmalar yapıldığında, kamu diplomasisine yönelik yaklaşımların farklılaştığı görülmektedir.

Mark (2002, ss. 8-10) kamu diplomasisini; diğer ülkelerle çok yönlü iletişim kurarak; onların kültürlerini ve insanlarını anlayarak ülkesinin imaj ve bilinirliğini arttırması olarak tanımlamaktadır. Snow (2009, s. 6); hükümetlerin, toplulukların veya bireylerin küresel kamuoyları ile çok yönlü iletişime geçerek kamuoyunu anlaması, etkilemesi ve bilgi vermesine yönelik faaliyetleri olarak tanımlamaktadır. Tuch (1990, s. 3) ise; “bir hükümetin kendi ulusu hakkındaki fikir, değer, kültür, ve kurumlarını yabancı halklara yaymak üzere kurmuş olduğu iletişim biçimi” olarak tanımlamaktadır (akt. Eldemir, 2018). Cull (2009, s. 12), kamu diplomasisinin sadece toplumlar ile etkileşim kurma ve onları etkilemenin ötesinde kamuları anlayarak ülke politikalarının geliştirilmesine katkı sağladığını vurgulamaktadır. Bu yönüyle kamu diplomasisi sadece diğer ülke halkları ile iyi iletişim kurmanın ötesinde ulusun markalaştırılmasına da etki etmektedir. Dolayısıyla ulus markalaması, kamu diplomasisinin bir parçasıdır. Bu yönüyle, kamu diplomasisi çok yönlü bir stratejik iletişim yönetimidir (Szondi, 2008, s. 19).

Kamu diplomasisi kavramının ortaya çıkmasında propaganda kavramının, toplumsal bellekler üzerine yarattığı tahribat etkili olmuştur. Özellikle de soğuk savaş döneminin ardından kavramsallaşan kamu diplomasisi, küresel çapta büyük bir faaliyet alanına dönüşmüştür. Özellikle Amerika Birleşik Devletleri (ABD)'nin yürüttüğü kamu diplomasisi faaliyetleri dünya çapında yankı bulmuştur. Amerika Birleşik Devletleri, kavramı ve kavrama yönelik faaliyetleri yavaş yavaş kurumsallaştırmış ve yasama çevrelerinde kullanmaya başlamıştır. ABD Florida Eyaleti Temsilcisi Dan Fascell, 1978'de eski Bilgi ve Kültür Danışma Komisyonlarını, kamu diplomasisi çerçevesinde ABD Danışma Komisyonu altında birleştirmiştir. 1980'lerde, Charles Z. Wick'in United States Information Agency'i (USIA) devralması ve Reagan yönetiminin bilgi hizmetlerini Sovyetler Birliği'yle mücadelede kullanacak hayati bir araç olarak görmesi, bütçe kullanımının artmasına zemin hazırlamıştır. İlerleyen süreçlerde Amerikan ekolü altında büyüyen kamu diplomasisi, dünyanın diğer ulusları için göz ardı edilemez bir iletişim stratejisi olduğunu göstermiştir (Melissen, 2005; Gilboa, 2008; Gregory, 2011). Bu yüzden de ülkelere bağlı iletişim kurumları, kamu diplomasisi kavramını ve amaçlarını hızla kabullenmiştir.

Kamu diplomasisi, bilgi çağının ortaya çıkması ile kendini yenilemek zorunda kalmıştır. Özellikle küreselleşme, iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ve bilgiyi yönetme arayış-

ları ile birlikte bu yüzyılın sonlarında “yeni kamu diplomasisi” kavramı karşımıza çıkmaktadır. Bu yeni yaklaşımda iletişim, merkezî konumda ve çift yönlüdür. Dolayısıyla kamularla karşılıklı iş birliğine dayalı bir iletişim süreci söz konusudur. Yani 21. yüzyıl kamu diplomasisi anlayışı, geleneksel kamu diplomasisi anlayışından ayrılmaktadır. Bu iki yaklaşımın karşılaştırılmış hâli Tablo 1’de verilmiştir. Buna göre:

Tablo 1. Geleneksel ve Yeni Kamu Diplomasisi Anlayışının Karşılaştırılması		
	Geleneksel Kamu Diplomasisi	21. Yüzyıl (Yeni) Kamu Diplomasisi
Durum	Ülkeler arası çatışmacı tutum	Bariş yanlısı tutum
Stratejiler	Propaganda odaklı ikna ve kamuların yönetimi	Kamuların katılımı ile sürdürülebilir iletişim kurmak
İletişimin Yapısı	Tek Yönlü	İki Yönlü
Bilimsellik	Sınırlı	Bilimsel araştırmalar ve geri bildirim odaklı
Mesaj İçeriği	İdeoloji donanımla, enformatik	Değer merkezli, iş birliği ve fikir temelli
Hedef Kitleler	Tüm halk	Mesaj içeriğine göre tasarlanmış özel hedef kitleler
Araçlar	Geleneksel kitle iletişim araçları	Kişisel ağlar ve kitle iletişim araçları
Bütçe	Hükümet destekli	Kamu ve özel ortaklıklar

Kaynak: Szondi, 2008, s. 11

Geleneksel ve yeni kamu diplomasisi arasındaki ayrışmalar (Tablo 1), halkla ilişkilerin basın ajansı tanıtım modeli ve çift yönlü simetrik modeliyle doğrudan bağlantılıdır. Geleneksel olarak tanımlanan kamu diplomasisi anlayışı, tek yönlü bir iletişim sürecine odaklanırken ve gelişime kapalıyken, Snow’un da (2009) belirttiği üzere, yeni kamu diplomasisi küreselleşme ve iletişim teknolojilerinde yaşanan hızlı gelişmeler doğrultusunda çift yönlü bir iletişime ve etkileşime odaklanmaktadır. Özellikle kamu diplomasisinde ortaya çıkan katı ve esnek yaklaşım bu benzeşmeye zemin hazırlamaktadır. Kamu diplomasisi katı yaklaşımda propagandaya odaklanarak dış kamuları etkilemeyi hedeflerken; esnek yaklaşımda çift yönlü simetrik bir etkileşim çerçevesinde amaçlarına ilerlemektedir (Kavoğlu, 2013, s. 119). Dolayısıyla yeni kamu diplomasisi anlayışı ülkeler açısından stratejik halkla ilişkiler aracı olarak kullanılmaktadır.

Özetle kamu diplomasisi; hükümet, bireyler ve grupların doğrudan ve dolaylı olarak başka bir devletin dış politika kararları ve halkları üzerindeki etkisini arttırması (Gilboa, 2008, ss. 5–6) ve kendi hakkında farklı toplumlarda “kolektif bir kimlik” inşa etmesidir (Eldemir, 2018).

Türkiye’de Kamu Diplomasisi

Türkiye’nin kamu diplomasi tarihini ikiye ayırmak gerekmektedir: Bunlardan birincisi, tarihi belli olmayan ve informal yöntemler ile yapılan faaliyetler; ikincisi ise, resmî kurumlar ile kamu diplomasisi kavramı adı altında yürütülen formal faaliyetlerdir.

Kamu diplomasisi kavramı sonradan ortaya çıkmış olsa da tüm devletler bu faaliyetleri farklı uygulamalarla yürütmüştür. Fatih Sultan Mehmet’in İstanbul’u fethettikten sonra, Bizans toplumu ile iletişimi ve etkileşimi buna en iyi örneklerden biri olarak gösterilebilir. Diğer taraftan matbaanın icadıyla gazete ve basılı iletişim araçlarının öneminin tüm dünyada artması ile birlikte Osmanlı döneminde bu alanda çalışmalar başlamıştır. Özellikle 19. yüzyılda Avrupa’da yayımlanan gazeteleri takip etmek ve Osmanlı’ya bakış açısını anlamak için “Matbuat Müdüriyet-i Umumiyesi” kurulmuştur. Fakat bu kurum, kamu diplomasisi anlayışından biraz uzaktır. Diğer taraftan Hariciye Nezareti bünyesinde kurulan Matbuat-ı Ecnebiye İdaresi, iletişim ve araştırma becerileri açısından Matbuat Müdüriyet-i Umumiyesi ile farklılaşmaktadır. Kurumun temel amaçlarından biri, yabancı ülke kamuoyunda Osmanlı imajına yönelik oluşturulmaya çalışılan olumsuz algıyı ortadan kaldırarak itibarın geliştirilmesine hizmet etmektir. İdare, bunun yanı sıra Avrupa’da olup bitenleri yakından takip ederek yeni iletişim stratejileri geliştirmeyi de hedeflemektedir. Bunun için de öncelikle çıkan yalan ve yanlış haberleri tekdiz etmekte ve Osmanlı’da ikamet eden yabancı gazeteciler ile iletişim geliştirerek Osmanlı aleyhine yayın yapmalarını engellemeye yönelik faaliyetler yürütmüşlerdir (Koçer, 2019, ss. 90–92).

Türkiye Büyük Millet Meclisi (TBMM)’nin açılışından kısa bir süre önce, 6 Nisan 1920’de, daha etkili iletişim süreçleri kurmak ve yeni kurulan ülke ile ilgili bilgileri aktarılabilmesi için Mustafa Kemal Atatürk tarafından Anadolu Ajansı kurulmuştur. Daha önce Matbuat Müdüriyet-i Umumiyesi gibi kurumların yaptığı çalışmalar Anadolu Ajansı bünyesinde toplanmıştır. Kamu diplomasisi ile ilgili faaliyetler o dönemlerde propaganda, ulusal ve uluslararası basın yayın kanunları gibi konular üzerine yoğunlaştığı için yeterince yabancı kamuları etkileme konusunda çalışma yapılamamıştır. Bu nedenle 1963 yılında ülkenin tanıtımı ile basın yayın çalışmalarını ayırmak için Turizm ve Tanıtma Bakanlığı kurulmuştur. Bu konunun Bakanlık düzeyinde bir boyut kazanması oldukça önemli bir adım olarak tanımlanmıştır (Resmî Gazete, 1963).

Cumhuriyet döneminde Mustafa Kemal Atatürk’ün dış politika faaliyetleri her zaman kamu diplomasisi ekseninde olmuştur. Özellikle Mustafa Kemal’in “Yurtta Sulh, Cihanda Sulh” sözü, hem kendi milletine hem de diğer milletlere yönelik söylenmiş çok önemli bir söylemdir. Türkiye Cumhuriyeti devleti II. Dünya savaşı başta olmak üzere her tür ulusötesi çatışmada bu söyleme uygun tutum sergilemiştir. Bu tutum, bir ülkede doğan fikirlerin ve düşüncelerin uluslararası kamu diplomasi açısından etkisini ortaya koymaktadır. Çünkü Atatürk’ün barış hakkındaki bu düşünceleri bir propaganda söylemi olmaktan öte barışçıl iş birliklerine işaret etmektedir. Dolayısıyla bu söylem Cumhuriyet döneminin en önemli kamu diplomasisi enstrümanına dönüşmüştür (Dora, 2021).

Cumhuriyet dönemi kamu diplomasi çalışmaları çoğu zaman söylemden öte, uygulama odaklı olmuştur. 1930'lardan itibaren dünyada yaşanan çatışmalar ve ülkelerdeki diktatör rejimlerin oluşturduğu baskılardan dolayı, ülkesini terk etmek zorunda kalan bilim insanlarına yönelik kamu diplomasisi çalışmaları yapılmıştır. Bilim insanları ile hem yükseköğretimde reformlar gerçekleştirmek hem de diğer ülkelerle kültürel diyalogların yaratılması için iş birlikleri gerçekleştirilmiştir. Özellikle Almanya'daki baskıcı rejimden kaçan bilim insanları ve sanatçılar ile iş birlikleri ve iletişim çalışmaları yürütülmüştür. Bu kamu diplomasisinde tanımlanan dost kazanma ve işbirliği geliştirme kavramları ile örtüşmektedir (Oran, 2001, ss. 306–308).

1926 yılında Galata rıhtımından kalkan "Karadeniz Vapuru" Cumhuriyet dönemi kamu diplomasisine büyük katkılar sunmuştur. Yeni kurulan Türkiye Cumhuriyeti'nin Batı toplumlarındaki olumsuz algısını kırmak ve Türklük değerlerini anlatmak için Mustafa Kemal Atatürk'ün önderliğinde aydınlar, Karadeniz Vapuru olarak bilinen "Seyr-i Türkiye" projesini hayata geçirmiştir (Dora, 2021, ss. 53). 1926 yılında Mustafa Kemal Atatürk bu projeyi; "*Bir gemi hazırlayın. İçine ürettiğimiz malları koyun... Türk insanı binsin gemiye, uygar, güzel görümlü, kadınlı erkekli, gemide Türk bayrağını dalgalandırın, Avrupa'nın belli başlı ülkelerine, şehirlerine, limanlarına uğrayın, Avrupalıya Türkiye'nin yeni yüzünü gösterin*" sözleriyle anlatmıştır (Kayra, 2015, ss. 105). Karadeniz Vapuru 86 günlük yolculuğunda 12 ülkeyi gezmiş (Tablo 2) ve bu ülkelerin toplumlarına yeni kurulan Türkiye Cumhuriyeti'ni anlatarak âdeta kamu diplomasisinin o dönemdeki ilk örneğini sunmuştur.

Tablo 2. Karadeniz Seyr-i Sefer Seyir Programı

Ülke	Liman	Kalınan Gün Sayısı	Ülke	Liman	Kalınan Gün Sayısı
Cezayir	Bona	3 gün	Finlandiya	Helsinki	2 gün
İspanya	Barcelona	2 gün	Sovyetler Birliği	Leningard (Petersburg)	2 gün
Fransa	Havre	2 gün	Polonya	Danzing	1 gün
				Gidinya	2 gün
İngiltere	Londra	6 gün	Danimarka	Kopenhag	2 gün
Hollanda	Amsterdam	2 gün	Belçika	Anvers	3 gün
Almanya	Hamburg	4 gün	Fransa	Marsilya	2 gün
İsveç	Stockholm	3 gün	İtalya	Cenova	2 gün
				Napoli	2 gün

Kaynak: Özkan, 2021, s. 218.

Cumhuriyet dönemi kamu diplomasisi çalışmaları sadece Mustafa Kemal Atatürk'ün ön planda rol aldığı konularda karşımıza çıkmamaktadır. Cumhuriyet'in aydınlık ve çağdaş yüzünü tüm dünyaya göstermek için yapılan çalışmalardan biri de kadının Cumhuriyet'te-

ki yeri ve uluslararası arenadaki temsilidir. 1930'lu yıllarda diplomatik bir girişim olarak kabul edilmeyen iki olay, önemli birer kamu diplomasisi çalışmasıdır. Bu olaylar; 1932 yılında Keriman Halis'in güzellik yarışmasında "Kainat Güzeli" seçilmesi ve 1935 yılında İstanbul'da düzenlenen International Alliance of Women (IAW) Kongresi'dir. Bu dönemde hükümet, kadınların kamu diplomasisi faaliyetlerinde ve ülkenin yeni imajının sergilemesinde rol almasını desteklemiştir. Kadının kamu diplomasisinde ve toplumsal yaşamda ön plana çıkması, Batı dünyasına, uygarlığa doğru atılan bir adım olarak anlatılmıştır. Cumhuriyet'te kadının bu kadar ön planda olması, Türkiye Cumhuriyeti'nin imajına çok büyük pozitif katkılar sağlamıştır (Rumelili, vd., 2023, ss. 251-252). Buna benzer birçok çalışma, Türkiye Cumhuriyeti'nin kamu diplomasisi tarihinde yer almaktadır. Resmî olarak, sadece kamu diplomasisi bağlamındaki çalışmalara başlanması, 30 Ocak 2010 tarihinde yayımlanan Resmî Gazete'deki Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü konulu genelge ile olmuştur. Bu genelgede şu ifadelere yer verilmiştir (Resmî Gazete, 2010):

Günümüzde, küreselleşmenin bir sonucu olarak uluslararası ilişkiler daha karmaşık bir hale gelmiş, devletlerarasındaki resmi diplomasi yanında, uluslararası toplumu etkilemenin ve yönlendirmenin bir aracı olarak "Kamu Diplomasisi" ayrı bir önem kazanmıştır. Uluslararası platformlarda, Ülkemizin uzun süredir maruz kaldığı itham ve sorunlar karşısında haklılığımızı kanıtlamaya yönelik çalışmaların başarıya ulaşabilmesi için, kamu diplomasisi yöntem ve araçlarıyla uluslararası toplumun doğru yönde bilgilendirilmesi gerekmektedir. Kamu diplomasisi yöntemleriyle Ülkemizin uluslararası kamuoyu nezdinde saygınlığının artırılmasına yönelik stratejilerin geliştirilerek, ülkemizin dış tanıtım faaliyetlerinin yürütülmesine ilişkin görevler, ilgili mevzuatla çeşitli kamu kurum ve kuruluşlarına verilmiştir. Ancak, ülkesel ve bölgesel sorunların kolayca küresel bir boyut kazandığı günümüzde, özellikle bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, uluslararası alanda ortaya çıkan fırsatlar ve tehditler, kamu diplomasisi konusunda görevli kurumlar arasında daha etkin bir koordinasyonu, yakın işbirliğini ve hızlı karar alma süreçlerini zorunlu hale getirmiştir. Bu itibarla, kamu diplomasisi alanında yürütülecek çalışmalar ile stratejik iletişim ve tanıtım faaliyetleri konusunda kamu kurum ve kuruluşları ile sivil toplum örgütleri arasında işbirliği ve koordinasyonu sağlamak amacıyla, bir Başbakan Baş müşavirinin uhdesinde Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü'nün oluşturulması uygun görülmüştür. Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü'nün sekreteryaya hizmetleri Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü tarafından yerine getirilecektir...

Bu metinde, konunun 21. yüzyıl kamu diplomasisi perspektifinde ele alındığı, uluslararası alanda maddi ve manevi değerler yaratacak iş birliklerine odaklanıldığı profesyonel bir süreç ifade edilmektedir. Ülkemizde bu süreç önceki yıllarda Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü bünyesinde yürütülmüştür. Daha sonra 2018 yılında Cumhurbaşkanlığı

Hükümet Sistemi'ne geçilmesi ile birlikte Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü kapatılarak görev ve yetkileri Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'na devredilmiştir. Halihazırda kamu diplomasisi faaliyetleri İletişim Başkanlığı bünyesinde yer alan Kamu Diplomasisi Daire Başkanlığı tarafından yürütülmektedir.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Cumhuriyet dönemi kamu diplomasisine yönelik bir sorgulamanın gerçekleştirildiği bu araştırmanın yöntemi, nitel araştırma desenlerinden örnek olay incelemesidir. Örnek olay incelemeleri (durum çalışması), nitel araştırma desenlerinden biri olarak, bir durumu; bir olay, bir grup veya topluluk üzerinden sistematik olarak incelenmesi olarak tanımlanmaktadır (Heale & Twycross, 2018, s. 7). Bu çalışmada Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulmasından sonra (1926 yılı) hayata geçirilen “Seyr-i Türkiye” projesinin kamu diplomasisi açısından değerlendirilmesi, Karadeniz: Seyr-i Türkiye belgeseli üzerinden gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında, 1926 yılında hayata geçirilen Seyr-i Türkiye projesinin Cumhuriyet dönemi kamu diplomasisine ilişkin değerlendirmeleri araştırma tasarımı için uygun bir örneklem oluşturmaktadır. Karadeniz Vapuru, Atatürk liderliğinde 1926 yılında hayata geçirilen “Seyr-i Türkiye” projesini anlatmaktadır. 12 Haziran 1926'da Galata Limanı'ndan hareket eden Karadeniz Vapuru, 86 günlük Avrupa gezisinde 12 Avrupa ülkesinin 16 limanına uğrayarak, konserler ve etkinlikler düzenlemiştir. 65.000 kişinin katıldığı etkinliklerde Türk kültürü, ürünleri tanıtılmıştır (Ayhan, 2019, akt. Dora, 2021, ss. 53–54).

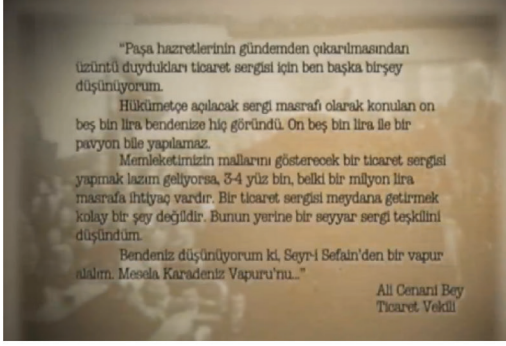
Araştırma verisinin elde edilmesinde doküman incelemesi tekniği kullanılmıştır. Karadeniz: Seyr-i Türkiye belgeselinin analiz edilmesinde göstergebilim yönteminden yararlanılmıştır. Göstergeleri inceleyen bilim dalı olan göstergebilim, kendisinden başka bir şeyi temsil eden simgeler, semboller ve işaretler olarak tanımlanmaktadır (Rifat, 2009, s.11). Anlam, göstergeler aracılığıyla oluşturulmakta ve taşınmaktadır. Göstergebilim Avrupa ve Amerika olmak üzere iki ekole ayrılmaktadır. Avrupa ekolünün temsilcisi Ferdinand de Saussure, Amerikan ekolünün temsilcisi ise Charles Sanders Peirce'dir. Amerikan ekolü göstergelerin mantık işlevine, Avrupa ekolü ise toplumsal işlevine odaklanmaktadır. Dolayısıyla Avrupa ekolü göstergelerin anlamlandırılmasını kültür bağlamında değerlendirmektedir. Avrupa ekolüne göre her gösterge, kültürün diğer üyeleri için de ortak bir anlam taşımaktadır (Deely, 1990; Yaylagül, 2015). Bu sebeple çalışma kapsamında analiz edilecek görseller Avrupa ekolüne (Saussure ve Roland Barthes'in yaklaşımları) göre gerçekleştirilmiştir.

Analiz sürecinde, belgeseldeki dönemin gerçek görüntüleri alınmıştır. Araştırma amacı ile bağlantılı görüntüler alınmış ve analiz edilmiştir. Her bulgu “Sekans” başlığı ile verilmiştir. Her sekansta farklı bir anlam inşası ortaya çıkabilmektedir. Çünkü anlam sekanslarda verilen kodlar üzerinden inşa edilmektedir. Bu sebeple sekanslara bölerek analiz etmek, anlamın ortaya çıkarılmasına imkân vermektedir (Sancar, 2018, s.36).

BULGULAR

Bu başlık altında Karadeniz Vapuru Seyr-i Türkiye projesinin gerçekleştiği dönemden görüntülerinin yer aldığı Karadeniz: Seyr-i Türkiye belgeselinde araştırma amacıyla alakalı sekansların analiz bulguları yer almaktadır. Bulgular sekanslar üzerinden aktarılmaktadır. Her sekansda gösteren, gösterilen ve gösterge ilişkisi analiz edilip düz anlam ve yan anlamlarına bakılarak gerçek anlama ulaşılmaya çalışılmıştır.

Sekans 1. Ali Cenani Bey'in Meclis Kürsüsünden Seslenişi



Gösteren	Gösterilen	Gösterge
İnsan 1	Takım elbiseli adam	1923 TBMM temsili
İnsan 2	Takım elbiseli adam	
Nesne	Arapça tabela, kürsü	
Renk	Siyah beyaz gri bir görüntü	Tarihi bir görüntünün temsili
Söylem	Ticaret Vekili Ali Cenani Bey'in konuşma metni	Ticaret Vekili Ali Cenani Bey'in Karadeniz Vapuru önerisini Mecliste diğer vekillere duyurması
Sekans	Ali Cenani Bey'in meclise teklifi	
Düz Anlam		Yan Anlam
Ali Cenani Bey, ticaret sergisine alternatif olarak seyyar sergi önerisini meclise sunması anlatılmaktadır.		Sefer için baştan oluşturulan Karadeniz Vapuru'nun modern görüntüsü ile Türkiye Cumhuriyeti'nin yeni yüzünün, ürünlerinin Avrupalılara tanıtılması anlatılmaktadır. İşbirliği ve dostane ilişkiler kurmak için kültürel değerler ile donatılmış ürünleri ifade etmektedir.

Anlam: Birinci sekansta, Kurtuluş Savaşı sonrasında Cumhuriyet'in ilanı ile sonrasında iç meselelerine dönen Türkiye'nin yaşadığı ekonomik zorluklar ve Karadeniz Vapuru fikrinin doğuşu dile getirilmektedir. Bunun Meclis kürsüsünden dile getirilmesi, konunun önemini ortaya koyan bir göstergedir. Ali Cenani Bey'in Meclis kürsüsünde ticaret sergisinin iptali sonrasında gerçekleştirdiği konuşmasında kullandığı şu ifadeler bunun kanıtı niteliğindedir: "Hükûmetçe açılacak sergi masrafı olarak konulan on beş bin lira bendenize hiç göründü. On beş bin lira ile bir pavyon bile yapılamaz". Bu söylemdeki "bir pavyon dahi açılmaz" benzetmesi, maddi zorlukların göstergesidir. Karadeniz Vapuru'nun profesyonel olarak hazırlandığı, vapurda maddi ve manevi birçok enstrüman bulunduğu sunulmaktadır. Özellikle sadece tüketim ürünleri değil, tablolar ile kültüre ve sanata dair göstergeler sunularak Türkiye Cumhuriyeti'nin entelektüel yapısı yansıtılmaktadır.

Sekans 2. Karadeniz Vapuru'ndan Görüntüler



Gösteren	Gösterilen	Gösterge
Nesne 1	Tablolar	Türkiye Cumhuriyeti'nin göstergesi
Nesne 2	Kutular, çuvallar	Satılacak ürünlerin göstergesi
Nesne 3	Bariyer halatı	Yasak alanın göstergesi
Nesne 4	Özel işlemeli sütunlar	Geminin yapılandırıldığına göstergesi
Söylem 1	"Yerler özel halılarla kaplandı, tavanlar özel alçı oymalarıyla süslendi, sergilenen ürünler için özel elektrik tesisatı döşendi, Vapur ambarının basık ve kirli görünümünden eser kalmadı..."	Vapur'un yeniden yapılandırıldığına göstergesi

Söylem 2	"Bu salonlarda tütünden Kütahya çinilerine, Hacı Bekir lokumlarından madenlere, hububattan Bursa ve Hereke kumaşlarına, kehribardan Beykoz Fabrikası mallarına kadar Türkiye'den pek çok ürün Avrupalıların karşısına çıkacaktı... Ürünlerin üzerine dört lisanda bilgi veren etiketler yerleştirildi".	Avrupalılara tanıtmak için götürülen Türkiye'nin geniş ürün yelpazesinin ve süreçteki titizliğin göstergesi
Renk	Siyah beyaz gri bir görüntü	Tarihî bir görüntünün temsili
Sekans	Karadeniz Vapuru'ndan görüntüler	Karadeniz Vapuru'nun, tanıtım seferi için hazır hâle getirildiğinin göstergeleri
Düz Anlam		Yan Anlam
Karadeniz Vapuru'nun içinden görüntüler sunulmaktadır.		Yeni kurulan Türkiye Cumhuriyeti'nin savaş sonrası yaşadığı maddi imkânsızlıklar sebebiyle ticaret sergisine dahi katılamaması anlatılmaktadır. Bütün imkânsızlıklara rağmen, farklı milletler ile etkileşime geçmek ve toplumlarda Türkiye Cumhuriyeti imajını geliştirmek için ülkenin fedakârlık yapması gerektiği ve bunu yapabilecek yönetim becerisine sahip olduğu anlatılıyor.

Anlam: İkinci sekansta Karadeniz Vapuru'nun Mart 1926'da Haliç Tersanesi'ne çekilip işleme alındıktan sonra, sefer için hazır hâle geldiğini göstermektedir. Bu sekansta kullanılan gösteren ve gösterilenler, Türkiye Cumhuriyeti'nin yeni kimliğine ilişkindir. Ürünlerin özel bir alanda sergilenmesi, vapur içinin özel işlemlerden geçmesi Karadeniz Vapuru'nun, Türkiye Cumhuriyeti'nin yenilenme kimliğinin bir göstergesidir. Ayrıca millî ürünlerini tanıtmaya amacındaki istekliliğini temsil etmektedir. Bunun yanı sıra aynı gün kabul edilmesi ve yüksek bir bütçe ayrılması, seyyar sergi fikrinin öneminin kavrandığına ve ortaya konan iradeye işaret etmektedir.

Sekans 3. Mustafa Kemal Atatürk'ün Mudanya'da Gemiye Ziyareti



Gösteren	Gösterilen	Gösterge
İnsan 1	Mustafa Kemal Atatürk	Kalabalık bir yemek masasının göstergesi
İnsan 2	Oturan kadınlar ve erkekler	
Nesne 1	Büyük bir masa	Yemek masasının göstergesi
Nesne 2	Masa üzerinde tabaklar ve yiyecekler	
Söylem 1	Avrupalılara tattırılacak yiyecekler ilk defa Mudanya'da gemiyi ziyaret eden Mustafa Kemal'e servis edildi	Sürece verilen önemin göstergesi
Renk	Siyah beyaz gri bir görüntü	Tarihî bir görüntünün göstergesi
Sekans	Mustafa Kemal'in Mudanya'da Karadeniz Vapuru'nu ziyaret etmesi	Karadeniz Vapuru projesine verilen desteğin göstergesi
Düz Anlam		Yan Anlam
	Mudanya'da Karadeniz Vapuru'nu ziyaret eden Mustafa Kemal ve sefer ekibi yemek yemektedir.	Karadeniz Vapuru projesine sunulan tam destek ve projenin amacının taşıdığı önem vurgulanmaktadır. Cumhuriyet'in yüzünü ve yeni niteliklerini kadınların varlığı ile oluşturulacağı tüm dünyaya gösterilerek milletlerin algısında Türkiye'nin yeni imajının, kadının toplumdaki rolü üzerinden kurulacağı anlatılıyor.

Anlam: Mustafa Kemal Atatürk Karadeniz Vapuru'nun yolculuğa çıktığı Galata Limanı'na ulaşamayınca, vapuru Mudanya'da ziyaret etmiştir. Üçüncü sekans, vapur inceledikten sonra sefer ekibiyle birlikte yemek yediği bölümü temsil etmektedir. Avrupalılara sunulacak yemekler önce Mustafa Kemal ve diğer katılımcılara tattırılmıştır. Bu durum Mustafa Kemal'in Karadeniz Vapuru projesine desteğinin bir başka göstergesidir. Bunun yanı sıra onun projeye verdiği önemi de ortaya koymaktadır. Ayrıca projenin amacının, Türkiye Cumhuriyeti için taşıdığı hayati önemin göstergesidir. Kadının toplumdaki ve ülke yönetimindeki konumu ve çağdaş yönetim anlayışının göstergeleri sunulmaktadır.

Sekans 4. Karadeniz Vapuru İlk Durağında



Gösteren	Gösterilen	Gösterge
İnsan 1	Başı açık kadınlar, şapkalı takım elbiseli erkeklerden oluşan kalabalık	Karadeniz Vapuru'na ilginin ve modernliğin göstergesi
Nesne 1	Çok sütunlu bir bina	Karadeniz Vapuru'nun ve bulunduğu limanın göstergesi
Nesne 2	Büyük demir sütunlar ve gemi	
Renk	Siyah beyaz gri bir görüntü	Tarihî bir görüntünün göstergesi
Sekans	Karadeniz Vapuru'nun Barcelona kentine varması	Karadeniz Vapuru'nun Barcelonalılar tarafından yoğun ilgiyle karşılanmasının göstergesi
Düz Anlam		Yan Anlam
Büyük bir kalabalığın gemiye binmek istemesi ve limanda bekleyen beyaz bir gemi anlatılmaktadır.		Karadeniz Vapuru'na Barcelona kentindeki yoğun ilgi anlatılmaktadır. Bu, yeni kurulan Türkiye Cumhuriyeti'ne yönelik yabancı ülke halklarının taşıdığı meraka işaret etmektedir. Aynı zamanda dış dünya basınında ülke algısının beklenildiği kadar olumsuz olmadığı anlatılmaktadır.

Anlam: Karadeniz Vapuru'nun Avrupa'daki ilk uğrak noktası İspanya'nın Barcelona kenti olmuştur. Vapuru 3 günde 10 binden fazla insan ziyaret etmiştir. Dolayısıyla burada ortaya çıkan anlam, seferin beklenenden fazla ilgiyle başladığıdır. Ayrıca proje fikrinin de doğruluğunu destekleyen bir anlam inşa etmektedir. Bunun yanı sıra Karadeniz Vapuru'nun vardığı gün bekleyen kalabalık, sınırlı iletişim imkânlarıyla yürütülen iletişim sürecinin başarısını da göstermektedir. Diğer taraftan Avrupa ayağında ise yeni kurulan Türkiye Cumhuriyeti'ne dair büyük bir merakın göstergesidir.

Sekans 5. Le Havre ve Londra Durakları



Gösteren	Gösterilen	Gösterge
İnsan 1	Başı açık kadınlar, takım elbiseli erkeklerden oluşan kalabalık	Karadeniz Vapuru ziyaretçilerinin göstergesi
İnsan 2	Elinde kahve tepsiyle bir adam	Türk mutfağının ziyaretçilere ikram edilmesinin göstergesi
Nesne 1	Büyük masa ve sandalyeler	
Nesne 2	Masa üstünde tabaklar ve yiyecekler	
Renk	Siyah beyaz gri bir görüntü	Tarihî bir görüntünün göstergesi
Sekans	Fransa'da (sağ resim) ve Londra'da bir ziyaret (sol resim)	Karadeniz Vapuru'na gelen ziyaretçilere Türk mutfağının tanıtılmasının göstergesi
Düz Anlam		Yan Anlam
Ziyaretçilere ikramda bulunulması anlatılmaktadır.		Batılı toplumlara Türk mutfağını temsil eden ürünler tanıtılmaktadır. Türk kahvesinin kültürel değeri, "bir kahvenin 40 yıl hatırı vardır." sözü, Türkiye'nin kültürel bileşenleri ile ilgili bir anlatımdır. Burada Türk kültürüne özgü değerlerin özenle sunulması anlatılmaktadır.

Anlam: Karadeniz Vapuru'nun amacı Cumhuriyet'in yeni yüzünü ve ürünlerini Batılı toplumlara tanıtmaktır. Bu sekansda bunu göstergeleri görülmektedir. Fransa (Le Havre) ve İngiltere (Londra) gibi ülkelerin halklarına Türkiye Cumhuriyeti'nin çağdaş yüzü (sol resim) ve ürünlerinin başarılı bir şekilde tanıtıldığı anlatılmaktadır. Burada ikramların Avrupa kültürüne uygun olarak kadın ve erkeğin birlikte oturduğu, yemek yeme adabının Türk ve Avrupalılar için ortak bir şekilde tasarlanabildiği sunuluyor.

Sekans 6. Londra'da Türk Ürünleri



Gösteren	Gösterilen	Gösterge
İnsan 1	Başı açık kadın ve şapkalı çocuk	Karadeniz Vapuru ziyaretçilerinin göstergesi
İnsan 2	Başı açık kadınlar	
Nesne 1	Tiftik keçisi	Türkiye'ye özgü ürünlerin göstergesi
Nesne 2	Halı, kilim	
Renk	Siyah beyaz gri bir görüntü	Tarihî bir görüntünün göstergesi
Sekans	Londra'da Türk ürünlerinin tanıtılması	Türkiye'ye özgü ürünlerin (tiftik keçisi, halı, kilim vb.) Batı toplumlarına tanıtılmasının göstergesi
Düz Anlam		Yan Anlam
Ziyaretçiler Türkiye'ye özgü ürünleri incelemektedir.		Türkiye'ye özgü ürünlerin Batılı toplumlara tanıtılması ve Batılı toplumların ürünlere gösterdiği yüksek ilgi ve yeni kurulan Cumhuriyet'in kültürel özelliklerinin etkileşime geçtiği anlatılmaktadır. Özellikle kadınların aktif yaşama katılması, Avrupa ile Türkiye'deki kadın anlayışının kültürel paylaşımlar ile değer kazanacağı vurgulanmaktadır.

Anlam: Karadeniz Vapuru'nun hedefi, yeni kurulan Türkiye Cumhuriyeti devletinin çağdaş yüzünü ve ticari ürünlerini Batılı toplumlara anlatmak ve tanıtmaktır. Bu sekansta Türkiye'ye özgü ürünlerin yabancı ülke halklarına tanıtıldığı ve halkların bu ürünlere yakından ilgi duyduğu anlatılmaktadır. Görüntülerde özellikle kadınların giyim tarzları, yüzlerindeki heyecan ve mutluluk ile Türkiye'ye özgü ürünler arasında kurulan yakın ilişki anlatılmaktadır. Bir nevi aynı toplumsal ortaklığa sahip olunduğunun mesajı verilmektedir.

Sekans 7. Amsterdam'da Konser



Gösteren	Gösterilen	Gösterge
İnsan 1	Eli iki yana açık ayakta duran bir adam	Türk orkestrasının göstergesi
İnsan 2	Ellerinde enstrümanlar olan adamlar	
İnsan 3	Ayakta modern giyinmiş kadınlar, erkekler ve çocuklar	Türk orkestrasını dinlemeye gelen ziyaretçilerin göstergesi
Renk	Siyah beyaz gri bir görüntü	Tarihî bir görüntünün göstergesi
Sekans	Amsterdam'da Türk orkestrasının Vondel Park'ta verdiği konser	Türkiye'nin çağdaş yüzünün göstergesi
Düz Anlam		Yan Anlam
Türk orkestrasının Amsterdam halkına verdiği konser anlatılmaktadır.		Yeni kurulan Türkiye Cumhuriyeti'nin çağdaş kimliğinin Batılı toplumlara gösterilmesi anlatılmaktadır.

Anlam: Bu sekans Batılı toplumların Türk kimliğine karşı olumsuz algılarını kırma girişimlerinden biri olarak okunmaktadır. Yeni Türkiye Cumhuriyeti'nin çağdaş kimliğine dair mesajlar konser ve orkestranın görüntüsünden aktarılmaktadır. Konsere katılımın yüksek olması, Batılı toplumların Türkiye'ye yönelik algısının olumlu yönde olduğunu göstermektedir.

TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Küreselleşme ve iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişmeler insanların yaşam alışkanlıklarını ve tutumlarını değiştirmeye başlamıştır (Seyfi ve Uzunçarşılı, 2016). Bu değişim sadece bireysel yaşam alışkanlıkları ile sınırlı kalmamış, toplumların ve devletlerin de iletişim alışkanlıklarını değiştirmiştir. Buna bağlı olarak da kamuları etkilemek, kamuların dikkatini çekmek ve rızasını üretebilmek için devletler propagandanın ötesinde yenilikçi yaklaşımlar geliştirmek zorunda kalmışlardır. Öyle ki devletler diğer milletler ile iletişime geçmek ve onların bakış açılarını değiştirmek için, sivil toplum kuruluşları, kamu kurumları ve kanaat önderleri ile iş birliği yaparak kamu diplomasisi perspektifinde uluslararası halkla ilişkiler faaliyetleri yürütmeye başlamışlardır. Nitekim soğuk savaş döneminin sona ermesinden sonra oluşan yeni dünya düzeninde, devletlerin yanı sıra sivil toplum kuruluşları, şirketler, uluslararası örgütlenmeler gibi uluslararası aktörler devreye girmiştir. Devletler yeni dünya düzeninde geleneksel diplomasi yöntemlerinin geçersiz kaldığının farkına varmışlardır. Özellikle uluslararası aktörlerin sahip olduğu güç, devletleri kamu diplomasisi faaliyetlerine yönlendirmiştir. Küreselleşme ve dijitalleşme olguları da devreye girince, devletler açısından kaçınılmaz olan, çevreye karşı şeffaf olması ve bilgiyi kamu diplomasisi aracılığıyla paylaşmasıdır (Eren, 2023, s. 256). Riggins, (1998, s. 4), "bir hükümetin kendi ulusal hedeflerini, çıkarlarını ve amaçlarını destekleyecek şekilde doğru bilginin açık ve yapılandırılmış bir şekilde yayılması yoluyla yabancı kamuoyunu şekillendirme girişimi" olarak tanımlar-

ken, kamu diplomasisi sürecinde doğru bilginin paylaşılmasına vurgu yapmıştır. Bu sebeple geleneksel diplomasi anlayışının aksine yeni kamu diplomasisinde bilginin kaynağı şeffaf ve doğrudur (Akçadağ, 2012, ss. 110-111).

Yeni kamu diplomasisi sürecinde bireylerin de dâhil olduğu yeni bir düzen söz konusudur. Yabancı ülke halklarının düşüncelerini ve davranışlarını lehine çevirmek isteyen ülkelerde geleneksel diplomasi anlayışı yerine yeni kamu diplomasi anlayışı benimsenmektedir. Artık devletler kamuoyunu dış politika süreçlerine de katılmaktadırlar. Devletlerden toplumlara yönelik tek yönlü diplomasi anlayışının yerine tercih edilen toplumlardan toplumlara diplomasi anlayışı, iletişimin ve değişimin iki yönlü olmasını sağlamaktadır (Snow, 2009, s. 6). Cumhuriyet döneminde seyyar sergi fikri ile hayata geçen Karadeniz: Seyr-i Türkiye (Karadeniz Vapuru) projesine yönelik analizlerde elde edilen bulgular uygulanma biçimiyle yeni kamu diplomasisinin tarihteki ilk örneklerinden biri olma özelliği taşıdığını göstermektedir. Yeni kurulan bir ülkenin benimsediği çağdaş tutumu, ürünlerini ve politikalarını tek yönlü bir propaganda yöntemiyle iletmek yerine, iletişimin iki yönlü olduğu şeffaf bilgi aktarımıyla gerçekleştirmiştir. Bu yönüyle proje, literatürde tanımlanan yeni kamu diplomasisi anlayışına uymaktadır. Türkiye'nin yakın tarihinde "Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı", "Türkiye İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı (TİKA)", "Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı (YTB)" liderliğinde gerçekleştirilen kamu diplomasi çalışmalarının incelendiği araştırmalar yapılmıştır. Yılmaz ve Kılıçoğlu (2017) tarafından Balkanlar'da TİKA ve YTB'nin yaptığı faaliyetler; Çelik'in (2021) Sırbistan özelinde Türk Kamu Diplomasisi üzerine araştırması; Tepeciklioğlu ve diğerlerinin (2018) Sahra-Altı Afrika faaliyetlerine yönelik araştırması; Kılıçaslan'ın (2020) "Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü" ve "Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı" örneklerini ele alan araştırması; Burcu'nun (2022) "TİKA'nın Kırgızistan'daki Kamu Diplomasisi" etkinlik alanlarına ilişkin araştırması ile Dashi ve Kamil'in (2022) Kamu Diplomasisi Açısından "TİKA" ve "Yunus Emre Enstitüsünün Afganistan'daki faaliyetlerine ilişkin araştırmaları bunlardan bazılarıdır. Bu araştırmalarda elde edilen sonuçlar Szondi'nin (2008) tanımladığı 21. yüzyıl kamu diplomasisi felsefesi ile uyumaktadır. Benzer şekilde araştırmaya konu olan Karadeniz: Seyr-i Türkiye belgesinde elde edilen bulgular da 21. yüzyılda gerçekleştirilen kamu diplomasisi çalışmalarıyla benzerlikler taşıdığını göstermektedir.

Cumhuriyet dönemi öncesi "Matbuat Müdüriyet-i Umumiyesi" ile tanımlanmaya çalışılan Osmanlı kamu diplomasisi faaliyetleri, Cumhuriyet döneminde 21. yüzyıl vizyonuna sahip bir bakış açısı ile Avrupa'da kamu diplomasi faaliyetleri ortaya koymuştur. Bu da Cumhuriyet döneminin insanları ve toplumları anlama, onlar ile iletişim geliştirme, ulusötesinde yapılacak kamu diplomasisi çalışmalarında yabancı ülkelerin kamularını ve medyasını da kullanabilme, ülkenin imaj ve itibarına olumlu katkı yapabilme bakımlarından son derece başarılı olduğunu ortaya koymaktadır. Sonuç olarak; Cumhuriyet döneminde kültürler arası uluslararası iletişim, dünya barışı, kamuların katılımı ile sürdürülebilir iletişim, kamu ve özel ortaklıklar ve iki yönlü iletişim enstrümanları kullanılarak çok yönlü bir kamu diplomasisi çalışması yapıldığı tespit edilmiştir. Bu yönüyle Türkiye tarihindeki dip-

loması çalışmaları içerisinde, Karadeniz Vapuru projesi yeni kamu diplomasisinin ilk örneklerinden biri olma özelliğini taşımaktadır.

Cumhuriyet ve Osmanlı dönemlerinde yapılan kamu diplomasisi çalışmalarının, tarih biliminin araştırma metodolojisinden, Osmanlı ve Cumhuriyet dönemleri arşivlerinden yararlanılarak disiplinler arası bir bakış açısıyla incelenmesi, literatürün daha fazla zenginleşebilmesine katkı sağlayacaktır. Bunun yanı sıra iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin hızla devam etmesi, önümüzdeki yıllarda kamu diplomasisi faaliyetlerinde büyük veri, yapay zekâ gibi araçların etkinliğinin artacağına işaret etmektedir. Buna bağlı olarak da Cumhuriyet'in geleceği için kamu diplomasisi ile ilgili kamu kurumlarının bu yönde aksiyon alması oldukça önemlidir.



KAYNAKÇA

- Akçadağ, E. (2012). Public Diplomacy: A Remedy for NATO's Image Problem. *Bilge Strateji*, 4(6), 105-135.
- Cull, N. J. (2009). *Public Diplomacy: Lessons from the Past*. USC Center on Public Diplomacy at the Annenberg School.
- Deely, J. (1990). *Basics of Semiotics*. Indiana University Press.
- Dora, Z. K. (2021). Atatürk Dönemi Türk Dış Politikasında Millî Birlik ve Millî Ekonomi Eksenli Kamu Diplomasisi. *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 27, 42-60.
- Eldemir, P. (2018). Uluslararası İlişkiler Perspektifinden Kamu Diplomasisi. Retrieved from <https://www.sosyalbilimler.org/uluslararasi-iliskiler-perspektifinden-kamu-diplomasisi/> Erişim T. 28 Ağustos 2023
- Eren, S. (2023). Kamu Diplomasisi Bağlamında Türkiye'nin Türk Devletlerine Yardımları. *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi*, 23(1), 251-266.
- Gilboa, E. (2008). Searching for a Theory of Public Diplomacy. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 55-77.
- Gregory, B. (2011). American Public Diplomacy: Enduring characteristics, elusive transformation. *The Hague Journal of Diplomacy*, 6(3-4), 351-372.
- Heale, R., & Twycross, A. (2018). What is a Case Study?. *Evidence-Based Nursing*, 21(1), 7-8.
- Kavoğlu, S. (2013). Yapılandırmacı Perspektiften Kamu Diplomasisi ve Türkiye: ABD Yazılı Basınından Yansımalar. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 2(45), 115-125.
- Kayra, C. (2015). 1923-1950 Devletçilik, Altın Yıllar – I. Cilt. Tarihçi Kitabevi.
- Koçer, D. N. (2019). Türkiye'de "Kamu Diplomasisi" nin Kurumsallaşması: Matbuat İdaresi'nden İletişim Başkanlığı'na. *Konya Sanat*, (2), 87-102.

- Melissen, J. (2005). *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations*. Palgrave Macmillan.
- Oran, B. (2001). *Türk Dış Politikası - Cilt 1. İletişim Yayınları*.
- Osgood, K. A. (2010). *The United States and Public Diplomacy: New Directions in Cultural and International History (Vol. 5)*. Brill.
- Özkan, G. (2021). Erken Dönem Kamu Diplomasisi ve Halkla İlişkiler Örneği Olarak Seyyar Sergi Karadeniz Vapuru. İçinde Özden Toprak (Ed.), *Atatürk ve İletişim: Medya İletişim ve Toplumsal Değişim* (ss. 199-236). Akademisyen Kitabevi.
- Resmî Gazete (1963). Turizm ve Tanıtma Bakanlığı Kanunu. Retrieved from https://www5.tbmm.gov.tr/tutanaklar/KANUNLAR_KARARLAR/kanuntbmmc046/kanuntbmmc046/kanuntbmmc04600265.pdf Erişim T. 28 Ağustos 2023.
- Resmî Gazete. (2010). Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü (Genelge). Retrieved from <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2010/01/20100130-19.htm> Erişim T. 27 Ağustos 2023.
- Rifat, M. (2009). *Göstergebilimin ABC'si*. Say Yayınları.
- Riggins, J. (1998). *A Strategic Assessment of Public Diplomacy*. National Defence University.
- Rumelili, B., Düzgüt, S. A., & Gülmez, S. B. (2023). Gendering Public Diplomacy: Türkiye and Europe in the 1930s. *Journal of Balkan and Near Eastern Studies*, 25(2), 239-256.
- Sancar, G. A. (2012). *Kamu Diplomasisi ve Uluslararası Halkla İlişkiler*. Beta Basım A.Ş.
- Sancar, M. K. (2018). Göstergebilimsel Film Çözömlerinin Bergsoncu Eleştirisi. *SineFilozofi Dergisi*, 3(6), 23-38.
- Snow, N. (2009). Rethinking Public Diplomacy. N. Snow and P. Taylor (Ed.), *Routledge Handbook of Public Diplomacy içinde (3-11)*. Routledge.
- Szondi, G. (2008). *Public Diplomacy and Nation Branding: Conceptual Similarities and Differences*. Netherlands Institute of International Relations Clingendael.
- Yaylagül, Ö. (2015). *Göstergebilim ve Dilbilim*. Hece Yayınları.

Hakem değerlendirmesi/Peer review:

Dış bağımsız/Externally peer reviewed

Çıkar çatışması/Conflict of interest:

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

Finansal destek/Grant support:

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