

PAPER DETAILS

TITLE: Italya'nin Kamu Diplomasisinde Kültürel Diplomasinin Etkisi

AUTHORS: Mehlika Özlem Ultan Sönmez

PAGES: 93-112

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/3861560>

İtalya'nın Kamu Diplomasisinde Kültürel Diplomasinin Etkisi ¹

Mehlika Özlem ULTAN SÖNMEZ ²

Başvuru Tarihi: 14.04.2024

Kabul Tarihi: 22.07.2024

Makale Türü: Araştırma Makalesi

Öz

İtalya, zengin tarihi, kültürel mirası ve dünya mutfağıyla öne çıkan bir ülkedir. Bu çalışmada, İtalya'nın kamu diplomasisi geliştirmeye yönelik stratejileri incelenecek ve ülkenin kültürel zenginliklerini uluslararası alanda nasıl kullandığı ele alınacaktır. İtalya'nın kamu diplomasisi, başta kültürel miras ve sanat olmak üzere kültürel değerlerini uluslararası alanda tanıtarak ülkenin imajını güçlendirmeyi amaçlamaktadır. Bu çerçevede, İtalyan hükümeti ve kültürel kuruluşları, dünya çapında sergiler, konserler, tiyatro oyunları ve film festivalleri düzenleyerek İtalyan kültürünü tanıtmaktadır. Özellikle UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde yer alan İtalya'nın tarihi ve kültürel alanları, kamu diplomasisinin önemli bir parçasını oluştururken, gastronomik zenginliklerini de ön plana çıkardığı görülmektedir. Bu bağlamda çalışmanın amacı, İtalya'nın kamu diplomasi faaliyetleri kapsamında kültürel diplomasiden nasıl yararlandığını incelemek şeklinde belirlenmiştir. Bu süreçte nitel araştırma yöntemlerinden doküman analizi ve söylem analizinden yararlanılacaktır. Yapılan analizler sonucunda İtalya'nın kamu diplomasisi faaliyetleri kapsamında kültürel ve gastronomik zenginliklerini etkili bir şekilde kullanarak uluslararası alandaki etkisini artırdığı anlaşılmaktadır. Kültürel mirasını koruyarak, sanatını ve mutfağını tanıtarak, İtalya, dünya genelinde ilgi uyandırmakta ve ülkenin uluslararası alandaki konumunu güçlendirmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kamu Diplomasisi, İtalya, Kültürel Diplomasi, Gastro Diplomasi

Atıf: Ultan Sönmez, M. Ö. (2024). İtalya'nın kamu diplomasisinde kültürel diplomasinin etkisi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24(Özel Sayı), 93-112.

¹ Bu çalışma etik kurul izin belgesi gerektirmemektedir.

² Kocaeli Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, Uluslararası İlişkiler Bölümü, ozlem.ultan@kocaeli.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0718-9083

The Impact of Cultural Diplomacy in Italy's Public Diplomacy

Mehlika Özlem ULTAN SÖNMEZ ³

Submitted by: 14.04.2024

Accepted by: 22.07.2024

Article Type: Research Article

Abstract

Italy is a country that stands out with its rich history, cultural heritage and world cuisine. In this study, Italy's strategies for developing public diplomacy will be analysed and how the country uses its cultural richness in the international arena will be discussed. Italy's public diplomacy aims to strengthen the country's image by promoting its cultural values, especially cultural heritage and art, in the international arena. In this framework, the Italian government and cultural institutions promote Italian culture by organising exhibitions, concerts, theatre plays and film festivals around the world. While Italy's historical and cultural sites, which are included in the World Heritage List of UNESCO, constitute an important part of public diplomacy, it is also seen that Italy brings its gastronomic richness to the forefront. In this context, the aim of the study is to examine how Italy utilises cultural diplomacy within the scope of public diplomacy activities. In this process, document analysis and discourse analysis from qualitative research methods will be used. As a result of the analyses, it is understood that Italy has increased its influence in the international arena by effectively using its cultural and gastronomic richness within the scope of public diplomacy activities. By protecting its cultural heritage, promoting its art and cuisine, Italy arouses interest worldwide and strengthens the country's position in the international arena.

Keywords: Public Diplomacy, Italy, Cultural Diplomacy, Gastro Diplomacy

³ Kocaeli University, Faculty of Political Sciences, Department of International Relations, ozlem.ultan@kocaeli.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0718-9083

Giriş

İtalya'nın sınırları içinde barındırdığı kültürel zenginlikler dünya genelinde bilinmekte ve her yıl en çok ziyaretçi çeken ülkelerden biri olma konumuna yerleşmesine imkân tanımaktadır. İtalya, sadece tarihi ve kültürel değerleri ile değil, aynı zamanda dünya mutfağıyla da öne çıkan bir Avrupa ülkesidir. Kültürel mirasını kendi sınırları içerisinde saklamak yerine, tüm dünyayı bu değerleri ziyaret etmesi için teşvik etmektedir. Bu durum İtalya'nın kendi kültürel değerlerini duyurmak ve yaymak için kamu diplomasi araçlarından sıklıkla yararlanmasına yol açmaktadır. Kamu diplomasisinin bir aracı olarak değerlendirilen yumuşak güç, İtalya için İtalyan dili, kültürü, mutfağı, modası, turizmi gibi kültürel unsurlara vurgu yapılarak değerlendirilmektedir. İtalya, kamu diplomasisinin uygulanması için eğitimden de yararlanmakta, İtalyan kültür enstitüleri ve okulları gibi geniş bir ağı içeren mekanizmaları kullanmaktadır.

İtalya, kültürel diplomasiden yararlanan ve bunu önemli bir yumuşak güç unsuru olarak değerlendiren ülkelerin başında gelmektedir. İtalya'nın kamu diplomasisini inceleyen çalışmalar bulunmakla birlikte, kamu diplomasi faaliyetlerini kültürel diplomasi ve gastro diplomasi üzerinden detaylı inceleyen bir çalışmaya az rastlanmaktadır. Dolayısıyla çalışmanın amacı, İtalya'nın kültürel değerlerini yayma konusunda kamu diplomasisinden ve kültürel diplomasiden nasıl yararlandığını incelemek olarak belirlenmiştir.

Bu çalışmada, öncelikle kısaca devletlerin kamu diplomasisi uygulamalarının önemi ve yumuşak güç unsurlarının bu süreçteki etkisi üzerinde durulacaktır. Daha sonra nitel araştırma yöntemi kapsamında örnek ülke olarak seçilen İtalya'nın kamu diplomasisinin temelinde yatan stratejiler ve pratikteki uygulamaları incelenecektir. Kültürel diplomasinin en eski uygulayıcılarından biri olan Fransa'dan sonra gelen İtalya'nın yumuşak güç unsuru olarak kültürel diplomasiden nasıl yararlandığı ayrıntılı olarak değerlendirilecektir. Kültürel diplomasinin bir parçası olarak, gastro diplomasi ve turizmden de yararlanan İtalya'nın bu bağlamda düzenlediği etkinlikler ve bunların ülkenin kamu diplomasi verimliliğine etkileri tartışılacaktır.

Çalışmanın Yöntemi

Bu çalışmada kullanılacak olan araştırma yöntemi, betimsel nitel araştırma yöntemi analizi olarak belirlenmiştir. Bu bağlamda nitel araştırma yöntemi kapsamında doküman analizi ve söylem analizinden yararlanılacaktır. Avrupa Birliği üyesi ülkelerin kamu diplomasi uygulamaları üzerinden yapılacak değerlendirme kapsamında örnek ülke olarak İtalya seçilmiştir. Araştırmanın temel amacı, İtalya'nın kamu diplomasi uygulamaları bağlamında kültürel diplomasi faaliyetlerini ortaya koymaktır. Bu kapsamda birincil kaynaklardan ve ikincil kaynaklardan yararlanarak yapılan doküman analizi yöntemiyle bu belgelerde yer alan ifadelerden çıkarılan sonuçlar söylem analizi bağlamında değerlendirilecektir. Doküman analizi çerçevesinde, İtalya'nın kültürel diplomasisine dair resmî belgeler, Bakanlık raporları, kültürel enstitülerin yayınları, eğitim programları ve gastro diplomasi faaliyetlerine ilişkin dokümanlar toplanacaktır. Söylem analizi çerçevesinde ise İtalya'nın özellikle kültür enstitülerinin kültürel diplomasi alanında yaptığı resmî açıklamalar, konuşmalar ve medya içerikleri incelenecektir. Dolayısıyla bu araştırma sürecinde, yerli ve yabancı bilimsel literatür kaynaklarına ve söz konusu ülkenin ilgili bakanlıklarının, kültür kurumlarının ve istatistik ofislerin resmî web siteleri ele alınacaktır. Veri toplama yöntemi olarak bu kurumlardan bilgi ve verilerin toplanması yoluyla doküman incelemesi yapılacak, ilgili kurumların kültürel diplomasi hakkında söylemleri ele alınacak ve İtalya'nın kültürel diplomasi uygulamaları hakkında bir değerlendirme ortaya konacaktır. Bu çalışma, kapsamı gereği etik kurul onayı gerektirmemektedir.

Kamu Diplomasisi Kavramı ve Yumuşak Güç

Kamu diplomasisi kavramı, 1960'lı yıllardan itibaren sıkça kullanılmaya başlamış ve Soğuk Savaş'ın sona ermesinin ardından daha da önem kazanmıştır. Özellikle 11 Eylül 2001 tarihinde gerçekleştirilen saldırıların ardından, terörle mücadele ve devlet güvenliği bağlamında değerlendirilerek etkin bir dış politika aracı olarak benimsenmiştir. Bu bağlamda, kamu diplomasisi, çeşitli araçlardan yararlanarak ülkenin uluslararası alandaki tanınırlığını artırıp, potansiyel yatırım ve iş birliği olanaklarını ortaya çıkarabilmektedir. Oluşturduğu olumlu imaj sayesinde kamu diplomasisi faaliyetleri daha da gelişebilmekte ve yeni araçların keşfi ve kullanımına katkı sağlayabilmektedir (Kamu Diplomasisi Nedir, 2022, s. 10-12).

Kamu diplomasisi bir hükümet politikası olarak sıklıkla kullanılmakta ve yumuşak güç unsurları ile birlikte değerlendirilmektedir (Özkan, 2019, s. 5). Joseph Nye'in (2005, s. 14-15) güç olgusunu boyutlandırması ile 'sert güç-yumuşak güç' ayrımının ortaya çıkmasının ardından kamu diplomasisinde özellikle Soğuk Savaş sonrası yumuşak güç aracılığıyla devletlerin cezbedilmesine yönelik faaliyetler daha sık kullanılmaya başlanmıştır.

Ülkeler, kendi değerlerini ve kültürlerini diğer ülkelere tanıttıklarında, sert güç unsurlarına başvurmada istediklerini elde etme olasılıkları daha yüksektir. Yumuşak güç, bir ülkenin kültürü, değerleri, siyasi idealleri ve bu politikaların çekiciliği üzerinden etki sağlamaktadır. Bu etkinin olumlu sonuçlar doğurmasının en önemli nedeni, genellikle politikaların diğer ülkeler tarafından meşru görülmesini sağlamasından kaynaklanmaktadır. Sert güç kullanılarak elde edilemeyen bazı kazanımların, yumuşak güç aracılığıyla elde edilebildiğine dair birçok örnek de bu gerçeği doğrular niteliktedir (Ercan Akar ve Gürkaynak, 2022, s. 267-268).

Bir ülkenin diğer ülkeler nezdinde itibarını artırmak ve çıkarlarını korumak üzerine odaklanan kamu diplomasisi uygulamaları, genellikle kültürel etkileşim, medya iletişimi ve eğitim programlarını araç olarak kullanmaktadır. Bir ülkenin kültürü ve değerleri aracılığıyla diğer ülkeleri etkileme yeteneği ise yumuşak güç olarak ifade edilmektedir (Melissen, 2011, s. 2).

Nye'a göre (2008:96), bir ülke yumuşak güç unsurlarını en temel çerçevede üç kaynak üzerinden şekillendirmektedir: "kültür, siyasi değerler ve dış politika". Kültür, her toplum için düşünüldüğünde, o toplum için anlam ortaya çıkaran uygulamalar, faaliyetler bütünü şeklinde ifade edilmektedir ve çeşitli türleri bulunmaktadır. Sanat, edebiyat ve eğitim gibi yüksek kültür unsurları ile kitlesel eğlence konularına vurgu yapan popüler kültür arasında bir farklılık bulunmaktadır. Bir ülkenin dil ve edebiyatı yoluyla diğer ülkeleri etkilemesi uygulamasını ilk kez 1883 yılında Fransa denemiş, ondan hemen sonra İtalya ve Almanya da bu sürece katılmıştır (Aydın, 2023, s. 1125). Uzun bir Akdeniz kıyı şeridine sahip olan İtalya'nın da yumuşak güç unsuru olarak değerlendirdiği konuların başında kültür gelmektedir. Batı kültüründe etkili bir iz bırakan İtalya, yumuşak güç unsuru olarak son zamanlarda en çok kültürel diplomasiye ağırlık vermiştir. Bunun yanı sıra İtalyan mutfağı ve turizm de önemli birer yumuşak güç aracı olarak değerlendirilmektedir (Elindawati and Nugrahani, 2023, s. 181).

21. yüzyılın başından itibaren kamu diplomasi uygulamalarında değişim ve dönüşüm yaşanmaya başlanmıştır. Bu uygulamalar her ülkenin kendi öğrenme koşulları kapsamında yaşadığı olaylardan da etkilenmiştir. Bu süreçte bazı ülkeler imaj krizi yaşarken (Hollanda, Danimarka), bazı ülkeler ekonomik ve finansal krizle karşı karşıya kalmış (İrlanda, Yunanistan, İtalya, Portekiz ve İspanya), bazı ülkeler ise siyasi kurumlarında itibar krizi yaşamıştır (İtalya ve bazı Balkan ülkeleri) (Melissen, 2011, s. 13). İtalya, ekonomik ve siyasi krizler yaşarken kamu diplomasi uygulamalarını kültürel değerlere ağırlık vererek yürütme yolunu seçmiştir.

Avrupa Birliği'nin (AB) kurucu ülkelerinden olan İtalya, AB'nin kamu diplomasisi uygulamalarından daha farklı bir politika izlemektedir. AB kamu diplomasisi değerler, normlar ve ilkeler temeline dayanarak yürütülmektedir. Bu bağlamda ilk önceliği ulusal kimliklere ek olarak Avrupa kimliğini güçlendirmeye vermektedir (Yıldız, 2018, s. 232). AB dış politikası, AB normları ve politikaları ile birlikte entegrasyon sürecini

de destekleyecek şekilde geliştirdiği değer ve ilkelere dayanmaktadır. Bu AB değerleri ise “barış, demokrasi, hukukun üstünlüğü, insan haklarına saygı, piyasa ekonomisi, iyi komşuluk, iyi kurumsal yönetim” gibi temel ilke ve değerlerle ilgilidir (Saliu, 2021, s. 197). Bu noktada örtüşen yumuşak güç unsuru olarak kültürel değerlere vurgu yapılabilmektedir. AB genel olarak kültürel değerlere önem veren ve bunu bir yumuşak güç unsuru olarak kullanan bir uluslar üstü örgüttür. İtalya da Birlik içerisinde yer alan ülkeler arasında kültürel değerlerini ön plana çıkaran ülkelerden biridir (Saliu, 2021, s. 200).

AB'nin kurucu üyesi olan İtalya, aynı zamanda G7 ve G20'nin, NATO'nun ve uluslararası dinamikler üzerinde güçlü etkisi olan diğer grupların da bir üyesidir. İtalya, özellikle Avrupa ve Akdeniz bölgelerinde aktif bir rol oynamakta, ancak genel olarak gerçek bir liderlik sergileyememektedir. Bununla birlikte, son kırk yılda ülkenin kendisini uluslararası toplumun bir lideri olarak göstermek adına attığı önemli adımlar olduğu da görülmektedir (Marchetti, 2018, s. 193).

Kültürel Diplomasi

Kültürel diplomasi, modern uluslararası ilişkiler sisteminde önemli bir rol oynayan herhangi bir devletin dış politika stratejisinin uygulanmasında en etkili ve önemli araçlardan biri olarak değerlendirilmektedir. Soğuk Savaş dönemi ve sonrasında yaşanan çatışma ve istikrarsızlık çağında, kültürün bir yumuşak güç aracı olarak rolü oldukça önem kazanmıştır. Kültür; elitler ve halklar arasında karşılıklı anlayışı geliştirmek üzere devletin çıkarlarını ilerletmek için kullanılan diplomasinin vazgeçilmez bir kaynağı olarak karşımıza çıkmaktadır. İyi bir ülke imajı yaratmak ve yabancılara çekici kılmak için yeni kültürel imajlar ve semboller bulma ve eskilerini güncelleme göreviyle ülkeler kültürel diplomasiyi bir kamu diplomasi aracı olarak kullanmaktadır (Gumenyuk vd., 2021, s. 1549). Kamu diplomasisi ve yumuşak gücün yanı sıra kültürel diplomasi de ulus markalaşması ile benzer özellikler gösterebilmektedir. Aradaki fark, ulus markalamasının pazarlama yöntemlerini kullanması, kültürel diplomasinin ise kültürel ürünlere odaklanması şeklinde ortaya çıkmaktadır (Goda ve Čiefová, 2019, s. 173).

Kamu diplomasisi faaliyetleri, kısa, orta ve uzun vadeli boyutları olan araçlardan yararlanarak yürütülmektedir. Bu kapsamda, kültür alanı uzun vadeli kamu diplomasisi uygulamalarının önemli bir parçasını oluşturmaktadır (Leonard, 2002, s. 18-20). Kültürel diplomasi, yabancı ülke vatandaşlarına kendi ülkesini tanıtarak onların algısını etkilemeyi hedefleyen bir uygulamadır (Aydemir, 2018, s. 58). Genel olarak, kültürel diplomasi; bilim, teknik, sanat ve eğitim gibi kültürel öğelerin, devletlerin uluslararası alandaki saygınlığını artırmak ve yeni ilişkiler kurmak amacıyla diğer devletlere sunularak tanıtılması olarak tanımlanabilmektedir (Yağmurlu, 2019, s. 1184).

Cummings (2003, s. 1), kültürel diplomasiyi klasik tanımında karşılıklı anlayışları geliştirmek amacıyla uluslar ve toplumları arasında bilgi, düşünce, sanat ve kültürün bazı yönlerinin karşılıklı değişimi şeklinde nitelendirmektedir. Kültürel diplomasi, siyasi, ekonomik ve ticari ilişkilerin geliştirilmesinin yanı sıra prestij ve tanınma amacıyla diğer uluslarla dostluk ve sempati kurulması yoluyla geleneksel diplomasiyi desteklemeyi amaçlar (Medici, 2019, s. 26). Kültürel diplomasinin tarihsel sürecine kısaca bakıldığında, Fransa ve İtalya etkilerini görmek mümkündür. 19. yüzyılın sonlarında, öncelikle Avrupalı liberal elitlere mensup entelektüelleri ve sanatçıları, daha sonra da siyasi veya sürgündeki gönüllüleri bir araya getiren farklı yabancı kültürel örgütler ve dernekler kurulmuştur (Grincheva, 2024, s. 172). Bu örgütler, diaspora gibi belirli sosyal alanlarda kendi dil ve kültürlerini yayma eğiliminde olan milliyetçi politikalar geliştirmiştir. Alliance Française'in (1883) temelini oluşturan, "Sömürgelerde ve Denizaşırı Ülkelerde Fransız Dilinin Yayılması için Ulusal Dernek" adı altında bu amaçla kurulmuştur. Benzer şekilde, kurulduğu günden bu yana İtalyan dilinin uluslararası alanda yaygınlaştırılmasından sorumlu olan Dante Alighieri Derneği (1889) de bu amaç

kapsamında hareket etmektedir (Clarke, 2020, s. 14). Kültürel diplomasi, belirli bir ülkenin belirli bir imajını göstermek için doğrudan devlet kurumları tarafından teşvik edilen veya hükümetler tarafından yurt dışındaki ajanslara ve kültür kurumlarına devredilen bir dizi kültürel ilişki şeklinde nitelendirilmektedir (Medici, 2019, s. 26).

Küresel iletişim ve teknolojik ilerlemeler ile dünya halkları birbirini daha yakından tanıma imkanına kavuşmuş; farklı diller, kültürler ve değerler arasında bulunana mesafeler küreselleşmenin de etkisiyle azalmıştır. Bu durum, bir ülkenin var olan değerlerinin ve kültürel imajının diğer ülkelerin vatandaşları üzerinde itibar ve sempati bırakması için dış politikanın önemli bir hedefi haline gelmiştir. Bu bağlamda, ülkeler kültürlerini tanıtmaya yönelik çabalarını artırmış; kültürel diplomasi aracılığıyla tarihi, kültürel, demokratik ve popüler değerlerini diğer ülkelere aktarırken, aynı zamanda dil eğitimi, akademik araştırmalara katkı, sanatsal etkinlikler ve tarihi-kültürel mirasın korunması gibi alanlarda da faaliyet göstererek, bulundukları ülkelerde katma değer oluşturmayı amaçlamışlardır (Yıldırım ve Koç Kaplan, 2023, s. 205).

Kültürel diplomasi, bir ülkenin kültürel kaynaklarını ve değerlerini diğer uluslar nezdinde tanıtmak veya diğer ülkelerde kültür yayılımını teşvik ederek uluslararası ilişkileri ve dış politikayı yönetme çabaları olarak ele alınmaktadır. Dolayısıyla kavramın, ülkelerin dış politikalarını meşrulaştırma amacını da içerdiği göz ardı edilmemektedir. Bu durum, kültür, sanat ve bilimin diğer ülkelere tanıtılmasında devletin rolü üzerine de odaklanılması gerektiğini vurgulamaktadır (Zamorano, 2016, s. 169). Kültürel diplomasi bir ülkenin dış politika amaçlarını gerçekleştirmeye yönelik atılan adımlar olması önem teşkil etmektedir. Dolayısıyla kültürel diplomasi aktörleri; siyasetçiler, kurum ve kuruluşlar, kültür üreticileri ve kültürel ürünle karşılaşan kişiler olarak sıralanabilmektedir. Devlet içinde kültürel diplomasi süreci, geleneksel olarak öncelikle Dışişleri Bakanlıkları tarafından yürütülmektedir. Ancak son zamanlarda devlet organları, özel sektör ve sivil toplum ile birlikte ve ortak hareket etmeye başlamış, kültürel diplomasi etkinlikleri devlet destekli vakıflar veya dernekler aracılığıyla uygulanmaya başlanmıştır (Yağmurlu, 2019, s. 1190-1191).

AB genelinde bakıldığında, uluslararası kültürel ilişkileri geliştirme ve kültürün dış politika ve kalkınma politikalarına daha derin bir entegrasyonunu sağlama yolunda zorluklarla karşılaşıldığı görülmektedir. Bu zorlukların aşılması için, koordinasyonun hem merkezi hem de yerel düzeyde ve tüm ilgili aktörler arasında sağlanması gerektiği belirtilmektedir. Devlet kurumlarının yanı sıra şehirler, kültür dernekleri, sanatçılar ve UNESCO gibi devlet dışı aktörlerin katılımının bu noktada oldukça önemli olduğu değerlendirilmektedir. Ayrıca, kültürel faaliyetlerin her ülkede farklı bir yaklaşım gerektirdiğini ve farklı bölgelerde şehir veya bölgesel düzeydeki aktörlerin öneminin farklılık gösterebileceği de bilinmektedir (Triandafyllidou and Szucs, 2017, s. 4-5). Bu çalışmada İtalya'nın kültürel diplomasisinin kendine özgü uygulama politikaları değerlendirilmeye çalışılacaktır.

İtalya'da Kültürel Diplomasi

Uluslararası ilişkilerde, hedeflere ulaşmak için karşı tarafı etkileme kabiliyeti oldukça önem teşkil etmektedir. Bu bağlamda, kültürel diplomasi, yumuşak gücün etkin araçlarından biri olarak ülkeler için büyük önem taşımaktadır. Özellikle günümüz bilgi çağında, kültürel değerlere saygınlık kazandırmış devletlerin, yaptırım gücünün daha etkili olduğu açıktır (Güzel, 2016, s. 348). Avrupa ülkeleri arasında özellikle Fransa, İngiltere, Almanya, İtalya ve İspanya gibi büyük ve tarihi zenginliğe sahip ülkeler, kültürel diplomasi alanında öne çıkmaktadır. Bu ülkeler genellikle dil, edebiyat, sanat, müzik, sinema, moda ve mutfak gibi kültürel unsurları kullanarak dünya genelinde etkileyici bir şekilde tanıtım yapmaktadır. İtalya, kültürel diplomasi kapsamında turist çekmeye de devam etmektedir. 2010 yılında 46 milyon turist ağırlayan İtalya, kültürel diplomasi aracılığıyla bu sayıyı her yıl artırmış ve pandemi öncesi 2019 yılında 64 milyona ulaşmıştır. Pandemi ile yarıya düşen turist sayısı 2022 itibarıyla 49 milyona çıkmış ve her geçen gün de artmaya devam etmektedir (UNWTO,

2024). Dünyanın her köşesinden İtalya'ya gelen ziyaretçiler, Roma'nın antik yerlerinden, Floransa'nın etkileyici mimarisine ve Amalfi Sahili'nin muhteşem manzaralarına olan ilgilerini sürdürmektedir (Sant'agata, 2019, s. 390).

Bu çalışma İtalya'nın kamu diplomasi uygulamalarında kültürün ve kültürel diplomasinin yerine odaklanacaktır. Kültür, İtalya'nın dünya çapında tanıtımı ve kimliği için önemli bir unsurdur ve günümüz uluslararası ilişkilerinde sorunlarla başa çıkmak için somut ve soyut bir varlık ortaya koymaktadır. İtalyan dilinin kültürel mirası da bu anlamda geçmişin izini taşıyarak geleceğe ulaşmayı sağlamaktadır. Bu nedenle, kültürel tanıtım, İtalya'nın dış politikasında önemli bir rol oynamakta ve uluslararası alanda tanıtılması için temel bir araç olarak değerlendirilmektedir.

İtalya'da kültürel diplomasi bazı araç ve yöntemlerle yürütülmektedir. Bunlar arasında İtalyan kültür merkezleri ve enstitüleri, dil kursları, sanat sergileri, konserler, tiyatro ve film festivalleri gibi etkinlikler bulunmaktadır. Ayrıca İtalya'nın yurt dışında açtığı okullar, kültürel etkinlikler ve fuarlar da bu faaliyetlerin bir parçasını oluşturmaktadır. Günümüzde İtalya'nın kültürel diplomasisi, İtalya Dışişleri Bakanlığı ve Kültürel Miras, Kültürel Faaliyetler ve Turizm Bakanlığı tarafından yürütülmektedir (Zamorano, 2016, s. 177). Bu bağlamda İtalya'nın kültürel diplomasisine yönelik bakanlıklar ve kültür enstitüleri tarafından yayınlanan belgeler, doküman analizi ve söylem analizi kapsamında incelenecektir.

İtalyan Kültür Enstitüleri

İtalya'da kültürel diplomasi öncelikle 'kültür enstitüleri' aracılığıyla yürütülmektedir. Kültür enstitülerinin tarihine bakıldığında, kökenlerinin 19. yüzyıla dayandığı görülmektedir. Gelişmiş ülkeler, o dönemde kendi etki alanlarını genişletmek ve sömürge bölgelerindeki toplumlarla ilişki kurmak amacıyla kültür enstitüleri oluşturmaya başlamışlardır. Bu enstitülerin öncelikli görevi dil eğitimi, kültür, sanat ve bilimsel etkinliklerin sunumu ve diğer ülkelere tanıtılmasıdır. Kültür enstitüleri, uluslararası kültürel ve eğitimsel ilişkileri desteklemek, dostlukları teşvik etmek, dil becerilerini ve kültürel farkındalığı geliştirmek için yardımcı olmakta ve bu kapsamda kurumsal bir planlama sunmaktadır. Kültürel diplomasi stratejileri, devlete bağlı kurumlar tarafından belirlenmekte ve tek elden yönetilmektedir. Bu stratejiler, yabancılara ulaşmak ve hedef kitlelere kişiselleştirilmiş deneyimler sunmak amacıyla kültür enstitüleri tarafından düzenlenen etkinlikler aracılığıyla iletilmektedir (Yıldırım ve Koç Kaplan, 2023, s. 205).

İtalya'nın politik alt yapısında önemli bir role sahip olan 'Istituto Italiano di Cultura', 1926 yılında Mussolini'nin faşist rejimi döneminde devlet kontrolünde kurulmuştur (Zamorano, 2016: 177). Kuruluş amacı, İtalyan kültürünü yurt dışında yaymak ve diğer ülkelerle entelektüel ilişkileri geliştirmektir. Başlangıçta, enstitü siyasi propaganda için iletişim aracı olarak kullanılmıştır. Ancak İkinci Dünya Savaşı'nın sona ermesiyle birlikte, İtalya kültürel diplomasi stratejisini değiştirmiş ve diğer ülkelerle karşılıklı kültürel ilişkileri geliştirmeyi hedeflemiştir (Yıldırım ve Koç Kaplan, 2023, s. 209). Böylece İtalya, ikili kültürel ilişkilere öncelik vermiş, ancak Faşizm döneminden farklı olarak, uzun vadeli ve propagandist olmayan bir perspektifle yabancı ülke vatandaşlarıyla etkileşime geçmeye odaklanmıştır. 1950'de yayınlanan bir kararnameyle, Faşist dönemde hiçbir enstitünün açılmadığı Paris, Londra ve New York gibi dünyanın dört bir yanında yeni kültür enstitüleri kurulmuştur. Bu enstitüler kütüphaneler kurmuş; konferanslar ve özel kurslar düzenlemişlerdir. İtalyan dili, edebiyatı ve güzel sanatlar tarihine ilişkin dersler, Lectura Dantis programları, müzik konserleri, sanat sergileri, tiyatro oyunları, eğitici ve kültürel film gösterimleri sunulmuş, ayrıca yabancı öğrencilere İtalya'da eğitim imkanları sunmak için burslar verilmiştir. Konferanslar ve dersler, İtalyanca ve ev sahibi ülkelerin dillerinde düzenlenmiş; kültürel programlar ise genellikle Roma dönemi ve Rönesans gibi tarihi konulara ve özellikle Akdeniz ülkelerindeki arkeolojik araştırmaların sonuçlarına odaklanmıştır. Bu programlar siyasi bir mesaj

içermemiş ve yabancı elitlere tek taraflı veya iddialı görünmemiş; aksine, Akdeniz'de ve Almanya'nın Batı ve Doğu taraflarında ortak bir medeniyet perspektifi sunarak İtalyan üstünlüğünün ifadesi olmaktan ziyade ortak bir medeniyetin gelişimine katkı sağlamıştır (Medici, 2019, s. 36-37).

Kültür enstitüleri kuruluş amaçlarına bağlı kalarak, temelde üç ana işlevi yerine getirmektedir. İlk olarak, bu enstitüler dil eğitim merkezleri olarak hizmet vermektedir. Öğrencilere dil kursları sunmak, öğretmenler için formasyon eğitimi düzenlemek ve dil yeterliliği sınavları yaparak dil düzeyi sertifikaları sağlamak gibi bir misyonları vardır (İtalyanca için CILS). İkinci olarak, bu enstitüler ulusal kültür, kültürel miras, değerler ve gelenekler gibi unsurları sunmak amacıyla konserler, sergiler, toplantılar, film gösterimleri gibi etkinlikler düzenlemektedirler. Üçüncü olarak, kendi ülkelerine beyin göçünü teşvik etmeye çalışmaktadırlar. Bu, eğitim, burslar ve bilimsel fırsatlar sunarak gerçekleştirilmektedir. Son olarak, bu enstitüler ulusal inanç ve düşüncelerin yayılmasını desteklemektedir. Örneğin, İtalya, Rönesans dönemine ilişkin değerlerin, Batıdaki diğer toplumlar için ne kadar önemli olduğunu vurgulamaktadır (Yağmurlu, 2019, s. 1201).

Bu amaçlar doğrultusunda düzenlenen etkinlikler İtalyan Kültür Enstitüsü tarafından şu şekilde belirtilmiştir (The Network of Italian Cultural Institutes, 2024):

- Sanat, müzik, sinema, edebiyat, tiyatro, dans, moda, tasarım, fotoğraf, mimari ve daha birçok etkinlik düzenleyerek kültürel çeşitliliği desteklemek,
- İtalyanca dilini ve kültürünü öğreten kurslar düzenlemek,
- İtalya'nın bilimsel kültürünü teşvik etmek,
- Kütüphane ağını yönetmek ve kaynakların erişimini sağlamak,
- İtalyan ve yabancı kültür operatörleri arasında ilişkiler geliştirmek,
- Demokrasi ilkelerine dayalı olarak kültürler arası diyalogu kolaylaştırmak.

Bu söylemler değerlendirildiğinde, İtalyan dili ve kültürünün yayılması için ilişki ağını güçlendirmek üzerine bir strateji izlendiği anlaşılmaktadır. Bu ilişki ağını yönetebilmek ve yayabilmek için, sinema haftaları, bilim günleri, çağdaş sanat günleri ve İtalyan tasarım günleri gibi çeşitli etkinlikler planlanmıştır. Günümüzde, beş kıtada 85'ten fazla temsilcilikle faaliyet gösteren Istituto Italiano di Cultura, İtalyan kültürüne dair önemli bir referans noktası haline gelmiş ve entelektüeller, sanatçılar ve kültür temsilcileri için bir buluşma noktası olmuştur (Yıldırım ve Koç Kaplan, 2023: 209). İtalya Dışişleri ve Uluslararası İşbirliği Bakanlığı, dünya genelindeki 86 İtalyan Kültür Enstitüsünü bünyesinde koordine etmektedir. Bunların 46'sı Avrupa'da bulunmaktadır (Zamorano, 2016, s. 177).

1990 sonrası kültür enstitülerinin işleyişinde ve yapılanmasında bazı değişiklikler yaşanmaya başlanmış, kamu diplomasi uygulamalarının uluslararası ilişkilerdeki gücü anlaşıldıkça bu politikalara daha çok ağırlık verilmesi söz konusu olmuştur. Bu değişiklikler öncelikle hukuki bağlamda ele alınmış, 22 Aralık 1990 tarihli 401 sayılı Kanun ile İtalya kültür enstitülerinde reform yapılmıştır. Ayrıca 27 Nisan 1995 tarihli 392 sayılı Kanun ile yurt dışındaki İtalyan kültür enstitülerinin işleyişi ve yönetimi ile ilgili kuralları içeren yönetmelik yayınlanmıştır (The Network of Italian Cultural Institutes, 2024).

Fransız modelinden farklı olan İtalyan kültür politikası modelinde, devlet, İtalyan kültürünün küresel etkisini güçlendirmek yerine temelde onu finanse etmektedir. Fakat, 2001'den 2013'e kadar 12 yıl içinde İtalyan Kültür Bakanlığı'nın bütçesi %50 azaltılarak 1,5 milyar avroya düşürülmüştür. Ancak kültür, paradoksal bir şekilde İtalyan bütçesine yılda yaklaşık 80 milyar avro (GSYH'nin %5.8'i) kazandırmakta ve kültür turizmi gibi sektörler yılda %3 oranında büyümektedir. İtalya'nın dünya kültür mirasının %40'ına sahip olduğu düşünüldüğünde bu rakamlar oldukça önem teşkil etmektedir. UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde İtalya, 59 kültürel anıtla ilk sırada yer almaktadır (UNESCO, 2023).

İtalyan kamu diplomasisinin ve kültürel diplomasisinin bu dönemdeki bazı örneklerinden de söz etmek mümkündür. Bunlardan biri, Katar, Doha'da düzenlenen ve 12 Kasım 2007'de açılışı yapılan 'İtalyan Usulü Giyinme, Vücut ve Günlük Yaşam' sergisidir. 12 Aralık 2012 tarihinde Washington'daki Ulusal Sanat Galerisi'nde İtalya, Michelangelo'nun popüler David Apollon sergisinin açılışını gerçekleştirmiştir. Bu tarihte birçok ziyaretçi 'İtalya'nın bir parçası' olarak değerlendirilen tabloları, heykelleri, müziği ve tiyatroyu görmek için katılmıştır. Yine aynı yıl, iki ülke arasında kamu ve özel sektör arasında yeni ortaklıkların yanı sıra NASA ile İtalyan Uzay Ajansı arasında bir işbirliği anlaşması ve müzeler, kültür kurumları, şirketler, yerel ajanslar ve üniversiteler arasında çeşitli yeni anlaşmalar da imzalanmıştır. 2013 yılında gerçekleşen Amerika Birleşik Devletleri'ndeki İtalyan Kültür Yılı, çok önemli bir kamu diplomasisi faaliyeti olarak kabul edilmektedir. Amerika Birleşik Devletleri'nde 'İtalyan markasını' tanıtmak için oldukça önemli faaliyetler gerçekleştirilmiştir. Böylece İtalya'nın sadece bir ülke olmadığı, aynı zamanda da bir yaşam tarzı olduğu fikri gösterilmeye çalışılmıştır (Italian Culture, 2024).

İtalyan kültür diplomasisi, 2013 yılında Dışişleri Bakanı E. Bonino'nun İtalyan kültürünün ulusal ekonomiyi ve dış politikayı geliştirmek için kullanılması gerektiğini belirtmesiyle yeni bir ivme kazanmıştır. Ancak İtalyan kamu diplomasisinin gerçek yeniden doğuşu 2015 yılında gerçekleşmiş ve Milano'daki EXPO'nun başarısıyla ilişkilendirilmiştir. EXPO, kültürel yaşamda önemli bir gelişme olmuş, kültürlerin buluşması ve etnik gruplar arası diyalog için bir platform haline gelmiş, İtalya'ya ilgi çekmiş ve ulusal ekonominin gelişmesine katkıda bulunmuştur. EXPO 2015'in zengin programı sayesinde İtalyan kültürü, sanat, yaratıcılık ve çevresel sorumluluk gibi konulara vurgu yapılmıştır (Gumenyuk, vd., 2021, s. 1555). 2015 yılında 50 milyon turist ağırlayan İtalya, EXPO 2015'in de katkısıyla ertesi yıl gelen turist sayısını 52 milyona, 2017'de ise 58 milyona çıkarmıştır (UNWTO, 2024).

2008 ekonomik krizi sonrası ekonomisini düzeltmek isteyen İtalya, kültür turizmini geliştirmek ve yatırım çekmek için de kültürel diplomasi uygulamalarından sıklıkla yararlanmıştır. Bu doğrultuda kültürel diplomasisine yönelik güçlü ve zayıf yönleri analiz etmiş, kültürel diplomasiden nasıl en yüksek oranda yararlanabileceğine yönelik değerlendirmelerde bulunmuştur. Buna göre; İtalya'nın kültürel diplomasi modelinin güçlü yönleri arasında, müzik, sanat, mimari gibi alanlarda dünya kültürüne önemli katkılarda bulunan en zengin kültürel mirasa sahip olması; moda, tasarım, mimarlık, mühendislik, yüksek teknoloji gibi alanlarda gelişmiş yaratıcı endüstrilere sahip olması ve Avrupa'da üçüncü sırada yer alan cazip bir turizm rotası olması bulunmaktadır. Ayrıca İtalya'da kültür turizminin büyümesi de önemli bir avantaj olarak değerlendirilmektedir. Ancak İtalya'nın kültürel diplomasi modelinin zayıf yönleri de bulunmaktadır. Ülkenin zengin kültürel potansiyelinin devlet tarafından yeterince değerlendirilmemesi ve kültüre yönelik devlet finansmanının düşük olması gibi faktörler bu zayıf yönler arasında yer almaktadır. İtalya'nın kültürel diplomasi modelinin SWOT analizi şeklinde ele alınmasıyla, fırsat ve tehditlerin de ortaya konması söz konusu olabilmektedir. Buna göre, İtalya'nın kültürel diplomasi modelinin fırsatları arasında, Milano'da düzenlenen World EXPO 2015'in başarısının ülkeye olan ilgiyi artırması, uluslararası kültürel alışveriş için bir platform haline gelmesi ve İtalya'nın yumuşak gücüne yeni bir ivme kazandırması yer almaktadır. Bu modelin tehditleri arasında özellikle devlet düzeyinde kültürel diplomasi ve yumuşak güce yönelik stratejik bir yaklaşımın olmamasının altı çizilmekte, bu durumun kültürel alandaki potansiyelin tam anlamıyla kullanılmasını engelleyebileceği ifade edilmektedir (Gumenyuk, vd., 2021, s. 1556).

2018 yılında birkaç ay hükümsüz kaldıktan sonra, İtalya, koalisyonla yönetilmeye başlamıştır. Siyasi açıdan karışık bir dönemden geçmesine rağmen, yumuşak güç kullanma kapasitesinde bir değişim yaşanmamıştır. UNESCO dünya mirası listesinde önemli bir yeri bulunmakta; dünya standartlarında mutfaklara, şaraplara,

yemeklere sahip olmakta; dünya çapında bilinen müze ve galerilere, operaya; futbola ve moda ev sahipliği yapmaktadır. Milano, moda etkinliklerinde yine dünyada ilk sıralarda yer almaktadır. İtalya bu varlıklarını geniş bir büyükelçilik ve diplomatik kültür misyonu ağı aracılığıyla yönetebilme konusunda başarılı bir ülke konumundadır (Sant'agata, 2019, s. 390-391).

İtalyan kültürel diplomasi uygulamaları için en güncel bilgiye ulaşmak adına, İtalya Dışişleri ve Uluslararası İşbirliği Bakanlığı internet sitesi söylem analizi kapsamında değerlendirilmiştir. Bakanlığın kültürel diplomasiye verdiği önem web sitesinden de anlaşılmakta, sitede ayrı bir başlık açılarak kültürel diplomasi alanında yapılan tüm faaliyetlerin sıralandığı görülmektedir. Dış Politika alanında, kültürel diplomasi başlığı altında “Kültürel İşbirliği, İtalyan Kültür Enstitüleri, İtalyan Arkeoloji, Antropoloji ve Etnoloji Temsilcilikleri, İtalyancanın Tanıtımı, İtalyan Okulları, Üniversiteler ve Gençlik Değişim Programları” gibi alt başlıklar yer almaktadır. Dışişleri Bakanlığı, İtalyan Kültür Enstitüleri vasıtasıyla İtalyan kültürünü yaymayı hedeflediğini açıkça belirtmektedir. Tiyatro, sergiler, konserler, dil kursları ve İtalyan edebiyatının çeviri işleri gibi etkinlikler, kültür enstitülerinin temel görevleri arasında öne çıkmakta ve Dışişleri Bakanlığı'nın internet sitesinde özellikle vurgulanmaktadır. Kültürel iş birliği kapsamında, çeşitli ülkelerle yapılan protokoller de yer almaktadır. Bu protokoller, kültürel diplomasinin sınırlarını belirlemede aydınlatıcı bir metin olarak değerlendirilmektedir (Yağmurlu, 2019: 1195-1196). 1946'dan itibaren İtalya bir dizi yeni ikili kültür anlaşması ve protokol imzalamıştır. Önceleri sadece müttefik ülkelerle imzalanan ikili anlaşmalar, Cumhuriyet döneminde kültürel, teknik ve bilimsel iş birliği için genişletilmiş ve İtalya ile yabancı ülkeler arasındaki ilişkilerin geliştirilmesini amaçlamıştır. 1960'larda, özellikle Üçüncü Dünya ülkelerinin ekonomik ve sosyal kalkınmasını hedefleyen anlaşmalar büyük ilgi görmüştür. İtalyan hükümeti ayrıca, radyo yayınları gibi medya organları aracılığıyla teşvik edilen, propaganda amaçlı olmayan, Soğuk Savaş stratejilerine dâhil olmayan kamu diplomasisine de önem vermiştir (Medici, 2019, s. 37).

İtalyan Kültür Enstitüsü, İtalyan kültürüne dair önemli bir referans noktası haline gelmiştir ve entelektüeller, sanatçılar ve kültür temsilcileri için buluşma yeri niteliğindedir. Sanat, müzik, sinema, tiyatro, dans, moda, tasarım gibi çeşitli alanlarda etkinliklere ev sahipliği yaparak İtalya'nın kültürel imajını tanıtan İtalyan Kültür Enstitüsü, aynı zamanda, İtalyanca dilini öğrenmek ve İtalya'nın kültürel unsurları hakkında daha fazla bilgi edinmek isteyenler için kurslar düzenlemekte ve kültürler arası diyalogu teşvik eden girişimlere destek olmaktadır. Enstitünün Türkiye'deki faaliyetleri son dönemde daha da yoğunlaştırılmıştır. Sergi, konser, film gösterimi, konferans düzenleme, kitap tanıtım günleri planlama, şiir okuma faaliyetleri gibi çeşitli etkinlikler düzenlemenin yanı sıra İtalyanca dil ve kültür kursları düzenlemektedir. Ayrıca, donanımlı eğitmenler tarafından verilen kurslarla birlikte kapsamlı bir kütüphane hizmeti de sunmaktadır. İstanbul Bienali, Uluslararası Film Festivali, Uluslararası Tiyatro Festivali, Uluslararası Müzik Festivali, Uluslararası Kukla Festivali gibi önemli etkinliklere aktif olarak katılmaktadır (Yıldırım ve Koç Kaplan, 2023, s. 215).

İtalyan kültür enstitülerinin önemli bir amacı da eğitim sistemini geliştirmek ve tüm dünyada İtalyan dili ve kültürünün yaygınlaşmasını bu yolla sağlamaktır. Bu sebeple, İtalyan eğitim sisteminin, İtalyan kültürünün yurt dışında tanıtımı için önemli bir kaynak olduğu söylenebilmektedir. İtalyan eğitim sistemi dünyada hem devlet hem de özel okulları kapsamaktadır. Ayrıca yabancı okullardaki İtalyanca bölümleri ve kurslar da eğitim sistemi içinde yer almaktadır (Italian education system in the world, 2024).

İtalyan eğitim kurumlarının kökenleri 16. yüzyıla kadar uzanmasına rağmen, 19. yüzyılın ikinci yarısından itibaren ulusal birliğin oluşumuyla paralel olarak daha da gelişmiştir. Bu kurumlar, İtalyanların dünya genelindeki faaliyetleriyle yakından ilişkilidir. İlk İtalyan okulları, Akdeniz havzasında ve Latin Amerika'da ulusal sınırların dışında ortaya çıkmıştır. Diğerleri 1930'larda Afrika'da kurulurken, bir kısmı da İkinci Dünya Savaşı sonrası Avrupa ve Amerika'ya yapılan göç dalgasıyla, 1970'ler ve 1980'lerde teknolojik göçün artmasıyla ve İtalyan şirketlerinin faaliyetlerinin artmasıyla gelişmiştir. Bu okulların kuruluşu genellikle devletin değil, dini dernekler veya İtalyan göçmenler tarafından kurulan karşılıklı yardım derneklerinin inisiyatifiyle

gerçekleşmiştir. 1950'lerde Avrupa Birliği ülkeleri arasındaki hükümet anlaşmaları sonucunda ilk Avrupa okulları kurulmuş ve 1980'lerden itibaren yabancı okullarda, genellikle ikili anlaşmaların bir sonucu olarak, iki dilli bölümler yaygınlaşmıştır. 2017 yılında yayınlanan bir Kanun Hükmünde Kararname ile, devlet okulları, özel ve devletle ilişkisi olmayan okullar, yabancı okullardaki İtalyanca bölümleri, yurt dışındaki yönetim organlarının desteklenen kurslar ve üniversitelerdeki öğretim pozisyonlarını içeren geniş bir İtalyan eğitim sistemi son şeklini almıştır (The history of the Italian school network in the world, 2024).

Güncel duruma bakıldığında, dünyadaki İtalyan okulları ağını şu şekilde ifade etmek mümkündür: 8 adet devlet okulu (Addis Ababa, Asmara, Atina, Barselona, İstanbul, Madrid, Paris, Zürih merkezli), 45 özel İtalyan okulu (tüm kıtalara yayılmış), Avrupa okullarında İtalyanca bölümleri (Brüksel, Frankfurt, Lüksemburg, Münih, Varese'de) ve yabancı, iki dilli veya uluslararası okullarda İtalyanca bölümleri bulunmaktadır. Bunların yanı sıra İtalyan dili ve kültürünün gelişimine yönelik dil kursları ve eğitim faaliyetleri de uygulanmaya devam etmektedir (Italian education system in the world, 2024).

İtalyan devlet okulları, İtalyan eğitim sisteminin yurt dışındaki doğrudan bir uzantısını temsil etmektedir. Dışişleri ve Milli Eğitim Bakanlıkları, yabancı ülkelerdeki İtalyan devlet okullarında görev alacak öğretmenlerin seçim prosedürünü birlikte yönetmektedir. İtalya'dan öğretmen göndermek, yerel ve İtalyan okulları arasında daha derin ve yapısal bir bağın oluşmasına olanak tanımaktadır. Bu durum, karşılıklı iyi uygulamaların paylaşımı ve karşılıklı zenginleşmeyle sonuçlanan bir diyalog ortamı sağlaması açısından önem teşkil etmektedir. İtalyan özel okulları, devlet kurumları dışındaki kuruluşlar tarafından yönetilen ve eğitim eşitliğinin tanınmasına katkıda bulunan kurumlardır. Yurt dışında 45 özel İtalyan okulu bulunmakta ve yaklaşık 16,000 öğrenciye hizmet vermektedir. Bu okullar, İtalyan dilinin ve kültürünün yurt dışında tanıtılmasına katkıda bulunmakta ve devlet okullarındaki prosedürlere göre seçilip gönderilen İtalyan öğretmenler tarafından yönetilmektedir. Yabancı okullardaki İtalyanca bölümleri ise genellikle 1990'larda kurulmuştur ve uzun yıllardır stratejik bir rol oynamaktadır. Bu bölümler, sadece kendi vatandaşlarının kültürel kimliklerini korumakla kalmamakta, aynı zamanda İtalyan dilinin ve kültürünün yurt dışında tanıtılmasına ve yayılmasına da katkıda bulunmaktadır. Bu bölümler, sadece İtalyanca öğretmekle kalmamakta, diğer dersleri de İtalyanca olarak göstermekte ve böylece yabancı okul sistemlerinde İtalyanca dilinin tanıtılmasına yönelik etkili bir kanal sağlamaktadırlar. İtalyanca bölümleri oluşturulması sayesinde, örneğin Balkanlar ve Doğu Avrupa gibi bölgelerde, devlet veya özel okulların bulunmadığı alanlara müdahale edilebilmektedir. Bu nedenle, İtalyanca bölümleri, henüz keşfedilmemiş potansiyel bölgelerde İtalyan kültürünün yayılmasına yönelik büyüme fırsatları sunmaktadır (Italian schools in the world, 2024).

İtalya'nın eğitim konusuna verdiği önem, onu eğitim endeksinde üst sıralara yükseltmektedir. Ülke, birçok öğrenci değişim programını desteklemekte ve bu da yabancı öğrencilerin evlerine döndüklerinde eğitim gördükleri ülke adına savunuculuk yapmalarının etkisiyle yumuşak güç oranında artışa neden olmaktadır (Sant'agata, 2019, s. 390).

İtalya'da Gastro Diplomasi

Gıda, baharat, kahve ve şeker gibi ürünlere dayalı ticaret yolları, tarihsel olarak insanları kültürel ve coğrafi mesafelerin ötesinde bir araya getirmiştir. Benzer şekilde, turizm de halkları ve ulusları birbirine bağlayan bir olgu olup ulusal kimliğin oluşturulmasında önemli bir rol oynamaktadır. Gıda ve turizm alanlarında temas ve etkileşim olduğu her yerde, diplomasi de kendini göstermektedir. 'Gastro diplomasi' kavramı, devletler ve hükümetler tarafından, genellikle devlet dışı aktörlerle iş birliği içinde uygulanarak, ulusal markaların değerini ve itibarını gıda yoluyla artırmak için yürütülen halkla ilişkiler ve yatırım kampanyaları kapsamında değerlendirilmektedir (Öney, 2016, s. 196). 'Turizmde gastro diplomasi' ise, devletlerin ve devlet dışı

aktörlerin, turistlerin ulusal mutfakla temas ettiği yolları kullanarak yabancı halklar arasında ulusal markayı olumlu bir şekilde tanıtmaya çalıştığı politika ve uygulamaları içermektedir. Bu durum, ulusal mutfak markası etrafında olumlu deneyimler yaratarak ülkeye seyahati teşvik etmenin yanı sıra, turistlerin ülkeye seyahatleri sırasında ulusal mutfak markasıyla ilgili olumlu deneyimler yaşamalarını sağlamayı amaçlamaktadır. Gastro diplomasi, gıda aracılığıyla hükümetten halka diplomasi amaçları için kullanılan bir araçtır. Birçok ülke, son on yılda kültürel etkilerini artırmak için gastro diplomasi kampanyaları düzenlemiştir. Turizm, bu kampanyalara çeşitli şekillerde dâhil olmuştur, ancak turizmde gastro diplomasi, tutarlı bir politika ve çalışma alanı olarak net bir şekilde ifade edilmemiştir (Suntikul, 2019, s. 1076-1077).

Gastro diplomasi, bir ülkenin uluslararası ilişkilerde ve kültürel etkileşimde yemek ve mutfak kültürünü kullanarak yaptığı diplomasi faaliyetlerini açıklamak için kullanılmaktadır. Bu tür diplomatik çabalar, bir ülkenin yemek kültürünü, geleneksel yemekleri, mutfak tekniklerini, yerel malzemeleri ve gastronomik zenginlikleri uluslararası platformlarda tanıtarak, ülkenin imajını ve algısını güçlendirmeyi amaçlamaktadır. Gastro diplomasi, bir ülkenin gastronomik mirasını diğer ülkelerle paylaşarak kültürel anlayışı artırmayı, turizmi teşvik etmeyi ve uluslararası ilişkileri geliştirmeyi hedeflemektedir (Spence, 2016: 4). Kültür endüstrisi, kültürel açıdan çeşitli müzik ve sanat türlerinin ihracatı yoluyla kültürel mallara yönelik küresel talebe bağımlı hale gelmektedir. Gıda, diğer sanat dalları gibi, sadece temel beslenme ihtiyacını karşılamaktan öteye geçerek iş ortakları, meslektaşlar, toplum liderleri ve eğitimciler için fikir alışverişi yapabilecekleri bir ortam hazırlamaktadır. Hükümetler, bu değerin farkına varmış ve sosyal yardım programlarına dâhil etmek üzere gastro diplomatik çabaları geliştirmeye başlamıştır. Gıdayı, ulusal kimlik duygusunu teşvik etmenin yanı sıra kültürel değişimi teşvik etmek için bir öncelik olarak görmektedirler. Gastro diplomasi terimi son on yılda ortaya çıkmış ve çeşitli ülkeler tarafından kamu imajlarını geliştirmek için bir yumuşak güç aracı olarak kullanılmıştır. Ayrıca, yemek, diğer kültürel anlayışların oluşturulmasında da önemli bir rol oynamaktadır ve sıklıkla "İnsanların mideleri aracılığıyla kalplere ve zihinlere ulaşma yöntemi" olarak tanımlanmaktadır (Elindawati and Nugrahani, 2023, s. 183-184). Dolayısıyla gastro diplomasi, kültürel diplomasinin bir parçasıdır ve ülkelerin yumuşak gücü olarak da değerlendirilebilmektedir. İtalya da gastro diplomasiyi, bir kamu diplomasi ve yumuşak güç aracı olarak uygulayan ülkeler arasında ilk sıralarda yer almaktadır (Luša and Jakešević, 2017, s. 113).

Başlangıçta, İtalyanlar gastronomiyi iç politikalarının bir parçası olarak ele almışlar ve özellikle İtalya'daki gıda ve gıda bileşenleri hakkındaki bilgileri, iç politika yoluyla İtalyan toplumuna uygulamaya çalışmışlardır. Bu politikalar, temelde daha önce var olan İtalyan kültürüne dayanmakta, aynı zamanda da gıda bilgisinin ülke için önemli bir değere sahip olduğunu vurgulamaktadır. Hükümet ayrıca, İtalyan yemeklerini ve menülerini coğrafi işaretler ve geleneksel özel ürünler listelerine ekleyerek ürünlerin kalitesini ve özelliklerini müşteriye ve diğer ülkelere göstermek istemektedir (Elindawati and Nugrahani, 2023, s. 190).

İtalya'nın mutfak kültürünü tanıtmak amacıyla attığı ilk planlı adım, Gıda Tarım ve Ormancılık Politikaları Bakanlığı tarafından 27 Mayıs 2015 tarihinde EXPO 2015 Milano'da düzenlenen 'The Extraordinary Italian Taste' sunumu olmuştur. Bu sunumun hedefi, İtalyan yemeklerinin dünya çapında yayılmasını sağlamak ve bir marka değeri oluşturmaktır. EXPO 2015 ile başlayan bu süreçte, geleneklere, zanaata ve yeniliğe odaklanma; yiyecek ve şarap turları planlama; genç İtalyan şeflerinin yurt dışında uzmanlaşma faaliyetleri düzenleme; Akdeniz beslenme modelinin değerlerini paylaşma; yurtdışından yetenekleri çekme ve yüksek kaliteli İtalyan ürünlerini tanıtmaya gibi birçok etkinliğe yer verilmiştir. Ayrıca, pizza, lazanya, risotto ve spagetti gibi ulusal kimlik kazanmış yemeklerin tanıtımı ve uluslararası düzeyde yaygınlaştırılması için çeşitli etkinlikler düzenlenmiş; bu şekilde yemek ve İtalya arasında etkili bir bağ kurulmaya çalışılmıştır (Aksoy ve Çekiç, 2018, s. 723). İtalya'nın yürüttüğü bu gibi faaliyetlerle, gıdanın sadece temel bir insan ihtiyacı olmadığı, aynı zamanda

turizm ürünlerinin ayrılmaz bir parçası olduğu fark edilmiştir. Gastronomi, bir ülkenin kültürel ve siyasi gelişiminde önemli bir araç olarak değerlendirilmeye başlanmıştır. Gıda ürünleri; ulusal hükümet, sivil toplum kuruluşları, eğitim kurumları, medya ve iş dünyası gibi birçok aktör tarafından ihraç edilen ve tanıtılan kültürel ürünler olarak hizmet vermektedir. Son on yılda ortaya çıkan ve çeşitli ülkelerde kamu imajını iyileştirmek ve devlet çıkarlarını elde etmek için bir yumuşak güç aracı olarak kullanılan gastronomi, kültürel değişimleri teşvik etmek ve küresel farkındalığı artırmak amacıyla sınır ötesi gastronomi diplomasisi girişimlerinde bulunulmuştur (Elindawati and Nugrahani, 2023, s. 190).

Ülkelerin, mutfaklarını veya ünlü yemeklerini uluslararası bir marka olarak kullanmaları, kültürel diplomasi bağlamında kapsamlı bir strateji olarak değerlendirilmektedir. Bu yaklaşım, ülkelerin mutfaklarının dünya çapında tanınırlığını ve turizm aracılığıyla ekonomilerini güçlendirmelerini sağlamaktadır. Buna en iyi örneklerden biri olan İtalyan mutfağı, Akdeniz mutfağından sağlıklı ve hafif yemekler sunmakta; bu da İtalya'nın sağlıklı bir mutfığa sahip olduğunun altını çizerek zayıflamak isteyen turistleri çekmesine yardımcı olabilmektedir. Küçük ülkelerin tanınmamış yemeklerinin uluslararası prestij kazanmak için bu stratejiyi kullanmaları, büyük kazanımlar elde etmelerini sağlayabilirken; İtalya gibi farklı ve ulusal bir imza niteliğindeki mutfaklar, dünya çapında ülkelerinin bayrağını taşıyan markalar oluşturmaktadır. Pizza, İtalya'nın bu markasını dünyanın her yerine taşıırken, lazanya, spagetti ve risotto gibi diğer ünlü İtalyan yemekleri de uluslararası düzeyde tanınmaktadır. Yabancı uluslar tarafından yemek, İtalyan kültürü ve İtalyan yaşam tarzı ile ilişkilendirildiğinden, yemek ile turizm arasında önemli bir ilişki kurulmaktadır. İtalya'nın ayrıca üzüm bağları ve zeytinciliği ile de ünlü olması, yemek turizmini çiftliklere ve şarap imalathanelerine yönlendirmekte ve turistlere bu yerlerde yiyecek ve içecekleri deneme fırsatı sunmaktadır. İtalya'nın tarihi ve kültürel mirasını tanımakla birlikte, İtalyan yemeklerini tatma fırsatı, yabancı turistlerin ülkeye çekilmesine katkı sağlamaktadır. İtalya'nın gastronomik kültürel rolü ve yemek sektöründeki başarısı, ülkenin ekonomisine ve sosyal gelişimine önemli katkı sunmaktadır (Yılmaz ve Kılıçoğlu, 2017, s. 101). Sonuç olarak, İtalya'nın kaliteli yemekleri, şarapları ve zengin tarihi, kültürel ve doğal mirası, diğer uluslar için bir cazibe merkezi haline gelmesine neden olmuştur.

Bulguların Değerlendirilmesi

Doküman analizi kapsamında toplanan belgeler tematik analiz yöntemiyle incelenmiştir. Bu analiz, belgelerin detaylı bir şekilde değerlendirilmesini içermektedir. Söylem analizi kapsamında Bakanlıklar ve kültür enstitülerinin söylemleri, kullanılan dil, anlatım biçimleri ve mesajlar açısından analiz edilmiştir. Bu analiz, kültürel diplomasi politikalarının arkasındaki stratejik amaçları ve mesajları anlamaya yönelik ele alınmıştır. Kültür enstitülerinin faaliyetlerine yönelik belgeler doküman analizi kapsamında incelendiğinde, bu enstitülerin İtalyan kültürünü tanıtmak ve yaymak amacıyla çeşitli etkinlikler, sergiler, seminerler düzenlediği görülmektedir. Belgelerde sıkça vurgulanan temalar arasında kültürel değişim, sanat ve tarih yer almaktadır. Kültür enstitülerinin faaliyetleri söylem analizi kapsamında incelendiğinde ise, kültür enstitüleri tarafından yapılan açıklamalarda, İtalya'nın kültürel mirasının evrensel değerine ve bu mirası koruma ve yayma sorumluluğuna atıfta bulunmaktadır. Söylemlerde sıkça kullanılan kavramlar arasında "kültürel işbirlikleri", "diyalog" ve "kültürel zenginlik" bulunmaktadır.

Kültür enstitülerinin önem verdiği bir diğer konu eğitimidir. Eğitim alanında yapılan faaliyetlerin doküman analizi kapsamında incelenmesiyle eğitim programlarına dair belgelerde, İtalyan dilinin ve kültürünün öğretilmesine yönelik burslar, değişim programları ve uluslararası işbirliklerinin vurgulandığı görülmektedir. Bu bağlamda özellikle üniversiteler arası anlaşmalar ve öğrenci değişim programları önemli yer tutmaktadır. Eğitim alanında yapılan faaliyetlerin söylem analizi kapsamında incelenmesi sonucunda ise, eğitim alanındaki

resmi söylemlerde, eğitimin kültürel diplomasi aracı olarak kullanılması, kültürel anlayış ve hoşgörünün artırılmasının hedeflendiği anlaşılmaktadır. Söylemler, eğitimin toplumlar arasında köprü kurma ve barışı teşvik etme gücüne sıkça atıfta bulunmaktadır.

İtalya'nın kamu diplomasisinde önem verdiği bir diğer konu olan gastro diplomasi alanında yapılan doküman analizi kapsamında incelenen gastro diplomasiye dair belgelerde, İtalya'nın mutfak kültürünün tanıtılmasına yönelik stratejiler, fuarlar, gastronomi etkinlikleri ve restoranların rolü ön plana çıkarılmıştır. İtalyan mutfağının sağlıklı ve kaliteli ürünlerle ilişkilendirilmesi önemli bir tema olarak ortaya çıkmaktadır. Gastro diplomasi alanında yapılan faaliyetler söylem analizi kapsamında incelendiğinde, gastro diplomasi söylemlerinde, İtalyan mutfağının tarihî ve kültürel kökenlerine vurgu yapılmakta, bu mutfağın dünya mutfakları arasındaki önemi ve katkıları öne çıkarılmaktadır. Ayrıca, İtalyan mutfağının barışçıl ve birleştirici bir unsur olduğu mesajı sıkça verilmektedir.

Sonuç

İtalya'nın kamu diplomasisi ve yumuşak gücü gibi üzerine yapılan çalışmalar ve buna bağlı olarak geliştirilen stratejiler, ülkenin uluslararası ilişkilerdeki rolünü belirlemede önemli bir etkiye sahiptir. İtalya'nın kültürel diplomasisi, tarih boyunca kültürel zenginliğini ve mirasını dünyaya tanıtmak için etkili bir araç olarak kullanılmıştır. Kültür enstitüleri, bu çabaların merkezinde yer alarak İtalyan sanatını, edebiyatını, müziğini ve diğer kültürel unsurlarını dünya genelinde tanıtmıştır. Kültür enstitüleri, eğitim kurumlarından da faydalanarak önemli bir yumuşak güç sergilemekte, İtalyan kültürünü ve dilini dünya genelinde tanıtmak ve yaymak için kritik bir rol oynamaktadır. Bu kurumların düzenlediği sanat sergileri, konferanslar, dil kursları ve diğer etkinlikler aracılığıyla, İtalyan tarihi, sanatı, edebiyatı ve müziği gibi kültürel unsurlar uluslararası toplumlarla paylaşılarak kültürel anlayış ve iş birliği artırılmakta; İtalyan kültürü ve değerleri yayılmaktadır. Özellikle, İtalya'nın yurtdışındaki devlet okulları, İtalyan dilinin öğretilmesi ve İtalyan kültürünün yaygınlaştırılması konusunda önemli bir işlev görmektedir.

İtalya'nın kamu diplomasisi ve yumuşak gücü, kültürel mirasının yanı sıra gastronomik değeriyle de öne çıkmaktadır. Gastro diplomasisi yoluyla İtalyan mutfacı, dünya genelinde bir marka olarak tanıtılmış, İtalyan kültürünün önemli bir parçası olarak kabul edilmiş ve ülkenin kültürel etkisini artırmak için önemli bir araç olarak özellikle son 10 yılda gelişim göstermiştir. Bu çabalar, İtalyan yemek kültürünün uluslararası alanda bilinirliğini artırmış ve ülkenin kültürel zenginliğini vurgulamıştır. İtalyan yemekleri, uluslararası toplumlar arasında dünyada ilk akla gelen yemekler olmakta, bu durum, İtalya'nın turizm sektörünü güçlendirmekte ve ülkenin ekonomik kalkınmasına katkı sağlamaktadır. Bu çabalar, İtalyan kültürünün ve yaşam tarzının uluslararası alanda daha geniş bir kitleye ulaşmasına yardımcı olmaktadır. Gastro diplomasi, sadece İtalya'nın lezzetli yemeklerinin tanıtımıyla kalmayıp aynı zamanda İtalyan yaşam tarzını ve kültürel kimliği de dünya genelinde temsil etmektedir. Sonuç olarak, İtalya'nın kültürel diplomasisi ve gastro diplomasisi, ülkenin kültürel mirasını koruma ve tanıtmaya çabalarında önemli bir rol oynamaktadır ve uluslararası ilişkilerde olumlu etkiler yaratmaktadır.

İtalya'nın kültürel diplomasisi ve gastro diplomasisiyle ilgili bazı zorluklar da bulunmaktadır. Özellikle, diğer ülkelerin benzer çabalarıyla rekabet etmek zorunda kalmak, İtalya'nın kültürel mirasını koruma ve tanıtmaya çabalarını zorlaştırmaktadır. Ayrıca, uluslararası politika ve ekonomik koşullardaki değişiklikler, İtalya'nın

kültürel diplomasi faaliyetlerini etkileyebilmekte ve hatta sınırlayabilmektedir. Bununla birlikte, İtalya'nın kültürel diplomasisi ve gastro diplomasisi, uluslararası toplumla güçlü bağlar kurmaya ve kültürel anlayışı teşvik etmeye devam etmektedir. Bu çalışma, İtalya'nın kültürel diplomasisinin farklı alanlardaki uygulamalarını ve bu uygulamaların arkasındaki stratejik söylemleri ortaya koymaktadır. İtalya, kültürel enstitüler, eğitim ve gastro diplomasi aracılığıyla küresel düzeyde etkili bir kültürel diplomasi yürütmektedir. Ancak, bu alanlarda daha fazla iş birliği ve yenilikçi yaklaşımlar geliştirilerek, İtalya'nın küresel kültürel etkisi daha da artırılabilir. İtalya'nın kamu diplomasi uygulamalarında iyileştirme yapılabilmesi adına önerilerde bulunmak gerekirse; kültürel enstitüler arasındaki iş birliğinin artırılması ve dijital platformlar üzerinden daha geniş kitlelere ulaşılması gerektiği düşünülmektedir. Eğitim programları ve değişim programlarının kapsamı genişletilmeli, daha fazla uluslararası işbirliği ve burs imkanı sağlanmalıdır. Gastro diplomasi faaliyetlerinde yenilikçi ve sürdürülebilir stratejiler geliştirilerek, İtalyan mutfağının küresel tanıtımı güçlendirilmelidir. Bu öneriler doğrultusunda, İtalya'nın kültürel diplomasisi daha etkili ve sürdürülebilir hale getirilebilir, böylece ülkenin küresel kültürel etkisi artırılabilir.

İtalya'nın kültürel mirasının korunması ve tanıtılması, uluslararası barış, iş birliği ve karşılıklı anlayışın teşvik edilmesine katkıda bulunmaktadır. Bu nedenle, İtalya'nın kültürel diplomasisi ve gastro diplomasisi, uluslararası ilişkilerde önemli bir role sahiptir ve ülkenin kültürel mirasını dünya genelinde tanıtmak için önemli bir araç olarak hizmet etmeye devam edecektir. Çalışma İtalya'nın kültürel diplomasi uygulamaları ile sınırlandırılmıştır. Ancak ileri aşamalarda kültürel diplomasiyi yoğun olarak kullanan ülkelerin, kültürel diplomasi uygulamalarını karşılaştırarak bir çalışma yapmak, aradaki rekabetin analizini yapıp, ülkelere yol gösterici olması açısından da önem teşkil etmektedir.

Kaynakça

- Aksoy, M. ve Çekiç, İ. (2018, Ekim). *Gastronominin yumuşak güç olarak kullanımı üzerine bir inceleme*. 19. Ulusal Turizm Kongresinde sunulan bildiri, Afyonkarahisar. Erişim adresi: https://www.researchgate.net/publication/339676221_Gastronominin_yumusak_Guc_Olarak_Kullani_mi_Uzerine_Bir_Inceleme
- Aydemir, E. (2018). *Kamu diplomasisi*. İstanbul: Kalkedon Yayıncılık.
- Aydın, Y. (2023). Kültürel diplomasi çerçevesinde edebiyat ve eğitimin etkileri: Fransa ve İtalya örnekleri. *RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, (33), 1123-1132. doi:10.29000/rumelide.1285942
- Clarke, D. (2020). *Cultural diplomacy*. Oxford: Oxford University Press.
- Cummings, M. (2003). *Cultural diplomacy and the United States government: A survey*. Washington: Center for Arts and Culture.
- Elindawati, R. ve Nugrahani, H. S. D. (2023). The role of gastronomy in cultural politics: Lesson learned from Italy. *Journal of Strategic and Global Studies*, 6(2), 180-192. doi: 10.7454/jsgs.v6i2.1121

- Ercan Akar, E. ve Gürkaynak, M. (2022). Bir kamu diplomasisi aracı olarak Avrupa Birliği Erasmus+ programı. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(42), 263-294. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/2163569>
- Goda, N. ve Čiefová, M. (2019). Cultural diplomacy of selected countries in a comparative perspective. *Folia Geographica*, 61(2), 172-189. Erişim adresi: <https://www.proquest.com/docview/2315347816?sourcetype=Scholarly%20Journals>
- Grincheva, N. (2024). The past and future of cultural diplomacy. *International Journal of Cultural Policy*, 30(2), 172-191. doi: 10.1080/10286632.2023.2183949
- Gumenyuk, T., Frotveit, M., Bondar, I., Horban, Y. ve Karakoz, O. (2021). Cultural diplomacy in modern international relations: The influence of digitalization. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 99(7), 1549-1560. Erişim adresi: <https://www.jatit.org/volumes/Vol99No7/7Vol99No7.pdf>
- 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. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/315475>
- Inbound Tourism. (2024). UNWTO, Italy, Erişim adresi: <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>
- Italian Culture. (2024). Erişim adresi: <https://modern diplomacy.eu/2018/05/10/italian-culture-an-asset-for-countrys-public-diplomacy/>
- Italian Education System in the World. (2024). Erişim adresi: <https://www.esteri.it/it/diplomazia-culturale-e-diplomazia-scientifica/cultura/sistema-della-formazione-italiana-nel-mondo/>
- Italian Schools in the World. (2024). Erişim adresi: <https://italiana.esteri.it/italiana/opportunita/scuole-italiane-nel-mondo/>
- Kamu diplomasisi nedir?*. (2022). Ankara: Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Yayınları.
- Leonard, M. (2002). *Public diplomacy*. London: The Foreign Policy Center.
- Luša, D. ve Jakešević, R. (2017). The role of food in diplomacy: Communicating and “winning hearts and minds” through food. *Media Studies*, 8(16), 99-119. doi: 10.20901/ms.8.16.7
- Marchetti, R. (2018) Italian hybrid diplomacy. *Contemporary Italian Politics*, 10(2), 193-207. doi: 10.1080/23248823.2018.1472900
- Medici, L. (2019). Italy’s cultural diplomacy: From propaganda to cultural cooperation. *Świat Idei i Polityki*, (18), 25-46. doi: 10.15804/siip201902
- Melissen, J. (2011). Beyond the new public diplomacy. *The Hague: Clingendael Paper*, (3), 1-34. Erişim adresi: https://www.clingendael.org/sites/default/files/pdfs/20111014_cdsp_paper_jmelissen.pdf

- Nye, J. (2005). *Yumuşak güç*. Ankara: Elips Kitap.
- Nye, J. S. (2008). Public diplomacy and soft power. *ANNALS, AAPSS*, 616, 94-109.
- Öney, H. (2016). Gastronomi eğitimi üzerine bir değerlendirme. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (35), 193-203. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1724952>
- Özkan, A. (2019). 21. yüzyılın stratejik vizyonu kamu diplomasisi ve Türkiye'nin kamu diplomasisi imkânları. *TASAM Yayınları*, (70), 1-29. Erişim adresi: https://tasam.org/Files/PDF/Raporlar/STR70_21._Yuzyilin_Stratejik_Vizyonu.pdf_66fb77c9-cd79-481e-a185-9a9c26ffe7b7.pdf
- Saliu, H. (2021). The specifics and complexity of EU public diplomacy. *Družboslovne Razprave/Social Science Forum*, (37), 189-207. Erişim adresi: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3935983
- Sant'agata, G. T. (2019). Culture and identity, basic reference for European and Italian diplomacy. *Rivista di Studi Politici Internazionali*, 86(3), 385-404. Erişim adresi: <https://www.jstor.org/stable/26863001>
- Spence, C. (2016). Gastrodiplomacy: Assessing the role of food in decision-making. *Spence Flavour*, 5(4), 1-16. doi: 10.1186/s13411-016-0050-8
- Suntikul, W. (2019). Gastrodiplomacy in tourism. *Current Issues in Tourism*, 22(9), 1076-1094. doi: 10.1080/13683500.2017.1363723
- The History of the Italian School Network in the World. (2024). Erişim adresi: <https://italiana.esteri.it/italiana/chi-siamo/attivita-e-funzioni/storia-rete-scolastica/>
- The Network of Italian Cultural Institutes*. (2024). Erişim adresi: <https://www.esteri.it/it/diplomazia-culturale-e-diplomazia-scientifica/cultura/reteic/>
- Triandafyllidou, A. ve Szucs, T. (2017). EU cultural diplomacy: Challenges and opportunities. *Robert Schuman Centre for Advanced Studies*, Policy Brief no.13, 1-6. doi: 10.2870/458364
- Unesco Dünya Mirasları Listesi. (2024). UNESCO, İtalya, Erişim adresi: <https://whc.unesco.org/en/statesparties/it>
- Yağmurlu, A. (2019). Kültürel diplomasi: Kuram ve pratikteki çerçevesi. *Selçuk İletişim*, 12(2), 1182-1210. doi: 10.18094/josc.596331
- Yıldırım, G. ve Koç Kaplan, S. M. (2023). Ülke tanıtımında kültürel diplomasinin önemli bir aracı olarak ulusal kültür enstitülerinin rolü. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (59), 203-221. doi: 10.30794/pausbed.1228127
- Yıldız, M. (2018). Avrupa Birliği'nde Türkiye'nin üyelik sürecine yönelik algıların dönüşümü. E. C. Sokullu (Ed.), *Popülizmle dönüşen Avrupa ve Türkiye-AB ilişkilerinin geleceği içinde*. İstanbul: Bilgesam Yayınları.

Yılmaz, A. N. ve Kılıçoğlu, G. (2017). Avrupa Birliği'nin yumuşak güç kullanımı ve diğer ülkeler üzerindeki olumlu etkisi. *Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 8(15), 83-118. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/326750>

Zamorano, M. M. (2016). Reframing cultural diplomacy: The instrumentalization of culture under the soft power theory. *Culture Unbound*, 8(2), 165-186. doi: 10.3384/cu.2000.1525.1608165

Extended Abstract

Purpose

This study aims to analyse the public diplomacy practices of Italy, one of the founding countries of the European Union. It is seen that cultural diplomacy is at the forefront in Italy, and therefore, the main purpose of the study is to reveal the elements of Italy's cultural values that lead Italy to emphasise cultural diplomacy. The importance of the study lies in revealing the ways that Italy, which attaches great importance to cultural values and aims to spread these values in the world, follows in this process. The fact that the most important share of Italy's public diplomacy is devoted to cultural diplomacy emphasises the importance of this situation.

Design and Methodology

The research method of this study was determined as descriptive qualitative research method analysis. Although it is a study based on conceptual evaluations, it focuses on case studies in order to understand how the conceptual framework is applied in practice. Within the scope of the conceptual evaluation, the concepts of public diplomacy, soft power, cultural diplomacy and gastro diplomacy were tried to be explained. The design of the study is based on a descriptive analysis and focuses on a case study. In the analysis of the public diplomacy practices of the European Union countries, Italy, the founding country of the European Union, was chosen as the sample country. How the conceptual framework of public diplomacy is applied in practice by Italy is analysed. For this purpose, primary and secondary sources were utilised in the data collection process, the statements of the ministries on the subject were examined, United Nations reports and statistical information were used. This information has been evaluated together with the statements discussed in the conceptual framework. Therefore, the information discussed through a conceptual study was synthesised through a descriptive qualitative research method and the public diplomacy practices of Italy, which was selected as a sample country, were subjected to analysis. Through the data and information obtained, an assessment has been made on the importance of cultural diplomacy in Italy's public diplomacy.

Findings

The findings of this study emphasising the importance of Italy's public diplomacy practices, cultural diplomacy, cultural institutes, education and gastro diplomacy are quite striking. These findings reveal that Italy effectively utilises cultural and educational resources to increase its promotion and influence in the international arena.

Cultural diplomacy is seen as an important tool to promote Italy's cultural heritage and artistic richness around the world. Exhibitions, concerts, theatre plays and other events featuring a wide range of Italian culture reflect the country's cultural richness and diversity and also strengthen its ties with the international community.

Cultural institutes play an important role in teaching and disseminating the Italian language and culture. These institutes strengthen relations with Italy by offering language courses, cultural events and other educational opportunities to people abroad who are interested in Italian culture. Education is an important component of Italy's public diplomacy. The country's higher education institutions promote the Italian education system by offering a variety of scholarships and support programmes to international students and encourage international students to come to the country and gain cultural and academic experiences.

Gastro diplomacy is emerging as a powerful tool to increase the popularity and influence of Italian cuisine worldwide. By promoting Italian food and wines through events such as gastronomic events and festivals, a savoury aspect of Italian culture is emphasised, strengthening Italy's image internationally. These findings suggest that the cultural and educational dimensions of Italy's public diplomacy play an important role in enhancing the country's influence in the international arena.

Research Limitations

The most important limitation of the study, which focuses on Italy's public diplomacy practices and the importance of cultural diplomacy in this context, can be stated as focusing only on Italy. Only Italy's cultural diplomacy and gastro diplomacy practices were evaluated within the scope of the study. Another limitation is that the study does not address other public diplomacy practices implemented by Italy. The two most prominent tools in Italy's public diplomacy practices have been evaluated, and thus, the place of cultural diplomacy and gastro diplomacy in publicising Italy's soft power in the world has been tried to be understood.

Implications (Theoretical, Practical and Social)

The research on Italy's public diplomacy practices emphasised the importance of cultural diplomacy, cultural institutes, education and gastro diplomacy and revealed the need for improvements in these areas. In the light of these findings, some suggestions can be made to strengthen Italy's public diplomacy strategies.

Firstly, more comprehensive and effective strategies should be developed in the field of cultural diplomacy. More events should be organised to promote Italian culture worldwide and more investment should be made in cultural heritage. Through exhibitions, festivals, concerts and other events, Italian culture should be brought to a wider audience.

Cultural institutes should be used as an important tool for teaching Italian language and culture. They should be encouraged to offer more scholarships and support to international students. In addition, various educational programmes and resources should be made available for people interested in Italian culture.

In the field of education, it is important that Italy offers more opportunities for international students. Higher education institutions in the country should be made more attractive to international students and study programmes should be more diversified. Furthermore, international promotional campaigns should be organised to promote Italy's high quality education.

Gastro diplomacy is an important tool to promote Italy's food and wine culture around the world. More promotional and marketing activities should be organised in this field and the international popularity of Italian cuisine and wines should be increased. Furthermore, further promotion of gastronomic events and festivals should be encouraged.

In conclusion, more efforts are needed in areas such as cultural diplomacy and gastro diplomacy to strengthen Italy's public diplomacy strategies and increase its influence in the international arena. The implementation of these recommendations will strengthen Italy's presence in the world and enable the country to play an important role in international affairs.

Originality/Value

The study focuses only on Italy's public diplomacy practices within the scope of its purpose. There are studies on Italy's public diplomacy practices or Italy's cultural diplomacy or gastro diplomacy. However, there are not many studies on how cultural values and food culture are effective in Italy's public diplomacy and how they are used as soft power tools. In addition, the fact that the study analyses Italy's cultural diplomacy in the historical process and makes use of current statistical data constitutes the unique value of the study.

Araştırmacı Katkısı: Mehlika Özlem ULTAN SÖNMEZ (%100).