



**KÜLTÜREL DİPLOMASİ BAĞLAMINDA TÜRKİYE'DEKİ
ULUSLARARASI FİLM FESTİVALLERİ**

Yüksek Lisans Tezi

Elif AKCAKAYA

Eskişehir 2020

**KÜLTÜREL DİPLOMASİ BAĞLAMINDA TÜRKİYE'DEKİ ULUSLARARASI
FİLM FESTİVALLERİ**

Elif AKCAKAYA

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Sinema ve Televizyon Anabilim Dalı

Danışman: Prof. Dr. Erol Nezh ORHON

Eskişehir

Anadolu Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Mayıs 2020

ÖZET

KÜLTÜREL DİPLOMASİ BAĞLAMINDA TÜRKİYE'DEKİ ULUSLARARASI FİLM FESTİVALLERİ

Elif AKCAKAYA

Sinema ve Televizyon Anabilim Dalı

Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mayıs 2020

Danışman: Prof. Dr. Erol Nezh ORHON

Uluslararası film festivalleri sanatçıların ve ülkelerin kendilerini temsil edebildikleri önemli kültürel platformlardan biridir. Festivaller aracılığıyla sanatçılar ve ülkeler yerel platformlardan uluslararası platformlara geçiş hakkı kazanmaktadır. Özellikle 20. yüzyılda yaşanan teknolojik gelişmeler aracılığı ile kültürün aktarımı kolaylaşmıştır ve küreselleşen dünyada kültür bir yumuşak güç unsuru haline gelmiştir. Böylelikle ülkeler dış politikalarında kültürü bir araç olarak kullanmaya başlamıştır ve bunun sonucu olarak kültürel diplomasi tanımı doğmuştur. Bu noktada uluslararası film festivalleri de bir kültürel diplomasi aracı olarak kabul edilebilir. Sosyal inşacılık kuramına göre kültür, bilgiyi oluşturan dilin göstergesi olmuş bir sembolüdür ve gerçeğin inşasında ve aktarımında oldukça etkilidir. Kültürel diplomasi faaliyetlerinde de kültür aracılığıyla bir kimlik inşası gerçekleştirilir ve yaratılan bu kimlik uluslararası platformlarda aktarılır. Bu araştırmanın temel amacı, kültürel diplomasi süreçlerinde Türkiye'deki uluslararası film festivallerinin rolünün açıklanmasıdır. Film festivallerinin sanatsal çıktılarının yanı sıra kültürel diplomasi sürecinde ve kimliğin inşasında oynadığı roller incelenmesi gereken bir konu olarak öne çıkmaktadır. Ayrıca literatürde, festivallerin bu bağlamdaki detaylı analizi bulunmamaktadır. Çoğunlukla festivallerin sanatsal boyutuna değinilmiş, film içeriklerine etkisi tartışılmış fakat kimliğin inşasında ve kültürel diplomasi süreçlerindeki rolü araştırılmamıştır. Çalışma bu yönüyle de önem taşımaktadır. Çalışmada veri toplamada belge inceleme yöntemi kullanılacaktır. Elde edilen veri betimsel analiz ve söylem analizi yöntemi ile incelenecektir.

Anahtar Sözcükler: Kültürel diplomasi, Yumuşak güç, Türkiye'deki uluslararası film festivalleri, Sosyal inşacılık, Uluslararası ilişkiler

ABSTRACT

INTERNATIONAL FILM FESTIVALS IN TURKEY IN THE CONTEXT OF CULTURAL DIPLOMACY

Elif AKCAKAYA

Department of Cinema and Television
Anadolu University, Graduate School of Social Sciences, May 2020

Supervisor: Prof. Dr.Erol Nezih ORHON

International film festivals are one of the important cultural platforms that artists and countries can represent themselves. Through festivals, artists and countries have the chance to represent themselves on international platforms. Through the technological developments in the 20th century, the transfer of culture has become easier and culture has become an element of soft power in the globalizing world. In this way, countries started to use culture as a tool in their foreign policies and as a result, the definition of cultural diplomacy emerged. At this point, international film festivals can also be considered as a tool of cultural diplomacy. According to social construction theory, culture is a symbol of the language that makes up the knowledge and is very effective in the construction and transmission of reality. In cultural diplomacy activities, an identity is built through culture and this identity takes place in international platforms. The main purpose of this research is to explain the role of international film festivals in Turkey in cultural diplomacy processes. In addition to the artistic outputs of film festivals, the roles they play in the process of cultural diplomacy and the construction of identity, stand out as a subject that needs to be examined. Furthermore, there is no detailed analysis of festivals in this context in the literature. The artistic dimension of festivals is often discussed, its impact on film content is discussed, but its role in the construction of identity and cultural diplomacy has not been explored. The study is also important in this respect. Document review and interview methods will be used in data collection in the study. The resulting data will be examined by descriptive analysis and discourse analysis method.

Keywords: Cultural diplomacy, Soft power, International film festivals in Turkey, Social constructivism, International relations.



08/06/2020

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tezin bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmamın Anadolu Üniversitesi tarafından kullanılan "bilimsel intihal tespit programı"yla tarandığını ve hiçbir şekilde "intihal içermediğini" beyan ederim. Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçları kabul ettiğimi bildiririm.

Elif AKCAKAYA



** Bu belgenin ciltlenmiş tezin "Abstract"tan sonraki sayfasında ıslak imzanız ile (fotokopi olmayacak) yer alması gerekmektedir.*

İÇİNDEKİLER

Sayfa

| | |
|--|-----|
| BAŞLIK SAYFASI | i |
| JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI | ii |
| ÖZET | iii |
| ABSTRACT | iv |
| ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ | v |
| İÇİNDEKİLER | vi |
| TABLolar DİZİNİ | ix |
| GÖRSELLER DİZİNİ | x |
| SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ | xi |
| 1. GİRİŞ | 1 |
| 1.1. Problem | 2 |
| 1.2. Amaç | 5 |
| 1.3. Önem | 6 |
| 1.4. Varsayımlar | 6 |
| 1.5. Sınırlıklar | 7 |
| 1.6. Tanımlar | 7 |
| 2. ALANYAZIN | 8 |
| 2.1. Diploması | 8 |
| 1. 2.1.1. Geleneksel diploması | 8 |
| 2. 2.1.2. Diplomasının boyutları | 11 |
| 3. 2.1.3. Kamu diploması | 14 |
| 4. 2.1.4. Yumuşak güç yaklaşımı | 18 |
| 5. 2.1.5. Ulus ve şehir markalama | 19 |
| 2.2. Kültürel Diploması | 25 |
| 6. 2.2.1. Kültürel diploması ve sosyal inşacılık kuramı | 28 |
| 2.3. Kültürel Diploması ve Türkiye Örneği | 31 |
| 7. 2.3.1 Türkiye’de kültürel diploması faaliyetlerini yürüten devlet destekli kurumlar | 34 |
| 2.3.1.1. TİKA | 34 |
| 2.3.1.2. Yunus Emre Enstitüsü | 36 |

| | |
|--|----|
| 2.3.1.3. YTB | 39 |
| 2.3.1.4. TÜRKSÖY | 40 |
| 2.3.1.5. Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı | 41 |
| 2.3.1.6. TRT World | 42 |
| 8. 2.3.2. Türkiye’de kültürel diplomasi faaliyetlerini yürüten özel kuruluşlar..... | 43 |
| 2.3.2.1. İKSV | 43 |
| 2.3.2.2. THY | 45 |
| 2.3.2.3. TÜSİAD | 46 |
| 2.3.2.4. İKV | 47 |
| 2.3.2.5. TÛTAV..... | 48 |
| 2.4. Film Festivalleri | 48 |
| 9. 2.4.1. Türkiye’deki uluslararası film festivalleri | 55 |
| 2.4.1.1. Ankara Uluslararası Film Festivali | 58 |
| 2.4.1.2. Uluslararası Antalya Film Festivali | 62 |
| 2.4.1.3. Uluslararası İstanbul Film Festivali | 65 |
| 2.4.1.4. Randevu İstanbul Film Festivali | 67 |
| 2.4.1.5. Gezici Festival | 69 |
| 2.4.1.6. İf İstanbul Uluslararası Bağımsız Filmler Festivali | 71 |
| 2.4.1.7. Uçan Süpürge Uluslararası Kadın Filmleri Festivali | 71 |
| 2.4.1.8. Malatya Uluslararası Film Festivali | 72 |
| 2.4.1.9. Uluslararası Gezici Filmmor Kadın Filmleri Festivali | 75 |
| 2.4.1.10. Sinemasal Açık Hava Sinema Festivali | 76 |
| 2.4.1.11. Uluslararası Boğaziçi Film Festivali | 77 |
| 3. YÖNTEM | 79 |
| 3.1. Araştırma Modeli | 79 |
| 1. 3.1.1. Araştırma sorularının geliştirilmesi | 80 |
| 2. 3.1.2. Araştırmanın alt problemlerinin geliştirilmesi | 80 |
| 3. 3.1.3. Analiz biriminin saptanması | 81 |
| 4. 3.1.4. Çalışılacak durumun belirlenmesi | 81 |
| 5. 3.1.5. Araştırmaya katılacak bireylerin seçimi | 81 |
| 6. 3.1.6. Verinin toplanması ve toplanan verinin alt problemlerle ilişkilendirilmesi | 81 |
| 7. 3.1.7. Verilerin analiz edilmesi ve yorumlanması | 82 |
| 8. 3.1.8. Durum çalışmasının raporlaştırılması | 82 |
| 3.2. Araştırma Katılımcıları | 82 |
| 3.3. Veriler ve Toplanması | 82 |
| 3.4. Verilerin İşlenmesi, Çözümü ve Yorumlanması | 83 |
| 4. BULGULAR VE YORUM | 85 |
| 4.1. Giriş | 85 |

| | |
|---|-----|
| 4.2. Dünya’da Kültürel Diplomasi Faaliyetlerinin Alanları | 87 |
| 1. 4.2.1. Değişim programları | 88 |
| 2. 4.2.2. Dini faaliyetler | 89 |
| 3. 4.2.3. Spor faaliyetleri | 90 |
| 4. 4.2.4. Dış yardımlar | 91 |
| 5. 4.2.5. Kültür ve sanat faaliyetleri | 91 |
| 4.3. Türkiye’deki Kültürel Diplomasi Faaliyetlerinin Alanları | 93 |
| 1. 4.3.1. Değişim programları | 93 |
| 2. 4.3.2. Dini faaliyetler | 94 |
| 3. 4.3.3. Spor faaliyetleri | 95 |
| 4. 4.3.4. Dış yardımlar | 96 |
| 5. 4.3.5. Kültür ve sanat faaliyetleri | 97 |
| 4.4. Sosyal Gerçeğin İnşası ve Uluslararası Film Festivalleri | 101 |
| 4.5. Ulus/Ülke Kimliği İnşası ve Uluslararası Film Festivalleri | 103 |
| 4.6. Kültürel Etkileşim ve Uluslararası Film Festivalleri | 105 |
| 4.7. Uluslararası İlişkilerde Film Festivallerinin Rolü | 107 |
| 4.8. Türkiye’deki Uluslararası Film Festivalleri ve Diplomasi Yaklaşımı İçindeki Yeri | 109 |
| 5. SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER | 118 |
| 5.1. Sonuç | 118 |
| 5.2. Tartışma | 118 |
| 5.3. Öneriler | 118 |
| KAYNAKÇA | 120 |
| ÖZGEÇMİŞ | |

TABLolar/ÇİZELGELER DİZİNİ

| | <u>Sayfa</u> |
|--|---------------------|
| Tablo 2.1. YTB temel değerler | 40 |
| Tablo 2.2. Ulusal film teknik ve sanatsal katkı ölçüm cetveli | 62 |
| Tablo 4.1. Türkiye'deki Uluslararası Film Festivallerinin Sınıflandırılması | 112 |
| Tablo 4.2. Yabancı Sponsorlara Sahip Film Festivalleri | 114 |



GÖRSELLER DİZİNİ

Sayfa

| | |
|--|----|
| Görsel 2.1. Çok kanallı diplomasinin dokuz boyutu | 31 |
| Görsel 2.2. Ulus Markalamasındaki Öğeler | 39 |
| Görsel 2.3. Türkiye logosu | 40 |
| Görsel 2.4. TÜRKSOY logo | 57 |
| Görsel 2.5. İletişim başkanlığı logosu | 58 |
| Görsel 2.6. TRT World | 59 |
| Görsel 2.7. Turkish Airlines logo | 62 |
| Görsel 2.8. TÜSİAD çalışma alanları | 63 |
| Görsel 2.9. Ankara Uluslararası Film Festivali logosu | 74 |
| Görsel 2.10. 30. Ankara Uluslararası Film Festivali sponsorları (1) | 76 |
| Görsel 2.11. 30. Ankara Uluslararası Film Festivali sponsorları (2) | 76 |
| Görsel 2.12. 57. Antalya Altın Portakal Film Festivali logosu | 78 |
| Görsel 2.13. 57. Antalya Altın Portakal Film Festivali sponsorları (1) | 79 |
| Görsel 2.14. 57. Antalya Altın Portakal Film Festivali sponsorları (2) | 80 |
| Görsel 2.15. Uluslararası İstanbul Film Festivali logosu | 82 |
| Görsel 2.16. 22. Randevu İstanbul Uluslararası Film Festivali afişi | 83 |
| Görsel 2.17. 22. Randevu İstanbul Uluslararası Film Festivali sponsorları | 84 |
| Görsel 2.18. 25. Gezici Festival afişi | 85 |
| Görsel 2.19. Gezici Festival sponsorları (1) | 86 |
| Görsel 2.20. Gezici Festival sponsorları (2) | 86 |
| Görsel 2.21. !f İstanbul Uluslararası Bağımsız Filmler Festivali logosu | 87 |
| Görsel 2.22. 23. Uçan Süpürge Uluslararası Kadın Filmleri Festivali afişi | 88 |
| Görsel 2.23. Malatya Uluslararası Film Festivali logosu | 89 |

| | |
|---|----|
| Görsel 2.24. Malatya Uluslararası Film Festivali sponsorları (1) | 90 |
| Görsel 2.25. Malatya Uluslararası Film Festivali sponsorları (2) | 90 |
| Görsel 2.26. Uluslararası Gezici Filmmor Kadın Filmleri Festivali logosu | 91 |
| Görsel 2.27. Sinemasal Açık Hava Sinema Festivali logosu | 92 |
| Görsel 2.28. 8. Sinemasal Açık Hava Film Festivali sponsorları | 93 |
| Görsel 2.29. 7. Uluslararası Boğaziçi Film Festivali logosu | 94 |



SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

| | |
|---------|--|
| ABD | : Amerika Birleşik Devletleri |
| COVID19 | : Coronavirus Disease 2019 (Korona Virüs 2019) |
| İÖ | : İsa'dan Önce |
| SSCB | : Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği |
| KTB | : Kültür Bakanlığı |
| TEDA | : Türk Kültür, Sanat ve Edebiyat Eserlerinin Dışa Açılımını Destekleme Projesi |
| TİKA | : Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı |
| YTB | : Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı |
| TÜRKSÖY | : Uluslararası Türk Kültürü Teşkilatı |
| TRT | : Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu |
| İKSV | : İstanbul Kültür Sanat Vakfı |
| THY | : Türk Hava Yolları |
| TÜSİAD | : Türkiye Sanayicileri ve İş Adamları Derneği |
| İKV | : İktisadi Kalkınma Vakfı |
| TÜTAV | : Türk Tanıtma Vakfı |
| FIAPF | : Uluslararası Film Yapımcıları Birliği |
| UFA | : Universumfilm Aktiengesellschaft |
| ARP | : Fransa Yazarlar, Yönetmenler ve Yapımcılar Birliği |
| TFDD | : Türk Film Dostları Derneği |
| WHO | : Dünya Sağlık Örgütü |
| T.C. | : Türkiye Cumhuriyeti |
| AKSAV | : Antalya Kültür Sanat Vakfı |

FIBRESCI : Uluslararası Film Eleştirmenleri Federasyonu

UBSD : Uluslararası Boğaziği Sinema Derneği

NBA : Ulusal Basketbol Birleşimi

BBC : British Broadcasting Corporation

UEFA : Avrupa Futbol Federasyonları Birliği



1. GİRİŞ

Film festivalleri ulusal ve uluslararası anlamda ülkelerin, şehirlerin ve daha küçük birimleri temsil anlamında bireylerin (yönetmenlerin, yapımcıların, oyuncuların, vs.) kendilerini temsil edebilecekleri kültürel mecralardır. Dünyada bu alana dair yapılmış ilk çalışma 1932 yılında başlayıp günümüze değin devam eden Venedik Film Festivali'dir. Bu festival ile birlikte sinema dünyasında 'festival' fikri benimsenmiş ve özellikle ana akım filmlerin aksine 'art house' olarak adlandırılan sanat filmlerinin gösterim imkanı bulabileceği ve tecimsel çalışmalardan ziyade sanatsal çalışmalara ağırlık veren sinema çalışanlarının bir araya gelebileceği bir platform olan festivallerin sayısı ve türü artmıştır. Sinema filmlerini ve sinema etkinliklerini yalnızca var olan sanatsal çerçevede değerlendirmek oldukça eksik olacaktır. Sinema, insanı konu edindiği için ve kolektif bir emeğin ürünü olduğu için onu psikoloji, sosyoloji ve bunun gibi başka alanlarla da ilişkilendirmek daha doğru olacaktır. Film festivalleri, küresel medya aracılığıyla kamusal tartışma alanları yaratır ve bunlara katılır. Festivaller, şehirlerin ve ulusların marka etkinliği olarak kabul ettikleri kültürel faaliyetleri tanımlar. Film festivallerinin ilk tarihlerinde, 1960'ların sonlarına kadar devletçilikle ilgili doğrudan açıklamalar yapılmıştır. Venedik, Faşist İtalya'nın kültürel iddialarını şekillendirirken, Ouagadougou (Burkina Faso), Mar del Plata (Arjantin), Pusan (Güney Kore) ve Hong Kong'daki festivaller bölgesel vitrinler olarak birbirleriyle rekabet ediyorken, film yapımı, değerlendirme ve dağıtımda "Batı" hegemonyasına meydan okumaktadır (Hing ve Wong, 2011, s. 2). Böylelikle ülkeler festivaller aracılığıyla hem kendi kültürlerini yansıtmaya imkanı bulup hem de var olan diğer kültürlerle etkileşime girerek kültürel bir diplomasi süreci başlatmış olurlar. Festivaller yoluyla başlatılan bu kültürel diplomasi süreci hem ulusal hem de uluslararası boyutta sosyal inşa süreciyle ilişkilidir.

Berger ve Lucmann'a (2008, s. 58) göre dilsel nesnelleşme aracılığıyla dünya kavranabilir bir hale gelir ve bu nesnelleşme yalnızca fiziken mevcut olan gerçekleri değil geçmişte var olmuş ve gelecekte var olabilecek her şeyi gerçek kılar. Dilin yarattığı sembollerden biri olan film festivallerini de bir iletişim dili olarak kabul edebiliriz. Festivallerin ülkeleri, ulusal ve uluslararası mecrada var ettiğini söyleyebiliriz. Festivaller, ülkeleri ve ülkelerin kültürlerini gerçek kılan yapı taşlarından biridir ve diğer semboller gibi geleceğin inşasında ve uluslararası alandaki kimliğin inşasında rol alır.

Çünkü bir ülkenin kültürel öğeleri o ülkenin yumuşak gücünün temsilinden biridir. Festivaller bu yönüyle bir kültürel diplomasi aracıdır.

Bu doğrultuda, bu çalışmada Türkiye'deki uluslararası film festivallerinin kültürel diplomasi süreçlerine etkisi ve bu süreçteki rolleri araştırılacaktır. Çalışmanın "Giriş" başlıklı bu bölümünde araştırma problemi, amaç, önem, varsayımlar, sınırlılıklar ve çalışmaya özgü tanımlara alt başlıklar halinde yer verilecektir.

1.1. Problem

1895 yılında Lumiere kardeşler sinematograf makinesini icat etmiş ve bu buluş ile hareketli görüntüleri kaydedip bu görüntülerin gösterimlerini yaparak günümüz sinema filmlerinin ve sinema kültürünün temellerini atmıştır. Fakat ilk filmlerde teknoloji daha ön planda olup kaydedilen görüntülerin ne olduğuna çok önem verilmemiştir. Melies ve Porter ile bilinçli olarak tercih edilen kamera hareketleri eklenmiş ve görüntüler basit senaryolar çerçevesinde kaydedilmeye başlanmıştır. Bu noktadan sonra var olan teknoloji amaç değil araç konumuna dönüşmüştür. Ayrıca bu gösterimler ile bazı sinema filmleri seyirciye hitap eden ticari bir üretime dönüşmüştür. Melies ile birlikte ticari filmler Avrupa'da başlamış ve tüm dünya geneline ulaşmıştır.

Her tür seyirciye hitap eden ve öncelikli amacı ticari getiri olan filmler "ana akım" filmler olarak adlandırılmaktadır. Melies ile başlayan bu süreç günümüze değin varlığını sürdürmektedir. Bunun yanında popüler eğlence kültürünün bir parçası olmanın aksine sanatsal amaçlar güden ve genellikle bağımsız olarak nitelendirilen ve "art house" olarak adlandırılan sanat filmleri de festivallerde ve özel gösterimlerde varlıklarını sürdürmektedir. Halen Avrupalı en büyük uluslararası film festivallerinden biri olan İtalya'daki Venedik Film Festivali 1932'de Benito Mussolini'nin faşist hükümeti altında kurulmuştur. Festival ilk düzenlendiğinde yarışma yapılmamış ama festivalde gösterilen tüm filmler sinema tarihinin klasik filmleri arasına girmiştir (Öcal, 2013, s. 194, 195). Festivaller ana akım filmlerin aksine sanat filmlerine ev sahipliği yapmaktadır. De Valck ve Marijke'ye (2007'den aktaran Özal, 2013, s. 200) göre, uluslararası film festivalleri hem festivallerin hem alternatif sinema sanatının merkezini oluşturmak bağlamında "tamamen Avrupa çağrışımı"na sahipken ABD'li Oscar Akademi Ödülleri "Hollywood'un nihai tezahürüdür."

Her ne kadar sanatsal amaç taşısa da insan ürünü olan her eylem, üreticisi olan insanın ve üretildiği toplumun izlerini taşır ve etkileşimli olarak üreticisinde ve üretildiği

toplumda iz bırakır. Modernizm ve postmodernizm sonrasında ortaya konan sosyal inşacılık kuramı kimliğin modern toplumlar için ne anlama geldiğini açıklamaya çalışmaktadır. Sosyal inşacılık, sembolik etkileşimciliğin benlik/kimlik hakkındaki önermelerini geliştirerek kimliği, sosyalliğin içerisinde kurulan ilişkilerin bir tezahürü olarak açıklamayı hedefler (Alpman, 2018, s. 1). Yani sosyal inşacılığa göre toplumların kimliği ve birbiriyle olan ilişkileri sosyal dünya içerisinde kurulan ilişkilerle inşa edilir. Bu kuramda dilin göstergeselleşerek sembolleştiği ileri sürülür ve din, felsefe, sanat ve bilim bu dilin en önemli sembollerindendir (Berger ve Lucman, 2008, s. 59, 60). Bu semboller aracılığıyla kurulan bilgi stoku kuşaktan kuşağa aktarılır. Dilin dönüşerek var ettiği semboller geçmişte var olmuş ve gelecekte de var olabilecek her şeyi gerçek kılar ve aslında bu yönüyle geleceği inşa eder ve onu ileri kuşaklara aktarır.

Günlük hayatta “ötekilerle” kurulan iletişim, sosyal bilgi stokundan kesintisiz etkilenir ve sosyal bilgi stoku, var olan mevcut durumu ve bu durumun sınırlarını tanımlar. Bu durum birey ve toplum bazında geçerlidir. Örneğin bir Orta Doğu ülkesi vatandaşı olduğumu bilirim ve bu yüzden Batı menşeli platformlarda Batılı ülkelerin vatandaşları kadar yer alamayacağımı bilirim. Sosyal bilgi stokunda yer alan bu bilgi her iki grup tarafından da paylaşılır. Sosyal bilgi stokunun üreticilerinden ve kimliğin inşa öğelerinden biri olan film festivallerinde bu durum oldukça sık görünür. Batılı film festivallerine baktığımızda Türk yönetmenlerin filmlerinin sayısının Batılı yönetmenlere göre az olduğunu görürüz. Bu festivallere kabul edilen yönetmenler de her zaman olmamakla birlikte çoğu zaman aynı isimlerdir. Batılı film festivalleri genellikle self oryantalist bakışa sahip yönetmenleri kabul etmektedir. “Orient” kelimesinden türeyen “oryantalist” tanımı, Doğu ile herhangi bir amaç için ilgilenen, araştırma yapan, Doğu’yu tasvir eden anlamına gelir (Metin, 2013, s. 44). Self oryantalizm ise Doğulu öznenin (birey, grup, vb.) kendi toplumunu ve kültürünü Batı çerçevesinde ele almasıdır. Bahsi geçen oryantalist tanımı var olan sosyal bilgi stokundan gelir.

Sosyal bilgi stoku, dilsel faaliyetler ve dilin sembolleri (sanat, din, felsefe, vb.) aracılığıyla gerçekleşen faaliyetler sonucu oluşur ve bu faaliyetlere egemen olanlar da sosyal bilgi stokunun kurulmasında egemen olurlar. Aynı zamanda sosyal bilgi stoku, tipleştirici şemalar yaratır. Bu tipleştirici şemalar sonucu belirli sınıflara sahip öğelerden (memur, oryantalist, iyi, Doğu, vb.) oluşan bir evren inşa edilir. Bu tipleştirici şemalar kuşaktan kuşağa aktarılarak “herkesin bildiği bir şey” dönüşür. “Herkesin bildiği şey” kendi mantığına sahiptir ve bu mantık bireyin bildiklerini de düzenler. Örneğin arkadaşım

Henry'nin İngiliz olduğunu ve dakik biri olduğunu bilirim. Dakikliğin İngilizlere has bir özellik olduğunu “herkes bildiği” için, bende Henry'ye ait bu bilgimi sosyal bilgi stoku açısından anlamlı bir tiplendirmeye entegre edebilirim (Berger ve Lucman, 2008, s. 64). Aynı yolla film festivalleri ve onların kurdukları gerçekler aracılığıyla bir Fransız ya da Cannes kimliği inşa edilebilir ve bu Fransız/Cannes inşasıyla birlikte eş zamanlı olarak bir Öteki inşası da yapılmış olur.

Dilin sanatsal sembolleri Batı hegemonyasında olduğu için sosyal bilgi stoku da bu hegemonya tarafından üretilir. Böylece Batılı ve Batılı Olmayan (Öteki) tanımı yapılmış olur. Ayrıca film festivalleri ortak bir sinefil duygusuna dayanan bir şehir kimliği inşa edebilir ve dinamik kültürel değişim süreçleri yaratabilir (Batık, 2008, s. 10). Kültürel sürecin inşasına ek olarak bir pazar platformu da yaratır. Örneğin en çok katılımın sağlandığı ve en bilinen film festivali olan Cannes Film Festivali, filmlerin tanıtım platformudur. Oyuncular için medyada yer alma şansı, bağımsız yapımcılar için daha fazla dağıtıcı ve festivale ulaşma şansı sağlar (Beucahamp ve Behar, 1992, s. 23). Sinema çalışanlarına ek olarak şehir için de bir pazar yaratılmış olur. Türkiye'den örnek verecek olursak ülkedeki en büyük film festivallerinden biri olarak kabul edilen Antalya Altın Portakal Film Festivali'nin başkanlığını her yıl şehrin belediye başkanı yapmaktadır. Sanatsal bir etkinlik olan film festivalinde, festivalin başkanlığını sinema sektöründen bir aktör değil siyasi bir aktör üstlenmektedir. Buradaki amaçlardan biri de bir şehir kimliği inşa etmek olduğu için böyle bir durum söz konusudur. Bir şehrin markalaşması yalnızca lokal anlamda değil aynı zamanda ulusal anlamda da önemlidir çünkü şehrin marka olması ile ülkenin uluslararası alandaki notu da artmaktadır. Şehrin bir cazibe merkezi haline gelmesi, ülkeyi de bir cazibe merkezine dönüştürmektedir. Bu cazibe etkeni ülkeye ekonomik ve kültürel boyuta ek olarak aynı zamanda diplomatik süreçlerde de güç kazandırmaktadır. Ülkeler, uluslararası çapta tanınan şehirlerini ve etkinliklerini bir yumuşak güç unsuru olarak kullanarak, diplomatik faaliyetler gerçekleştirmektedir.

Yumuşak güç, zorlama veya ödeme yerine cazibe yoluyla istediği sonuçları elde etmek için başkalarını etkileme yeteneğidir. Bir ülkenin yumuşak gücü, kültürüne, değerlerine ve politikalarına dayanır (Nye, 2008, s. 94). Bu tanıma göre film festivallerini bir ülkenin yumuşak güç unsurlarından biri olarak nitelemek mümkündür. Festivaller aracılığıyla ülkeler hem kendi kültürlerini yabancı platformlarda temsil etme hem de diğer kültürleri tanıma şansı elde ederler. Aynı zamanda festivaller aracılığıyla

uluslararası alanda kabul görme ve kendi kültürlerini yaygınlaştırma şansı elde ederler. Bu süreç kültürel diplomasi kavramıyla ilişkilidir. Kültürel diplomasi çoğunlukla propaganda ile karşılaştırılmaktadır fakat propagandadan farklı olarak kültürel diplomasi süreçlerinde bir kültürün başka bir kültür üzerindeki egemenliğinin aksine diğer kültürler ile etkileşime geçmesi durumu söz konusudur. Cummings (2003, s. 1) kültürel diplomasi kavramını, karşılıklı anlayış geliştirmek için uluslar ve halkları arasında fikir, bilgi, sanat ve kültürün diğer yönlerinin değiş tokuşu olarak tanımlar. Ancak “kültürel diplomasi”, herhangi bir ulus, kendi dilini tanıtmaya çabaladığında ya da politikalarını ve hikayesini dünyanın geri kalanına anlatmaya odaklandığında, iki yönlü etkileşimden çok, tek yönlü bir süreç de olabilir. Uluslararası film festivalleri kültür değiş tokuşunun yaşandığı en önemli faaliyetlerden birisidir. Antalya Altın Portakal Film Festivali örneğinde olduğu gibi şehirler bu kültürel etkinlikleri kendi kimliklerinin inşasında ve inşa ettikleri kimliklerini yerel platformlardan uluslararası alana taşımak için etkili bir şekilde kullanmaktadırlar. Antalya Altın Portakal Film Festivali’ne benzer olarak Malatya Uluslararası Film Festivali’nin başkanlığını da şehrin valise üstlenmektedir. İki örnekte de görüldüğü gibi festivaller siyasetler tarafından kültürel diplomasinin bir aracı olarak görülmesi nedeniyle imaj inşasında da etkili olmaktadır.

Sonuç olarak, film festivallerinin sanatsal çıktılarının yanı sıra kültürel diplomasi sürecinde ve ulus ve şehir kimliğinin inşasında oynadığı roller incelenmesi gereken bir konu olarak öne çıkmaktadır. Ayrıca literatürde, festivallerin bu bağlamdaki detaylı analizi bulunmamaktadır. Çoğunlukla festivallerin sanatsal boyutuna değinilmiş, film içeriklerine etkisi tartışılmış fakat kimliğin inşasında ve kültürel diplomasi süreçlerindeki rolü araştırılmamıştır. Bu çerçevede, “*Türkiye’deki uluslararası film festivallerinin kültürel diplomasi bağlamındaki rolü nedir?*” sorusu bu çalışmanın problemini ifade etmektedir.

1.2. Amaç

Çalışmanın amacı, kültürel diplomasi bağlamında Türkiye’deki uluslararası film festivallerinin rolünün açıklanmasıdır. Bu amaç doğrultusunda çalışmada şu sorulara yanıt aranacaktır:

- 1) Sosyal gerçeğin inşasında film festivallerinin rolü nedir?
- 2) Ülke ve şehir kimliğinin, ulusal ve uluslararası çerçevedeki inşasında film festivallerinin rolü nedir?

- 3) Farklı kültürlerin etkileşiminde ve var olan kültürün bir sonraki nesillere aktarımında film festivallerinin işlevi nedir?
- 4) Uluslararası ilişkilerde film festivallerinin rolü nedir?
- 5) Türkiye'deki uluslararası film festivallerinin diplomasi yaklaşımlarındaki yeri nedir?

1.3. Önem

Film festivalleri hakkında yapılan çalışmalar incelendiğinde festivallerin kültürel diplomasi süreçlerindeki rollerine ilişkin detaylı çalışmalar bulunmadığı görülmektedir. Yapılacak olan bu çalışma, alanda bu konuya dair kapsamlı veri bulunmadığı için alana katkı sağlaması açısından önem taşımaktadır.

Çalışma kapsamında sosyal inşacılık kuramı çerçevesinde ve kültürel diplomasi bağlamında Türkiye'deki uluslararası film festivallerinin incelenmesiyle elde edilecek bilgiler ışığında yeni festival modellerine ve yerli festivallerin uluslararası boyuta taşınmasına ilişkin öneriler geliştirilebilmesi açısından çalışma önem taşımaktadır. Yerli festivallerin uluslararası boyuta taşınması üretildiği toplumun kültürünün küresel platformlarda yer alması ve ülke turizmi açısından önemlidir. Çalışma kapsamında festival yönetmelikleri incelenerek yönetmeliklerde yer alan eksiklikler tanımlanabilecektir ve çalışma bu yönüyle de önem taşımaktadır.

Bu çalışma film festivallerinin uluslararası ilişkilerdeki rolü, film festivallerinin kimliğin inşasındaki rolü konularında çalışmalar yapacak araştırmacılara kaynak olacağı için önemlidir.

1.4. Varsayımlar

Bu çalışmada varsayım olarak kabul edilen belli başlı noktalar şunlardır:

1. Uluslararası film festivalleri ülke ve şehir markalama aracı olarak kullanılmaktadır.
2. Türkiye'deki en büyük ve en çok katılım sağlanan film festivali Antalya Altın Portakal Film Festivali'dir.
3. Türkiye'deki "uluslararası" sıfatı taşıyan film festivallerinin bir çoğu ulusal boyuttan öteye gidememektedir.

1.5. Sınırlıklar

Çalışmada şu noktalar birer sınırlık olarak kabul edilmiştir:

1. Çalışmada incelenmek üzere Türkiye’de gerçekleştirilen uluslararası film festivalleri örneklem alınmıştır ve çalışma bu festivaller ile sınırlıdır.
2. Çalışma kapsamında incelenen film festivalleri Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın resmi sitesinde “uluslararası” olarak kabul ettiği film festivalleri ile sınırlıdır.
3. Çalışma 2020 yılı itibariyle Dünya Sağlık Örgütü tarafından COVID19 salgınının pandemi ilan edilmesi nedeniyle pandemi sürecinin koşullarıyla sınırlıdır.
4. Çalışma Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü’nün tez yazım kuralları ile sınırlıdır.
5. Çalışma, sosyal bilimler alanındaki tüm çalışmalar gibi insan unsuruyla sınırlıdır.

1.6. Tanımlar

Bu çalışmada sıklıkla yer verilen, çalışmaya özgü kimi kavramlar için kullanılan özel anlamlar şu şekilde açıklanabilir:

Sosyal İnşacılık: Uluslararası ilişkilerin ve kimliğin tanımlanmasının, kültür ve iletişim faaliyetlerinin sonucu olduğunu ileri süren kuram.

Festivaller: Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın resmi sitesinde “uluslararası” olarak kabul ettiği Türkiye’deki film festivalleri.

Kültürel Diplomasi: Farklı uluslarda var olan kültür ve geleneklerin bir diğer ulusla etkileşime girmesi.

Yumuşak Güç: Bir ulusun bir başkası üzerinde zorlama ya da otorite kullanmadan hakimiyet kurabilmek adına kullandığı kültürel öğeleri.

Kimlik: Bir ulusun, devletin ya da şehrin ulusal ve uluslararası çerçevede sahip olduğu özellikler.

Sosyal Gerçek: İnsanlar tarafından kolektif biçimde üretilen ve aktarılan gerçek.

2. ALANYAZIN

2.1.Diplomasi

2.1.1. Geleneksel diplomasi

Diplomasi yazılı tarihten önce de vardı. Diplomatik ilişkiler bir klan, bir kabile veya herhangi bir topluluk diğerleri ile temas ettiği gün doğmuştur. İlk diplomatik faaliyetler hakkındaki en elle tutulur delillere Doğu Akdeniz topluluklarında rastlanmaktadır (İskit, 2012, s. 57-58). Diplomasi, devletler arasındaki ilişkilerin görüşmeler yoluyla yürütülmesidir. Diplomasi bir uzlaşma sanatıdır, yani devletlerin birbirleriyle olan ilişkilerinde karşılıklı çıkarlarını uzlaştırmak ve her iki tarafın yararına çözümler bulmak amacıyla başvurdukları bir yöntemdir. Bu yöntemin temel özelliği, karşı tarafı ya da tarafları inandırabilmektir. (Tuncer, 2005, s. 11-12). Kelimenin kökeni Eski Yunan diplomasisinden gelmektedir. İlk çağlarda Eski Yunan diplomasisinde ülkelere elçiler gönderilirdi ve bu elçiler gittikleri ülkenin hükümdarına vermek üzere bir tavsiye mektubu (sembol) götürürlerdi. En eski elçiler ise, verilen görevlere ilişkin yönergeleri ise ikiye katlanmış (diploma) bir yaprak kağıt üzerine yazılı olarak almaktaydılar (Potyemkin vd., 2009, s. 85). “Diplomasi” kelimesinin kökeni de buraya dayanmaktadır. İşleyişi itibari ile diplomasi ve dış politika kavramlarının eş anlamlı olduğu düşünülmektedir fakat diplomasi politika değil politikayı uygulayan araçtır. Politika stratejiyi saptar, diplomasi ise taktikleri (İskit, 2013, s. 4). Bu yönüyle diplomasi ve dış politika birbirinin aynı terimler olmamakla birlikte birbirini tamamlayan ve birlikte var olan terimlerdir. Uluslararası ilişkiler tarihinde diplomasi ilk çağ diplomasisi, orta çağ diplomasisi, yeni çağ diplomasisi ve yakın çağ diplomasisi başlıkları altında incelenmektedir. 2000’li yıllarda teknolojinin gelişmesi ve küreselleşme ile birlikte diplomasi, kamu diplomasisi, kültürel diplomasi, sivil diplomasi, çevre diplomasisi, ekonomi diplomasisi vb. gibi odak noktasına göre isimlendirilmektedir.

İlk çağlarda “Ad Hoc” olarak adlandırılan yani tek yanlı ve geçici bir diplomasi süreci hakimdi. Geçici olmak koşuluyla ülkeler arası elçiler gönderilir, hükümdarlar arası haberleşme ve armağanlaşma bu elçiler aracılığıyla gerçekleştirilirdi. Gönderildiği ülkedeki görevini bitiren elçi, ülkesine geri dönerdi. Bu dönemlerde diplomatlar bir “haberci” niteliği taşırdı. Diplomatların dokunulmazlık ilkesi ve “açık diplomasi” anlayışı Eski Yunan dönemine dayanmaktadır (Tuncer, 2005, s. 14-17). Ayrıca İlk Çağ diplomasisi, kölelik rejimi üzerine kurulu devletler tarafından sıklıkla kullanılmıştır

çünkü bu çağda uluslararası problemler savaş yoluyla çözülmekteydi. En eski diplomatik belgeler arasında Tel Amarna mektupları ve İ.Ö. 1278 yılında firavun II. Ramses ve Hitit kralı III. Hattusil arasında imzalanan Kadeş antlaşması bulunmaktadır. Tel Amarna yazışmaları dönemin Suriye ve Filistin prensleri tarafından bağlı oldukları Firavun'a yazılan mektuplardır (Potyemkin vd., 2009, s.33). Bu mektuplarda uluslararası ilişkilerdeki diplomatik süreçlere dair örnekler bulunmaktadır. Çağın aksine Suriye ve Filistin prensleri uluslararası ilişkilerinde devletin sert gücü olan savaşı değil, iletişimi kullanmışlardır. Ayrıca Kadeş antlaşması da bu noktada önemlidir çünkü o da çağın aksine savaşın değil barışın örneğidir. Buna benzer diplomatik süreçler aynı çağda Hindistan'da da görülmektedir. Sanskritçe yazılmış ve İngilizler tarafından 18. yy.'da dünyaya tanıtılan Manu yasaları da barışı destekler yöndedir. Manu öğretisine göre diplomasi, savaştan kaçınma ve barışı pekiştirme sanatıdır (Potyemkin vd., 2009, s. 73).

Orta Çağ'da diplomasi, Avrupa'da feodaliteye evrilen imparatorlukların çıkarlarına hizmet etmiştir ve bir önceki dönemin rejimi olan kölelik ile kıyaslandığında feodalite daha ileri bir toplumsal sistemdir. Orta Çağ diplomasisinin birinci aşamasına ülkeler yeni topraklar fethetmek için birbirleriyle sürekli savaş halindeydi. İkinci aşamada ise karşılıklı uzlaşmanın zorunluluğu fark edilmiştir ve siyasal dış ilişkileri kendi aralarında düzenlemeye başlamışlardır (Potyemkin vd., 2009, s. 217-218.) 12. yüzyıl sonundan itibaren ilk defa İtalya'da "Ambasciatore = Büyükelçi" unvanı ortaya çıkmıştır. Modern diplomasi'nin ilk temelleri Rönesans döneminde atılmıştır. Reform sonrası Batı kilisesinin çökmesi ve devlet yönetimlerinin sekülerleşmesi sonucu şehir devletleri çoğalmıştır. Şehir devletleri arasındaki güç dengesinin eşit olması, ilk zamanlar sürekli savaşa neden olmuştur fakat bu eşitliğin savaşlar sonucu bozulmaması nedeniyle savaş, yerini diplomasiye bırakmıştır. Bu sebeple sürekli diplomasi doğmuştur (İskit, 2012, s. 72-75). Sürekli diplomasi ülkelerde kalıcı elçiliklerin kurulması demektir.

Yeniçağ diplomasisinin tarihi XVI. yüzyıldan Birinci Dünya Savaşı'nın bitimini noktlayan Versay antlaşmasına kadar uzanan dönemi kapsamaktadır (Potyemkin vd., 1977, s. 193). Coğrafi keşiflerin sonucu kapitalizmin etkisi giderek artmıştır ve ülkelerarası finansal ilişkiler kuvvetlenmiş, burjuvazi güçlenmiştir. Uluslararası ilişkilerin yürütülmesinde ve yönlendirilmesinde, artık devletlerarası ittifak ve koalisyonlar belirleyici bir rol oynamaya başlamıştır ve yeni hukuk anlayışları gelişmiştir (Potyemkin vd., 1977, s. 196). Bu yeni hukuk anlayışı siyasal denge, doğal sınırlar, savaş ve barış hakkı ve uluslararası antlaşmaların çiğnenemezliği üzerine kuruludur.

Diplomatik yazışmalarda evrenselliğin oluşturulması adına genel formüller oluşturulmuştur ve Fransızca evrensel diplomasi dili olarak kabul edilmiştir. Uluslararası ilişkilerin yürütülmesindeki önemli aktörlerden olan elçiler, gittiği ülkenin yöneticisi tarafından kabul edilme ve kendisinin, mallarının ve maiyetinin dokunulmazlığı olmak üzere iki temel hakka sahiptir (Potyemkin vd., 2009, s. 473). Diplomasi dilinin evrensel bir düzene sokulması çabası, elçilerin korunması gibi bu uygulamalar uluslararası ilişkilerde diplomatik süreçlerin önem kazandığının bir göstergesidir.

Son çağ diplomasisi ise feodalitenin yıkılmasıyla soyluların ön plana çıktığı bir dönemi kapsamaktadır. Özellikle Amerika’da 1782-1795 yıllarında gerçekleştirilen Bağımsızlık Savaşı’nda öne çıkan “ulusun üstünlüğü” ilkesi 1789-1794 Fransız Burjuva Devrimi ile pekişmiştir. Her iki savaşın galibi de burjuva kesimi olduğu için dış politika da burjuva diplomasisi üzerine şekillenmiştir. “Ulusun üstünlüğü” ilkesi ve burjuvazinin ortak paydada buluşma nedeni burjuvazinin kendini tüm ulus yerine koyması ve kendini bütün ulusla özdeş tutmasıdır (Potyemkin vd., 2009, s. 884). Diplomaside burjuvazinin etkisinin artması ile dış politika ticaret serbestliği çerçevesinde şekillenmiştir ve tekniğin ilerlemesiyle ulaşım, iletişim ve haberleşme araçlarının yetkinleşip hızlanmasının etkisinde kalmıştır (Potyemkin vd., 1977, s. 360). Örneğin İngiliz burjuvazisi sanayi ve deniz gücünün artması ile sömürgeciliği dış politikasının merkezine koymuştur. Gerçekleşen bu teknolojik ilerleme sonucu diplomatik süreç farklı kanallarda da var olmaya başlamıştır. Teknolojik determinist yaklaşım, teknolojinin bağımsız bir hareket tarzı olduğu noktasından yola çıkar ve bu durum ona bütün toplumsal etkinlikleri belirleme gücü verir. Bu belirleme gücü ekonomiden politikaya, devletten gündelik yaşama dek bütün kurum ve ilişkileri kapsayan bir düzeydedir (Çoban, 2013, s. 2). Bu kuramın en önemli savunucularından biri olan McLuhan, kitle iletişim araçları ve özellikle televizyon ile dünyanın küresel bir köy haline geldiğini ileri sürer (Uzun, 2013, s. 109-111). McLuhan’ın ileri sürdüğü bu “küresel köy” kavramı küreselleşmenin bir ifadesi olarak karşımıza çıkmaktadır ve diplomatik süreçler için oldukça önem taşımaktadır. Bu ifade ile birlikte dünyada ortak bir kültürün oluşturulması süreci başlamıştır. Toplumda ve teknolojiye yaşanan gelişmeler, iletişim kurma biçimlerini değiştirmiştir ve bu değişiklik diplomatik süreçlere de yansımıştır. Küreselleşen dünyada artık geleneksel diplomatik süreçler etkili olmamaktadır ve küreselleşme ile birlikte diplomatik süreçlerde de yeni dünyaya uygun araçlar kullanılmaya başlanmıştır.

Teknolojinin gelişmesi ve toplumsal süreçleri etkilemesiyle birlikte bu etki uluslararası ilişkiler boyutuna da taşınmıştır. İletişim çağı ve bunun sonucu olarak küreselleşen dünyada geleneksel diplomatik süreçlerin uluslararası ilişkiler boyutundaki etkisi azalırken, iletişim süreçlerindeki etkisi artan kitle iletişim araçları ve sanatsal faaliyetler ile ülkeler kendi kültürlerini, bir “yumuşak güç” aracı olarak kullanmaya başlayarak diğer ülkelere tanıtmaya başlamıştır ve diplomasiin kültürel boyutu oluşmuştur. Diplomasi iletişim teknikleriyle yürütülen bir süreç olduğu için iletişim tekniklerinde yaşanan teknolojik ve kültürel değişimler diplomatik süreçleri de etkileyerek kamu diplomasiinin ve ardından doğacak kültürel diplomasiinin temellerini atmıştır.

2.1.2. Diplomasiin boyutları

Soğuk Savaş'ın ardından ülkeler arası çatışmalar azalsa da sona ermiş değildir. Afganistan, Angola, Sri Lanka gibi ülkelerde şiddetli çatışmalar devam etmekteydi. Yaşanan bu şiddetin kaynağı ise etnik farklılıklar olarak kabul edilmektedir. Balkanlar, Sudan ve Ruanda'daki çatışmalar etnik kimlik çatışmalarının önde gelen örneklerindedir. Bu çatışmaları çözmek için çeşitli diplomasi türleri tanımlanmıştır. Resmi diplomasi (Track I Diplomacy), Dolaylı Diplomasi (Track II Diplomacy) ve Çok Kanallı Diplomasi (Multi-track Diplomacy) bunların başında gelmektedir (Mapendere, 2006, s. 66). Bunlara ek olarak odaklandığı alanla paralel bir şekilde adlandırılan birçok diplomasi türü bulunmaktadır fakat genel hatlarıyla bu diplomasi türlerini bahsedilen üç ana diplomasi başlığı altında incelemek mümkündür.

Resmi diplomasi (Official Diplomacy) olarak da bilinen Track I Diplomasi geleneksel diplomasi süreçlerini yansıtır ve en eski diplomasi biçimidir. Resmi diplomasi, ilgili taraflarca karşılıklı olarak tanınan araçlara kullanarak farklı devletlerin hükümetleri arasında temasların kurulması ve gerçekleştirilmesi için bir dış politika aracı olarak tanımlanmaktadır. Bu diplomasiyi diğerlerinden ayıran en önemli özelliği resmi sürecidir. Her devlet belli bir protokolü izler ve genellikle bir devletin dış politikasındaki barışı sağlamanın birincil aracı olarak kabul edilir. Diplomatlar, üst düzey hükümet yetkilileri ve devlet adamları tarafından yürütülür ve siyasi iktidar yapılarını etkilemeyi hedefler. Resmi diplomasiin artlarından birisi de siyasi gücü kullanabilmesinden gelir. Aynı zamanda resmi diplomasi devletin finansal kaynaklarına erişebildiği için müzakerelerde

esneklik sağlar. Ve son olarak da resmi diplomasi devletin çeşitli istihbarat kaynaklarına erişebildiği için taraflar hakkında derinlemesine bilgi elde edebilmektedir (Mapendere, 2006, s. 67). Fakat iktidarın sahip olduğu bu güç aynı zamanda bir dezavantaja dönüşebilmektedir. Çünkü güce erişimdeki dengesizlik gücün doğruluğunun ve güvenilirliğinin sorgulanmasına sebep olabilmektedir. Yalnızca siyasi iktidarlar tarafından yönetilebilen bu süreçte ülkeler arası iletişim oldukça azdır ve bu durum ülkeler ve milletleri arasındaki etkileşimsizliği doğurabilmektedir. Son olarak siyasi iktidar tarafından yürütülen bu süreç iktidarın değişmesiyle birlikte senkronizasyonunu yitirebilir çünkü her iktidar kendi doğruları yönünde ilerleyecektir.

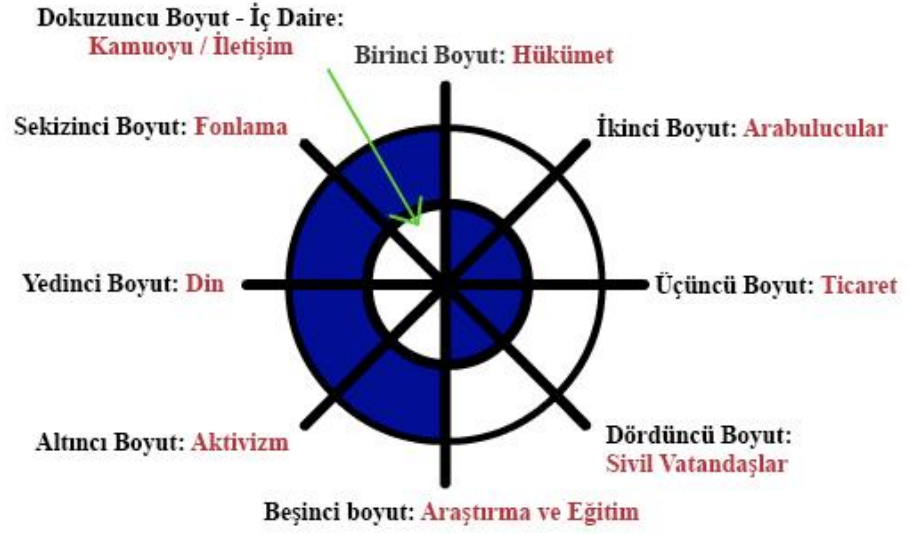
Dolaylı diplomasi ilk kez 1981 yılında Joseph Montville tarafından kullanılmıştır. Montville (2009, s. 15) Dolaylı diplomasiyi ikili çatışmalarda taraflar arasındaki gayri resmi, yapıcı etkileşim olarak tanımlamaktadır ve bu sebeple gizli diplomasi (back channel diplomacy) olarak da bilinmektedir. Dolaylı diplomasideki en önemli kavramlardan birisi diyalogdur. Taraflar arası diyalogun sağlanması ile gruplar arası etkileşim kurulmaktadır ve bu etkileşim bir köprü görevi görmektedir. Bazı diyalog süreçleri kitleler üzerinde etkili olabilecek belirli aktörler tarafından gerçekleştirilir ve böylelikle sürecin sonuç odaklı gerçekleştirilmesi hedeflenir. Diyaloglar sayesinde taraflar arasında serbest bir fikir akışı yaratılarak daha verimli müzakerelere katkıda bulunulur. Dolaylı diplomasinin temel araçlarından birisi de eğitimidir ve bu eğitim girişimlerinde iletişim, çatışma analizi, uzlaşma, işbirliği ve müzakere gibi çatışma çözme becerilerine odaklanılmaktadır (Notter ve McDonald, 1996, s. 2-3). Bu müzakereler sonucu tarafların barış sürecine kendi istekleriyle katılmaları sağlanabilir. Ayrıca sürecin yalnızca siyasi aktörler tarafından gerçekleştirilmemesi sebebiyle daha geniş kitleler tarafından kabul görebilir. Daha yumuşak bir süreç olması sebebiyle taraflar arası çatışmalarda daha etkili olabilmektedir ve bu sebeple barışın inşasını kolaylaştırabilir. Fakat sürecin yumuşak ilerlemesi de resmi diplomasiye kıyasla daha uzun sürede etkili olmasına neden olabilmektedir ve iktidar tarafından desteklenmediği takdirde kendisine güçlü finansal kaynaklar bulmakta zorlanabilir ve hiyerarşinin kuvvetli iletişim süreçlerinin zayıf olduğu ülkelerde etkili olma olasılığı azalabilir. Kullandığı araçlar ve genel özellikleri kapsamında dolaylı diplomasi kamu diplomasisi ile benzerlik göstermektedir.

Çok kanallı diplomasi (Multi-track diplomacy) ise Louise Diamond ve John W. McDonald tarafından geliştirilen ve uygulamaya konulan bir kavramdır. McDonald 1985

yılında dolaylı diplomasi hakkında bir kitap yazmasının ardından 1989 yılında diplomasinin boyutlarını hükümet, arabulucular, iş dünyası, sivil vatandaşlar ve medyanın dahil olduğu beş farklı alana genişletir. 1991 yılında ise Louise Diamond ile çalışarak bu boyutları dokuza yükseltir (McDonald, 2012, s. 66-67).

- Hükümet
- Arabulucular
- Ticaret
- Sivil vatandaşlar
- Araştırma ve eğitim
- Aktivizm
- Din
- Fonlama
- Kamuoyu/iletişim

Birinci boyut hükümet sürecinin resmi yönleriyle ifade edildiği resmi diplomasiyi temsil etmektedir. İkinci boyut ise devlet dışı aktörler tarafından uluslararası çatışmaları analiz etmeye, önlemeye ve çözmeye çalışan sivil toplum eylemleridir. Üçüncü boyut ise ekonomik fırsatlar aracılığıyla uluslararası dostluk ve barışın gayri resmi iletişim kanalları ile sağlanmasıdır. Dördüncü boyut ise vatandaşların değişim programları, gönüllülük programları ve sivil toplum kuruluşları aracılığıyla diplomatik süreçlere katılımını ifade etmektedir. Beşinci boyut kültürel arası çalışmaların, krizi yönetimi çalışmalarının uluslararası alandaki etkisini temsil etmektedir. Altıncı boyut, silahsızlanma, insan hakları, sosyal ve ekonomik adalet benzeri konularının hükümet politikalarına karşı savunulmasıdır. Yedinci boyut dinlerin, barış odaklı eylemleri ile ahlak temelli hareketleridir. Sekizinci boyut barış için finansal destek sağlayan vakıflar ve bireylerdir. Dokuzuncu boyut ise insanların düşünceleri ile ilgilidir çünkü kamuoyu medya, film, video, radyo, elektronik sistemler ve sanatla şekillenir ve ifade edilir (McDonald, 2012, s. 67-68). Çok yönlülüğü ve uyguladığı faaliyetler bakımından Çok Kanallı Diplomasi (Multi-track Diplomacy) kültürel diplomasi ile oldukça benzerlik göstermektedir.



Görsel 2.1. Çok kanallı diplomasiinin 9 boyutu

2.1.3. Kamu diplomasisi

Cull (2009, s. 12), diplomasiyi uluslararası çevreyi yönetmek için uluslararası bir aktör tarafından konuşlandırılan savaş dışı mekanizmalar olarak tanımlar. Bu aktör bir devlet, çok uluslu şirket, sivil toplum örgütü, terör örgütü olabilir. Geleneksel diplomasi, uluslararası bir aktörün başka bir uluslararası aktörle etkileşimi iken günümüz yaygın diplomasiyelerinden olan kamu diplomasisi, uluslararası bir aktörün yabancı bir halkla etkileşim yoluyla uluslararası çevreyi yönetme girişimidir. Bu kavramla birlikte uluslararası kültürel ilişkiler, ulusal markalaşma, turizm ve imaj yönetimi de ülkelerin dış politikasının alanına girmeye başlamıştır.

Kamu diplomasisi kavramı ilk kez 1965 yılında Edmund Gullion tarafından kullanılmıştır. Gullion'a göre yurtdışı kamuoyunu etkilemek, farklı ülkelerin toplumları arasındaki etkileşim, yurtdışındaki olayların raporlanması ve siyasete etkileri gibi geleneksel diplomasiinin dışında kalan olaylar kamu diplomasisinin konuları arasındadır. Tarihsel olarak kamu diplomasisi, bir hükümet ile başka bir devletin halkı arasındaki temas demektir. Kamu diplomasisinin doğrudan-direkt bir hedefi yoktur. Genellikle geniş kitleler üzerinde etkili olan bireyler ve bu bireylerin etkileyebileceği kişiler olarak geniş çapta bir hedef kitleye sahiptir. Geleneksel diplomasideki hızlı sonuçlar veren araçlar yerine daha uzun sürede etkileyen fakat etkisi kalıcı olan araçlar kullanılır ve hangi araç kullanılırsa kullanılsın yöntem, yabancı bir halkla etkileşimdir ve amaç uluslararası

çevrenin yönetimidir (Cull, 2009, s. 12). Sanders'a (2018, s. 5) göre ise kamu diplomasisinin tanımı yeterince kolaydır; ulusunuzun adına yabancı kamuoyu ile iletişim kurma sanatı ve bilimi. Geleneksel diplomasi devletlerarası ilişkileri düzenlemektedirken kamu diplomasisi devletten topluma ya da toplumdan topluma işleyen, temsil edilen toplumun ideal yönleriyle yansıtılarak "makbul" olarak betimlenmesi sonucu ülkenin imaj inşasını olumlu yönde ilerletmek amacıyla gerçekleştirilen bir iletişim sürecidir. 21. yüzyılda ülkeler kendi kültürlerini markalaştırma faaliyetleri gerçekleştirerek farklı devletleri, askeri ya da siyasi müdahalelere gerek duymadan etkisi altına almıştır. Cazibe merkezi haline gelen bu devletler, kendi dillerini ve kültürlerini başka ülkelere kolaylıkla kabul ettirebilmiştir. Böylelikle küresel ekonomi ve siyaset gibi pek çok alanda kültürel güçlerini kullanarak kazanımlar elde etmişlerdir (Poyraz ve Dinçer, 2016, s. 34, 37).

Cull'a (2009, s. 13) göre, kamu diplomasisinin uygulamasında belli anahtar öğelere dikkat verilmesi gerekmektedir.

- a. Uluslararası ilişkilerde artık geleneksel olmayan aktörler ve sivil toplum kuruluşları özellikle öne çıkmaktadır.
- b. Bu aktörlerin dünya kamuoyu ile iletişim kurmak için kullandıkları mekanizmalar yeni, gerçek zamanlı ve küresel teknolojilere (özellikle internet) taşınmıştır.
- c. Bu yeni teknolojiler, yerel ve uluslararası haber alanları arasındaki eski katı çizgileri bulanıklaştırmıştır.
- d. Kamu diplomasisi eski propaganda kavramları yerine bir yandan pazarlamadan ve ulus markalaştırmasında elde edilen kavramları ve diğer yandan ağ iletişim teorisinden büyüyen kavramları giderek daha fazla kullanmaktadır.
- e. Prestij ve uluslararası imgenin dili "yumuşak güç" ve "marka"dan bahsetmek için yeni bir kamu diplomasisi terminolojisi oluşmaktadır.
- f. Kamu diplomasisi, "Soğuk Savaş" dönemi diplomasisinden farklı olarak insandan insana temasa vurgu yapmaktadır.
- g. Kamu diplomasisinin asıl görevi ilişki kurmak olarak nitelendirilir.

Nye (2005, s. 8-11) kamu diplomasisinin üç boyutu olduğunu ileri sürer. İlki ve en önemlisi iç ve dış politika kararlarının bağlamının açıklanmasını içeren günlük iletişimdir. Hükümet kararlarını basına aktaran hükümet yetkilileri genellikle yerel basına yönelirler fakat yabancı basın birlikleri kamu diplomasisinin ilk boyutu için en önemli hedef olmak zorundadır. İkinci boyut, stratejik iletişimdir. İletişim kampanyaları, verilmek istenen temaları güçlendirmek veya belirli bir hükümet politikasını ilerletmek için bir yıl boyunca sembolik olaylar ve iletişim faaliyetleri planlar. Kamu diplomasisinin

üçüncü aşaması burslar, değişimler, eğitim, seminerler, konferanslar ve medya kanallarına erişim yoluyla kilit kişilerle uzun yıllar süren ilişkilerin geliştirilmesidir. Amerika'nın gerçekleştirdiği kültürel ve akademik değişim programları sayısız katılımcıya ev sahipliği yaptı ve bu değişim programları Anwar Sadat, Helmut Schmidt ve Margaret Thatcher gibi dünya liderlerini eğitmeye yardımcı olmuştur. Kamu diplomasisinin bu üç boyutunun her biri, istenen sonuçları elde etmek için bir ülkenin imajının oluşturulmasında etkili rol oynamaktadır.

Sanders (2018, s. 5) kamu diplomasisinin birçok katmandan oluştuğunu söyler. Herhangi bir kamu diplomasisi süreci kitlenin (hedefin) tanınmasıyla başlamaktadır. Kamu diplomasisinin uygulanmasına başlamadan önce, hedef kitlenin zihninde neler olup bittiğini ve onun nasıl etkilenebileceğini anlamak önemlidir. Genellikle, akademisyenler kamu diplomasisi tekniklerini “bilgilendirici” ve “ilişkisel” olanlara ayırırlar. Bilgilendirme, konuşmacının dinleyicilerin anlamasını ve inanmasını istediği bilgileri aktaran yabancı kamuoyu ile iletişimidir. “İlişkisel”, değişim programları, turizm, işbirlikçi çabalar ve kültürel ve sportif katılımlar gibi dostluklar ve kişiler arası anlayış oluşturan tekniklerdir. İlişkisel faaliyetler, güvene dayalı yakınlıklar yaratmayı amaçladığı için bilgi ile de etkileşime girer (Sanders, 2018, s. 7,8). Kamu diplomasisi süreçlerindeki bir diğer önemli aşama da dinlemedir. Dinleme, bir aktörün yurtdışındaki kamuoyu ve fikirleri hakkında veri toplayıp, topladığı bu verileri birleştirerek, bu veriler ile politikasını ve kamu diplomasisi yaklaşımını şekillendirerek uluslararası çevreyi yönetme çabasıdır. Dinlemek hedef kitlenin ihtiyaçlarının ve endişelerinin anlaşılmasını sağlamaktadır. Kitleyi anlayan kamu diplomasisi programları oluşturmak için profesyonel kitle araştırması gereklidir. Dinleme bu noktada etkili bir araç olmaktadır. Kamu diplomasisi araçları yalnızca elektronik medya ve hükümet girişimleriyle sınırlı değildir. Kamu diplomasisi mesajları mümkün olan her şekilde yayılmaktadır. Turizm, iş ilişkileri, uluslararası konferanslar, değişim programları gibi kişisel etkileşimler kamu diplomasisi sürecini ilerleten araçlardır.

Leonard, Stead ve Smewing'e (2002, s. 9) göre kamu diplomasisinin başarabileceği etkiler hiyerarşisi şu sıradadır:

- İnsanların, kendi ülkelerinden farklı ülkelere aşinalığını artırmak
- İnsanların kendi ülkesinden farklı bir ülkeye olan takdirini artırmak (olumlu algılar yaratmak, küresel öneme sahip konuları aynı bakış açısıyla görmelerini sağlamak)

- İnsanları kendi ülkesinden farklı bir ülke ile meşgul etmek (bağları güçlendirmek, farklı bir ülkenin turizm ve eğitim gibi konularda çekici bir yer olarak görülmesini sağlamak, farklı bir ülkenin değerlerini anlatmak ve sevdirmek)
- İnsanları etkilemek

Bu hedeflere ulaşmak için hükümetlerin, kamu diplomasisinin, mesajların iletilmesinde tek boyutlu bir süreç olmadığının farkında olmaları gerekmektedir.

Kamu diplomasisinde yer alan uluslararası bir aktör için en önemli şey ne söylediği değil ne yaptığıdır. Bu sebeple herhangi bir kamu diplomasisi yapısındaki en önemli bağlantı, bir aktörün kararlarının dış dünya üzerindeki etkisinin, dış politika sürecinde artmasını sağlayan bağlantıdır (Cull, 2009, s. 27). Çoğu zaman siyasi liderler sorunun basitçe başkalarında var olan bilgi eksikliği olduğunu ve kendinde var olan bilgiyi karşıya aktardığında aradaki iletişimsizliğin ortadan kalkacağını düşünür. Fakat her iletişim sürecinde olduğu gibi tüm iletiler, kültürel filtrelerden geçmektedir ve bu sebeple ilgi her alıcı tarafından farklı kültürel kapsamlarda işlenir ve farklı yorumlamalar doğurur. İşte tam da bu sebeple söylenenler değil yapılanlar daha etkili olmaktadır (Nye, 2005, s. 12). Kamu diplomasisinin temel uygulamaları karşı kültürü dinleme, savunuculuk, kültürel ve değişim diplomasisi ve hatta uluslararası yayıncılıktır (Cull, 2010, s. 12). Özellikle son çağlarda internetin yaygın kullanımı ile birlikte her bir birey içerik üreticisine dönüşmüştür ve sosyal ağlar aracılığıyla uluslararası yayıncılık yaygın hale gelmiştir. Özellikle ana akım medyaya alternatif olması yönüyle tercih edilen internet yayıncılığı farklı kültürlerin birbirleriyle etkileşimini kolaylaştırmaktadır. Her ne kadar yüz yüze iletişim daha etkili sonuçlar verse de, internet üzerinden görüntülü konuşma teknolojileri ile hem sanal hem de gerçek bir deneyim kullanıcılara sunulmaktadır ve yüz yüze etkileşime yakın sonuçlar elde edilmektedir. Uluslararası yayıncılığa ek olarak uluslararası film festivalleri de kültürel diplomasiinin güçlü bir aracı olarak kamu diplomasisinin uygulayıcılarından birisidir. Çünkü sanat ve kültür birçok ülkenin tanıtım faaliyetlerindedir. Ülkeler kültürel miraslarını göstererek farklı ülkelere ve toplumlara kim olduklarını gösterme, onlarda olumlu bir imaj yaratma fırsatı elde ederler ve siyasi amaçlarına ulaşmayı denerler. Özellikle 20. yüzyılda, Amerika Birleşik Devletleri uluslararası ilişkiler sürecinde diğer devletleri bu yönüyle etkilemiştir. Siyasal anlamda yalnızlık politikası uygulayarak hiçbir ülkenin içişlerine karışmamıştır fakat Amerikan değerlerini tüm dünyaya yaymayı ana vazifesi olarak kabul etmiştir (Kissinger, 2000,

s.11). Fakat bu durum Nazi Almanya'sındaki yoğun propaganda çalışmaları ile karıştırılmamalıdır.

Soğuk Savaş'ın aşırı koşullarını yansıtan “propaganda” kavramına göre Gullion'un “kamu diplomasisi” kavramı daha kabul edilebilir bir terimdir. Kullanılmaya başladığı andan itibaren iki kavram arasındaki farklar daha belirgin hale gelmeye başladı ve iki terim birbirinden ayrıldı. Propagandaya benzer şekilde, kamu diplomasisi 'etki' ile ilgiliydi; ancak propagandanın aksine, bu etki aktörlerden hedeflerine doğru tek yönlü bir yol değildir. Kamu diplomasisi iki yönlü bir sokaktır, bir devletin ya da başka bir uluslararası aktörün halklar arasındaki etkileşimi kolaylaştıran veya kendi politikasını yabancı kamuoyuna göre ayarlayan karşılıklı etki sürecidir. (Cull, 2010, s. 12).

2.1.4. Yumuşak güç yaklaşımı

Yeni kamu diplomasisinin en önemli özelliklerinden biri, Joseph Nye'nin Soğuk Savaş'ın sonunda ortaya attığı, bir aktörün askeri ve ekonomik kozlar yerine, sahip olduğu kültürün çekiciliği aracılığıyla uluslararası ortamda istediğini elde edebilme yeteneğinin bir ifadesi olarak ortaya çıkan “Yumuşak Güç” teriminin yükselişidir (Cull, 2009, s. 15). Yumuşak güç askeri-siyasi zorlama ya da ekonomik avantajlar yerine istediğini elde edebilmek için kullanılan başkalarını etkileme yeteneğidir. Bir ülkenin yumuşak gücü, kültürüne, değerlerine ve politikalarına dayanır. (Nye, 2008, s. 94). Sert gücü oluşturan askeri teknoloji ve ekonomik çıktılarının aksine yumuşak güç, ülkeler arası iletişime ve kültürel alanlara yönelir. Sert güç unsurları devletler tarafından kolaylıkla kontrol edilebilirken, yumuşak güç unsurları üzerinde keskin bir güce sahip bir kontrol mekanizması bulunmamasıyla birlikte etkisi kitleler tarafından kabul edilmesine bağlıdır ve etki etmesi yıllar sürebilir. Ayrıca bilgi çağında yumuşak güç araçlarının kullanılması tahmin edildiği kadar kolay değildir. Teknolojik gelişmelerle birlikte her bir iletişim aracının hükümet tarafından kontrol edilmesi güçleşmiştir.

Kamu diplomasisi yumuşak gücün uygulama mekanizması olabilir fakat yumuşak güçle aynı şey değildir (Cull, 2009, s. 15). Etkili kamu diplomasisi, konuşmanın yanı sıra dinlemeyi de içeren çift yönlü bir yoldur. Bu sebeple karşılıklı değişim ve etkileşim, sadece kendi fikirlerini dikte etmekten daha etkilidir. Tanım olarak yumuşak güç, başkalarının, istediğiniz sonuçları elde etmenizi istemesi anlamına gelir ve bu sebeple hedef kitleyi anlamak çok önemlidir (Nye, 2005, s. 11). Hedef kitle tanındığında ise

yaratılan ortak kültür önemli bir yumuşak güç kaynağı olmaktadır ve uzun süreli bir etkiye sahiptir.

“Yumuşak Güç” teriminin avantajı kamu diplomasisine dikkat edilmesini savunmak için bir dil sağlamış olmasıdır. Dezavantajı ise Nye’in onu bir aktörün istediğini alabilmesini sağlayan bir mekanizma olarak sunmasıdır. Fakat bir devletin her uluslararası etkileşime yalnızca istediği şeyi elde etmek için girmesi kesinlikle çekici değildir, aksine iticidir ve bu da negatif yumuşak gücü doğurur. Yeni diplomasi sürecinde karşı kültürü dinlemek ve karşılıklı olarak değişime açık olmak caziptir. Bu sebeple paradoksal olarak devletin yumuşak güce çok fazla odaklanması aslında onun yumuşak gücünü azaltmaktadır (Cull, 2009, s. 15).

Dünya çapında birçok ülke, kültürünü bir yumuşak güç unsuru olarak kullanarak farklı ülkelerce benimsenebilir bir imaj yaratmaya ve küresel bir güç elde etmeye çalışmıştır. Örneğin Fransa, 1883 yılında Alliance Francaise aracılığıyla dili ve edebiyatını kullanarak kültürünü yaygınlaştırmış ve tüm Avrupa’ya tanıtmıştır. Fransa’nın bu hamlesini takip eden ülkeler İtalya ve Almanya olmuştur. Amerika Birleşik Devletleri, yumuşak güç unsurlarını kullanmaya her ne kadar diğer ülkelerden daha geç başlamışsa da sonrasında en yoğun kullanan ülkelerden biri haline gelmiştir. Kültürel diplomasi süreçleri için bir ofis kurmuştur ve Hollywood aracılığıyla tüm dünyaya olumlu bir Amerikan tasviri çizmiştir. Tüm bunlara ek olarak radyo yayınlarının artmasıyla birlikte birçok dilde uluslararası radyo yayınlarına başlamıştır ayrıca kültürel değişim programlarıyla yurt dışına birçok sanatçı göndermiş ve birçok ülkeden de misafir sanatçı kabul etmiştir. 1990’lara gelindiğinde British Council, İngiltere’yi modern, çok kültürlü ve ideal bir ada olarak tanıtmaya başlamıştır (Nye, 2005, s. 2-9).

2.1.5. Ulus ve şehir markalama

Kamu diplomasisi ve kültürel diplomasi süreçlerindeki en önemli noktalardan birisi kültürünüzü, ülkenizi, toplumunuzu ideal bir şekilde temsil edebilmektir. Temsil, zihnimizdeki kavramların anlamının dil aracılığıyla üretilmesidir. Kavramlar ve dil arasındaki bağlantı ya nesnelere, insanların ya da olayların “gerçek” dünyasına ya da gerçekte kurgusal nesnelere, insanların ve olayların hayali dünyalarına atıfta bulunmamızı sağlar (Hall, 2003, s. 17). Bu tanımda olduğu gibi dil, göstergelerle belli davranış ve görsellerle simgeselleşir. Bu simgesel anlamlar ile aynı dili konuşmadığımız

toplumlarla iletişim kurabiliriz ve böylelikle hem kendi kültürümüzü tanıtabiliriz hem de farklı kültürleri tanıyarak bu iki kültürün birleşmesinden doğacak melez kültürler elde edebiliriz. Dilin simgeselleşmesi ise bir inşa sürecidir. Anlam dünya üzerinde kendiliğinden var olan bir kavram değildir, insanlar doğal çevresi ile etkileşime geçerek anlamları inşa ederler. Bu inşa sürecinde de kendi temsillerini ve kimliklerini de inşa ederler. Anlamlandırma ve temsil süreçleri genellikle iki kavram üzerinden ilerler: benzerlikler ve farklılıklar. “Öteki” kavramını sahip olduğumuz özelliklere benzerliği ve farklılığıyla anlamlandırırız. Yani temelde çevremizi bize benzer şeyler ve bizden farklı şeyler olarak anlamlandırıp kategorize ederiz. Bu noktada “farklı” kavramı oldukça önem taşımaktadır çünkü anlamı yaratmamızı sağlayan kavramlardan belki de en önemlisidir. Kültür, temelinde bir şeylerin, sınıflandırma sistemi içinde farklı konumlara atanarak farklı anlamlar almasına bağlıdır. Dolayısıyla farklılık ya da “Öteki” kavramı, kültür dediğimiz sembolik düzenin temelini oluşturur (Hall, 2003, s. 236). “Ben” ve “Öteki” tanımlamaları yapılırken bu süreçte güç, anlamlandırma işlemi yapandır. Anlamlandırma işlemi yapan özne konumunda olacağı için sahip olduğu ideoloji çerçevesi içinde karşısındakini somut bir şekilde nesneleştirir. Yani özünde ideoloji, bireyleri özneler olarak çağırır ve adlandırır (Althusser, 1978, s. 65). Gramsci’ye göre de bu güç hegemonyadır. Hegemonya egemen sınıfın karşıt gruplar üzerinde uygulayacağı güç olmakla birlikte her zaman baskı ile eş anlama gelmemektedir (Gramsci, 1986, s. 73). Hegemonya aynı zamanda entelektüel ve kültürel faaliyetler ile karşıt grupların rızasının kazanılması işlemi de olabilmektedir. Bu noktada kamu diplomasisi ve yumuşak güç kavramlarıyla oldukça ilişkilidir. Hegemonya, sahip olduğu ideolojiye göre anlamlandırma işlemi yaptığı için güç sahibi olandır ve etkilenen değil etkileyendir. Bu sebeple de hem uluslararası ilişkilerde hem de kamu diplomasisinde önemli bir yere sahiptir. Ülkeler/toplumlar “Ben” ve “Öteki” tanımlamalarını yaparak gücünü pekiştirir. Batı bu noktada gücü elinde bulunduran taraf olarak oryantalist bakış açısını geliştirerek kendisi ve Doğu arasında benzerlikler ve farklılıklar üzerine bir tanımlama yapmıştır. Edward Said’e (2000, s. 279) göre oryantalizm genellikle Batı tarafından, zayıf olduğu için, Doğu’ya empoze edilen bir doktrindir. Kültürel araç olarak oryantalizm bir saldırı, hareket, yargı, bildirme isteği ve bilginin kendisidir. Oryantalistlere göre Doğu, Batı için var olmaktadır (Said, 1998, s. 280). Yargı ya da anlamlandırma gücün temsilleridir. Batı, Doğu’yu tanımlayarak onun üzerinde sahip olduğu gücü sergilemektedir. Örneğin Amerika’da 1842 yılında “American Oriental Society” (Amerikan Doğu Derneği)

kurulmuştur. Derneğe göre oryantalist merkezlerin amacı yalnızca bilimsel değil aynı zamanda politiktir de. Derneğin ilk toplantısında dernek başkanı Pickering barış ortamının yarattığı uygun şartlarda Doğu ülkelerine serbestçe girilip gerekli kültürel ilişkilerin kurulabileceğini belirtmiştir (Said, 1998, s. 398). Kamu diplomasisine bir örnek olarak gösterilebilecek bu olayda oryantalizmin kamu diplomasisine ve kültürel diplomasiye Avrupa nezdinde zemin hazırladığı görülmektedir. Böylelikle Avrupa sahip olduğu güç ile kendi kültürünü markalaştırarak diğer toplumlara tanıtma ve benimsetme fırsatına sahip olmaktadır.

Türk Dil Kurumu'na ([http-1](http://1))¹ göre marka, bir ticari malı, herhangi bir nesneyi tanıtmaya, benzerinden ayırmaya yarayan özel ad veya işaret, tanınmış ürün, saygın kişi anlamlarına gelmektedir. Marka oluşturma süreci, birkaç yıllık bir süre için uzun vadeli bir taahhüt gerektirir ve kısa vadede sadece küçük bir kazanç meydana gelebilir. Milletler, etkileri geçici olabilecek kısa vadeli tanıtımlar yerine, ulus markalarını oluştururken bu gerçeği kabul etmeli ve uzun vadeli stratejik bir görüş benimsemelidir. Kamu diplomasisi süreçleri de benzer şekilde işler. Propagandanın aksine daha dolaylı ve uzun vadede daha kalıcı sonuçlar elde edilir. Dinnie'ye (2008, s. 15) göre ulus markalaşma, ulusa tüm hedef kitleleri için kültürel temelli farklılaşma ve diğer toplumların ilgisini sağlayan benzersiz, çok boyutlu unsurların karışımıdır. Her ülkenin kendi toplumunda ve diğer toplumlarda eşsiz bir adı ve imajı vardır. Bu sebeple her ülke bir markadır demek yanlış olmayacaktır. Kaneva'ya (2011, s. 118) göre ulus markalaşma, pazarlama ve markalama paradigmaları yoluyla ulus kavramını yeniden oluşturmayı amaçlayan söylemler ve uygulamalardır. Fan'e (2010, s. 98) göre ulus markası, bir ulusun diğer toplumların zihninde insanlar, yer, kültür, dil, tarih, mutfak, moda, ünlü yüzler, küresel markalar gibi unsurlardan bazılarını içerebilecek tüm algıların toplamıdır. Ulus markalaşma ile milletler daha fazla turist çekmeyi, ülkelere yapılacak yatırımları teşvik etmeyi ve ihracatı artırmayı amaçlamaktadır. Birçok ülke için bir diğer hedef de yüksek öğrenim gören öğrenciler ve kalifiye işçiler için bir cazibe merkezi haline gelmektir. Ayrıca ulus markalaşma ile ülkeler, uluslararası güvenilirliği ve yatırımcı güvenini kazanmayı, uluslararası siyasi etkisini artırmayı, daha güçlü uluslararası ortaklıkları teşvik etmeyi ve güven, uyum gibi kavramların temelinde yükselen bir ulus inşasını hedeflemektedir (Dinnie, 2008, s. 17). Güçlü ve pozitif bir ulus markası, günümüzün küreselleşmiş ekonomisinde ve siyasetinde

¹ <https://sozluk.gov.tr/?kelime=> (Erişim tarihi: 02.04.2020)

önemli rekabet avantajı sağlamaktadır. Ulus markalaşması aynı zamanda bir ülke hakkındaki yanlış anlamaların silinmesine yardımcı olabilir ve ülkenin hedef kitlelere göre kendisini daha olumlu bir şekilde yeniden konumlandırmasına izin verebilir. Ulus markalaşma, bir ulusun yumuşak gücünü geliştirme ve sürdürmede önemli bir araç olarak kullanılabilir. Başarılı uluslararası marka kampanyaları, uluslararası kitle arasında daha olumlu bir imaj oluşturulmasına yardımcı olur ve böylece ülkenin yumuşak gücünü daha da artırır (Fan, 2010, s. 100).



Görsel 2.2. *Ulus markalamasında öğeler*

Ulusal kimliğin temel özellikleri arasında ortak bir vatan, ortak kültür, ekonomi, turizm, toplum bilinci bulunmaktadır. Her ne kadar internet teknolojisi dünyayı küresel bir köy haline getirse de, ulusal kimlik derin duygusal ve manevi gücü ile toplumlar için bir kimlik kaynağı olmaya devam eder. Örneğin uluslararası spor müsabakalarında ya da şarkı yarışmalarında yaşanan yoğun gurur ulusal kimliğin çağımızda hala güçlü bir kavram olarak karşımıza çıktığının göstergesidir. Ulusal kimliğin diğer öğeleri arasında silahlı kuvvetlerin üniformaları, geleneksel kıyafetler ve mimari tarzlar bulunmaktadır. Ayrıca belirli bir ülkeyle yakından ilişkili olan tanınmış bireyler de bu kapsamda ulus markalaşmasının öğelerinden biridir. Örneğin Güney Afrika için Nelson Mandela, İskoçya için Sean Connery gibi (Dinnie, 2008, s. 114). Ülkelere ait doğal güzellikler ve coğrafi bölgeler de ulusal kimliğin bir başka örneğidir. İstanbul'un Boğaz Köprüsü ile özdeşleşmesi ve hatta Türkiye'nin Avrupa ve Asya arasında bir köprü olarak temsil edilmesi buna bir örnektir. Böylelikle ülkeler kendilerini bir turizm merkezi haline getirebilir. Ek olarak bir ülkede kültürel çeşitliliğin bulunması ve bu çeşitliliğe saygı

duyulması da bir diğer güçlü ulus markalaşma özelliklerinden biridir. Kültürel çeşitliliğe saygı duyulması ülkenin diğer toplumlar tarafından daha kolay takdir edilmesini ve benimsemesini sağlar. Bir ülkenin dili, edebiyatı, mimarisi, müziği ve mutfağı da onun ulus markalaşma için kullandığı kültürel öğelerdendir ve bu yönüyle kamu diplomasisi ile benzerlik gösterir.

Kamu diplomasisinde olduğu gibi ulus markalaşma kavramı da genellikle reklam ve propaganda ile eş tutulur fakat böyle bir tanımlama oldukça eksik kalacaktır. Ulus markalaşmada hedef hem yerel hem de uluslararası kitledir ve çoğu zaman kamu tarafından finanse edilir ve bu yönüyle kamu diplomasisi ile özdeştir. Ulus markalaşma hem mal ve hizmet satmanın bir aracı olarak hem de halkı ekonomik kalkınma adına harekete geçirebilecek bir varlık olarak bir ulusun rolü hakkında belirli bir düşünme biçimini yansıtır. Aynı şekilde, “milliyetçilik” en azından kısmen bir tüketim biçimi olurken, “vatandaşlık” kısmen markayı yaşamanın bir yolu haline gelir (Volcic ve Andrejevic, 2011, s. 605).

Türkiye'nin resmi tanıtım faaliyetleri Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yürütülmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı milli, manevi, tarihi, kültürel ve turistik değerleri araştırmak, geliştirmek, korumak, yaşatmak, değerlendirmek, yaymak, tanıtmak, benimsetmek ve bu suretle milli bütünlüğün güçlenmesine ve ekonomik gelişmeye katkıda bulunmakla görevlendirilmiştir ([http-2](http://2))². Türkiye'nin uluslararası bir marka olma yolunda attığı ilk adım 2000 yılında gerçekleştirdiği logo çalışmasıdır.



Görsel 2.3. Türkiye logosu

Yeni logoda kırmızı, yeşil ve turkuaz renkleri ile lale figürü yer almaktadır. Logoda lale motifinin tekrarlanmasındaki amaç, Türkiye'nin geçmişi ile bağını modern değerler ile harmanladığının bir göstergesidir (Gündoğdu Aksungur, 2008, s. 92). 2019 yılında Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından “Time For More” isimli bir tanıtım filmi

² <https://www.ktb.gov.tr/TR-96130/kurulus-amaci-ve-gorevleri.html> (Erişim tarihi: 04.04.2020).

çekilerek, Türkiye'nin tarihi ve doğal güzellikleri, şehir hayatı, mutfağı ve kültürü yansıtılmıştır. Türkiye'nin en bilinen şehirlerinden biri olan İstanbul için "Maximum İstanbul" adlı bir film çekilmiştir. Filmde İstanbul'un tüm yönleriyle yansıtılması ve örnek bir şehir olarak temsil edilmesi amaçlanmıştır. Kültür ve Turizm Bakanlığı bünyesinde bulunan Tanıtma Genel Müdürlüğü de Türkiye'nin yurt içi ve yurt dışındaki tanıtımından sorumludur. Tanıtma Genel Müdürlüğü'nün görevleri:

- Her türlü imkandan yararlanarak, ülkemizin milli, manevi, tarihi, kültürel, sanatsal ve turistik değerlerinin yurt içi ve yurt dışında tanıtımını yapmak, yaptırmak, bu amaçla yurt içinde ve yurt dışında seminer, sempozyum, kolokyum, kongre, fuar, sergi, festival, yarışma, gösteriler ve benzeri faaliyetleri düzenlemek veya düzenlenmiş olanlara katılmak, bu yönde faaliyet gösteren yerli veya yabancı, kamu veya özel kurum, kuruluş, topluluk ve kişileri desteklemek, yönlendirmek ve bunlar arasında gerekli işbirliğini sağlamak, bu tür faaliyetlerin ülkemizde yapılmasını özendirmek, ödül vermek,
- Dünya seyahat ticaretinin ülkemize yönelmesini sağlamak üzere, yurt içi ve yurt dışındaki yerli ve yabancı seyahat ticaret kuruluşları ile ortak projeler geliştirmek, bunların faaliyetlerine yardımcı olmak,
- Yukarıda belirtilen faaliyetlerin kolaylaştırılması ve geliştirilmesi amacıyla bu faaliyetleri yürüten, yönlendiren kitle iletişim veya ulaştırma kurumları ile yakın ilişki içinde bulunmak ve yabancı kamuoyunu etkileyebilecek konumda bulunan kişi, kurum, kuruluş, topluluk veya bunların temsilcilerini davet etmek ve ağırlamak,
- Yurt içi ve yurt dışı tanıtma için gerekli yayın, doküman ve malzemeyi hazırlamak, hazırlatmak, satın almak ve dağıtmak,
- Ülkemize yönelik turizm talebinin değerlendirilmesi ve buna uygun politikaların oluşturulması amacıyla yurt içinde ve yurt dışında her türlü etüt ve araştırmaları yapmak veya yaptırmak, istatistik verilerini derlemek,
- Ülkemize yönelik turizm talebini artırmak amacıyla yurt dışında basın, yayın gibi tanıtım faaliyetlerine ilişkin mal ve hizmetleri satın almak

şeklinde sıralanmaktadır (http-3)³. Açıkça görülmektedir ki Türkiye ulus markalaşma yolunda yurt içi ve yurt dışı tanıtımlarında devlet desteğine sahiptir ve hükümet ulus markalaşmanın kamu diplomasisi ve doğrudan bir şekilde uluslararası ilişkilerdeki rolünün dikkate almaktadır. Tüm bu tanıtım ve iletişim faaliyetleri sonrasında kültürel diplomasi çerçevesinde toplanacaktır.

³ <https://tanitma.ktb.gov.tr/TR-22527/gorevleri.html> (Erişim tarihi: 05.04.2020)

2.2. Kültürel Diplomasi

İkinci Dünya Savaşı'nın sona ermesiyle birlikte dünyada politik, ekonomik ve kültürel olarak dramatik değişiklikler yaşanmıştır. Batı'da varolan siyasi, ekonomik ve kültürel milliyetçilik hızlanan küreselleşmenin de etkisiyle azalmıştır. Gelişen iletişim teknolojileri küreselleşmeyi hızlandırmakta ve kültürel farklılıkları etkilemektedir. Kültürün küresel etkisi yeni bir olgu olmamakla birlikte son yıllarda daha da belirgin hale gelen bir olgudur. Popüler kültür ile birlikte farklı ülkelerden sanatçılar kendi ülkeleri dışında kitleler kazanmaktadır. Bu sebeple kültür bir ülkenin dünyanın geri kalanıyla olan ilişkileri için oldukça önemlidir. Ülkeler arası en eski ilişkiler kültürel ilişkilerdir. Siyasi diplomasi geleneği içinde, kültür her zaman varlıkları sergilemek, ilişki kurmak ve güç talep etmek için bir araç olarak kullanılmıştır. Kültürün halklar arasında anlayış geliştirme özelliği özellikle öğrenci değişim programları ve kültürel diplomasi süreçlerinde etkili olmuştur. Öğrenci değişim programlarına örnek olarak İkinci Dünya Savaşı sonrasında Senatör J. William Fulbright tarafından başlatılan program verilebilir. İkinci Dünya Savaşı'nın ardından ülkelerin savunma harcamalarının keskin bir şekilde düşmesi kültürel diplomasi faaliyetlerini destekleyen koşullardan birisidir. Bir diğer koşul da artan seyahat kolaylığı ve kişi başına düşen gelirin artan seviyelerinin katkısıyla küresel turizmin kültürel mesajların uluslararası aktarımını kolaylaştırmasıdır.

“Kültürel Diplomasi” kavramı, karşılıklı anlayışı geliştirmek amacıyla ülkeler ve halklar arasında fikir, bilgi, sanat ve kültürün diğer yönlerinin değişimini ifade eder (Cummings, 2009, s. 1). Cull (2009, s. 19) ise kültürel diplomasiyi, bir aktörün kültürel kaynaklarının ve başarılarının uluslararası alanda bilinmesini sağlayarak ve/veya yurtdışına yönelik kültürel aktarımı kolaylaştırarak uluslararası çevreyi yönetme girişimi olarak tanımlamaktadır. Kültürel diplomasi popüler olmayan politikaları telafi etmez veya açıklamaz; daha ziyade karşılıklı anlayış ve uzlaşmayı artırır ve uzun vadeli bir ilişkinin bir parçası olarak saygı oluşturur. Tarihsel olarak kültürel diplomasi, bir ülkenin kültürünün örneklerinin dışa aktarılmasını kolaylaştırma politikası anlamına gelmektedir. Etkili kültürel diplomasi girişimleri sergiler, festivaller gibi faaliyetler üzerine inşa edilebilir ve buradaki en önemli nokta yerel halkın bu faaliyetler ile etkileşime girmesidir. Başarılı yürütülen bir kültürel diplomasi sürecinde tek amaç “etkilemek” değildir. Ülkeler arası bağları kuvvetlendirmek için kültürel diplomasi süreçlerinde karşı toplumun tarihine ve kültürüne saygı zorunludur. Böylelikle karşı ülke tarafından bir art niyet sezilmez

ve bu da karşı ülkenin toplumunun yaratılmaya çalışılan ortak kültürel sürece daha kolay entegre olmasını sağlar Bir ülkenin toplumuna entegre olan kültürel girişimler en güçlü ve en kalıcı etkiye sahip girişimlerdir. Kültürel diplomasi süreçlerini başarılı bir şekilde sürdürmenin bir diğer yolu da karşı toplumun yerel sanatçıları ile gerçekleştirilecek faaliyetlerdir. Uluslararası film festivalleri bunun örneklerinden biridir. Sanatçılar kendi eserlerini ülkeleri dışında temsil etme şansı yakalarken aynı zamanda farklı kültürlerle de tanışma imkanına sahip olmaktadır. Böylelikle sağlıklı kültürel etkileşim ortamları yaratılmaktadır. Kültürel diplomasiye ilişkin birçok ülke farklı uygulamalar geliştirmiştir. Soğuk Savaş ilerledikçe kültürel diplomasiyi kullananlar arasında bir ayrım oluşmaya başladı. Kültürel diplomasinin sanat, kitaplar, değişim programları gibi damlama etkisi gösteren yavaş araçlarını (slow media) tercih edenler ve radyo, film ve haber filmleri gibi anında ve görülür bir şekilde etki eden hızlı araçları (fast information media) tercih edenler üzere ikiye ayrıldılar. Soğuk Savaş boyunca, bu iki yaklaşım hükümetlerin yumuşak gücü nasıl uygulaması gerektiği konusunda tartışıldı. “İnatçılar” doğrudan propagandadan çekilmedi, “yumuşak huylular” ise dış tutumları değiştirmenin yıllar içinde ölçülmesi gereken aşamalı bir süreç olduğunu savundu (Nye, 2005, s. 4).

Geleneksel diplomasiye alternatif olarak kültürel diplomasinin kullanılmasının nedenlerinden birisi de yeni dünyada hükümetlere olan güvenin azalmasıdır. Günümüzde toplumlar artık hükümetlere şüpheyle yaklaşmaktadır. Bu sebeple, hükümetler kendilerini arka planda tutarak özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarıyla çalışmaktadırlar. Yeni çağ diplomasisi döneminde, uluslararası ilişkilerin yürütülmesinde devletler arası koalisyonlar önemli rol oynamaya başlamıştır. Çünkü kapitalizmin etkisi artarak burjuvazi kuvvetlenmiştir ve devletlerarası ekonomik ilişkiler kuvvetlenmiştir. Yaşanan yoğun savaşlar sonrasında toplumlar hükümetlere olan güvenini yitirmiştir ve burjuvazinin gölgesinde gelişen özel sektör güç kazanmaya başlamıştır. Bu sebeple hükümetler, hükümet dışı aktörler ve sivil toplum kuruluşları ile çalışmaya başlamıştır. Hatta bazı sivil toplum kuruluşları ülkelerarası otoriteye sahip olmuştur. Hükümetin kültürel diplomasi süreçlerini dolaylı yoldan yürütmesinin yararlarından birisi de daha riskli eylemlerde daha özgürce rol alabilmesidir. Belirli durumlarda devletler, toplumları tarafından devletin ekonomik gücünü verimli kullanamadığı yönünde eleştirilmektedir. Bu durum özellikle kültürel faaliyetlerde yoğunlukla gözlenmektedir. Örneğin 1947 yılında Amerika'nın çağdaş sanatçıların eserlerinden oluşan sergisi için ayırdığı bütçe toplum tarafından gereksiz görülmüştür ve dönemin başkanı yoğun eleştirilere maruz

kalmıştır. Bu sebeple kültürel değişim programlarında devletin görünür özne olarak yer alması yerine sivil toplum kuruluşlarını ya da devlet dışı aktörleri desteklemesi hem uygulanan faaliyetin daha verimli sonuç almasını sağlamakta hem de devleti oluşabilecek potansiyel olumsuz eleştirilerden uzak tutmaktadır. Kültürel diplomasi, bilgilendirici içerikler ve değişim programlarını kullanmaktadır fakat amacı bilgilendirme ve etkileşimin de ötesinde bir itibar yaratma sürecidir. Bu uygulama genel olarak “ulus markalaşması” olarak tanımlanmaktadır. Hedef bir ulusun genel kabulünü ve o ulusa olan hayranlığı inşa etmektir (Sanders, 2018, s. 8). Film festivalleri gibi kültürel değişimler ya da spor diplomasisi ulus markalaşmasının tipik uygulamalarıdır. Bir ülkenin doğal güzelliklerini gösteren reklam kampanyaları turizmi ve yabancı yatırımı artırabilir ve genellikle ülkenin markasını geliştirebilir.

Kültürel diplomasi, genellikle kültürel bir etkinliğin ortak deneyimiyle benzersiz bir açıklık atmosferi yaratma potansiyeline sahiptir (Schneider, 2003, s. 11). Kültürel diplomasiğin ana aktörleri vakıflar, kar amacı gütmeyen kuruluşlar ve akademik kurumlardır. Entelektüeller, sanatçılar ya da benzer aktörler kültürel diplomasi süreçleri için önemli öznelerdir. Bu özneler genellikle kamuoyunun şekillenmesinde etkilidir. Özellikle Amerika uluslararası ilişkileri için, İkinci Dünya Savaşı sırasında ve sonrasında yaşanan Soğuk Savaş döneminde komünizmin yayılmasını engellemek amaçlı diplomasiğin kültürel yönlerini bir araç olarak kullanmıştır. Avrupa ise Batı'nın demokratik kavramlarının yayılmasını sağlamak için kültürel diplomasiyi kullanmıştır. Her ne kadar kültürel diplomasi kavramı bir “Amerika İcadı” olarak yansıtılsa da aslında Fransa ve İngiltere kültürel diplomasi girişimlerine daha önce başlamıştı, ancak Amerika küresel bir güç haline geldikçe, kültürel diplomasi ABD dış politikasının önemli bir parçası haline geldi (Feigenbaum, 2002, s. 30). Özellikle küreselleşme ve internet teknolojisi ile kültür her zamankinden daha önemli bir konuma gelmiştir. Kültürel ürünlerin değeri arttıkça kültürel diplomasiğin de algılanan değeri artmaktadır.

Kültürel diplomasiğin siyasi portföyde nerede bulunduğu konusunda bazı anlaşmazlıklar vardır. Kültürel diplomasi, sömürgecilik, emperyalizm ve propaganda ile ilişkilendirilir ve bu nedenle olumsuz ve etik olmayan bir imaj çizer. Baskın devletler her zaman politik, sosyal, kültürel ve ekonomik değerleri ilerletmek için kültürü kullanmıştır. (Nisbett, 2013, s. 558). Fakat kültürel diplomasi propaganda ile eş tutulmamalıdır. Her ikisinin de ortak amacı hükümet çıkarlarını yurtdışında yansıtmaya çalışmak olsa da kuşkusuz propagandanın açıkça siyasi bir içeriği vardır. Kültürel diplomasi yöntemleri,

propagandanın aksine dolaylı ve uzun sürede etki özelliğine sahiptir. Propaganda doğrudan bilgilendirici ve yönlendirici içeriklere sahipken kültürel diplomasi eğitim ve örnekleme gibi yöntemlerle paydaşlarına seçenek sunan bir süreçtir. Kültürel diplomaside propagandanın aksine dikte yoktur, uluslararası aktörlerin tüm platformlardaki ifade özgürlüğüne dayanır. Fikirlerin, olayların ve kültürlerin halklar arasında özgürce değiş-tokuş edilmesidir ve bu yönüyle de otoriter rejimler tarafından kullanılan zorlayıcı stratejilerden ayrılır. Bu sebeple her ne kadar esnek bir tanıma sahip olsa da yalnızca politik olduğu söylenemez. Kültürel diplomasisi ilişkiler kurmakla ilgilidir, diğer ülkelerin, kültürlerin ve halkların ihtiyaçlarını anlamak, bakış açımızı iletmek ve ortak paydalar üretmekle alakalıdır.

Geniş kitlelere ulaşmak için birçok farklı yayın yöntemi vardır. Gazeteler, dergiler, kitaplar, posterler, reklam panoları, el ilanları ve elektronik postalar geleneksel kültürel diplomasi araçlarındandır. Ayrıca kültürel diplomasinin etkili olabilmesi için hedef kitlenin her zaman okur yazar olmasına gerek yoktur. Radyo, televizyon ve internet yayıncılığı ile her kesimden kitlelere ulaşılabilir. Özellikle internet, yapısı itibariyle çift yönlü iletişimi barındırdığı için kültürel diplomasi süreçlerinde oldukça etkili kabul edilmektedir çünkü kültürel diplomasinin temelinde kitle merkezli bir yaklaşım vardır ve çift taraflı iletişimin en başarılı kültürel diplomasi programlarının çekirdeğini oluşturduğu söylenmektedir.

2.2.1. Kültürel diplomasi ve sosyal inşacılık kuramı

Konstrüktivizm kavramı uluslararası ilişkiler literatüründe ilk olarak Nicholas Onuf'un "İnşa Ettiğimiz Dünya" (World of Our Making) adlı çalışmasında yer alırken uluslararası ilişkiler üzerindeki asıl etkisi ise Alexander Wendt'in eserleri üzerinden gerçekleşmiştir (Ekici, 2018, s. 12). Sosyal inşacılık kuramına göre sosyal gerçek, dışarıda insandan bağımsız salt bir gerçek değil insanın müdahaleleriyle şekillenen bir gerçektir. Berger ve Luckmann'a (2008, s. 58) göre dil aracılığıyla gündelik hayatın gerçekliği bir bütün haline gelir. Dünya dil aracılığıyla herhangi bir anda gerçek haline gelebilir. Dil nesnelere var ederek dünyayı gerçek bir yer haline getirir. Dil aracılığıyla geçmiş, şimdi ve gelecek inşa edilir. Örneğin film festivallerini de bir iletişim dili olarak kabul edebiliriz ve onların ülkeleri uluslararası mecrada var ettiğini, ülkeleri ve ülkelerin kültürlerini gerçek kıldığını söyleyebiliriz. Dil ve dilin yarattığı sembollerden biri olan

film festivalleri yalnızca kültürlerarası etkileşimi sağlamaz aynı zamanda geleceği de inşa eder. Din, felsefe, sanat ve bilim, tarihsel olarak en önemli sembol sistemlerindedir. Dil göstergeselleşerek sembolizm düzeyinde bir gerçeklik oluşturur. Film festivalleri, dilin göstergeselleşerek sembolizm düzeyine ulaşmış hallerinden biridir. Sanat ve sanatın kollarından ve temsillerinden biri olan film festivalleri, dilin en önemli sembol sistemlerinden biridir. Dünya sembollerden oluşan bir gerçekliktir ve festivaller de birçok ögenin sembolüdür. Kültürel diplomasi süreçlerinde olduğu gibi kültürel değişimin, etkileşimin, iletişimin, uluslararası ilişkilerin ve politikanın birer temsili olabilmektedir.

Semboller aracılığıyla yaratılan bilgi birikir ve nesilden nesle aktarılarak sosyal bilgi stokunu oluşturur. Yani semboller geçmişte, şu anda ve gelecekte var olmuş/olacak bilgiyi yaratarak aynı zamanda geleceği de yaratmış olur ve bunu ileri kuşaklara aktarır. Kültürel diplomasi araçları ile bir ülkeye ait bilgi oluşturulur ve bu bilgi hem o ülkenin gelecek kuşaklarına hem de farklı ülkelere aktarılır. Farklı kültürlerle olan etkileşim, mevcut sosyal bilgi stokunu da etkiler. Tam da bu noktada kültürel diplomasi süreçleri işlemektedir. Sosyal bilgi stoku, mevcut duruma ve bu durumun sınırlarına dair bilgiyi de kapsamaktadır. Örneğin, yoksul olduğumu ve bu yüzden zengin banliyösünde yaşayamayacağımı bilirim. Bu bilgi, hem yoksul olanlar tarafından hem de daha ayrıcalıklı konumda olanlar tarafından paylaşılır. Sosyal bilgi stokuna bu şekilde katılmak, bireylerin toplumda “konumlanmalarına” ve uygun bir tarzda “yönetilmelerine” imkan sağlar (Berger ve Luckmann, 2008, s. 61). Buradaki en önemli iki kavram konumlandırma ve yönetmedir. Küresel çapta düşünüldüğünde toplumlar sosyal bilgi stokunda var olan mevcut bilgiye göre konumlanır ve bu mevcut bilgi dil ve dilin sembolleri aracılığıyla üretilir. Bu sembollere egemen olunarak yaratılan gerçeğe ve sosyal bilgi stokuna sahip olunabilir. Kültürel diplomasinin amacı buna benzerdir. Ulus markalaşması ile “makul” tanımı yapılır ve bu “makul” koşullar yumuşak güç unsurları ile farklı ülkelere benimsetilir. Sosyal bilgi stoku ile tipleştirmeler yapılır. Örneğin iyi, kötü, dost, düşman gibi. Kültürel diplomasi süreçlerinden biri olan ulus markalaşması ile benzer olarak her iki süreçte de belirli tanımlamalar çerçevesinde tipleştirmeler yapılmaktadır. Daha sonra bu tipleştirmeler “herkesin bildiği şeye” dönüşür. Örneğin arkadaşım Henry’nin bir İngiliz olduğunu ve dakik olduğunu bilirim. Dakikliğin İngilizlere has bir özellik olduğunu “herkes bildiği” için bende Henry’ye ait bu iki özelliği sosyal bilgi stoku çerçevesinde anlamlı bir tipleştirmeye birleştirebilirim (Berger ve Luckmann, 2008, s. 64). Aynı yolla kültürel diplomasi araçları ve onların kurduğu

gerçekler aracılığıyla bir ülke kimliği yaratılabilir. Örneğin sanatsal faaliyetleri ve özellikle ev sahipliğini yaptığı film festivali ile bir Fransız ya da Cannes kimliği inşa edilmiştir. Ayrıca sosyal bilgi stoku ile bilinmesini istediğiniz şeyleri ön plana çıkarabilir, gündem dışı kalmasını istediğiniz şeyleri ise geri planda bırakarak gölgede bırakabilirsiniz. Bu yönüyle kamuoyu oluşturmaya benzerdir. İnsanların neyi bilip, neyi konuşacağını ve neyi onaylayacağını belirlemeye benzer. Bu yönüyle kültür bahsedilen inşa sürecinin temel yapı taşlarından biridir ve inşa sürecinin daha iyi anlaşılması adına kültürün tanımlarına ihtiyaç duyulmaktadır.

Kültür, insanın çevresi ile girdiği tüm etkileşimi kapsar. İnsan her ne kadar bir doğaya sahip olsa da özünde kendi doğasını kendi inşa eder. Bu yönüyle de kendi gerçekliğini inşa ettiğini söylemek yanlış olmayacaktır. Her kültürün kendi ait farklı gerçekleri vardır. Fakat antropolojik olarak “normal”, temel olana ya da kültürel anlamda evrensel olana atıfta bulunur. Yani “normal”i bir ölçüde kültürel anlamda evrensel olan belirler diyebiliriz. Bu sebeple kültürel diplomasi geleneksel diplomasinin yerini alarak hükümetler tarafından yoğun biçimde kullanılmaya başlanmıştır. İnsanlar içinde buldukları çevreyi birlikte üretirler çünkü insan sosyal bir varlıktır. Evren düşünülmedikçe var olmadığından ve yalnızca toplum tarafından düşünülebildiği için toplum tarafından inşa edilir (Durkheim, 2005, s. 516). Bu sebeple de sosyal düzen, insani bir üründür, süregiden insani bir üretimdir.

İnsan faaliyetleri mutataştırmaya yani alışkanlık haline gelmeye tabidir. İnsan davranışının bu özelliği sayesinde davranışlar sınıflandırılabilir ve bu sınıflandırmalar doğrultusunda kurumlar oluşur. Kurumlar mutataşmış eylem tipleridir ve insan faaliyetlerinin bir kısmı kurumlaşmıştır. Kurumlaşmanın tam anlamıyla gerçekleşmediği durumlarda kontrol mekanizmalarına ihtiyaç duyulmaktadır. Örneğin dışlama bir kontrol mekanizması olarak kabul edilebilir. Semboller kurduğu gerçekliği kabul ettiremediği durumlarda diğer ötekileri (devletler, kültürler, kişiler, vs.) dışlama ile kontrol etmeye çalışmaktadır. A ve B etkileşime girdiğinde tipleştirme süreci de yaşanacaktır. A, B'nin eylemlerine motifler atfederek onu tekrarlayan eylemlerine göre tipleştirir. Bir diğerini tekrar etme, aynı eylemler iki tarafın icrası sonucu ortaya çıkacaktır. Bu demektir ki A, B'nin tekrarlanan rollerini kendine mal edecek ve kendi icrasına yönelik modeller haline getirecektir. (Berger ve Luckmann, 2008, s. 80-85). Yani B'nin kendini “makul olan” olarak tanıtabildiği durumlarda A, B'yi takip edecektir. Kültürel diplomasi süreçleri de bu şekilde ilerlemektedir. Ayrıca bu süreç dahilinde bir diğerini öngörmek de

kolaylaşacaktır. Kültürel diplomasi süreçlerinde hedefi tanımak oldukça önem arz ettiği için öngörme faaliyeti önemli bir yere sahiptir. İnşa edilen bilgi nesilden nesle aktarılarak salt bilgiye dönüşür, yoğunlaşır ve katılaşır. Bunun sonucu olarak da daha az sorgulanır hale gelir. Gerçeği inşa edenler yeni katılımcılara bu gerçeğin aktararak onu daha da nesnel kılar. Gelecek kuşağa aktarılan şey, bilgi gövdesidir. Sosyal süreçte bilgi yeni kuşaklar tarafından nesnel gerçek olarak öğrenilir ve öznel gerçek olarak içselleştirilir. Bu gerçeklik, yeri geldiğinde bireyi biçimlendirme gücüne sahiptir (Berger ve Luckmann, 2008, s. 100). Aynı zamanda uluslararası ilişkiler boyutunda düşündüğümüzde bireylerin oluşturduğu toplumları biçimlendirme gücüne de sahiptir. Kültürel diplomasi araçları ile hükümetlerin amaçladığı budur.

2.3. Kültürel Diplomasi ve Türkiye Örneği

İbn Haldun'un "coğrafya kaderdir" sözünde olduğu gibi Türkiye de bulunduğu coğrafi konumu nedeniyle stratejik bir ülkedir. Birbirinden farklı kültürlere ev sahipliği yapan Avrupa ve Asya kıtalarını birleştiren bir köprü olması, tarihin başlangıcından beri birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olması, kendi içerisinde de birçok farklı din, dil ve kültürü barındırıyor olması onu stratejik kılan temel nedenler arasındadır (Poyraz ve Dinçer, 2016, s. 40). Fakat genel anlamda incelendiğinde Türkiye kültürel diplomasi araçlarını diğer ülkeler kadar aktif kullanamamıştır. Bunun sebeplerinden biri olarak çok farklı iki kültüre komşu olması gösterilebilir. Ortadoğu ve Avrupa arasında konumlanan Türkiye bu iki farklı kültürün arasında net bir kültürel diplomasi süreci yürütememektedir. Bu sebeple kendi kültürünü net bir şekilde yansıtamadığı için Batı nazarında "Doğulu" bir imaja sahiptir. Batılı toplumlarda var olan bu oryantalist bakış açısı, Batı'nın kültürel diplomasi süreçlerini aktif bir şekilde yürüterek kendisini "makul olan" olarak yansıttığı için O'nun bu yorumu dünya genelinde kabul görmektedir. Batı'nın "makul olan" olarak kabul edilmesi ve Türkiye'ye karşı olan oryantalist tavrı Türkiye'deki sanatçıları, Batı'ya kendini kabul ettirme isteğiyle self-oryantalizme götürmektedir. Yoğun kültürel diplomasi faaliyetleri ile Batı, sosyal bilgi stokunun inşacısı olarak konumlanmıştır ve bu sebeple uluslararası ilişkilerde kültürel diplomasi faaliyetleri oldukça önem arz etmektedir.

Türkiye hem devlet destekli kurumların hem de Sivil Toplum Kuruluşları'nın çalışmaları ile kültürel diplomasi faaliyetlerini gerçekleştirmektedir. Kültürel diplomasi

ile ilgili ortaya konmuş en eski temel strateji belgesi 1968-1972 yılları için belirlenmiş beş yıllık kalkınma planıdır (Alemdar, 2018, s. 85). İkinci Dünya Savaşı sonrası oluşan yeni dünya düzeni, ülkelerin dış politika stratejilerini önemli ölçüde etkilemiştir. ABD ve Rusya arasında yaşanan Soğuk Savaş döneminde Türkiye, tarihi ve kültürel bağlarının olduğu coğrafyalarla ilişki kuramamıştır (Güzel, 2016, s. 353). Türkiye, Soğuk Savaş dönemi sonrasında “aktif politika” anlayışını benimseyerek SSCB’nin dağılmasından sonra kurulan yeni devletlere sağladığı daimi açık desteği ile bunu ispatlamıştır. Türkiye din, dil, tarih ve kültür bakımından ortak geçmişe sahip olduğu, Osmanlı Devleti’nin eski toprakları olan Balkanlar, Orta Doğu, Kuzey Afrika ve Kafkasları kültürel diplomasi faaliyetlerinin odağına koymuştur. Balkanlardaki yoğun Türk ve Müslüman nüfus, Türkiye’nin dış politika ve kültürel diplomasi faaliyetlerinde bu bölgeye yoğunlaşmasının nedenlerindedir. Yine aynı sebeple Orta Doğu ile geçmişten gelen organik bağların bulunması da bu bölgeyi hedef bölgelerden biri yapmaktadır. Orta Asya ise “ata yurdu” olarak kabul edilmesi ve bölgede yaşayan Türkler ile “kan bağı” bulunduğunun iddiası ile Türkiye’nin en çok kültürel diplomasi faaliyetleri yürüttüğü coğrafyalardan biridir (Eren, 2017, s. 41). Gerçekleştirilen kültürel diplomasi faaliyetleri ile Türk kültürünün tanıtılması ve benimsenmesi amaçlanmaktadır.

Türkiye kültürünün tanıtılması ve başka kültürlerle etkileşime geçebilmesi adına Kültür ve Turizm Bakanlığı yabancı ve yerli sanatçıları kapsayacak bazı kanunlar çıkarmıştır. 30671 sayılı 30.01.2019 tarihli Resmi Gazete’de yayımlandığı üzere 5224 sayılı kanunun 6. maddesine yeni maddeler ekleyerek Dizi ve Yabancı Filmleri Destekleme Komisyonu oluşturulmuştur. Komisyon; Bakan Yardımcısı, Sinema Genel Müdürü, Tanıtma Genel Müdürü, Dışişleri Bakanlığı Yurtdışı Tanıtım ve Kültürel İşler Genel Müdürü, ilgili alan meslek birlikleri tarafından önerilen sektör temsilcileri arasından Bakanlık tarafından belirlenecek iki üye, film yapımcıları, dağıtımçıları ve yayıncı kurum ve kuruluş temsilcileri arasından Bakanlık tarafından belirlenecek iki üye olmak üzere toplamda sekiz üyeden oluşmaktadır. Bu komisyon ile birlikte Türkiye’nin uluslararası bir film platosuna dönüştürülmesi amaçlanmaktadır. Aynı kanunun 9. maddesine “Uluslararası festivallere ve yarışmalara katılım ile bunlara ilişkin tanıtım faaliyetlerini destekleyebilir” ek maddesi eklenmiştir ([http-4](http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2019/01/20190130-7.htm))⁴. Bu maddede de açıkça görüldüğü üzere Türkiye kültürel diplomasi süreçlerini ve uluslararası alandaki tanıtımını

⁴ <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2019/01/20190130-7.htm> (Erişim tarihi: 31.03.2020)

artık kanunlarla desteklemektedir. 3. Milli Kültür Şurası Eylem Planı'nda da bu net bir şekilde görülmektedir. Yayınlanan eylem planında kültür politikaları, kültür diplomasisi, kültür ekonomisi, kültür varlıkları, müzeler ve arkeoloji, sahne sanatları, sinema, radyo ve televizyon, müzik, görsel sanatlar, dil ve edebiyat, yayıncılık ve kütüphanecilik, medya ve kültür, çocuk ve kültür, mimari ve kültür, şehir ve kültür, yerel yönetimler ve kültür, yurtdışı Türkler ve kültür, aile ve kültür başlıkları bulunmaktadır. Kültür politikaları kapsamında

- Milli Kültür Strateji Belgesi'nin hazırlanması
- Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın genel bütçeden aldığı payın artırılması
- TBMM'de kültür komisyonunun oluşturulması
- İl kültür konseylerinin kurulması ve şehir odaklı kültür sanat planlarının yapılması
- Kapsamlı bir Türk halk kültürü ve edebiyatı ansiklopedisi hazırlanması
- Kültürel mirasımızın tanıtımı, ulusal ve uluslararası düzeyde toplumsal farkındalığın artırılmasına yönelik çalışmalar yapılması
- Türk sanatı ve sanatçılarının uluslararası sanatsal hareketliliğe katılımının desteklenmesi
- Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından kültür ve sanat alanlarında verilen desteklerin artırılması, kapsam ve niteliklerinin geliştirilmesi

gibi kararlar alınmıştır (KTB, 2017, s. 3-7).

Eylem Planı'nda kültür diplomasisi başlığı altında

- Bakanlığımız personelinin kültür diplomasisi ve ilgili alanlarda daha donanımlı hale getirilmesi
- Kültür diplomasisinde Bakanlık vizyonunun yenilenmesi
- Yurt dışında Türk dil ve kültürünün öğretilmesi ve aktarılması
- İkili kültür anlaşmaları çerçevesinde diğer ülkelerle "Kültür Çalışma Grupları"nın oluşturulması
- İkili kültürel anlaşmaların sayısının artırılması ve içeriklerinin geliştirilmesi
- Uluslararası kuruluşlar bünyesinde görev yapan Türk personel sayısının artırılması
- Kültür ve sanat alanında uluslararası fonlardan daha fazla yararlanılmasını sağlamak üzere bilgilendirme, danışmanlık ve koordinasyon faaliyetleri gerçekleştirilmesi

gibi kararlar alınmıştır (KTB, 2017, s. 9, 10).

Sinema, Radyo ve Televizyon başlığında ise Türk kültürünün tanıtılması amacıyla

- Türkiye Film Tanıtım Platformu ve veritabanının oluşturulması
- Türkiye Sinema Müzesi ve Arşivi'nin kurulması

kararları alınmıştır (KTB, 2017, s. 24).

Türkiye'nin gerçekleştirdiği bir diğer kültürel diplomasi faaliyeti de Kültür ve Turizm Bakanlığı Türk Kültür, Sanat ve Edebiyat Eserlerinin Dışa Açılımını Destekleme

Projesi'dir. Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yürütülen ve kısa adı TEDA olan bu proje, Türk kültür, sanat ve edebiyatıyla ilgili Türkçede veya başka bir dilde yayımlanmış eserlerin, çeviri ve yayım marifetiyle yurt dışında tanıtılmasını sağlamak için yurt dışında veya yurt içinde faaliyet gösteren yayıncılara teşvik veren bir çeviri, yayım ve tanıtım destek programıdır ([http-5](http://teda.ktb.gov.tr))⁵. Bu proje kapsamında Türkiye'nin kültürel ve edebi birikimi yurt dışında farklı dillerde tanıtılma imkanı bulur. Gerçekleştirilen tüm bu kültürel faaliyetler ile temel olarak amaçlanan Türkiye'nin uluslararası bağlamdaki kimlik inşası ve imaj yönetimidir çünkü bir ülkenin kimlik ve imajı doğrudan bir biçimde o ülkenin kültürel diplomasisi ile ilişkilidir. Bu bağlamda 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı kapsamında yapılan etkinlikler de bir kültürel diplomasi faaliyeti olarak kabul edilebilir. Bir ülkenin kültürünün özellikle genç kitlelere aktarılması onun kabulünü kolaylaştırmaktadır. 23 Nisan etkinlikleri kapsamında da Türkiye'ye birçok farklı ülkeden genç ve çocuklar gelerek hem kendi kültürlerini tanıtmaya hem de Türk kültürünü tanıma ve ülkelerinde tanıtmaya fırsatını bulmaktadır. İngiliz Monocle Dergisi ülkelerin yumuşak güçlerini değerlendirmek amacıyla her yıl 25 ülkenin seçtiği bir Soft Power Survey gerçekleştirmektedir. Türkiye bu ankette en son 2015/2016 döneminde son sıradan (25. olarak) yer almıştır. 2015 yılından sonra yapılan anketlerde yer almamaktadır ([http-6](http://monocle.com))⁶.

Türkiye kültürel diplomasi faaliyetleri içinde en çok değişim programlarını, sempozyumları, akademik toplantıları, sanatsal ve kültürel faaliyetleri, vb. kullanmaktadır. Tüm bu eylemlerde ortak amaç Türk kültürünün tanıtılması ve kabulüne buna bağlı olarak da kültürün politik bir güç olarak kullanılmasıdır. Türkiye'nin kültürel diplomasi faaliyetlerini devlet destekli kurumlar ve özel kuruluşlar gerçekleştirmektedir.

2.3.1. Türkiye'de kültürel diplomasi faaliyetlerini yürüten devlet destekli kurumlar

2.3.1.1. TİKA (Türk işbirliği ve koordinasyon ajansı)

Dış yardımlar kültürel diplomasi süreçlerinde etkili birer unsurdur. Türkiye diğer ülkelere yaptığı dış yardımları bir kurum çatısı altında toplamak ve bu kurumu dış politikasının bir uygulayıcı yapmak üzere 1992 yılında TİKA'yı (Türk İşbirliği ve

⁵ <https://teda.ktb.gov.tr/TR-251996/teda-nedir.html> (Erişim tarihi: 30.03.2020)

⁶ <https://monocle.com/film/affairs/soft-power-survey-2015-16/> (Erişim tarihi: 12.03.2020)

Koordinasyon Ajansı Başkanlığı) kurmuştur. Türkiye'nin proje ve faaliyetlerini artıran TİKA, Türkiye'nin uluslararası alanda sahip olduğu pozisyonu güçlendirmiştir (Kardaş ve Erdağ, 2012, s. 169). Dışişleri Bakanlığı'na bağlı olarak kurulan TİKA, 1999 yılında Cumhurbaşkanlığı tezkeresi ile Başbakanlığa ardından 2018 yılında Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlanmıştır. Kurulduğu yıllarda TİKA, Türkiye Cumhuriyetlerinin kendi sosyal yapısını üretmesini, kültürel ve siyasi hakların gelişmesini amaçlamıştır. Eğitim, sağlık, restorasyon, tarımsal kalkınma, maliye, turizm, sanayi alanında birçok proje ve faaliyet gerçekleştirmiştir. TİKA Program Koordinasyon ofislerinin ilki Türkmenistan'da açılmıştır ve daha sonra Avrasya bölgesindeki ofis sayısı altıya yükselmiştir. Kurulduğu yıldan 1995 yılına kadar sosyal ve kültürel faaliyetler yürüten TİKA 1995 yılı sonrasında faaliyetlerinin odağına eğitim ve kültürel iş birliği çalışmalarını koymuştur ve Avrasya bölgesinde okullar, kütüphaneler, laboratuvarlar inşa ederek üniversitelere teknik donanım yardımında bulunmuştur. Türk İşbirliği ve Kalkınma Ajansı Başkanlığı'nın 60 ülkede 62 Program Koordinasyon Ofisi bulunmaktadır ve 150 ülkede faaliyet göstermektedir (<http-7>)⁷.

TİKA'nın (2019, s. 32) son raporuna göre Türkiye, yabancı ülkelere 376,8 milyon dolar eğitim, 78,9 milyon dolar sağlık, 0,9 milyon dolar nüfus politika programları ve üreme sağlığı, 5,8 milyon dolar su ve su hijyeni, 117,6 milyon dolar idari ve sivil altyapılar ve 55,5 milyon dolar diğer sosyal altyapı ve hizmetleri yardımı sağlamıştır. Diğer ülkelere yapılan bu dış yardımlar uluslararası ilişkilerde önemli bir dış politik araçtır ve bu yardımlar aracılığıyla diğer ülkelere eğitim ve temel ekonomik faaliyetlerle ilgili destek vermek amaçlanırken bir diğer hedef de iki ülke arasındaki kültürel bağların güçlendirilmesidir. Yapılan bu yardımlar ve yürütülen proje ve faaliyetler ile Türkiye'nin tanıtımına ve uluslararası alanda etkinliğine önemli ölçüde katkı sağlanmıştır. Bu faaliyetlerin ekonomik boyutta olduğu gibi kültürel boyutta sonuçları da bulunmaktadır ve bu kültürel boyut ile, hedeflenen Türkiye imajı uluslararası alanda inşa edilmeye çalışılmaktadır. Sosyal inşacılık kuramına göre insanlar ve toplumlar etkileşimli olarak birbirlerini inşa ederler. Bu inşa sürecinde gerçekleştirilen iletişim eylemleri toplum ve insan arasındaki ilişkinin geleceğini şekillendirmektedir. Devletlerin birbirleriyle ve diğer toplumlarla ilişkisini belirleyen ana faktörler de sosyal ve kültürel ilişkilerdir. TİKA'nın başka ülkelerde yürüttüğü faaliyetler de devletler ve toplumlar arasında ortak

⁷ <https://www.tika.gov.tr/tr/sayfa/hakkimizda-14649> (Erişim tarihi: 26.03.2020)

bir kültürün oluşturulmasını sağlamıştır. Bu sebeple Türkiye ve diğer ülkeler/toplumlar ortak bir paydada buluşma imkanı yakalamıştır. Sosyal inşacılık kuramında kültür, normlar ve kimlik bir ülkenin dış politikasında etkili olan önemli öğelerdendir. TİKA'nın gerçekleştirdiği sosyal ve kültürel faaliyetler Türkiye'nin dış politikası için bu sebeple önem taşımaktadır (Kardaş ve Erdağ, 2012, s. 184, 185).

TİKA'nın yürüttüğü etkinlikler kapsamında film gösterimleri ve film festivalleri de bulunmaktadır. Türkmenistan, Azerbaycan ve Cezayir gibi Türk ve Müslüman nüfusun yoğun olduğu ülkelerde film günleri düzenlenmektedir. Böylelikle sahip olunan ortak kültür-medeniyet ve Türk/Müslüman ülkeler arasındaki bağın kuvveti tüm dünyaya gösterilmektedir. Bu tür etkinlikler ile hem iki ülke arasındaki kültürel bağ kuvvetlenirken hem de bir birlik temsili yansıtılmış olur.

2.3.1.2. Yunus emre enstitüsü

TİKA'nın gerçekleştirdiği kültürel ve sosyal faaliyetler çoğunlukla ekonomi temellidir. Bu sebeple odağı yalnızca Türk kültürünü tanıtmak ve yaygınlaştırmak olan merkezlere ihtiyaç duyulmaya başlanmıştır. Bu ihtiyaca istinaden 05.05.2007 tarihinde Ankara'da Yunus Emre Vakfı kurulmuştur.

Yunus Emre Vakfı; Türkiye'yi, Türk dilini, tarihini, kültürünü ve sanatını tanıtmak; bununla ilgili bilgi ve belgeleri dünyanın istifadesine sunmak; Türk dili, kültürü ve sanatı alanlarında eğitim almak isteyenlere yurt dışında hizmet vermek; Türkiye'nin diğer ülkeler ile kültürel alışverişini artırıp dostluğunu geliştirmek amacıyla 05.05.2007 tarihli ve 5653 sayılı kanunla kurulmuş bir kamu vakfidir (http-8)⁸.

Yunus Emre Enstitüsü ise bu vakfa bağlı olarak 2009 yılında faaliyetlerine başlamıştır ve şu anda yurt dışında toplamda 58 kültür merkezi bulunmaktadır. Bu kültür merkezleri ile ulusal ve uluslararası platformlarda Türkiye kültürünü ve sanatını tanıtacak faaliyetler gerçekleştirilmektedir. Müzik, modern ve klasik Türk el sanatları, tiyatro, sinema, fotoğraf, edebiyat, Türk mutfağı vb. alanlarda Türkiye'nin zengin kültür birikimini paylaşmak amacıyla konserler, sergiler, atölye çalışmaları, sahne gösterileri, film gösterimleri, bilimsel toplantılar, aydın buluşmaları, sanat kursları ve benzeri pek çok faaliyet düzenlemektedir (Yunus Emre Enstitüsü, 2014, s. 14). Enstitü'nün düzenlediği ilk faaliyetler arasında Türkçe eğitimleri gelmektedir. Kurduğu merkezler aracılığıyla dünyanın pek çok ülkesinde Türkçe eğitimleri vermiştir. 2010 yılında Uluslararası Balkan

⁸ <https://www.yee.org.tr/tr/kurumsal/yunus-emre-enstitusu> (Erişim tarihi: 29.03.2020)

Dil, Tarih ve Medeniyet Sempozyumu'nu her yıl düzenlenmek üzere başlatarak akademik faaliyetlere de başlamıştır. Enstitü yalnızca Türk kültürüne odaklanmamış, kültürel diplomasi'nin önemli kavramlarından biri olan "etkileşim" odağında iki kültürün ortak paydada bulunduğu etkinlikler de düzenlemiştir. 2010 yılında başlatılan bu sempozyum buna bir örnektir. Enstitü kendi gerçekleştirdiği sempozyumlara ek olarak farklı ülkelerin düzenlediği toplantılara da davetli olarak çağrılmıştır. 2010 yılında Washington'da düzenlenen "US Summit and Initiative for Global Citizen Diplomacy" başlıklı zirveye davetli olarak katılmıştır (Yunus Emre Enstitüsü, 2011, s. 19). "Uluslararası Gümüş At Sinema ve Müzik Ödülleri" ile Avrupalı Türklerin sanat ve kültür çalışmalarının desteklenmesi ve Türk kültürünün Avrupa'da tanıtılması amaçlanmaktadır. Ziraat Bankası ile en önemli projelerinden biri olan 100 Türkiye Kütüphanesi projesi protokolünü 11 Nisan 2012 Çarşamba günü imzalamıştır. Proje kapsamında dünyanın çeşitli merkezlerinde 100 Türkiye Kütüphanesi kurularak Türk dili, tarihi, kültürü, sanatı, mutfağı, şehirleri, turizmi, siyaseti, yeni dış politikası, ekonomisinin tanıtılması hedeflenmiştir (Yunus Emre Enstitüsü, 2012, s. 63). Ayrıca öğrenci ve öğretim elemanları değişim programıyla hem kendi ülkesinden öğrenci ve öğretim elemanlarını farklı ülkelere göndererek, hem de bu ülkelere misafir kabul ederek kültürel diplomasi bağlamında etkileşimli bir ortam yaratmıştır. Eğitim odaklı değişim programlarına ek olarak sanatçılar için gerçekleştirilen değişim programları da faaliyete konulmuştur ve böylelikle iki ülke ve toplumları arası kültürel bir bağ oluşturulmaya çalışılmıştır. Farklı ülkelerdeki kültürel diplomasi konferanslarına katılarak Türkiye'nin kültürel diplomasi süreçlerindeki kurumsal liderliğini üstlenmiştir. Güney Kore'nin başkenti Seul'da dokuz ülkenin (Filipinler, İsveç, Kore, Macaristan, Nijerya, Polonya, Portekiz, Singapur ve Türkiye) kamu ve kültür diplomasisi enstitüsü temsilcilerinin katılımıyla Küresel Kamu Diplomasisi Ağı (Global Public Diplomacy Network – GPDNET) kurulmuştur (Yunus Emre Enstitüsü, 2015, s. 8).

Enstitü'nün gerçekleştirdiği en önemli projelerinden birisi de Kültürel Diplomasi Akademisi eğitimlerine başlamasıdır. Türkiye'nin dış politika öncelikleri ekseninde, küresel, bölgesel ve ülke odaklı kültürel diplomasi politikalarını belirlemek amacıyla kurulan akademi, kültür politikalarının etki odaklı olarak uygulanabilmesine yönelik yenilikçi eğitim programları geliştirmeyi hedeflemektedir (Yunus Emre Enstitüsü, 2016, s. 17). Böylelikle kültürel diplomasi yalnızca uygulayıcıları arasında var olan bir kavram olmaktan çıkarak tüm topluma erişebilecektir. Özellikle içinde bulunduğumuz dijital

çağda toplumdaki bireylerin kültürel diplomasi kavramından haberdar olması önemlidir çünkü dijitalleşmenin getirisi olarak dünya küresel bir köye dönüşmüştür ve bu dijital dünyada her bir birey içerik üreticisi ve kendi kültürünün temsilcisidir. Kültürel diplomasi ve dijital çağın en önemli ortak özelliklerinden birisi olan etkileşim kavramı bu noktada devreye girmektedir. Bir iletişim sürecinde yansıtma eylemi karşılıklıdır yani siz karşınızdakine bir ileti yansıttığınızda o iletinin hedef tarafından dönüştürülmüş hali de size yansır ve bir alışveriş söz konusudur. Bu karşılıklı etkileşim ile toplumda var olan her bir birey kültürel diplomasının bir temsilcisi olabilir. Dış politikanın temelinde ağ kurmak vardır. Kurulan bu ağ aracılığıyla ilgi oluşturmak, güven ve imaj inşa etmek mümkündür.

Yunus Emre Enstitüsü Nisan 2013 kataloğunda (2013, s. 8, 9) yer aldığı üzere milletlerin kültürleri iki değişmez parametre üzerinde şekillenir; zaman ve mekan. Bunu tarih ve coğrafya olarak adlandırmak da mümkündür. Yunus Emre Enstitüsü'ne göre her bir toplum günümüze kadar taşıdığı birikimi ile içinde bulunduğu sistemde etkili bir konuma gelebilir ve gelecekle ilgili bir iddia taşıyabilir. Kültürün içinde bulunduğumuz sistemde yer edinme ve geleceğin inşasında oynadığı bu rol nedeniyle de kültürel diplomasi, en önemli diplomasilere biridir. Çünkü kültürel diplomasi sert güçlerin yanı sıra yumuşak güçleri kullanarak, dikte yerine karşılıklı dinlemeyi içererek ve bu yollarla bir ortak payda yaratarak bir gönüllülük ortamı yaratmaktadır. Bu gönüllülük durumu diplomatik süreçlerde kullanılan tüm araçlardan daha etkili ve kalıcıdır ve bu sebeple uluslararası ilişkilerde oldukça öneme sahiptir.

Enstitü'nün bir diğer önemli faaliyeti Malatya Uluslararası Film Festivali'nin sponsorlarından biri olmasıdır. Festivalin amacı Türk kültürünün ulusal ve uluslararası alanlarda tanıtılması ve Malatya şehrinin bilinirliğinin artırılmasıdır. Enstitü farklı kültürlerin etkileşimi için özellikle uluslararası film festivallerinin önemini farkında olarak Malatya Uluslararası Film Festivali'ni on yıl boyunca desteklemiştir. Türkiye'deki film festivallerine ek olarak yurtdışındaki ofislerinde de film festivalleri düzenlemiştir. Uluslararası Dostluk Kısa Film Festivali buna örnektir. Kültürel diplomasının çıkış noktalarından biri olan uluslararası güven ve dostluk ortamını konu edinen bu festival ile Türk kültüründeki temel anlayışlardan biri olan hoşgörü ön plana çıkarılmaktadır. Özellikle kültürel etkileşim süreçlerinde ana öğelerden biri olan hoşgörü, kültürel diplomasi faaliyetlerinin de temellerinden biridir.

2.3.1.3.YTB (Yurtdışı Türkler ve akraba topluluklar başkanlığı)

Türkiye'nin gerçekleştirdiği kültürel diplomasi faaliyetlerinden birisi de 6 Nisan 2010 tarihinde kurulan Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı'nın (YTB) kurulmasıdır. Bu başkanlık dahilinde Türkiye'den birçok öğrenci farklı ülkelere gönderilmiş ve farklı ülkelerden öğrenciler de Türkiye'de misafir edilmiştir. Bu değişim programı ile amaçlanan kardeş topluluklar ile ekonomik, sosyal ve kültürel ilişkilerin kurulması ve var olan ilişkilerin kuvvetlendirilmesi amaçlanmıştır (http-9)⁹. Başkanlık görevlerini 4 numaralı Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi'nin 51. bölümü uyarınca yürütmektedir ve bu kapsamda

- Yurt dışında yaşayan Türkiye vatandaşları ile ilgili çalışmalar yapmak ve mevcut ve olası sorunlar için çözümler üretmek,
- Soydaş ve akraba topluluklar ile ilişkilerin geliştirilmesi amacıyla bu gruplara yönelik faaliyetler yürütmek
- Uluslararası anlaşmalar çerçevesinde eğitim için Türkiye'ye gelen öğrencilerin eğitim süreçlerinin takibinin yapılması ve ilgili kurumlar ile iletişimin sağlanması ile görevlendirilmiştir (YTB, 2019, s. 8).

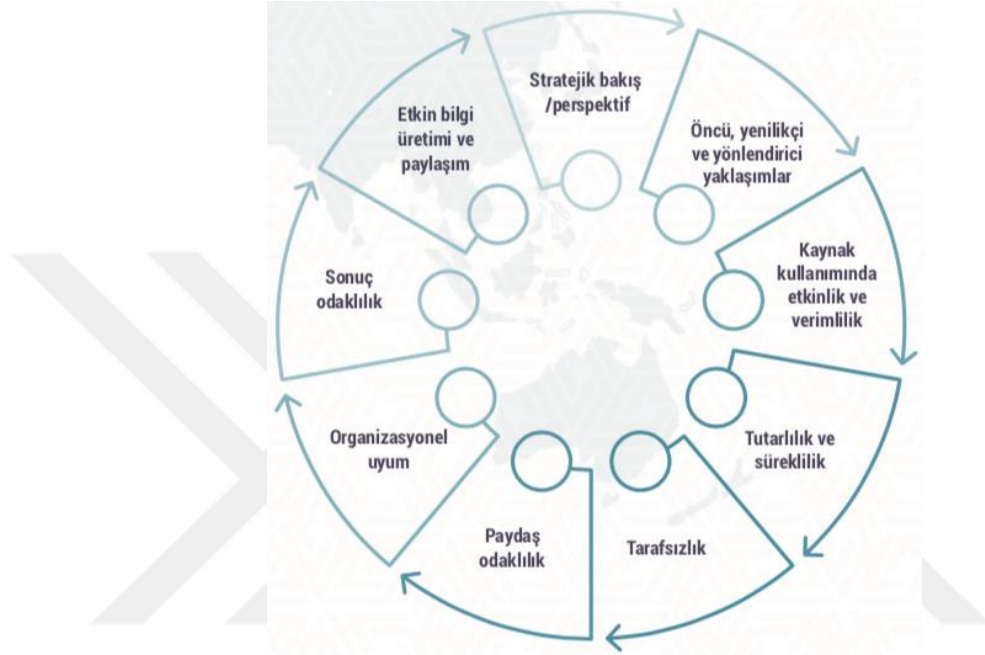
Başkanlık kapsamında bulunan Yurtdışı Vatandaşlar Daire Başkanlığı ile yurtdışında yaşayan Türkiye vatandaşlarının ülkemizle sosyal, kültürel ve ekonomik bağlarının korunması ve geliştirilmesi amaçlanmaktadır. Kültürel ve Sosyal İlişkiler Daire Başkanlığı ile soydaş ve akraba topluluklar ile sosyal ve kültürel bağların geliştirilmesi ve korunması hedeflenmektedir. Kurumsal İlişkiler ve İletişim Daire Başkanlığı ile yurtdışında yaşayan Türkiye vatandaşlarının kurdukları sivil toplum örgütleri için kapasite geliştirme projeleri geliştirmekte, uygulanmakta ve benzeri çalışmalar fonlamaktadır. Uluslararası Öğrenciler Daire Başkanlığı öğrencilerin Türkiye'yi tanınması için yurtiçi ve yurtdışında projeler yapmakta ve benzeri projeleri yapanları desteklemektedir (YTB, 2019, s. 12,13).

YTB çoğunlukla öğrenci değişim programları yürütmekle birlikte belgesel çalışmaları ve film festivallerini de desteklemektedir. Kültürün en etkili araçlarından biri olan sinema ve film festivalleri ile Türk kültürünü farklı coğrafyalarda tanıtmaktadır. "Rumeli'de Bir Udi" belgeselini fonlayarak hem Türk müziğini hem de Türk sinemasını uluslararası alanlara taşımıştır. Ayrıca kısa film, senaryo ve fotoğraf yarışmaları

⁹ <https://www.ytb.gov.tr/kurumsal/baskanligimiz-2> (Erişim tarihi 29.03.2020)

düzenleyerek çift taraflı iletişim kurmaktadır. Böylelikle Türk kültürü yalnızca sanat eserleri aracılığıyla iletilmekle kalmamakta, ek olarak bireyler Türk kültürü hakkında üretmeye teşvik edilmektedir. İletişimdeki bu çift yönlülük kültürlerarası etkileşimi kalıcı kılmaktadır.

Tablo 2.1. YTB temel değerler (YTB, 2019, s.11)



2.3.1.4. TÜRKSOY

Türk kültürünün tanıtımı ve yaygınlaştırılması için çalışan bir diğer kurum da TÜRKSOY'dur. 1993 yılında Azerbaycan, Kazakistan, Kırgızistan, Özbekistan, Türkmenistan ve Türkiye Cumhuriyeti Kültür Bakanları tarafından imzalanan anlaşmayla kurulmuştur. TÜRKSOY'un amacı ortak Türk kültürünün gelecek nesillere aktarılması ve dünyaya tanıtılmasıdır. TÜRKSOY'un geleneksel faaliyetleri kapsamında Nevruz kutlamaları, Besteciler Buluşması, Ressamlar Buluşması, Geleneksel TÜRKSOY Kupası Koşusu, Opera Günleri ve Fotoğrafçılar Buluşması bulunmaktadır. Ortak dile ve tarihe sahip ülkeler arasındaki ilişkilerin geliştirilmesine odaklanan TÜRKSOY sanatçı değişim programları ve ortak projeler ile kültürel çalışmalara ağırlık vermiştir. Kuruluş aşamasında ismi Türk Kültür ve Sanatları Ortak Yönetimi olarak belirlenmiş olup sonrasında Uluslararası Türk Kültürü Teşkilatı olarak değiştirilmiştir. TÜRKSOY faaliyetlerini üye ülkelerin kültür bakanlıklarından alınan ödemelere ek olarak yerel

yönetimler, üniversiteler ve sivil toplum kuruluşlarının destekleri ile yürütmektedir (http-10)¹⁰.

Diğer sanat dalları kadar sinema ve film festivallerine de gereken önemi veren TÜRKSOY bu alanda da ciddi çalışmalar gerçekleştirmektedir. Adana Film Festivali'nin 20. yılında “Azerbaycan Sineması'nın 120. Yılı” oturumu ve film gösterimi gerçekleştirmiştir (http-11)¹¹. Bu etkinlik ile “kardeş ülke” olarak kabul edilen Azerbaycan ile Türkiye arasındaki ortak kültüre dikkat çekilmiştir. Türkiye'nin kültürel diplomasi faaliyetleri çoğunlukla ortak dil, ortak kültür ve ortak tarih çerçevesinde yoğunlaştığı için Azerbaycan da kültürel diplomasi faaliyetlerinin yoğun yürütüldüğü ülkelerdendir.



2.3.1.5. Türkiye Cumhuriyeti cumhurbaşkanlığı iletişim başkanlığı

24 Temmuz 2018 tarih ve 30488 sayılı Resmi Gazetede yayınlanan 14 numaralı Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi ile kurulan İletişim Başkanlığı “Türkiye markasını güçlendirmek” hedefiyle faaliyetlerine başlamıştır. Ulusal ve uluslararası kamuoyunda Türkiye'nin nitelikli temsili görevini üstlenmektedir. Ayrıca Türkiye vatandaşlarının sorunlarının çözümü ve karşılıklı iletişimin geliştirilmesi de hedeflerinin arasındadır. Uluslararası medya ve düşünce kuruluşlarının takibi, analizi, basın kartı akreditasyonu, meslek mensuplarının eğitimi ve kitle iletişim araçlarında eğitici içeriklerin artırılması yürütülen faaliyetler arasındadır. Başkanlığın görevleri arasında

- Ulusal ve uluslararası düzeyde bütünlüklü bir iletişim stratejisi oluşturmak ve iş süreçlerini bu temelde yürütmek

¹⁰ <https://www.turksoy.org/tr/turksoy/about> (Erişim tarihi: 30.03.2020)

¹¹ <https://www.turksoy.org/tr/news/2018/09/24/azerbaycan-sinemasinin-120-yili-adana-film-festivalinde-kutlandi> (Erişim tarihi: 11.05.2020)

- Türkiye'nin politikalarını, uygulamalarını ve yaklaşımlarını planlı, sürekli ve etkin bir biçimde kamuoyuna ve muhataplarına aktarmak ve farkındalık yaratmak
- Medya ve düşünce dünyasını yakından izlemek, değerlendirmek ve ilgili makamları ve kamuoylarını bu çerçevede bilgilendirmek
- Basınla ilişkileri düzenlemek/geliştirmek; basın mensuplarının çalışmalarını kolaylaştırıcı adımlar atmak ve basının gelişimine katkıda bulunmak
- Millet-devlet iletişiminin etkin yönetimi için gerekli çalışma ve düzenlemeleri yapmak ve yürütmek (http-12)¹².



TÜRKİYE CUMHURİYETİ CUMHURBAŞKANLIĞI İLETİŞİM BAŞKANLIĞI

Görsel 2.5. İletişim Başkanlığı logosu

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 15 Temmuz 2016 tarihinde Türkiye’de gerçekleştirilmesi planlanan ve önlenebilir darbe girişimi hakkında 2019 yılında kısa film ve senaryo yarışması gerçekleştirmiştir (http-13)¹³. Yarışma ile 15 Temmuz tarihinde yaşanan “milli birlik” duygusunun yinelenmesi amaçlanmıştır. Açıkça görülmektedir ki sanatsal bir faaliyet olan sinema, politik bir araç olarak da kullanılabilir. Bu sebeple kültürel diplomasi faaliyetlerinde de en sık kullanılan yöntemlerden biridir.

2.3.1.6. TRT WORLD

Türkiye 2002 yılı itibariyle kültürel diplomasi faaliyetlerini artırarak hem bölgesel hem de küresel bir aktör olmaya başlamıştır. Artan kültürel diplomasi faaliyetleri TRT World’ün kurulması için gerekli ortamı hazırlamıştır. Türkiye tarihi itibariyle birçok farklı kültüre ev sahipliği yaptığı için her zaman kültürel etkileşimin beşiği olmuştur ve günümüz itibari ile de bu konumu sürdürmektedir. Bu sebeple küreselleşen dünyanın ve iletişim dilinin İngilizce olduğu bu çağda da İngilizce yayınlar yapmak ve çağı yakalamak adına TRT World yayın hayatına başlamıştır. Böylelikle ulusal ve küresel izleyiciye aynı anda hitap edebilme şansı yakalamıştır ve kendi bakış açısını yansıtabileceği bir platform elde etmiştir. Farklı kültürlerin ve etnik grupların sözcüsü olan bu yayın kuruluşu ile var olan düşünce kalıplarının kırılıp yerine yeni bir Türkiye temsili inşa edilmesi

¹² <https://www.iletisim.gov.tr/turkce/kurum-hakkinda> (Erişim tarihi: 30.03.2020)

¹³ <https://www.iletisim.gov.tr/turkce/duyurular/detay/cumhurbaskanligi-iletisim-baskanligindan-15-temmuz-kisa-film-ve-senaryo-yarismasi-duyuru> (Erişim tarihi: 12.05.2020)

hedeflenmiştir. Dünyanın dört bir yanına TRT World temsilcileri gönderilerek dünyadan haberlere eş zamanlı olarak ulaşılmakta ve dünya ile kesintisiz bir bağ kurulmaktadır (http-14)¹⁴. Türkiye'nin yurtdışındaki kamusal yayıncılığını üstlenen kurum pozitif bir Türkiye kimliği inşa etmek için reklam filmleri, Türk kültürünü tanıtan belgeseller ve çeşitli röportajlar yayınlamaktadır. Ayrıca Türkiye'de gerçekleştirilen ulusal ve uluslararası film festivallerinin tanıtım yayınlarını gerçekleştirerek festivallerin de tanıtım faaliyetlerini gerçekleştirmektedir. Buna ek olarak TRT World Citizen Kısa Film Yarışması düzenleyerek film yapımcılarına destek sağlamaktadır (http-15)¹⁵. Yarışma aracılığıyla küresel insani krizlere dikkat çekilmeye çalışılmaktadır böylelikle Türkiye insani krizlere olan bakışımı ve anlayışını yansıtmaya imkanı bulmaktadır. Bir ülkeyi cazibe merkezi haline getiren öğelerden belki de en önemlisi insan hayatına duyulan saygıdır. Bu gibi çalışmalarla Türkiye sahip olduğu empati ve hoşgörü duygularını aktarabilmektedir.



Görsel 2.6. TRT World logo

2.3.2. Türkiye'de kültürel diplomasi faaliyetlerini yürüten özel kuruluşlar

2.3.2.1. İKSV

İstanbul Kültür Sanat Vakfı (İKSV), bir sivil toplum kuruluşu olarak 1973 yılında Dr. Nejat F. Eczacıbaşı önderliğinde İstanbul'da uluslararası sanat festivalleri düzenlemek için kurulmuştur. Vakfın temel hedefleri seçkin sanat eserlerini kitlelerle buluşturmak ve Türkiye'nin ulusal, sanatsal ve kültürel değerlerini uluslararası platformlarda tanıtmaktır. İlk İstanbul Festivali 1973 yılında düzenlenmiştir ve genellikle klasik müziğin ağır bastığı performanslar sergilenmiştir. Karşılaşılan yoğun ilginin ardından farklı disiplinler de festival kapsamına alınmıştır ve 1983 yılında Sinema Günleri adı ile başlayan film gösterimleri 1989 yılında Uluslararası İstanbul Film

¹⁴ <https://www.trtworld.com/about> (Erişim tarihi: 12.05.2020)

¹⁵ <https://www.trtworld.com/shortfilm/> (Erişim tarihi: 12.05.2020)

Festivali adını alarak ayrı bir etkinlik olarak düzenlenmeye başlamıştır. Vakfın kapsamında Uluslararası İstanbul Tiyatro Festivali, Uluslararası İstanbul Caz Festivali ve İstanbul Tasarım Bienali bulunmaktadır. Vakıf 2004 yılında yurtdışı projelerine başladı ve Avrupa’da birçok şehirde festivaller düzenledi. Vakıf Türkiye’deki ve küresel ölçekteki sanat dünyası arasında kalıcı bir iletişim kurmayı, kültür-sanat üretimlerini artırmayı ve kültür politikalarının geliştirilmesinde katkıda bulunmayı amaçlamaktadır. 2011 yılından itibaren kültür politikalarının oluşturulmasına katkıda bulunmak için faaliyetlerine başlayan vakıf kültür politikaları raporları yayımlamakta, farklı kurumlarla birlikte atölyeler, konferanslar ve seminerler düzenlemektedir (<http-16>)¹⁶. Kültürel diplomasi faaliyetleri için hedeflerini

- Köklü bir geçmişe sahi olan Türkiye’nin çağdaş yönünü kültürel faaliyetlerle gündeme getirerek özellikle Avrupa’daki halihazırda var olan bakış açısını sorgulatarak yeni bir imaj yaratmak
- Türkiye’nin kültürel çeşitliliğinin temsilciliğini yapacak etkinlikler ile geleceğin dünya kültürüne Türkiye’nin olası katkılarını göstermek
- Gerçekleştirilecek projeler ile ülkelerdeki kültür-sanat kurumları ile sivil toplum örgütleri arasındaki uzun soluklu işbirliklerine örnek olmak
- Birden çok disiplinden etkinlikler ile Türkiye’nin dinamik kültür sanat faaliyetlerini tanıtmak
- Ülkeler arası işbirliğinin artırılması ile hem ticaret ve turizm gibi alanlarda hem de bilimsel ve akademik alanlarda ortaklıkların sürekliliğini artırmak
- Kültürlerarası etkileşimi teşvik etmek

olarak belirlemiştir (İKSV, 2013, s. 2). Özellikle yurt dışında yurt dışında gerçekleştirilen faaliyetlerin olumlu sonuçlarının farkında olması sebebiyle İKSV’nin odağında çoğunlukla uluslararası projeler olmuştur.

Türkiye’deki en önemli film festivallerinden biri olan Uluslararası İstanbul Film Festivali’nin organizasyonunu gerçekleştiren İKSV, festival süresince birçok etkinlik düzenleyerek yurt içinden ve yurt dışından birçok sanatçının birlikte üretme potansiyelini artırmaktadır. Özellikle Köprüde Buluşmalar etkinliği ile yerli ve yabancı sanatçılara atölyeler düzenleyerek ortak yapım çalışmalarını gerçekleştirmektedir. Ortak yapımlar iki ülke arasındaki bağı kuvvetlendiren faaliyetlerdir. Çünkü birlikte üretmek ortak bir eserle sonuçlanacağı için her iki tarafı da bir paydada buluşturmaktadır. Uluslararası yarışma ile

¹⁶ <https://www.iksv.org/tr/hakimizda/iksv> (Erişim tarihi: 01.04.2020)

de farklı ülkelerden sanatçıların filmleri yine farklı ülkelerden jürilerin de bulunduğu bir heyet tarafından oylanarak ödüllendirilmektedir. Kültürel diplomasi faaliyetlerinde iletişimde tek taraflılığın kırılması önemlidir çünkü propaganda da var olan diktenin aksine etkileşimin gerçekleştiği bir süreç olması sebebiyle çift yönlü iletişim tercih edilmektedir. Ortak yapım ve farklı kültürlerin temsilcilerinin bulunduğu etkinlikler ile çift yönlü etkileşim sağlanmaktadır.

2.3.2.2.THY

20 Mayıs 1933 yılında ilk uçuşunu gerçekleştiren Türk Hava Yolları, ilk olarak Devlet Hava Yolları İşletmesi adıyla uçuşlarına başlamıştır. İlk yurtdışı uçuşunu 1947 yılında İstanbul'dan Atina'ya gerçekleştirmiştir. Logosunda, kıtalararası uçuş yapabilen ve 9000 metre irtifaya kadar yükselebilen yaban kazı bulunmaktadır ([http-17](http://17))¹⁷. Özellikle uluslararası etkinliklerin sponsorluklarını üstlenerek hem marka bilinirliğini hem de Türk kültürünü uluslararası mecrada artırmayı planlamıştır. Örneğin Türkiye A Milli Futbol Takımı'nın ve Türkiye A Milli Basketbol Takımı'nın ana sponsorluğunu üstlenmektedir. Ayrıca EuroLeague'in isim sponsoru olmuştur ve etkinlik 2020 yılına kadar Turkish Airlines EuroLeague ismini taşıyacaktır. Sponsorluğunu üstlendiği bir diğer önemli etkinlik ise Super Bowl'dur. ABD televizyon tarihinde en çok izlenen programlardan biri olan Super Bowl için 2016 yılında Batman vs Superman reklamıyla Super Bowl tarihinde yer alan ilk Türk markası olmuştur. 2017 yılında da marka elçisi olan Morgan Freeman'ın rol aldığı bir reklam filmi çekilmiştir ([http-13](http://13)). Özellikle uluslararası etkinliklerin sponsorluklarını üstlenmesi ve uluslararası aktörleri tanıtımı için kullanması THY'nin kültürel diplomasi faaliyetlerindeki en önemli adımlardandır.

THY, Uluslararası Antalya Film Festivali gibi Türkiye için oldukça önemli birçok festivalin ana sponsorluğunu gerçekleştirerek festivalleri desteklemektedir. Özellikle yurt dışından gelecek konukların uçuşlarını ücretsiz olarak gerçekleştirmesi hem festival için hem de marka için oldukça önemlidir çünkü böylelikle şehrin ve ülkenin tanıtımını yapmayı hedefleyen bir etkinliği doğrudan destekleyerek aynı amaca hizmet etmekte ve kendi marka imajı için de pozitif yönde değişimler gerçekleştirebilmektedir. Marka, isminde "Türkiye"nin adını taşıması itibarıyla her ne kadar özel bir kuruluş olsa da Türkiye'nin uluslararası bir temsilcisi olduğu için Türkiye kültürünü tanıttak etkinlikleri

¹⁷ <https://www.turkishairlines.com/tr-int/basin-odasi/hakkimizda/hikayemiz/> (Erişim tarihi: 30.03.2020)

desteklemesi ve kendi etkinliklerini gerçekleştirmesi kültürel diplomasi faaliyetleri olarak kabul edilmektedir.



Görsel 2.7. *Turkish Airlines logo*

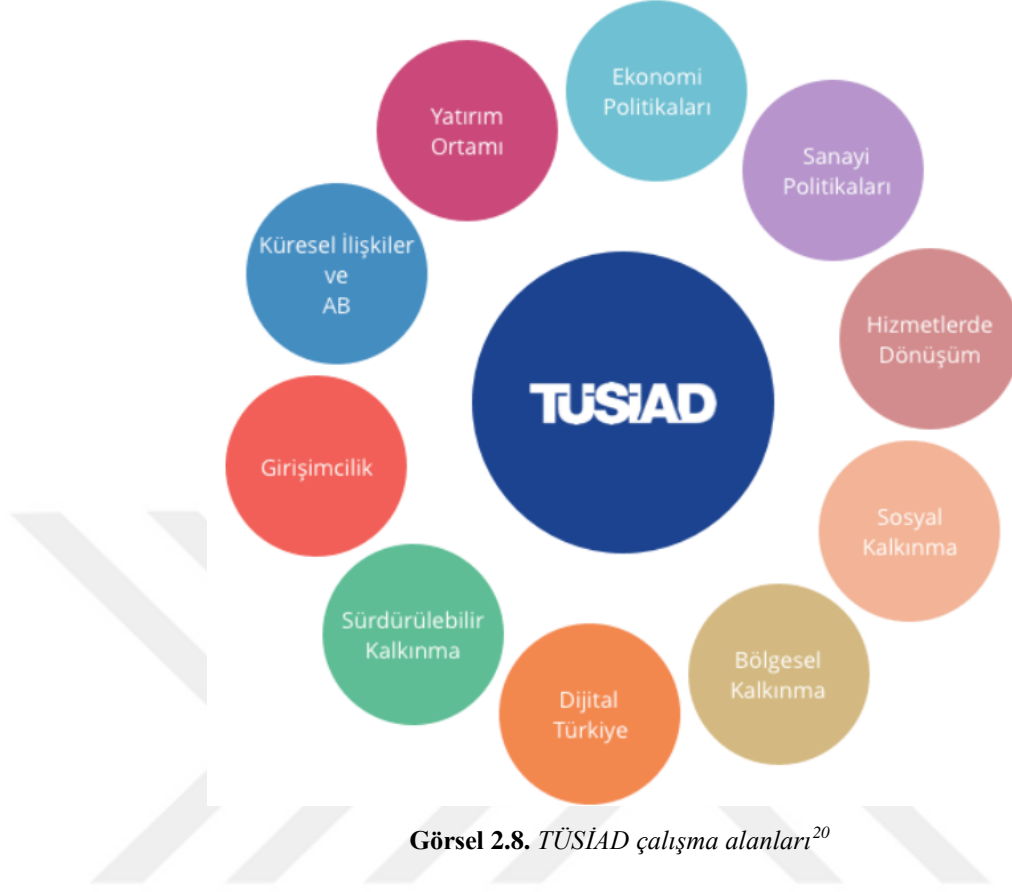
2.3.2.3. TÜSİAD

Türk Sanayicileri ve İş Adamları Derneği 1971 yılında kurulmuştur. Türkiye ekonomisinin liberalleşmesi, rekabetçi bir piyasanın oluşturulması ve Türkiye'nin AB üyeliğinin resmîyet kazanması temel amaçları arasındadır ve bunu da nitelikli eğitim ve bölgesel kalkınma ile gerçekleştirmeyi hedeflemektedir. Derneğin genel merkezi İstanbul'da olmakla birlikte Ankara, Brüksel, Washington D.C., Berlin, Londra ve Paris'te de temsilcilikleri bulunmaktadır. TÜSİAD üyesi şirketler kamu dışı milli gelirin %50'sini ve dış ticaretin (enerji ithalatı hariç) %85'ini gerçekleştirmektedir. Türkiye'nin küresel boyutta tanıtımına katkıda bulunarak uluslararası siyasal, ekonomik, sosyal ve kültürel ağlarda temsilini ve işbirliklerini artırmaktadır. Bu amaçla sosyal politikalardan küresel ilişkilere kadar birçok çalışma gerçekleştirmiştir (http-18)¹⁸. Özellikle yurtdışı temsilcilikleri ve iş ortaklıkları ile Türkiye'nin kültürel diplomasi faaliyetlerindeki önemli araçlardan biri haline gelmiştir. Her ne kadar ekonomik temelli bir kurum olsa da kültür sanat faaliyetlerini de destekleyen TÜSİAD, üniversite öğrencilerine yönelik "Kadın Erkek Eşitliği Kısa Film Yarışması" düzenleyerek sinema faaliyetleri de gerçekleştirmiştir (http-19)¹⁹. Hedef kitesinde gençler olan bu etkinlik ile hem kadın erkek eşitliği bilincinin yaygınlaştırılması hem de gençlerin sanatsal faaliyetlerinin artırılması hedeflenmiştir. Davranış kalıplarında değişiklik yaratabilmek adına genç kitleleri hedef almak önemlidir çünkü farklı kültürleri kabul edebilmek adına değişime açık bir dönemdir. Bu yönüyle yarışma etkisini artırmak amacıyla genç kitleleri hedeflemiştir. Kültürel diplomasi faaliyetlerinde de bu önemli bir noktadır.

¹⁸ <https://tusiad.org/tr/tusiad/hakkinda> (Erişim tarihi: 30.03.2020)

¹⁹ <https://www.tusiad.org/tr/tum/item/8115-tusiad-kadin-erkek-esitligi-temali-kisa-film-yarismasi-duzenliyor> (Erişim tarihi: 12.05.2020)

TÜSİAD Çalışma Alanları



Görsel 2.8. TÜSİAD çalışma alanları²⁰

2.3.2.4. İKV (İktisadi Kalkınma Vakfı)

1965 yılında kurulan İktisadi Kalkınma Vakfı, Türkiye-AB ilişkilerinde uzmanlaşmış bir sivil toplum kuruluşudur. İstanbul Ticaret Odası ve İstanbul Sanayi Odası'nın ortak girişimiyle kurulan İKV, Türkiye'nin AB üyeliği süreci ile ilgili çalışmalar yapmıştır. Türkiye'nin ekonomik ve sosyal gelişimine katkıda bulunmak, Türkiye'nin diğer ülkeler ile iletişimini ve iş birliklerini artırmak, seminerler, konferanslar aracılığı ile kamuoyunu bilgilendirmek ve yurtdışında Türkiye'nin tanıtımını yapmak temel hedefleri arasındadır. Türkiye'de AB Bilgi Merkezlerini Destekleme Projesi'nin İstanbul temsilciliğini alarak Türkiye'nin AB üyeliğinin önemini anlatan kültürel etkinlikler düzenlemiştir. Türkiye'nin AB üyeliği sürecinde gerçekleştirdiği önemli adımlarından birisi de 1984 yılında Brüksel temsilciliğini açmasıdır (http-21)²¹.

²⁰ <https://tusiad.org/tr/tusiad/hakkinda> (Erişim tarihi: 30.03.2020)

²¹ https://www.ikv.org.tr/ikv.asp?ust_id=2&id=10 (Erişim tarihi: 01.04.2020)

2.3.2.5. TTAV

1982 yılında kurulan Türk Tanıtma Vakfı (TTAV), Türkiye'nin ulusal değerlerinin, kültürünün, sanatının ve tarihinin uluslararası platformlarda tanıtımı yapmayı ve bir Türkiye imajı yaratmayı hedefleyen bir vakıftır. Kendi kaynak ve girişimleri ile 5 kıtada, 37 ülkede 850'den fazla etkinlik düzenlemiştir. "Türk Kültür Haftaları" adıyla düzenlenen bu etkinliklerde halk dansları, defileler, konserler, gastronomi faaliyetleri, sergiler ve konferanslar düzenlenmektedir. Türk kültürünün tanıtımı ve yaygınlaştırılması amacıyla kitaplar yazılarak ve belgeseller çekilerek bu eserlerin yurtdışı dağıtımını sağanmıştır. Bunların en önemli örneklerinden birisi 15 bilim insanının katkısı ile yazılan "Dünden Bugüne Türkiye ve Türkler" adlı eserdir. Kitap İngiltere Milli Eğitim Bakanlığı tarafından "Türkler hakkında yayımlanmış en başarılı eser" olarak seçilmiştir. Vakıf, Ankara'da içinde tiyatro, kongre, sergi salonları ve kafelerin bulunacağı bir kültür kompleksi inşa etmektedir (http-22)²².

2.4. Film Festivalleri

Film festivallerinin beşiği hem ilk film festivalinin Avrupa'da başlaması nedeniyle hem de günümüzde de devam etmekte olan birçok önemli film festivaline ev sahipliği yapması nedeniyle Avrupa'dır. Uluslararası Film Yapımcıları Birliği Federasyonu (Fdration Internationale des Associations de Producteurs de Films – FIAPF) uluslararası film festivallerinin düzenleyicisi rolündedir. FIAPF Uluslararası Film Festivalleri Yönetmeliği, festivaller ve genel olarak film endüstrisi arasında bir güven sözleşmesi oluşturur. FIAPF tarafından tanınmış festivallerden endüstri beklentilerini karşılayan kalite ve güvenirlik standartlarının uygulanması beklenmektedir. Bu standartlar şunları içerir:

- Yıl boyunca kullanılacak kurumsal kaynaklar
- Uluslararası film seçimleri ve yarışma jürilerinin tarafsız belirlenmesi
- Uluslararası basın muhabirlerine hizmet vermek için iyi tesisler
- Festival kapsamındaki filmlerin çalınmasını veya yasadışı kopyalanmasını önlemek için katı nlemler
- Yerel film endüstrisinden alınan desteğe dair kanıtlar

²² <https://www.tutav.org.tr/tutav-genel-bilgiler/> (Erişim tarihi: 02.04.2020)

- Festival kapsamındaki tüm film kopyalarının kayıp, hırsızlık veya hasara karşı sigortası
- Resmi yayınlar ve bilgi yönetimi için yüksek standartların belirlenmesi

FIAPF tüm bu düzenlemelere ek olarak olumsuz jeopolitik konum, yetersiz bütçe vb. zorluklar nedeniyle güçlük yaşayan festivallerin zaman içinde daha yüksek standartlara ulaşma çabalarını da desteklemektedir ([http-23](http://23))²³. Çünkü festivaller birçok ögenin birleşiminden oluşmaktadır ve genellikle gelişmekte olan ülkeler ekonomik ya da politik nedenlerden dolayı kendi filmlerini ve kültürlerini yansıtmaya imkanı bulamamaktadır.

Film festivalleri birçok alanda rol oynamaktadır. Sinema salonlarında kendilerine yer bulamayan bağımsız yapımların sergilenmesine ve birçok sanatçı ve yapımcının tanışmasına da olanak tanımaktadır. Film festivalleri “alternatif” olarak kabul edilen filmlerin gösterimi için ideal platformlardır. Alternatif filmler içerisinde İngilizce dilinde olmayan filmler, kimlik politikaları üzerine çekilmiş filmler veya kült sinema estetiğine sahip filmler örnek gösterilebilir. Ayrıca film festivalleri ile uzmanlar ve uzman olmayanların bir araya gelebileceği yarı yapılandırılmış bir tartışma ortamı yaratılmaktadır (Harbord, 2016, s. 70). Bünyesinde kültürü, ticareti, eğlenceyi, jeopolitik çıkarları ve küresel fonları barındıran büyük bir ağıdır ve bu sebeple bir çok alanda faaliyet göstermektedirler. Birbirinden çok farklı alanlarda faaliyet göstermesi sebebiyle Peranson film festivallerini iki grupta inceler: iş modeli (business model) ve izleyici modeli (audience model). Bu iki modeli incelediğimizde iş modeli, yüksek bütçeli, dünya prömiyerine önem veren, büyük kurumsal sponsorluklara sahip, birçok filmin sergilendiği, festivale ilişkin eğitim ve ürünlerin satıldığı pazarlar olan, büyük bir ekibin gerçekleştirdiği, büyük yarışmaların düzenlendiği, özellikle üçüncü dünya ülkelerinden katılımcılar için film fonlarının sağlandığı ve sürekli büyüyen film festivallerini temsil etmektedir. Seyirci modeli ise iş modelinin aksine düşük bütçeli ve dolayısıyla daha az sponsora sahip, daha az sayıda katılımcı ve daha küçük bir ekiple gerçekleştirilen ve genellikle büyüme göstermeyen film festivallerini temsil etmektedir (Peranson, 2009, s. 27). Elbette ki festivaller bu iki model arasında keskin bir ayrımla yalnızca birinde yer almak durumunda değildir. Festivallerin artan sayısı ve görünürlükleri ile karma modeller de ortaya çıkmıştır. Fakat ilk film festivalleri olan Cannes, Venedik ve Berlin Film Festivalleri genellikle ilk model olan iş modeli içerisinde değerlendirilmektedir.

²³ <http://www.fiapf.org/intfilmfestivals.asp> (Erişim tarihi: 11.04.2020)

İlk festival 1898 yılının Yılbaşı gününde Monako'da düzenlenmiştir. Bu geleneği İtalya'da Torino, Milano ve Palermo, Almanya'da Hamburg ve Çekya'da da Prag takip etmiştir. Tarihte ödül veren ilk film festivali, 1907 yılında Lumiere kardeşler tarafından düzenlenen bir İtalyan film yarışmasıdır. Dünya'daki ilk ve düzenli olarak gerçekleştirilen film festivali olan Venedik Film Festivali, Amerikalı yönetmen Rouben Mamoulian tarafında 1931 yılında çekilen Dr. Jekyll and Mr. Hyde filminin Venedik'teki Hotel Excelsior'un terasında gösterimiyle başlamıştır. Festivalin açılış yılında yarışma bölümü yoktur ve yalnızca film gösterimleri yapılmıştır. "La Mostra Internazionale d'Arte Cinematographico" olarak adlandırılan Venedik Film Festivali, 1935 yılına kadar yılda iki kere olmak üzere düzenli olarak gerçekleştirilen ilk film festivalidir ve 1885 yılında kurulan Arts Biennale'nin bir parçası olarak kurulmuştur. Hem düzenli olarak gerçekleştirilmesi hem de uluslararası olması nedeniyle Venedik Film Festivali uluslararası film toplulukları tarafından coşkuyla karşılanmıştır. Louis Lumiere, festivalin Onur Komitesi'nde yer almıştır. Ancak daha sonra etkinliğin daha karanlık tarafları ön plana çıkmaya başlamıştır. Festival, kuruluşunda 1926'dan beri İtalyan film endüstrisinin başı olan Mussolini'nin kardeşinden ve Mussolini'den destek almıştır ve bu yönüyle faşist hükümetin temsilcisi olarak görülmeye başlamıştır. Mussolini, film festivali ile faşizmin ulusal kimliğinin meşrulaştırılması için güçlü bir uluslararası araca sahip olacağına inanıyordu. Mussolini'nin yakın arkadaşı olan dönemin Maliye Bakanı Kont Giuseppe Volpi Di Misurate 1930'da hükümet tarafından Bienal başkanlığına atanmıştır. Dünya'daki en önemli film festivallerinden biri olarak kabul edilen Cannes Film Festivali'nin de ilk olarak 1-20 Eylül 1939 tarihleri arasında gerçekleşmesi planlanmıştır. Fakat 1 Eylül'de Hitler'in Polonya ve Fransa'yı işgal girişimlerinde bulunması ve genel seferberlik çağrısı yapması sonrası festival İkinci Dünya Savaşı'nın patlak vermesi sebebiyle iptal edilmiştir. Cannes'da ilk festival 1946'da savaştan sonra 20 Eylül-5 Ekim tarihleri arasında Municipal Casino'da gerçekleşmiştir. Fransız hükümeti ve Fransız film endüstrisi, on dokuz ülkeyi festivale katılmaya davet etmiştir. Savaş nedeniyle altı yıl boyunca gösterimi yasaklanan Amerikan filmlerinin gösterimleri yapıldı. Hatta dönemin Başbakanı George Bidault festivalde parti vermiştir. Günümüzdekinin aksine Cannes Film Festivali'nin açılış yılında yarışma ve rekabet sözü konusu değildir ve hatta hemen her katılımcı ülkeye bir tür ödül verilmiştir. Savaş sonrası dönem Avrupa'da bir festival patlamasını tetiklemiştir ve bu dönemde birçok ülke Venedik ve Cannes örneğini takip etmeye başlamıştır ve kendi festivalleri için çalışmıştır.

1946 yılında Locarno, Karlovy Vary ve Edinburg, 1947 yılında Brüksel, 1951 yılında Berlin ve 1954 yılında Oberhausen film festivalleri başlamıştır. Venedik'teki ilk festival gibi, tüm bu festivaller ekonomik, politik ve kültürel nedenlerden oluşan bir kombinasyon içinde kurulmuştur. İkinci Dünya Savaşı sonrası Amerikan sinema endüstrisi gittikçe güçlenmiştir fakat Avrupa'daki artan film festivalleri, Amerika Birleşik Devletleri dışındaki diğer ülkelere filmlerini gösterme fırsatı sunmuştur (de Valck, 2006, s. 59-61).

Almanya'da ise 1917 yılında Universum Film Aktiengesellschaft (UFA) kurularak Alman sinemasının yurtdışındaki sanatsal şöhreti yaratılmıştır. UFA'nın en temel stratejisi Amerikan kültürel hegemonyasına bir Avrupa alternatifinin geliştirilmesine katkıda bulunmaktır. UFA önemli film stüdyolarını birleştirerek, sergi ağları kurarak ve film kitap ve dergileri yayınlamaya başlayarak Avrupa'da bir cazibe merkezi haline geldi. Avrupa'nın dört bir yanından gelen yetenekler bu merkezin bir parçası olmak istemiştir ve bunun bir sonucu olarak 1920'lerde UFA stüdyoları sık sık Fransız ve İngiliz prodüksiyon şirketleri için kullanılmıştır. Fakat 1933 yılında ulusal sosyalizmin güç kazanması ile işbirliği uygulamaları son bulmuş yerine milliyetçi propaganda stratejileri gelmiştir. Berlin, Avrupa'nın sinematik buluşma noktası olmaktan çıkıp kültürel izolasyon ve ulusal yayımcı siyasetin merkezi haline gelmiştir. Mart 1933'te film endüstrisi Propaganda Bakanı Joseph Goebbels'in kontrolü altına girmiştir. Bu sebeple UFA uluslararası işbirliklerini kaybederek ciddi kayıplar yaşamıştır ve bunun sonucu olarak UFA'da devlet kontrolü giderek artmıştır ve UFA'nın devlet tarafından satın alınmasıyla son bulmuştur. İlk zamanlar Alman filmlerinin ihracatı düşse de Hitler tarafından daha çok bölge ele geçirildikçe sinema da bu bölgelerde var olabilmıştır. 1940'ların başında Alman film endüstrisi ülkenin dördüncü en büyük endüstrisi haline gelmiştir. 1945 yılında Alman hükümetinin tesliminden sonra Alman film endüstrisinin gelişimi de aniden sona erdi. 1948 yılındaki Berlin Ablukası ve 1949 yılında Doğu ve Batı olarak Almanya'nın ikiye bölünmesinin ardından ülkede Amerikan ve Rus odaklı iki sinema anlayışı gelişmiştir. 1951 yılında Berlin Uluslararası Film Festivali (Berlinale) Almanya'da film endüstrisinin yeniden inşası için başlamıştır fakat Berlin'de uluslararası bir film festivali kurmanın en önemli neden ekonomik değil jeopolitiktir. Festival, komünizme karşı başlatılan Soğuk Savaş'ın önemli faaliyetlerinden biri olarak görülmektedir. Festival ile Berlin'in önemli bir Avrupa kültür merkezi olarak canlandırılması planlanmıştır. Amerika ve Batı Almanya yetkilileri, Berlin'i Batı'nın ekonomik üstünlüğünün ve kültürel dinamizminin kanıtı olması için inşa etmiştir.

Berlin'deki ilk festival 6-18 Haziran 1951 yılında gerçekleşmiştir fakat festivalde sosyalist ülkeler dışlanmıştır. Berlinale dönemin tüm festivalleri gibi farklı ulusları davet etmek için geleneksel diplomatik kanalları kullanmıştır ve Doğu Avrupa ülkeleri ve Sovyet Birliği ile diplomatik kanallar kesilmiştir. 1950'lerde ve 1960'ların başında, Venedik Film Festivali tekrar başlamışken (1946) ve Cannes eğlenceli bir turizm merkezi haline gelerek bu yönüyle tanıtımı yapmaktayken, savaş sonrası Berlin bu yönde bir tanıtım yapamamıştır ve bu sebeple politik ve ideolojik yöne eğilmiştir. Savaştan hemen sonra festivale savaş sonrası İngiliz askeri idaresine film danışmanlığı veren film tarihçisi Dr. Alfred Bauer atanmıştır. Bauer'e göre festival önemli bir kültürel-politik olaydı ve sanatsal hedeflerden ziyade siyasi hedefler taşımaktaydı (de Valck, 2006, s. 61-65).

Ulusal Film Yapımcıları Derneklerinin Uluslararası Organizasyonu FIAPF (Internationale des Producteurs des Films) film festivallerinin örgütlenmemiş büyümesinden memnun kalmayarak her yıl düzenlenmek üzere Film Olimpiyatları planını tasarladı fakat Cannes ve Venedik'teki yetkililer bu öneriyi veto ederek hiyerarşiye dayalı bir sınıflandırma sistemi önerdiler. Bu sistem, FIAPF üyelerine hangi festivallerin görülmeye değer olduğu konusunda netlik kazandıracaktı. Döneminin en bilinen festivalleri olarak Venedik ve Cannes bu sistem ile buldukları konumu daha da güçlendirdi. FIAPF düzenlemelerinin amaçlarından biri de iyi uluslararası ilişkiler sürdürmekti yani festivaller ve film organizasyonları bir diplomasi aracı olarak kullanılmaktaydı (de Valck, 2006, s. 66, 69). Kuruluşu itibarıyla siyasal amaçlar taşıyan festivallerin yönetiminde çoğu zaman devlet idaresinden yetkililerin bulunması da bunun açık bir örneği olarak kabul edilebilir. 1950'lerin sonlarına gelindiğinde festivallerdeki bu politik ve ekonomik yoğunluk bazı sanatçılar tarafından yoğun bir şekilde eleştirilmeye başladı ve 1968 yılında ise zirveye ulaştı. Amerika'nın Vietnam ile savaşa girmesi Amerika ve Avrupa'da sol gösterilerle karşılandı. Fransa'da sinema bu isyanlarda önemli bir rol oynadı ve bu sebeple dönemin Fransa Kültür Bakanı Andre Malraux, Sinematek Francaise'nin hem kurucusu hem de başkanı olan Henri Langlois'i görevden aldı. Bu hareket sanatçılar tarafından sanatsal özgürlüğün devletin baskıcı bir eylemi sonucu kısıtlanması olarak yorumlandı ve içlerinde Godard, Truffaut gibi önemli isimlerinde bulunduğu film yapımcıları protesto yürüyüşü için sokaklarda toplandı. Ingmar Bergman, Orson Welles ve Akira Kurosawa'nın telgraf aracılığıyla desteklemesi ve diğer yapımcıların direkt desteği ile Sinematek Savunma Komitesi kuruldu. Protestoların amacı yalnızca Langlois'nin görevine dönmesi değil aynı zamanda

festivallerde yıldızlara ve ödüllere olan odağın değiştirilerek festivalin yeniden şekillenmesiydi. Başlangıçta dönemin Cumhurbaşkanı Robert Favre Le Bret, festivalin o yıl için ödül verilmeden devamı konusunda uzlaşmaya vardı fakat protestoların artması ile alınan kararın ertesi günü festivalin resmi kapanışı yapıldı. 1968 Mayıs olayları olarak tarihe geçen bu dönem dünya çapındaki film festivallerinde derin izler bıraktı. Öncelikle sinema ve film yönetmenlerinin statüsü değişti ve sinema yüksek sanat, yönetmenler de auteur olarak kabul edilerek festivaller bu sesler için var olan platformlar haline geldi. Ayrıca festivallerin odağının sanat eserlerinin sergilemesine ve yönetmenlerin bireysel başarılarına kayması festivallerin ulusal sinemanın vitrini olma özelliğinin yitirilmesine sebep olmuştur (de Valck, 2006, s. 74-75).

Uluslararası festivaller doğrudan ya da dolaylı olarak uluslararası ilişkiler ve kültürel diplomasi ile ilişkili olmuştur. Festivaller aracılığıyla ideal bir şehir imajı inşa edilerek ulus ve şehir markalaşma faaliyetleri gerçekleştirilmektedir. Örneğin 70.000 nüfuslu olan Cannes'ın, festival süresi boyunca nüfusu 160.000'e çıkmaktadır ve festival aracılığıyla bir turizm merkezi haline gelmektedir. 2009 yılı Cannes Belediye Başkan Yardımcısı ve festivalin yapıldığı Palais des Festivals'dan sorumlu olan David Lisnard, Cannes şehri tarafından festivale 2.2 milyon Euro devlet desteği verildiğini ve karşılığında 170 ila 200 milyon Euro arasında gelir elde edildiğini belirtmiştir (Segal, 2011, s. 39). Bu örnekte yalnızca ekonomik boyut değil, siyasal ve kültürel boyut da ön plandadır. Festivaller şehre çok sayıda turist ve uluslararası medyayı çekerek şehrin görünürlüğünü artırmakta ve markalaşma sürecine katkıda bulunmaktadır. Her ne kadar festivaller ulusal boyutta ele alınsa da lokal boyutta da önemli bir yere sahiptir. Örneğin festivallerde verilen ödüller buldukları şehirlerin amblemleri ile benzerlik gösterir. Berlin Film Festivali'nde Altın Ayı, Venedik Film Festivali'nde Altın Aslan verilmesi gibi. Ayı ve aslan Berlin ve Venedik şehirlerinin sembolüdür ve festivallerde verilen ödüller de şehirlerin simgeleriyle bütünleşmiştir ve festival, ülkesi yerine bulunduğu şehir ile öne çıkmaktadır. Ayrıca festival şehirleri yalnızca festival zamanı değil festivalin olmadığı anlarda da turist çekmektedir. Festivallerin yapıldığı mekanlar festivale ilişkin özel bir kimlik kazandığı için festival sezonu dışında da turistik kimliğini yitirmemektedir. Bu da şehirlerin tanıtımı ve kültürel diplomasi süreçleri için oldukça önemli bir noktadır. Bu sebeple festivaller özel sponsorlarla desteklendiği gibi hükümetler tarafından da desteklenir. Örneğin Venedik Film Festivali büyük ölçüde kamu desteğine bağlıdır ve bunun sonucu olarak da ulusal kültür politikasının bir aracı haline gelmiştir. Hatta buna

ek olarak Berlusconi hükümeti 2006 yılından itibaren Roma Film Festivali'ni de desteklemiştir (Segal, 2011, s. 41). Festivallerin fon kaynaklarını onun yapısını şekillendirir çünkü her bir sponsor kendi kültür ve görüşü ile festivali fonlayacaktır ve bu fonlar festivalin görünümünü şekillendirmeye yardımcı olan “kültürel araçlar” haline gelecektir. Tarihte çoğu Avrupa film festivali fonunun, sömürgeci güçlerin dünyaya kültürel finansman şeklinde kendi kültürel ve ideolojik mirasını dağıtması olduğu görülmektedir. Bu sebeple Avrupa'daki birçok film festivali ya devlet tarafından fonlanmaktadır ya da Dışişleri Bakanlığı festivali fonlayan sponsorlara vergi mükellefiyeti getirerek onları teşvik etmektedir (Falicov, 2016, s. 212, 215, 216). Birçok ülke, film festivallerini kültür alanındaki uluslararası ilişkiler programlarından kültürel diplomasi faaliyetleri içerisinde konumlandırmıştır. Söz konusu sinema olduğunda, Fransa şüphesiz en tutarlı ve adanmış kültürel diplomasi programına sahiptir. 1996 yılından itibaren Melekler Şehri etkinliği olarak bilinen Los Angeles etkinliği buna bir örnektir. Bu etkinlik Franco-Amerikan Kültür Fonu desteğiyle başlayan bir etkinliktir. Bu etkinlik Amerika'nın Yönetmenleri ve Yazar Birlikleri, Sinema Filmleri Derneği ve Fransız Müzik Yazarları, Bestecileri ve Yayıncıları Derneği (SACEM) arasında işbirliklerini artırmak amacıyla gerçekleştirilmektedir. Kültürel diplomasi faaliyetlerindeki etkinliği artıran bu festival zaman içinde Fransa'daki Yazarlar, Yönetmenler ve Yapımcılar Birliği'nden (ARP), Los Angeles'taki Fransız büyükelçiliğinin Film ve TV Ofisi'nden ve Unifrance'den de destek almaya başlamıştır (Jordanova, 2010, s. 19, 20).

Festival ağının kendini koruma ve uyum sağlaması büyük ölçüde dönüşümlere dayanır. Savaş sonrası Avrupa'da festivaller genellikle milliyetçi duygulara hitap ediyordu. 1970'lerde ise dünya çapında gerçekleşen gençlik isyanları sonucu sinemadaki genç yetenekleri ve politik sinemayı destekledi. 21. yüzyılda ise, profesyonel sponsorluk anlaşmalarına yakınlaşarak ve endüstriyel ortaklıklar arayarak büyümeye ve rekabet etmeye devam etti (de Valck, 2007, s. 207). Kültür, kimlik inşasının en önemli öğelerinden biridir ve uluslararası film festivalleri bu kültürü çağına adapte olarak hem inşa eder hem de yansıtır. De Valck'ın betimlenmesinde de görüldüğü üzere festivaller her dönem var olan kültür ve ideolojiyi yansıtmıştır. Günümüzde de kapitalizmin hızlı artan gelişimiyle bu çağın kültür ve ideolojisini yaratmaktadır. Sosyal inşacı kuram da belirtildiği üzere kültür dilin sembolleşmiş uzantısıdır. Bilgi dil ile yaratılarak sosyal bilgi stoku oluşturulur ve bu gelecek nesillere aktarılır. Bu noktada da film festivalleri, kültürü

hem inşa edip hem de aktararak dilin sembolik bir uzantısıdır. Film festivalleri, kültürel bir etkinlik olarak ulus ve şehir imajı inşa eder ve ek olarak farklı kültürlerle temsil imkanı sağlayarak onları da bünyesine katar. Bu sebeple sinema ve festivaller bir temsil ve ifade aracı olarak da kullanılmaktadır. Bunun bir diğer nedeni de sinemanın ve film festivallerinin toplumsal temelde şekillenmesidir. Sinema ve film festivalleri kolektif bir emeğin sonucudur ve her ikisi de eylemi itibariyle kolektif bir şekilde gerçekleştirilir. Her ne kadar 21. yüzyılda internetin kullanımının yaygınlaşması ile birlikte sinema filmlerini tüketim alışkanlığı değişkenlik göstermeye başlasa da sinema halen kolektifliği sürdürmektedir. Sinema insandan ayrı düşünülmemesi ve kolektif yönü ile sosyolojyle ilişkilendirilir ve insan ve topluluğun olduğu her yerde kültür de muhakkak var olacaktır. Bu kültür içerisinde yeşeren her faaliyet içinde doğduğu kültürün mutlak yansıtıcısı olacaktır.

2.4.1. Türkiye'deki uluslararası film festivalleri

Dünya'daki ilk film gösterimi 28 Aralık 1895'te Auguste ve Louis Lumiere kardeşlerin Paris'te Grand Café on the Boulevard des Capucines'te "Trenin Gara Gelişi" adlı filmlerini göstermesiyle gerçekleşmiştir. Türkiye'deki ilk film gösterimi ise tam dört yıl sonra 1896 yılında, II. Abdülhamit zamanında, sarayda gerçekleştirilmiştir. Bunun ardından aynı yıl Pathe Film'in İstanbul temsilcisi olan Romanya uyruklu Sigmund Weinberg'in çabaları ile Beyoğlu'nda halk için film gösterimleri de yapılmıştır (Onaran, 1994, s. 11). Kültürel bir öge olan sinemanın ülkemizdeki ilk faaliyetleri böylelikle Avrupa temelli olarak başlamıştır. Türkiye'de uzun yıllar film festivallerinin yapılamamasının en büyük nedeni yeterli sayıda filmin çekilememesidir. 1917-1946 yılları arasında Türkiye'de en fazla yılda 4 film çekilebiliyordu hatta bazı yıllar (1914, 1915, 1916, 1920, 1926, 1928, 1930, 1936, 1937) hiç film çekilmemiştir. Bahsi geçen yıllarda yalnızca belge filmler çekilmiştir (Şener, 1972, s. 7). Türk sinemasındaki ilk yarışma Yerli Film Yapanlar Cemiyeti'nin 1948 yılında düzenlediği bir "müsabaka"dır. Yarışmada en iyi film Şakir Sırmalı'nın "Unutulan Sır" adlı filmidir (Özön, 1990, s. 53). Bu, hem ilk film festivali olarak kabul edilmektedir hem de çağdaş film festivalleri yolundaki önemli bir adımdır çünkü film gösterimlerine etkinlikler eklenmeye ve bu gösterimler kurumsallaşmaya başlamıştır. Türkiye'de festival kavramı ilk defa 1931 yılında İstanbul'da bir araya gelen İkinci Balkan Konferansı kapsamında Beylerbeyi

sarayında düzenlenen Balkan Oyunları Festivali'nde kullanılmıştır (Penpece, 2014, s. 197). Türkiye'deki film festivallerinin başlangıç yolundaki bir diğer adım da özel gösterimlerin başlaması olmuştur. Bir Türk filmi olan "Mürebbiye" 1919 yılının Mayıs ayında, Müze-i Askeri salonunda, İstanbul'da bulunan işgal kuvvetleri komutanlarına ve dönemin ünlü tiyatro oyuncularına özel gösterimle sunulmuştur. İlk yerli film galası da 1951 yılında "Vatan ve Namık Kemal" filmi ile filmin yapımcısı Cahide Sonku tarafından Beyoğlu Sümer Sineması'nda düzenlenmiştir ve konuklar arasında dönemin İstanbul Valisi Fahrettin Kerim Gökay, General Şükrü Kanatlı, Ahmet Emin Yalman, Ahmet Hamdi Tanpınar, Yusuf Ziya Ortaç, Reşat Nuri Güntekin ve Esat Mahmut Karakurt bulunmaktadır. Bu ilk yerli film galasını Adalet Cimcoz "*Misafirler pek itinalı giyinmişler, hemen bütün erkeklerin üzerinde koyu elbise, kadınlar tüylü yahut tüllü, tabi envai çeşit kürk ve bir o kadar karışık koku.*" olarak betimlemektedir (Özön, 1990, s. 64). Her ne kadar dışarıdan katılımcıya açık olmasa da bu etkinlikler film gösterimlerinin film festivallerine evrilmesinde oldukça önemlidir. Yerli film festivallerimizin başlangıcı diğer ülkelere göre zaman alsa da yerli yönetmenler yurtdışında gerçekleştirilen festivallere filmleriyle katılıyordu. Yurtdışında gerçekleştirilen festivallerden gelen ilk ödül Muhsin Ertuğrul'a aittir. 1933 yılında Venedik Film Festivali'nde "Leblebici Horhor Ağa" filmi ile "Onur Diploması" ödülünü almıştır (Özön, 1990, s. 65). Muhsin Ertuğrul'un ardından birçok yerli sanatçı Cannes, Berlin, Venedik Film Festivalleri gibi dünyaca ünlü film festivallerine eserleriyle katılmıştır. Yerli film festivali denemeleri de 1950'lerden itibaren başlamıştır. Türk Film Dostları Derneği (TFDD) 1952 yılında Lütfi Akad, Aydın Arakon, Orhan Arıburnu, Hüsamettin Bozok, Burhan Arpad ve Hıfzı Topuz tarafından Türk sinemasının sanat bakımından gelişmesi ve uluslararası alanda yer edinmesi amacıyla kurulmuştur (Şener, 1972, s. 14). 1953 yılında Türk Film Dostları Derneği "1. Türk Film Festivali"ni düzenlemiştir. Bu festivalde en iyi film Ömer Lütfi Akad'ın "Kanun Namına" filmi seçilmiştir (Özön, 1990, s. 115). Daha sonra bunu İstanbul belediyesinin 1961 yılında düzenlediği "Yerli Filmler Yarışması", 1964 yılında düzenlenen "1. Antalya Film Şenliği", 1965 yılında düzenlenen 34. İzmir Enternasyonal Fuarı 1. Film Şenliği, aynı yıl düzenlenen Gaziantep Film Şenliği, 1969 yılında düzenlenen "1. Adana Film Festivali", 1976 yılında düzenlenen "İstanbul Uluslararası 1. Film Festivali" takip etmiştir (Özön, 1990, s. 122, 124-126, 140). Bu noktada İstanbul Uluslararası Film Festivali "uluslararası" sıfatını kullanan ilk yerli film festivali olması nedeniyle önem taşımaktadır.

Festivaller hem yeni yönetmen ve yapımcıların kendini ifade edebilmesi hem de yerel ve ulusal kültürün aktarımı açısından oldukça önemlidir. Türkiye’de de Eskişehir Film Festivali, Adana Altın Koza Film Festivali ve Kapadokya Film Festivali gibi uluslararası ve yerel olmak üzere elliden fazla film festivali bulunmaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı Sinema Genel Müdürlüğü’nün resmi sitesinde “uluslararası” olarak kabul edilen on bir film festivali şu şekildedir:

- Ankara Uluslararası Film Festivali
- Uluslararası Antalya Film Festivali
- Uluslararası İstanbul Film Festivali
- Randevu İstanbul Film Festivali
- Gezici Festival
- İf İstanbul Uluslararası Bağımsız Filmler Festivali
- Uçan Süpürge Uluslararası Kadın Filmleri Festivali
- Malatya Uluslararası Film Festivali
- Uluslararası Gezici Filmmor Kadın Filmleri Festivali
- Sinemasal Açık Hava Sinema Festivali
- Uluslararası Boğaziçi Film Festivali

Ülkemizde de birçok ünlü yönetmen başarılarını bu festivallerde ispatlamıştır. Fakat bu festivallerin gerçekleşmesi de uygun koşullara bağlıdır ve bu uygun koşullar her zaman sağlanamamaktadır. Film festivalleri ve diğer sanatsal ve kültürel etkinliklerin desteklenmesi adına Kültür ve Turizm Bakanlığı 2005 yılında “Kültürel alandaki destek (sponsor) faaliyetlerinin teşvik edilmesi” hakkında bir genelge yayınlamıştır sinema ve diğer somut olmayan kültürel miras ve sanat dalları için gerçekleştirilecek etkinliklerin, atölyelerin vb. faaliyetlerin destekleneceğini duyurmuştur ([http-24](http://24))²⁴. Festivallerin gerçekleşmesi yönetmen ve yapımcılar açısından sadece yerel ve ulusal çapta önem taşımamaktadır aynı zamanda uluslararası film festivallerinde konuk olan yabancı eleştirmenlerin onayını alarak yurt dışında da kendilerini temsil etmek imkanı da bulmaktadırlar. Ayrıca bu festivallerde verilen yapım ödülleri ile sanatçılar bir sonraki filmi çekme imkanı bulmaktadırlar ve bu da kültürün üretiminin devamlılığı açısından oldukça önemlidir. Fakat film festivalleri ülkenin içinde bulunduğu koşullardan etkilenmektedir. Örneğin 2015 Temmuz’unda Türkiye’de gerçekleşen olaylar nedeniyle

²⁴ <https://teftis.ktb.gov.tr/TR-14821/kulturel-alandaki-destek-sponsor-faaliyetlerinin-tesvik-.html> (Erişim tarihi: 11.04.2020)

1001 Belgesel Film Festivali ertelenmiş, Uluslararası Antalya Film festivali ileri bir tarihe ertelenmiş ve Adana Altın Koza Film Festivali'nin de bazı bölümleri iptal edilmiştir (Başyigit, 2016, s. 12-13). Türkiye'de neoliberal politikalar çerçevesinde, festivallerin artması ve sinemaya bakışın değişmesiyle sinemada ortak yapımların üretimi gibi farklı yaklaşımlar sergilenmiştir. Bu bağlamda da AB ülkelerinin Hollywood yayılcılığını kırmak için birleştiği Eurimages programı devreye girmektedir. Türkiye'den de birçok bağımsız film yönetmenine ve yapımcısına destek veren Eurimages destek fonu hem yeterli imkana sahip olamayan sanatçılara destek olmakta hem de farklı ülkelerin bir arada olduğu ortak yapımlar ile yerli sanatçıların yurt dışında da eserlerini sergileme imkanı vermektedir (Yetkiner, 2018, s. 1618-1620).

2.4.1.1. Ankara uluslararası film festivali

Ankara Uluslararası Film Festivali, ilk kez 13-20 Mart 1988 tarihinde Ankara Film Şenliği adıyla gerçekleştirilmiştir ve 10'a yakın ülkeden yaklaşık 40 eser ve 30 yerli yapım izleyici ile buluşmuştur. Şenlik Mahmut Tali Öngören ve Aziz Nesin'in önderliğinde Bilim ve Sanat, Bilar A. Ş. Ve Mülkiyeliler Birliği'nin ortaklığıyla gerçekleşmiştir (http-25)²⁵. Festival kapsamında

- En iyi film: Her Şeye Rağmen (Orhan Oğuz)
- En iyi ikinci film: Bez Bebek (Engin Ayça)
- En iyi üçüncü film: Dolunay (Şahin Kaygun)
- En iyi yönetmen: Orhan Oğuz
- En iyi görüntü yönetmeni: Salih Dikişçi (Dolunay)
- En iyi senaryo: Engin Ayça (Bez Bebek)
- En iyi müzik: Cahit Berkay (Her Şeye Rağmen, Çark, Sis)
- En iyi kadın oyuncu: Şerif Sezer (Her Şeye Rağmen)
- En iyi erkek oyuncu: Talat Bulut (Her Şeye Rağmen)
- En iyi yardımcı kadın oyuncu: Derya Yücel (Bir Kırık Bebek)
- En iyi yardımcı erkek oyuncu: Orhan Çağman (Bir Kırık Bebek)

seçilmiştir (Özön, 1990, s. 159).

²⁵ <https://filmfestankara.org.tr/tarihce> (Erişim tarihi: 13.04.2020)



Görsel 2.9. *Ankara Uluslararası Film Festivali logosu*

Festival 1991 yılında Körfez Savaşı nedeniyle gerçekleştirilememiştir fakat aynı yıl 11 Ocak tarihinde Mahmut Tali Öngören'in çalışmaları sonucu Dünya Kitle İletişimi Araştırma Vakfı kurulmuştur ve festival bir sonraki sene bu vakfın kapsamına alınmıştır (http-19). Festival kapsamında Kutluğ Ataman, Nuri Bilge Ceylan, Yeşim Ustaoglu, Giovanni Scagnamillo ve Nijat Özön gibi isimler ödüller almıştır. Mahmut Tali Öngören festival için ekonomik, siyasal ve kültürel güçlükler nedeniyle “çölde lale” benzetmesini kullanır (http-19). Gerçekten de Ankara Uluslararası Film Festivali, aynı dönemde faaliyet gösteren İstanbul Uluslararası Film Festivali'ne kıyasla daha az katılımcı ve gelire sahiptir ve bu sebeple güçlükler yaşamaktadır. Sadık seyircisine rağmen, profili her yıl maddi olanaklar ve festival profesyonellerine göre değişmektedir. Uluslararası katılımcı sayısının düşük olması ve marketi olmaması sebebiyle bir izleyici festivali olarak sınıflandırılabilir (Taş, 2013, s. 79). Festival düzenlediği yarışmalarla yerli sanatçıları teşvik etmeyi amaçlamıştır. Öncelikli hedefi Türkiye sinemasının geleceğini şekillendirecek yeni isimleri keşfetmek ve desteklemektir. Aynı zamanda yabancı sanatçıların eserlerine de yer vererek kültürel etkileşimi artırmayı hedeflemektedir. Yalnızca film gösterimleri ile kalmayıp farklı yaş grupları için atölyeler, konferanslar ve paneller düzenleyerek teorinin ve pratiğin birlikte yer aldığı eğitimler düzenlemektedirler. 1993 yılında Uluslararası Canlandırma Filmleri Yarışması'nı festival programına dahil ederek, dünyada canlandırma filmleri alanında yarışma düzenleyen sayılı festivallerden biri olmuştur (Uğurlu ve Uğurlu, 2011, s. 264). Festival, II. Körfez Savaşı nedeniyle 2004 yılında gerçekleştirilememiştir ve 2020 yılında 4-14 Haziran tarihleri arasında gerçekleştirilmesi planlanırken Dünya Sağlık Örgütü (WHO) tarafından pandemi olarak ilan edilen COVID-19 virüsü sebebiyle net bir gün belirtilmeksizin ileri bir tarihe ertelenmiştir.

Festival ekibi her sene değişmekle birlikte 2019 yılında gerçekleştirilen 30. Ankara Uluslararası Film Festivali'nde Festival Onursal Başkanı Prof. Dr. Oğuz Onaran, Festival Başkanı İnci Demirkol'dur. Festivalin yürütücülüğünü üstlenen Dünya Kitle İletişimi Araştırma Vakfı Yönetim Kurulu'nun 2019 yılı başkanı İrfan Demirkol'dur. Festivalin sponsorları da her sene farklılık göstermekle birlikte 2019 yılı için baş sponsorları Kültür ve Turizm Bakanlığı Sinema Genel Müdürlüğü ve ankaya Belediyesi olmak üzere diğer sponsorları arasında Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu, Goethe Institut, Türk Eğitim Derneği ve Ankara Sanayi Odası gibi kurumlar bulunmaktadır (http-26)²⁶.



Görsel 2.10. 30. Ankara Uluslararası Film Festivali sponsorları (1)²⁷



Görsel 2.11. 30. Ankara Uluslararası Film Festivali sponsorları (2)²⁸

²⁶ <https://filmfestankara.org.tr/sponsorlar> (Erişim tarihi: 13.04.2020)

²⁷ <https://filmfestankara.org.tr/sponsorlar> (Erişim tarihi: 13.04.2020)

²⁸ <https://filmfestankara.org.tr/sponsorlar> (Erişim tarihi: 13.04.2020)

Festival kapsamında gerçekleştirilen etkinlikler için ayrı yönetmelikler bulunmaktadır. Festivalin yurt içi ve yurt dışı tanıtımında kullanılmak üzere düzenlenen Festival Afiş Tasarımı Yarışması yönetmeliğinde festivale katılımın ücretsiz olduğu belirtilmektedir ve herhangi bir uyruk şartı (T.C. vatandaşı olmak gibi) aranmamaktadır. Yarışma ödülü, fatura veya belge karşılığında KDV dahil 5000 TL olarak belirlenmiştir. Uluslararası Film Gösterimleri yönetmeliğinde de aynı koşullar geçerlidir. Ulusal Belgesel Film Yarışması yönetmeliğinde ise yarışmanın “ulusal” olması nedeniyle yönetmenlerden en az birinin T.C. vatandaşı olması koşulu vardır. Yarışma ödülü ise 20000 TL olarak belirlenmiştir. Ulusal Kısa Film Yarışması yönetmeliğinde ve Ulusal Gösterim yönetmeliğinde ise etkinliğin amacı Türkiye sinemasının usta sanatçılara ve yeni yaratıcılarına katkıda bulunmak ve Türkiye sinema endüstrisinin gelişimine katkıda bulunmak olarak belirtilmiştir. Aynı şekilde yönetmenlerden birinin T.C. vatandaşı olması gerekmektedir. Ulusal Uzun Film Yarışması Yönetmeliği’nde ise filmin ya Türkiye yapımı olması ya da Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın belirlediği ortak yapım koşullarını sağlaması gerekmektedir (http-29)²⁹. Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın 12.08.2005 tarihli Resmi Gazete’de yayınladığı “Sinematografik Ortak Yapımlar ve Türkiye’de Ticari Amaçlı Film Çekmek İsteyen Yerli ve Yabancı Yapımcılar Hakkında Yönetmelik”te ortak yapımlı bir filmin “ulusal film” olarak kabul edilebilmesi için yerli yapımcının katkısının en az %51 olması gerektiği belirtilmiştir. Eğer yerli yapımcının katkısı %51’den az ise “Ulusal Film Teknik ve Sanatsal Katkı Ölçüm” cetveline göre 22 puanlık sistemde asgari 14 puan almak zorundadır (http-30)³⁰.

²⁹ <https://filmfestankara.org.tr/yonetmelikler> (Erişim tarihi: 13.04.2020)

³⁰ <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2005/08/20050812-13.htm> (Erişim tarihi: 13.04.2020)

Tablo 2.2. “Ulusal Film Teknik ve Sanatsal Katkı Ölçüm” cetveli

| Unsur | Puan |
|---|------|
| Yönetmen | 3 |
| Senarist | 3 |
| Özgün Müzik Bestecisi | 1 |
| Başrol Oyuncusu 1 | 3 |
| Başrol Oyuncusu 2 | 2 |
| Karakter Oyuncusu | 1 |
| Sanat Yönetmeni | 1 |
| Görüntü Yönetmeni | 1 |
| Kurgucu | 1 |
| Ses Mühendisi | 1 |
| Mekân Yoğunluğu | 1 |
| Laboratuvar | 1 |
| Orijinal Çekim Dili (Türkçe Olması Hâlinde) | 3 |

Ulusal Uzun Proje Geliştirme Desteği yönetmeliğinde de yönetmenin T.C. vatandaşı olması şartı aranmaktadır. Ayrıca festival yönetimi, festivale kabul edilen filmlerden ve projelerden değerlendirme için gerekli özellikleri ve hukuki nitelikleri taşımayan eserleri değerlendirme dışı bırakma hakkına sahiptir (http-21). 2020 yılı itibariyle festival 31. yılını tamamlamış olacaktır.

2.4.1.2. Uluslararası Antalya film festivali

Türkiye’de yapılan film festivallerinin en uzun ömürlüsü olan Uluslararası Antalya Film Festivali ilk yıllarında bir sanat festivali olarak düzenlenmiştir ve festival faaliyetleri arasında sinema yoktur. Festivalin üçüncü yılı olan 1964 yılında sinema da festival faaliyetleri kapsamına alınarak “I. Antalya Film Festivali”nin temelleri atılmış olur (Şener, 1972, s. 27). Fakat festivalin başlangıcının kökeni bu sanat festivalinden de eskiye dayanmaktadır. 27 Mayıs 1953 tarihinde Antalya’yı gezmekte olan Ankara Devlet Konservatuvarı Tiyatro Bölümü öğrencileri, Aspendos’ta Romeo ve Juliette’i sergiler ve üç yıl sonra Antalya Belkıs Tiyatro ve Müzik Festivali başlar. 11 Nisan 1957 yılında ise yönetmen Behlül Dal, Antalya’da bir film şirketi kurmaya karar verir. Festival fikri Dal’ın arkadaşı olan Avni Tolunay’ın Belediye Başkanı olmasıyla hız kazanır ve festival çalışmaları başlar. Venüs heykeli ve portakal festivalin simgesi olarak belirlenir. Dr. Avni Tolunay, Bn. Tolunay, Dr. Burhanettin Onat, Prof. İsmail Hakkı Onay, Hadi Yaman, Selahattin Burçkin, Mustafa Yücel ve Faruk Kenç festival jürisi olarak belirlenir (Elgün, 2014, s. 2). İlk sene “Antalya Film Şenliği” adıyla düzenlenen festivalde ödüller şu şekildedir (Özön, 1990, s. 124):

- En iyi film: Gurbet Kuşları (Halit Refiğ)
- En iyi yönetmen: Halit Refiğ
- En iyi görüntü yönetmeni: Ali Uğur (Acı Hayat)
- En iyi kadın oyuncu: Türkan Şoray (Acı Hayat)
- En iyi erkek oyuncu: İzzet Günay (Ağaçlar Ayakta Ölür)
- En iyi yardımcı kadın oyuncu: Yıldız Kenter (Ağaçlar Ayakta Ölür)
- En iyi yardımcı erkek oyuncu: Ulvi Uraz (Yarın Bizimdir)



Görsel 2.12. 57. Antalya Altın Portakal Film Festivali logosu

Ertem Göreç'in işçi-emekçi sorunlarını anlattığı filmi "Karanlıkta Uyananlar" festivalin ikinci senesi jüri tarafından festivale dahil edilmemesi üzerine içlerinde Lütfi Ö. Akad, Metin Erksan, Selma Güneri ve İzzet Günay gibi ünlü isimlerin bulunduğu sanatçı topluluğu festivali protesto eder. Festival sonraki yıllarda da katılımcıların ve sanatçıların jüriyi eleştirmeleri ile gündem olur. 1973 yılında ise, Silvana Pampanini festivalin ilk uluslararası konuğu olur. Festival ilk yıllarında çoğunlukla belediyenin desteğiyle ilerlediği için bazı filmlerin gösterimine izin verilmez. 1976 yılında Süreyya Duru'nun "Kara Çarşafı Gelin" adlı filminin sakıncalı bulunarak gösterilmemesi buna örnektir fakat film ertesi yıl Danıştay'ın kararıyla festivale döner ve Büyük Ödül'ü alır. Festival tarihi boyunca Maden, Yusuf ile Kenan, Yolcular gibi birçok film sansüre takılmıştır ve festival bu sebeple kötü bir şöhrete sahip olmuştur. Sinan Çetin "Günün birinde ödül aldım ve Antalya Film Festivali'nde ödül almak o kadar büyük bir suçtu ki bir gecede bütün dostlarımı kaybettim" diyerek durumu özetler (Elgün, 2014, s. 3,4).

Festival başlangıç yılı olan 1964'ten 1995 yılına kadar Antalya Belediyesi tarafından yürütülmüştür. 1995 yılında ise Altın Portakal Kültür ve Sanat Vakfı kurulmuş ve festival bu vakıf tarafından organize edilmeye başlamıştır. Vakıf 2002 yılında Antalya Kültür Sanat Vakfı (AKSAV) adını almıştır (Seçen, 2019, s. 35). 2004

yılında AKSAV'ın başkanlığına Menderes Türel'in seçilmesiyle birlikte festival bir dünya festivali olmayı hedeflemiştir ve 2005'i "uluslararası platforma geçiş yılı" ilan etmiştir. Bununla birlikte festival "uluslararası" bir boyut kazanmıştır (Atak, 2009, s. 115). 2020 yılında festivalin 3-10 Ekim tarihleri arasında gerçekleştirilmesi planlanmaktadır.

Festival ekibi her sene farklılık gösterebilmekle festival başkanlığını her yıl dönemin belediye başkanı üstlenmektedir. 2020 yılı için Festival Başkanı Muhittin Böcek, Festival İdari Direktörü Cansel Tuncer ve Festival Yönetmeni Ahmet Boyacıoğlu'dur. Festivalin 2020 yılı sponsorları arasında Kültür ve Turizm Bakanlığı, Antalya Büyükşehir Belediyesi, CNN Türk ve Fiat gibi önemli kuruluşlar bulunmaktadır (http-31)³¹.



Görsel 2.13. 57. Antalya Uluslararası Film Festivali sponsorları (1)³²



Görsel 2.14. 57. Antalya Uluslararası Film Festivali sponsorları (2)³³

³¹ <https://www.antalyaff.com/tr/page/sponsor> (Erişim tarihi: 14.04.2020)

³² <https://www.antalyaff.com/tr/page/sponsor> (Erişim tarihi: 14.04.2020)

³³ <https://www.antalyaff.com/tr/page/sponsor> (Erişim tarihi: 14.04.2020)

Festival kapsamında Ulusal Uzun Metraj Film Yarışması, Ulusal Belgesel Film Yarışması, Ulusal Kısa Metraj Film Yarışması ve Uluslararası Uzun Metraj Film Yarışması olmak üzere toplamda dört yarışmaya ev sahipliği yapmaktadır ve her bir yarışma farklı bir yönetmeliğe sahip olsa da yönetmelikler içerik yönüyle oldukça benzerlik taşımaktadır. Yarışmaların amacı nitelikli Türk filmlerini ödüllendirerek hem usta hem de genç sanatçıları üretmeye teşvik etmek ve Türk sinemasının ulusal ve uluslararası düzeyde tanınmasını sağlamaktır. Yönetmeliğe göre festivalin yönetim ve organizasyonu Antalya Büyükşehir Belediyesi'ne aittir. Festivalde yarışacak ve gösterimi yapılacak filmler Festival Yürütme Kurulu ve Danışma Kurulu tarafından belirlenir. Festival jürisini Yürütme Kurulu oluşturur ve jüri toplantılarında Yürütme Kurulu'ndan bir temsilci bulunmak zorundadır. Festivale kabul edilen film ekibinin katılacağı etkinlikler Yürütme Kurulu tarafından belirlenir ([http-34](http://www.antalyaff.com))³⁴. Uluslararası Antalya Film Festivali yerel yönetimler tarafından düzenleniyor olması ve festival politikalarının dönemin belediye başkanına göre değişiklik göstermesi nedeniyle sinema-siyaset ilişkisinin en belirgin olduğu festivallerden biridir. Değişen belediye başkanları ile birlikte festival yönetmeliği ve işleyişi de değişmektedir. Örneğin Ak Parti'nin adayı olan Menderes Türel belediye başkanı olduğunda festivali uluslararasılaştırmak istemiştir ve bir film marketinin kurulmasına ve ödülün değiştirilmesine karar vermiştir. 2009 yılında ise belediye başkanlığına Prof. Dr. Mustafa Akaydın seçilince bir önceki dönemin stratejileri sonlandırılır, yeni politikalar belirlenir ve ödül heykelciliğinin tekrar değiştirilmesine karar verilir. 2014 yerel seçimlerinde ise bu kez başkanlığa tekrar Menderes Türel seçilmiştir ve Akaydın döneminde yapılan çalışmalar sonlandırılarak önceki festival uygulamaları tamamen değiştirilmiştir (Yetkiner, 2019, s. 63, 64). Net bir sinema ve festival politikası oluşturulmadıkça festivaller siyasetin aracı olmaya devam edecektir. 2020 yılı itibarıyla festival 57. yılını tamamlamış olacaktır. Festival FIAPF'ın (Uluslararası Film Yapımcıları Dernekleri Federasyonu) bir üyesidir.

2.4.1.3. Uluslararası İstanbul film festivali

Uluslararası İstanbul Film Festivali'nin kökeni başlangıç yılı olan 1982 yılından daha eskiye dayanmaktadır. 1972 yılında iş adamı Nejat F. Eczacıbaşı, İstanbul Hilton Oteli'nde bir basın toplantısı düzenleyerek İstanbul Festivali'nin tanıtımını yapmıştır.

³⁴ <https://www.antalyaff.com/tr/page/index/2/66> (Erişim tarihi: 14.04.2020)

1982 yılında da bu festival kapsamında bir film haftası gerçekleştirerek Uluslararası İstanbul Film Festivali gerçekleştirilmeye başlanmıştır. 1984 yılından itibaren ise “Sinema Günleri” adını alarak ayrı bir etkinlik olarak düzenlenmeye başlamıştır. Festivale bir sonraki yıl ulusal ve uluslararası olmak üzere iki yarışma dahil edilmiştir ve uluslararası büyük olan “Altın Lale”yi “1984” adlı filmiyle Michael Radford kazanmıştır. Ulusal Yarışma’yı kazanan isim ise “Bir Yudum Sevgi” filmiyle Atıf Yılmaz olmuştur. Festival 1989 yılında FIAPF (Uluslararası Film Yapımcıları Dernekleri Federasyonu) tarafından tanınarak “İstanbul Film Festivali” adını almıştır. Festival 2006 yılında “Köprüde Buluşmalar”ı başlatarak Avrupa ve Türkiye’den sanatçı ve kurum temsilcilerini bir araya getirerek ortak yapımlar için zemin hazırlamıştır ve 2007 yılı itibariyle de Eurimages desteğiyle ödül vermeye başlamıştır. 2011 yılında da Medienboard Berlin Brandenburg ve Hamburg Schleswig-Holstein Film Fonları’nın işbirliği ve T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın desteğiyle Türkiye-Almanya Ortak Yapım Geliştirme Fonu başlatılmıştır. 2016 yılında uluslararası ortaklıkların artırılması amacıyla “Komşular” platformu başlatılmıştır. Festivale Sophia Loren, Bernardo Bertolucci, Michelangelo Antonioni ve Elia Kazan gibi ünlü isimler katılmıştır. Festivalin direktörlüğünü 1983 yılından 2006 yılına kadar Hülya Uçansu, 2006 yılından 2015 yılına kadar Azize Tan üstlenmiştir (http-35)³⁵.



Görsel 2.15. Uluslararası İstanbul Film Festivali logosu

Festivalin Türk Sineması Danışma Kurulu’nda Engin Ertan, Kaan Karsan, Nil Kural ve Esin Küçüktepepınar bulunmaktadır. Ulusal Kısa Film Danışma Kurulu’nda ise Berrak Çolak, Osman Nail Doğan ve Aslı Ildır bulunmaktadır. Festival direktörlüğünü 2015 yılından beri Kerem Ayan üstlenmektedir. Festivalin organizatörlüğünü ise İstanbul Kültür ve Sanat Vakfı (İKSVM) üstlenmektedir. Festivalin kurucu sponsoru Eczacıbaşı’dır.

³⁵ <http://film.iksv.org/tr/festival-hakkinda/tarihce-2> (Erişim tarihi: 14.04.2020)

Diğer sponsorları arasında The Marmara Collection, Vodafone, İstanbul Büyükşehir Belediyesi ve Kültür ve Turizm Bakanlığı bulunmaktadır. Festival kapsamında uluslararası yarışmalar, ulusal yarışmalar, Ulusal Belgesel Yarışması ve Ulusal Kısa Film Yarışması bulunmaktadır. Festivalin amacı Türkiye sinemasının gelişmesidir. Festival yönetimi gösterim için teknik ya da hukuki yeterliliği olmayan filmleri festival bünyesine dahil etmeme hakkına sahiptir. Ayrıca festival yönetimi, yönetmeliği değiştirebilir. Festivale kabul edilen filmler festival yönetimi tarafından belirlenir ve festival yönetimi film seçimleri hakkında herhangi bir açıklama yapmama hakkına sahiptir. Jüri başkanı festival yönetimi tarafından atanır ve jüri toplantılarına festival yönetiminden bir temsilci katılır (http-36)³⁶. Festival her yıl Nisan ayında gerçekleştirilmektedir. 10-21 Nisan 2020 tarihlerinde gerçekleştirilmesi planlanan 39. Uluslararası İstanbul Film Festivali Dünya Sağlık Örgütü tarafından pandemi olarak ilan edilen COVID-19 virüsü sebebiyle ileri bir tarihe ertelenmiştir.

2.4.1.4.Randevu İstanbul film festivali

1998 yılında Uluslararası Sinema-Tarih Buluşması ismiyle başlayan Randevu İstanbul Film Festivali, Türkiye Sinema ve Audiovisuel Kültür Vakfı'nın çatısı altında gerçekleşmektedir. Festivalin amacı Türk sinemasının geliştirilmesi ve sinemanın geniş izleyici kitlesine ulaştırılmasıdır. Festivalin hedefleri; ulusal ve uluslararası sanatçıları bir araya getirmek, kültürel diyalog ve ekonomi paylaşımını artırmak amacıyla yerli ve yabancı sanatçılar ve kurumların katıldığı ortak yapım geliştirme platformu olmak, Türkiye'nin uluslararası platformda tanıtılmasını sağlayacak filmlerin üretilmesi ve bu filmlerin uluslararası festivallerde yer almasıdır (http-37)³⁷.



Görsel 2.16. 22. Randevu İstanbul Uluslararası Film Festivali afişi

³⁶ <http://film.iksv.org/tr/yonetmelikler/ulusal-yarisma> (Erişim tarihi: 14.04.2020)

³⁷ <https://randevuistanbul.tursak.org.tr/randevu/page?slug=randevu-hakkinda> (Erişim tarihi: 14.04.2020)

Festival Yönetim Kurulu Başkanlığını Elif Dağdeviren, Başkan Yardımcılığını ise Cemal Okan ve Burhan Gün üstlenmektedir. Festivalin Genel Koordinatörü ise Tülin Güreş'tir. Festivalin Kültür ve Turizm Bakanlığı Sinema Genel Müdürlüğü, Fono Film ve Onedio gibi kurumlar bulunmaktadır.

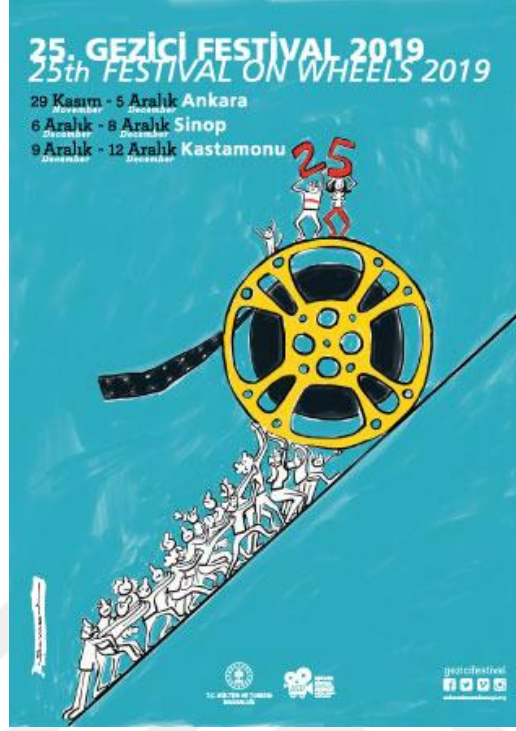


Görsel 2.17. 22. Randevu İstanbul Uluslararası Film Festivali sponsorları³⁸

Festivalin resmi web sitesinde festivalin 2020 yılı içerisinde gerçekleşeceği tarihe dair bir bilgi bulunmamaktadır.

³⁸ <https://randevuistanbul.tursak.org.tr/randevu/page?slug=sponsorlar> (Erişim tarihi: 14.04.2020)

2.4.1.5. Gezici festival



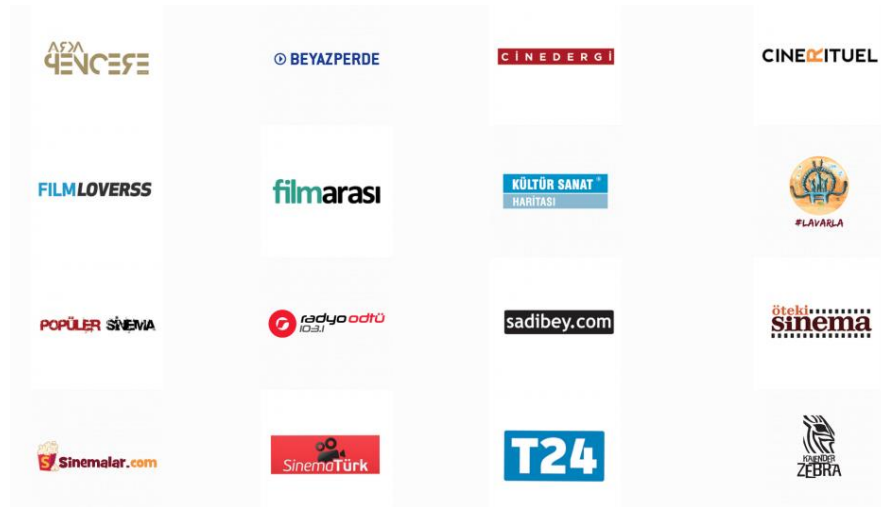
Görsel 2.18. 25. Gezici Festival afişi

Gezici Festival seçkin sinema eserlerini geniş çapta izleyici kitlesine ulaştırmak ve Türk sinemasını dünyaya tanıtmak amacıyla 1995 yılında faaliyetlerine başlamıştır. Özellikle sinema salonu olmayan şehir, ilçe ve köylerde film gösterimleri yaparak Türkiye'nin her yanına sinemayı götürmeyi amaçlamaktadır. Film gösterimlerine ek olarak atölyeler ve eğitimler de düzenleyerek sinemaya ulaşma imkanı olmayan insanların sinemayı tam anlamıyla deneyimlemesine katkı sağlamaktadır. Festival mobilitesi sayesinde yerel kültür ile etkileşime girmektedir. Gezici Festival, Türkiye'deki çok sayıda gezici film festivalinin en eskisidir ve yalnızca gezici bir karaktere sahip olan tek festivaldir (Odabaşı, 2018, s. 150). Festival yalnızca Türkiye sınırları içinde değil farklı ülkelerdeki şehirleri de rotasına ekleyerek yerli ve yabancı sanatçıların ortak yapımlarının oluşmasına katkı sağlamaktadır. Festival 2008 yılına kadar yalnızca Avrupa sineması gösterimleri yapıyordu. Bunun nedenlerinde biri Türkiye'de Avrupa sanat filmlerinin gösteriminin yapılacağı salon bulmak neredeyse imkansızdı ve bu gezici festival fikri ile yerli seyirci Avrupa sinemasına erişme olanağı sağladı. Bir diğer neden ise Adana, Antalya ve İstanbul Film Festivalleri'nde özellikle ulusal sinemanın desteklenmesi ve birçok yerli filmin bu festivallerde gösterim şansına sahip olmasıdır. Ayrıca festival ilk yıllarında klasiklere ve eski filmlere öncelik veriyordu ve Asya ve

Latin Amerika sinemasında Avrupa'daki kadar kaliteli film baskıları olmadığı için Avrupa filmlerine erişim çok daha kolaydı (Odabaşı, 2018, s. 156). Türkiye'de gezici bir film festivali fikri, sürecin başından itibaren festivalin Sanat Yönetmenliğini de yapan Ahmet Boyacıoğlu'na aittir. Ankara Sinema Derneği ve Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın desteğiyle düzenlenen festivalin yönetmenliğini Başak Emre üstlenmektedir. 2019 yılında 25. yılını tamamlayan festival 29 Kasım-5 Aralık tarihleri arasında Ankara'da, 6-8 Aralık'ta Sinop'ta, 9-12 Aralık'ta ise Kastamonu'da film gösterimleri yapmıştır. Festival sponsorları arasında Kültür ve Turizm Bakanlığı Sinema Genel Müdürlüğü, Ankara Sinema Derneği, ABD Ankara Büyükelçili ve Hollanda Kraliyeti bulunmaktadır. Festival kapsamında yarışma bulunmamaktadır.



Görsel 2.19. Gezici Festival sponsorları (1)³⁹



Görsel 2.20. Gezici Festival sponsorları (2)⁴⁰

³⁹ <http://ankarasinemaderneği.org/sponsorlar/> (Erişim tarihi: 14.04.2020)

⁴⁰ <http://ankarasinemaderneği.org/sponsorlar/> (Erişim tarihi: 14.04.2020)

2.4.1.6. !f İstanbul uluslararası bağımsız filmler festivali

2002 yılında başlayan festival farklı ülkelerden sanatçıların da katıldığı etkinlikler ile İstanbul, Ankara ve İzmir’de gösterimler yapmaktadır. Farklı coğrafya ve kültürlerden bağımsız yönetmenlerin eserlerinin gösterimlerini yapmaktadır. Festival direktörlüğünü Arya Su Altıoklar ve genel koordinatörlüğünü Elif Buse Günay üstlenmektedir. Festival kapsamında Keşif, !f Ulusal ve !f Türkiye’den kısılar olmak üzere üç yarışma bulunmaktadır. Keşif, farklı coğrafyalarda doğmuş, ilk ya da ikinci filmini yapan yönetmenlerin yarıştığı bir uluslararası yarışmadır ve ödülü 10000 dolardır. Yarışmanın birincisi uluslararası bir jüri tarafından seçilmektedir. !f Ulusal ise yerel yönetmenlerin yarıştığı ve ilk defa 2019 yılında gerçekleştirilen bir yarışmadır ve ödülü 100000 Türk Lirasıdır. !f Türkiye’den Kısılar kapsamında ise Türkiye’den Kısılar Ulusal Öğrenci Yarışması ve Türkiye’den Kısılar Ulusal Yarışması düzenleyerek her kategoride bir filme 5000 Türk Lirası ödül vermektedir ([http-41](http://41))⁴¹. Festival kapsamında farklı türlere ait film gösterimleri ve jüri söyleşileri de yapılmaktadır. Festival 2020 yılı itibariyle 19. yılını tamamlamış olacaktır.



Görsel 2.21. !f İstanbul Uluslararası Bağımsız Filmler Festivali logosu

2.4.1.7. Uçan süpürge uluslararası kadın filmleri festivali

1998 yılına faaliyetlerine başlayan Uçan Süpürge Uluslararası Kadın Filmleri Festivali, Türkiye’nin ilk kadın filmleri festivalidir. Festivalin amacı toplumsal cinsiyet eşitliği ve kadın haklarına duyarlı kişileri bir araya getirerek bu konuda farkındalığı artırmaktır. Festival FIBRESCI (Uluslararası Film Eleştirmenleri Federasyonu) jürisine

⁴¹ <http://ifistanbul.com.tr/> (Erişim tarihi: 15.04.2020)

sahip ilk kadın filmleri festivalidir. Festival ismini aldığı Uçan Süpürge Vakfı tarafından organize edilmektedir. Vakıf 13 Kasım 1996 yılında bir şirket olarak kurulmuştur ve sonraki yıllarda şirketten yaklaşık 40 kişi ayrılmıştır. Uçan Süpürge Vakfı 2017 yılında kurulmuştur. Festival kapsamında film gösterimlerine ek olarak panel, söyleşi ve sergiler de gerçekleştirilmektedir. Ayrıca festivalde kadın yönetmenlerin filmlerinin gösterimi yapılmaktadır ve hem yurt içinden hem yurt dışından birçok kadın yönetmen ve oyuncularını davet edilerek Türkiye’de Kadın Yönetmen ve Yapımcılar Buluşmaları etkinliğini gerçekleştirmektedir. Böylelikle hem işbirliklerinin güçlendirilmesi hem de toplumsal cinsiyet eşitliği konusundaki eğitimlerin devamı amaçlanmaktadır. 2020 yılı itibari ile 23.sü düzenlenecek olan festivalin 2020 yılı Onursal Başkanlığı’nı Türkan Şoray üstlenmektedir. Uçan Süpürge Vakfı Yönetim Kurulu Başkanlığı’nı ise Halime Güner üstlenmektedir. Festival kapsamında Uluslararası Uzun Metraj Film, Uluslararası Animasyon Film, Uluslararası Deneysel Film, Uluslararası Belgesel Film, Uluslararası Kısa Kurmaca Film yarışmaları ve Afrika Kıtası Film Seçkisi etkinliği gerçekleştirilmektedir (http-42)⁴².



Görsel 2.22. 23. Uçan Süpürge Uluslararası Kadın Filmleri Festivali afişi

2.4.1.8. Malatya uluslararası film festivali

26 Kasım – 2 Aralık 2010 tarihleri arasında birincisi gerçekleştirilen Malatya Uluslararası Film Festivali Malatya Valiliği ve Malatya Kayısı Araştırma-Geliştirme ve

⁴² <https://ucansupurge.org.tr/festival/ucan-supurge-film-festivali/> (Erişim tarihi: 15.04.2020)

Tanıtma Vakfı tarafından organize edilmiştir. Festivalin ilk senesinde dönemin Kültür ve Turizm Bakanı Ertuğrul Günay, Festival Onursal Başkanı olan dönemin Malatya Valisi Doç. Dr. Ulvi Saran, dönemin Malatya Belediye Başkanı ve Malatya Sanayi ve Ticaret Odası Başkanı katılmıştır. Festivalin ilk yılının kazananları şu şekildedir:

- En iyi kısa film: Uşak Hesabı
- SİYAD ödülü: Küçük Bir Hakikat
- Jüri özel ödülü: Şampiyon Beşiktaş
- Uluslararası uzun metraj en iyi film: Görünmez Kadın
- Kemal Sunal adına verilen Halk ödülü: Çakallarla Dans
- Uluslararası uzun metraj SİYAD ödülü: Simon Konianski
- Jüri özel ödülü: Bekleme Müziği
- En iyi erkek oyuncu: Jan Fares (Baba)
- En iyi senaryo: Optik
- En iyi yönetmen: Filippos Tsitos (Platon'un Akademisi)

Festival onursal başkanlığını dönemin valisi üstlenmektedir ve 2020 yılı itibariyle Aydın Baruş'tur. Festival Başkanı ise dönemin Büyükşehir Belediye Başkanı Selahattin Gürkan'dır. Festival Yürütme Kurulu'nda ise İnönü Üniversitesi Rektörü Ahmet Kızılay, Battalgazi Belediye Başkanı Osman Güder ve Yeşilyurt Belediye Başkanı Mehmet Çınar bulunmaktadır. Festival yönetmenliğini ise Haydar Işık üstlenmektedir. Festivalin logosu şehir ile bütünleşen kayısı simgesidir.



Görsel 2.23. *Malatya Uluslararası Film Festivali logosu*

Festivalin amacı Türk sinemasının gelişimi ve ulusal ve uluslararası platformlarda tanıtımının yapılmasıdır. Ulusal Uzun Film Yarışması, Malatya Büyükşehir Belediyesi tarafından gerçekleştirilmektedir. Festival yönetmeliğinde festivale kabul edilecek filmlerin festival yönetimi tarafından seçileceği belirtilmektedir. Festival yönetimi, jüri toplantılarında bir temsilci bulundurma hakkına sahiptir. Ana jüri başkanı festival yönetimi tarafından belirlenmektedir. Festivale başvuran filmler teknik ve hukuki açıdan

yeterli değilse festival yönetimi tarafından festival kapsamı dışında bırakılabilir ve festival yönetiminin yönetmeliği değiştirme hakkı bulunmaktadır. Festival kapsamı dahilinde Malatya Film Platformu oluşturulmuştur. Malatya Film Platformu ile üretim aşamasındaki film projelerinin desteklenmesi, sinema profesyonellerinin katıldığı paneller ve atölyelerin düzenlenmesidir. Festival sponsorları arasında Kültür ve Turizm Bakanlığı, Malatya Valiliği, İnönü Üniversitesi, Battalgazi Belediyesi, Yeşilyurt Belediyesi ve Yunus Emre Enstitüsü başta olmak üzere birçok kurum bulunmaktadır (http-43)⁴³. Festival 2020 yılı itibariyle 10. yılını tamamlamış olacaktır.



MALATYA FİLM PLATFORMU

İLETİŞİM SPONSORU



Görsel 2.24. Malatya Uluslararası Film Festivali sponsorları (1)⁴⁴

ULUSLARARASI MALATYA FİLM PLATFORMU



BÖLÜM SPONSORLARI



Görsel 2.25. Malatya Uluslararası Film Festivali sponsorları (2)⁴⁵

⁴³ <https://www.malatyafilmfest.org.tr/> (Erişim tarihi: 15.04.2020)

⁴⁴ <https://www.malatyafilmfest.org.tr/sponsorlar/> (Erişim tarihi: 15.04.2020)

⁴⁵ <https://www.malatyafilmfest.org.tr/sponsorlar/> (Erişim tarihi: 15.04.2020)

2.4.1.9. Uluslararası gezici filmmor kadın filmleri festivali

Filmmor Kadın Kooperatifi tarafından ilk kez 2003 yılında gerçekleştirilen Uluslararası Gezici Filmmor Kadın Filmleri Festivali'nin amacı kadınların sinemaya katılımının ve sinemada temsilinin artırılmasıdır. Festival "gezici" sıfatını dördüncü yılında kazanmıştır. Festival kapsamında yarışmalar, atölyeler ve seminerler gerçekleştirilmektedir ve yalnızca kadın yönetmenlere yer vermektedir. Festival sponsorları arasında Chrest Vakfı, Civil Right Defenders, TuWas Stiftung für Gemeinsinn, Global Fund for Women, İstanbul Büyükşehir Belediyesi, Fransız Kültür Merkezi, Hollanda Kraliyeti ve Goethe Enstitüsü gibi çoğunlukla yabancı kuruluşlar bulunmaktadır. 2020 yılı için Festival Yönetmeni Ülkü Songül'dür ([http-46](http://46))⁴⁶. Festival kapsamında Atölyemor etkinliği gerçekleştirilmektedir. Atölyenin amacı kadınların erkek egemen sinema ve medya sektöründe kendine yer edinebilmesidir. Kadınlara sinema eğitimleri verilerek çekilen filmlerin gösterimleri yapılmaktadır. Festival süresince filmler farklı şehirlerde gösterilmektedir (Akgül, 2019, s. 65). 2020 yılı itibariyle 18.si düzenlenecek olan festivalde İstanbul, Adana, Antalya, Bodrum, Diyarbakır, Mersin ve Yalova'da film gösterimleri gerçekleştirilecektir. Festival kapsamındaki tüm gösterimler ve etkinlikler daha geniş kitlelere ulaşabilmek adına ücretsizdir. Ayrıca festival kapsamında Hak Odaklı Sinema, Kadınların Sineması, Bedenimiz Bizimdir, Cin-iyet-ler, Feminist Bellek: Alice Guy-Blache, Filmi Takip ve diğer atölye ve söyleşiler gerçekleştirilecektir ([http-46](http://46)). 2020 yılı için 16 Mart-10 Mayıs tarihleri arasında gerçekleştirilmesi planlanan festival Dünya Sağlık Örgütü'nün pandemi ilan ettiği COVID-19 virüsü sebebiyle ileri bir tarihe ertelenmiştir.



Görsel 2.26. Uluslararası Gezici Filmmor Kadın Filmleri Festivali logosu

⁴⁶ <http://filmmor.org/> (Erişim tarihi: 15.04.2020)

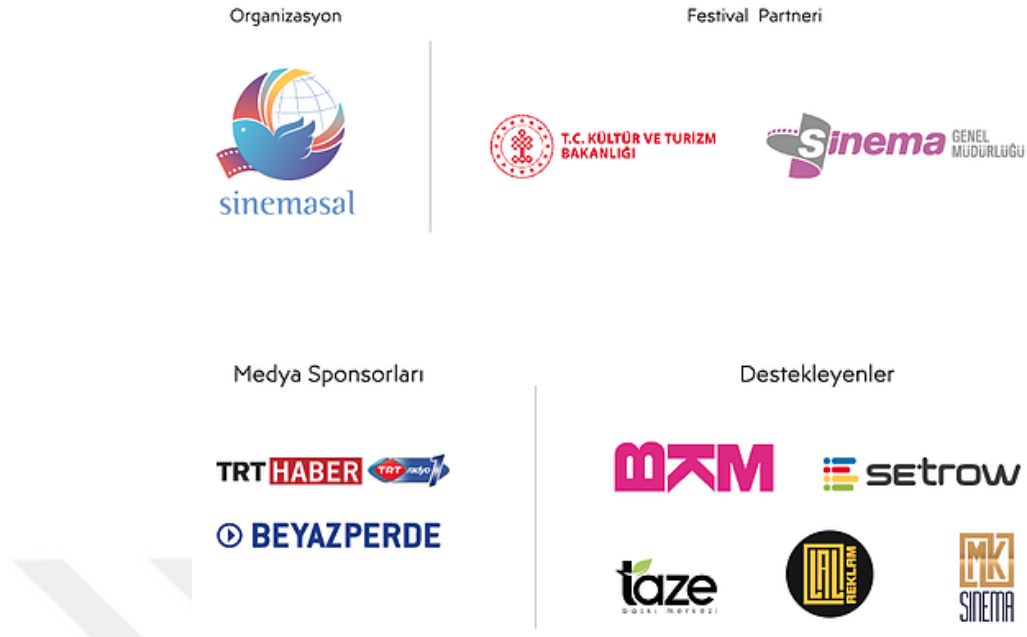
2.4.1.10. Sinemasal açık hava sinema festivali

Sinemasal Açık Hava Sinema Festivali “Sanata Erişimde Fırsat Eşitsizliği” temasından yola çıkarak sinemayı herkes için ulaşılabilir kılmayı amaçlamaktadır. 2012 yılında başlayan bir sosyal girişim hareketidir. Sinemaya ulaşma imkanı olmayan çocukların ve ailelerin bulunduğu bölgelerde film gösterimleri yapmaktadırlar. 2013-2019 yılları arasında 4,186,000 çocuğu sinema ile tanıştırmıştır, 9162 atölye düzenlenmiştir, 41 ilin 1005 köyüne ulaşılmıştır ve 29 ülkeden 7000’den fazla gönüllüsü bulunmaktadır. İlk festival 2013 yılında Güneydoğu Anadolu bölgesindeki altı ilde gerçekleştirilmiştir ve 2017 yılında ise Peru, Güney Afrika ve Filipinler ofisleri açılmıştır. Festivalin kurucu olan Enes Kaya, festivali kendi çocukluğundan yola çıkarak tasarlamıştır. Kendisi de kırsal bir bölgede büyüyen Enes Kaya, sinemanın bir çocuğun hayal gücü ve yapabileceklerinin üstündeki etkisini fark ederek çocukları ve ailelerini sinema ile buluşturmayı hedeflemektedir. Festivalin bir diğer özelliği de interaktif ve deneyimsel öğrenme odaklı olmasıdır. Festival kapsamında gerçekleştirilen “Hediye Bilet” uygulaması ile festivalin resmi web sitesi üzerinden online bilet satışı yapılarak sinemayı deneyimleme imkanı bulamayan çocuklar için bireysel destek de toplanmaktadır. 1-12 Haziran 2020 tarihleri arasında 8. Sinemasal Film Festivali’nin düzenlenmesi planlanmaktadır ve Batı Karadeniz Bölgesi’nden Sinop, Kastamonu, Bartın, Zonguldak, Karabük ve Çankırı illerinde gerçekleştirilecektir. Festivalin sponsorları arasında Kültür ve Turizm Bakanlığı Sinema Genel Müdürlüğü, TRT Haber, TRT Radyo ve BKM gibi kurumlar bulunmaktadır. Festival Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 2014 yılında “En Yeni ve Başarılı Festival Konsepti” seçilmiştir. 2017 yılında UNESCO Kültürün Teşviki Uluslararası Fonu (IFPC) tarafından “Dünya genelinde kültür sanat alanında organize edilen en başarılı 24 projeden biri” seçilmiştir ([http-47](http://47))⁴⁷.



Görsel 2.27. Sinemasal Açık Hava Sinema Festivali logosu

⁴⁷ <https://www.sinemasal.org/> (Erişim tarihi: 15.04.2020)



Görsel 2.28. 8. Sinemasal Açık Hava Film Festivali sponsorları⁴⁸

2.4.1.11. Uluslararası boğaziçi film festivali

İlk etkinliğini 2013 yılında gerçekleştiren Uluslararası Boğaziçi Film Festivali, Uluslararası Boğaziçi Sinema Derneği (UBSD) tarafından organize edilmektedir. Festivalin amacı nitelikli sinema filmlerinin artırılması, genç yapımcı ve yönetmenlerin desteklenmesi ve Türk sinemasının ulusal ve uluslararası platformlarda tanıtılmasıdır. Festival Başkanlığı Ogün Şanlıer tarafından yürütülmektedir. Festivalin “First Cut Lab” etkinliğinin kadrosu tamamen yabancılardan oluşmaktadır ve bu etkinlikte üç uluslararası film uzmanı ile birlikte kabul edilen film projelerinin uluslararası standartlarda olabileceği en iyi hale getirmek amaçlanmaktadır. Ayrıca festival kapsamında Bosphorus Film Lab etkinliği de bulunmaktadır. Etkinlik kapsamında projeleri seçilen yönetmen ve yapımcılara pitching ve finansal plan hazırlama konusunda eğitim verilmektedir. Bu etkinliğe seçilen projeler için festivalin açıklama yapmama hakkı bulunmaktadır. Uzun metraj film projeleri için de “Work in Progress” etkinliği ve desteği bulunmaktadır. Festival kapsamında verilen ödüller arasında TRT Ortak Yapım Ödülü ve T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Özel Ödülü de bulunmaktadır. Festival yönetmeliğine göre yarışmalarda jürinin belirlenmesi festival yönetimine aittir ve Jüri Başkanı da festival yönetim kurulu tarafından belirlenmektedir. Festival yönetimi jüri toplantılarında

⁴⁸ <https://www.sinemasal.org/hayal-ortaklari> (Erişim tarihi: 15.04.2020)

temsilci bulundurma hakkına sahiptir. Festivalin ödül heykelciği ise Altın Yunus'tur. Festival sponsorları arasında Kùltür ve Turizm Bakanlığı, NTV, TRT, Anadolu Ajansı ve Türk Hava Yolları gibi kurumlar bulunmaktadır.



Görsel 2.29. 7. Uluslararası Boğaziçi Film Festivali logosu

3. YÖNTEM

Bu başlık altında araştırma modeli, evren ve örneklem, veriler ve toplanması ve son olarak da verilerin işlenmesi ve yorumlanması konusunda bilgilere ayrı başlıklar halinde yer verilecektir.

3.1. Araştırma Modeli

Karasar'a (1984, s. 79) göre bir araştırmanın amacına uygun ve ekonomik olarak verilerin toplanması ve çözümlenebilmesi için gerekli koşulları düzenlemeye araştırma modeli denir. Bu çalışma Türkiye'deki uluslararası film festivalleri kapsamında gerçekleştirilen nitel bir durum çalışmasıdır.

Araştırma modeli araştırmada izlenecek sistematik bir süreci hatırlatır. Nicel araştırmalarda bu süreç verilerin toplanmasından toplanan verilerin raporlaştırılmasına kadar sistematik bir şekilde ilerler fakat nitel araştırmalarda sınırları kesin çizgilerle belirlenmiş yönlendirmeler yoktur. Nitel araştırma modeli, araştırmanın yaklaşımını belirleyen ve çeşitli aşamalarının bu yaklaşım çerçevesinde tutarlı olmasına rehberlik eden bir strateji olarak tanımlanabilir (Yıldırım ve Şimşek, 2018, s. 67). Nitel araştırma modelleri içerisinde örnek olay tarama modeli, alan çalışmaları, fenomenolojik çözümlenmeler, etnografik gözlemler, tarihsel araştırmalar, dayanaklı kuram ve eylem araştırmaları gelmektedir.

Kültürel diplomasi süreçlerinde, Türkiye'deki uluslararası film festivallerinin rolünün açıklanmasını amaçlayan bu çalışmada örnek olay tarama modeli yani bir diğer adıyla durum çalışması modeli kullanılacaktır. Durum çalışması, araştırmanın hem ürünü hem de nesnesi olabilecek nitel araştırma içerisindeki bir desen türüdür (Creswell, 2013, s. 97). Durum çalışması hem nicel hem de nitel araştırmalarda sıklıkla kullanılan bir modeldir. Her iki yaklaşımda da amaç belirli bir duruma ilişkin sonuçlar ortaya koymaktır. Nitel durum çalışmasının en temel özelliği bir ya da birkaç durumun derinliğine araştırılmasıdır. Yani bir duruma ilişkin etmenler bütüncül bir yaklaşımla araştırılır ve ilgili durumu nasıl etkiledikleri ve ilgili durumdan nasıl etkilendikleri üzerine odaklanılır (Yıldırım ve Şimşek, 2018, s. 73). Durum çalışması araştırması, araştırmacının gerçek yaşam, güncel sınırlı bir sistem ya da belirli bir zaman içerisindeki çoklu sınırlandırılmış sistemler hakkında çoklu bilgi kaynakları aracılığıyla detaylı ve

derinlemesine bilgi topladığı, bir durum betimlemesi ya da durum temaları ortaya koyduğu nitel bir yaklaşımdır (Creswell, 2013, s. 97).

Örnek olay tarama modelinde tek durum deseni, tabakalı tek durum deseni ve çoklu durum deseni kullanılmaktadır. Tek durum deseni ile araştırmacı tek konu veya soruna odaklanır. Tabakalı tek durum deseni ile araştırmacı çalışmasında ele aldığı durumu ya da sorunu detaylı bir şekilde betimleyerek duruma ilişkin tüm tabakaları ayrıntılı biçimde değerlendirebilir. Çoklu durum deseni ise birden fazla durum incelendiğinde kullanılır. Bu çalışma kapsamında belirlenen konuyu incelemek ve örneklemek için Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın "uluslararası" olarak kabul ettiği film festivalleri ele alınacağı için çoklu durum deseni kullanılacaktır. Çoklu durum deseninde konuya ilişkin farklı bakış açıları ortaya koymak için araştırmacı genellikle çoklu durumları amaçlı bir şekilde belirler (Creswell, 2013, s. 99).

Yıldırım ve Şimşek'e (2018, s. 292) göre, durum çalışması yaparken izlenebilecek belli başlı aşamalar sekiz başlık altında toplanmıştır.

3.1.1. Araştırma sorularının geliştirilmesi

Durum çalışmaları genellikle "nasıl", "niçin" ve "ne" sorularını yanıtlar. Bu çalışmada araştırılan "*Türkiye'deki uluslararası film festivallerinin kültürel diplomasi bağlamındaki rolü nedir?*" sorusu film festivallerinin ilgili alanlardaki durumunu keşfetmeye yönelik açık uçlu bir sorudur. Bu araştırma sorusundan yola çıkılarak verinin analizi boyunca kültürel diplomasi bağlamında film festivallerinin rolü ile ilgili birçok sorun alanı keşfedilebilir. Aynı soruyu "nasıl" ve "niçin" yoluyla da sorulabilir. "Türkiye'deki uluslararası film festivalleri ve kültürel diplomasi arasında nasıl bir ilişki vardır?" ve "Kültürel diplomasi ve Türkiye'deki uluslararası film festivalleri arasında niçin bir ilişki vardır?" sorularını da sorarak probleme dair farklı sorular geliştirilebilir. Yani durum çalışması yapacak bir araştırmacının "nasıl", "niçin" ve "ne" sorularını araştırmasına dahil etmelidir.

3.1.2. Araştırmanın alt problemlerinin geliştirilmesi

Araştırma konu edilecek her bir alt problem araştırmacının odaklanacağı her bir alanı gösterir. Çalışmanın problemini oluşturan "*Türkiye'deki uluslararası film festivallerinin kültürel diplomasi bağlamındaki rolü nedir?*" sorusu çalışmanın yönünü belirlediği için bu probleme dair alt problemlerin oluşturulması gerekir. Çalışmada

cevaplanacak alt sorular “Amaç” başlığı altında yer almaktadır. Bu başlık altında yer alan sorular ile veri toplarken odaklanılacak konular belirlenmiş olur ve böylelikle probleme dair detaylı verilere ulaşmak ve kapsamlı bir inceleme yapmak mümkün olur.

3.1.3. Analiz biriminin saptanması

Bu aşama araştırılan durumu tanımlamaya ilişkin bir aşamadır. Araştırılan durumlar birey, kurum ya da olaylar olabilir. Bu çalışmada, çalışmaya konu edilen kültürel diplomasi süreçleri, analiz birimini oluşturmaktadır. Fakat bu durumun belirli başlangıç ve bitiş noktaları olmadığı için sınırları kesin çizgilerle çizilememektedir. Bu sebeple çalışma çerçevesinde bir sınır geliştirebilmek adına analiz biriminin araştırma problemiyle ilişkisine bakılması gerekir. Türkiye’deki uluslararası film festivallerinin kültürel diplomasi sürecinde ne gibi rollere sahip olduğunu araştıran bu çalışmada analiz birimi kültürel diplomasi olacaktır.

3.1.4. Çalışılacak durumun belirlenmesi

Bu süreçte araştırmacı problemini, analiz birimini ve alt sorularını en iyi şekilde inceleyebileceği durum ya da durumları saptar. Araştırmanın amacına göre genel durumu yansıtan tipik durumlar ya da aykırı durumları inceleyebilir. Bu çalışmada Türkiye’deki uluslararası film festivalleri incelenecektir.

3.1.5. Araştırmaya katılacak bireylerin seçimi

Bu aşamada araştırmacı inceleyeceği durum ya da durumlardan hangi bireyleri araştırma sürecine dahil edeceğini belirler. Bu sebeple bu aşama örneklem ile de ilişkilidir. Bu çalışmada Türkiye’deki uluslararası film festivallerinin kültürel diplomasideki rolü inceleneceği için festivallere ait yayınlar kullanılacaktır.

3.1.6. Verinin toplanması ve toplanan verinin alt problemlerle ilişkilendirilmesi

Bu aşamada araştırmacı problemini, analiz birimini ve alt sorularını inceleyebilmesi için kullanacağı veri toplama yöntemlerini belirler. Alt problemler araştırmacının konuyla alakasız verileri toplamasını önleyecektir. Fakat yine de veri toplama sürecinde probleme ve alt sorularına ilişkin veri toplarken birden fazla kaynağa başvurulmalıdır. Böylelikle konuyla alakalı daha kapsamlı bir veri elde edilmiş olur. Bu çalışmada tarihsel süreçler ele alınacağı için belge incelemesi yöntemi kullanılacaktır.

3.1.7. Verinin analiz edilmesi ve yorumlanması

Bu aşamada araştırmacı alt soruları doğrultusunda topladığı verileri yine aynı başlıklar çerçevesinde analiz eder. Konuyla alakasız veriler araştırma dışında tutulur. Verilerin iyi analiz edilebilmesi için araştırmacı alanyazını etkili bir şekilde taramalı, alıntılar yapmalı ve diğer araştırmalar ile kendi sonuçlarını karşılaştırmalıdır. Kullanılan veri toplama yöntemine uygun olarak veri analiz yöntemi de belirlenir. Bu araştırmada belge inceleme yolu ile toplanacak veriler betimsel analiz ve söylem analizi yöntemi ile incelenecektir.

3.1.8. Durum çalışmasının raporlaştırılması

Bu aşamada araştırmacı elde ettiği analizleri ve vardığı sonuçları anlamlı bir bütün oluşturacak şekilde organize eder. Elde edilen tüm veri değil yalnızca gerekli veriler ve bu veriler doğrultusunda elde edilen sonuçlar araştırma raporunda yer almalıdır. Yoğun betimlemeler hem okumayı güçleştirmekte hem de araştırmayı konu edindiği problemden uzaklaştırmaktadır. Araştırmacı bu aşamada, tablolar ve grafikler de kullanabilir.

3.2. Araştırma Katılımcıları

Türkiye'deki uluslararası film festivalleri araştırmanın amaçlı örneklemini oluştırmaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın resmi sitesinde "uluslararası" olarak kabul ettiği festivaller araştırmaya dahil edilmiştir. Amaçlı örneklemin kullanım amacı kapsamlı bilgiye sahip olduğu düşünölen durumların geniş bir çerçevede incelenebilmesidir. Amaçlı örnekleme yöntemleri arasında orta nokta, uzman örnekleme, kota örnekleme, heterojenik örnekleme ve kartopu örnekleme bulunmaktadır.

Bu çalışmada, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın resmi sitesindeki "uluslararası" tanımını ölçüt olarak kabul edildiği için amaçlı örnekleme çeşitlerinden ölçüt örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu çalışmadaki amaç belirlenen ölçütü karşılayan bütün durumları araştırarak o seçilen durumlar hakkında derinlemesine bilgi edinmektir.

3.3. Veriler ve Toplanması

Çalışmada konu edilen festivallerin incelenecek yıllarına dair dokümanlara dijital ortamdan ulaşılacaktır. Çalışma kapsamında festivallerin yönetmelikleri, festival ekibi ve festivale kabul edilen yönetmen ve yapımcılar incelenecektir. Buna ek olarak belirlenen yıllardaki festivale kabul edilen ve ödöl alan filmler, festival dair yapılan basın

açıklamaları ve haberler incelenecektir. Tüm bu veriler belge incelemesi yöntemi ile elde edilecektir.

Belge incelemesi, araştırılması hedeflenen olgu veya olgular hakkında bilgi içeren yazılı materyallerin analizini kapsar (Yıldırım ve Şimşek, 2018, s. 189). Belge incelemesinde önemli noktalardan biri probleme ilişkin olarak hangi kaynakların kullanılması gerektiğinin belirlenmesidir. Bu noktada araştırma kapsamında hazırlanan alt sorular yol gösterici olacaktır ve araştırmacının konudan sapmasını önleyecektir. Bu araştırmada, bir etkinlik olan Türkiye'deki uluslararası film festivalleri inceleneceği için festival yönetmelikleri, festival raporları, festival ekibinin listesi, festivale kabul edilen ve ödül alan filmler, basın açıklamaları ve resmi belgeler veri kaynağı olarak kullanılacaktır. Bunlara ek olarak festival hakkında çıkan yazılı ve görsel medya içerikleri de belge analizine dahil edilecektir.

Araştırmada belge inceleme yönteminin kullanılmasının nedenlerinden birisi, konu edilen festivallerin geçmiş tarihlerine ilişkin verilere bu yöntemle ulaşılabilecek olmasıdır. Bir diğer neden bahsi geçen festivaller ile ilgili kişi ve kurumların tümüne doğrudan ulaşamaması hususunda belge inceleme yöntemi ile ulaşamayan kişi ve kurumların ürettiği belgeler incelenecektir. Ayrıca festival yönetimi her sene değiştiği için ve her birisiyle görüşme yapmanın mümkün olmaması sebebiyle yine bu kişilerin ürettikleri belgeler veri kaynağı olarak kabul edilecektir.

Belge incelemesi belli başlı beş aşamada yapılabilir: Dokümanlara ulaşma, orijinalliğini kontrol etme, dokümanları anlama, veriyi analiz etme ve veriyi kullanma (Yıldırım ve Şimşek, 2018, s. 194). Belge incelemesi yönteminde sıkça rastlanan hatalardan birisi konu ile ilgili tüm kaynakların herhangi bir süzgeçten geçirilmeden kullanılmasıdır. Bu durum asıl konu edinilen problemten uzaklaşılmasına neden olur. Bir diğer nokta da elde edilen verilerin analiz edilmeden doğrudan aktarılmasıdır.

3.4. Verilerin İşlenmesi, Çözümü ve Yorumlanması

Çalışma kapsamında elde edilen veriler betimsel analiz ve söylem analizi yöntemleri ile incelenecektir. Betimsel analiz uygulamasında ilk olarak, verinin analizi için bir çerçeve oluşturulacaktır. Ardından belirlenen çerçeveye göre veriler işlenecek ve bulgular tanımlanacaktır. Ve son olarak da elde edilen bulgular yorumlanacaktır.

İncelenmek üzere elde edilecek festival raporları ve basın açıklamalarına ek olarak yazılı ve görsel medya içerikleri söylem analizi yöntemi ile de ele alınacaktır. Bu

analiz yöntemi ile kullanılan dil aracılığıyla döneme ait ideolojik, kültürel ve sosyal yapıya ilişkin bilgilerin elde edilmesi hedeflenmektedir.



4. BULGULAR VE YORUM

4.1. Giriş

Uluslararası ilişkiler tarihi ile diplomasi tarihi aynı noktada doğmuşlardır ve birlikte var olmuşlardır. Tarihin ilk dönemlerinde, tekniğin olanakları nedeniyle bölgesel devletler bulunmaktadır ve yine aynı sebeple bu devletin milletleri arasında bir iletişim söz konusu değildir. Bu sebeple bu devletler arası diplomatik süreçler de “resmi diplomasi” denen geleneksel diplomatik yollarla sürdürülmüştür ve bu süreçlerin aktörleri genellikle siyasi iktidarların kendisi olmuştur. Bu dönem uluslararası ilişkilerde savaşların yoğun olduğu bir dönemdir ve devlet sert gücünü yani askeri ve siyasi gücünü kullanmaktadır. Teknolojik gelişmeler devletleri toplumsal ve ekonomik yönde etkilediği kadar siyasal yönde de etkilemiştir. Tekerleğin ve yazının icadı ile birlikte artık devlet adamları mesajlarını, kendilerini temsil edecek bir temsilci ile göndermeye başlamıştır. İlk diplomatlar olarak kabul edilen bu temsilciler hükümdarın mesajını hükümdara ait bir mühür ile yazılı olarak iletmektedir ve genellikle maiyeti ile seyahat etmektedir. Bu diplomatik yazışmalar diplomaside ilk defa iletişimin ön plana çıkmaya başladığının bir göstergesidir ve sonrasında artan ülkeler arası barış anlaşmaları ve müzakere yazışmaları da buna örnektir. Matbaanın icadı ve ulaşım teknolojilerindeki gelişmeler sonucu artan coğrafi keşifler ile de, iletişimin önemi artmaya devam etmiştir. Devletler artık farklı ülkelere kalıcı temsilciler göndermeye başlamış ve ayrıca kalıcı metinler ile kültürlerinin devamlılığını sağlamıştır. Bu noktada matbaanın icadı ve ulaşım teknolojisindeki gelişmeler birbirini oldukça destekleyici niteliktedir çünkü matbaa ile devletler, kalıcı eserler ile kendi kültürlerini kendi dillerinde anlatabilme imkanına sahip olmuştur ve ulaşım teknolojilerindeki gelişmeler ile de kültürlerini farklı coğrafyalarda tanıtmaya ve benimsetme şansını yakalamışlardır. Bunun sonucu olarak da imparatorluklar ve sömürgeler ortaya çıkmıştır. Bu süreç sosyal inşa kuramcılarının ortaya attığı bilginin inşası aşaması ile oldukça benzerlik göstermektedir. Sosyal inşa kuramına göre bilgi dil aracılığı ile ortaya çıkar ve gerçekliğe kavuşur. Bu sebeple öncelikle “dil” ve “alfabe” olarak kabul ettiğimiz anlam üretecek sembollere ihtiyaç duyar. Dil aracılığı ile gerçekliğe kavuşan bilgi dilin göstergesi olmuş sembolleri ile de oluşturulmaya devam eder. Dilin gösterge haline gelmiş sembolleri kültürün parçalarıdır. Müzik eserleri, şiirler, resimler, filmler ve benzeri araçlar buna örnektir. Bilgi dilin bu sembolleri ile yaratılmaya ve gerçekliğe kavuşmaya devam eder ve sonraki nesillere “sosyal bilgi stoku” olarak aktarılır. Kültür bilginin en önemli inşacı ve taşıyıcısıdır. Çünkü bilgi insandan ve

toplumdan bağımsız olarak dışarıda var olan salt bir gerçek değildir ve insan tarafından inşa edilir ve aktarılır. İnsanın olduğu bir yerde kültürün var olmaması mümkün olamayacağı için bilgi de bu kültür çerçevesinde inşa olur ve aktarılır. İşte bu noktada bilgiyi üreten de gücün sahibi konumuna gelmektedir çünkü bilgi ile birlikte “ben” ve “öteki” tanımları yapılabilir. Üretilen bilgi bir sonraki kuşağa “sosyal bilgi stoku” olarak aktarıldığı için salt bilgiye dönüşür ve çoğunluk tarafından sorgulanmadan kabul edilir çünkü bilginin üretimi kadar aktarımı da toplumsal bir olay olduğu ve insandan bağımsız düşünülmemeyeceği için yaratılan toplumsal bilinç toplumun bir parçası olan birey tarafından daha kolay kabul edilir. Uluslararası ilişkiler ve özellikle diplomatik süreçlerde de yaşanan budur. İletişim teknolojisini elinde bulunduran ve kültürünü yayma şansına sahip devletler uluslararası mecrada daha baskın iken kendi kültürünü yaşama ve yaşatma imkanı bulamayan devletler daha pasif konumdadır çünkü uluslararası ilişkiler temelde “ben” ve “öteki” arasındaki iletişimdir.

Özellikle ulaşım ve iletişim teknolojisindeki gelişmeler devletlerin bölgesel niteliğini küreselleştirmeye başlamıştır. Böylelikle evrenselliğe dair ilk adımlar atılmaya başlamıştır ve diplomatik süreçlerde uygulanmak üzere evrensel prosedürler oluşturulmuştur. Bunun en büyük örneği kalıcı elçilikler ve Fransızcanın evrensel diplomasi dili olmasıdır. Kar topu etkisiyle hızlanmaya devam eden teknolojik gelişmeler ile birlikte devletler kültürlerini diplomatik süreçlerde bir araç olarak kullanmaya başlamıştır çünkü bu sayede sert güç uygulamaya gerek kalmaksızın kültür aracılığı ile ülkeler ve toplumları üzerindeki etkisini artırabilmeye başlamıştır ve bu sebeple de kültür “yumuşak güç” olarak adlandırılmıştır. Ülkeler kültürleri aracılığı ile yarattıkları “ben”i, “öteki” toplumlara benimsetebilmiştir. Bu noktada kültür ve iletişim, diplomatik süreçlerin iki temel aracı konumuna gelmiştir ve 21. yüzyılda da bu konumunu korumaktadır. Bu durum dolaylı diplomasi ve çok kulvarlı diplomasi gibi tanımların doğmasına sebep olmuştur. Gizli diplomasi (back channel diplomacy) olarak da bilinen dolaylı diplomasi dış politikanın gayri resmi süreçlerle yürütülmesini ifade etmektedir ve bu gayri resmi süreçler de sivil aktörler tarafından gerçekleştirilen diyalog çalışmalarıdır. Karşılıklı iletişim temeline dayalı bu diplomasi türü kamu diplomasisi ile benzerlik göstermektedir. Çünkü her iki diplomasi de karşılıklı diyalog ve sivil aktörler temelinde şekillenmektedir. Daha kapsamlı bir tanıma sahip olan çok kulvarlı diplomasi ise resmi diplomasi ve kamu diplomasisi gibi birçok diplomatik sürecin ve diplomasinin birçok kanalını bünyesinde bulunduran bir diplomasi türü olması nedeniyle kültürel diplomasiye

benzerlik gösterir. Gelişen teknoloji ile birlikte özellikle iletişimin önem kazanması ve dünyanın küreselleşerek evrensel bir kültüre sahip olmaya başlaması nedeniyle kültürel diplomasi, devletler arasında önemli bir yer edinmiştir. Çünkü tarih boyunca güç, bilgiye ve bilgiyi yayma araçlarına sahip olanlara ait olmuştur ve teknoloji çağında da bu durum değişmemiştir. Kitle iletişim araçlarına sahip olan bilgiyi üreten ve onu yayan konumunda olduğu için gücün de sahibi olmuştur ve bu sebeple kültürel diplomasi araçları, uluslararası ilişkilerde oldukça önem taşımaktadır. Kültürel diplomasi araçları ile ülkeler kültürleri aracılığıyla kendilerini marka haline getirebilmektedirler ve böylelikle uluslararası mecrada baskın konuma gelmektedirler. Sosyal inşa sürecinde olduğu gibi bu bir “ben” ve “öteki” inşasıdır. Ülkeler kendi “ben”lerini bir marka olarak inşa eder ve “öteki” uluslara bunu sunar ve kültür aracılığı ile bunu devletin sert gücünü ya da devletin baskı aygıtlarını kullanmadan yapar. Böylelikle dil, din, gastronomi, dans, müzik, kostüm, doğal güzellikler, vb. yerel öğeler bir yumuşak güç unsuruna dönüşerek kültürel diplomasinin araçları olarak kullanılır. Bu gücü elinde bulunduran devletler, ülkelerini bir cazibe merkezi haline getirerek bu durumu uluslararası bir güce çevirir.

4.2. Dünya’da Kültürel Diplomasi Faaliyetlerinin Alanları

Coğrafi keşifler sonrasında artan sömürgecilik anlayışı teknolojik gelişmeler sonrası daha da etkili hale gelmiştir ve Batılı ülkelerde var olan ekonomik gücün kaynağı olan kapitalizmin devamlılığı ve siyasal gücün devamlılığı için ülkeler kültürel diplomasi faaliyetlerini yoğunlaştırmıştır. Özellikle Sanayi Devrimi sonrası hızlanan teknoloji ile toplum ve davranışları teknoloji ile belirlenebilir hale gelmiştir. Bu sebeple radyo ve televizyon yayınları oldukça önem kazanmıştır. Ayrıca sinema filmleri ve bu filmlerin gösterimlerinin yapıldığı festivaller ile kültür alışverişinin artırılması hedeflenmiştir. Son olarak internetin yaygınlaşması ile ülkeler ve toplumları arası kültürel alışveriş hızlanmıştır ve bireysel iletişim öne çıkmıştır. Böylelikle bireyler ana akım iletişim araçlarına alternatif olarak eş zamanlı ve interaktif bir şekilde iletişim kurabildikleri farklı kanallar aracılığıyla hem farklı kültürleri tanıyabilmekte hem de kendi kültürünün bir temsilcisi olabilmektedir. Tüm bunlara ek olarak değişim programları kapsamında gerçekleştirilen hem öğrencilerin hem belirli alanda uzman kişilerin ve eserlerin farklı ülkelere gönderilmesi ve bu ülkelerden de misafirlerin kabul edilmesi ile kültürler arası etkileşimin artırılması hedeflenmiştir. Bireylere kendi deneyimlerinden yola çıkarak karar verme şansı tanıdığı için kültürel diplomasi, geleneksel diplomasiye kıyasla daha

etkili olabilmektedir. Özellikle kamusal yayıncılık yapan kanallara ek olarak birçok özel kanalın yayına geçmesi ve sonrasında internetin yaygınlaşması ile alternatif haber kaynaklarının ortaya çıkması sonucu birçok devlet, toplum gözünde güvenilirliğini yitirmiştir çünkü bilginin tek kaynağı olma gücünü yitirmiştir. Bu sebeple de siyasi aktörlere olan güven azalmıştır ve bu da geleneksel diplomatik süreçlere halkın şüpheyle yaklaşmasına sebep olmuştur. Devletlerin kültürel diplomasiyi daha yoğun kullanmaya başlamasının nedenlerinden biri olarak bu da kabul edilebilir. Bir ülkenin sahip olduğu dil, din, resim, müzik, eğitim gibi kültürel değerlerin tamamı kültürel diplomasi aracı olarak kabul edilebilir bu sebeple kültürel diplomasi araçlarının skalası oldukça geniştir. Bu sebeple de kültürel diplomasi süreçlerinde sıklıkla kullanılan araçların ayrı başlıklar halinde incelenmesi konunun anlaşılması açısından daha faydalı olacaktır.

4.2.1. Eğitim ve değişim programları

Kültürel diplomasi ve kamu diplomasisi süreçlerinde değişim programları en çok başvurulan yöntemlerden birisi olmuştur. Joseph Nye'a (2005, s. 8-11) kamu diplomasisinin üç boyutu vardır. Bunların ilki günlük iletişim, ikincisi stratejik iletişimdir. Üçüncüsü ise değişim programları aracılığıyla kilit kişiler ile sağlanan kalıcı iletişimdir. Değişim programları içerisinde öğrenci değişim programları, sanatçı değişim programları ve akademik değişim programları gibi birçok program bulunmaktadır. Öğrenci değişim programları ile lise, üniversite ve yüksek öğrenim programlarında kayıtlı öğrenciler eğitim için bir ya da iki dönemliğine yurtdışına gönderilmektedir ve yurtdışından da misafir öğrenci kabul edilmektedir. Öğrenci değişim programlarının başında Erasmus, Fulbright ve British Council gelmektedir. Kültürel diplomasi ve değişim programlarının öncülerinden olan Amerika Birleşik Devletleri'nin gerçekleştirdiği Fulbright programı, 1946 yılında eğitim ve kültürel değişim yoluyla, ülkeler arasında ortak bir anlayış geliştirmek amacıyla başlatılmıştır. Programın kurucusu Senatör J. William Fulbright bu programı devletler arası sert gücün kullanımının azalması için bir hamle olarak görmüştür. Program aracılığı ile Amerikalı birçok öğrenci, sanatçı ve akademisyenler birçok farklı ülkede eğitim ve deneyim imkanına sahip olurken, diğer ülkelere gelen öğrenci, sanatçı ve akademisyenler de Amerika'da eğitim görme ve Amerika'yı deneyimleme şansı elde etmektedir (http-49)⁴⁹. Programın öncüsü

⁴⁹ <https://fulbright.org.tr/posts/21/Fulbright-Program%C4%B1-Hakk%C4%B1nda> (Erişim tarihi: 20.04.2020)

programın amacında yatan diplomasiyi inkar etmemektedir. Programın silahlı çatışmalara karşı bir uygulama olarak kabul görmesi, yalnızca eğitim odaklı bir değişim programının ötesinde amaçlar taşıdığına açık göstergesidir. Kendi kültürünüzü diğer ülkelere taşımanın ve farklı ülkelerin milletlerine kendi ülkenizi tanıtmamanın en etkili yollarından biri değişim programlarıdır ve bu yönüyle kültürel diplomasi nin en güçlü araçlarından biridir. British Council da, Birleşik Krallık'ın kültürel ilişkiler ve eğitim fırsatlarından sorumlu uluslararası kuruluşudur ([http-50](http://50))⁵⁰. Birleşik Krallık'ta lisans ve lisansüstü eğitim fırsatlarına ek olarak dil eğitimleri ve staj olanakları gibi hizmetler ile dünyanın birçok ülkesine yurtdışında eğitim ve deneyim fırsatı sunmaktadır. Fulbright programına benzer şekilde bu değişim programlarında da ana tema kültürel ilişkilerdir. Bireylerin deneyimleri sonucu organik bir şekilde kurulan bağlar kültürel diplomasi faaliyetlerinin resmi diplomasiye göre daha etkili olmasının nedenlerindedir. Erasmus programı da Avrupa Birliği tarafından fonlanan bir başka değişim programıdır. Bu program çerçevesinde öğrenciler ve akademisyenler Avrupa ülkelerinde eğitim görme hakkı kazanmaktadır. Katılımcılar bu süreçte bulunduğu ülkenin kültürünü tanıma imkanı da elde etmektedirler ve bu sebeple bir ülke imajı inşasında ve aktarımında değişim programları oldukça önem arz etmektedir.

4.2.2. Dini faaliyetler

Din bireyler ve toplumlar arası barışı destekleyen en önemli olgulardan birisidir. Dünya üzerinde en yaygın dinler olan Hıristiyanlık, İslam, Musevilik, Budizm ve Hinduizm'e ek olarak yüzlerce din bulunmaktadır ve din bir toplumun en önde gelen kültürel öğelerinden biridir. Özellikle dinsel merkezler bu dine mensup kişiler tarafından oldukça önem teşkil etmektedir ve bu bir ülke için kültürel diplomasi aracına dönüşebilmektedir. Örneğin Hinduizm dini aracılığıyla milyonlarca insan Hindistan'ı ziyaret etmekte ve onun kültürünü tanıma fırsatı bulmaktadır. Bu durum dini, ülkeyi bir turizm merkezi haline getirdiği için hem ekonomik hem de siyasal açıdan bir araca dönüştürmektedir çünkü din aracılığıyla ülke ve şehir markalaması yapmak mümkündür. Müslümanların Hac için her sene Kabe'yi ziyaret etmek için Mekke'ye gitmesi de bunun açık bir örneğidir. Fakat bunun en güzel örneği Vatikan'da gerçekleşmiştir. Hıristiyanlığın bir mezhebi olan Katolikler için Vatikan oldukça önem taşımaktadır ve

⁵⁰ <https://www.britishcouncil.org.tr/about> (Erişim tarihi: 22.04.2020)

dini özelliği ile İtalya'dan bağımsız bir şehir devlet olarak var olmaktadır. Devlet başkanı aynı zamanda dini başkan olan Papa'dır ve şehir hem mimari dokusuyla hem de dini önemiyle nüfusundan fazla turiste ev sahipliği yapmaktadır. Dinin siyasi, ekonomik ve kültürel anlamda uluslararası ilişkiler ve diplomasi süreçlerinde bir araç olarak ne kadar iyi kullanıldığıнын ve önemli olduğunun bir göstergesidir. İnanç diplomasisi aracılığıyla ülkeler aynı dine mensup olan bireyler ve toplumlar üzerinde bir çekim gücü yaratmış olur. Bu etki her ne kadar doğrudan bir etki olmasa da kültürel diplomasi süreçlerindeki diğer faaliyetler gibi dolaylı ama daha kalıcı bir etkidir.

4.2.3. Spor faaliyetleri

Dünya üzerinde en çok kitleye sahip etkinliklerden biri de spor faaliyetleridir. Spor bireyleri dil, din, milliyet farketmeksizin birleştirebilen ender olaylardandır. Spor faaliyetleri ile sporcular ülkelerini temsil eden birer aktöre dönüşür ve bu yönüyle diplomatik elçiler olarak kabul edilebilir. Çünkü spor müsabakaları ve dünyaca ünlü sporcular ile kültürel diplomasi adımlarından biri olan ülke ve şehir markalama yapılmaktadır. Örneğin geniş kitleler tarafından sevilen futbol denilince akla İspanya ve ünlü futbolcuları gelmektedir. Her yıl düzenlenen La Liga milyonlarca seyirci tarafından izlenmekte ve binlerce kişiyi İspanya'ya çekmektedir. Dünya üzerindeki en önemli spor faaliyetlerinden birisi de kuşkusuz Olimpiyatlar'dır. Her dönem farklı bir ülkede gerçekleştirilen Olimpiyatlar ile ülkeler bu denli önemli bir etkinliğin ev sahipliğini yaparak hem uluslararası mecrada kendini tanıtmaya imkanı bulmaktadır hem de dünyanın dört bir yanından sporcular bu etkinliğe katılarak kültürel çeşitliliğin önemli bir sembolü haline gelmektedirler. Kültürel diplomasi, propagandanın aksine karşılıklı etkileşime dayandığı için bu tür faaliyetler oldukça önem taşımaktadır. Bir diğer önemli örnek Dünya Kupası'dır. Birbirinden farklı dile, dine, kültüre sahip birçok millet Dünya Kupası aracılığı ile ortak bir noktada buluşma imkanı yakalamaktadır. Hatta 2010 yılında Dünya kupası ilk kez Afrika kıtasından bir ülkede Güney Afrika'da gerçekleştirilmiştir. Basketbol müsabakaları da en çok takip edilenler arasındadır. Özellikle Amerika'dan yayınlanan NBA maçları tüm dünyanın odağı haline gelmiştir. Öyle ki ünlü basketbolcular ile büyük markalar işbirlikleri yapmaktadır. Örneğin Nike firması ünlü basketbolcu Michael Jordan ile işbirliği yaparak Air Jordan modelini sürmüştür ve her sene bu modelin yeni bir tasarımını sunmaktadır. Dünyada geniş kitleler tarafından takip edilen bir diğer etkinlik de tenis müsabakalarıdır. Özellikle Wimbledon, Australian Open,

French Open ve US Open dünyadaki en büyük tenis turnuvalarındandır ve milyonlarca kişiye hitap etmektedir. Sporun birleştirici gücü kültürel diplomasi faaliyetlerinde kuşkusuz kullanılmaktadır.

4.2.4. Dış yardımlar

Her ne kadar öncelikli hedefi siyaset ve politika olmasa da dış yardımlar da kültürel diplomasinin araçlarından biridir. Dış yardımların diplomatik, gelişimsel, insani yardım ve ticari olmak üzere dört temel amacı vardır. Diplomatik amaçlar uluslararası güvenliği, uluslararası politik hedefleri ve hükümetler arasındaki ilişkilerin yönetimini içerir. Örneğin Amerika'nın Soğuk Savaş döneminde rekabet için yaptığı yardımlar ya da Orta Doğu'da barışın sağlanması için yaptığı yardımlar özünde ülkenin kendi uluslararası güvenlik kaygılarını içermektedir. Dış yardımlar, neredeyse tüm donör hükümetler tarafından alıcı hükümet yetkililerine üst düzey erişim sağlamak için kullanılmıştır ve genellikle başarılı devlet ziyaretlerinin ya da uluslararası toplantıların bir sembolü olmuştur (Lancaster, 2007, s. 13). Yardımlar aracılığıyla toplulukların güçlendirilmesi sağlanmaktadır ve bu yönüyle donör ülke uluslararası alanda hem iyi niyetini hem de gücünü gösterme imkanı bulmaktadır. Böylelikle donör ülke için insan haklarına saygılı, demokratik bir imaj yaratılmaktadır. Bu yönüyle dış yardımlar da kültürel diplomasinin diğer araçları gibi ülke ve ulus markalamasının bir yöntemi olarak da kullanılmaktadır.

4.2.5. Kültür ve sanat faaliyetleri

Kültürel diplomasi faaliyetlerinin kuşkusuz en önemli etkinlikleri kültür ve sanat faaliyetleridir. Sosyal inşacılık kuramında da belirtildiği üzere kültür dilin göstergesi olarak sembolleşmiş halindedir ve en etkili iletişim araçlarından biridir. Müzik, dans, resim, edebiyat ve sinema gibi geniş kitlelere hitap eden birçok alt dala sahiptir. Ülkeler tarihleri boyunca kültürü diplomasi aracılığıyla bir araç olarak kullanmışlardır. Özellikle hızlanan teknolojik gelişmeler ile bu durum kuvvet kazanmıştır çünkü kültüre erişebilirlik kolay hale gelmiştir. Örneğin İngiltere 1922 yılında BBC'yi kurarak birçok Avrupa dilinde ve hatta Arapça yayınlarına başlamıştır (Nye, 2005, s. 3). Fransa moda defilelerine ev sahipliği yaparak bu etkinlikleri diplomatik süreçlerindeki bir araç olarak kullanmaktadır. Mimari eserler ve müzeler Avrupa'nın en temel kültürel diplomasi araçlarındandır. Fransa'da Louvre Müzesi, İngiltere'de British Museum dünyadaki çok önemli tarihi eserlere ve sanat eserlerine ev sahipliği yapmaktadır. İngiltere Rönesans'ın

doğduğu ülke olarak dünya çapında bir üne sahiptir. İspanya modern ve klasik mimarının birçok örneklerine ev sahipliği yapmaktadır. Tüm bunlar ülkenin ve şehirlerin bilinirliğini artırmakta, onları bir cazibe merkezi haline getirmektedir ve bu durum ülkelere uluslararası alanda güç kazandırmaktadır.

Amerika “özgürlükler ülkesi” imajını Hollywood filmleri ile inşa etmiş ve pekiştirmiştir. 1942’de Roosevelt tarafından kurulana Office of Wartime Information bürosu, uluslararası mecrada bir Amerika imajı çizmek için kurulmuştur ve Hollywood filmlerine ekleme ve çıkarma gibi müdahalelerde bulunarak onu bir propaganda aracı gibi kullanmak istemiştir. Hollywood ile sadece ürün değil aynı zamanda Amerikan kültürü, değerleri ve başarı sırları pazarlanmaktaydı (Nye, 2005, s. 3). Hollywood’a karşı bir güç olarak planlanan Avrupa kökenli film festivalleri de hem sinema sanatının devamlılığını, farklı kültürlerden eserlerin ve sanatçıların ortak platformlarda buluşturulabilmesini hem de siyasal güç elde etmeyi amaçlamıştır. Berlin Film Festivali, Cannes Film Festivali ve Venedik Film Festivali gibi birçok festival ilk yıllarında içinde doğduğu siyasi görüşün propaganda aracı olarak açık bir şekilde kullanılmıştır. Venedik Film Festivali dönemin faşist iktidarı Mussolini hükümeti tarafından desteklenmekteydi ve açık bir şekilde propaganda yapmaktaydı. Berlin Film Festivali de İkinci Dünya Savaşı ve Soğuk Savaş döneminde hem Nazi hükümeti tarafından ardından Amerikan hükümeti tarafından siyasal amaçlarla kullanılmıştır. Ayrıca festivallerin yapıldığı şehri bir marka haline getirerek dünya çapında tanınmasını sağlar. Cannes, Venedik gibi çoğu festival şehri, festival sırasında kendi nüfusundan daha fazla turiste ev sahipliği yapar ve festival dönemi dışında da bir turizm merkezi olmaya devam eder. Bu yönüyle film festivalleri sanatsal bir etkinlik olmanın yanı sıra aynı zamanda ekonomik ve politik bir etkinliktir.

Kültürel diplomasi kapsamında gerçekleştirilen bir diğer kültür sanat faaliyeti de Eurimages fonlarıdır. Bir kültür desteği olan fon Avrupa sinemasının geliştirilmesini ve yaygınlaştırılmasını amaçlamaktadır. Fakat fonun kültürel hedeflerine paralel olan projeler kabul edilmektedir. Ayrıca proje Avrupa projesi niteliği taşımalıdır ve buna uygun olarak bir puanlama tablosu bulunmaktadır ([http-51](http://www.coe.int/en/web/eurimages/coproduction))⁵¹. Fon almaya hak kazanan projelerin fonun kültürel hedefleriyle benzerlik göstermesi zorunluluğu fonun diplomatik yönünü açığa çıkarmaktadır. Fon Avrupa sinemasının gelişimi ve tanıtımını amaçladığı için fona hak kazanan her film aynı amacı paylaşmak durumundadır ve böylelikle

⁵¹ <https://www.coe.int/en/web/eurimages/coproduction> (Erişim tarihi: 12.05.2020)

herhangi bir doğrudan müdahale olmadan dolaylı yollarla Avrupa kültürünün yaygınlaştırılması sağlanmaktadır. Fona başvuran projelerin Avrupa kimliği taşıması bir diğer diplomatik hamledir. Fon temel amacı doğrultusunda başvuru sahibi tüm projelerin Avrupa kimliği taşıması zorunluluğunu getirerek kendi kendini üreten bir sistem yaratmıştır ve Avrupa sinemasının yaygınlaştırılmasının bu fon aracılığıyla sürekliliği sağlanmıştır.

4.3. Türkiye’de Kültürel Diplomasi Faaliyetlerinin Alanları

Türkiye Avrupa ülkelerine ve Amerika’ya kıyasla kültürel diplomasi faaliyetlerine daha geç başlamış olsa da devlet destekli kurumları ve özel kuruluşları ile 20. yüzyılın sonu ve özellikle 21. yüzyılda bu alandaki etkinliklerini artırmıştır. Tarihsel ve kültürel ortaklıklarının bulunduğu Orta Doğu, Balkanlar ve Kafkasya bölgelerinde yoğun çalışmalar gerçekleştirmeye başlamıştır. Tarihsel ve kültürel ortak payda ile karşılıklı etkileşimin artırılması ve Türk kültürünün birçok farklı coğrafyada tanıtımı amaçlanmıştır. Türkiye Cumhuriyeti ulusal ve uluslararası birçok etkinliği fonlayarak kültürel diplomasi faaliyetlerini artırmayı hedeflemektedir. Gerçekleştirilen bu faaliyetlerin ayrı başlıklar altında incelenmesi konunun anlaşılması açısından faydalı olacaktır.

4.3.1. Eğitim ve değişim programları

Diğer ülkelerle paralel olarak Türkiye’de öğrenciler, sanatçılar ve bilim insanları için çok sayıda değişim programı bulunmaktadır. Türkiye’nin kültür politikaları kapsamında Türk kültürünün tanıtılması ve yaygınlaştırılması için uluslararası hareketlilik her zaman desteklenmiştir. Türkiye’nin kültürel diplomasi faaliyetlerinin bir merkez altında toplanması için kurulan Yunus Emre Enstitüsü, öğrenci ve bilim insanlarının farklı ülkelerde eğitim görebileceği projeler gerçekleştirmiştir. Özellikle bilim diplomasisi konferansları düzenleyerek değişim programlarını gerçekleştirmekle birlikte onların önemini de bulunduğu her ülke ve etkinlikte vurgulamaktadır. Türkiye’deki değişim programlarının öncülerinden bir diğeri Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı’dır. Her yıl binlerce öğrenci ve bilim insanı farklı ülkelere gönderilirken, farklı ülkelere öğrenci ve bilim insanını da misafir etmiştir. Değişim programlarını destekleyen özel kuruluşların başında da İKSV gelmektedir. İstanbul Film Festivali kapsamında gerçekleştirdiği Köprüde Buluşmalar etkinliği ile her yıl Türkiye ve

komşu ülkelerden yönetmen, yapımcı ve senaristleri bir araya getirerek ortak projelerin geliştirilmesini sağlamaktadır. Programın amacı Türkiye'deki sanatçıların ve Türk kültürünün uluslararası mecrada tanıtılmasıdır. Ayrıca gerçekleştirdiği İstanbul Bienali ile de Türk ve yabancı sanatçıların eserlerinin birlikte sergilenmesi ile Türk ve yabancı sanatçıların ortak bir paydada buluşturulması amaçlanmıştır.

Türkiye'de gerçekleştirilen bir diğer eğitim faaliyeti de bilimsel toplantılardır. "bilim diplomasisi" olarak da geçen bu faaliyetler uluslararası seminerlerin ve çalıştayların gerçekleştirilmesi ile sağlanan kültürel etkileşimi odağına almaktadır. Türkiye'de özellikle İstanbul, Ankara ve Antalya'da her yıl uluslararası çerçevede önemli bilimsel toplantılar gerçekleştirilmektedir. Böylelikle hem şehir markalama çalışmaları hem de bilimsel çalışmaları takip eden ve gerçekleştiren yeni bir Türkiye imajının yaratılması gerçekleştirilmektedir.

4.3.2. Dini faaliyetler

1453 yılında Osmanlı padişahı II. Mehmet şu anda İstanbul olarak bilinen Bizans'ı fethetmeden önce İstanbul, çok uzun yıllar Hıristiyanlığın merkezi olmuştur. Roma İmparatorluğu ve Bizans imparatorluğu gibi Hıristiyanlık için önem taşıyan bu iki ülkenin başkentliğini yapmıştır ve bu sebeple Hıristiyan dünyası için önem teşkil etmektedir. Bizans 1453 yılında II. Mehmet tarafından fethedilse de günümüzde Hıristiyanlık için olan önemini hala korumaktadır. Bir İslam devleti olan Osmanlı Devleti döneminde padişah Yavuz Sultan Selim'in Memlük Devleti'ni yenmesiyle halifelik Osmanlı Devleti'ne geçmiştir ve artık Osmanlı padişahları siyasi liderliğe ek olarak halife unvanını da kazanarak dini liderliği de elde etmiştir. Bu fetih sonrası İslamiyet'in son peygamberi olarak kabul edilen Hz. Muhammed'in kutsal kabul edilen eşyaları da İstanbul'a taşınmıştır ve günümüzde Topkapı Sarayı Müzesi'nde "Kutsal Emanetler" bölümünde sergilenmektedir. Türkiye sahip olduğu coğrafya ve tarihi nedeniyle birçok dine ev sahipliği yaptığı için dinsel bir öneme sahiptir. Bu sebeple de sahip olduğu dini merkezleri koruyarak ve restore ederek hem kullanıma hem de ziyarete açmıştır ve böylece tüm dini inançlara karşı olan hoşgörüsünü belli etmektedir. Kültürel diplomasi süreçleri karşılıklı iletişim ve hoşgörü temelinde ilerlediği için yaratılan bu hoşgörü ortamı bir ülkeyi dinsel açıdan da cazibe merkezi haline getirebilmektedir. Örneğin Hatay'da bulunan Saint Pierre Kilisesi ve İzmir'de bulunan Meryem Ana Kilisesi Hıristiyanlar tarafından hac merkezi olarak kabul edilmektedir ve her yıl yerli ve yabancı

birçok turistin ilgi odağı olmaktadır. Türkiye kültürel diplomasi süreçlerinde dinsel hoşgörüyü kullanmakla birlikte “din kardeşliği” tanımı daha sık kullanılmaktadır. Kültürel diplomasi faaliyetlerini özellikle Orta Doğu ve Balkanlar’da yürütmesinin başlıca sebeplerinden birisi ortak bir dine mensup olmaktır. Böylelikle taraflar arasında kuvvetli bir bağ kurulmaktadır. Bu bağın güçlendirilmesi adına Türkiye, birçok ülkede cami inşalarını fonlamakta, Türkçe ve İslam okulları açmaktadır.

4.3.3. Spor faaliyetleri

Türkiye hem uluslararası spor müsabakalarına katılarak hem de ev sahipliği yaparak dahil olduğu spor faaliyetlerini bir yumuşak güç unsuruna dönüştürmektedir. Uluslararası spor müsabakalarına katılarak hem adını uluslararası platformlarda duyurma hem de sporcularını tüm dünyaya tanıtmaya imkanı yakalamaktadır. Birçok uluslararası spor müsabakasına ev sahipliği yaparak hem ekonomik anlamda hem de politik anlamda bir güç elde etmektedir. Özellikle ata sporu sayılan “Güreş” dalında Olimpiyatlar’da birçok Altın Madalya kazanarak, yerli sporcularının dünyaca tanınmasını sağlamıştır. Ayrıca Halter, Judo ve Taekwondo dallarında da Altın Madalya sahibidir ([http-52](http://www.olimpiyatkomitesi.org.tr/Olimpiyat-Madalyalarimiz))⁵². Basketbol branşında da birçok yerli sporcunun Amerika’daki NBA takımlarına transferi ile hem Türk sporcuların uluslararası alandaki başarısı ispat edilmiş hem de bu sporcular yurt dışındaki Türkiye temsilcileri haline gelmiştir. Uluslararası başarı kazanan yerli sporcular kültürel diplomasi süreçlerindeki önemli aktörlerdir. Avrupa Kadınlar Voleybol Şampiyonası, WRC Dünya Ralli Şampiyonası, UEFA Şampiyonlar Ligi Finali, FIBA Dünya Basketbol Şampiyonası gibi birçok önemli spor müsabakasına da ev sahipliği yapmıştır. Türkiye 2020 yılı itibariyle UEFA Şampiyonlar Ligi finaline ev sahipliği yapmaya hazırlanmaktadır fakat COVID19 virüsü nedeniyle etkinlik ileri bir tarihe ertelenmiştir. Türkiye basketbol da olduğu kadar futbolda da önemli sporcular yetiştirerek dünyadaki birçok takıma futbolcu transfer etmektedir. Bu ilişkiler Türkiye’nin kültürel diplomasi süreçlerini oldukça olumlu etkilemektedir. Sporun kültürleri, toplumları ve ülkeleri birbirine bağlayıcılığının bir diğer göstergesi de İstanbul Maratonu’dur. Sporun sahip olduğu bu özelliğe bir atıf olarak İstanbul Avrasya Maratonu da Asya ve Avrupa kıtalarını birbirine bağlayan Boğaziçi köprüsünde gerçekleştirilmeye

⁵² <https://www.olimpiyatkomitesi.org.tr/Olimpiyat-Madalyalarimiz> (Erişim tarihi: 23.04.2020)

başlanmıştır ve kıtalararası koşulan tek maratondur. Spor faaliyetleri ile diğer ülkeler gibi Türkiye’de bir imaj inşası imkanı elde etmektedir.

4.3.4. Dış yardımlar

Türkiye tarihi boyunca zor durumda olan ülkelere yardımda bulunmuştur. Her ne kadar bu yardımların doğrudan amacı politika olmasa da yine de politika ile ilişkilendirilir. Çünkü dış yardımlar da kültürel diplomasi süreçlerinde sıklıkla kullanılan bir araçtır. Türkiye’nin dış yardımlarının bir kurum altında toplanması için TİKA (Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı) kurulmuştur ve yapılan yardımların çoğu bu kurumun çatısı altında gerçekleşmektedir. TİKA doğrudan mali yardımlara ek olarak eğitim kurumlarına donanma yardımlarında da bulunmuştur. Her türlü dış yardım bir ülkenin ekonomik ve siyasi gücünün, ayrıca insani durumlar karşısında sahip olduğu empati yeteneğinin bir göstergesidir ve bu sebeple de uluslararası ilişkilerde oldukça önem taşımaktadır. Daha önce de belirtildiği üzere TİKA’nın (2019, s. 32) son raporuna göre Türkiye, yabancı ülkelere 376,8 milyon dolar eğitim, 78,9 milyon dolar sağlık, 0,9 milyon dolar nüfus politika programları ve üreme sağlığı, 5,8 milyon dolar su ve su hijyeni, 117,6 milyon dolar idari ve sivil altyapılar ve 55,5 milyon dolar diğer sosyal altyapı ve hizmetleri yardımı sağlamıştır. Tüm bu yardımlar aracılığıyla alıcı ülke ile var olan iletişimin kuvvetlendirilmesi, ülke tanıtımının yapılması amaçlanmaktadır. Dış yardımlar yalnızca alıcı ülkeyi ilgilendirmemekte aksine diğer ülkelere de donör ülke hakkında ipucu vermektedir. Özellikle insani yardımlar ile donör ülkenin dil, din, ırk ve cinsiyet farkı gözetmeksizin insan haklarını her şeyden üstün tuttuğunun göstergesidir ve insani yaşama koşulları diğer toplumlar tarafından donör ülkeyi bir cazibe merkezi haline getirmektedir. Türkiye’deki en başta gelen insani yardım kuruluşu da Kızılay’dır. Kurulduğu yıldan 2020 yılına kadar 147 ülkede yardım faaliyetlerinde bulunmuştur. Bu ülkelerin başında Filistin, Sudan, Endonezya, Sri Lanka, Kırgızistan, Kosova, Somali ve Pakistan gibi ülkeler bulunmaktadır ([http-53](http://www.kizilay.org.tr/neler-yapiyoruz/uluslararası-yardımlar))⁵³. Yardım faaliyetlerinden görünürlük çalışmalarına kadar Kızılay, insani yardım konusunda Türkiye’nin uluslararası mecrada önemli bir aktör olarak yansıtılmasını amaçlamaktadır. Logosunda bulunan kırmızı hilal de bunun önemli bir göstergesidir. Türklüğün sembollerinden biri olan hilal ile Türk bayrağının rengi olan kırmızı birleştirilerek sembol olarak kullanılmaktadır. Böylelikle

⁵³ <https://www.kizilay.org.tr/neler-yapiyoruz/uluslararası-yardımlar> (Erişim tarihi: 25.04.2020)

hem faaliyetleri ile hem görsel anlamda sembolü ile tam anlamıyla Türkiye'nin önemli bir temsilcisi konumundadır. Suriye'de iç savaşın patlak vermesi üzerine Türkiye bu bölgeye de ciddi yardımlarda bulunmuştur. Suriye'ye yapılan tüm uluslararası yardımların. %31'i Türkiye tarafından yapılmıştır (http-54)⁵⁴.

4.3.5. Kültür ve sanat faaliyetleri

Türkiye coğrafyası ve tarihi itibarıyla birçok topluma ev sahipliği yapmıştır ve bu yönüyle zengin bir kültüre sahiptir. Diplomasi süreçlerinde kültür ve sanat etkinliklerini bir yumuşak güç aracı olarak kullanabilmek için önceliğini benzer kültürlerle sahip olduğu ülkelere ve toplumlara vermiştir. Örneğin Türkiye kültürel diplomasi faaliyetlerini yürüten ana kurumlardan biri olan TİKA ilk yurtdışı ofisini Türkmenistan'a açmıştır ve ardından Avrasya bölgesinde çalışmalarını hızlandırmıştır. TİKA'nın ardından hayata geçen Yunus Emre Enstitüsü de birçok ülkede kültür merkezleri açarak Türk kültürünün tanıtılmasını ve yaygınlaştırılmasını hedeflemiştir. Kültür merkezlerine ek olarak birçok sanatsal faaliyet de gerçekleştirmiştir. Örneğin Türk müziği konserleri, Türk el sanatları sergileri, sinema günleri, tiyatro festivalleri ve şiir dinletileri gibi kültür ve sanatın her alanına dair etkinlikler düzenleyerek tam kapsamlı tanıtım çalışmaları gerçekleştirmektedir. Türk kültürünün. Tanıtımı ve yaygınlaştırılması için çalışmalar yapan bir diğer önemli kuruluş da TÜRKSOY'dur. Türk kültürü eğitimlerinin yanı sıra birçok farklı ülkeden ve Türkiye'den sanatçıların katıldığı sanatçı buluşmaları düzenleyerek her iki taraf arasında organik bir bağ oluşturulmayı hedeflemektedir. Kültürel diplomasi en önemli özelliklerinden biri de budur. Kültürel diplomasi faaliyetlerinde gönüllük esastır ve dikteye yer yoktur. Türkiye'nin kamusal yayıncılığını üstlenen TRT de Türk kültürünün uluslararası alanda tanıtımı için önemli faaliyetler yürütmektedir. Birçok dilde yayın yaparak dünyanın pek çok ülkesine ulaşabilmektedir. Fakat tüm bu kuruluşların başında Kültür ve Turizm Bakanlığı gelmektedir. Türkiye'deki sanatçıları ve Türkiye'de üretmek isteyen yabancı sanatçılara destek sağlayarak kültürel diplomasi faaliyetlerinin en önemlilerini gerçekleştirmektedir. Kendi uyguladığı kültürel diplomasi faaliyetlerine ek olarak, bu alanda etkinlik gösteren diğer kurumları da fonlamakta ve desteklemektedir.

⁵⁴ http://www.mfa.gov.tr/turkiye_nin_inساني_yardimlari.tr.mfa (Erişim tarihi: 26.04.2020)

Bir sivil toplum kuruluşu olan İKSV kültürel diplomasi ve kültür politikaları konusunda yoğun çalışmalar gerçekleştirmektedir. Tüm etkinliklerinden bağımsız bir kültür politikaları çalışmaları ekibi bulunan kuruluş, belirli periyotlarla kültür politikaları üzerine raporlar ve politika metinleri yayınlamaktadır. Toplantılar ve sempozyumlar düzenleyerek olası kültür politikalarının belirlenmesi için çalışmalar yapmaktadır. Kültür politikalarının ve kültürel faaliyetlerin devlet destekli ve özel birçok kuruluş tarafından bu denli çalışılması, uluslararası ilişkilerdeki önemini ortaya koymaktadır. Ülkeler ve toplumlar yıllar boyu kültürlerini miras bırakarak var olmuşlardır ve bu sebeple kültür ve sahip olunan kültürün yaygınlığı gücün temsilidir. Bilgi ile güç birbirinden ayrı düşünülemez iki kavramdır. Bu sebeple kültür, hem bilginin inşacıları olan dilin hem de bilginin yarattığı gücün temsilcisidir. Özellikle yaşanan teknolojik gelişmeler sonucu daha kolay paylaşılabilir hale gelen kültür, bu yönüyle daha da önem kazanmıştır ve kültürel aktiviteler ülkeler için politik anlam taşıyan faaliyetlere dönüşmüştür.

Uluslararası film festivalleri tarihleri boyunca, ülkeler için hem kendi kültürlerini tanıtabilecekleri bir platform hem de kültürel diplomasi faaliyetleri için bir yumuşak güç aracı olmuştur. Türkiye'deki ilk sinema faaliyetleri yabancı menşelidir. Örneğin Türkiye'deki ilk sinema filmi gösterimlerinin. Avrupa temelli olması dönemin siyasi ve kültürel atmosferi hakkında çok şey söylemektedir. 1800'lü yılların sonu ve 1900'ler itibariyle Osmanlı Devleti çöküş döneminde olmakla birlikte çözümü teknolojiden siyasete, sanattan eğitime birçok alanda yapılmaya başlanan yeniliklerde aramaktaydı. Bu yeniliklerin kaynağı olarak da Batı örnek alınıyordu. Tüm ulus markalama süreçlerinde olduğu gibi Batı sahip olduğu kültür nedeniyle gücün de sahibi konumuna gelmekte ve sahip olduğu kültür "ideal" olarak kabul edilmekteydi. Böylelikle herhangi bir savaş ya da sert gücün kullanımına gerek duyulmaksızın kültür aracılığı ile birçok ülkeye giriş yapabilmekteydi. Kültürünü pazarlayarak ülkenin günlük yaşamında, iç işlerine kadar birçok alanda etkiye sahip olmaktadır. İlk sinema filminin gösteriminin de Avrupa temelli olması bu nedenle önemlidir. Böylelikle Osmanlı Devleti kültür-sanat hayatında yoğun bir Avrupa esintisi var olmuştur. Ülkeyi şekillendiren siyasi ve ekonomik iktidara sahip kitleler üzerlerindeki yoğun Avrupa etkisiyle tüm ülkenin şekillenmesine neden olmaktadır. Kültürel diplomasi faaliyetlerindeki temel süreçlerden biri de budur. Yerel ve uluslararası aktörler tüm milleti etkileme gücüne sahiptir. Ve bu aktörler aracılığı ile oluşturulan bu etkinin oluşması her ne kadar daha uzun sürede olsa da daha kalıcıdır. Osmanlı Devleti'nin dağılma döneminde de yoğun bir kültürel diplomasi etkisi

görülmektedir. Ülkede sözü geçen aktörlerin dinlediği şarkılardan giydiği kıyafetlere kadar ülkede ve toplumda var olan Batı egemenliği oldukça net bir şekilde görülmektedir. Siyasi ve askeri müdahalelerin aksine bu güç kültür ve sanat etkinliklerinden ve bunların yaygınlaştırılması çalışmalarından gelmektedir. Bu sebeple kültür sanat etkinlikleri bir ülkenin yumuşak güç unsurları olarak kabul edilmektedir. Türkiye’de çekilen ilk film olarak kabul edilen “Ayastefanos Rus Abidesinin Yıkılışı” adlı filmde de yönetmen her ne kadar Fuat Uzkınay olsa da filmin çekimini üstlenen Avusturya-Macaristan menşeli bir şirkettir ve yönetmen olarak Fuat Uzkınay’ın tercih edilmesinin sebebi halk tarafından tepki çekmemektir. Sinema ve film festivalleri gibi özellikle birden çok duyuya hitap eden ve eğlence amaçlı kullanılabilen etkinlikler kültürel diplomasının radyo, gazete, moda vb. gibi diğer araçlarına kıyasla daha etkili olmaktadır. Çünkü belirtildiği üzere daha fazla duyuya hitap etmekte ve bu durum da inandırıcılığını artırmaktadır. Ayrıca bir eğlence aracı olarak kullanılarak insanların boş vakitlerinin doldurulması sağlanmaktadır. Bilindiği üzere insanların boş vakitlerini kontrol edebildiğiniz takdirde onların ne düşüneceğini de kontrol edebilme şansına sahip olunmaktadır. Sinema ve sinema filmlerinin gösterildiği film festivalleri ile ülkeler kültürlerini sınır ötesine taşıyabilmekte ve kültürlerini herhangi bir baskı aygıtı kullanmadan diğer toplumlara aktarabilmekte ve benimsetebilmektedir. Kültürel diplomasi gücünü bu kendi kendine arzu etme ve kabul etme eyleminden almaktadır. Bu nedenle her ne kadar propaganda ile eş tutulsa da bu yönüyle önemli farklılıklara sahiptir. Kendi kendine kabul etme durumu mesajın ve etkinin kalıcılığını sağlamaktadır. Ülke ve şehir markalama faaliyetlerinde de sıklıkla kendi kendine kabul etme eylemi sonucu oluşan güven duygusu kullanılmaktadır. Kültürel diplomasi faaliyetlerinin de etik ve estetik temelinde şekillenmesi güven duygusunun oluşmasını kolaylaştırmaktadır. Çünkü kültürel ve sanatsal faaliyetlerde var olan estetik, alıcı da bir sempati hissinin oluşmasını sağlamaktadır. Yani kendi kendini var eden bir sistem oluşturulmaktadır. Kültürel diplomasi süreçlerinde sanatsal faaliyetlerinden önemli olmasının nedenlerinden biri de sanatın ve sanat eserlerinin eşsizliğidir. Sanat eserlerinde var olan eşsizlik onu sahip olduğu kültür bile bütünleştirmektedir ve diğer kültürlerden keskin bir biçimde ayırmaktadır. Böylelikle kültürün yapı taşlarından biri olan sanat eserlerinin eşsizliği bağlı olduğu kültürü de eşsiz kılmaktadır. Her ne kadar sanat eserlerinin sergilendiği bu etkinlikler birbirine benzer olsa da taşıdığı kültür nedeniyle eşsizdir ve bu sebeple de güçlü bir yumuşak güç aracıdır. Örneğin dünyada yüzlerce film festivali bulunmasına rağmen Cannes Film Festivali tarih

boyunca eşsizliğini korumaktadır. Özellikle sinema ve moda gibi birçok sanat dalının anavatanı olarak kabul edilen Fransa'nın etkinliğe ev sahipliği yapması Cannes Film Festivali'ni diğerlerinde ayırmakta ve günümüze kadar gücünü korumaktadır. Şehir festival ile dünya çapında tanınarak festival dönemi dışında bile turist çekmeye devam etmektedir. Benzer bir durum sinema tarihindeki bir diğer önemli ülke olan İtalya'da gerçekleşen Venedik Film Festivali'nde de yaşanmaktadır. Tarihsel geçmişleri ve dünya çapında kabul görmüş sinema başarıları ile Venedik Film Festivali de festivaller tarihindeki bir diğer önemli aktördür. Hatta bu iki festival o denli önemli kabul edilmektedir ki diğer uluslardan sanatçılar bu festivallere filmlerini kabul ettirdiklerinde uluslararası alanda rüştünü ispat etmiş kabul edilmektedirler. Bu da bu festivallerin dünya çapında kabul edilirliliği nedeniyle bir otorite haline geldiklerinin bir göstergesidir. Bu durum sosyal inşacılık kuramında da benzer bir şekilde bahsedilmektedir. Bilgi, aktörler tarafından inşa edilir ve gelecek kuşaklara sosyal bilgi stoku olarak aktarılır. Aktarılan bu sosyal bilgi stoku sonrasında "herkes tarafından bilinen bir gerçek" olarak kabul edilir ve kalıcılığını sağlar. "Gerçekliğin Sosyal İnşası" adlı kitapta Berger ve Luckmann'ın da benzer bir örnek vererek bu durumu açıklamıştır. "Dakikliğin İngilizlere has bir özellik olduğu *herkes tarafından bilinen bir gerçek* olduğu için bende bilirim." Cannes ve Venedik Film Festivalleri de herkes tarafından en iyi festivaller olarak kabul edildiği için kültürel ve siyasal anlamda güce sahiptir. Sosyal inşa kuramı ve kültürel diplomasının bulunduğu nokta da tam olarak burasıdır. Kültür aracılığı ile "herkesin bildiği bir sosyal bilgi stoku" oluşturularak gücün inşası da elde edilmiş olur. Böylelikle sosyal gerçeğin inşası süreçlerinde kültür, gücün de temsilcisi konumuna gelmiş olur çünkü bilgi gücü getirmektedir. Bu sebeple Cannes ve Venedik gibi uluslararası film festivallerinden kabul görmek ve bu festivallerde stand açma hakkına sahip olmak bu gücün bir parçası anlamına geldiği için önemlidir. Kültürel diplomasi süreçlerinin kalıcı olmasının nedenlerinden bir diğeri de budur. Çoğunlukla herkes tarafından bilinen bir gerçeğe alternatif olmaktansa o gerçeğin bir parçası olmak tercih edilmektedir çünkü böylelikle gücün de bir parçası konumuna gelmektedir. Yani kültür hem etik ve estetik yönüyle hem de gücün temsili olması yönüyle alıcı da kendi kendine ikna olma ve güven duygusu inşa etmektedir, böylelikle de diğer diplomasi araçlarına göre daha uzun süreli etkiye sahip olmaktadır. Bu sebeptendir ki uluslararası film festivalleri başlangıcından itibaren dış politikanın etkisiyle şekillenmiştir ve bir diplomasi aracı olarak kullanılmıştır. Türkiye'de film festivallerinin geç başlamasının en temel nedeni 1900'lü yılların başında

ülkede neredeyse hiç film çekilemiyor olmasıdır. Bu sebeple festivallerin başlangıcı ve artması 1950'leri bulmaktadır. Sonrasında ise çoğu festival hem devlet hem de özel kuruluşlar tarafından desteklenerek yerel platformlardan uluslararası platformlara dönüştürülmesi amaçlanmıştır. Böylelikle Türk kültürü de yerelden uluslararasına geçiş bileti kazanabilecektir. Bu yönüyle film festivallerini salt sanatın başlığı altında incelemek yetersiz olacaktır. Türkiye'deki uluslararası film festivalleri de bu yönüyle sosyal inşacılık kuramı ve kültürel diplomasi bağlamında incelenmelidir.

4.4.Sosyal Gerçeğin İnşası ve Uluslararası Film Festivalleri

Çalışmanın bu bölümünde amaç başlığı altında verilen alt sorulardan “Sosyal gerçeğin inşasında uluslararası film festivallerinin rolü nedir?” sorusunun yanıtı aranacaktır. Pozitivist yaklaşımın aksine sosyal inşa kuramında gerçek dışarıda ve salt insandan bağımsız bir şekilde var olmamaktadır. Bilginin inşacısı insan olduğu için ve insan da sosyal bir varlık olduğu için sosyal gerçeğin inşası da insandan bağımsız düşünülemez. İnşa edilen bu gerçek sosyal bilgi stokunu oluşturur. Gelişen iletişim ve ulaşım teknolojileri ile sosyal bilgi stokunun aktarılması kolaylaşmıştır ve bu durum da dünyanın küreselleşmesini ve kolektif kimliklerin oluşmasını sağlamıştır (Küçük, 2009, s. 775). Bu süreç sosyal gerçeğin inşasına bir örnektir. İnsan ve onun ayrılmaz parçası kültür kendi gerçekliğini yaratarak ve yaratılan bu gerçekliği aktararak sosyal bilgi stokuna dönüşen sosyal gerçekliği yaratır. Yani kültürün her bir ögesi sosyal gerçeği oluşturan bir yapı taşıdır. Tarihin ilk çağlarında insanlar sahip oldukları bilgiyi resim ve yazı ile aktarmışlardır. Yaşanan teknolojik gelişmeler ile artık resim, yazı gibi çıktılar hem matbaa ile hem de ulaşım teknolojileri ile daha fazla kitleye, kalıcı formlarda ulaşmaya başlamıştır. Böylelikle insanlar sahip oldukları kültürü daha geniş coğrafyalara taşıma imkanı bulmuştur. Yaratılan sosyal gerçek daha fazla kitleye ulaştırılarak “herkesin bildiği gerçeğe” dönüşmektedir. Görüntüleme teknolojilerindeki gelişmeler ile kültürün etki etme gücü artmıştır çünkü artık araçlar birden fazla duyuya hitap etmeye başlamıştır. Özellikle sinema gerçek görüntüye olan benzerliği ile büyük kitlelerin ilgisini çekmiştir. Var oluşu itibariyle sahip olduğu teknoloji ile aynı anda birden fazla yerde bulunabilmektedir. Bu da etki etme gücünü artıran nedenlerden bir diğeridir. Uluslararası film festivalleri de sebeple önem taşımaktadır.

Uluslararası film festivalleri tarihi boyunca sinema sanatının öncü eserlerinin gösterimi için oldukça önem taşımıştır. Sinema filmleri, resim ya da heykel sanatından eserleri eşsiz kılan auraya sahip değildir fakat bu durum onun etkisi alanını genişletmektedir. Örneğin Michelangelo'nun Davut heykelinin bir kopyasını görmek, onun kendisini görmekle aynı heyecanı yaratmamaktadır. Eseri tam anlamıyla deneyimleyebilmek için bulunduğu yer olan Floransa'daki Galleria dell'Accademia'yı (Akademi Galerisi) ziyaret etmek gerekmektedir çünkü eserin aurası yalnız orijinaline aittir ve eseri eşsiz yapan da bu aurasıdır. Bir sinema filmi tam anlamıyla deneyimleyebilmek için ise böyle bir zorunluluk yoktur. Sinema filmleri gösteriminde var olan teknoloji itibarıyla her yerde aynı hissi vermektedir. Çünkü sinema salonundaki karanlık oda ve aydınlık perde seyirciyi dış dünyadan soyutlayarak filmin evrenine taşımaktadır ve bu durumda sinemanın her yerde aynı etkiyi yaratmasını sağlamaktadır. Bu sebeple sinema etkisini yitirmediği için diğer sanat dallarından ayrılmaktadır ve sosyal gerçeğin inşası ve aktarımında önemli rol oynamaktadır. Sinema filmleri ile kültür her yere taşınabilir hale gelmiştir ve alıcıda maket heykeller ya da ünlü resimlerin reproduksiyonlarından daha fazla etki bırakmaktadır. Sinemaya aurayı kazandıran etkinlikler ise film festivalleridir. Film festivalleri de tıpkı heykel ve resimler gibi bir auraya sahiptir ve belirli dönemlerde belirli mekanlarda gerçekleştiği için eşsiz ve özeldir. Festivallerin bu eşsizliği onları bir cazibe merkezi haline getirmektedir ve her sene gerçekleştiği periyot sanatçılar ve diğer katılımcılar tarafından heyecanla beklenmektedir. Sinemayı ve festivalleri etkili kılan bir diğer özellik de budur. Yani sinema hem sahip olduğu teknoloji itibarıyla her yere ulaşabilir ve her yerde aynı etkiyi yaratmaktadır hem de özel etkinlikleri ile bir aura yaratarak eşsizliği ile geniş kitlelerin dikkatini çekmektedir. Bu yönüyle bir sanat eserinin her iki özelliğine (eşsiz olması, kopyalanabilir olması) aynı anda sahip olduğu için sosyal gerçeğin inşasında ve aktarımında diğer sanat faaliyetlerine göre daha etkili olmaktadır. Sinema ve uluslararası film festivalleri ile kültür birçok coğrafyada var olma imkanı bulur ve bulunduğu coğrafyalarda da bir gerçek inşa eder. Hollywood filmleri ile bir Amerika kimliğinin inşa edilmesi buna bir örnektir. Kültürün bir parçası olan sinema ile yaratılan bu gerçek sosyal gerçeğin kendisidir. Böylelikle uluslar, ülkeler ve şehirler kendi kimliklerini inşa etme imkanı bulmaktadırlar.

4.5.Ulus/Ülke Kimliği İnşası ve Uluslararası Film Festivalleri

Çalışmanın bu bölümünde amaç başlığı altında verilen alt sorulardan “Ulus/ülke kimliği inşasında uluslararası film festivallerinin rolü nedir?” sorusuna yanıt aranacaktır. Bir önceki bölümde belirtildiği üzere sosyal bilgi stoku inşası ile elde edilen sosyal gerçek kültürün ve kültürel faaliyetlerin bir ürünüdür. Sosyal gerçeğin inşası ile birlikte bir “ben” kimliği de inşa edilmiş olur. Tam bu noktada Hegel’in diyalektiği devreye girmektedir. Her şey zıddıyla var olduğu için “ben” kimliğinin inşası ile birlikte “öteki” kimliği de inşa edilmektedir. Çünkü “ben”i tanımlayabilmek için “öteki”ne ihtiyaç duyulmaktadır. İnşa edilen “ben” kimliği sosyal gerçeğe dönüşerek “herkesin bildiği şeye” dönüşür ve böylelikle kimlik inşası kalıcı hale gelmiş olur. Ülkeler ve ulusları için de bu geçerlidir. Bir ülkeyi onun kültürü ile tanımlarız ve bu kültür ülkenin kimliği haline gelir. Böylelikle ülkenin kültürünün ulaştığı her yere ülkenin kimliği de ulaşmış olur. Örneğin Hollywood filmleri ile inşa edilen “Amerika kimliği” bir “Amerikan rüyası” kültürü oluşturmuştur ve bu filmlerin ulaştığı her yere bu kültür ve kimlik de ulaşmaktadır. Böylelikle yerelde inşa edilen kimlik kültürün taşıyıcılığı ile herkesin bildiği bir gerçeğe yani sosyal gerçeğe dönüşür. Sinema ve özellikle uluslararası film festivalleri ulus/ülke inşası için oldukça etkili faaliyetlerdir. Çünkü sınır ötesine ulaşarak geniş kitlelere hitap etmektedir. Sinemanın sahip olduğu estetik temel onun kabul edilebilirliğini artırmaktadır. Böylelikle sinema ve film festivalleri ile bir ülke/ulus inşası mümkündür. Dünyaca ünlü Cannes Film Festivali bunun bir örneğidir. Dünyadaki en başarılı film festivallerinden biri olarak kabul edilen Cannes Film Festivali gerçekleştiği şehri bir marka haline getirmiştir. Öyle ki şehir festival süresince kendi nüfusundan daha fazla turiste ev sahipliği yapmaktadır. Festival dönemi dışında da turistler şehri ziyaret etmektedir. Böylelikle festival aracılığı ile bir şehir markalama faaliyeti gerçekleştirilmektedir. Benzer bir durum Türkiye’nin Antalya şehrinde gerçekleşen Antalya Altın Portakal Film Festivali’nde de gerçekleşmektedir. Her yıl yüzlerce sanatçı ve katılımcı festival için şehre seyahat etmektedir. Antalya her ne kadar coğrafi özellikleri nedeniyle bir cazibe merkezi olsa da ev sahipliği yaptığı festival bu özelliğini desteklemektedir. Hatta festival çerçevesinde şehrin daha ön plana çıkarılması adına 2015 yılında dönemin belediye başkanı Menderes Türel festivalin adını “Antalya Uluslararası Film Festivali” olarak değiştirmiştir. Burada dikkat edilmesi gereken iki noktadan ilki festivalde şehrin ön plana çıkarılmasıdır. İkincisi ise sanatsal bir etkinlik olan film festivalinin isim değiştirme hakkının belediye başkanına ait

olmasıdır. Bu iki nokta film festivallerinin bir şehrin kimliğinin inşasında ne denli etkili olduğunun örneğidir. Öncelikle festivalin adında yer alan “Altın Portakal” ifadesi kaldırılmış yalnızca şehrin adı kullanılmaya başlanmıştır. Açıkça görülmektedir ki festival çerçevesinde şehrin vurgulanması amaçlanmaktadır. Festivalin isim hakkının değiştirilmesi kararının ise belediye başkanına ait olması bu durumu pekiştirmektedir. Bu sebeple özellikle uluslararası festivaller hem kültür sanat temelinde hem de diplomatik ve tanıtım temelinde şekillenmektedir.

Peranson film festivallerinin bu iki temelini iki farklı yaklaşım olarak ele alır ve film festivallerinde izleyici modeli ve iş modeli grupları olduğunu belirtir. İş modeli grubu ticaret ve tanıtım faaliyetlerini ön planda tutarken izleyici modeli daha düşük bütçeli ve düşük katılımcı sayısına sahip festivalleri temsil etmektedir (Peranson, 2009, s. 27). Peranson’un bu yaklaşımı belli noktalarda doğru olmakla birlikte festivalleri siyah ve beyaz kadar keskin bir ayrımla iki ayrı gruba bölmek eksik olacaktır. Özellikle geniş kitlelere hitap eden uluslararası film festivalleri her iki modele de uygunluk gösterebilmektedir. Fakat özellikle iş modeline dahil olan film festivalleri ulus, şehir ve/veya ülke markalama faaliyetlerinde başarılı olmaktadır. Benzer bir durum İkinci Dünya Savaşı öncesi ve sonrasında Berlin Film Festivalinde de görülmektedir. İkinci Dünya Savaşı öncesi Nazi döneminin “üstün ırk” propagandasının bir aracı olarak ulus markalama faaliyetlerinde yoğun bir şekilde kullanılan film festivali, savaş sonrasında ise şehrin önemli bir Avrupa kültür merkezi olarak tanıtılması adına şehir markalama faaliyetlerinin odağı olmuştur. Festivallerin buldukları şehirle olan bağı yalnızca şehrin festivale adını vermesiyle sınırlı değildir. Festivaller buldukları şehrin kültürünü de yansıtır.

Uluslararası film festivallerinde verilen ödüllerin çoğu ya şehrin sembolü ile aynıdır ya da şehrin tarihindeki önemli bir aktörün adını taşımaktadır. Bu da şehir ve festival arasındaki gücü pekiştirmektedir. Öyle ki şehri hiç tanımayan birisi festival aracılığıyla şehrin sembolünü ya da şehrin önemli bir aktörünü tanıyabilmektedir. Örneğin Venedik Film Festivali’nin en büyük ödülü Altın Aslan’dır. Bunun sebebi şehrin sembolünün aslan olmasıdır. Festivalin en değerli ve en heyecan yaratan ödülünün festivalin gerçekleştiği şehrin bir simgesi olması festivalin gerçekleştiği şehrin kimliğini taşıdığına bir göstergesidir. Böylelikle festivaller aracılığı ile şehirlerin kimliği uluslararası alanda yer almaktadır. Benzer bir durum Berlin Film Festivali ve Antalya Uluslararası Film Festivali’nde de görülmektedir. Berlin Film Festivali’nin en değerli

ödülü de Altın Ayı'dır çünkü ayı figürü Berlin şehrinin sembolüdür. Antalya Uluslararası Film Festivali'nde de en değerli ödül Altın Portakal'dır çünkü şehir portakal ağaçları ile özdeşleşmiştir. Aynı zamanda festival kapsamında verilen Jüri Özel Ödülü'nün ismi de festivalin kurucusu kabul edilen ve şehrin eski belediye başkanlarından biri olan Avni Tolunay Ödülü'dür. Festivaller bu gibi birçok yönüyle bulunduğu şehirler ile özdeşleşmiş durumdadır. Bu da uluslararası film festivallerinin ülke, ulus ve/veya şehir kimliğinin inşasında ne denli etkili olduğunun bir göstergesidir.

4.6.Kültürel Etkileşim ve Uluslararası Film Festivalleri

Çalışmanın bu bölümünde amaç başlığı altında yer alan alt sorulardan “Farklı kültürlerin etkileşiminde ve var olan kültürün sonraki nesillere aktarımında uluslararası film festivallerinin işlevi nedir?” sorusuna yanıt aranacaktır. Sosyal inşa kuramında vurgulandığı üzere kültür dilin göstergeleşmiş sembolüdür ve kültürün bir parçası olan sinema ve film festivalleri de böylelikle dilin ve iletişimin birer sembolüdür. İletişim temel olarak kaynaktan çıkan iletinin belirli kanallar yoluyla alıcıya ulaşmasıdır. Bu noktada kaynak ve alıcı farklı iki ülke ya da grup olması durumunda kültür verilmek istenen ileti (mesaj) iken uluslararası film festivalleri de bu iletinin alıcıya ulaşmasını sağlayan kanallardan biridir. İletişimin en önemli özelliği etkileşimli olmasıdır. Yani alıcı, kaynağa geri bildirimde bulunmasa dahi elde ettiği ileti ile etkileşime girmektedir. Bu gibi tek yönlü iletişim süreçleri sinema filmleri, dergiler vb. ortamlarda gerçekleşmektedir ve alıcıyı etkilemektedir. Film festivalleri ise çift yönlü iletişimin mümkün olduğu etkinliklerdir. Böylelikle farklı kültürlerden gelen sanatçı ve katılımcılar hem bireysel olarak hem de eserleriyle bir iletişim ağının parçası olurlar. Çift yönlü iletişimin mümkün olduğu ortamlarda iletinin aktarımı kolaylaşmakta ve alıcı üzerindeki etkisi artmaktadır. Bu gibi kültürel etkileşimin mümkün olduğu ortamlar özellikle yeni sanatçılar için hem besleyici hem de sanat çevresi edinebilmesi açısından faydalıdır. Bu sebeple de özellikle otorite olarak kabul edilen belirli uluslararası film festivallerine kabul edilmek sanatçılar için önem taşımaktadır. Uluslararası film festivalleri bağımsız filmler ve yönetmenleri için de önemlidir çünkü çoğu zaman sinema salonlarında gösterim şansı bulamayan bu filmler festivaller aracılığı ile seyirci ile buluşabilmektedir ve hatta bazı uluslararası film festivalleri ödül olarak yapım fonları vermektedir. Böylelikle gösterimden para kazanamayan sanatçılar bir sonraki filmleri için fon bulma şansı

yakalayabilmektedirler. Örneğin Cannes Film Festivali'nin gerçekleştiği ilk yıl on dokuz ülke etkinliğe davet edilmiştir. Uluslararası festivalleri ulusal festivallerden ayıran en önemli özelliklerden biri de budur. Ulusal festivallere göre uluslararası festivaller çok daha geniş bir ağa hakimdir ve sahip olduğu ağ genişledikçe eriştiği ve etkileşime girdiği kültür skalası da genişlemektedir. Özellikle sanatçılar için önemli olan “lokal tat – evrensel kalite” ikilisi uluslararası festivaller aracılığıyla mümkün olmaktadır. Çünkü birçok farklı kültürden sanatçı kendi lokal kültürünü bu platformlarda temsil etme şansı yakalamaktadır ve uluslararası bir başarı ile evrensel kaliteyi elde edebilmektedir. Uluslararası bir festival tarafından onaylanmak birçok farklı kültür tarafından onaylanmak ve kendi kültürünüzün geniş kitlelere tanıtımı demektir. Sanatçı farklı kültürlerden gelecek eleştiri ve öneriler ile eserlerini zenginleştirebilir. Film festivallerinin de başlangıç noktasında benzer bir sebep bulunmaktadır.

Amerika'nın Hollywood ile gelişen ve tüm dünyada etkili olan sineması, film dünyasındaki çeşitlilik için olası bir tehdit teşkil etmekteydi. Özellikle Avrupa'da Fransa gibi birkaç ülke sinema salonlarında Amerikan filmlerine gösterim sınırlaması getiriyordu ve sinema salonlarını Avrupa sinemasından filmlerin gösterimini zorunlu tutuyordu. Bunun nedeni hem kendi kültürlerinin korunması hem de olası bir kültürel hegemonyanın önüne geçilmesidir. Böylelikle Amerikan sinemasına alternatif olabilecek sinema etkinliklerine ihtiyaç duyulmuştur ve Venedik Film Festivali ile birlikte Avrupa'da birçok film festivali gerçekleştirilmeye başlamıştır. Bu festivallere Uzak Doğu, Doğu Avrupa ve Orta Doğu gibi birçok bölgeden sanatçı ve eserler katılmıştır. Bunun en güzel örneklerinden biri de Uluslararası İstanbul Film Festivali kapsamında gerçekleştirilen Köprüde Buluşmalar adlı etkinliktir. Bu etkinlik kapsamında Türkiye ve komşu ülkelerinden gelen birçok sanatçı birlikte eğitim alma ve daha da önemlisi birlikte üretme imkanına sahip olmaktadır. Farklı kültürlerden sanatçıların bir araya getirilmesi ile ortak yapımların geliştirilmesi amaçlanmaktadır. Gerçekleşen bu ortak yapımlar ile iki ülke arasındaki etkileşim ve işbirliği kalıcı ve uzun soluklu bir niteliğe bürünmektedir. İki kültür arasındaki işbirliği süreçlerinde de kültür alışverişi kaçınılmazdır ve bu sebeple kültürler arası etkileşimin artırılmasında ortak yapımlar oldukça önemlidir. Bu gibi ortak yapımların oluşmasına zemin hazırlayan uluslararası film festivalleri de bu sebeple aynı derecede önem arz etmektedir. uluslararası film festivallerinde ülkeler kendi kültürlerini tanıtmak ve diğer kültürleri tanımak için de etkinlikler düzenleyebilmektedirler.

Cannes Film Festivali her yıl düzenlediği birçok etkinliğe ek olarak ülkelere kendi sinemaları ve ülkeleri hakkında tanıtım yapabilmeleri adına stand açma hakkı tanımaktadır. Festivalde Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından Türkiye ve Türk sinemasının tanıtımı için “Türkiye standı” açılmaktadır. Böylelikle ülkeler, hem kendi kültürlerini tanıtılabilmekte hem de farklı standları inceleyerek diğer kültürleri tanımakta ve olası işbirlikleri sağlanmaktadır. Ülke standlarında farklı ülkelere sinema sanatçıları, çalışanları ve işletmecileri için ülke tanıtım toplantıları da yapılabilmektedirler. Bu sebeple ulusal kültürün uluslararası alanlarda temsili ve var olabilmesi için uluslararası film festivalleri oldukça önem taşımaktadır.

4.7.Uluslararası İlişkilerde Film Festivallerinin Rolü

Çalışmanın bu bölümünde amaç başlığı altında yer alan alt sorulardan “Uluslararası ilişkilerde film festivallerinin rolü nedir?” sorusuna yanıt aranacaktır. Ülkeler ve toplumlar tarih boyunca kendi kültürlerini kalıcı hale getirmeye ve sonraki nesillere aktarmaya çalışmıştır. İspanya’da yer alan Altamira mağarasındaki bizon resimleri bunun açık bir örneğidir. Kültürün aktarımı ile birlikte farklı kültürlerin etkileşimi de mümkün hale gelmiştir. Farklı kültürler arasındaki etkileşimin ilk örneklerinden biri de takas yoluyla alışveriş yöntemidir. Böylelikle dönemin insanları kendilerinde var olmayan ürünleri elde edebilmekteydi. Sonrasında tekerlek ve matbaa gibi önemli icatlar ile devletler ve milletleri arasındaki kültür alışverişi de hızlanmıştır. Bunun sonucu olarak da elçiler gündeme gelmiştir. Elçiler, hükümdarın mesajını iletmekle görevlilerdi ve gittiği ülkede oldukça ilgiyle karşılanırdı. Devletler elçiler aracılığıyla birbirlerine kendi kültürlerinin ürünlerini gönderip iki ülke arasındaki dostluğu pekiştirirdi. Her iki ülke bu iyi niyet göstergeleri ile uluslararası güven ortamını sağlardı. Bu ilişki kültürün uluslararası ilişkilerde kullanımının ilk örneklerindedir. Sonrasında gelişen teknoloji ile birlikte kültürün diplomatik süreçlerde kullanımı da artmıştır. İlk zamanlar bu kültürel alışveriş yalnızca siyasi aktörler arasında gerçekleşse de sonrasında resmi diplomasiye alternatif diplomatik yöntemlerin çıkması ile sivil aktörler de sürece dahil olmuştur. Kültürün aktarımının kolaylaşması ile birlikte ülkeler kültürü bir güç aracı olarak da kullanmaya başlamıştır. Çünkü ülkeler geniş coğrafyalarda kabul görmek için sert güçlerini kullanmak yerine kültür aracılığıyla bunu gerçekleştirebildiklerini fark etmişlerdir. Böylelikle kültürün çekiciliği ile hedef kitleler

etkilenmekte ve kendi kendilerini ikna etmektedirler. Devletin sert gücünün aksine bir yönetime sahip olması nedeniyle devletin cazibe araçları “yumuşak güç” olarak adlandırılmaktadır. Joseph Nye tarafından ortaya atılan bu terim halen uluslararası ilişkilerdeki önemini korumaktadır. Yumuşak güç ülkeler arası iletişim ve kültür odaklıdır ve bu sebeple belirli sanat dalları yumuşak güç aracı olarak kullanılabilir. Sinema ve film festivalleri yumuşak gücün bu iki özelliğini de bünyesinde barındırdığı için ülkeler tarafından sıklıkla yumuşak güç aracı olarak kullanılır.

Sinema ve film festivalleri en yoğun kitleye sahip kültürel öğelerden biridir çünkü hem iletişim süreci hızlıdır hem de eğlence faaliyeti olarak da kullanılmaktadır. Özellikle farklı kültürler arası diyalogu mümkün kılmaktadır ve bu etkileşimin zengin deneyimi katılımcılar için bu etkinlikleri bir cazibe merkezi haline getirmiştir. Uluslararası film festivallerinin yumuşak güç ile bir diğer ortak paydası da bu diyalogdur. Bu süreçte karşılıklı etkileşime ek olarak ülkeler kendi kültürlerini tanıtmaya ve benimsetmeye fırsatı da yakalamaktadırlar. Bir ülkeye ait kültürün birçok coğrafyada bulunması temelde gücün temsilidir çünkü bu durum hem kendi kültürü için bir pazarın hem de siyasi otoritenin bir göstergesidir. Kültür ile inşa edilen kimliğin başka kültürler ve milletler tarafından kabulü özünde daha iyi olmanın bir göstergesidir. Bu sebeple uluslararası ilişkilerde kültürel faaliyetler önem taşımaktadır. Kültürel faaliyetler aynı zamanda ticari faaliyetlerdir. Özellikle uluslararası film festivalleri bünyesinde ticareti ve küresel fonları da barındırdığı için ülke ekonomisine katkıda bulunmaktadır böylelikle festivalin gerçekleştiği ülke/şehir ekonomik anlamda da refah bir imaj yaratmakta ve uluslararası alandaki çekiciliğini artırmaktadır. Sinema filmleri sahip olduğu teknoloji ile herhangi bir yerde deneyimlenebilirken film festivallerini eşsiz kılan aurası festivalleri önemli kılan özelliklerinde biridir. Yılın yalnızca belli bir döneminde ve belli bir yerde gerçekleşmesi onu biricik kılmaktadır. Festival dönemlerindeki görkemli açılışlar ve etkinlikler de festivale olan merakı artırmaktadır. Örneğin Cannes Film Festivali her yıl Palais des Festivals et des Congrès'te (Festivaller ve Kongreler Sarayı) gerçekleştirilmektedir ve Fransız hükümeti sineması ve festivalinin büyüklüğüne ek olarak görkemli festival mekanları ile de kültürüne ait birçok öğeyi tanıtmaya ve hem ülkesinin hem de kültürünün gücünü yansıtmaya imkanı bulmaktadır. Benzer bir durum İkinci Dünya Savaşı sonrası Berlin'de de görülmektedir. Almanya hükümeti UFA'yı (Universum Film Aktiengesellschaft – Evrensel Film Şirketi) kurarak özellikle Berlin

Film Festivali ile şehirdeki savaş izlerinin silinmesini ve Berlin'i Avrupa'nın önemli kültür merkezlerinden biri haline gelmesini amaçlamıştır. Her iki festivalde de devlet desteği oldukça açık görülmektedir. Çünkü devletler savaşlar sonrası oluşan yeni dünya düzeninde kültürün önemini ve etkisini fark etmişlerdir. Ve hatta bunun üzerine birçok ülkede kültür bakanlıkları kurulmuş ve kültür ofisleri açılmaya başlamıştır. İkinci Dünya Savaşı sonrası Avrupa'da film festivallerinin artmasının bir diğer nedeni de budur. İtalya'da Mussolini hükümeti Venedik Film Festivali'ne verdiği desteğe ek olarak İtalya Film Festivali'ni de başlatmış ve desteklemiştir. Birçok ülke film festivalleri ile hem milletleri hem de milletler üzerinde etkili olan anahtar aktörleri etkilemeyi başarmaktadırlar. Resmi diplomasiye alternatif olan diplomatik süreçlerde sivil aktörlerin etkisinin artmasıyla birlikte kültür aracılığı ile bu aktörlerin etki altına alınması uluslararası ilişkiler süreci için daha da önemli hale gelmiştir. Bu sebeple özellikle uluslararası film festivalleri diplomatik süreçler bakımından ülkeler adına önemli kültürel faaliyetlerdir.

4.8.Türkiye'deki Uluslararası Film Festivalleri ve Diplomasi Yaklaşımı İçindeki Yeri

Çalışmanın bu bölümünde amaç başlığı altında verilen alt sorulardan "Türkiye'deki uluslararası film festivallerinin diplomasi yaklaşımı içindeki yeri nedir?" sorusuna yanıt aranacaktır. Dış politikanın temel taşlarından biri olan diplomasi tarihin en erken zamanlarından beri kullanılmaktadır. İlk çağlarda yalnızca siyasiler arasında gerçekleşen bir eylem olduğu için bu dönem geleneksel diplomasi, resmi diplomasi, tek kulvarlı diplomasi gibi isimler almaktadır. Özellikle İkinci Dünya Savaşı'nın ardından ülkeler arası diplomatik süreçlerde sivil aktörler ön plana çıkmaya başlamıştır ve bu dönemde iletişim faaliyetleri önem kazanmıştır. Resmi diplomasiye göre daha uzun sürede etki etmesine rağmen daha kalıcı sonuçlara sahiptir. Edmund Gullion tarafından kamu diplomasisi olarak adlandırılan bu diplomasi türü Joseph Montville tarafından çift kulvarlı diplomasi olarak adlandırılmıştır. Teknolojinin gelişmesi ile kültürün her alanının kolayca paylaşılabilir hale gelmesi ile kültür, diplomatik süreçlerin merkezi haline gelmiştir. Kamu diplomasisinin tanımı genişletilerek ve birçok alan bünyesinde birleştirilerek kültürel diplomasi kavramı ortaya atılmıştır. Kültürel diplomasi kültür ve sanat faaliyetlerinin diplomasiinin bir aracı olarak kullanılmasını içermektedir. Louise

Diamond ve John M. McDonald ise kültürel diplomasiye benzer olarak dokuz boyutlu bir diplomasi tanımı yapmıştır ve bu diplomasi çok kulvarlı diplomasi olarak adlandırılmıştır. Belirli farklar olmak üzere kültürel diplomasi ve çok kulvarlı diplomasi büyük ölçüde ortak bir paydaya sahiptir. Özellikle dünyanın küreselleşmesi ile birlikte ortak bir kültür oluşmaya başlamıştır. Ortak kültürün yaratılması ise sosyal inşa kuramında yer alan “ben” ve “öteki” inşası ile benzer bir süreçtir. Her ikisinde de bilgi ve gerçek insan tarafından inşa edilir ve aktarılır. “Ben” inşası ile “öteki” de inşa edilmiş olur fakat burada diplomatik açıdan önemli olan nokta gerçeğin inşasında kimin daha çok rol oynadığıdır. Althusser’in de belirttiği üzere bu süreçte güç anlamlandırma işlemi yapandır. Kültür aracılığı ile belirli tanımlamaları yapan aslında sosyal gerçeğin inşacıdır. Yani herkes tarafından bilinen gerçeğin inşacı gücün sahibidir. Bu noktada Gramsci gücü hegemonya olarak tanımlar. Gerçeğin inşası ve güç birbirini tamamlamaktadır. Hegemonya kendi ideolojisi çerçevesinde ortak kültürü yaratır ve yine kendi ideolojisi çerçevesinde tanımlamalar yapar. Bu noktada gücü elinde bulunduran taraf olmaktadır. Bu sebeple 20. yüzyılın ortalarından günümüze kadar kültür ve kültürün yaygınlaştırılması etkinlikleri gücün temsilidir. Uluslararası film festivalleri de bu etkinlikler içerisinde yer almaktadır.

Hollywood aracılığı ile tüm dünyaya yayılan Amerikan kültürüne engel olabilmek adına Avrupa’da birçok film festivali başlatılmıştır. Sonrasında bu festivaller buldukları ortamın kültürüne odaklanarak kendi kültürlerinin eşsiz bir temsilcisi konumuna gelmiştir. Türkiye’de film festivallerinin başlaması ve yaygınlaşması Avrupa ülkelerine kıyasla daha uzun sürede gerçekleşmiştir çünkü o dönemde hem teknik donanımına sahip uzmanlar bulunmamakta bu sebeple de çok az sayıda film çekilmekteydi. Hatta bazı seneler hiç film çekilmemekteydi. İlk film gösterimleri ise Avrupa temelli girişimlerle gerçekleştirilmektedir. Bu durum kültürünüzün fiziksel olarak var olmadığını ortamlarda dahi bulunabilmesine bir örnektir. Sinema kültürünün bu denli Avrupa temelli olması Avrupa’nın kültürel diplomasi faaliyetlerinin yoğunluğunu belirtmektedir. Film festivali kavramı da yine Avrupa menşeli olarak başlamıştır. Öyle ki etkinliklere katılan misafirlerin giyim kuşamı dahi Avrupa tarzını yansıtmaktadır. Film festivalleri moda, müzik, mutfak ve sinema gibi birçok sanatsal ve kültürel öğeyi bir arada barındırdığı için kültürel diplomasi süreçlerinde oldukça önemlidir. Tek bir festival kavramı ile ülkenizin müziğini, modasını, mutfağını ve sinema kültürünü aktarabilirsiniz çünkü festival kavramı da kültürel bir kavram olduğu için içinde bulunduğu kültürün

izlerini taşımakta ve bunu farklı coğrafyalara aktarmaktadır. Venedik Film Festivali'nden Onur Diploması ödülünü alarak uluslararası ilk ödülün sahibi olan Muhsin Ertuğrul'un yönettiği Leblebici Horhor Ağa adlı film de Ermeni asıllı iki sanatçının operetinden çevrilmiştir. 1950'lerden sonra yerli film yapımının artması ile ulusal film festivalleri de başlamıştır. 2000'lerden sonra "uluslararası" sıfatını taşıyan film festivalleri sayısında da artış yaşanmıştır. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın "uluslararası" olarak nitelediği on bir film festivali bulunmaktadır. Bunlar; Ankara Uluslararası Film Festivali, Uluslararası Antalya Film Festivali, Uluslararası İstanbul film Festivali, Randevu İstanbul Film Festivali, Gezici Festival, İstanbul Uluslararası Bağımsız Filmler Festivali, Uçan Süpürge Uluslararası Kadın Filmleri Festivali, Malatya Uluslararası Film Festivali, Uluslararası Gezici Filmmor Kadın Filmleri Festivali, Sinemasal Açık Hava Sinema Festivali ve Uluslararası Boğaziçi Film Festivali'dir. Bu çalışma kapsamında da bu film festivalleri incelenmiştir.

Türkiye'deki en eski film festivallerinden biri olan Antalya Uluslararası Film Festivali dönemin belediye başkanı tarafından başlatılmıştır. Türkiye'deki uluslararası film festivallerinin kültürel diplomasi aracı olarak kullanılmasına dair en önemli göstergelerden biri bu olaydır. Dönemin Belediye Başkanı Avni Tolunay şehrin ülke ve dünya çapında tanınması adına bir film festivali başlatır. Festival jürisinde Avni Tolunay ve Burhanettin Onat gibi siyasi isimler bulunmaktadır. Festivalin en iyilerini seçmekle görevli olan jüride siyasi aktörlerin bulunması festivalin diplomatik amacının net bir göstergesidir. Festivalde jüri tarafından birinci seçilen film ise Anadolu'dan İstanbul'a göç eden ve İstanbul'un Batılı hayatına uyum sağlamaya çalışırken dağılan bir aileyi konu edinen Gurbet Kuşları adlı filmidir. Kendi kültüründen kopmanın zararlarının anlatıldığı bu filmin içinde Belediye Başkanı'nın da bulunduğu bir jüri tarafından en iyi film seçilmesi de festivalin bir diğer diplomatik yanını ortaya koymaktadır. Dönemin siyasi ve kültürel anlayışına uygun görülmeyen filmler festivallerde gösterim imkanı bulamamaktadır. Hatta festivalin ikinci senesinde işçi sorunlarının anlatıldığı "Karanlıkta Uyananlar" filminin festival kapsamı dışında tutulması buna bir örnektir. Festivalin en prestijli ödülü de şehrin simgesi olan Altın Portakal'dır. Böylelikle festival şehri ile bütünleşmektedir ve bir Antalya markası yaratmaktadır. Benzer bir durum Malatya Uluslararası Film Festivali'nde de görülmektedir. Festival, Malatya Valiliği tarafından gerçekleştirilmektedir ve festivalin onursal başkanlığını şehrin valisi iken festival başkanı da büyükşehir belediye başkanıdır. Malatya Uluslararası Film Festivali de şehrin tanıtımı

için planlanmıştır. Festival yönetimindeki siyasi aktörlerin yoğunluğu festivalin kültürel diplomasi süreçlerindeki rolünün açık bir göstergesidir. Fakat uluslararası film festivallerinin kültürel diplomasi aracı olarak kullanılmasının tek göstergesi siyasi aktörler değildir. Kültürel diplomasi faaliyetlerinde geniş kitleler üzerinde daha çok etkiye sahip oldukları için sivil aktörler de yoğunlukla kullanılmaktadır. Bu aktörler başarılı sanatçılar ya da sivil toplum kuruluşları da olabilir. Tablo 4.1.'de görüldüğü üzere Türkiye'deki uluslararası film festivallerinin birçoğu STK'lar tarafından yürütülmektedir. Özellikle kültürel diplomasi süreçlerinde sivil aktörler olarak STK'ların kullanılması oldukça yaygındır çünkü siyasi aktörlere kıyasla kamuoyunun gözünde daha nötr bir kimliğe sahiplerdir ve bu sebeple geniş kitleler tarafından daha güvenilir bulunmaktadır. Türkiye de bu sebeple uluslararası film festivallerinde doğrudan müdahaleler yerine, festivalleri fonlayarak ve destekleyerek kapalı ve dolaylı hamleler gerçekleştirmektedir. Bu durum hem ulusal hem de uluslararası kamuoyunda festivallerin daha etkili olabilmesi adına önemlidir.

Tablo 4.1. Türkiye'deki uluslararası film festivalleri yürütücülerini bakımından sınıflandırılması

| Belediyeler Tarafından Yürütülen Festivaller | STK'lar Tarafından Yürütülen Festivaller | Valilikler Tarafından Yürütülen Festivaller |
|---|---|--|
| Antalya Film Festivali | Ankara Film Festivali | Malatya Film Festivali |
| | İstanbul Film Festivali | |
| | Randevu Film Festivali | |
| | Gezici Film Festivali | |
| | !f Bağımsız Filmler Festivali | |
| | Uçan Süpürge Film Festivali | |
| | Filmmor Film Festivali | |
| | Boğaziçi Film Festivali | |

Uluslararası İstanbul Film Festivali, İKSV (İstanbul Kültür ve Sanat Vakfı) tarafından yürütülmektedir. Festivalin kurucusu Nejat Eczacıbaşı'dır. Festivalin amacı Türk kültürünü tanıtmak, diğer kültürlerle etkileşimini sağlamak ve şehrin tanıtımını yapmaktır. Festivalin en büyük ödülü yine şehrin simgesi olan "Altın Lale"dir. Devletten bağımsız bir kuruluş tarafından yönetilen bir diğer festival de Ankara Uluslararası Film Festivali'dir. Festival Aziz Nesin ve Mahmut Tali Öngören gibi sinema ve televizyon için

oldukça önemli olan iki aktörün önderliğinde başlamıştır. Festival ile birlikte Anadolu’da kültürel bir atmosferin yaratılması hedeflenmiştir. Randevu İstanbul Film Festivali’de bir sivil toplum kuruluşu tarafından yürütülmektedir. Festivalin yönetim kurulu başkanlığını yapımcı Elif Dağdeviren üstlenmektedir. Aynı şekilde Gezici Film Festivali, İstanbul Uluslararası Bağımsız Filmler Festivali, Uçan Süpürge Kadın Filmleri Festivali, Uluslararası Gezici Filmmor Kadın Filmleri Festivali, Sinemasal Açık Hava Sinema Festivali ve Uluslararası Boğaziçi Film Festivali de farklı sivil toplum kuruluşları tarafından yönetilmektedir ve festival direktörlüğünü sinema sektöründen uzmanlar ve sanatçılar üstlenmektedir. Tüm bu festivallerde siyasi aktörlerin aktif bir şekilde yer almaması bu festivallerin kültürel diplomasi aracı olmadığına bir kanıtı değildir. Aksine bahsi geçen on bir film festivalinin tamamının ortak bir özelliği vardır. Tüm film festivallerinin temel amacı Türk kültürünün ulusal ve uluslararası ortamlarda tanıtılması ve genç sanatçıların desteklenmesidir. Tüm festivallerin sahip olduğu bu ortak amaç kültürel diplomasi faaliyetleri ile de ortaktır. Kültürel diplomasi faaliyetleri de kültürün tanıtılması ve yaygınlaştırılmasını amaçlamakta ve sivil aktörleri kullanmaktadır. Devlet festivallere direkt olarak siyasi aktörleri yerleştirmese bile Türk kültürünün tanıtılması adına bu festivalleri desteklemektedir.

Araştırma kapsamında incelenen on bir film festivalinin tamamı Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından desteklenmektedir. Böylelikle devlet doğrudan ülkesinin kültürel diplomasi faaliyetlerini desteklemiş olmaktadır. Buna ek olarak Ankara Uluslararası Film Festivali Çankaya Belediyesi, Antalya Uluslararası Film Festivali Antalya Büyükşehir Belediyesi, İstanbul Uluslararası Film Festivali İstanbul Büyükşehir Belediyesi, Malatya Uluslararası Film Festivali Malatya Valiliği, Battalgazi Belediyesi ve Yeşilyurt Belediyesi, Filmmor Film Festivali İstanbul Büyükşehir Belediyesi ve Küçükçekmece Belediyesi tarafından desteklenmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın desteğine ek olarak festivallerin yerel yönetim birimleri olan belediyeler tarafından desteklenmesi de kültürel diplomasi bağlamında önem taşımaktadır. Yerel yönetimler uluslararası film festivallerini destekleyerek hem Türk kültürünün ulusal ve uluslararası alanda tanıtımını desteklemiş hem de şehir markalama faaliyetlerini gerçekleştirmiş olmaktadır. Kültürel diplomasiyi propagandadan ayıran en önemli özelliklerinden birisi kültürel diplomasi faaliyetlerinde kültürel etkileşimin yer almasıdır. Yani tek taraflı ve dikte edici bir iletişim yerine çift taraflı etkileşimin olduğu iletişim faaliyetleri gerçekleştirilmektedir. Çalışmaya konu edilen on bir film festivalinin sponsorları tekrar incelendiğinde yabancı

kuruluşların da fonları görülmektedir. Bu bir film festivalinin “uluslararası” nitelik kazanabilmesi ve kültürel etkileşimin artırılabilmesi adına oldukça önemlidir. Örneğin Ankara Uluslararası Film Festivali Goethe Enstitüsü, Fransa Enstitüsü, İspanya ve Hollanda büyükelçilikleri ve Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu tarafından; Gezici Festival Amerika Büyükelçiliği, Hollanda Kraliyeti ve İrlanda Büyükelçiliği tarafından; Uluslararası Malatya Film Festivali Azerbaycan Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından; Filmmor Film Festivali Chrest Vakfı, Civil Right Defenders Vakfı, Fransız Enstitüsü, Hollanda Kraliyeti, Goethe Enstitüsü ve İsveç Konsoloslugu tarafından desteklenmektedir. Yurtdışından birçok kurumun Türkiye’deki uluslararası film festivallerini desteklemesinin ilk önemi festivallere “uluslararası” statüsünü sağlamasıdır. Festivaller böylelikle yurtdışından temsilcileri de bünyesinde barındırabilmektedir. Buna bağlı olarak da Türk kültürünün bu uluslararası alanda tanıtılması ve Türk sanatçıların farklı ülkelerin temsilcileri ile tanışma imkanı yakalamasıdır. Ortaya çıkan bu ortak payda ile de kültürlerarası etkileşim kaçınılmazdır. Türkiye’deki uluslararası film festivallerinin yönetimi ve sponsorları kadar yönetmelikleri de parçası olduğu kültürel diplomasi faaliyetleri hakkında ipuçları vermektedir.

Tablo 4.2. Yabancı sponsorlara sahip film festivalleri

| Yabancı (Uluslararası) Sponsorlara Sahip Film Festivalleri |
|---|
| Ankara Uluslararası Film Festivali |
| Antalya Uluslararası Film Festivali |
| Uluslararası İstanbul Film Festivali |
| Randevu İstanbul Film Festivali |
| Gezici Film Festivali |
| !f İstanbul Uluslararası Bağımsız Filmler Festivali |
| Uçan Süpürge Uluslararası Kadın Filmleri Festivali |
| Uluslararası Gezici Filmmor Kadın Filmleri Festivali |
| Sinemasal Açık Hava Sinema Festivali |

Tüm festivallerin yönetmeliğinde ortak olan nokta festival yönetiminin gerekli gördüğü takdirde kurallarda değişiklik yapabilmesi ve filmleri gösterim dışı bırakabilmesidir. Antalya Film Festivali’nin ikinci yılında gerçekleşen vaka bu durum en açık örneklerindedir. Festival yönetimi işçi sorunlarının anlatıldı “Karanlıkta Uyananlar” filmi gösterim dışı bırakmıştır çünkü film dönemin ideolojisini yansıtmamaktadır. Festivallerdeki bu açık uçlu müdahale hakkı kuşkusuz kültürel

diplomasi faaliyetlerinin sağlıklı bir şekilde gerçekleştirilebilmesi adnadır. Türk kültürünü lekeleyecek ya da dönemin siyasi görüşünü propaganda boyutunda eleştirecek filmler festival kapsamının dışında tutulmaktadır çünkü kültürel diplomasi faaliyetlerine aykırı bir durumdur ve inşa edilmeye çalışılan imajın aksinde bir karaktere sahiptir. Film festivalleri her ne kadar sanatsal etkinlikler olarak kabul edilse de hepsinde ortak olan amaç öncelikli olarak Türk kültürünün tanıtılmasıdır. Bu amacı engelleyecek herhangi bir durum da festival yönetimi tarafından engellenmektedir ve bu hakları festival yönetmeliği tarafından onaylanmıştır. Yönetmeliklerde dikkat çeken bir diğer husus “En İyi Yabancı Film” ödülleri dışında diğer tüm ödüllerde yönetmenin ya da yönetmenlerden birinin Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olması şartı aranmaktadır. Böylelikle Türk sanatçılara öncelik sağlanmakta dolayısıyla Türk kültürüne öncelik sağlanmış olmaktadır. Tüm festivallerde festival jürisi toplantılarında festival yönetimi, bir temsilci bulundurma hakkına sahiptir. Böylelikle festival yönetimi festivalin tüm safhalarında otoritesini korumakta ve tüm safhalarını eş zamanlı olarak kontrol edebilmektedir. Eş zamanlı kontrol ile olası krizler oluşmadan çözüme kavuşturulmaktadır. Festival jürisi ve festivale kabul edilen filmler, festival yönetimi tarafından belirlenmektedir. Bu sayede festivalin amacına hizmet etmeyecek kişi ve kurumlar festival kapsamı dışında tutulmuş olmaktadır. Etkinlikleri arasında yarışmaların bulunduğu film festivalleri para ödülleri ile genç sanatçıları üretmeye teşvik etmektedir. Kültür döngüsel bir evre ile oluşmaktadır. Kültürün kalıcılığını sağlayan bu döngüsellik ve devamlı üretimdir. Özellikle genç sanatçıların üretmeye teşvik edilmesi bir ülkenin kültürel diplomasi faaliyetleri açısından oldukça önemlidir. Çünkü ülkede üretilen kültür ürünleri arttıkça ulusal ve özellikle uluslararası etkinliklerde daha fazla kültür temsilcisi bulunabilmektedir. Örneğin Türkiye’de 1900’lü yılların başında neredeyse hiç film çekilemediği için ne yerli film festivallerinden bahsetmek ne de uluslararası film festivallerine katılım mümkündü. Fakat artan sinema filmleri ile ulusal film festivalleri başlamış ve yurtdışındaki uluslararası film festivallerine katılım artmıştır ve hatta yerli filmler uluslararası film festivallerinden ödül alarak hem Türk kültürünün tanıtımı yapılmış hem de otorite sayılan kurumlar tarafından beğenilerek kendini ispatlamıştır. Bu nedenle genç sanatçıların desteklenmesi kültürel diplomasi faaliyetleri açısından oldukça önem kazanmaktadır. Film festivalleri kapsamında gerçekleştirilen diğer etkinlikler ile de genç sanatçıların birbirleri ile ortak yapımlar üretmesi sağlanmaktadır.

Film festivallerinde uluslararası ortak yapımları destekleyen en önemli etkinliklerden biri Uluslararası İstanbul Film Festivali kapsamında gerçekleştirilen “Köprüde Buluşmalar” etkinliğidir. Bu etkinlik dahilinde Türkiye’den ve komşu ülkelerden gelen sanatçılar birlikte üretme ve ortak yapım imkanı bulmaktadırlar. Aynı zamanda hem Türkiye’den hem farklı ülkelerden sinema sanatçıları bu etkinlik kapsamında eğitim vermektedir. Eğitim genç sanatçılar için ideal bir ağ kurma (networking) platformudur. Etkinlik, odağında kültürel etkileşim olması nedeniyle etkili bir kültürel diplomasi faaliyetidir. Antalya Uluslararası Film Festivali kapsamında gerçekleşen Kurmaca Work in Progress ve Belgesel Work in Progress etkinliği de birçok yabancı eğitmenin olduğu atölyelerdir. Bu etkinlikler ile, etkinliğe katılmaya hak kazanan sanatçılar hem sinema sanatının otoritelerinden eğitim alma hem de kendi fikirlerini farklı kültürlerden kişilerin fikirleriyle destekleme fırsatı elde etmektedirler. Antalya Film Festivali tarafından gerçekleştirilen bir diğer etkinlik de “Sümer Tilmaç Antalya Film Destek Fonu”nun verilmesidir. Destek fonunu kazanan filmin çekiminin en az üçte ikisi Antalya’da gerçekleştirilmesi ve filmin son kurgusunda aynı oranda Antalya sahnelerinin bulunması şartı bulunmaktadır. Açık bir şekilde görülmektedir ki festival kapsamında şehir tanıtımı ön plandadır. Festivalin ismi, ödül heykelciliği, fonlar ve ödül isimleri gibi birçok faktör bu durumun varlığını desteklemektedir. Özellikle bu fonun büyükşehir belediyesi tarafından gerçekleştirilen bir festivalde olması önemlidir. Randevu İstanbul Film Festivali’de her yıl farklı bir ülke ile ortak yürütülmektedir ve festivalin amacı yerli ve yabancı sanatçıların ortak yapım geliştirme platformu olmaktır. Festivalin amacı ve işleyişinde açıkça kültürel etkileşim odağı görülmektedir. !f İstanbul Uluslararası Bağımsız Filmler festivali kapsamında gerçekleştirilen Pitching Keşif ve !f Okul etkinliklerinde de Türk ve yabancı eğitmenler bulunmaktadır. Buradaki amaç da kültürel etkileşimin artırılması ve ortak yapımların geliştirilmesidir. Eğitimlere ek olarak farklı ülkelerin filmlerinin gösterimleri de Türkiye’deki uluslararası film festivallerinin uyguladığı bir faaliyettir. Örneğin Uçan Süpürge Uluslararası Kadın Filmleri Festivali’nde Afrika Kıtası Film Seçkisi etkinliği yapılmaktadır. Sinemasal Açık Hava Sinema Festivali ise farklı ülkelerde film gösterimleri yapmaktadır. Tüm bu etkinliklerde kültürel etkileşim yalnızca etkinlik süresiyle sınırlı değildir. Etkinliğin öncesinde gerçekleşen planlama aşaması ve etkinlik sonrasında da iletişim devam ettiği için kültürel etkileşim adına bu etkinlikler oldukça önemlidir.

Türkiye’deki uluslararası film festivalleri kültürel diplomasi sürecinin en önemli öğelerinden birisidir. Bu sebeple devlet birçok alanda uluslararası film festivallerini desteklemektedir. Kültür bir ülkenin kimlik inşası ve bu kimliğin aktarımı için hayati önem taşımaktadır. Bu sebeple kültürün inşacı ve taşıyıcı olan tüm araçlar tüm ülkeler gibi Türkiye tarafından da kültürel diplomasi aracı ve yumuşak güç unsuru olarak kullanılmaktadır. Bu sebeple Türkiye’deki uluslararası film festivallerinin sayısı her geçen gün artmaktadır. Uluslararası film festivalleri önemli kültür sanat etkinlikleri olmakla birlikte aynı zamanda önemli diplomatik faaliyetlerdir. Uluslararası film festivallerini yalnızca sanatın çerçevesinde incelemek ve yorumlamak eksik olacaktır.



5. SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

5.1. Sonuç

Kültürel diplomasi bağlamında Türkiye'deki uluslararası film festivallerini inceleyen bu araştırma ile kültürel diplomasi faaliyetleri ve uluslararası film festivalleri arasındaki ilişkinin açıklanması amaçlanmıştır. Çalışma sonucunda Türkiye'de "uluslararası" sıfatına sahip film festivallerinin az ve yetersiz olduğu sonucuna varılmıştır. Film festivalleri özellikle Amerika ve Avrupa'da oldukça yoğun bir şekilde kültürel diplomasi faaliyetlerinde kullanılmaktayken Türkiye hem kültürel diplomasi faaliyetlerine diğer ülkelere kıyasla daha geç başladığı için hem de yalnızca film festivalleri ile ilgilenecek belirli bir kurumunun olmaması sebebiyle film festivallerine yeteri ilgi gösterilmemektedir. Kültürün üretimi ve aktarımında önemli bir role sahip olan uluslararası film festivalleri her ne kadar uluslararası sıfatını taşısa da ulusal boyuttan öteye gidememektedir. Bu sebeple festivallerin kültürel diplomasi süreçlerinde daha etkin kullanımı adına çeşitli araştırmaların ve çalışmaların gerçekleştirilmesi, var olan çalışmaların ise desteklenmesi gerekmektedir.

5.2. Tartışma

Türkiye kültürel diplomasi faaliyetlerinde özellikle ortak din, dil, kültür ve tarihe sahip olduğu coğrafyalara yönelmektedir ve bu coğrafyalarda konser, sergi, eğitim ve değişim programları gibi etkinlikler düzenlemektedir. Fakat Türk kültürünün uluslararası boyuta taşınması için bu faaliyetler yetersiz kalmaktadır. Türkiye farklı kültürlerle sahip olduğu alanlara da eşit derecede yoğunlaşarak bulunduğu coğrafyayı genişletmelidir. Film festivallerine, kültürel diplomasi araştırmalarına yoğunluk vererek bu çalışmalar doğrultusunda yeni kültür politikalarının üretilmesi gerekmektedir. Belirli kültür politikaları oluşturulmadığı müddetçe kültürel faaliyetleri bir çatı altında toplamak mümkün olmayacaktır.

5.3. Öneriler

Gelişen teknoloji ile birlikte kültürün aktarımı kolaylaştığı için diplomatik süreçlerde kültür ön plana çıkmaya başlamıştır. Türkiye'deki kültür çalışmalarının artırılması adına üniversitelerdeki İletişim Bilimleri Fakültelerine "Kültürel Diplomasi, Sanat Diplomasisi, İletişim Diplomasisi" seçmeli dersleri eklenmelidir. Bu eğitimlerin

lisans düzeyinde verilmesi öğrencilerin kültürel diplomasi tanımıyla daha erken tanışmalarını sağlayacak ve böylelikle bu alanda gerçekleştirilecek olası çalışmalar artacaktır.



KAYNAKÇA

- Akgül, S. (2019). *Feminist kuram perspektifinden kadın filmi olgusu: Türkiye'deki kadın filmleri festivalleri örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ordu: Ordu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Alemdar, A. (2018). *Kültürel diplomasi: Almanya ve Türkiye örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi, Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü.
- Alpman, P.S. (2018). Sosyal teorinin konusu olarak kimlik: sosyal inşacı yaklaşım. *Sosyoloji Araştırmalar Dergisi*, 2 (21), 1-28.
- Althusser, L. (1978). *İdeoloji ve devletin ideolojik aygıtları*. (Çev: Y. Alp ve M. Özışık). İstanbul: İletişim.
- Atak, O. (2009). *Türk turizminin tanıtımında festivallerin yeri ve önemi: Antalya örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Başığit, V. (2016). *Türkiye'deki film festivalleri ve sanatta ifade özgürlüğü*. İstanbul: Siyahbant.
- Batık, E. (2008). *International film festivals and local forms of colonialism*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Beauchamp, C. ve Behar, H. (1992). *Hollywood on the riviera*. New York: William Morrow and Company.
- Berger, P. ve Luckmann, T. (2008). *Gerçekliğin sosyal inşası: bir bilgi sosyolojisi incelemesi*. (Çev: V. S. Öğütle). İstanbul: Paradigma.
- Creswell, J.W. (2013). *Nitel araştırma yöntemleri*. (Çev: M. Bütün ve S. B. Demir). Ankara: Siyasal.
- Cull, N. J. (2009). *Public diplomacy: lessons from the past*. Los Angeles: Figueroa.
- Cull, N. J. (2010). Public diplomacy: seven lessons for its future from its past. *Place Branding And Public Diplomacy*, 6 (1), 11-17.
- Cummings, M. C. (2009). *Cultural diplomacy and the united states government: a survey*. Washington: American for the Arts.
- Çoban, S. (2013). Teknolojik determinizm bağlamında bilgi toplumu strateji belgesinin incelenmesi. *Çanakkale: Onsekiz Mart Üniversitesi, Basın ve Halkla İlişkiler Birimi*, s. 2.

- de Valck, M. (2006). *Film festivals: history and theory of a European phenomenon that became a global network*. Amsterdam: ASCA.
- Dinnie, K. (2008). *Nation branding: concepts, issues, practice*. Oxford: Elsevier.
- Durdağ, B. (2014). Teknoloji ve toplumsal değişim ilişkisinde teknolojik determinist yaklaşım ve farklı veçheleri. 5. *Uluslararası İşçi ve İletişim Konferansı Bildiriler Kitabı*, Ankara: Ankara Üniversitesi, s. 26.
- Durkheim, E. (2005). *Dini hayatın ilkel biçimleri*. (Çev: F. Aydın). İstanbul: Ataç.
- Ekici, K. D. (2018). *Sosyal konstrüktivizme göre Turgut Özal dönemi Türk dış politikası (1983-1993)*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Elgün, S. (2014). Altın Portakal film festivalinin kısa tarihi. *Modern Zamanlar: 51. Altın Portakal'ın Ardından*, 1 (34), 2-5.
- Eren, E. (2017). Sivil toplumun dış politika inşasındaki rolü: Türk kamu diplomasisi örneği. *Ekonomi, Politika & Finans Araştırmaları Dergisi*, 2 (1), 36-49.
- Falicov, T. L. (2016). The “festival film”: film festival funds as cultural intermediaries. M. de Valck, B. Kredell ve S. Loist. (Ed.), *Film festivals: history, theory, method, practice* içinde (s. 209-230). New York: Routledge.
- Fan, Y. (2010). Branding the nation: towards a better understanding. *Place Branding and Public Diplomacy*, 6 (2), 97-103.
- Feigenbaum, H. B. (2002). *Globalisation and cultural diplomacy*. Washington: The Center for Arts and Culture.
- Gündoğdu Aksungur, A. (2008). *Turizmde markalaşma ve tanıtma faaliyetlerinin önemi: İspanya ve Türkiye'nin karşılaştırmalı analizi*. Yayımlanmamış Uzmanlık Tezi. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürlüğü.
- Güzel, S. Ç. (2016). Dış yardımlarda destekleyici bir unsur olarak kültürel diplomasi ve Yunus Emre Enstitüsü örneği. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 30 (2), 343-359.
- Gramsci, A. (1986). *Hapishane defterleri: tarih, politika, felsefe ve kültür sorunları üzerine seçme metinler*. (Çev: K. Somer). İstanbul: Onur.
- Hall, S. (2003). *Representation: cultural representations and signifying practices*. London: Sage.

- Harbort, J. (2016). Contingency, time and event: an archaeological approach to the film festival. M. de Valck, B. Kredell ve S. Loist. (Ed.), *Film festivals: history, theory, method, practice* içinde (s. 69-83). New York: Routledge.
- Iordanova, D. (2010). Mediating diaspora: film festivals and 'imagined communities'. D. Iordanova ve R. Cheung. (Ed.), *Film festival yearbook 2: film festivals and imagined communities* içinde (s. 12-44). United Kingdom: St Andrews Film Studies.
- İskit, T. (2012). *Diplomasi: tarihi, teorisi, kurumları ve uygulamaları*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi.
- İskit, T. (2013). Diplomasinin tanımı, diplomasi teorisi, diplomasi teorisine katkıda bulunanlar. T. İskit ve B. Yüce Duran (Editörler), *Diplomasi tarihi* içinde (s. 2-25) Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Yayınları.
- İstanbul Kültür Sanat Vakfı. (2013). *Kültürel diplomasi*. İstanbul.
- Kaneva, N. (2011). Nation branding: toward an agenda for critical research. *International Journal Of Communication*, 5 (1), 117-141.
- Karasar, N. (1984). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Ankara: Hacettepe Taş Kitapçılık.
- Kardaş, T. ve Erdağ R. (2012). Bir dış politika aracı olarak TİKA. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 7 (1). 167-194.
- Kissinger, H. (2000). *Diplomasi*. (Çev: İ. H. Kurt). İstanbul: Türkiye İş Bankası.
- Küçük, M. (2009). Uluslararası ilişkiler kuramında konstrüktivist dönüşü anlamak. *Ege Akademik Bakış*, 9 (2), 771-795.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2017). *Milli kültür şurası eylem planı*. Ankara.
- Lancaster, C. (2007). *Foreign aid: diplomacy, development, domestic politics*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Leonard, M., Stead, C. ve Smewing, C. (2002). *Public diplomacy*. London: The Foreign Policy Center.
- Mapendere, J. (2006). Track one and a half diplomacy and the complementarity of tracks. *Culture of Peace Online Journal*, 2 (1), 66-81.
- Metin, A. (2013). *Oksidentalizm: iki doğu iki batı*. İstanbul: Açılımkitap.
- McDonald, J. W. (2012). The institute for multi-track diplomacy. *Journal of Conflictology*, 3 (2), 66-70.
- Montville, J. V. (2009). Track two diplomacy: the work of healing history. *The Whitehead Journal of Diplomacy and International Relations*, 7 (2), 15-25.

- Nisbett, M. (2013). New perspectives on instrumentalism: an empirical study of cultural diplomacy. *International Journal of Cultural Policy*, 19 (5), 557-575.
- Notter, J. ve McDonald J. (1996). Track two diplomacy: nongovernmental strategies for peace. *USIA Electronic Journals*, 1 (19), 1-4.
- Nye, J. S. (2005). *Soft power: the means to success in world politics*. New York: Public Affairs.
- Nye, J. S. (2008). Public diplomacy and soft power. *The Annals Of The American Academy*, 616 (1), 94-109.
- Odabaşı, E. (2018). Gezici festival: multiple identities of a traveling film festival in Turkey. *New Review of Film and Television Studies*, 14 (1), 149-163.
- Onaran, A. Ş. (1994). *Türk sineması I. cilt*. İstanbul: Kitle.
- Öcal, L. (2013). *Film festivalleri ve anlatı*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özön, N. (1990). *Başlangıcından bugüne Türk sinemasında ilkler*. İstanbul: Yılmaz.
- Penpece, D. (2014). Festivallerin pazarlanması: Türkiye'deki uluslararası festivaller üzerinde bir araştırma. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(1), 193-210.
- Peranson, M. (2009). First you get the power, then you get the money: two models of film festivals. R. Porton. (Ed.), *Dekalog 3: on film festivals içinde* (s. 23-37). London: Wallflower.
- Potyemkin, V., Bakruşin, S., Efimov, A., Mintz, İ., Kosminski, E. (1977). *Uluslararası ilişkiler tarihi: başlangıçtan günümüze diplomasi tarihi*. (Çev: A. Tokatlı). İstanbul:May.
- Potyemkin, V., Bakruşin, S., Efimov, A., Mintz, İ., Kosminski, E. (2009). *Uluslararası ilişkiler tarihi: diplomasi tarihi cilt 1*. (Çev. A. Tokatlı). İstanbul: Evrensel.
- Poyraz, E. ve Dinçer, M. (2016). Küreselleşen dünyada Türkiye'nin kamu diplomasisi faaliyetleri. *Intermedia International e-Journal*, 3 (1), 30-48.
- Said, E. (1998). *Oryantalizm: sömürgeciliğin keşif yolu*. (Çev: N. Uzel). İstanbul: İrfan.
- Sanders, B. A. (2018). *Organizing public diplomacy: a layered system*. Los Angeles: Figueroa.
- Schneider, C. P. (2003). *Diplomacy that works: best practices in cultural diplomacy*. Washington: The Center for Arts and Culture.

- Seçen, D. (2019). *Altın portakal film festivali: ödüllü filmlerde sinematografik özellikler ve toplumsal cinsiyet temsillerinin değişimi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Yaşar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Segal, J. (2011). International film festivals in European cities: win-win situations?. EU (Ed.), *European arts festivals: strengthening cultural diversity* içinde (s. 37-47). Belgium: European Commission.
- Şener, E. (1972). *Festivaller*. İstanbul: Anlam.
- Taş, B. (2013). Film festivalleri: kentler, izleyiciler ve endüstri. *İdealkent Dergisi*, 1 (10), 72-85.
- Tuncer, H. (2005). *Eski ve yeni diplomasi*. Ankara: Ümit.
- Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı. (2019). *Türkiye kalkınma yardımları raporu 2018*. Ankara.
- Uğurlu E. G. ve Uğurlu H. (2011). Uluslararası Eskişehir film festivali izleyici araştırması. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11 (3), 259-276.
- Uzun, R. (2013). Teknoloji merkezli yaklaşımlar. E. Yüksel (Ed.), *İletişim kuramları* içinde (s. 109-111). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Yayınları.
- Volcic, Z. ve Andrejevic, M. (2011). Nation branding in the era of commercial nationalism. *International Journal Of Communication*, 5 (1), 598-618.
- Wong, C.H.Y. (2011). *Film festivals*. New Jersey: Rutgers University Press.
- Yetkiner, B. (2018). Türkiye’de film festivallerinin dönüşen yapısı. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 6 (2), 1596-1625.
- Yetkiner, B. (2019). *Türkiye’de film festivalleri*. Ankara: Nobel.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2018). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin.
- Yunus Emre Enstitüsü. (2011). *Yunus Emre 2011 Şubat bülteni*. Ankara.
- Yunus. Emre Enstitüsü. (2012). *Yunus Emre 2012 Temmuz bülteni*. Ankara: Ayban.
- Yunus Emre Enstitüsü. (2013). *Yunus Emre 2013 Nisan bülteni*. Ankara: Özyurt.
- Yunus Emre Enstitüsü. (2014). *Yunus Emre Enstitüsü Ağustos tanıtım kataloğu*. Ankara.
- Yunus. Emre Enstitüsü. (2015). *Yunus Emre 2015 Ocak bülteni*. Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayın Matbaacılık.
- Yunus Emre Enstitüsü. (2016). *Yunus Emre 2016 Kasım Aralık bülteni*. Ankara: Cube Medya.

Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı. (2019). *2019 İdari faaliyet raporu*. Ankara.

İNTERNET KAYNAKLARI

- http-1:** <https://sozluk.gov.tr/?kelime=> (Erişim tarihi: 02.04.2020)
- http-2:** <https://www.ktb.gov.tr/TR-96130/kurulus-amaci-ve-gorevleri.html> (Erişim tarihi: 04.04.2020).
- http-3:** <https://tanitma.ktb.gov.tr/TR-22527/gorevleri.html> (Erişim tarihi: 05.04.2020)
- http-4:** <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2019/01/20190130-7.htm> (Erişim tarihi: 31.03.2020)
- http-5:** <https://teda.ktb.gov.tr/TR-251996/teda-nedir.html> (Erişim tarihi: 30.03.2020)
- http-6:** <https://monocle.com/film/affairs/soft-power-survey-2015-16/> (Erişim tarihi: 12.03.2020)
- http-7:** <https://www.tika.gov.tr/tr/sayfa/hakkimizda-14649> (Erişim tarihi: 26.03.2020)
- http-8:** <https://www.yee.org.tr/tr/kurumsal/yunus-emre-enstitusu> (Erişim tarihi: 29.03.2020)
- http-9:** <https://www.ytb.gov.tr/kurumsal/baskanligimiz-2> (Erişim tarihi 29.03.2020)
- http-10:** <https://www.turksoy.org/tr/turksoy/about> (Erişim tarihi: 30.03.2020)
- http-11:** <https://www.turksoy.org/tr/news/2018/09/24/azerbaycan-sinemasinin-120-yili-adana-film-festivalinde-kutlandi> (Erişim tarihi: 11.05.2020)
- http-12:** <https://www.iletisim.gov.tr/turkce/kurum-hakkinda> (Erişim tarihi: 30.03.2020)
- http-13:** <https://www.iletisim.gov.tr/turkce/duyurular/detay/cumhurbaskanligi-iletisim-baskanligindan-15-temmuz-kisa-film-ve-senaryo-yarismasi-duyuru> (Erişim tarihi: 12.05.2020)
- http-14:** <https://www.trtworld.com/about> (Erişim tarihi: 12.05.2020)
- http-15:** <https://www.trtworld.com/shortfilm/> (Erişim tarihi: 12.05.2020)
- http-16:** <https://www.iksv.org/tr/hakkimizda/iksv> (Erişim tarihi: 01.04.2020)
- http-17:** <https://www.turkishairlines.com/tr-int/basin-odasi/hakkimizda/hikayemiz/> (Erişim tarihi: 30.03.2020)
- http-18:** <https://tusiad.org/tr/tusiad/hakkinda> (Erişim tarihi: 30.03.2020)
- http-19:** <https://www.tusiad.org/tr/tum/item/8115-tusiad-kadin-erkek-esitligi-temali-kisa-film-yarismasi-duzenliyor> (Erişim tarihi: 12.05.2020)
- http-20:** <https://tusiad.org/tr/tusiad/hakkinda> (Erişim tarihi: 30.03.2020)

- http-21:** https://www.ikv.org.tr/ikv.asp?ust_id=2&id=10 (Erişim tarihi: 01.04.2020)
- http-22:** <https://www.tutav.org.tr/tutav-genel-bilgiler/> (Erişim tarihi: 02.04.2020)
- http-23:** <http://www.fiapf.org/intfilmfestivals.asp> (Erişim tarihi: 11.04.2020)
- http-24:** <https://teftis.ktb.gov.tr/TR-14821/kulturel-alandaki-destek-sponsor-faaliyetlerinin-tesvik-.html> (Erişim tarihi: 11.04.2020)
- http-25:** <https://filmfestankara.org.tr/tarihce> (Erişim tarihi: 13.04.2020)
- http-26:** <https://filmfestankara.org.tr/sponsorlar> (Erişim tarihi: 13.04.2020)
- http-27:** <https://filmfestankara.org.tr/sponsorlar> (Erişim tarihi: 13.04.2020)
- http-28:** <https://filmfestankara.org.tr/sponsorlar> (Erişim tarihi: 13.04.2020)
- http-29:** <https://filmfestankara.org.tr/yonetmelikler> (Erişim tarihi: 13.04.2020)
- http-30:** <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2005/08/20050812-13.htm> (Erişim tarihi: 13.04.2020)
- http-31:** <https://www.antalyaff.com/tr/page/sponsor> (Erişim tarihi: 14.04.2020)
- http-32:** <https://www.antalyaff.com/tr/page/sponsor> (Erişim tarihi: 14.04.2020)
- http-33:** <https://www.antalyaff.com/tr/page/sponsor> (Erişim tarihi: 14.04.2020)
- http-34:** <https://www.antalyaff.com/tr/page/index/2/66> (Erişim tarihi: 14.04.2020)
- http-35:** <http://film.iksv.org/tr/festival-hakkinda/tarihce-2> (Erişim tarihi: 14.04.2020)
- http-36:** <http://film.iksv.org/tr/yonetmelikler/ulusal-yarisma> (Erişim tarihi: 14.04.2020)
- http-37:** <https://randevuistanbul.tursak.org.tr/randevu/page?slug=randevu-hakkinda> (Erişim tarihi: 14.04.2020)
- http-38:** <https://randevuistanbul.tursak.org.tr/randevu/page?slug=sponsorlar> (Erişim tarihi: 14.04.2020)
- http-39:** <http://ankarasinemadernegi.org/sponsorlar/> (Erişim tarihi: 14.04.2020)
- http-40:** <http://ankarasinemadernegi.org/sponsorlar/> (Erişim tarihi: 14.04.2020)
- http-41:** <http://ifistanbul.com.tr/> (Erişim tarihi: 15.04.2020)
- http-42:** <https://ucansupurge.org.tr/festival/ucan-supurge-film-festivali/> (Erişim tarihi: 15.04.2020)
- http-43:** <https://www.malatyafilmfest.org.tr/> (Erişim tarihi: 15.04.2020)
- http-44:** <https://www.malatyafilmfest.org.tr/sponsorlar/> (Erişim tarihi: 15.04.2020)
- http-45:** <https://www.malatyafilmfest.org.tr/sponsorlar/> (Erişim tarihi: 15.04.2020)
- http-46:** <http://filmmor.org/> (Erişim tarihi: 15.04.2020)
- http-47:** <https://www.sinemasal.org/> (Erişim tarihi: 15.04.2020)
- http-48:** <https://www.sinemasal.org/hayal-ortaklari> (Erişim tarihi: 15.04.2020)

iişŞhttp-49: <https://fulbright.org.tr/posts/21/Fulbright-Program%C4%B1-Hakk%C4%B1nda> (Erişim tarihi: 20.04.2020)

http-50: <https://www.britishcouncil.org.tr/about> (Erişim tarihi: 22.04.2020)

http-51: <https://www.coe.int/en/web/eurimages/coproduction> (Erişim tarihi: 12.05.2020)

http-52: <https://www.olimpiyatkomitesi.org.tr/Olimpiyat-Madalyalarimiz> (Erişim tarihi: 23.04.2020)

http-53: <https://www.kizilay.org.tr/neler-yapiyoruz/uluslararası-yardımlar> (Erişim tarihi: 25.04.2020)

http-54: http://www.mfa.gov.tr/turkiye_nin_insanî-yardımları.tr.mfa (Erişim tarihi: 26.04.2020)

ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı : Elif Akcakaya

Yabancı Dil : İngilizce

Doğum Yeri ve Yılı : Eskişehir/1993

E-Posta : elifakcakayaa@gmail.com

Eğitim ve Mesleki Geçmişi:

- 2016, Anadolu Üniversitesi, İletişim Bilimleri Fakültesi, Sinema ve Televizyon Bölümü, Sinema ve Televizyon Anabilim Dalı
- 2020, Araştırma Görevlisi, Anadolu Üniversitesi, İletişim Bilimleri Fakültesi

Yayımları ve/veya Bilimsel/Sanatsal Faaliyetleri:

- 2015, Fotoğraf Sergisi, Diyabette Farkındalık, Eskişehir
- 2015, Kısa Film, Bir Terslik Var Değil Mi?, Bursa
- 2016, Kısa Belgesel Film, Sınırdı, Şanlıurfa
- 2016, Kısa Belgesel Film, Tufan, Şırnak
- 2019, Kısa Tanıtım Filmi, Engelli Bireylerin Hak Arama Mekanizmalarına Ulaşımı, Eskişehir
- 2020, Sözlü Tarih Çalışması, CEDAW Belleği, Ankara
- 2020, Sertifika Programı, beIN Akademi, Eskişehir
- 2020, Bilimsel Araştırma Projesi, Karacahisar Kalesi Kısa Film Bilimsel Araştırma Projesi, Eskişehir
- 2020, Uluslararası Bilimsel Proje, Horizon2020 RAISD, Eskişehir

Ödülleri:

- 2016, Mansiyon Ödülü, T.C. Cumhurbaşkanlığı Merhamet ve Adalet Film Yarışması, İstanbul
- 2016, Jüri Özel Ödülü, 8. Rofife Film Festivali, İzmir
- 2016, Film Gösterimi, Frankfurt Visionale, Almanya
- 2017, Film Gösterimi, 25. İngiltere Chichester Film Festivali, İngiltere
- 2018, Finalist, Avrupa Birliği İnsan Hakları Kısa Film Yarışması, Ankara