

TÜRKİYE'NİN KÜLTÜREL TANITIMI¹

PULAT TACAR*

GİRİŞ

Türkiye'nin kültürel tanıtımı çok güncel bir konu. Güncel olduğu kadar karmaşık ta; bu nedenle konunun çok yönlü ve geniş bir yelpaze halinde incelenmesi gerekiyor.

Hemen belirteyim, özellikle son birkaç yıl içinde kültürel tanıtma konusunda önemli gelişmeler sağladığımız kanısındayım. Ben bu konuşmamda daha neler yapmamız gerektiği konusuna ağırlık vereceğim ve kişisel görüşlerimi açıklayacağım; kişisel görüşlerim, doğal olarak bağlı bulunduğum Bakanlığın görüşünü bağlamaz.

Biraz önce de sunduğum gibi konumuz güncel.

Biliyorsunuz, Türkiye, Avrupa Topluluklarına (AT) tam üyelik başvurusunu 14 Nisan 1987 günü yaptı. Topluluğa tam üyelik demek bütünleşme demek. Avrupa Toplulukları, ekonomik, sosyal, siyasal bütünleşmeyi amaçlayan bir örgüt-devlet. Türkiye de bu örgüt-devletle bütünleşmek için tam üyelik başvurusunu yaptı. Ortaklık statüsünden, tam üye statüsüne geçmek istedi.

Herhalde dikkat ettiniz, kültürel entegrasyondan söz etmedim. Zira Avrupa Toplulukları kültürel bütünleşmeden söz etmiyor. Aksine Avrupa'daki kültürel farklılaşmalar, siyasal, ekonomik, sosyal entegrasyon hareketine adeta bir karşı hareket olarak hızlanıyor. Dil ve kültür farklılığı Avrupa'yı adeta ayrı kültürel bölgeler durumuna dönüştürüyor.² Bu eğilim siyasal danışma organı olan Avrupa Parlamentosu tarafından ve Strasbourg'daki Avrupa Konseyi Danışma Meclisince destekleniyor. Bölgesel ve

* Büyükelçi, Unesco nezdinde Türkiye daimî temsilcisi.

¹ Bu konferansın 45 dakikalık bir özeti, 5 Ocak 1989 tarihinde Türk Dil Kurumu salonunda Büyükelçi Pulat Tacar tarafından sunulmuştur.

² Edgar Morin, *Penser l'Europe*, Gallimard Yayınevi, 1987; Çevirisi: *Avrupayı Düşünmek*, Çevirmen: Şirin Tekeli, Afa Yayınevi, 1989. *Europe Sans Rivage*, Symposium International, Yayınlayan: Albin Michel, Paris, Ocak 1988; Henri Brugmans, *La Cité Européenne*, 1987.

Azınlık Dilleri Projesi hazırlanıyor, “Kültür ve Bölgeler” çalışmaları yapılıyor.

Bunun yayında, örneğin Federal Alman Başbakanı Kohl, Aralık 1988’de yapılan Rodos Avrupa Toplulukları Zirvesi toplantısından sonra, Avrupa’nın kültürel kimliğinin korunması gereğine parmak basıyor. Soyut bir kavram bu. Somut olarak ne demek istiyor, belli değil. Belli olamaz da; zira Avrupa Toplulukları içinde Avrupa’nın kültürel kimliği konusunda görüş birliği yok. İrlanda’dan Sicilya’ya, Portekiz’den Yunanistan’a uzanan yörede çok bölgeli, dilli, lehçeli ve değişik kültürlü toplumların ortak yönlerini bulup, buna Avrupa kültürü demek olası değil. Bu nedenle Avrupa’nın kültürel kimliği çalışmaları yoğun; Fransız Dışişleri Bakanlığı, Paris’te, Avrupa’nın kültürel kimliği konusunda büyük bir toplantı düzenliyor. Bizden de Profesör Dikmen bu toplantıya katılıyor.

Velhasıl kültürel kimlik, kültürel tanıtma hem Türkiye’de hem dışarda tartışılıyor.

Tanınmanın Dışa Yönelik Olması

Tanınma deyiminden yurt dışına, yabancılara, ya da ayrı bir kategori olarak yabancı ülkede bulunan Türk asıllılara veya akraba uluslara yönelik tanıtmayı anlıyorum. Tanınmanın dışa dönük bu veçhesi nedeniyle “dış tanıtım” deyimini de kullananlar var. Ben, 1982 yılında yapılan Millî Kültür şurasında benimsenen görüşün aksine, “iç tanıtma” deyimini kullanıyorum ve yurt içinde vatandaşlara dönük olarak yapılan enformasyon etkinliğini, bilgi verme, eğitim, halk eğitimi, bilgilendirme, öğretim, sözcükleriyle karşılamak istiyorum.

Kültürel Tanıtmanın Yetersizliği İddiası

Türkiye’nin kültürel tanıtımının yetersiz olduğu ileri sürüle gelmiştir.

Herşeyden önce şunu vurgulayacağım; tüm eleştirilere karşın, konuyla ilgilenen görevliler soruna son derecede iyi niyetle yaklaşmışlar ve ülkemizi daha iyi tanıtmak ve yüceltmek istemişlerdir. Doğal olarak uygulama konusunda herkesin kendine göre bazı görüş ve değerlendirmeleri vardır. Sorun bu değerlendirmelerin yöresel olmaktan çıkıp uluslararası standartlara uyup uyumadığı sorunudur; “alıcı” tarafın zaman yönünden, psikolojik açıdan, sunulana sunulduğu biçimde kabule, hazmetmeğe hazır olup olmadığı meselesidir. Bu konularda çözümün ahantarı da bence, Sayın Prof. Bedrettin Tuncel’in kullandığı deyimle “perakendeci yaklaşım”³ yeri-

³ İsmail Soysal, *Tanınma Türkiye’nin Tanıtılması*, “Önsöz”, Bedrettin Tuncel, s. XII.

ne çok uzun vadeli planlama, global bakış ve ayrıntılı uygulama yaklaşımındadır.

Nihayet kültürel tanıtma çok masraflı bir olaydır. Harcamaların büyük bölümü döviz ya da döviz karşılığı T.L. harcamasını gerektirir. Bu nedenle kültürel tanıtma için malî kaynak ayrılmalıdır. Son yıllarda Tanıtma Fonu'ndan kültürel tanıtıma gerekli fonlar tahsis edilmiş ve bu alanda büyük aşamalar yapılmıştır.

Kültürel Tanıtma ve Dış Politika⁴

Kültürel tanıtma, diğer tanıtma alanları gibi, dış politikanın ayrılmaz bir parçasıdır; dış politikadan ayrı düşünülemez; dış politika hedeflerinin gerçekleştirilmesi için kullanılır; dış politikanın önceliklerini izlemesi gerekir.

Bu nedenle başka ülkelerde de, kültürel tanıtma etkinlikleri Dışişleri Bakanlıklarının doğrudan veya dolaylı gözetiminde yürütülür.

Ancak, hemen hiç bir ülkede Dışişleri Bakanlığının kültürel etkinliği doğrudan uygulayacak sayıda personeli bulunmaz; birkaç istisna dışında Dışişleri Bakanlıkları dar kadrolarla çalışırlar. Kültürel etkinliklerin uygulayıcıları başka Bakanlıklar, Kurumlar, Vakıflar, Dernekler ya da bireylerdir.

Dışişleri Bakanlıklarının görevi, siyasal öncelikleri saptamak, planlamaya ve uygulamaya yardım etmek, gözetmek ve sonuçları değerlendirmektir.

Türkiye'de Kültürel Tanıtma Etkinliği Yapan Kuruluşlar Arasında Koordinasyon

Türkiye'de kültürel tanıtma faaliyetinde bulunan kurum ve kuruluşlar şöylece özetlenebilir:

Kültür ve Turizm Bakanlığı,

Dışişleri Bakanlığı,

Millî Eğitim, Gençlik ve Spor Bakanlığı,

Başbakanlık Tanıtma Fonu çalışmalarını yürüten ve Kurul'a Başkanlık eden Devlet Bakanlığı (Finansman yönünden),

Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü

⁴ Turgut Tülümen, Türkiye'nin yabancı ülkelere tanıtılması politikasının oluşturulmasında ve uygulanmasında, Dışişleri Bakanlığı'nın yeri ve rolünün belirlenmesi.

Türkiye Radyo Televizyon Kurumu Genel Müdürlüğü,

Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu,

Yükseköğretim Kurulu,

Üniversiteler,

Vakıflar: TÛTAV, Kültür ve Sanat Vakfı İstanbul, Cevza And Müzik Vakfı Ankara, v.b.,

Bankalar: İş Bankası, Akbank, Vakıflar Bankası, Şeker Bank, Ziraat Bankası,

Hükümet dışı kuruluşlar, Dernekler v.b.

Bu konuda belirtilmesi gereken en önemli husus, biraz önce anılan Kuruluşlar arasında kurumlaşmış, yerleşmiş bir koordinasyon mekanizmasının bulunmadığıdır.

Bu, tabii, hiç bir eşgüdüm yapılmadığı anlamına gelmez. Ancak yapılan eşgüdüm kişilerin arzularına, iyi niyetlerine, kişisel yaklaşımlarına bağlı bulunmaktadır.

Kimi konularda ve hallerde de eşgüdüm yapılmadığını ve bunun Türkiye'nin görüntüsü açısından olumsuz sonuçlar doğurduğunu belirtmeden bu konuyu kapatamayacağım.

Kültürel Tanıtma Sonuçları Ancak Çok Uzun Dönemde Alınabilir

Kültürel Tanıtma Yapılabilmesi İçin Ülkede Altyapının Hazırlanması Gerekir

Kültürel tanıtmanın çok uzun dönemli planlar içinde ele alınması, sabırla, bıkmadan, ısrarla uygulanması gerekir.

Bu amaçla, kültürel tanıtmayı destekleyecek ayrıntılı ulusal planlar ve bunların tümünü içeren bir "ana plan" hazırlanması ve bunun uygulama sonuçlarının sık sık gözden geçirilmesi gereklidir.

Örnek olarak, Türkoloji için gerekli personel konusunu ele alırsak, önümüzdeki 10 ve hatta 50 yıllık dönemde, kaç tane Rusça, Kırgızca, Uygurca, Macarca, Almanca, İngilizce v.b. dil bilen elemana ihtiyaç olacağı hesaplanmalı, eğitim planı yapılmalı ve uygulamaya konulmalıdır. Başlangıçta yapılan planlamada eksik veya fazlalar olabilir; bunlar da uygulamaya göre revizyona tabi tutulacaklardır.

Kültürel tanıtma yapılabilmesi nitelikli eleman yetiştirilmesine, bunların dünya standartlarında bilgi sahibi olmalarına ve uzmanlık alanlarında-

ki tüm gelişmeleri izlemelerine bağlıdır. Tanıtma öncelikle bir alt yapı sorunudur.

1982 Millî Kültür Şurasında Kültürel Tanıtma⁵

Kültürel tanıtma ülkemizde, hele son zamanlarda çok tartışılan, üzerinde çok yazılan önemli konulardan biridir.

Çok sayıda makale ve birkaç kitapta kültürel tanıtma konusuna yapılan atıflar dışında, 1982 yılında toplanan Millî Kültür Şurası da konuya eğilmiş ve “Dış Kültürel İlişkiler ile Türk Kültürünün İç ve Dış Tanıtılması Yayılması Komisyonu” Sayın Metin Toker Başkanlığında toplanarak 23.10.1982 tarihinde bir rapor vermiştir. Anılan Komisyon “Türkiye’nin kültürel tanıtılmasında ve Türk kültürünün özellikle dışarıda yayılmasında bütün diğer tanıtma alanlarının çok gerisinde bulunduğu ittifak etmiştir.”

“... Üyeler, gayretlerin cılız olduğunu, yüzyıllardır içiçe yaşadığımız Avrupalılarda Türk görüntüsünün, sanki ilişkilerin kültüre hiç katkısı olmamış, Türkler hep savaşların ve talanların içinde kalmış gibi olduğunu, son zamanlara kadar övünmelerimizin hep cengaverliğimiz, vuruşkanlığımız kahramanlıklarımız üzerine bina edildiğini, Avrupa’nın ortasına kılıç kalkan oyunları, mehter takımları gönderdiğimiz belirtmişlerdir.”

Komisyon:

“Mevcut görüntü iyi, doğru ve ilmî tarzda tesbit edilmelemdir. Bu tesbit kamuoyu araştırmasında uzmanlaşmış bir milletlerarası müessese yardımıyla yaptırılmalıdır.

“Kültür tarihimiz yaygın dillerde yazdırılmalıdır.

“Türk kültürünün dış tanıtılmasında ve yayılmasında kime hitap edildiği iyi tesbit edilmeli ve ona göre usuller seçilmelidir.

“Dışta mevcut Türk evleri çoğaltılmalıdır.

“Yabancı ülkelere yerleşmiş üst düzeyde iş sahibi seçkin Türkler ve Türkiye’ye gelmiş Türkleri tanımış yabancı dostlardan kültürel tanıtımda yararlanılabilecektir.

⁵ *Millî Kültür*, V. Beş Yıllık Kalkınma Planı, Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Devlet Planlama Teşkilatı Yayını, Ekim 1984; Birinci Millî Kültür Şurası, 23-27 Ekim 1982, Kurum Görüşü ve Kurum Temsilcisi Bildirileri, Kişisel Bildiriler 1982, Ankara, Kültür ve Turizm Bakanlığı Araştırma Planlama Koordinasyon Kurulu Başkanlığı Yayını, ayrıca Komisyon Raporları, ayrıca Genel Kurul Görüşmeleri.

“Kültürel tanıtma konusunda örgütlenme, para, personel konularında büyük eksikliklerimiz bulunmaktadır.

“Kurumlararası koordinasyon eksikliği vardır.

“Yabancı önyargılı okul kitaplarındaki yanlış bilgilerin temizlenmesi lâzımdır.

“Türk kültürünün esasının tesbiti ve bütün çalışmaların beynini teşkil edecek bir merciin belirlenmesi elzemdir.” demektedir.

Bu raporda kayıtlı konulara sırası geldikçe değineceğim. Şimdi sırası geldiği için, hemen belirtmek istediğim görüş şudur: Ülkede kültürel tanıtma etkinliği ve uluslararası işbirliği alanlarında birden fazla makama yetki veren bir mevzuat kargaşası vardır. Bu nedenle, Türkiye’de kültürel tanıtma konusunda şu aşamada tek bir makamın yetkili kılınması çözüm sağlamayacaktır kanısındayım. Biliyorsunuz Kültür Müsteşarlığı denenmiş çeşitli nedenlerle başarısız olmuş, kaldırılmıştır. Bu konuda çözüm olarak önerim şudur: Başbakan tarafından görevlendirilecek bir kuruluştaki aylık koordinasyon ve bilgi verme toplantıları yapılmalı ve bu yöntem kurumlaştırılmalıdır. Her Bakanlık veya diğer kurumlar program ve uygulamaları hakkında bu toplantılara bilgi sunmalı “duplication”lar önlenmeli; eldeki kaynakların daha verimli harcanması sağlanmalıdır.

Neyi Kime Nasıl Tanıtacağız?

Kültürel tanıtma politikası saptanırken, Neyi? Kime? Nasıl? tanıtacağız soruları sorulmalı ve bunların yanıtları incelenmelidir. Neyi tanıtacağız sorusu tanıtma konusundaki temel sorulardan biridir. Bu soruya verilecek yanıtlar konusunda ülkemizde olduğu gibi başka ülkelerde de görüş birliği yoktur. Zira, “Kültürel Kimlik” ya da “Kültürel Değerler” kavramları konularında uzlaşma yoktur.

Kültürel Kimlik

“Neyi tanıtacağız” sorusuna yanıt arayanların bir bölümü, kendi eğilimlerinin tam olarak ya da kısmen gözönüne alınmadığı ya da alınmayacağı düşüncesinden çıkarak, “herşeyden önce biz kimiz, neyiz” sorularının yanıtını bulmak isterler ve “önce kendimizi tanıyalım, ne olduğumuzu saptayalım ve sonra o saptanmış kimliği tanıtalım” derler. Bu da bizi ulusal kimlik, ulusal değerler düğümüne götürür.

Ben bu konuda, düşünürler, yazarlar, aydınlar ya da aydın olmayanlar arasında ittifak bulunması gereğine inanmıyor, tartışmaların bir sonuca

varabileceğini de sanmıyorum. Bu nedenle gerçekleri oldukları gibi varsayıp, tartışma yerine, zaman değirmeninin besleyici ürünle doldurulmasını yeğliyorum.

Hepimiz biliyoruz, Türklerin kültürel kimlikleri konusunda çeşitli tarihin görüşleri var:⁶

Orta Asya Tarih Kültür görüşü, Türk İslâm Sentezci Tarih Kültür Görüşü, Halkçılık Anlayışının getirdiği Yeni Ulusçuluk görüşü, Batılı Tarih görüşü, Anadolu Tarih görüşü, Kültür Sentezci Tarih görüşü v.b.

Bir düşünür olarak bu konuda benim görüşümü soranları özetle şöyle yanıtlıyorum:

Bugünkü Türk kültürünün çok veçheli bir kültür bütünlüğü olduğunu düşünüyorum. Kültürel kimlik konusundaki manzaramızın siyah, beyaz değil, grinin çeşitli tonlarından oluştuğunu sanıyorum. Bu gri tonlar sadece bizim için değil, özellikle köprü oluşturan bölgelerde yaşayan tüm toplumlarda da alacalı renklerden oluşur. Biz tam bir kültür köprüsünü oluşturuyoruz. Orta Asya'dan çıkan kültürümüzün, bugünkü Anayurdumuz olan Anadolu'da yerleşik binlerce yıllık kültür birikimiyle temas edip, onlarla karışmamış, daha sonra, etraftaki komşu kültürlerle (Arap kültürü, İran kültürü, Bizans kültürü, Macar, Ege, Sırp, Yunan kültürleriyle, Balkan kültürleriyle, Kafkas kültürleriyle) sürekli temas ederek renk alıp vermemiş bulunması düşünülemez. İslâm Dininin de kültürümüze büyük etkisi vardır. İşte, bütün bu alış verişler, bugünkü Türkiye'mizin kültür resmini oluşturur. Tek kelime ile tanımlamam ve bir coğrafi terime bağlamam isteniyorsa, ben, kültürümüze "Doğu Akdeniz" kültürüdür diyorum.⁷ Tanınmış Fransız düşünürü Edgar Morin, Avrupa kültürünü inceleyen "Penser l'Europe" adlı kitabında² Avrupa kültürü için "Unitas multiplex" diyordu. Ben aynı "Unitas Multiplex" yani "çok veçheli bütünlük" terimini kendi kültürüm için kullanmakta bir sakınca görmüyorum. Bu bence büyük bir zenginliktir. Zenginlik olduğu kadar işimizin nedenli çetrefil ve güç olduğunu hatırlatır bize.

Profesör Mümtaz Soysal, Avrupa'da katıldığı Avrupa birliği, bütünlüğü, ile ilgili konferanstan sonra yazdığı iki yazının sonunda, kültürümü-

⁶ İskender Ohri, *Anadolu'nun Öyküsü*, Bilgi Yayınevi, 1978; Bozkurt Güvenç, *Kültür Konusu ve Sorunlarımız*, Remzi Yayınevi, 1985; Hilmi Yavuz, *Kültür Üzerine*, Bağlam Yayınları, 1987; Sami Selçuk, "Batılılık-Doğululuk I ve II", *Cumhuriyet*, 9.6.1988 ve 15.6.1988.

⁷ Artun Ünsal, *Notre Histoire ve Histoire* dergilerine atfen (Türklerin Kültürü Güney Avrupalı).

zün kendince bir başka yönünden hareketle aynı sonuca varıyor. Özetle şöyle diyor Profesör Mümtaz Soysal 11 Mayıs 1988 tarihli Milliyette:

Marjinallik, yani kıtaların, uygarlıkların, kültürlerin kıyısında, kıyırığında yer almak belki de Türklüğün alinyazısı ...

... Yalnız Asyalılığın, Avrupalılığın değil. Ortadoğu'nun, İslâm'ın, Akdeniz'in de kıyısında, kıyırığında şaşırıp kalmış, nereye gideceğini tam olarak kestiremeyen, sürekli bunun rahatsızlığıyla yaşayan bir toplum.

Bu durumun içimizde ne kadar çok kompleks biriktirdiğinin farkında mıyız acaba?

Yalnız komplekslerden kurtulmak için, "Biz buyuz işte" deyip rahatlamak yetmiyor. Evet, biz buyuz ama, bunun kendine özgü gerçek bir "kişilik"e dönüşebilmesi için çok yanlı uzantıların da gözden uzak tutulmaması gerek. Türkiye'deki kültür oluşumunun Doğumuzdaki ve Batımızdaki dünyaların her ikisini de kapsayan müthiş bir enginlikte olması şart. Türk olmak bunun için zor.

Yoksa, dünyalardan birine yamanmak, hem de bütün yüzeyselliğiyle yamanmak, kıyırıklığın en kötüsü olabilir. Bunun Türkiye'yi süreklediği yalnızlıkların ve dışlanmaların karşısına herkesin gıptayla bakacağı çok yönlü bir yüceliği mutlaka koymak zorundayız.

Doğu'yu ya da Batı'yı seçmenin yerine asıl seçmemiz gereken budur."

Neyi Tanıtacağız?

Bu kadar geniş bir yelpaze içinde neyi tanıtacağız sorusuna cevap vermek elbette kolay değil. Ancak konuşmamın başında da değindiğim gibi kültürel tanıtımdan amaç, dış politika hedeflerine yardım etmek olduğuna göre, şöyle bir özet yapılabileceğini düşünüyorum:

"Türkiye'nin kültürel açıdan tanıtacağı husus, bir insanlık tarihi olan mirasıyla, kendine özgü nitelik ve gelenekleri ile, Doğu ile Batı arasında kültür köprüsü ve potası işlevi ile, akılcı, çağdaş, yaratıcı, katılımcı, dinamik, çoğulcu-demokratik Türkiye, Türk Kültürü ve Türk Ulusudur.

Türkiye'nin Türk Dili ve Türk Kültürü konusundaki uluslararası etkinliklerde dünyada odak noktası haline getirilmesi ise, vazgeçilmez öncelik taşıyan bir hususdur."

Özel önemi nedeniyle bu sonuncu husus üzerinde ayrıca durmak istiyorum.

Türkiye'nin Türk dili ve kültürü çalışmalarında dünyada odak noktası haline gelmesi sorunu, aslında bir tanıtma sorunudur. Ancak bu tanıtma sorunu, yurt içi alt yapı sorunlarını da beraberinde getirir. Bu alt yapı sorunlarını Türkiye'de Türk bilimleri ile ilgili eğitimsel ve kültürel çalışmalara ağırlık ve öncelik verilmesi, yeterli sayıda ve nitelikte personel ve araştırmacı yetiştirilmesi, bunların araştırmalarını geliştirmelerine ve yurt dışında da geçerli ve aranılır kılınmaları için nitelik kazanmalarına yardımcı olunması, çalışma ve araştırmalara yeterli malî kaynakların öncelikle tahsis edilmesi şeklinde özetlenebilir.

Kültürel Tanıtma Alanları

Konuşmamın bu bölümünde çeşitli kültürel tanıtma konu ve alanları üzerinde durmak istiyorum.

Cumhuriyetin ilanından hemen sonra, 1924 yılında kurulması kararlaştırılan ilk kurumlardan biri Türkiyat Enstitüsüydü. Amaç, Türkiye'de Türkoloji çalışmalarını ilerletmek, Cumhuriyeti Türk incelemelerinin odak noktası haline getirmektir. O güne kadar ve kısmen daha sonra da Türkoloji konusundaki çalışmalar çoklukla Türkiye dışında, özellikle Almanya, Fransa, İngiltere gibi ülkelerde kurulmuş bulunan merkezlerde yapıyordu.

1924'te çalışmaya başlayan İstanbul Üniversitesine bağlı Türkiyat Enstitüsünde önemli ve başarılı çalışmalar yapılmış, ancak daha sonra 1950'li yıllardan başlayarak bir düşüş kaydedilmiştir.⁸

Halen İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesine bağlı bir Merkez'dir Türkiyat Enstitüsü; YÖK Yasası gereğince Merkezin statü değiştirilerek özerk bir Enstitü haline gelmesi çok yararlı olacaktır. Bu takdirde Enstitüye lisansüstü eğitim ve doktora yaptırma olanağı da sağlanacaktır.

Yeterli malî imkanların bulunmaması nedeniyle Merkez güç durumdadır. Kitaplığındaki değerli eserler muhafaza edilememektedir.⁸

Merkezin biran evvel güçlendirilmesi, çok sayıda personel ile takviyesi, araştırma ve yayın faaliyetlerine hız verilmesi, elemanlarının diğer yerler meydanında Sovyetler Birliği'ne, Almanya'ya, İngiltere'ye, Çin'e, ABD'ye, Türk incelemeleri konusunda ilerlemiş enstitülere gönderilerek önce lisan bakımından, sonra inceleme konuları yönünden yetiştirilmeleri şarttır.

⁸ Necat Birinci, "Türkiyat Enstitüsü", *Türk Dili*, sayı 403, Temmuz 1985; *Turkic Studies in the World and Turkey*, 1986, Symposium, Marmara Üniversitesi, Fatih Yayınevi Matbaası, İstanbul 1987.

Türkoloji, Üniversite içinde diğer dillerden biri gibi muamele görür, çok özel ilgi gösterilmezse parlayamaz ve rutin içinde kaybolur gider.

Oysa, Türk incelemelerinde araştırma ve faaliyet ışığının Türkiye’de parlaması gereklidir. Türkçe ve yabancı dilde yayınların Türkiye’de yayımına öncelik verilmelidir. Halen bu konularda önemli yayınlar Türkiye dışında yapılıyor. Örneğin çok önemli bir kaynak olan Türkoloji bibliyografyası 1986’da Macaristan’da Almanca olarak yayımlanmıştır.

Türkiye, akraba dillerdeki gelişmeleri de yakından incelemek, o lehçelerde uzman kişiler yetiştirmek, o lehçelerin konuşulduğu ülkelere öğrenci göndererek o lehçeleri ya da dilleri öğrenmelerini sağlamak ve bu arada bu gibi fırsatları değerlendirerek Türkiye’deki gelişmeleri anlatmak olanağından yararlanmalıdır. Yoksa, bu konuda karşı yönde çaba harcayanlar kültür üstünlüğünü ele geçirirler; bu sorunları çok uzun vadeli bir perspektif, örneğin 200 yıllık bir zaman süresi içinde incelemeliyiz.

Konu, Türkiye’nin kültürel tanıtma faaliyeti alanında birinci derece önceliği haizdir ve gün kaybedilmeden harekete geçilmesi gereklidir. Devlete bu alanda düşen görev, uzun vadeli planını yapıp, önceliğini tespit ve ilân ederek hareketi başlatmaktır.

Türkotek

Öte yandan, Türkiye’de mevcut, Türkiyatla ilgili tüm kitapların listesini çıkarıp bilgisayara işlemek, bir Türkotek kurmak gerekmektedir.

Türk Kültürü İle İlgili Yabancı Dilde Yayın Yapılması

Kültürel tanıtma alanında en büyük eksikliğini duyduğumuz husus yabancı dilde Türk kültürü ile ilgili yayındır. Bu tip yayınların tirajı yüksek değildir; satış elastikiyeti sınırlıdır, dolayısıyla birim maliyeti yüksektir. Bu yayınlardan akademik araştırma kitabı niteliğinde olanların Batıda yayımlanması için iki yol mevcuttur.

a) Üniversitelere bağlı olarak vakıf gibi çalışan üniversite yayınevleri kurmak;

b) Ticarî yayınevleri eliyle yayın yapmak. Bu ikinciler, basım maliyetinin tümüne yakın malî desteği müelliften ya da ilgili kurumdan isterler. (Örnek: E.G. Brill (Leyden); Otto Harrassowitz (Wiesbaden), Peeters (Louvain).

ABD ve Avrupa’da basım maliyeti yüksek, Türk incelemeleri konusundaki kitapların satış kabiliyetleri sınırlıdır. Bu nedenle araştırmacılar

ürünlerini yayımlamakta güçlük çekmektedirler. Türkiye'de ise Avrupa'ya oranla basım maliyeti daha düşüktür. Bu avantajdan yararlanmalıyız.

Türk bilimleri konusunda ülkemizde yabancı dilde yazılmış yüksek düzeyli araştırmaların yayımlanması ülkenin kültürel tanıtılması bakımından çok olumlu sonuçlar verecek ve Türk bilimlerinde uzmanlaşmış yerli ve yabancı araştırmacılar için özendirme unsuru olacaktır. Bu yayınlar Doğu Avrupa, Balkan ve İslâm bilimleri alanlarına da genişletilip, proje uluslararası bir bilimsel yayın merkezi haline dönüştürülebilir. Aynı şekilde değişik Devlet kurumlarınca yurt dışına yönelik yapılan yayınlar, aynı çatı altında toplanarak bir akademik yayınevinin sağlayacağı inanırlıktan yararlanılabilir.

Türkiye'de bu şekilde görev yapabilecek özel teşebbüse ait kurumlar vardır. Ancak fazla kâr getirmeyecek böyle bir projenin gerçekleştirilebilmesi için finansmanına kamu kaynaklarından yardım edilmesi elzemdir.

Halen Türk ve Türklük incelemeleri konusunda yurt dışında çok çeşitli ve ciddi yayınlar yapılmaktadır. Bunun son örneği Macaristan'da Almanca olarak yayımlanan "Bibliographisches Handbuch der Turkologie" başlıklı bibliyografyalar bibliyografyasının 1'nci cildir. Bizim için hayati önemi haiz bu çalışma tamamen dışımızda hazırlanıp basılmıştır. Günün birinde bu çalışmaların Türkiye'de yoğunlaşmasını sağlamak için çok çalışmamız ve bu konuya birinci önceliği vermemiz gerekmektedir. Zira kendi dilimizi ve kültürümüzü en iyi bilen biz olmalıyız.

Türk Dilinin Yabancılarla ve Yurt Dışında Yaşayan Türklere Öğretimi

Dil millî kültürün temel unsurudur. Her ülke, kendi dilinin yabancılarla öğretimine kültürel tanıtma programlarında birinci önceliği verir.

Türkçe'nin Türk kültürü konusunda bilgi sahibi olmak veya araştırma yapmak isteyen yabancılarla öğretimi kültürel tanıtma politikamızın temel direklerinden birini oluşturmalıdır.

Son yıllarda yurt dışında Türkçe öğrenmek isteyenlerin sayısının hızla artmakta olduğu gözlenmektedir.

Türk bilimleri konusunda araştırma yapmak isteyenler Türkçe öğrenmek zorundadırlar. Ayrıca Türkiye'nin Avrupa Topluluklarına tam üyelik başvurusunda bulunmuş olması yabancıların Türkçe öğrenme isteklerini daha da arttırmıştır.

Aynı talep soydaşlarımızın yaşadığı yerlerde de vardır.

Tek bağımsız Türk Devleti olan ülkemiz, Türkçe'nin odak noktasını oluşturmalıdır. Türk dilini geliştirme faaliyetlerinin merkezinin de Türkiye olması gerekmektedir.

Yurt dışındaki Türkoloji Enstitülerince yapılan çeşitli etkinliklere, bu alana para harcamaktan çekinmeyen ve bunu bilinçli bir politika olarak uygulayan taraflarca yavaş yavaş hakim olunmak istendiği ve bu Enstitüler çalışmalarının ağırlığının "turcic" denilen bazı akraba dillere çekildiği bir gerçektir. Uygulanan yöntem son derecede basittir. Önce Türkoloji kürsülerinin başına veya yönetim kuruluna akraba dillerin uzmanları getirilmekte, daha sonra bilimsellik şemsiyesi altında derslere verilen önceliklerde tüm "diyalektlere" eşit diller muamelesi yapılmakta ve Türk dili icabında ikinci plana itilebilmektedir. Amaç, Türklük dilleri arasındaki farklar vurgulanarak, kökenle bağlantının gevşetilmesi ve belki de koparılmasıdır. Yazı farklılığı nedeniyle de Türkiye Türkçesiyle akraba diller iletişimi azalmakta, yollar gittikçe ayrılmaktadır.

Türkiye, yurt dışındaki Türkoloji Enstitülerine gerekli ilgiyi malî imkansızlıklar ve yeterli sayıda nitelikli personel bulunmaması nedenleriyle gösterememektedir.

Bu bakımdan, herşeyden önce, yurt dışında etkinlik gösteren Türkoloji Enstitüleriyle, nerede olurlarsa olsunlar, ilişkiler arttırılmalıdır. Oralarda düzenlenen tüm kongre ve konferanslara iştirak edilmeli, oradaki kütüphanelerde inceleme yapacak bilim adamlarımız bu enstitülere gönderilmeli, ayrıca buralarda çeşitli kültürel etkinlikler düzenlenmelidir.

Dışişleri Bakanlığı yurt dışındaki Türkoloji Enstitülerinin ve ilgili Türkologların listesini çıkarmış ve dağıtımını yapmıştır. Şimdi buralarda okuyan öğrenci sayısı ve okutulan derslerin bir envanteri yapılacak ve bu veriler daha sağlıklı planlama yapılması olanağını sağlayacaktır.

Bu Türkoloji kurumlarında mevcut kitaplıklardaki Türklük incelemeleriyle ilgili eserlerin listesi sağlanmalı ve kaynakça olarak Türkiye'de yayımlanmalıdır.

Halen Türkiye'de yabancılara Türkçe öğretimi için TÖMER tarafından bir metod geliştirilmiştir. Bu metodun uluslararası kabul görüp görmediği incelenmelidir. Avrupa Konseyi'nin bu konuda başlattığı çalışmalara Türkiye son yıllarda pek katılmamıştır. Diğer Avrupa ülkeleriyle ve dilleriyle ilgili çalışmalar bitmiş olup, Türkçe konusundaki çalışmalar hareketlenmeğe başlamıştır. Bu alanda çağdaş duysal-görsel tekniklerden ya-

rarlanan ve diğer dillerin öğrenilmesinde uygulanan yöntemlere yakın bir metod oluşturulabilirse bunun Avrupa Konseyi dahilinde tanınmasına imkan sağlanacaktır.

*Yabancılara Türkçe Öğretimi Metodu*⁹

Bu konuda Türkiye'de TÖMER tarafından geliştirilmiş bir metodla özellikle üniversitelerimizde okumaya gelen yabancılara Türkçe öğretilmesine çalışılmaktadır. TÖMER halen Almanya'da da uygulamaya başlamıştır. Türkiye'nin Avrupa Topluluklarına tam üyelik başvurusu nedeniyle Türkçe öğrenmek isteyenlerin sayısı artmıştır; ileride daha da artacaktır. Bu önemli kültürel tanıtma olanağından yararlanılmalıdır. Ancak, Türkçe öğretmek için yurt dışına gönderilecek okutmanlarımızın gittikleri ülkelerin dillerini bilmeleri şarttır. Hiç bir yabancı dil bilmeyen Türk okutman, örneğin İspanya'da İspanyollara Türkçe öğretmekte başarı kazanamaz. Ya da Fransa'da Fransızlara Türkçe öğretecek elemanımız yabancı dil olarak İngilizce biliyorsa pek çok nedenle başarı kazanamayacaktır.

Yurt Dışı Yabancı Okullardaki Türk Çocuklarına Türkçe Öğretimi

Yurt dışındaki yabancı okullarda okuyan Türk çocuklarına Türkçe ve Türk kültürü dersi veren öğretmenlerin uyguladıkları öğretim metodlarının ve kitapların özellikle Almanya'daki ve Hollanda'daki öğretim metodlarından çok farklı olduğu, konuyu görüştüğüm yabancı uzmanlar tarafından ısrarla söylenmektedir, bu durum nedeniyle çocuklarımız yabancı okuldaki sistemle, yardımcı ders veren Türkçe öğretmeni arasında kalmaktalar ve bu durum çocukta psikolojik bozukluklara neden olmaktadır.

Türkçe öğretim metodlarımızın çocuklarımızın buldukları ülkelerdeki metodlar gözönüne alınarak özel olarak hazırlanması gereklidir.

Yurt Dışındaki Türk Öğretim Kurumlarına Gönderilen Kitaplar v.b.

Kuruluşlarımız tarafından yurt dışındaki Türkoloji kurumlarına gönderilen kitapların seçiminde büyük itina gösterilmesi ve bu işin bürokrasinin alt kademesine bırakılmayarak gönderilecek kitapların tanıtıma yeterli olup olmadıklarının gözden geçirilmesi gereklidir. Bugünkü uygulamalar bazı hallerde gerekli titizliğin gösterilmediğini kanıtlamaktadır.

⁹ Sinan Bayraktaroğlu, "Yabancılara Dil Projesi", *Milliyet*, 25.10.1988, "Türkçe Öğretimi 50 Yıl Geride", *Milliyet*, 27.10.1988; *Kültür Tanıtması-The Cambridge Centre for Languages*, Konferans, Haziran 1987.

Oysa tanıtma faaliyetleri son derecede hassas bir denge üzerinde cereyan ederler ve ufak bir hata bazen tüm çabaların heba olmasına neden olabilir.

Yabancı Üniversitelerde Vakıf Kürsüleri, Ziyaretçi Öğretim Üyeleri

Yabancı üniversitelerde belirli bir konuda bir kürsü kurulması maddi nedenlerle mümkün olamayınca, öğrenim kurumunda ülkeleri konusunda öğrenim yapılmasında çıkarı olan Devletler veya bazı Dernekler yabancı Üniversitelerde Vakıf Kürsüleri kurulması için gerekli malî yardımı sağlarlar. Örneğin ABD'de Ermeniler tezlerini tanıtmak, buna bilimsel bir dayanak ve çerçeve sağlamak amacıyla çeşitli üniversitelerde böyle kürsüler kurulmasını sağlamışlardır.

Vakıf Kürsüsü kurulmasında karşılaşılan önemli sorunlardan biri, üniversite yönetiminin özerkliğini kaybetmek veya böyle bir imaj vermek istememesidir. Parasal yardım yapan taraf ise, görüşü doğrultusunda eğitim ve araştırma yaptırmak arzusundadır.

Vakıf Kürsü kurulması oldukça pahalıdır ve birkaç milyon dolarlık bir harcamayı ve iki tarafın güvenine sahip öğretim üyelerinin varlığını gerektirir.

Türkiye gibi müzmin uluslararası sorunları bulunan, sosyal ekonomik ve siyasal açılardan hareket halinde olan ülkelerin, tezlerini savunmak amacıyla bu gibi kürsüleri kurdurabilmek için gerekli harcamaları yapmaları elzemdir.

Halen Türkiye'nin Vakıf Kürsüsü yoktur. ABD'de bir kürsü kurulması için çalışmalar yapılmaktadır.

Bunun dışında Üniversitelere ziyaretçi öğretim üyesi göndermek te bir tanıtma yöntemi olarak uygulanmaktadır.

Türkiye'nin İngiltere'de Oxford ve Cambirdg'de birer öğretim üyesi vardır.

Oxford ve Cambridge'deki bu konuk Profesör uygulamaları toplam masraf açısından daha az harcama gerektirmektedirler.

Olumlu sonuçları yıllar sonra alınabilecek bu gibi uygulamalara devam edilmesinde büyük yarar vardır.

Sözlük Yazını Çalışmaları

Türk kültürünün tanıtımı için elzem olan vasıtalarından biri de Türkçe'den yabancı dile, yabancı dilden Türkçe'ye sözlük yazımıdır. Ha-

len Fransızca, İngilizce ve Almanca ile bir kaç yabancı dil dışında sözlük yapılmamıştır.

Örneğin en önemli dillerden biri olan İspanyolca'dan Türkçe'ye ve Türkçe-İspanyolca iyi bir sözlük yoktur.

Bu eksikliğin devlet eliyle biran önce ele alınıp giderilmesi gereklidir.

Aynı şekilde Uygurca, Kazakça, Azerice, Kırgızca gibi akraba veya Türk kökenli dillerden Türkçe'ye ve karşılığında Türkçe'den bu lehçelere sözlük yazdırılması elzemdir.

Türk Evleri-Türk Kültür Merkezleri

ABD, Fransa, İngiltere, İtalya, Almanya, SSCB gibi ülkeler kültürlerini tanıtmak, dillerini öğretmek amacıyla çeşitli adlar altında kültür merkezleri kurmaktadırlar. (Goethe Institut, British Council v.b.) Bu kültür merkezleri iyi bir finansmana kavuşturuldukları, yetenekli personele sahip oldukları takdirde, siyasal ortamın müsait olduğu yer ve dönemlerde ulusal kültürlerini tanıtmaya ve yayma konusunda son dercede önemli görevler yapmaktadırlar. Bazı ülkeler hemen hemen tüm kültürel tanıtma programlarını bu kültür kurumları aracılığıyla gerçekleştirmektedirler.

Türkiye de Türk Evleri programıyla bu yola yönelmek istemiştir.

Halen Almanya'da, Frankfurt, Köln ve Hannover'de özellikle Almanya'da yaşayan Türk vatandaşlarına yönelik etkinlik yapmaya çalışan üç kültür evimiz bulunmaktadır. Ancak bu merkezler bütçeleri çok sınırlı kaldıkları ve yeterli personelle techiz edilmedikleri için yeterince başarılı olamamışlardır. Bu merkezlerin dışında Ürdün ve Bağdat'ta birer kültür merkezi nüvesi bulunmaktadır. Bu merkezlerin yasal durumları, programları, yıllık bütçeleri gözden geçirilmeli ve yeniden düzenlenmelidir.

Bu merkezler dışında Suriye ve İran'da Türk kültür merkezleri açılabilceği düşünülmektedir.

Türk kültür merkezlerinin Federal Almanya'nın Goethe Enstitüsü gibi, bir Vakıf altında toplanmaları, başlarına dış ilişkiler konusunda da tecrübeli elaman getirilmesi suretiyle yarı özerk bir kurum olarak çalışmalarında yarar vardır.

Türk evleri buldukları ülkeler vatandaşlarına Türk kültürünü tanıtmak için çeşitli etkinlikler yürütmelidirler.

Türkiye'nin Avrupa topluluklarına başvurduğu bir dönemde kültürel tanıtma çalışmalarının büyük önemi bulunduğu şüphe götürmez. Anılan Türk Kültür Evleri bu amaca yönelik çalışma yapmalıdırlar.

Kitap Fuarları-Kitap Sergileri

Kitap fuarı ya da kitap sergilerine katılma, etkin bir kültürel tanıtma yöntemidir. Güdülen amaç, bir ülkenin kültürünü anlatan yayınların tanıtımı ve bu kitapların dağıtımı için bağlantıların sağlanmasıdır. Gerçek anlamdaki uluslararası kitap fuarlarında (Frankfurt gibi) kitap satışı yapılmamaktadır.

Türkiye, kültürel tanıtma amacıyla, bazı uluslararası kitap fuarlarına iştirak etmektedir. Bu katılma esas itibarıyla kamu sektörünce (Kültür ve Turizm Bakanlığı) gerçekleştirilmekle birlikte özel sektör de Tahran ve Frankfurt kitap fuarlarına iştirak etmiştir.

Kamu sektörü fuarlara genelde kendisi tarafından yayımlanan kitaplarla katılır. Bu kitapların büyük bölümü ise yurt içinde satış amacıyla ucuz kağıda basılmış Türkçe eserler olduklarından, uluslararası kitap piyasasında rekabete girebilecek nitelikte bulunmamaktadırlar.

Uluslararası kitap fuarlarına mümkün olduğu kadar çok yabancı dilde ve gidilen ülkede yaşayanların ilgisini çekecek kitaplar götürmek gereklidir.

Bu fuarlara katılmalar uluslararası fuar deneyimi bulunan kişiler tarafından düzenlenmeli, piyasadan baskısı iyi ve ilgi çekici kitaplar toplanmalı ve katılmanın mümkün olabilecek en üst nitelikte olması sağlanmalıdır. Bu sağlanmazsa katılmamak daha yararlı olur.

Fuarlara sergi komiseri olarak gönderilecek kişilerin, gidilen ülkenin dilini bilmeleri şarttır. Bu özel bir nedenle olamıyorsa en az bir, tercihen iki yabancı dili bilmeleri sağlanmalıdır.

Edebiyat (Yazın)

Edebiyat bir ulusun kültürünün temel öğelerinden biridir. Bu bakımdan kültürel tanıtımda önemli bir rol oynar.

Türk yazınının Türkiye'nin kültürel tanıtılmasında başarılı olarak kullanılması için:

a) Dünyaca tanınmış, uluslararası alanda üne sahip veya ödül kazanmış yazarlarımız olmalıdır.

b) Yazarlarımızın eserleri yabancı dillere çevrilip yayımlanmalıdır.

i) Bu alanda en geçerli ve doğru çözüm, eserlerin kamunun katkısı olmadan, arz ve talep kurallarına uyularak yabancı dillere çevrilip bastırılması ve satılmasıdır. Özellikle Almanca, İngilizce ve Fransızca ve bazı Slav dillerinde bu şekilde çevrilip, basılmış Türk edebiyatı örnekleri vardır; ancak bunların sayısı diğer ülkeler edebiyatını tanıtan kitaplara oranla çok azdır.

ii) Talep fazla olmadığı takdirde, edebiyatımızdan örneklerin tanıtılması için uygulanması gereken yöntem, önemli yapıtların Devlet ya da kimi Vakıflar ya da Kurumlar eliyle yabancı dillere çevirilerinin yaptırılması, yurt içinde ya da dışında bastırılması ya da satın alma garantisi verilerek, yurt dışındaki yayımcılarla yayın anlaşmalarına girilmek yoluyla yayımlanmalarının sağlanmasıdır.

ii) Bu alanda UNESCO belirli bir program içinde kitap yayınına yardımcı olmaktadır. UNESCO'da 15.000 \$ döner sermaye yardımı yapılarak yazınımızdan kimi örnekleri yayımlatmak mümkündür. Bu şekilde yayımlanmış Türk edebiyatı örnekleri vardır.

c) Yurt dışında çeşitli dillerde yayımlanmış Türk edebiyatıyla ilgili yapıtların güncel bir listesi tutulmalıdır. Bu eserlerin yurt dışından getirtilerek Türkiye içinde de turistlere satılmaları mümkündür.

Türk yazınının yabancı dildeki örnekleri Devlet tarafından yabancı kütüphanelere dağıtılmalıdır.

d) Türk yazarları örgütlenmeli ve Türk Pen'i yeniden faaliyete geçmelidir.

e) Türk yazarları uluslararası konferans ve kongrelere iştirâk etmelidirler. Bu katılmalar, konut fonu, yol masrafı ve diğer masraflarının yüksekliği ve orta veya düşük gelirli kişilerin bunu kendi bütçelerinden finanse edememeleri nedeniyle çok zorlaşmıştır. Devlet yazarlara, yazar örgütleri, meslek kuruluşları vasıtasıyla dolaylı biçimde yardım etmelidir.

f) Türkiye'de yabancı yazarların katılacakları kongre, konferans ve sempozyumlar düzenlemeli ve bunların düzenleme masraflarına katkıda bulunulmalıdır.

g) Akraba dillerde yazılan kitaplar Türkçe'ye çevrilmeli, Türkçe kitaplar bu dillerde (Uygur, Kırgız, Kazak, Azeri v.b.) yayımlanmalıdır. Bu diller için aynı kitapta iki lehçede yayın yapılması yoluna gidilmesi denen-

melidir. Bu karşılaştırmayı sağlama yönünden son derecede etkili olacaktır.

h) Türk yazınının örnekleri yabancı ülkelerdeki Türkoloji Enstitülerine hediye edilmelidir.

i) Türk yazını örnekleri Türklerin azınlık olarak yaşadıkları ülkeler kitaplıklarına gönderilmeli veya oradaki temsilciliklerimiz vasıtasıyla isteyenlere teker teker dağıtılma yoluna gidilmelidir.

Araştırma ve Kazılar

Anadolu kültürleri, Osmanlı kültürleri, Türkiye, Türk Bilimleri ve Türklük konularında yapılan ve yapılacak araştırmalar ve kazılar, ülkemizin kültürel, ekonomik, turistik ve siyasal tanıtımında önemli rol oynar.

Bu araştırmalar teşvik edilmeli, kolaylaştırılmalı, sonuçları izlenmeli, gerekirse tarafımızdan yayımlanmalı, bu konudaki yayınlar geniş dağıtıma tâbi tutulmalıdır. Bu amaçla yapılmış araştırmalardan saptanabilenlerle ilgili özet bilgiler bilgisayara işlenmeli ve altı aylık dönemler halinde yayımlanmalı, araştırmaların nerede bulunduğu bilinmelidir.

Bu konuda ilgili kurumlar arasında daha etkin koordinasyon ve işbirliği sağlanmalıdır.

Hükümetimiz araştırma mevzuat ve uygulamalarının kolaylaştırılması ve liberalleştirilmesi talimatını vermiştir. Ancak, bu konudaki bürokratik engeller ve kısıtlayıcı yaklaşım henüz bertaraf edilememiştir.

Konu Türk araştırmacılar tarafından basında ele alınmıştır.¹⁰

Araştırma liberalleştirilmeli, gereksiz engeller kaldırılmalı, incelenecek belge sahifesi ve satır sayısı ile ilgili kısıtlamalara son verilmeli, kısıtlama kural değil istisna olmalı ve böyle bir karar ancak üst makamlar tarafından alınabilmelidir.

Müzik Yoluyla Kültürel Tanıtım¹¹

Müzik insan kültürünün ve ulusal kültürün önemli bir unsurudur. Bu açıdan kültürel dış tanıtma etkinliklerinde kullanılmaktadır.

¹⁰ İlber Ortaylı, "Arşivde Bürokratik Engelleme", *Cumhuriyet*, 6.9.1988; Kamuran Gürün, "Arşivlerimiz", *Milliyet*, 6.3.1988.

¹¹ *Birinci Müzik Kongresi 1988*, Pulat Tacar'ın Konuşması s. 92-93; Ali Emel Tacar, "Müzik Değişimi Yılları" ve "Müzik Reformu Yılları", s. 5-67, Flarmoni Derneği Yayınları, İstanbul 1982.

Müzik yoluyla kültürel tanıtım, konser, plâk, CD, bant, televizyon bandı üretimi yollarıyla yapılabilir.

Bunlardan konser yoluyla icra, televizyondan naklen verilmediği, ya da futbol stadlarında düzenlenmediği sürece sınırlı bir dinleyiciye seslenir.

Diğer bazı kültürel etkinliklerde olduğu gibi, müzik yoluyla tanıtma ile besteci ve icracıyı destekleme amaçları uygulamada birbirleriyle karıştırılmaktadırlar; genelde destekleme amacı tanıtma perdesinin ardına gizlenmektedir.

Müzik yoluyla tanıtma yapılırken neyin, nasıl, kime tanıtılacağı incelenmeli ve mümkün olduğu ölçüde önceden saptanmalıdır.

Tanıtılacak husus, Türkiye'de müzik yapıldığı ya da Türklerin bir çalgıyı solist olarak ya da topluca ustalıklı çaldıkları değil, Türk bestecisinin eserini yabancı müzik severlere tanıtmak, orkestramızın ve solistimizin icrasını en iyi şekilde sunabilmektir.

Türk insanının müzik kültürü de çok yönlü ve değişik akımların bir sentezidir. Avrupa, Balkanlar, Asya, Orta Doğu, Arap dünyası ve Akdeniz arasında bir köprü olan ülkemizin, buraların kültüründen etkinlenmemesi ve onları etkilememiş bulunması düşünülemez. Kültür değişimleri olmuştur ve olmaya devam edecektir. Bu bir zayıflık değil, bir zenginliktir. Bu zenginliğimizden yararlanarak hangi müzikle tanıtılacağımız hususu saptanırken talep ön plânda gözönünde tutulmalıdır. Örneğin Sovyetler Birliği, tüm Orta Doğu ve Afrika ve Balkan ülkelerinden gelen yoğun bir Türk müziği talebi vardır. Bu talebe cevap verilmelidir.

Devletin öncelik vermesi gereken bir diğer husus Çok Sesli Müzik dalında Türk bestecilerinin bestelerini tanıtmak olmalıdır. Ankara Müzik Şenliğinin ana teması Türk bestecileri olmalı ve Atatürk'ün müzik değişimini bu kentte konservatuarı kurarak başlattığı hatırlanmalı, hatırlatılmalıdır.

Müzik idareciliği ve müzik yoluyla tanıtma dünyadaki gelişmeleri bilen ve izleyerek güncel bilgi sahibi olan profesyonel yöneticiler tarafından yapılmalıdır. İstanbul Festivalinin yönetimi bu alanda en üst düzeyde başarıya ulaşabildiğini kanıtlamaktadır. Bu nedenle ülkemizde emprezaryo kurumunun biran önce kurulması şarttır. Müzik yoluyla tanıtma yapabilmek için uluslararası müzik piyasasına hakim olan kurumlarla, plak şirketleriyle, televizyonlarla sıkı ilişki içinde bulunulması gerekir. Bu alanda önemli eksikliklerimizden biri de etkinliğimiz konusunda yeterince önbilgi

verilmemesi ve etkinliklerin son dakikaya bırakılmasıdır. Böylece tanıtma adına harcanan meblağlar boşa gidebilmektedir.

Özellikle Batılı ülkeler müzik yoluyla tanıtıma genel programları içinde marjinal bir yer vermekte ve bu hususu müzik dünyasının arz ve talep kurallarının işlemlerine bırakmaktadırlar. Plak şirketleri büyük orkestraların ve solistlerin tanıtılmasına büyük meblağlar harcamaktadırlar.

Devlet ancak kültürel anlaşmalar dahilinde finansmana kısmen yardım etmeli, yetenekli genç solistlerini turneye çıkararak bunların masraflarının bir bölümünü karşılamalıdır. Solistini, orkestrasını tüm masraflarını ödeyerek yabancı ülkeye gönderen, oralarda salon kiralayan, konser biletlerini de dağıtarak salon doldurmaya çalışan ve böylece kültürel tanıtma yaptığını sanan kurum ve kuruluş artık kalmamıştır.

Türkiye'nin tanıtma politikasında müziğin kullanılması konusunda aşağıdaki hususları önermek istiyorum:

Türk Müziği

Özellikle soydaşlarımızın yaşadığı ülkelere yönelik faaliyetlerle, İslâm ülkelerine yönelik tanıtma faaliyetlerinde Türk müziği icracıları ön plana alınmalıdır. Bu ülkeler için 5 yıllık programlar yapılmalı ve Türk müziği icracıları bu ülkelere turne halinde gönderilmelidir. (Bir seyahatte birkaç ülke ziyaret edilmeli, bu amaçla programın hazırlığına 12-16 ay önce başlanmalıdır.)

Gerek Klasik Türk Müziği, gerek bazılarının piyasa Türk Müziği diye adlandırdıkları müzik için talep vardır. Bu gibi programlarda esas olan, masrafların mümkünse tümünün davet eden tarafça arz ve talep kurallarının işleyişi içinde karşılanması, devletin katkısının asgariye indirilmesidir.

Radyo ve Televizyonlarda Müzik

Batı ülkeleri ve Doğu Avrupa ülkeleri radyo programlarının incelenmesi, özellikle müzik yayını yapan istasyonların dünya müzikleriyle ilgili yayınlara geniş yer verdiklerini gösterecektir.

Dış temsilciliklerimiz vasıtasıyla bu radyo istasyonları yönetimlerinin ilgili redaktörleriyle temas kurularak müziğimizin radyolar ve televizyonlar vasıtasıyla tanıtılmasına çaba harcanması önem taşımaktadır. Konuyla ilgilenenlerin bildikleri gibi, özellikle Yunanlılar bu konuda çok etkindirler; kendi müzikleri yanında Klâsik Türk Müziğini, Batı Anadolu Müziğini ve

Karadeniz Halk Müziğini kendi özgün müzikleri olarak tanıtmaya çalışmaktadırlar.

Çok Sesli Müzik

Genelde Batı Müziği olarak adlandırılan çok sesli müzik alanında Türk bestecilerin teşvik edilerek daha fazla eser vermeleri sağlanmalı ve bunların olanaklar ölçüsünde yurt dışına tanıtılması Devlet politikası haline getirilmelidir. Bu çerçevede yurda gelen yabancı orkestralara Türk bestecilerinin eserleri verilerek çalmaları ve bunları repertuarlarına almaları sağlanabilir.

Türk orkestralarının, Devlet sanatçısı unvanı bulunan solistlerimiz dahil icracılarımızın Devlet tarafından desteklenen programlarda Türk bestecilerinin eserlerini çalmaları beklenmelidir.

Folklor (Halk Dansları)

Başarılı olduğumuz ve tanıtma alanında en fazla kullandığımız etkinlik türü haline gelmiştir. Adeta yurt dışında kültürel etkinlik=folklor grubu gösterisi denklemi kurulur olmuştur. Folklor diğer ülkelerde de önemli bir gösteri türü olmakla birlikte diğer kültürel etkinliklerin yanı sıra daha dengeli olarak kullanılmaktadır.

(Bu vesileyle burada hemen işaret edilmesi gereken nokta, kılıçkalkan folklor gösterisi gibi etkinliklerin, yurt dışında bazı tarihsel çağrışımlara neden olduğu, bu nedenle çok dikkatli kullanılması gerektiğidir.)

Halk Danslarının Türkiye'deki popülerliği ve başarılı oluşu nedenleriyle ileriki yıllarda da kültürel tanıtma alanında yoğun biçimde kullanılacağı sanılmaktadır.

Diğer sanat türlerinden bazılarında olduğu gibi, halk danslarının karşılaştığı "tehlike" "arabesk" in bu alana da karışmaya başlamasıdır. Kültür ve Turizm Bakanlığı folklor gruplarını denetleyerek bir nevi ehliyet belgesi vermekte ise de arz talep kurallarının bir sonucu olarak ortaya çıkan "yozlaşmaya" polisiye yöntemlerle ne derecede mani olunabileceği sorusu haklı olarak sorulmaktadır.

Sema

Tanıtma alanında başarıyla kullanabileceğimiz ilgi çekici bir etkinliktir.

Gerek İslâm ülkelerinde, gerek Batı ülkelerinde rahatlıkla gösterilebilir.

Bu vesile ile Mevlâna'nın yabancı dillerde tanıtılması ve bunun bir barış ve insan sevgisi simgesi olarak yüceltilmesi gereğine değinmekte yarar vardır. Burada da en önemli husus etkinlikten önce kamu oyuna o ülke dilinde geniş bilgi vermektir.

Mehter Takımı

Bazı Batılı ülkelerde Osmanlı simgesini canlandırması açısından belirli bir ilgi toplamaktadır. Aynı şekilde Pakistan gibi ülkelere gittiğinde çok beğeni kazanan bu etkinlik, çok sayıda askerin seyahatini gerektirdiğinden pek pahalıya mâl olmaktadır. Bu nedenle fırsat çıktıkça ve NATO davet ettikçe askeri uçakla yapılagelen bu gösteriyi askerî davetler fırsatları içinde düşünmek mümkündür.

Dans-Tiyatro-Opera

Bu etkinlikler konusunda olağanüstü başarı kazanıp, uluslararası tanıtıma yarayacak düzeyde olmaları halinde öncelik verilebilir diyerek sözüme başlayacağım.

Türkçe dilinin yaygın olmaması nedeniyle tiyatronun dış kültürel tanıtma alanında öncelikli bir etkinlik türü olduğunu sanmıyorum. Bununla birlikte tiyatromuzun soydaşlarımızın yaşadıkları ülkelere zaman zaman gönderilmesinde yarar olur.

Klâsik bale alanında uluslararası standartlara çıkan birkaç sanatçımız olmuştur; ancak bu alanda sürekli olarak yüksek bir düzey tutturduğumuz söylenemez.

Opera konusunda dünyaca tanınmış Leyla Gencer ve birkaç sanatçımız dışında belli başlı dünya sahnelerinde ülkemizi başarıyla tanıtacak sanatçılarımız şu sırada yoktur.

Bununla birlikte İkili Kültürel Değişim Programları çerçevesinde bazı ülkeler kimi sanatkârlarımızı bazı rolleri oynamak için davet etmektedirler.

Opera alanında Türkiye'nin adını duyurabilmek için kullanılan ve daha fazla yararlanılması gereken bir imkân her yıl İstanbul Festivalinde Topkapı'da "Saraydan Kız Kaçırma" Operasının birkaç kez oynatılmasını sağlamaktır. Bu bir gelenek haline gelmeli ve her yıl tanınmış bir ses ve yönetici İstanbul'a davet edilerek, bu temsiller önceden ve sonradan ulus-

lararası tanıtma ile opera sevenlere duyurulmalıdır. Bu husus dünyanın büyük gazetelerinde, müzik eleştirmenlerinin yazı yazmasıyla sağlanır.

Bir diğer tanıtma imkânı Efes Tiyatrosunda klasik bazı operaların sahneye konulmasıdır. Antik Efes Tiyatrosu'nda çalmak ve oynamak pek çok sanatçıya çekici gelmektedir. Türkiye elindeki bu imkânı iyi kullanmalıdır. Bundan birkaç yıl önce Mısır'da oynanan AIDA'nın tüm dünya televizyonlarına haber olduğu bilinmektedir. Aynı şekilde İtalya'da Arena di Verona'da düzenlenen operalar büyük seyirci toplamaktadır.

Nihayet tanınmış rejisörler ve orkestra yöneticileri gittikleri ülkeler üzerine dikkat celbettiklerinden bu dolaylı tanıtma olanağından da yararlanılması faydalı olabilir.

Örneğin Wagner'in torununun oğlu rejisör Gottfried Wagner Türkiye'ye gelmeyi kabul etmiştir. Uluslararası üne sahip birkaç sesle Türkiye'de bir Wagner operasının rejisinin bu kişiye verilmesi ve bunun geniş şekilde tanıtılması dolaylı olarak çağdaş Türkiye'yi ve kültürümüzü tanıtır, turist de çeker.

Karagöz

Millî kültürümüzün bir parçasıdır. Kukla ve gölge tiyatrosuna ilgi duyan çevrelerde iyi bir tanıtma aracı olarak kullanılabilir.

Bu tür tanıtma etkinliklerinde gözden uzak tutulmaması gerekli olan husus, tanıtmanın belirli bir ilgi ve talep belirmesi halinde yararlı olacaktır. Bu talep belirlenmeden ya da doğurulmadan, ilgi alanı sınırlı etkinlikleri hazırlıksız yurt dışına göndermek tanıtma açısından yarar sağlamaz.

Resim, Heykel, Özgün Baskı

Bu sanat dallarındaki etkinliklerle ülkenin kültürel tanıtılmasına etkili biçimde katkıda bulunulabilmesi için sergilenen yapıtların çok yüksek nitelikte olmaları, uluslararası piyasada tanınmaları, sergilerin açıldıkları galerilerin ve sergi salonlarının resim piyasasında itibarlı yerler sayılmaları gerekir.

Aslında resim ve heykel alanı, değerinin piyasa kurallarına göre saptandığı alanlardır. Karma millî sergilerin, dernek, kurum ressamı sergilerinin uluslararası alanda büyük ilgi çektikleri söylenemez. Aynı şekilde sapa olan, tanınmayan ya da güvenlik v.b. gibi nedenlerle halka tam anlamıyla açık tutulamayan yerlerde resim sergisi açılması tanıtma açısından yarar

sağlamaz (Paris'te Champs Elysée'deki turizm müşavirliğinin ikinci katındaki salonda sergi açılması gibi).

Buna karşılık yüzbinlerce kimse tarafından gezilen Venedik Biennale'i veya beş yılda bir açılan Almanya Dokumenta Kassel şenliği gibi büyük uluslararası resim-heykel faaliyetlerine iştirak edilmesi çok yararlı olur. Bu gibi büyük sergilerde ayrı pavyonları bulunmayan ülkeler, uluslararası pavyonlarda yer kiralarlar.

Bu konuda her ülkenin karşılaştığı güçlük, hangi sanatçının ülke adına iştirak edeceğinin saptanmasıdır. Pek çok ülkenin buldukları çözüm, tüm sorumluluğu taşıyan, uluslararası resim piyasası ve eğilimleri konusunda bilgi ve tecrübe sahibi olan yerli ya da yabancı bir uzmanı tek seçici olarak görevlendirmektir.

Türkiye şimdiye kadar resim piyasasının oluştuğu bu gibi büyük resim olaylarına iştirak etmemiştir. Son olarak, 1990 yılında açılacak olan Venedik Biennale'ne iştirak için Roma Büyükelçiliğimiz vasıtasıyla girişimde bulunmuştur.

Aynı şekilde Türkiye ilk kez Avrupa çapında düzenlenecek bir resim sergisi için gerekli hazırlık çalışmalarına katılmış ve İstanbul Resim Müzesi Müdürü, bu sergiyi Avrupa çapında düzenleyen beş komiserden biri olmayı başarmıştır. Bu alanda geçen yıl Avrupa Konseyince düzenlenen uluslararası bir resim sergisine Türkiye'nin resim göndermemesi tanıtma açısından kaçınılmaz bir fırsat sayılmalıdır.

Ülkemizde uluslararası resim sergileri düzenlenmesi, ülkemizin adının uluslararası resim piyasasında duyulmasında ve dolaylı olarak ressamlarımızın tanınmasında yararlı olacaktır. Ancak bu sergilerin standartlarının yüksek tutulması, sergilenecek resim seçiminin mahallinde yapılması veya yaptırılması lazımdır. Kore'nin Olimpiyatlar münasebetiyle açtığı resim sergisine katılacak ressamların seçimini bir uluslararası jüriye bırakmasının nedeni sergiye yüksek bir düzey sağlamaktır.

İstanbul'da İstanbul Sanat Vakfı tarafından düzenlenen Resim Biennialinin kalitesi yüksek olmuş, bu sergi adından yurt dışında da söz ettirmiş, ülkenin tanıtımına yararlı olmuştur.

Televizyon ve Sinema'da Konulu Film ve Dokümanter Film

Film, çağımızın en önemli bilgi aktarma ve tanıtma aracı haline gelmiştir.

Diğer alanlarda olduğu gibi bu tanıtmanın devlet eliyle değil ve fakat özerk ve özel kuruluşlarca yapılması çok daha inandırıcı olmaktadır.

Devlet bazı alt yapı konularında tanıtmayı yapacak özerk kurumlara yardımcı olmakla yetinmelidir.

Televizyonun gelişmesi ve rekabeti nedeniyle sarsıntı geçiren sinema sanatı da tanıtımda önemli bir rol oynamaktadır. Televizyonun konulu ve dokümanter film alanında en büyük film tüketici ve gösterme aracı haline gelmesi nedeniyle film sanayi sürekli bir üretim ve gelişme halinde olmak zorundadır.

Halen Türk filmleri çeşitli uluslararası festivallere katılmakta ve başarılı sonuçlar almaktadırlar. Bunun dışında kamu sektörü, Kültür Değişim Programlarında öngörülen sinema haftalarında gösterilmek üzere, elinde bulunan bazı filmleri "Türk Filmi Haftası" düzenlemeyi kabul eden ülkelere göndermektedir. Ancak bazı hallerde bu etkinlikler gerek film kalitesi, gerek alt yazılarının gönderilen ülkenin diline uygun olmaması, yahut hiç bulunmaması, ya da ödül kazanmış filmler varken ve bu filmlerin varlığı diğer ülkeler sinema uzmanları tarafından bilinirken, arşivde mevcut olmadıkları gerekçesiyle sıradan başka filmlerin gönderilmesi gibi nedenlerle tam anlamıyla başarılı olamamaktadır.

Diğer pek çok ülkelerde olduğu gibi Türkiye'de de bu etkinliğin uygulanması Film Yapımcıları kurumlarına verilmeli ve kamu desteği, Film Yapımcı kuruluşlara, tanıtıma harcanmak ve hesabı verilmek koşuluyla yöneltilmelidir. Film sanayi, bu gibi gösterilerden sonra filmlerini satabilmek için bağlantılar arayacak ve kurabilecektir.

Yurt Dışında Açılan Büyük Sergiler

Anadolu Uygarlıkları, Kanunî Sultan Süleyman Devri gibi büyük sergiler Türk kültürünün tanıtılmasına son derecede büyük yararlar sağlamışlardır. Bu sergilerin devamı, başlatılmış bulunan kültürel tanıtma faaliyetleri hızının yavaşlamaması açısından elzemdir. Bu sergiler düzenlenecek yan etkinliklerle desteklenmelidir.

Diğer bütün faaliyetlerde olduğu gibi bu yan etkinlikler dış temsilciliklerimizle sıkı işbirliği ve eşgüdüm yapılarak düzenlenmeli, faaliyetler etkili olabilmek için çok önceden hazırlanmalı ve tanıtılmalıdır. Yeterli tanıtma yapılmadan girişilecek kültürel etkinlik, tanıtma açısından hiçbir yarar sağlayamaz.

Bu sergiler münasebetiyle düzenlenecek etkinliklerde ağırlığın tarihteki kültür varlığıımızdan çok, bugünkü kültürümüze verilmesi gereklidir.

Tarihimizi gösteren sergiler bir anahtar işlevi yaparlar. Türkiye’den söz ettirmek için bir vesile sayılırlar. Bu vesileyle çağdaş Türkiye tanıtılmalı, Türkiye’nin demokrasiye, hür dünyanın değerlerine çağdaş yaşayış tarzına bağlılığı vurgulanmalıdır.

Türkiye’nin sadece stratejik durumu ve askerî gücü nedeni ile değil ve fakat ekonomik ve kültürel açılardan Batı dayanışmasına ve işbirliğine katkılarının önemi ele alınmalı, Türkiye’deki sanayileşmenin ve ekonomik güçlenmenin, eğitimsel çalışmaların dinamik yönleri anlatılmalıdır.

Türkiye’de Öğrenim Gören Yabancı Öğrenciler Vasıtasıyla Türk Kültürünün Tanıtılması

Öğrenimlerini Türkiye’de gördükten sonra ülkelerine dönen yabancı öğrenciler uzun vadede Türkiye’nin tanıtılması konusunda son derecede önemli rol oynayabileceklerdir.

Bunlardan Türkiye’de buldukları sırada, rutinin de dışına çıkılarak özel bir şekilde ve mümkün olduğu ölçüde kişisel olarak meşgul olunmalı, ülkelerine döndükten sonra, örneğin, kurdurulacak bir “Türkiye’de öğrenim görmüş öğrenciler derneği” vasıtasıyla haberleşmeye ve bilgi akımına devam olunmalıdır.

Kime Tanıtacağız?

Bu soruya verilecek ilk cevap “mümkün olsa da herkese tanıtacak”tır. Ancak, kültürel tanıtıma ayrılabilen imkanlar sınırlı ve hemen tümü döviz ya da döviz karşılığı Türk Lirası harcamayı gerektirdiğinden (uçak bileti, konut fonu, yevmiye gibi) imkanlar son yıllarda artmamakta aksine gerçek değerleri, satın alma güçleri itibariyle azalmaktadır.

Bu nedenle bazı öncelikler tesbiti ve hedef gruplarının saptanması gerekmektedir.

Hedef grupları, uluslar, toplumlar, ülkeler, bölgeler, meslek grupları, yaş grupları, çeşitli kültürel veya sanatsal etkinlik izleyicileri (örneğin müzikseverler) gibi çeşitli kategorilere ayrılabilir.

Bu kategorilerden her birine uygulanacak kültürel tanıtma değişik ağırlıklar taşıyacak ve değişik nitelikte olacaktır.

Belirli bir hedefe yapılacak kültürel tanıtmanın içeriği ve niteliği saptanmadan önce, —istisnasız her etkinlikte— hedef kütlenin incelenmesi, va-

ılmak istenen amacın belirlenmesi gerekir. Etkinliğin niteliği ve niceliği buna göre saptanmalıdır. Sadece kültürel etkinlik yapılmış olsun ve raporlarda gözüksün diye kültürel faaliyet yapılmamalıdır; amaçsız uygulama okyanusa dökülen bir bardak su gibidir; kaybolur gider, etkisi olmaz.

Etkinlik düzenlenirken, hedef kütlenin çıkarları gözden uzak tutulmalıdır. Zira hiç kimse çıkarı aleyhine bir tanıtma etkinliğinden hoşlanmaz (Örneğin hiç kimse ülkesinin tarihte nasıl işgal edildiğinin, fethedildiğinin kendisine ayrıntılarıyla hatırlatılmasından haz duymaz).

Hedef kitleler ve aralarındaki öncelikler saptanırken ulusal dış politika hedefleri ve öncelikleri, doğal olarak gözönüne alınması gereken en önemli hususlardır.

Örneğin, halen Avrupa Toplulukları ile bütünleşme arzusuna, katılma başvurusunu 14.4.1987 tarihinde yaparak resmileştirmiş olan Türkiye'nin kültürel tanıtma alanında da başta gelen önceliği Avrupa Topluluğu ülkeleri olacaktır.

Aynı şekilde dil birliği bulunan ülke ya da uluslara yönelik kültürel tanıtma faaliyetleri de ihmal edilmemelidir.

*Başkaları Bizi Nasıl Tanıyor?*¹²

Başkalarının bizi nasıl tanıdığı konusu bir imge "image" sorunudur. Bu çok duyarlı olduğumuz, fakat yeteri kadar incelememiş bulunduğumuz ve tüm tanıtma programlarının sağlıklı biçimde hazırlanabilmesi için öncelikle ve ayrıntılarıyla üzerine eğilmemiz gereken bir sorundur; duygusallıktan uzak, akılcı ve çok hassas uygulamalara götüren değerlendirmeler yapılması gerekir. Zira imge ısrarlı ve bilinçli çalışmayla değiştirilebilmektedir.

Önyargı Sorunu

Başkalarının bizi istediğimiz biçimde tanımamalarının nedeni olarak bunların "önyargılı olduklarını" ileri sürmek kanımca kolaya kaçan bir izah tarzıdır.

Aslında, hemen herkesin yaşayan olaylar, eğitim, gelenekler, çıkarlar ve diğer nedenlerle her konuda bir önyargısı vardır. Yabancıların Türkiye ve Türkler konularında da bazı yargıları vardır. Önyargı, bir noktada,

¹² Teoman Erel, "Biz Kimiz", *Milliyet*, 13.5.1988; İsmail Hekimoğlu, "Türkiye Bu Kadar Kötü mü?", *Zaman*, 11.8.1988.

tembellikten, özetlemek, slogan haline getirmek ihtiyacından doğan bir olgudur. Çıkarlar da şuur altında önyargı doğurur. Önyargının, değişmesi kolay değildir. Zira, değiştirmek demek, bir kimseye yanlış bildiğini haksız olduğunu ve o şekilde düşünmekle karşısındakine bir haksızlık yaptığını kabul ettirmek demektir. İnsanlarda buna karşı direnme arzuları doğar. Değişiklik yapılması talebi, yanlışlığı kabul ettirme istemi, derhal karşı gerekçeleri ve önyargının doğru olduğunu ispat etmek için veri toplama mekanizmasını harekete geçirir ve bunları sağlamak ta sanıldığından daha kolaydır. Teyid edici veriler bulununca, önyargı daha da derine gömülür.

Bu nedenle önyargılarla mücadele edilirken son derecede dikkatli olunmalıdır. Bunlarla fazla uğraşmak yerine etrafından dolaşmak ve önyargıların bir bölümü ile beraber yaşamayı öğrenmek gerekir.

Bu enerjilere, karşı enerjiyle direnmek yerine bunların itici güçlerinden kendi amaçlarımız yönünde yararlanılarak, bu enerjileri kendi kendilerini tüketmeğe sevk etmek daha ussal bir davranıştır kanısındayım.

Ülkemizde genelde sokaktaki adamlarla yapılan görüşmelere dayanılarak dile getirilen bir husus Türkiye'nin genelde halk kütlelerince tanınmadığıdır. Ne var ki, bu tanınmama bütün dünyadaki ülkeler insanları için de varittir. İnsanların genel bilgi hazinelerinin gittikçe azalması, yüzeyselleşmesi, özellikle televizyon tarafından uygulanan ve birkaç saniyeye sığan özet bilgi sunma çağının ürünüdür. Kanımca 20'nci asrın sonu kamu oyu yönünden yüzeyselleşme çağı haline gelmiştir.

Bu konuda Talat Halman, Tanınmakta Yanılmak konusunda şunları söylüyor.¹³

“Çünkü her zamanki “aşağılık duygumuz” içinde diyoruz ki “Dünya –özellikle bizi tanımamasını istediğimiz Batı– bizi tanımıyor. Ve kendimizi tanıtmak için çabalara girişiyoruz.

Nedir tanınmanın anlamı? Başka ulusların bizim haritadaki yerimizi, nüfusumuzun kaç milyon olduğunu, NATO üyesi olduğumuzu bilmesi mi? Osmanlı tarihi hakkında yabancıların bilgi edinmesi mi? Atatürk'ün adı? Cumhuriyet oluşumuz? Bugünkü Başbakan'ın adı? Birçoğumuz, bu temel bilgilerden habersiz yabancılara rastlayınca “Bu adamlar amma da cahil, eğitim sistemleri ne de yetersiz!” demiyoruz da “işte kendimizi tanıtamamışız!” diye dizimizi dövüyoruz.

¹³ Talat Halman, *Milliyet*, 22.2.1988.

Oysa, gözümüzde büyüttüğümüz, eğitim sistemi ve dünya bilgisi kuvvetli diye bellediğimiz Batı ülkelerinde, insanlar genellikle başka memleketleri pek tanımazlar. Alın Amerika'yı: Geçenlerde yapılan bir araştırmaya göre, ABD'nin güney eyaletlerindeki lise öğrencilerinin çoğunluğu, sınırın ötesinde Meksika diye bir memleket olduğunu bilmiyormuş. Bugün, Amerikalıların yüzde ikisi, kuzeylerindeki dost Kanada'nın Başbakanının adını söyleyebilirse elimi kesmeye hazırım. Kaldı ki, Amerikalılar arasında, kendi Cumhurbaşkanlarının adını hiç bilmeyenler ya da bambaşka bir isim verenler vardır.”

Bu düşünceler bizi şu noktaya getiriyor: Kendimizi herkese doğrudan tanıtamayız; tanıtma konusunda tüketici olanlara ulaşmak bir tecrübe, büyük masraf ve iletişim aracı ve yollarını kontrol meselesidir. Önemli olan bu işin nasıl yapılabileceğini bilmek ve bilgi akımının engellenmeden hedefe varmasını sağlamak, bilginin aktığı yolları güncel tutmaktır. Kamıca en büyük eksikliğimiz ve tecrübesizliğimiz buradadır.

Bilginin istenilen noktalara akmasını sağlayacak ara mekanizmalara varabilmek birinci önceliğimiz olmalıdır.

Hedef grupları saptanırken geniş halk kütlelerine yönelik doğrudan tanıtma yerine daha etkin olacak radyo, televizyon, basın, eğitim, üniversite ve politika çevrelerini ön plana almakta yarar vardır. Aynı şekilde bazı hedef gruplarına ancak dolaylı yollardan ve araçlar vasıtasıyla ulaşmak mümkündür. Örneğin ABD ve Avrupa'da parlamenterlere bilgi aktarılmasının tek yolu, gönderilecek bilginin bunların siyasî yardımcılarının ellerine varmasını sağlamaktır.

Bu nedenlerle hedef grupları konusunda yapılacak ve sık sık gözden geçirilecek analizler büyük önem taşır.

Nasıl Tanıtacağız? Tanıtma Yöntemleri ve Araçları

Nasıl tanıtacağız sorusu, bizi tanıtma politikalarımızın etkinliğinin araştırılmasına, bu etkinliğin derecesinin artırılması ve süreklilik kazandırılmasına yöneltir. “Ne kadar tanınıyoruz?” ve “daha etkili bir tanıtma için neler yapmalıyız?” şeklinde de düşünölebilecek bu suallerin, tanıtma, yöntem ve tekniklerinin saptanması ile doğrudan ilişkili olduğu açıktır.

Aralarında bir öncelik sırası belirlemeden sıralayacağım ve listeye daha bir çoğunun ilave edilebileceği öneriler, basit, makül ve kolay anlaşılabilir olmakla beraber, belirli tanıtma programlarında “ne yapılsa azdır” yaklaşımıyla hareket edildiğinden çoğu kez ihmal ettiğimiz, görmemezlik-

ten geldiğimiz ilkeler olmaktadır. Bu ihmalin bedeli, kaynak ısrarı ve daha kötüsü, başarısız programların kitleler üzerinde yaratacağı ve düzeltilmesi çok daha büyük kaynak ve gayret isteyen düş kırıklıkları olur. Bu genel düşünceler ışığında tanıtma programlarına uygulanacak temel ilke ve yöntemleri şöylece sıralayabiliriz:

Kültürel tanıtma mesajı kolay anlaşılır ve basit olmalıdır.

Kültürel tanıtma seyirci, dinleyici, izleyici, okuyucu için çekici olmalıdır.

Örneğin karanlık ve kirli bir salonda, kötü çerçevelere konulmuş resimlerin sergilenmesi yarardan çok zarar sağlar.

Kültürel tanıtma yoluyla verilmek istenen mesaj, muhataba sempatik olmalı, alıcının duygularını ve çıkarını zedelememelidir.

Kültürel tanıtma sürekli olmalıdır; bir kere yapıp bırakılan tanıtma unutulmaya mahkûmdur.

Kültürel tanıtma yapılmadan önce hedef kütlenin tayini ve analizi yapılmalıdır.

Bu analiz yapılırken daha önceki etkinliklerin sayısı, konusu, sonucu, değerlendirmesi gibi önemli verilerin merkezî bir bilgi deposunda tutulması önem taşımaktadır. Bu konuda millî makamlar arasında koordinasyon yapılması gereklidir.

Hedefin bizi nasıl gördüğünün analiziyle, bizim hedef kütleyi nasıl algıladığımızın incelenmesi yapılmalıdır.

Kültürel tanıtma etkinliği inandırıcı ve belgeye dayanır olmalıdır.

Etkinliğin samimi olduğu izlenimini bozacak yaklaşım ve davranıştan kaçınılmalıdır.

Kültürel tanıtımda zamanlama da çok önemli bir etkidir. Örneğin ölü mevsimde etkinlik yapılması ya da önceden planlanmış bir başka etkinlikle aynı gün faaliyet planlanması hatadır (Orkestramızın dünyaca meşhur bir orkestra ile aynı gün, aynı kentte konser vermesi gibi).

Kültürel etkinlik çok önceden planlanmalı ve uygulama hazırlıkları en ince ayrıntısına kadar önceden yapılmalıdır. En ufak hata tüm çabaların kaybına neden olabilir.

Kültürel tanıtma ile ilgili bilgi iletişimi engellenmeden hedefe varabilmelidir.

Tanıtma malzemesi hedef kitlenin dilinde hazırlanmalıdır. İspanya'ya Türkçe veya İngilizce, Fransa'ya İngilizce, İngiltere'ye Fransızca materyal gönderilmesi hiç bir yarar sağlamaz. İspanyolca başta olmak üzere komşu ülkeler ve diğer Avrupa ülkeleri dillerinde tanıtma malzemesi hazırlanması ihmal edilmemelidir.

Tanıtma Faaliyetlerinin Duyurulması, İzleme ve Değerlendirme

Kültürel faaliyetin yapılacağı önceden geniş biçimde duyurulmalıdır.

Faaliyet öncesi tanıtma için yabancı dilde dokümantasyon hazırlanması, bunun gerekli yerlere dağıtılması, gerekirse basın toplantıları düzenlenmesi lüzumludur.

Ön tanıtma çalışmalarında bilginin hangi noktalara ulaştırılması gerektiği hususu ayrı bir uzmanlık ve deneyim işidir. Kopukluk varsa giderilme yolları araştırılmalıdır.

Kültürel faaliyetin en iyi şekilde gerçekleşmesi önemli olmakla birlikte, bu faaliyet sonucunda bir değerlendirme yapılması ve faaliyetin hedef toplum üzerindeki etkilerinin incelenmesi ve eksikliklerle aksayan noktaların saptanması, ileride yapılacak bu gibi etkinlikler bakımından dersler alınması zarurîdir. İlerideki etkinlikler böylece daha yararlı, maliyet açısından da daha az masraflı olacaktır.

Hükümet dışı kuruluşlar günümüzde büyük önem kazanmışlardır.

Kültürel tanıtma gittikçe artan biçimde Devlet eliyle yapılmamaktadır. Kültürel işbirliği ve tanıtma alanına dernekler, meslek kuruluşları egemen olmaktadır. Bunlar uluslararası federasyonlar halinde birleşmişlerdir. Türkiye'nin bu yola girmesi kanımca kaçınılmazdır.

Sonuç

Kültürel tanıtma konusu, şimdi 35 yıla yaklaşan meslek hayatımda sürekli olarak karşılaştığım, çaba harcadığım, çözüm aradığım konuların belki de başında gelmektedir.

Elde edilen başarının kişisel çabalara bağlı bulunduğunu, amir durumdaki kimselerin ülkemiz koşulları nedeniyle, en ince ayrıntıya kadar denetleme görevlerini yerine getirdikleri takdirde muvaffak olabildiklerini; başarısızlık nedenlerinin başında son dakikada program hazırlayıp uygulamaya kalkma, perakendeci yaklaşım ve koordinasyonsuzluk ile büyük meblağlar harcıyıp, ufak harcamalardan gereksiz tasarruf etme eğilimi olduğunu gördüm.

Çağ değıştikçe, çağdaş iletişim vasıtaları günlük hayatımızın akışına egemen oldukça, bugüne kadar uygulayageldiğimiz klâsik kültürel tanıtma yöntemlerinin bırakılarak, çok daha dinamik yöntemler geliştirilmesi gerektiğine inanıyorum.

Bugünkü eğilimler, hemen her alanda kullanıcının, tüketicinin etkinliklerin masraflarını karşılaması ilkesinin geçerli olmağa başladığını göstermektedir. Devletin finansmana yardımı her yerde gitgide azalmaktadır. Devletin yerini, reklamlarını yaptıran “sponsor”lar almağa başlamıştır. Ama gene de ister Orta Çağda derebeylik döneminde olsun, ister 20’nci yüzyılın sonunda; ister liberal ekonomide olsun, ister güdümlü ekonomik sistemde, kültürel etkinlik, sanat etkinliği hep desteğe ihtiyaç duymuş ve malî yönden desteklenmiştir.

Zira kültürel etkinliğin verimi çok uzun dönemde alınabilmektedir. İşte kültürel tanıtma alanında çalışanların görevleri bu nedenle hem çok zevkli, hem de yaptıklarının sonucunu görebilmelerinin güç olması nedeniyle de zor ve nankördür.

Genel tanıtma etkinlikleri içinde kültürel tanıtma dün olduğu gibi yarın da ülkemizde çok tartışılacaktır.

Konuşmam bu tartışmaya bir katkıda bulunmak amacını güdüyordu.

KAYNAKÇA

- HANS ARNOLD, *Auswaertige Kulturpolitik*, München, Wien; Hansor 1980.
- HILDEGARD HAMM-BRÜCHER, *Kulturbeziehungen Weltweit*, München, Wien; Hansor 1980.
- TANER TİMUR, *Osmanlı Kimliği*, 1986, Hil Yayını.
- RICHARD MARTINUS EMGE, *Auswaertige Kulturpolitik, Eine Soziologische Analyse, Einiger Ihre Funktionen, Berdingungen und Formen*, 1965, Duncher und Humblot.
- JALE PARLA, *Efendilik Şarkiyatçılık Kölelik*, 1985, İletişim Yayınları.
- HELENE DESMET-GREGOIRE, *Le Divan Magique-L'Orient turc en France en 18^e siècle*, Le Sycomore 1980, Paris: *Klasik Çağ Düşüncesi ve Çağdaş Kültür*, I Sempozyum, Klasik Çağ Araştırmaları Kurumu, Ankara 1977, Türk Tarih Kurumu Yayınevi; *Klasik Düşünce ve Türkiye*, II Sempozyum, Klasik Çağ Araştırmaları Kurumu, Ankara Üniversitesi Rektörlüğü Yayınları No. 304.
- SUAT SİNANOĞLU, *Visage de la Turquie*, Comission Nationale pour L'Unesco, Ankara 1979.
- AZİZ ÇALIŞLAR, *Ulusal Kültür ve Sanat*, Cem Yayınevi, İstanbul 1988.
- GÜNSEL RENDA VE C. MAX KORTEPETER, *The Transformation of Turkish Culture, The Atatürk Legacy*, The Kington Press Inc. Princeton, Newjersey 08542, USA; *Atatürk Önderliğinde Kültür Devrimi*, Türk İnkılâp Tarihi Enstitüsü Yayınları No. 12; *Atatürk's Way*, Otomarsan 1982.
- GYÖRGY HAZAI, B. KELLNER-HEINKELE, *Bibliographisches Handbuch der Turkologie*, Band I, Akademiai Kiado, Budapest 1986.
- YÜKSEL PAZARKAYA, *Rosen im Frost. Einbliche in die Türkische Kultur*, Unionsverlag 1982, Zürich.
- MÜMTÜZ TURHAN, *Kültür Değişmeleri*, Marmara Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi Yayınları No. 16, İstanbul 1987.
- ANIL ÇEÇEN, "Batı ve Biz", *Güneş*, 22.3.1988.
- MÜMTAZ SOYSAL, "Operada Sefalet", *Milliyet*, 5.3.1988; "Avrupa ve Öbür Türkiye", *Milliyet*, 31.5.1988.
- İSKENDER ÖZTURANLI, "İslamcılık Başka Müslümanlık Başkadır", *Cumhuriyet*, 28.8.1988.
- İHSAN SABRİ ÇAĞLAYANGİL, "Türkiye'nin Tanıtılması", *Güneş*, 12.7.1988.

YILMAZ ÖZTUNA, "Milliyet Medeniyet", *Tercüman*, 1988; "Osmanlı Faktörü", *Tercüman*, 7.3.1988.

COŞKUN KIRCA, "Kültürde Geri Gidiş", *Hürriyet*, 19.10.1988.

MERİÇ KARACAVALI, "Bozkır İslâm Sentezi", *Cumhuriyet*, 26.12.1987.

EKREM AKURGAL, "Türk Avrupa Sentezi", *Cumhuriyet*, 6.6.1988.

TALAT HALMAN, "İki Gölge", *Milliyet*, 28.11.1988.