e-ISSN: 2667-5811

eid

Erciyes İletişim Dergisi
Journal of Erciyes Communication

cilt/volume: 9 | sayı/issue: 2
Temmuz/July 2022

eid

Jenerik | Credits

Erciyes İletişim Dergisi | Journal of Erciyes Communication

e-ISSN: 2667-5811
ISSN: 1308-3198

Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi adına Sahibi
Owner, in the name of Faculty of Communication

Prof. Dr. Hakan AYDIN (Dean)
haydin@erciyes.edu.tr

Editör | Editor

Assoc. Prof. Dr. Faruk TEMEL
faruktemel@erciyes.edu.tr

Editör Yardımcısı | Vice Editor

Res. Asst. Yavuz KANBUR
yavuzkanbur@erciyes.edu.tr

Sayfa Tasarımı | Page Design

Res. Asst. Ph.D. Burak ÜNLÜ
burakunlu@erciyes.edu.tr

Alan Editörleri | Field Editors

Asst. Prof. Dr. Deniz Elif YAVALAR
deyavalar@erciyes.edu.tr

Res. Asst. Ph.D. Burak ÜNLÜ
burakunlu@erciyes.edu.tr

Res. Asst. Ph.D. Ömer F. KOÇAK
okocak@erciyes.edu.tr

Res. Asst. Ph.D. Kadir MACİT
kmacit@erciyes.edu.tr

Dil Editörü | English Language Editor

Lect. Faruk SADIÇ
faruksadic@erciyes.edu.tr

Editoryal Sekreterya | Editorial Secretariat

Res. Asst. Mustafa ÇEĞİNDİR
mustafacegindir@erciyes.edu.tr

Yazışma Adresi | Correspondence Address

Assoc Prof. Dr. Faruk TEMEL
Telefon/Faks: 0 352 437 52 61

Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi
Yenidoğan Mahallesi, Ahmet El Biruni Caddesi,
No 78A, 38280, Talas/KAYSERİ

e-posta: eid@erciyes.edu.tr

Erciyes İletişim Dergisi, 2009 yılından beri düzenli olarak Ocak ve Temmuz aylarında yılda iki kez yayınlanan hakemli bir dergidir. Dergimizde yayınlanan yazıların her türlü sorumluluğu yazarına aittir. Yayımlanan yazıların telif hakkı dergiye aittir ve referans gösterilmeden aktarılamaz.

Journal of Erciyes Communication is a peer-reviewed journal that has been regularly published twice a year in January and July since 2009. All responsibility of the articles published in our journal belongs to the author. The copyright of the published articles belongs to the journal and cannot be transferred without reference.

Dergimiz TR Dizin, Index Copernicus International, Sobiad, İdealonline, Google Scholar ve EBSCO Host tarafından indekslenmektedir.

Erciyes İletişim Dergisi / Journal of Erciyes Communication
e-ISSN: 2667-5811 | ISSN: 1308-3198

Araştırma Makalesi | Research Article

Seyyar Sergi Karadeniz Vapuru'nun (1926) Dönem Gazetelerinde Sunumu ve Tanıtım Turunun Halkla İlişkiler Açısından İncelenmesi

The Presentation of Mobile Exhibition Black Sea Ferry (1926) in Newspapers of the Period and Examination of the Promotional Tour in terms of Public Relations

Murat BAŞARIR (Assoc. Prof. Dr.)
Erciyes University Faculty of Communication
Kayseri/Türkiye
muratbasarir@erciyes.edu.tr

Yaşar ZORLU (Assoc. Prof. Dr.)
Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Communication
Bolu/Türkiye
yasar.zorlu@ibu.edu.tr

Başvuru Tarihi | Date Received: 06.04.2022
Yayına Kabul Tarihi | Date Accepted: 05.05.2022
Yayınlanma Tarihi | Date Published: 22.07.2022
https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.1099413

Öz

Çalışma, 1926 yılında, Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşundan hemen sonra yaptığı değişimleri uluslararası camiada tanıtmak ve ekonomik ilişkiler kurmak gayesiyle Karadeniz Vapuruyla gerçekleştirdiği Seyyar Sergi'yi, halkla ilişkiler tarihi ile halkla ilişkiler uygulama alanları açısından değerlendirmeyi ve serginin başlangıç evresinde Türk kamuoyuna gazeteler üzerinden nasıl yansıtıldığını gözlemlemeyi amaçlamaktadır. Çalışma, uluslararası düzeyde tertip edilen serginin halkla ilişkiler tarihindeki yerini ve halkla ilişkiler uygulama alanları ile bağlantılarını sunma noktasında bütüncül anlayıştan, ilk seyahate başladığı dönemde kamuoyuna yansıtılışını sunma noktasında ise çerçeveleme modelinden hareket etmektedir. Sonuçta Seyyar Sergi girişimi, halkla ilişkiler tarihinde, halkla ilişkiler tabiri kullanılmadan yapılmış planlı bir halkla ilişkiler uygulama örneği olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca serginin basınla ilişkiler, destinasyon tanıtımı, kamu diplomasisi, imaj yönetimi ve etkinlik yönetimi uygulama alanlarının fonksiyonlarını karşılar özellikler barındırdığı anlaşılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Halkla İlişkiler, Halkla İlişkiler Tarihi, Seyyar Sergi, Karadeniz Vapuru.

Abstract

The study deals with the Mobile Exhibition, which was held with the Black Sea Ferry in 1926 with the aim of "to introduce the changes made in the international community and to establish economic relations" right after the establishment of the Republic of Turkey. In addition, it aims to evaluate the mobile exhibition in terms of the history of public relations and the application areas of public relations, and to observe how the exhibition was reflected to the Turkish public through newspapers in the initial phase. The study proceeds from a "holistic understanding" at the point of presenting the place of the internationally organized exhibition in the history of public relations and its connections with the fields of practice of public relations, and from the "framing model" at the point of presenting its reflection to the public when it first started to travel. As a result, the Mobile Exhibition initiative is evaluated as a planned "public relations practice example" made without using the term "public relations" in the history of public relations. In addition, it is understood that the exhibition has features that meet the functions of "press relations, destination promotion, public diplomacy, image management and event management" application areas.

Keywords: Public Relations, History of Public Relations, Mobile Exhibition, Black Sea Ferry.

CC BY NC ND

Giriş

Anlayış, sempati ve destek kazanmak gayesiyle icra edilen halkla ilişkiler çalışmalarında, mezkûr amaçları gerçekleştirmek için kamulara yönelik çeşitli etkinlikler organize edilmektedir. Organize edilen etkinlikler üzerinden farklı hedef kitlelerle diyalog kurma, tanıtım yapma ve iş birliği geliştirme imkânı yakalanmaktadır. Bu amaçlarla icra edilen organizasyonlardan biri de sergilerdir. Sergiler gerek ülkelerin gerekse özel sektörün ticarî, sınaî, ziraî ürünlerini, hizmetlerini ve kültürel değerlerini hem ulusal hem de uluslararası düzeyde tanıtımını sağlamaktadır. Aynı zamanda katılımcıları için pazarlar oluşturma noktasında işlevleler üstlenmektedir.

Bu kapsamda özellikle sanayi inkılabıyla birlikte Avrupa'da artan seri üretimin daha fazla tükettirilmesi ve ihracatın arttırılması için modern anlamda ilk uluslararası serginin İngiltere tarafından 1851'de Londra gerçekleştirildiği; Osmanlı İmparatorluğu'nun da halkın tarım, sanayi ve sanat alanlarındaki kabiliyetini göstermek için bu ilk uluslararası sergiye katıldığı bilinmektedir (Önsoy, 1983, s. 195). Osmanlı hükümeti 1 Mayıs 1851'de açılan Büyük Londra Sanayi Fuarı'na, 6 Nisan 1851'de İstanbul'dan hareket eden Feyz-i Bârî adlı gemiyle gönderdiği personeli ve ürünleriyle iştirak etmiştir (Turan, 2020, s. 750).

Tanzimat döneminde uluslararası sergilere katılma ve sergi düzenleme konusundaki devlet iradesi; Cumhuriyet'in ilanından önce, İzmir İktisat Kongresi'nde de kararlı bir şekilde ortaya konmuştur. Devletin siyasî bağımsızlığının ekonomik gelişme ve güçle pekiştirilebileceği düşüncesiyle 17 Şubat-4 Mart 1923 tarihleri arasında gerçekleştirilen İzmir İktisat Kongresi'nde, uluslararası sergilere katılarak ve sergiler tertip ederek Türkiye'nin "emtia ve mamulatının" tanıtılması konusu gündeme alınmıştır (Bozkurt, 2019, s. 1098-1099). Bu bağlamda II. Meşrutiyet döneminde, 1909'da gündeme gelen, fakat savaşlar sebebiyle gerçekleştirilemeyen seyyar sergi projesini; 1925'te TBMM'de bütçe görüşmelerinde Kazım Karabekir Paşa İktisat Kongresi'ndeki kararlara atıf yaparak bir kez daha gündeme taşımıştır. Ticaret Bakanı Ali Cenanî Bey de ülke içinde bir ticaret sergisinin maliyetinin çok yüksek olduğunu belirterek, bunun yerine Avrupa liman kentlerine gidecek seyyar bir serginin çok daha az maliyetli ve tanıtımda çok daha etkili olacağı belirtmiş, bu öneri mecliste kabul görmüş, 1926 yılında ise uygulanmasına geçilebilmiştir (Bozkurt, 2019, ss. 1100-1102).

Böylelikle 1926 yılında, genç cumhuriyet Seyr-i Sefain İdaresi'ne ait Karadeniz Vapuru 'nu topraklarımıza ait ürün, sanat eserleri ve eşyaları en fazla ilişki içerisinde bulunduğumuz limanlarda teşhir etmek; bu vesile ile tüketici piyasalarının dikkat ve ilgisini Türkiye üzerinde toplamak gayesiyle (Resmi Ceride, 1343/1925) seyyar bir sergi vasıtası olarak kullanmıştır. Türkiye Cumhuriyeti'nin çağdaşlaşma bağlamında projelendirip büyük önem verdiği Seyyar Sergi (Bozkurt, 2019, s. 1100), icra edildiği dönemde "genç cumhuriyetin iktisadi ve zirai faaliyet ve kabiliyetinin bir aks-i sadası" olarak telakki edilmiştir (Resmi Ceride, 1343/1925). Özenli bir zevkle hazırlanıp düzenlendiği kaydedilen (Kudret, 1979, s. 24) Karadeniz Vapuru'nda, Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşunda yer almış ve cumhuriyeti temsil edebilecek nitelikteki katılımcılarla (Gürtunca, 2020, s. 74) Avrupa limanları[1] dolaşılmıştır. Seyyar Sergi'de plan dâhilinde belirlenen limanlarda Türkiye'nin ürettiği ürünler, eserler teşhir edilmiş, tanıtım faaliyetleri icra edilmiş, sergiyi gezenlere satışlar yapılmış ve genç cumhuriyeti yansıtıcı etkinlikler organize edilerek yabancı ülkelerle diyaloglar gerçekleştirilmiştir.

Bünyesinde sadece ekonomik değil ülke tanıtımına yönelik kültürel bir misyonda barındırdığı ifade edilen Seyyar Sergi'nin hem Türkiye hem de dünya kamuoyunda yankılar uyandırdığı belirtilmektedir (Bozkurt, 2019, s. 1104-1105). Söz konusu Seyyar Sergi'nin planlanışına, katılımcılarına, işlevine ve uygulamalarına bağlı olarak bugün dahi yankı uyandırdığından bahsedilebilir. Nitekim yakın geçmişte de Karadeniz Vapuru'nun mezkûr seyahati belgesellere, müzikallere, araştırma-inceleme esrelerine konu olduğu gözlemlenmektedir. Soner Sevgili'nin (2006), yönetmenliğinde doküman inceleme ve anılar üzerine inşa edilen "Karadeniz: Seyr-i Türkiye" başlıklı belgeseli NTV kanalında yayınlanmış; konunun popülerleşmesine katkı sağlamıştır. Belgeselin hemen ardından Lemi Özgen (2007), THY'nin Skylife dergisinde "Bir Ulus Kendini Tanıtıyor" başlığı ile Sevgili'nin belgeselini konu alarak yolculara, okuyuculara sergi hakkında bilgi vermiştir. 2018 yılında Pınar Ayhan (2018), Karadeniz Vapuru'nun ikinci kaptanı Süreyya Gürsu'nun Türk Ticaret Kaptan ve Makinistler Cemiyeti'nin Meslek Mecmuası olan "Deniz" dergisinde 1935 senesinde başlayan ve 35 sayıda tefrika edilen seyrüsefer hatıralarını derleyerek okuyucularla buluşturmuştur. Bozkurt ise 2019 yılında yayınladığı makalesinde, Türkiye Cumhuriyeti'nin bir propaganda ve tanıtım hamlesi olarak nitelendirdiği Seyyar Sergi'nin gündeme gelişini, hazırlanışını, serginin talimnamesinde ele alınan konuları, sergide yer alan ürünleri, sergiye Mustafa Kemal'in yaptığı ziyareti ve gezilen limanlardaki sergi faaliyetlerine yer vermektedir (Bozkurt, 2019). Yine 2019 yılında Ufuk Erdem, "Türkiye Cumhuriyeti Kendini Tanıtıyor Yüzer Sergi Avrupa'da" adlı eserinde Seyyar Sergi'nin hazırlanışı, talimat ve programının dışında gezdiği limanlardaki intibaları Gürsu'nun hatıralarına ilaveten Resimli Gazete'nin muhabirleri Bedia Celal'in gazetesine gönderdiği ve yayınlanan mektupları üzerinden anlatmaktadır (Erdem, 2019). 2020 yılında ise Gürtunca "Genç Cumhuriyet Karadeniz Vapurunda" isimli eserinde sergilere, Karadeniz Vapuru'ndan esinlenen diğer yüzer sergilere değindikten sonra özellikle yabancı basında Seyyar Sergi'yle ilgili yayınlar üzerinden değerlendirmeler yapmaktadır (Gürtunca, 2020).

Son yıllarda akademik ilgiyi üzerine çeken Seyyar Sergi'yi mahiyeti, misyon, işlev ve sonuçları itibariyle bir halkla ilişkiler girişimi olarak da değerlendirmek ve Türkiye halkla ilişkiler tarihinde müstesna bir yere konumlandırmak mümkün görülmektedir. Nitekim Canpolat (2012b, s. 872), "Sosyal Teorideki İktidar Düşüncesi Temelinde Halkla İlişkiler ve Türkiye'de Halkla İlişkilerin Gelişimi" başlıklı bildirisinde, Avrupa ülkelerine genç Türkiye'nin tanıtılması ve ürünlerinin pazarda yer alması için Seyyar Sergi etkinliğinin düzenlendiğini nakletmektedir. Canpolat, Karadeniz Vapuru'nun sergi için restore edilmesinden, logosunun tasarlanmasına, antetli kağıtların, broşürlerin, menülerin, hatıra pullarının, ürünlerin üzerine yerleştirmek için dört lisanda etiketlerin hazırlanmasından Riyaseti Cumhur Orkestrası'nın vereceği konserlerin afişlerinin sokaklara asılmasına ve konser gelirlerinin o ülkenin fakir çocuklarına verilmesine kadar sergide olan etkinlikleri halkla ilişkiler ile örneklendirmektedir. Yamanoğlu vd. de (2013), "Türkiye'de Halkla İlişkiler Tarihi Kurumsallaşma Yılları 1960-1980" adlı eserlerinde, sergi ve fuarların halkla ilişkiler tarihini zenginleştirmekte faydalı olacağını savunarak, özellikle Cumhuriyetin ilk döneminde Türkiye'yi tanıtmaya yönelik çalışmaları yeniden okumaya ihtiyaç duyulduğunu vurgulamaktadırlar. Aynı zamanda bu kapsamda, Karadeniz Gemisi'nin gezici fuar fonksiyonu ile bir halkla ilişkiler aracı olarak iş gördüğüne dikkat çekmektedirler. Özkan ise (2021), "Erken Dönem Kamu Diplomasisi ve Halkla İlişkiler Örneği Olarak "Seyyar Sergi Karadeniz Vapuru" başlıklı çalışmasında söz konusu sergiyi Szondi'nin Kamu Diplomasi Boyutları üzerinden incelemekte ve etkinliği kamu diplomasisi örneği olarak sunmaktadır.

Vurgulardan ve çalışmalardan da anlaşılabileceği gibi Seyyar Sergi, yapılış amacı, icra planlanması ve uygulama sürecindeki faaliyetleri ile halkla ilişkiler disiplininin çerçevesi içerisinde değerlendirilebilir konumdadır. Bu çalışma, Seyyar Sergi'nin tertip edildiği dönemde yayında olan Cumhuriyet, Milliyet, Vakit ve Yenises gazetelerinde kamuoyuna nasıl çerçevelendiği sorusunu analiz etmek ve halkla ilişkiler tarihi ve uygulama alanlarındaki yerini, konumunu belirlemek için gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda çalışma aşağıdaki araştırma soruları üzerine şekillendirilmiştir;

1. Türkiye'nin halkla ilişkiler tarihi açısından Karadeniz Vapuru ile yapılan Seyyar Serginin yeri nerededir?

2. Seyyar Sergi'de yapılan faaliyetler, halkla ilişkiler uygulama alanlarından hangileri ile ilişkilendirilebilir?

3. Seyyar Sergi; Cumhuriyet, Milliyet, Vakit ve Yenises gazetelerinde nasıl çerçevelenmiştir?

Türkiye'nin Halkla İlişkiler Tarihi Bakımından Seyyar Sergi'nin Konumlandırılması

L'Etang (2008, s. 319), halkla ilişkiler tarihi anlatımlarının ulusal, bölgesel, kültürel, yönetimsel, kurumsal, örgütsel, profesyonel, biyografik ve otobiyografik olabileceği gibi; kavram, terim ve fikirlerin tarihleri üzerinden entelektüel boyuttan da olabileceğini belirtmektedir. Türkiye'deki halkla ilişkiler tarihi alan yazınında da belirtilen bu boyutlar ya da benzerleri üzerinden yapılan anlatılarla karşılaşılabilmektedir. Alan yazında halkla ilişkiler tarihi işlenirken ilk önce eski uygarlıklar zamanında halkla ilişkiler uygulaması olarak değerlendirilebilecek muhtelif örneklerin[2] sunulduğu; ardından da modern halkla ilişkilerin öncülü olarak zikredilen ABD'deki uygulamalardan ve oradaki temsilcilerinden[3] bahsedildiği; sonrasında da Türkiye'deki gelişiminin aktarıldığı bir anlatı sırasının varlığından bahsedilmektedir (Başarır, 2020, s. 964). Benzer şekilde alanın Türkiye tarihi aktarılırken de önce Türk Tarihi'nin eski devirlerinde var olan bazı uygulamalar örnek olarak verilmektedir. Ardından Millî Mücadele döneminde bilhassa kamuoyu oluşturmaya, teşkilatlanmaya yönelik yapılan gazete çıkartma, mitingler düzenleme gibi uygulamalara değinilmektedir. Cumhuriyet dönemi uygulamalar başlığı altında ise kamu-özel ayrımı gözetilerek gerek dönemsel uygulama örnekleri gerekse de eğitim, meslekleşme gibi kesitlerdeki ilerlemeler üzerinden anlatı yapılabilmektedir.

Bu bağlamda ön plana çıkan örnekler kompakt olarak şu şekilde sunulabilir: Türk tarihi içerisinde yer alan destanlar, hikâyeler, kitabeler, divanlar, kurultaylar; yönetim işlevlerinde oynadıkları rol, kültürel aktarımdaki fonksiyonları ve toplumsal etkileri nazarından birer halkla ilişkiler uygulaması olarak görülebilmektedir (Kazan, 2021, s. 72-92). Ayrıca vakıf müessesi, ahi teşkilatlanması, kervansaraylar, camiler de fonksiyonları ile halkla ilişkiler tarihi içerisinde yer bulabilmektedir (Ustakara, 2020, s. 112-113). Milli Mücadele Dönemi'nde ise İrade-i Milliye, Hâkimiyet-i Milliye gazeteleri ile Anadolu Ajansı gibi kuruluşlar; alınan kararların halka duyurulmasındaki işlevleri üzerinden halkla ilişkiler tarihi içerisinde yer alabilmektedir (Akdağ & Erdem, 2009, s. 22). Cumhuriyetin ilanından çok partili hayata geçişe kadarki dönemde ise kamunun yaptığı ve yönlendirdiği sergi ve kongreler, iktisadi teşekküllerin (Sümerbank, Karabük Demir Çelik vd.) kültür sanat, çevreyi iyileştirme temelli faaliyetleri, Milli İktisat ve Tasarruf Cemiyeti'nin kampanyalarından bahsedilmektedir. Ayrıca özel sektörde de İş Bankası, Singer, Necip Akar, Hacı Bekir işletmelerinin ürün tanıtım, satış, eğitim temelli uygulamaları örnek olarak sunulmaktadır (Canpolat, 2012a, s. 102-154). Çok partili hayata geçişle birlikte ise ilk etapta, göreve gelen hükümetlerin programlarında yer verdikleri devlet-vatandaş

ilişkilerine dair hükümler aktarılmaktadır (Akdağ & Erdem, 2009, s. 24). 60'lı yıllara gelindiğinde ise halkla ilişkiler tabiri kullanılarak, planlı uygulamaların icra edilmeye başlandığı fark edilmektedir. Nitekim Türkiye'de mesleğin öncülerinden olan Asna (1997, s. 75), bu dönemde kurulan Devlet Planlama Teşkilatı'nı halkla ilişkilerin gerçek manada kullanılması açısından başlangıç noktası, bir köşe taşı olarak nitelemektedir. Bu noktada 1987 Halkla İlişkiler Sempozyumu'nda bilgi toplama, araştırma, planlama, uygulama ve değerlendirme basamaklarını içine alan bilimsel anlamda ilk halkla ilişkiler uygulaması olarak DPT ile Sağlık ve Sosyal Yardım Bakanlığı'nın ortaklığıyla yapılan Nüfus Planlaması Kampanyası'nı örnek vermektedir (Asna, 20-21 Nisan1987, s. 27). Zaten 60 ve 80'li yıllar alan yazında halkla ilişkilerin "kurumsallaşma yılları" olarak nitelenmekte (Yamanoğlu vd., 2013) hem kamu hem de özel sektörde çok çeşitli halkla ilişkiler uygulamaları ile karşılaşılabilmektedir. İş bu halde ilerlemeci ve evrimsel tarih anlatımıyla Türkiye'nin halkla ilişkiler tarihine baktığımızda şu istikametteki örneklerle aktarım yapıldığı dile getirilebilir:

1. Türk tarihinde halkla ilişkiler unsurları barındırdığı söylenebilecek olan uygulamalar,

2. Millî Mücadele döneminde kamuoyu oluşturmaya, yönlendirmeye, kontrol etmeye yönelik çalışmalar,

3. Cumhuriyetin ilanıyla birlikte hayata geçen yenilikleri benimsetici, ülkeyi tanıtıcı etkinlikler,

4. Çok partili hayata geçişle birlikte vatandaş-devlet ilişkilerine dair hükümlere bağlı yapılan çalışmalar,

5. Planlı kalkınmayla birlikte halkla ilişkiler disiplinin gereklerince planlı yapılan etkinlikler,

6. Alanla ilgili eğitim ve meslekleşme çabaları,

7. Çok ortamlı çok araçlı modern halkla ilişkiler uygulamaları.

Ortaya sunulan bu açı kapsamında yapılacak bir değerlendirme ile Karadeniz Vapuru ile yapılan Seyyar Sergi girişiminin Türkiye'de halkla ilişkilerin bilinçli, planlı olarak yürütülmeye başlanmasından önce, halkla ilişkiler alanının henüz kurumsallaşmadığı bir evrede gerçekleştirildiği fark edilmektedir. Seyyar Sergi; cumhuriyetle birlikte yaşanan değişimi yansıtıcı, ürün ve kurumlar üzerinden ülkeyi uluslararası topluma tanıtmayı amaç edinen yapısıyla Türkiye'deki ilk uluslararası planlı halkla ilişkiler pratiği olarak konumlandırılabilir.

Seyyar Sergi'de Yapılan Faaliyetlerin Halkla İlişkiler Uygulamaları Açısından Değerlendirilmesi

Halkla ilişkilerin tarihsel gelişimi, Bogner'den aktarılarak manipülasyon, enformasyon, iletişim, anlaşmazlık yönetimi ve çevreye uyum şeklinde beş evrede açıklanabildiği gibi (Okay & Okay, 2005, s. 8); etkileme, uyum ve etkileşim modelleri üzerinden de ele alınabilmektedir (Biber, 2004, s. 27-30). Günümüzde ise halkla ilişkilerin bu evrelerden geçtiğini ve artık ilk baştaki evrelerin hâlihazırda uygulanmadığını varsaymamak gerektiği vurgulanmakta ve hatta tüm evrelerin farklı nitelikteki kuruluşlar tarafından uygulanmaya devam ettiği kaydedilmektedir (Okay & Okay, 2005, s. 9). Bugün için gerek gelişim modellerinin temel noktalarının farklılığı gerek kurum ve kuruluşların faaliyet alanlarının çokluğu ve etkileşim sağlanacak ortam ve araçların çeşitliliği düşünüldüğünde zengin bir halkla ilişkiler uygulama alanı ile karşılaşılmaktadır.

Bundan dolayı modern halkla ilişkilerin uygulama kapsamı çok geniş düşünülmektedir (Seitel, 2016, s. 41). Bu geniş kapsam içerisinde farklı ortam ve araçlardan yararlanmak mümkün olabilmektedir. Nitekim günümüzde halkla ilişkiler disiplini içerisinde değişik uygulama alanlarından bahsedilebilmektedir. Peltekoğlu (2016), "Halkla İlişkiler Nedir?" adlı eserinde basınla ilişkiler, sergi ve fuarlar, yeni medya, etkinlik yönetimi, sponsorluk, kriz yönetimi, kurum içi iletişim, kurum kimliği, kurum imajı ve lobicilik çalışmaları ile halkla ilişkileri açıklamaktadır. Okay ve Okay (2005), ise halkla ilişkiler uygulamaları olarak bunların dışında finansal halkla ilişkiler, kurumsal reklamcılık, itibar yönetimi, uluslararası halkla ilişkiler, pazarlama amaçlı halkla ilişkilerden bahsetmektedir. Son dönemlerde algı yönetimi, konu yönetimi, sosyal medya yönetimi, kamu diplomasisinin de uygulama alanları içerisine dâhil edildiği gözlenebilmektedir.

Bu çalışmanın konusu olan Seyyar Sergi hem proje olarak hem de bu proje içerisinde yapılan etkinliklerle pratiklerle pek çok açıdan alan yazında yer alana halkla ilişkilerin farklı uygulama alanlarıyla kesişmekte, temel kavramlarıyla örtüşmektedir.

Stratejik Halkla İlişkiler ve Seyyar Sergi:

Stratejik yönetim, değişen çevre koşulları paralelinde amaçlara ulaşmak için kararlar alma ve bunların uygulanmasıyla ilgilidir (Göksel, 2010, s. 41). Seyyar Sergi, Cumhuriyetin kurulmasıyla değişen çevresel koşulları, ilişki içerisindeki yabancı kamulara yansıtmak gayesiyle icra edilmesi nedeniyle stratejik bir düşüncenin ürünüdür. Şu halde Türkiye, Seyyar Sergi ile hem kendini tanıtmak hem de iktisadi konulara verdiği önemi göstermek istemiştir ("Karadeniz Vapuru (1926)", 2021). Dolayısıyla böyle bir girişim, tamamen stratejik bir karar alma hadisesidir. Stratejinin hedefe nasıl gidileceği ile değil hedefin belirlenmesi ile ilgili olduğu (Uludağ, 2008, s. 80), düşünüldüğünde; uygulama hem tanıtım hem de ticari bağlantılar geliştirme hedefleri açısından halkla ilişkiler bağlamında stratejik değer taşımaktadır. Nitekim Bozkurt da (2019, s. 1128), Karadeniz Vapuru'nu Mustafa Kemal Paşa liderliğindeki Türk Milletinin yeniden dirilişi ve medeni dünya ile kucaklaşmanın bir sembolü olarak görmektedir. Hadisenin yıllar sonra sembol olarak nitelenmesi, üzerine belgesellerin ve araştırmaların yapılmış olunması da uygulamanın stratejik bir kararın eseri olmasını kanıtlar niteliktedir. Yine Türk ürünlerini birinci elden almak isteyenlerin Karadeniz Vapuru'nun kendi limanlarına uğramalarını talep etmeleri, bu kapsamda Finlandiya'nın hükümete resmi başvuru yapması, ABD elçiliğinin de ricada bulunması (Bozkurt, 2019, s. 885) aynı kapsamda değerlendirilebilir. Neticede Seyyar Sergi, yapılış hedefleri, yansımaları ve çıktıları ile stratejik halkla ilişkiler uygulamalarına örnek verilebilir bir yapıdadır.

Proaktif Halkla İlişkiler ve Seyyar Sergi:

Fırsat yaratmaya yönelik bir strateji olan proaktiflik, iletişimin sürekliliği ve sürdürülebilirliğe bağlı bir olgudur (Peltekoğlu, 2016, s. 81). Proaktiflik, sorunların analizini gerekli kılmakta; aynı zamanda iletişimin yönetim ve hedef kitle arasında ortak nokta yakalama çabasına da yardımcı olmaktadır (Sezgin, 2007, s. 21). Hatta proaktif stratejilerle alakalı olarak, ilgi alanını gerçekleştirmek için belirli bir iletişim programı icra edilmesi gerektiği belirtilmektedir (Solmaz, 2006, s. 144). Bu kapsamda Seyyar Sergi'nin, bir ülkedeki kurum ve kuruluşları, ürünleri, kültürel sermayeyi ilişki içinde bulunduğu yerlerde ortak noktalar yakalama potansiyeli barındırması ve önceden planlanmış bir program çerçevesinde hareket etmesi dolayısıyla proaktif halkla ilişkilerin karakteristik yönünü taşıdığı görülmektedir. Diğer yandan Ticaret Bakanlığı'nın Seyyar Sergi'ye yönelik çağrı yayınlaması, çağrıda serginin kapsam ve amacının belirtilmesi, sergi

organizasyonundan sorumlu heyetin oluşturulması, Sergi ve Seyehat Talimatnamesi'nin hazırlanması (Erdem, 2019), proaktif halkla ilişkiler tasarımının unsurları olarak dikkat çekmektedir.

Basınla İlişkiler ve Seyyar Sergi:

Medya ilişkileri, medyanın sosyal sistem içerisinde hedef gruplarla bilgi akışını kontrol eden bir işleve sahip olmasından dolayı halkla ilişkiler uygulamaları içerisinde merkezi bir konumdadır (Okay & Okay, 2002, s. 23). Halkla ilişkiler kapsamında yapılan çalışmalar medyada tanıtılarak kamuoyunun güveni kazanılmak istenmektedir (Tortop, 1998, s. 60). Kamuoyunun oluşumunda medya çok büyük bir role sahip olduğundan halkla ilişkiler uygulayıcıları, medyayla iyi ilişkiler geliştirerek medyanın taşıdığı bu güçlü rolden faydalanma yolunu seçmektedirler. Bu nedenle halkla ilişkiler uygulamalarında başarının sağlanabilmesi medya ile kurulacak ilişkilerin açıklığı ve sağlamlığında aranmaktadır (Baritci, 2019, s. 88). Medyaya yönelik enformasyonların hazırlanması, mensuplarına geziler düzenlenmesi, medya mensuplarının etkinliklerin içerisinde yer alması hep bu ve benzeri nedenlerledir. Seyyar Sergi etkinliğinde de basın mensuplarından yararlanıldığı, etkinlik çerisine dâhil edilerek onların kamuoyu oluşturma, gündemi belirleme, güven tesis etme vb. süreçlerdeki aktifliklerinden yararlanıldığı gözlenmektedir. Bu kapsamda Hâkimiyeti Milliye'den Kemalettin Kamu, Vakit'ten Vala Nurettin, Resimli Gazete Türkiye'nin ilk kadın muhabiri Bedia (Arseven) Celal hanım ve Cumhuriyet'ten Dündar Bey seyahate eşlik etmişlerdir (Erdem, 2019, s. 58). Bu eşlik ediş, halkla ilişkiler uygulamalarından basınla ilişkilere tipik örneklik teşkil etmektedir.

Etkinlik Yönetimi ve Seyyar Sergi:

İçeriğinde belirli hedef kitlelerle doğrudan ya da dolaylı temas kurmayı amaçlayan eylemler barındırması nedeniyle etkinlik olgusunun temelinde; iletişim ve etkileşim yer almaktadır ve etkinliklerin genel halkla ilişkiler politikalarına uygun yönetilmesi önem arz etmektedir (Akay, 2014, s. 55). Halkla ilişkiler, etkinlikleri iyi niyeti resmetmek ve hedef kitlelerle işbirliğini kurup sürdürmek için ideal iletişim teknikleri olarak değerlendirilmektedir (Kılınç, 2019, s. 206). Nitekim bugün siyasal, ekonomik ve kültürel etkinlikler gelişigüzel icra edilen bir düzlemden uzaklaşmış; karar alıcılarca belirlenen stratejilere bağlı amaçlar doğrultusunda hazırlanmış planlarla yürütülen, imaj, itibar algılamalarında etkinlik gösteren bir düzlemde yürütülür olmuştur (Başarır, 2019, s. 224). Sosyal, kültürel ya da kurumsal amaçlara hizmet etmek amacıyla tüm ayrıntıları önceden planlanmış ritüel, sunum, performans ve kutlamalar da artık etkinlik yönetimi kapsamında değerlendirilmektedir(Peltekoğlu, 2016, s. 341). Sergi düzenlemek de bu bağlamda doğrudan bir etkinlik yönetimi olarak kendini göstermektedir. Bu açıdan Seyyar Sergi organizasyonu, hedef kitlelerle iş birliği oluşturması, kitlelerle temas kurması, ülkenin imaj ve itibarına dair girdi sunması yönlerine bağlı olarak etkinlik yönetimiyle ilintilidir. Ayrıca serginin planlama, faaliyet programı oluşturulması noktasından da tamamıyla etkinlik yönetimi süreçleriyle örtüşen tarafları mevcuttur. Seyyar Sergi'nin hangi usul ve esaslar çerçevesinde yapılacağını açıklayan Karadeniz Vapuru Sergi ve Seyehat Talimatnamesi'nin hazırlanması da etkinlik planlaması açısından değerlidir. Bu talimnamede serginin uğrayacağı limanlar, sergiye katılım şekli, satış, nakliye, komisyon, anterpo ve sigorta hizmetleri, eşyaların teslim usulü, sergi ve tertip masrafları, sergilenecek ürünlere dair yayınlanacak kitap ve kataloglar, sergi güvenliği, tercümanlar ve ticari ilişkiler, gümrük, orkestra ve ziyafet ve merasimlerle ilgili bilgiler yer verilmiştir (Erdem, 2019, s. 26-32). Ayrıca yangın çıkma tehlikesine karşı seyahat edecek personele tatbikatı yaptırıldığı da anlaşılmaktadır (Gürtunca, 2020, s. 53). Bu

bağlamda talimatnamenin hazırlanması, olası gelişmelere yönelik tatbikatlar yapılması sergi projesinin planlı-programlı yapılışının göstergesi olup; etkinlik yönetimi sürecinde detaylı planlamaya örnek olacak niteliktedir.

Kamu Diplomasisi ve Seyyar Sergi:

Kamu diplomasiyle uluslar, yabancı ülkelerde imaj ve itibar oluşturma amacıyla küresel işbirliği olanakları aramakta, karşılıklı diyalog ve mutabakat zemini tesis etmeye çalışmaktadır (Tanyeri, 2015, s. 161-162). Diğer yandan kamu diplomasisi, anlamlı bir hikâye oluşturma ve oluşturulan bu anlamlı hikâyenin etkili iletişim stratejisiyle hedef kitlelere ustalıkla anlatılması becerisine dayanmaktadır. Bunu başaran ülkeler kamuoyunu daha kolay ikna ederek toplumların sempatisini kazanabilmektedirler (A. Özkan, 2015, s. 23). Bu amaçla ülkelerin yoğun biçimde kullanageldikleri kamu diplomasisi yöntemleri ve teknikleri arasında sergiler de yer almaktadır (Köksoy, 2016, s. 214). Bu perpektiften Seyyar Sergi teşebbüsünü bir kamu diplomasisi aracı olarak değerlendirmek mümkündür. Aynı zamanda Seyyar Sergi etkinliğinin kurgulanmasındaki pek çok nokta kamu diplomasisi ile ilintilidir. Bilhassa Cumhuriyet'in imza attığı yenilikleri Avrupa'ya gösterme isteği ile Seyyar Sergi'ye tüccarların dışında cumhuriyeti temsil edecek özel katılımcıların dâhil edilmesi (Gürtunca, 2020, s. 67) bu duruma örnek verilebilir. O günlerin tanınmış saz ve tiyatro sanatçılarının, heykeltıraşın, basın temsilcilerinin, öğretmenlerin, kolej ve güzel sanat öğrencilerinin, kurum temsilcilerinin, Riyaset-i Cumhur orkestrasının (Erdem, 2019, ss. 52-59; Gürtunca, 2020, s. 67-74) sergide yer alması kamu diplomasisi boyutunda yabancı diyarlardaki kamularla kurulacak temas bakımından önemli işlevler üstlenmiştir. Nitekim Özkan da (2021), çağdaş kamu diplomasisinin uluslararası imaj ve itibara odaklanarak kamuların algılarını inşa etmekle ilgilendiğini vurgulayarak; Seyyar Sergi'nin tanıtım hedefi ile düzenlenmesine dikkat çekmekte ve eylemlerini koşullar, hedefler, stratejiler, iletişim yönü, araştırma, mesaj içeriği, iletişim yolları ve bütçe boyutlarından değerlendirerek kamu diplomasisi örneği olarak sunmaktadır.

Destinasyon Tanıtımı ve Seyyar Sergi:

Çok farklı nitelikler taşıyan turistik ürünlerin ve tecrübelerin bir potadaki toplam bileşiminin ifadesi olan destinasyon tanıtımı; spesifik ve özel coğrafi yerlerin hedef kitlelere bilinçli biçimde tanıtılması ve pazarlanması faaliyetleri olarak değerlendirilmektedir (Tanyeri, 2015, s. 113). Bir alanın turistik destinasyon olabilmesi ve turizm açısından gelişebilmesi cezbedici olmasını gerektirmektedir. Nitekim günümüzde destinasyonlar, hedef kitlelerin sosyal, duygusal ve psikolojik olarak etkilediğini göz önüne alarak, ürünlerinin bilinirliklerini sağlamak adına reklamlar, filmler, afişler ve diğer kitle iletişim araçlarıyla hedef kitlelere ulaşmaya çalışmaktadırlar (Çiftçi, 2016, s. 546). Artık ülkeler, şehirler birer destinasyon olarak düşünülmekte ve markalaşmaya ihtiyaç duymaktadırlar (Tanyeri, 2015, s. 212). Bu bağlamda Seyyar Sergi uygulamasının bütünü bizzat ülke tanıtımı için bir araç olarak düşünülmüştür. Seyyar Sergi'de Anadolu'nun çekici yerlerinin fotoğraflanması için Ferit İbrahim Fotoğrafhanesi ile anlaşma yapılmış, tarihi eserlerin, mekânların, manzaraların, tüccar ve sanayi müesseselerinin fotoğrafları çekilip gösterime sunulmuştur[4]. Yine yüzer sergiye dâhil edilen ürünler ülkedeki çeşitli lokasyonların tanıtılmasına vesile olmuştur. Ayrıca Türk halıcılığının tanıtılması için Kayseri'den bir halı tezgâhı ve halı dokuyan iki kız getirilerek halı dokumanın inceliklerinin gösterilmesi de amaçlanmıştır (Erdem, 2019, s. 37-38). Bu kapsamda gerek seçilen ürünlerle gerekse üretimin küçük bir uygulama örneğinin sunulmasıyla gerekse de profesyonelce hazırlanmış görsellerle farklı destinasyonların tanıtım ve pazarlanmasına imkân sağlanmıştır. Tertip Heyeti'nin teşhir edilecek eşyanın çeşidi, cinsi, üretimi ve üretim yeri,

sahiplerinin isim ve adreslerini içeren broşürler hazırlayacak olması ve bunları muhtelif lisanlara tercüme ederek geminin uğradığı limanlarda dağıtacak olması da (Bozkurt, 2019, s. 1108) destinasyon pazarlaması açısından önemli hazırlıklardır.

İmaj Yönetimi ve Seyyar Sergi:

İmaj, imgeleme yoluyla zihinde canlandırılan nesne, kavram, durum ve sembolleri açıklarken; imaj oluşturma, bir portre sunumu olarak ortaya çıkmakta ve algıların keskinleştirilmesini, genişletilmesini ve bazen de değiştirilmesini sağlamaktadır (Bakan, 2005, s. 10-11). İmajların çeşitli kanallardan elde edilen veri ve bilgilerin değerlendirilip yorumlanmasıyla varlık gösterdiği bilinmektedir (Biber, 2004, s. 66). Şu hâlde Seyyar Sergi Karadeniz Vapuru'nun fiziki tasarımı, ürünlerin sunumu, hazırlanan görseller, tertiplenen etkinliklerin ambiyansı, sergi personelinin üçüncü şahıslara karşı tavır ve tutumu vb. imgelemlerin tamamı imaj yönetimi içerisinde dikkat edilmesi gereken unsurlar olarak göze çarpmaktadır. Seyyar Sergi etkinliğinin uygulamasında da bu unsurlar üzerinde tasarımların yapıldığı, kararların alındığı gözlenmektedir. Nitekim Seyyar Sergi için tercih edilen Karadeniz Vapuru beyaza boyanmış, ressam Namık Kemal Bey'e bir logo hazırlatılmış[5], vapurun güvertesinde ipekli halılardan bir şark odası kurulmuştur. Ayrıca Riyaset-i Cumhur Musiki Heyeti'nin sergide yer alması uygun bulunmuş ve dahası sergilenen ürünler ve seyahate dâhil olan katılımcılar özel olarak seçilmiştir (Gürtunca 2020, s. 50-58). Bu açıdan tüm bu ve diğer seçimlerle ortaya çıkan imgelerin Türkiye imajını tesis etmeye matuf olduğu açıktır. Sergide sinemanın olması ve isteyen tüccarların burada kendi üretimlerine yönelik reklam yapabilmeleri ve yabancı ülkelerde verilecek ziyafetlere katılmak isteyen tüccarların bu nevi organizasyonlara giyilmesi gereken elbise ve şapkaları katılım göstermelerinin zorunlu tutulması (Bozkurt, 2019, s. 1108-1109), hep imgelemlerin ve bunların bir araya gelmesiyle tesis edilecek imajın yönetilmesiyle bağlantılıdır.

Metodoloji

Çalışmanın verileri, doküman incelemesiyle elde edilen Seyyar Sergi Karadeniz Vapuru'nun hareket ettiği dönemde yayınlanan Cumhuriyet, Milliyet, Vakit ve Yenises gazetelerinin konu ile ilgili haber ve yazıları ile olay üzerine yazılmış tetkik eserlerden oluşmaktadır. Seyyar Sergi'nin halkla ilişkiler tarihindeki yerini, halkla ilişkiler uygulama alanları ile bağlantılarını ve ilk seyahate başladığı dönemde kamuoyuna nasıl yansıtıldığını açıklamayı amaçlayan bu çalışma, nitel araştırma tasarımı çerçevesinde gerçekleştirilmiştir. İlk iki araştırma sorusu kapsamında problem veya sorunun bütünsel bir resmini elde etmek için bütüncül yaklaşımdan (Creswell, 2017, s. 186) yararlanılmıştır. Vurgulamanın yanı sıra dâhil etme ve dışlama süreçlerini içeren çerçeveleme (Hallahan, 1999, s. 207) üzerinden ise çalışmanın üçüncü sorusuna cevap aranmıştır. Gazetecilerin bir haber olayını belirli yönlerden vurgulaması, diğer yönlerini de önemsememesi ya da önemsiz gibi göstermesi olarak tanımlanan çerçevelemeler (Erdoğan, 2012, s. 114); bireylerin olaylara anlam verme çabası olarak birer yorum şemalarıdır. Çerçeve diye bilinen yorum şemaları, bireylerin olayları ve bilgileri algılamalarına yardımcı olmaktadır (Demİr, 2010, s. 162). Çerçevelerin iş bu özelliklerinden dolayı çalışmada dönemin dört gazetesinin, Seyyar Sergi vapurunun İstanbul'dan hareketinden Mudanya ve Bandırma'ya uğradığı süreçteki sayıları esas alınarak Seyyar Sergi ile ilgili haber ve yazılar öne çıkarttıkları temalar üzerinden tasnif edilmiştir.

Bulgular

Tablo 1. *Belge 1'in Künyesi*

Belge No	Gazete/Tarih/Sayfa	Başlıklar
Belge 1	Cumhuriyet, 13 Haziran 1926, Sayı: 754, s. 1	Seyyar Sergi Nihayet Gidebildi/ Ticaret Vekili Sergi Hakkındaki Dedikodulara Cevap Veriyor

Belge 1'de, "Seyyar Sergi Nihayet Gidebildi, Ticaret Vekili Sergi Hakkındaki Dedikodulara Cevap Veriyor" başlıklarının altında "Sergi ticari nokta-i nazardan değil, bedi'i cihetten, süs, boya ve renk cihetinden kısmen muvaffak olmuştur" denilerek ilk etapta eleştiri içeren bir durumla karşılaşılmaktadır. Akabinde ise sergiyi götüren geminin fotoğrafı sunulmaktadır (Ek-1). Sonrasında ise geminin nihayet Galata'dan hareket ettiği ve gece Mudanya'da bulunduğu aktarılmaktadır. Ardından "Gazi Paşa hazretleri sergiyi ziyaret ve tetkikten sonra sergi gemisi ile Bandırma'ya teşrif buyuracak" denilerek serginin Gazi tarafından ziyaret edeceği duyurulmaktadır. Daha sonra ise geminin rotası hakkımda malumat verilmektedir. Bu kapsamda ilk etapta Barselona limanına uğrayacağı bildirilmekte müteakibinde gideceği limanlar sıralanmakta ve Eylül'e doğru limana geri geleceği okuyucuya aktarılmaktadır.

Tablo 2. *Belge 2'nin Künyesi*

Belge No	Gazete/Tarih/Sayfa	Başlıklar
Belge 2	Cumhuriyet, 13 Haziran 1926, sayı: 754, s.2	Dedikodular ve Ticaret Vekili Hakiki Vaziyet Nedir?

Belge 2'de, sergi tertip heyetinde satış işlerini yürütmek üzere görevlendirilen öğretmenlerin görev yerleri ve isimleri[6] sıralandıktan sonra Ticaret Vekil'inin gazetelerde sergide yabancı emtialar bulunduğuna dair yaptığı izahat yer almaktadır. Bu izahatta gazetelerde görülen ve sergide ecnebi emtiası bulunduğuna dair neşriyatlar ve dedikodulardan bahisle sergide kesinlikle ecnebi emtiasının mevcut bulunmadığı vurgulanmaktadır. Söz konusu bu iddiaların esaslı tetkiklere dayanmadığı ifade edilmekte ve bu durumun eksik gözlemden kaynaklandığı dile getirilmektedir. Diğer yandan sergide ihracat emtiaların noksan olduğu kabul edilmekle birlikte yine de iyi bir surette tasnif ve tertip edildiği aktarılarak teşhir ediliş tarzı mükemmel olarak değerlendirilmektedir. Verilen demeçte sergi düzenlemek mühim bir ticari ihtisas işi telakki edilmekte, sermaye ve tecrübe işi olduğunun altı çizilmektedir. Son olarak sergi, ilk defa düzenleniyor olmasından dolayı bir tecrübe sergisi olarak nitelendirilmekte ve böyle olduğu halde yine maksat ve gayeye yakın derecede tertip edildiği söylenmektedir.

Ardından gazete sergide israfa gidildiği, ticari propagandadan ziyade alelade eşya teşhir eden bir pazarı andırdığı aktarılmakta ve konuya yönelik aşağıdaki düşünceler okuyucuya sunulmaktadır. Sergi, süs boya ve renk yönünden başarılı görülmektedir. Ne var ki, ticari bir kıymet haiz olmadığı gibi Türklüğe ait olarak sergide bulunan ve Avrupa'ya "bunlar bizimdir!" diyebileceğimiz şeyler şark üslubunda bir iki masa ile yazı levhaları, duvar süsleri olarak sıralanmaktadır. Ayrıca Avrupalılarda bilhassa da Amerikalılarda kökleşmiş olan şarka ait efsanevi inanış ve düşünceleri takviyeye yarayacak ve geçmişte eğlenceye dayanan dönemin –lale devri- yadigârı olan "keyf ve neş'e numunesi" nargilelere ne lüzum olduğu sorulmaktadır. Diğer yandan Anadolu'nun muhtelif yerlerinden gelen kıymetli şeylerinde varlığı belirtilmektedir. Bu noktada ormancılığa, zahireye, tütün, yün, pamuk kısmına ait sergi yeri iyi olarak okuyucuya sunulmaktadır. Ahmet Cevdet Bey'in ticarethanesinin seracılığa ait mamulatı, tiftik keçi modelleri, fındık, üzüm ve incir numuneleri Antalya'nın meyve ve sebze konserveleri de iyi bulunmaktadır. Hacıbektaş, Kırşehir ve Eskişehir taşları güzel olmakla beraber, birer oyuncak manzarası arz ettiği

aktarılmaktadır. Hereke kumaşları ve Bursa ipekleri ile Rize Hapishanesi'nde yapılan mısır sapından yapılan koltuk ve sandalyelerin ise serginin genel havasına zengin bir cazibe kattığı düşünülmektedir. Ayrıca serginin tertibatında daha fazla ticari bir ihtisas ile hareket edilse idi herhalde daha başarılı olunup iyi neticeler alınabileceği fikri ileri sürülmektedir. Son olarak ise mademki hazırlıkları ikmal edilmiş ve böyle yola çıkılmıştır; bu durumda yapılacak olan şey, sergiye hâlihazırdaki vaziyeti itibariyle Avrupa limanlarında Türklüğün yüzünü ağartacak hayırlı bir muvaffakiyet temennisinde bulunmak olarak sunulmaktadır.

Tablo 3. *Belge 3'ün Künyesi*

Belge No	Gazete/Tarih/Sayfa	Başlıklar
Belge 3	Cumhuriyet, 14 Haziran 1926, Sayı: 755, s. 1	Gazi Paşa Seyyar Sergi İçin "Pek Güzel" Demişlerdir. Paşa Hazretleri Dün Seyyar Sergi Gemisiyle Mudanya'dan Bandırma'ya ve Oradan Balıkesir'e Gitmişlerdir. Gazi Paşa Seyyar Sergi Defterine Takdirkârane Cümleler Yazmışlardır. Mudanya'da/Gazi Paşa Mudanya'da/Gazi Paşa "Karadeniz"de/Paşa Hazretleri ve Sergi

Belge 3'te gazete, özel muhabirinin geminin hareketi ve uğurlanışına dair bilgiler aktardığı görülmektedir. Sonrasında Mudanya'nın Gazi şerefine donatıldığı belirtilmekte; Mudanya'ya çıkan bürokratlar[7] sıralanmakta ve Gazi'nin karşılanışı ve gemiye geçiş anı zamanlama, selamlama, seremoni üzerinden kamuoyuna aktarılmaktadır.

Tablo 4. *Belge 4'ün Künyesi*

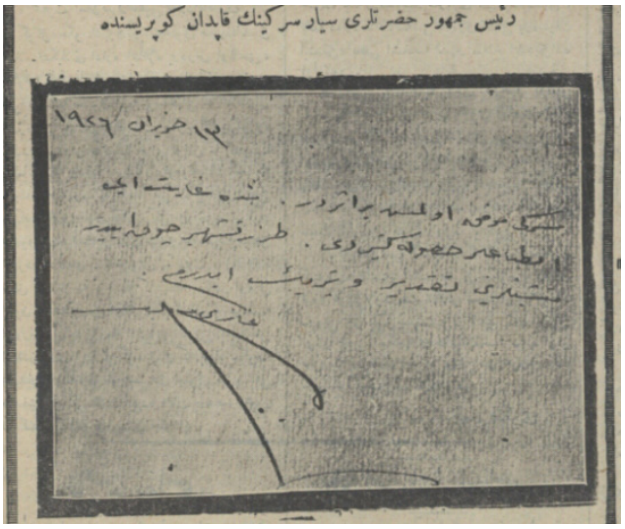
Belge No	Gazete/Tarih/Sayfa	Başlıklar
Belge 4	Cumhuriyet, 14 Haziran 1926, Sayı: 755, s.2	Gazi Paşa ve Seyyar Sergi Paşa Hazretleri Seyyar Sergiyi Pek Beğenmişler, Müteaddit Defalar "Güzel" Buyurarak Beyan-ı Takdirat Eylemişlerdir. Gazi Bandırma'dan Balıkesir'e Hareket Etmişlerdir. Bandırma Önünde/Karadeniz Vapurunda Dans Bandırma'da

Belge 4'te Mustafa Kemal'in sergi ziyareti konu edinilmektedir. Belge de Gazi'nin sergiyi güzel bulduğu, sergideki İş Bankası'nın şubesinin dikkat çekici şekilde düzenlendiği vurgulanmakta, bilhassa madenler üzerinde durduğu kaydedilmektedir. İlaveten Gazi'nin sergi defterine *"Sergi muvaffak olmuş bir eserdir. Ben de gayet iyi intibalar husule getirdi. Tarz-ı teşhir çok iyidir. Müteşebbislerini takdir ve tebrik ederim."* notunu kaydettiği sunulmaktadır.

Tablo 5. *Belge 5'in Künyesi*

Belge No	Gazete/Tarih/Sayfa	Başlıklar
Belge 5	Cumhuriyet, 15 Haziran 1926, Sayı: 756, s. 1	Reisicumhur hazretleri Mudanya'da Ticaret Vekili Rahmi Bey'le görüştü.

Belge 5'te Gazi'yi takip eden yazarın Gazi'ye ait sergide çektiği fotoğraflara yer verilmektedir. Fotoğraflar, "Paşa hazretleri Seyyar Serginin yemek sofrasında, Gazi Paşa hazretleri Seyyar Sergiden çıkarlarken, Paşa hazretleri Seyyar Sergiyi gezerlerken" fotoğraf açıklamaları ile sunulmaktadır (Ek- 2). Ayrıca Gazi'nin sergi defterine yazdığı yazının fotoğrafı yer almaktadır.



Sergi Muvaffak olmuş bir eserdir. Bende gayet iyi intibalar husule getirdi.
Tarz-ı teşhir çok iyidir. Müteşebbisleri takdir ve tebrik ederim.

Resim 1. *Mustafa Kemalin Sergi Defteri'ne yazdıkları (Cumhuriyet, 15 Haziran 1926, s.1)*

Tablo 6. *Belge 6'nın Künyesi*

Belge No	Gazete/Tarih/Sayfa	Başlıklar
Belge 6	Milliyet, 2 Haziran 1926, Sayı: 111, s. 3	Seyyar Sergi Etrafında

Belge 6'da yabancı ülkelerdeki ticari temsilcilerin sergi vapurun hareket ettiğini mahalli tüccarlara bildirmesi gerektiği ile ilgili yazı aktarılmakta ve Seyyar Sergi vapuruyla Avrupa limanlarına gidecek olan kırk kişilik Riyaset-i Cumhur Orkestrası Takımı'nın Ankara'dan gelmiş olması okuyucuya bildirilmektedir.

Tablo 7. Belge 7'nin Künyesi

Belge No	Gazete/Tarih/Sayfa	Başlıklar
Belge 7	Milliyet, 10 Haziran 1926, Sayı 118, s. 3	Seyyar Sergi Karadeniz Vapuru Cuma Günü Galata Rıhtımı'na Yanaşacaktır

Belge 7'de haziranın on üçüncü pazar günü hareket edecek olan Seyyar Sergi'nin hazırlıklarını teftiş etmek üzere Ankara'dan sergi komisyonu reisi Raufî Bey'in geldiği ve sergiye giderek teftiş yaptığı belirtilmektedir. Ayrıca aldıkları malumata göre vapurun cuma günü rıhtımda teşhir edilecek malları alacağı, oradan Mudanya'ya geçeceği ve heyet tarafından Gazi Paşa hazretlerine arz-ı tazimat edileceği bildirilmektedir.

Tablo 8. *Belge 8'in Künyesi*

Belge No	Gazete/Tarih/Sayfa	Başlıklar
Belge 8	Milliyet, 11 Haziran 1926, Sayı 119, s. 2	Seyyar Sergi Karadeniz Vapuru Pazar Sabahı Dokuzda Mudanya'da Bulunacaktır/ Ticaret Vekili Bugün Geliyor/ Seyyar Sergi Heyet-i Tertibiye Riyasetinden:

Belge 8'de cuma günü rıhtıma yanaşacak gemide gece bir müsamere verileceği ve müsamereye hükümet erkânının katılacağı ve tanınmış aileler ile ünlü tüccarların davet edildiği aktarılmaktadır. Ayrıca Seyyar Sergi Heyet-i Tertibiye Riyasetinden gelen bilgiler maddeler halinde sunulmaktadır. Burada öncelikle geminin Gazi Paşa'ya arzı tazimat etmek üzere Mudanya'ya hareket edeceği gün belirtilmekte sonrasında resmi kabulde bilumum mağaza sahiplerinin ve tüccarların bütün eşyaları gelmiş halde hazır bulunmalarının lazım geldiği belirtilmektedir. Ayrıca gece merasime iştirak edeceklerin

gece elbisesi giymek mecburiyetinde oldukları hatırlatılmakta, kamara ve sofra numaralarının talep edilmesi gerektiği bildirilmektedir.

Tablo 9. Belge 9'un Künyesi

Belge No	Gazete/Tarih/Sayfa	Başlıklar
Belge 9	Milliyet 12 Haziran 1926 Sayı: 120, s. 1	Ticaret Vekili Rahmi Bey Dün Ankara'dan Şehrimize Geldi Bir Tenezzüh Vapurunu Andıran Seyyar Sergi Bu Gece Yola Çıkıyor Ticaret Vekili Rahmi Bey Dün Sergiyi Tetkik Etmiştir. Tüccarın Sergi İle Alakadar Olmadığı Anlaşılmıştır. Noksanlar Yolda İkmal Edilecek

Belge 9'da Ticaret Vekili Rahmi Bey'in yanındaki heyetle sergiyi gezdiği aktarılmaktadır. Heyette Sergi Heyeti Tertibiyesi Reisi Raufî Beyin dışında Seyrüsefain Müdir-İ Umumisi Sadullah, Gaziantep mebusu Remzi, İstanbul Ticaret Müdiri Muhsin ve Müderris Zühdü, Riyaset-i Cumhur Orkestrası Şefi Zeki Bey'in olduğu anlaşılmaktadır. İlave olarak güvertede kahveler içilirken seyyar sergiye iştirak edecek mebusların mevzubahis edildiği bildirilmektedir.

Tablo 10. *Belge 10'un Künyesi*

Belge No	Gazete/Tarih/Sayfa	Başlıklar
Belge 10	Milliyet, 12 Haziran 1926, Sayı 120, s. 2	Ticaret Vekilimiz Dün Gece Şehrimize Geldi Bir tenezzüh vapurunu andıran Seyyar Sergi Bu gece yarısı yola çıkacak ve Mudanya'ya da uğrayacaktır. Seyyar Sergi Nereleri Dolaşacak/Tüccar Neden Alakadar Değil?/Pamuklara Ait Dosyada Neler…/Sergide Memurlardan Başka Kimse …/ Eğer Galib Bahtiyar Bey…

Belge 10'da Ticaret Müdiri Hasan Bey'in tüccarın ümit edildiği kadar sergiye alaka göstermemesine sebep olarak "Efendim, bizde ticarethaneler behemehâl sahipleri başlarında bulundukça muntazam işleyebiliyor. Sahipleri bir hafta, on gün için bile ayrılsalar derhal işleri bozuluyor." şeklindeki açıklaması sunulmaktadır. Ardından serginin gezilmesi esnasında gidilen yerlerin betimlemeleri yapılmakta ve heyetteki konuşmalar nakledilmekte, hazırlıklara dair yorumlar yapılmaktadır. Bu konuşma ve yorumlarda özellikle istatistiğin öneminin vurgulandığı gözlemlenmektedir. Diğer yandan Hacıbekir Efendi lokumları, Kehribarcılar Kooperatifi, İş Bankası'nın Seyyar Şubesi'nin vd. teşhir yerlerindeki izahatlar sunulmaktadır. Son olarak ise gazete yazarının hazırlıkların tam manasıyla bitmemiş olduğu yönündeki izlenimi okuyucuya sunulmakta ve serginin güzergâhı kaydedilmektedir.

Tablo 11. *Belge 11'in Künyesi*

Belge No	Gazete/Tarih/Sayfa	Başlıklar
Belge 11	Milliyet, 13 Haziran 1926, Sayı: 121, s.1	Seyyar Sergi Nihayet Yola Çıkarılıyor Sergiyi Gazi Bu Sabah Tedkik Edecek/Ticaret Vekili Aleyhindeki Neşriyata Cevap Veriyor Ve Serginin İyi Tarafları Olduğunu da söylüyor

Belge 11'de Seyyar Sergi'nin nihayet açıldığı dile getirildikten sonra son zamanlarda lehte ve aleyhte yazılar yazıldığı belirtilmektedir. Bu konuyla ilgili olarak alakadarları*n* bu hususta esaslı tetkikat yapılmadığı için tenkidatın bazı noktalarda hakikate tevafuk etmediğini iddia etmekle birlikte noksanları inkâr etmedikleri aktarılmaktadır. Ardından ise aşağıdaki karikatüre yer verilmektedir.



"Seyyar Sergi"ye Yetişemeyen Mallarımız Var"
—Ne o, hamama müşteri aramaya gidiyorsun galiba?
—Hayır "Seyyar Sergi"den istediler ama yetiştiremedim, vapur kalktı.
—Merak etme, Marmara'dan çıkmadan döner, alırlar

Resim 2. *Karadeniz Vapuru ile ilgili karikatür (Milliyet,13 Haziran, 1926).*

Tablo 12. *Belge 12'nin Künyesi*

Belge No	Gazete/Tarih/Sayfa	Başlıklar
Belge 12	Milliyet, 13 Haziran 1926, Sayı: 121, s. 4	Ticaret Vekili Serginin İyi Tarafları da Olduğunu Söylüyor Gazi Paşa hazretleri de bugün Bursa'dan Mudanya'yı] Necati Bey Bu Akşam Avdet Ediyor

Belge 12'de Gazi'nin sergiye ziyaret edeceği belirtildikten sonra muhabirin sergi hakkındaki intibaları nakledilmektedir. Muhabir, vapuru tertibat ve tezyinat açısından iyi bulmakla beraber ticari açıdan noksan görmektedir. Ziraat Müzesi Müdürü Nihat Bey tarafından (Mulaş) alçıdan yapılan muhtelif meyvelerinin şekillerini sanatkârane olarak değerlendirmektedir. Aldığı bilgiye göre sergide 150 kadar memur ve müstahdemin hareket edeceğini bildirmektedir. Ayrıca ziyarette yabancı gazetecilerin varlığının dikkat çekici olduğunu kaydedip; Rus Rusta ve Alman Volf ajanslarının muhabirlerinin intibalarının iyi olduğunu beyan ettikleri vurgulanmakta ve serginin lehinde memleketlerine telgraf çekeceklerini vaat ettikleri ifade edilmektedir. Son olarak Ticaret Vekili Rahmi Bey'in yaptığı eleştirilere yönelik açıklama nakledilmektedir. Bu nakilde özellikle sergide yabancı eşyaların yokluğu vurgulanmaktadır. Ayrıca sergi işinin uzmanlık ve sermaye gerektirdiğinin altı çizilmekte ve serginin mükemmel tertip ve sevk edildiği iddiasının öne sürülemeyeceğinin altı çizilmektedir.

Tablo 13. *Belge 13'ün Künyesi*

Belge No	Gazete/Tarih/Sayfa	Başlıklar
Belge 13	Vakit, 12 Haziran 1926, Sayı: 3035, s.1	Seyyar Sergi Bugün Hareket Ediyor (Karadeniz)de Dün Gece Verilen Balo (250) Davetlinin İştirakiyle Geç vakte Kadar Devam Etti

Belge 13'te Seyyar sergide balo verildiği, baloda Riyaset'i Cumhur orkestrasının konser verdiği belirtilmekte ve sergiyle ilgili aşağıdaki karikatür sunulmaktadır.



Seyyar Serginin Gittiğinin Resmidir!.. (Ati Babadan)

Resim 3. *Seyyar Sergi'nin gidişi ile ilgili karikatür (Vakit, 12 Haziran 1926, s.1).*

Tablo 14. *Belge 14'ün Künyesi*

Belge No	Gazete/Tarih/Sayfa	Başlıklar
Belge 14	Vakit, 13 Haziran 1926, Sayı: 3036, s.1	Seyyar Sergi Seyyar Sergi Bu Sabah Hareket Ediyor Vapur Dokuzda Mudanya'da Gazi Paşa'yı Alıp Bandırma'ya Bırakacak, Oradan Avrupa'ya Gidecek İzmir Rehberi ve Seyyar Sergi

Belge 14'te serginin "Türkiye'nin ihracat eşyasına hariçte yeni müşteriler bulmak, mevcut rağbeti artırmak" amacıyla düzenlendiği; ne var ki "ziyaret edenlerin bu maksat ile yapılan tertibat arasında bir ahenk bulunmadığını gördüğü" ifade edilmektedir. Akabinde Rahmi Bey'in beyanatından ve izlenimlerinden hareketle Mehmet Asım, serginin amacı, katılımcıları, tertibi vd. unsurlardan hareketle eleştirel bir yazı kaleme almaktadır. Asım yazısında seyyar sergi tertibatı için tahsis olunan paralar ile dış ticaretin gelişimini sağlayacak daha esaslı tedbirler almanın mümkün olduğunu ifade etmektedir. Asım, Avrupa'ya adeta bir gezinti seferi düzenlenmiş olduğunu iddia etmekte; bu iş için sarf edilecek dört, beş yüz bin liranın bir kısmının feda edilerek dış ticaretin gelişimini arayacak birkaç yabancı uzman çekebilmiş olmayı daha iyi bir hareket tarzı olarak değerlendirmektedir. Diğer yandan ihraç edebileceklerimizden oluşan küçük numune koleksiyonu tedarik edip bunların başlıca Avrupa ticaret merkezlerinde teşhir edilse, yine bugün seyyar sergiye sarf olunan paralardan daha cüzi bir miktarının da bu numunelerin ilan maksadına harcansa daha yararlı sonuçlar elde edilebileceğini ileri sürmektedir. Ayrıca bu istikamette hareket edilmiş olsaydı Türkiye limanlarında kabotaj işlerinin yalnız Türk gemileri ile idaresi lazım geldiği bir zamanda; seyyar sergiye tahsisi edilen Karadeniz gibi mühim bir vasıtadan denizciliğin mahrum kalmamış olacağı ifade edilmektedir.

Belge 14'te ayrıca Ticaret Vekili Rahmi Bey'in sergi hakkında bir talimatname hazırladığı. Bu talimatnameye göre "vapurdaki bilumum memurlara Türklüğe has vakar ve haysiyetin daima ihzar edilmesi, aksi halde hareket edenlerin ilk limana çıkarılarak memleketine avdet ettirileceği" kaydedilmektedir. Yine Sergi Heyet-i Tertibiye Riyaseti ve İstihbarat Bürosu uğranılan limanlarda bakanlığı bilgilendireceği ifade edilmektedir. Bu bilgilendirmede merasim fotoğraflarının, sergi hakkında neşredilen makale ve yazıların, yabancılarla temas edecek tüccarların, her limanda gösterilen rağbet, numune satış kısımlarına ait raporların yer alacağı aktarılmaktadır. Ardından sergiye katılacaklarım listesi[8] verilmekte, ecnebi emtiası bulunduğu yönlü yazılara Rahmi Bey'in yoktur cevabı nakledilmektedir. Son olarak Salon ve İlanat Gazetesi Müdürü Cemal Nadir Bey tarafından Türkçe ve Fransızca olarak basılan "Mufassal İzmir Rehberi'nin" Avrupa'dakiler gibi

olduğu anlaşılınca Seyyar Sergi'nin uğrayacağı limanlarda sergiyi ziyaret edenler ücretsiz dağıtılmak üzere Sergi Müdürlüğü'nce satın alındığı bildirilmektedir.

Tablo 15. *Belge 15'in Künyesi*

Belge No	Gazete/Tarih/Sayfa	Başlıklar
Belge 15	Vakit, 14 Haziran 1926, Sayı: 3037, s. 1	Reisicumhurumuz İzmir'e Hareket Etti Seyyar Sergi Yolda Gazi Hazretleri Tarafından Yegân Yegân Tedkik Edilmiş ve Beğenilmiştir. "Karadeniz" Vapuru Dün Akşam Barselona Hareket Etti.

Belge 15'te Gazi'nin vapur ziyareti, kendisini karşılayanlar, refakat edenler[9] ve halkın sevgisi üzerinden nakledilmektedir.

Tablo 16. *Belge 16'nın Künyesi*

Belge No	Gazete/Tarih/Sayfa	Başlıklar
Belge 16	Vakit, 13 Haziran 1926, Sayı: 3037, s. 2	Paşa Hazretleri, Gerek Refakatlerindeki Zevat Sergiyi Beğenmişlerdir

Belge 16'da Gazi'nin sergiyi beğendiği ve Raufi Bey'e "Muvaffak olunmuştur; herhalde iyi tesir bırakacak eserdir. Müteşebbislerini tebrik ederim." dediği nakledilmektedir. Sergi defterine yazılanlar aktarılmakta Gazi'nin dans ettiği, resimlerin, filmlerin çekildiği ve Gazi'ye hediyeler taktim edildiği kaydedilmektedir. Hediyelerden ise kehribarcı Ali Baba'nın Gazi'nin vapuru teşrifinde başladığı teşbihi bitirdiği ve kendisine takdim ettiği ön plana çıkartılmaktadır.

Tablo 17. *Belge 17'nin Künyesi*

Belge No	Gazete/Tarih/Sayfa	Başlıklar
Belge 17	Yeni Ses, 12 Haziran 1926, Sayı: 106, s. 1	Seyyar Sergi Bu Gece Hareket Ediyor Ticaret vekilinin Seyyar Sergi Hakkında Şayan-ı Dikkat Beyanatı Dün Gece Sergide Bir Resmi Kabul İcra Edildi Bu Gece "Mudanya" ya müteveccihen Hareket Edecek Olan "Seyyar Sergi" Galata Rıhtımı Önünde

Belge 17'de Rahmi Bey'in teftiş ve incelemesi aktarılmakta muhabirlerinin Rahmi Bey ile yaptığı söyleşi sunulmaktadır. Söyleşide öncelikle Rahmi Bey'e sergi için mi geldiği sorulmakta o da özellikle teftiş için geldiğini belirtmektedir. Bu bağlamda vapurun tertibatına göre imkânın müsait olduğu derecede meşher kısmını iyi bulduğunu ifade etmektedir. Memleketin bütün ihracat emtiasını ihtiva ettiği tamamen iddia edilemez olduğunu dile getirerek asıl alakadar tüccarın mal yüklememeleri Avrupa piyasaları ile teması temin edecek olan bu fırsattan istifade edememelerini serginin maksat ve gayesine göre önemli bir noksanlık olarak vurgulamaktadır. Ardından muhabir sergiye karşı olan bu alakasızlığın nedenini sormaktadır. Rahmi Bey ise bu hususta propaganda ve reklamın yapılmış olduğunu ifade etmekle birlikte alakasızlığı, birçok tüccarın kendi müesseselerinin başında bulunma mecburiyeti, Avrupa ile temas ülfetsizliği ve seyahat müddetinin uzunluğu gibi gerekçelendirmeler üzerinden açıkladığı görülmektedir. Muhabirin teftişiniz neticesinde serginin Avrupa'da yüzümüzü ağartacak şekilde bulup bulmadığına dair sorusuna ise bütün maksadı temin etmeyeceği muhakkak olmakla beraber birçok fayda sağlayacağından da şüphe duymadığı yönünde bir cevap vermektedir.

Tablo 18. *Belge 18'in Künyesi*

Belge No	Gazete/Tarih/Sayfa	Başlıklar
Belge 18	Yeni Ses, 12 Haziran 1926, Sayı: 106, s. 2	Seyyar Sergi Bu gece Hareket Ediyor Ticaret vekilinin Seyyar sergi Hakkında Şayan-ı Dikkat Beyanatı Dün Gece Sergide Bir Resmi Kabul İcra Edildi Nısfı'l-leylde Seyyar Sergimizi Uğurlarken

Belge 18'de serginin tüm hazırlığının tamamlandığı vurgulanmaktadır. Sergide çeşitli ticarethanelere ve şirketlere ait pavyonların ve iki büyük teşhir yeri olduğu aktarılmaktadır. Baş taraftaki teşhir yerinde İş Bankası'nın şark tarzında tanzim edilmiş şubesinin mevcut olduğu, seyahat zarfında tüccara kredi açacağı ve banka işlerini ifa edeceği aktarılmaktadır. Diğer yandan bazı vesikalar, raporlar ve memleketi alakadar eden sayım ile alakalı malumatın henüz tasnif edilmediğine dikkat çekilerek mühim olan bu yönün de yolda ikmal edileceğinin altı çizilmektedir. Ardından "Türk emtiasını, sanat ve zevk-i milliyesini ecnebi diyarlarında yar ve ağyara teşhire tahsis edilen Karadeniz vapuru dün gece yolculuk şerefine verilen nezih bir müsamereye de sahne olduğu" vurgulanmaktadır. Bu bağlamda baloya katılanlar bildirilmektedir. Bu bildirimde ise sefirler dikkat çekmektedir. Bu bağlamda İtalya sefiri Senyör Borini Baroi, Belçika Sefiri Baron Dovril, Fransız sefareti müşteşarı Mösyö Berojer, Ateşemiliteri Miralay Saro, İtalya sefareti müsteşarı Baron Roul, Fransız Ceneral Konsoslosu Mösyö Laforkad, Amerika mümessili Amiral Biristol ve zevcesi dikkat çekmektedir. Ayrıca belgede balonun genel itibariyle Türk zevk ve güzellik ölçülerini rencide etmeyecek şekilde gerçekleştirildiği aktarılmaktadır.

Tablo 19. *Belge 19'un Künyesi*

Belge No	Gazete/Tarih/Sayfa	Başlıklar
Belge 19	Yeni Ses, 13 Haziran 1926, Sayı: 107, s. 1	Seyyar Sergi Seyyar Sergi Nihayet Hareket Etti Ticaret Vekilinin Beyanatı Raufî Bey Ne Diyor?

Belge 19'da Seyyar Sergi'nin başlangıcı, düzenlenmesi, muhtevası vd. boyutlardan uzun değerlendirmeye tabi tutulmaktadır. Burada serginin kusursuz olduğu iddia edilmemekle birlikte serginin hiçbir işe yaramayacağını, yapılan masrafın tamamıyla heder olacağının da söylenemeyeceği belirtilmektedir. Kendimizi ecnebilere tanıtma ihtiyacımızın olduğunu kabul ettiğimiz hatırlatılmaktadır. Dahası batının bizi hiç tanımadığından veyahut pek az ve fena tanıdığından daima şikâyet ettiğimiz vurgulanmaktadır. Bundan dolayı seyyar sergi tertibinde kendimizi Avrupa'ya bir kat daha tanıtmak fikrinin rehberlik ettiği okuyucuya sunulmaktadır. Sergiye dair eleştiriler ise mevsimsiz ve zamansız gösterilmektedir. Yapılan masrafların tamamıyla heder olacağını iddia etmenin hiçbir şekilde insaflı olmadığı kaydedilmektedir. Karadeniz gibi bir geminin rengi, resmi ve manası ile bayrağımızı Avrupa limanlarında gezdiriyor olması ise lehimize bir propaganda olarak telakki edilmektedir. Son olarak Ticaret Vekil'inin sergiye dair noksanlıklarına, tüccarların fazla iştirak etmemiş olmasına rağmen amacına ulaşılmış olduğu yönündeki beyanı nakledilmektedir. Bu beyanda tüccarların sergiye iştirakleri ve istifadelerini arzuladıkları öne çıkarılmaktadır.

Tablo 20. *Belge 20'nin Künyesi*

Belge No	Gazete/Tarih/Sayfa	Başlıklar
Belge 20	Yeni Ses, 13 Haziran 1926, Sayı: 107, s. 2	Nihayet Hareket Edebildi İzmir Rehberi Ve Seyyar Sergi

Belge 20'de Seyyar Sergi Komiseri Raufi Bey'in serginin hazırlanışına dair eleştirilere yönelik verdiği demeç yer almaktadır. Demeçte, eleştirilerin sergi gezilmeden yapıldığı ifade edilerek haksız addedilmektedir. Sergi tanzim ve tesisinin doğrudan teknik bir iş olduğunun altını çizerek eleştiri yapanların serginin tanzim ve tesisinde uzmanlıkları ile kendilerini aydınlatmaları istenmektedir. Hiçbir esaslı maddeye temas etmeden yapılan tenkitler, kötü niyetli telakki edilmektedir. "Artık hareket halindesiniz, sergi istediğiniz gibi oldu mu?" sorusuna ise "Sergi bundan daha iyi olamazdı, iddiasında bulunamam. Fakat teknik teşkilat ve şubelerin tasnif ve tanzimi, pek şiddetli tenkitlere mukavemet edecek kadar esaslı ve ciddidir." şeklinde yanıt verilmektedir. Ardından gemi ile Mudanya'ya geçecek olanlar zikredilmektedir. Son olarak da Türkçe ve Fransızca hazırlanan İzmir Rehberi'nin Avrupa'daki emsalleri derecesinde mükemmeliyetine binaen beğenildiği dile getirilmekte ve Ticaret vekili Rahmi Bey'in tensipleriyle sergi için lüzumu kadar satın alındığı kaydedilmektedir. İlaveten İzmir Rehberi'nin gidilen limanlarda sergiyi gezenlere bedava dağıtılması kararının alındığı aktarılmaktadır.

Tablo 21. *Belge 21'in Künyesi*

Belge No	Gazete/Tarih/Sayfa	Başlıklar
Belge 21	Yeni Ses, 14 Haziran 1926, Sayı: 108, s. 1	Seyyar Sergi Gazi Paşa hazretlerinde gayet iyi intibalar bırakmıştır. Müşarun ileyh hazretleri sergi hakkında muvaffak olmuş bir eserdir, demişlerdir. Karadeniz Vapuru:/ Sergi Muvaffak Olmuş Bir Eserdir

Belge 21'de vapurun hareket edişi, uğurlamaya gelen kalabalık, mendil sallama, gözden kaybolma üzerinden betimlenerek anlatıldıktan sonra Gazi'nin sergiyi gezmesi aktarılmaktadır. Bu gezi de Gazi'ye milli ürünler hakkında izahat verildiği ve Gazi'nin sergiyi beğendiği ve bu noktada Raufi Bey'e "Muvaffak olunmuştur. Herhalde iyi tesir bırakacak eserdir. Müteşebbislerini tebrik ederim." dediği okuyuculara sunulmaktadır. Sonrasında tetkikat bitince Gazi'nin memnuniyet beyanının tekrar yaptığı belirtilerek Sergi Defteri'ne "Sergi muvaffak olmuş bir eserdir, bende gayet iyi intibalar husule getirdi, tarz-ı teşhir çok iyidir; müteşebbislerin takdir ve tebrik ederim." şeklinde kayıt düştüğü nakledilmektedir.

Tablo 22. *Belge 22'nin Künyesi*

Belge No	**Gazete/Tarih/Sayfa**	**Başlıklar**
Belge 22	Yeni Ses, 14 Haziran 1926, Sayı: 108, s. 2	Sergi Muvaffak Olmuş Bir Eserdir

Belge 22'de sergi hakkında genel itibarıyla mahsulat ve mamulatın teşhiri itibarıyla başarılı görüldüğü eleştirilerin üzücü bulunduğu aktarılmaktadır.

Sonuç ve Öneriler

1926 yılında, genç Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşundan kısa bir süre sonrasında gerçekleştirilen değişimlerin Avrupa'ya tanıtılması ve uluslararası camiada ekonomik ilişkilerin kurulması gayesiyle Ticaret Bakanlığı'nın öncülüğünde seyyar bir sergi tertip edilmiştir. Bu maksatla Karadeniz Vapuru, Seyyar Sergi için kullanılan bir platforma dönüştürülmüştür. Bugünden bakıldığında; özellikle gerçekleştirilme amacı, tertip ediliş biçimi, seçilmiş katılımcıları, uygulama pratikleri, basının sergiye gösterdiği yaklaşım ve tanıtım faaliyetleri dolayısıyla Seyyar Sergi halkla ilişkiler disiplini perspektiflerden değerlendirilebilecek yapısal bir karakter taşımaktadır. Bu çalışmada da Seyyar Sergi, iş bu karakterden hareketle, girişte belirlenen üç araştırma sorusuna binaen, halkla ilişkiler tarihi, halkla ilişkiler uygulama alanları ve ilk hareket ettiği dönemde Türkiye kamuoyuna

nasıl sunulduğu noktalarından, tetkik eserler ve o dönemin gazetelerindeki yazılar üzerinden araştırılarak analize tabi tutulmuştur.

Bu bağlamda ilk araştırma sorusu kapsamında değerlendirme yapıldığında seyyar sergi, stratejik karar alma çerçevesinde ortaya çıkmış olması, proaktif bir anlayışla hazırlanması ve bünyesinde pek çok etkinliği barındırması yönleriyle erken dönem halkla ilişkiler örneği olarak değerlendirilebilir. Türkiye'de halkla ilişkiler tarihini konu edinen metinlerde planlı ve bilinçli örgütlenen halkla ilişkiler faaliyetlerinin 1960'lı yıllarda ilk olarak kamu sektöründe yapıldığı ortak vurgusu (Yamanoğlu vd., 2013, s. 25) göz önünde tutulduğunda; Seyyar Sergi girişimi, Türkiye halkla ilişkiler tarihi açısından daha dikkat çekici bir yerde konumlanmaktadır. Elbette 1926 yılında bu faaliyet henüz 'halkla ilişkiler' olarak nitelendirilmemektedir. Oysaki Seyyar Sergi, düzenleniş gayesi ve uygulamalarıyla günümüzde halkla ilişkiler tanımlarında sıklıkla vurgulanan anlayış, sempati, destek kazanma, iki yönlü ilişkiler kurup geliştirme fonksiyonlarıyla örtüşen özellikler barındırmaktadır. Bu açıdan Seyyar Sergi, halkla ilişkiler tarihi anlatımlarında Kurtuluş Savaşı esnasında kamuoyu oluşturmak için çıkartılan gazeteler, tertiplenen mitinglerden hemen sonra, stratejik bir amaca matuf uluslararası ilk halkla ilişkiler pratiği olarak sunulabilir.

İkinci araştırma sorusu kapsamında yapılan değerlendirme neticesinde; sergi, itibar oluşturma çabası, imaj tesis etme gayreti, basın aracılığıyla enformasyon sunma girişimi, programlı etkinlikler tertiplemesi, yerel ürün ve eserleri teşhir etmesi, yabancı kamularla diyalog kurması noktalardan bugün halkla ilişkiler uygulama alanları olarak nitelenen çalışmaların karakteristik yönlerini ihtiva ettiği dikkat çekmektedir. Bu açıdan Seyyar Sergi'nin kamu diplomasisi, destinasyon tanıtımı, imaj yönetimi, etkinlik yönetimi, basınla ilişkiler halkla ilişkiler uygulama alanlarına dair unsurları bünyesinde taşıdığı gözlenmekte ve tüm bunları da proaktif perspektiften hareket ederek stratejik gerekçelerle icra ettiği fark edilmektedir.

Üçüncü araştırma sorusu kapsamında yapılan değerlendirmeye bağlı olarak dönemin dört gazetesinde Seyyar Sergi ile ilgili yer alan haber, makale ve karikatürlerin aşağıdaki şu çerçevelerden kamuoyuna sunulduğu söylenebilir.

1. Sergi hazırlık ve hareketlerinin aktarılması, (Vapurun boyanması, aydınlatılması, teşhir yerlerinin tanzimi, giriş çıkış güzergâhının düzenlenmesi/çıkış-varış saatleri, ayrılma anındaki seremoniler, hareket ve karşılama heyetleri vs.)

2. Sergiye katılacak olan kişilerin isimlerinin bildirilmesi (gazeteciler, sanatçılar, tercümanlar, bürokratlar, tacirler vs.)

3. Sergide teşhir edilecek ürünler, eserler, kurumlar (İş Bankası, Hacı Bekir Lokumları, Hacıbektaş ve Kırşehir ve Eskişehir taşları, tiftik keçileri modelleri, fındık, üzüm ve incir numuneleri, Kayseri halıları, pamuk, tütün vs.)

4. Sergi'nin hazırlık ve katılım düzey ve çeşitliliğine dair eleştiriler (yeterli tüccar katılımının olmaması, yabancı menşeili ürün bulunup bulunmadığı, teşhir ürünlerinin çeşitliliğinin yeterliliği.)

5. Sergi yetkililerinin eleştirilere cevap niteliğindeki demeçleri (şirket yönetim alışkanlıkları, yabancı ürünün olmaması, yetkinliklerdeki eksiklikler)

6. Gazi'nin sergiyi ziyareti kapsamında yaptığı değerlendirmeler ve ziyarette yaşananlar (karşılama törenleri, konuşmaların nakli, Gazi'nin sergi defterine yazdıkları)

Bu çerçeveler göstermektedir ki dönemin basını, kamuoyuna Seyyar Sergi'yi hareketinden önce betimlemekte ve bazı boyutlardan eleştiriye tabi tutmaktadır. Bu bağlamda çalışma, özellikle sergiye yönelik yer alan eleştiriler ve bunlara verilen cevaplarda kullanılan argümanlara ait elde ettiği bulgularla farklılık barındırmaktadır. Çalışma göstermektedir ki, Seyyar Sergi hareket etmeden hemen önce yeterli tüccarın katılım göstermemesi, ürünlerin yerli ürün olup olmaması ve çeşitlilik açısından yeterlilik barındırmadığı noktalardan kamuoyunda tartışılmıştır. Bu tartışmalara yetkililerin verdiği yanıtlar ise sırasıyla şu şekildedir. Tüccarların sergiye katıldıkları zaman iş başında olamamaları münasebetiyle işlerinin aksayacağına dair sahip oldukları korku katılımı menfi etkilemiştir. Seyyar sergide yerli ürünler kullanılmış; yabancı ürünlere yer verilmemiştir. Sergi işi bir ihtisas alanıdır, bu alana dair ülkede yeterli tecrübe yoktur, organizasyon tecrübesindeki eksikliklere rağmen ciddi bir planlama ve gayret ile kısa sürede mükemmel olmasa da küçümsenemeyecek bir başarı sağlanmıştır.

Kısaca Karadeniz Vapuru ile düzenlenen Seyyar Sergi Türkiye halkla ilişkiler tarihinde, halkla ilişkiler denmeden yapılmış ve döneminde yankı uyandırmış amaca matuf bir halkla ilişkiler uygulaması örneği olarak konumlanmaktadır. Diğer yandan Seyyar Sergi bünyesinde var olan farklı halkla ilişkiler uygulama alanlarının fonksiyonları, modelleri, faktörleri üzerinden daha detaylı incelenebilir. Bu yönde yapılacak çalışmalarla seyyar sergi halkla ilişkiler tarihinde daha detaylı işlenme imkânına kavuşabilecektir.

Notlar

[1] Bona (Cezayir), Barcelona (İspanya), Havre (Fransa), Londra (İngiltere), Amsterdam (Hollanda), Hamburg (Almanya), Stockholm (İsveç), Helsinki (Finlandinya), Leningrad/Petersburg (Rusya), Danzing ve Gdynia (Polonya), Kopenhag (Danimarka), Anvers (Belçika), Marsilya (Fransa), Cenova ve Napoli (İtalya). (Bozkurt, 2019; Erdem, 2019; Gürtunca, 2020).

[2] Muhtelif örnekler: Eski Yunan ve Roma'da kamuoyuna önem verilmesi nedeniyle yapıldığı ifade edilen 'Forum'lar (Budak & Budak, 1998, s. 43). Büyük İskender'in İran'da yerel kıyafetler giymesi ve işgal ettiği yerlerde yaptığı evlilikler (Tortop, 1998, s. 13). Güçlü imparator imajı vermek için Pers, Babil ve Asurluların özenle işledikleri portreler (Peltekoğlu, 2016, s. 92). Mezopotamya'da bulunan taş tabletlerde çiftçilere tarımdaki yeniliklerin anlatılması (Canöz & Canöz, 2020, s. 24).

[3] Temsilciler ve yaptıkları uygulamalara verilen bazı örnekler: Pt Barnum'un yaşlı hizmetçi Heth olayı üzerinden yaptığı sansasyon, Deniz Kızı'nın, Fil Jumbo'nun sergilenmesi, Thom Thumb'un şovları. Ivy Lee'nin Antarsit Kömür Grevi, Colorado Kömür Grevinde ve Pennsylvania Demir Yolları kazalarında yaptığı kamuoyunu bilgilendirme faaliyetleri. Edvard Bernays'ın Lucky Strike Sigaraları, Ivory Sabunları için yaptığı etkinlikler (Canöz & Canöz, 2020, ss. 53-59; Okay & Okay, 2002, ss. 86-153; Peltekoğlu, 2016, ss. 93-128).

[4] Süleymaniye, Fatih, Aya Sofya camileri ve Topkapı, Yıldız Sarayları, Beykoz Kasrı, Bedesten, Binbirdirek, Surlar, mektepler, seferathaneler, Adalar ve Boğaziçi (Erdem, 2019, s. 38).

[5] Logoda ticaret ve haber tanrısı Hermes kullanılmıştır. Hermes elinde Seyr-i Sefain amblemiyle vapura yol göstermektedir. Arka planda ise Türk Bayrağı ve İstanbul silueti yer almaktadır (Gürtunca, 2020, s. 51)

[6] "Sergi heyet-i tertibiyesinde satış işleri ile meşgul olmak üzere Amerikan Kız Koleji son sınıfından Feriha Fevziye, kolej muallimlerinden Seniha Fuad, Erenköy Lisesi muallimlerinden diğer Seniha, Amerikan Koleji mezunlarından Üsküdar Amerikan Mektebi muallimesi Mebrure ve İngilizce mütercimi ile heykeltıraş Nermin hanımlar bulunmaktadır." (Cumhuriyet, 13 Haziran 1926, sayı: 754, sf: 2).

[7] "Dokuz buçukta ordu müfettişi Ali Said, Kolordu Kumandanı Ali Hikmet Paşalarla Bursa Valisi, Belediye reisi, fırka kumandanı vesair erkân-ı hükümet trenle Mudanya'ya geldiler. Seyyar Sergide bulunan Maarif ve Ticaret vekilleriyle mebuslar ve matbuat erkânı da Mudanya'ya çıktılar." (Cumhuriyet, 14 Haziran 1926, Sayı: 755, sayfa: 1).

[8] "Pertev Paşa, maden mütehassısı Kenan Bey, Ziraat Müzesi Müdürü Nihad Bey, Ziraat Mekteb-i Dâhiliye Müdürü Zihni Bey, İş Bankasından Muvaffak bey, Kız Amerikan Koleji Muallimelerinden Seniha Fuad Hanım, Erenköy Kız Lisesi muallimelerinden Seniha hanım, Üsküdar Amerikan Kız Kolejinden Mebrure Hanım, muallime Hadice Hanım, Amerikan Kız Koleji son sınıfından Fehime Hanım, heykeltraş Nermin Farukî hanımlar da seyyar sergi ile gitmektedirler." (Vakit 13 Haziran 1926, Sayı: 3036, sayfa:1).

[9] Gazi Paşa Hazretlerini karşılamak için Karadeniz Vapuruyla vekillerden Necati ve Rahmi, mebuslarından Ali Cenanî, Tahsin, Hamdi Fuad, Nuri, Remzi ve Seyrisefain Müdür-i Umumisi Sadullah Beyler Mudanya'ya gelmişler ve müşarünileyh ile birlikte yata binmişlerdir. Bursa'dan berây-ı teşyî' fırka kumandanı, baro reisi, Halk Fırkası Heyet-i İdaresi, defterdar, polis müdürü, İş Bankası Müdürü ve Türk Ocağı Reisi Mudanya'ya inmişler ve Gazi Paşa Hazretleri gelenlere ayrı ayrı iltifat buyurmuşlardır." (Vakit 14 Haziran 1926, Sayı: 3037, sayfa:1).

Kaynakça

A. Arşiv Kaynakları

Cumhuriyet Gazetesi, 13,14,15 Haziran 1926, Sayı: 754, 755, 756.

Milliyet Gazetesi, 2, 10,11,12,13 Haziran 1926, Sayı: 111, 118, 119, 120, 121.

Resmi Ceride. (1343/1925). *Türkiye Mahsulat ve Masnuatını İlk Defa Olarak Bahr-i Sefid, Bahr-i Muhit-i Atlasî ve Amerika'nın En Mühim Limanlarında Teşhir Maksadıyla Tertip Edilen Seyyar Sergi Hakkında Ticaret Vekâlet-i Celilesinden:* Türkiye Cumhuriyeti.

Vakit Gazetesi, 12,13, 14, Haziran 1926, Sayı: 3035, 3036, 3037.

Yeni Ses Gazetesi, 12, 13, 14 Haziran 1926, Sayı: 106, 107, 108.

B. İkincil Kaynaklar

Akay, A. (2014). Etkinlik yönetimi uygulamalarında yaratıcı rekabet ve sosyal medyanın entegrasyonu. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication - TOJDAC*, *4*(4), 55-70.

Akdağ, M., & Erdem, A. (2009). Halkla ilişkiler tarihi üzerine. İçinde M. Işık & M. Akdağ (Ed.), *Dünden bugüne halkla ilişkiler* (1. bs, ss. 3-51). Eğitim Yayınevi.

Asna, M. A. (1997). *Halkla ilişkiler =: Public relations: P.R.: dünden bugüne bir sanat-meslek öyküsü* (1. baskı). Sabah Kitapları.

Asna, M. A. (20-21 Nisan1987). *Halkla ilişkilerin Türkiye'de benimsenmesi*. 27-34.

Ayhan, P. (2018). *Atatürk'ün sergi vapuru* (Birinci basım). İleri Yayınları.

Bakan, Ö. (2005). *Kurumsal imaj: Oluşumu ve etkili faktörler*. Konya Tablet Kitabevi.

Baritci, Z. F. (2019). Halkla ilişkilerde basınla ilişkiler. İçinde Z. A. Şentürk & Ö. Selvi (Ed.), *Halkla ilişkiler ve uygulama alanları* (1. bs, ss. 87-106). Eğitim Yayınevi.

Başarır, M. (2019). Etkinlik yönetimi. İçinde *Kurumsal iletişim yönetimi* (ss. 222-238). Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını. https://icerik.ataaof.edu.tr/?d=kurumsaliletisimyonetimi

Başarır, M. (2020). II. Dünya Savaşı döneminde müttefik devletlere yapılan bir basın gezisinin halkla ilişkiler tarihi, modelleri ve uygulamaları kapsamında analizi. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, *8*(2), 961-983. https://doi.org/10.19145/e-gifder.726514

Biber, A. (2004). *Halkla iliskilerde teorik bir çerçeve*. Vadi Yayınları.

Bozkurt, C. (2019). Türkiye Cumhuriyeti'nin bir propaganda ve tanıtım hamlesi: 1926 Seyyar Sergi ve Avrupa seyahati. *BELLETEN*, *83*(298), 1097-1130. https://doi.org/10.37879/belleten.2019.1097

Budak, G., & Budak, G. (1998). *Halkla ilişkiler davranışsal bir yaklaşım*.

Canöz, K., & Canöz, N. (2020). *Halkla ilişkiler*. Palet Yayınları.

Canpolat, N. (2012a). *Geçmişten günümüze örneklerle Türkiye'de halkla ilişkilerin gelişimi*. Seçkin.

Canpolat, N. (2012b). *Sosyal teorideki iktidar düşüncesi temelinde halkla ilişkiler ve Türkiye'de halkla ilişkilerin gelişimi*. 865-882.

Creswell, J. W. (2017). *Arastirma deseni: Nitel, nicel ve karma yöntem yaklasimlari* (S. B. Demir, Çev.). Egiten Kitap.

Çİftçİ, H. (2016). Turistik destinasyon ürünlerinin popülerleşmesinde sosyal medyanın rolü. *The Journal of Academic Social Sciences*, *33*(33), 544-544. https://doi.org/10.16992/ASOS.6540

Demİr, Z. G. (2010). Çerçevelemenin karar verme sürecine etkisi. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, *13*, 161-180.

Erdem, U. (2019). *Türkiye Cumhuriyeti kendini tanitiyor: Yüzer Sergi Avrupa'da*. Hiper yayın.

Erdoğan, İ. (2012). Görsel çerçeveleme araştırmalarında kuramsal yaklaşımlar ve metodoloji: Görsel çerçevelere ilişkin bir model ve savaş-çatışma haberlerinin çözümlenmesi. İçinde Ö. Güllüoğlu (Ed.), *İletişim bilimlerinde araştırma yöntemleriGörsel metin çözümleme*. Ütopya.

Göksel, A. B. (2010). *Stratejik halkla ilişkiler yönetimi*. Nobel yayın dağıtım.

Gürtunca, E. Ş. (2020). *Genç cumhuriyet Karadeniz vapurunda* (1 basım). Libra Kitap.

Hallahan, K. (1999). Seven models of framing: Implications for public relations. *Journal of public relations research*, *11*(3), 205-242.

Karadeniz Vapuru (1926). (2021). İçinde *Atatürk Ansiklopedisi*. https://ataturkansiklopedisi.gov.tr/bilgi/Karadeniz_Vapuru_(1926)

Kazan, E. (2021). *Eski Türkler ve Osmanlı'da halkla ilişkiler*. Yakamoz kitap.

Kılınç, İ. (2019). Halkla ilişkiler perspektifinden stratejik etkinlik yönetimi. İçinde *Halkla ilişkiler ve uygulama alanları-Yeni eğilimler* (ss. 205-224). Eğitim yayınevi.

Köksoy, E. (2016). Kamu diplomasisi ve halkla ilişkiler ilişkisi: Kuramsal bir değerlendirme. *Marmara İletişim Dergisi*, *22*, 211-231.

Kudret, S. (1979). *İlk yüzer Türk sergisi o değil, bu!* Marmara Üniversitesi Açık Erişim Sistemi; TT-504643. http://openaccess.marmara.edu.tr/handle/11424/156571

L'Etang, J. (2008). Writing PR history: Issues, methods and politics. *Journal of Communication Management*, *12*(4), 319-335. https://doi.org/10.1108/13632540810919783

Okay, A., & Okay, A. (2002). *Halkla ilişkiler ve medya*. MediaCat yayınları.

Okay, A., & Okay, A. (2005). *Halkla İlişkiler: Kavram, strateji ve uygulamaları*. Der Yayınevi.

Önsoy, O. (1983). Osmanlı İmparatorluğu'nun katıldığı İlk uluslararası sergiler ve Sergi-i Umumi-i Osmani (1863 İstanbul Sergisi). *Belleten*, *48*(185), 195-235.

Özgen, L. (2007). Bir ulus kendini tanıtıyor. *Skylife*, *2*, 77-84. Taha Toros Arşivi.

Özkan, A. (2015). *21. Yüzyılın stratejik vizyonu kamu diplomasisi ve Türkiye'nin kamu diplomasisi imkanları* (Stratejik rapor Sy 70). Türk Asya Stratejik Araştırmalar Merkezi (TASAM). https://tasam.org/Files/PDF/Raporlar/STR70_21._Yuzyilin_Stratejik_Vizyonu.pdf_66fb77c9-cd79-481e-a185-9a9c26ffe7b7.pdf

Özkan, G. (2021). Erken dönem kamu diplomasisi ve halkla ilişkiler örneği olarak Seyyar Sergi Karadeniz Vapuru. İçinde Ö. Toprak (Ed.), *Atatürk ve iletişim medya, iletişim ve toplumsal dönüşüm* (ss. 199-229). Akademisyen yayınevi.

Peltekoğlu, F. (2016). *Halkla ilişkiler nedir* (9. bs). Beta Yayınları.

Seitel, F. P. (2016). *Halkla ilişkiler uygulaması* (S. Mengü, Çev.). Nobel.

Sevgili, S. (2006, Nisan 21). *Karadeniz: Seyri Türkiye* [Belgesel].

Sezgin, M. (2007). *Meslek yüksekokulları için MEB-YÖK uyumlu halkla ilişkiler* (1. bs). Yücemedya.

Solmaz, B. (2006). Halkla ilişkilerde proaktif ve reaktif stratejiler. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, *25*, 143-154.

Tanyeri, E. (2015). *Destinasyon tanitiminda halkla iliskiler: (Turistik tüketici perspektifinden diyalog eksenli bir bakis)*. LiteraTürk academia.

Tortop, N. (1998). *Halkla İlişkiler*. Yargı yayınları.

Turan, F. (2020). Seyahatname-i Avrupa'nın yazarı Mehmed Rauf'un kimliğine dair yeni bilgiler ve tespitler. *Türk Dili ve Edebiyatı Dergisi*, *60*(2), 747-760.

Uludağ, A. (2008). Halkla ilişkilerde stratejik süreç. İçinde A. Kalender & M. Fidan (Ed.), *Halkla İlişkiler* (ss. 79-120). Tablet yayınları.

Ustakara, F. (2020). *Halkla ilişkiler- geniş bir açıdan: Türk halkla ilişkiler tarihi dönemleriyle*. Akademisyen kitabevi.

Yamanoğlu, M. A., Hızal, G. S. G., & Özdemir, B. P. (2013). *Türkiye'de halkla ilişkiler tarihi: Kurumsallaşma yılları 1960-1980* (Birinci baskı). De Ki.

The Presentation of Mobile Exhibition Black Sea Ferry (1926) in Newspapers of the Period and Examination of the Promotional Tour in terms of Public Relations

Murat BAŞARIR (Assoc. Prof. Dr.)
Yaşar ZORLU (Assoc. Prof. Dr.)

Extended Abstract

The idea of Trade Deputy Ali Cenani Bey, with the approval of Mustafa Kemal, is to display the products, works of art and goods belonging to our land in the ports with which we have the most contact, with the Black Sea Ferry belonging to the Seyr-i Sefain (Maritime) Administration. Thus, on this occasion, the Black Sea Ferry was used as a mobile exhibition vehicle in 1926 in order to attract the attention and attention of the consumer markets to Turkey. The "Mobile Exhibition", which was given great importance by stating that the Republic of Turkey was designed in the context of modernization, was accepted as a reflection of the economic and agricultural activity and capability of the young republic at the time it was performed. On the Black Sea Ferry, which was recorded as being prepared and arranged with meticulous taste, European ports were visited with participants who took part in the establishment of the Republic of Turkey and who could represent the Republic. In the "Black Sea Ferry Mobile Exhibition", the products and artifacts produced by Turkey were exhibited, promotional activities were carried out, sales were made to those who visited the exhibition, and activities reflecting the young republic were organized at the ports determined within the plan.

This study was fed by "the information in the research works, the news in the newspapers Cumhuriyet, Milliyet, Vakit, Yenises, which were published during the period when the exhibition was moving, and the basic studies that touched on the history of the discipline in the public relations literature". The study was prepared to analyze the event in question through the application areas of the discipline and the framing of the issue in the media at that time. In this context, the study was shaped within the scope of the following research questions;

1. Where is the place of the "Mobile Exhibition" with the Black Sea Ferry in terms of Turkey's Public Relations history?

2. Which of the public relations application areas can be associated with the activities carried out in the "Mobile Exhibition"?

3. How was the Mobile Exhibition framed in the newspapers "Cumhuriyet, Milliyet, Vakit, Yenises" in the period in which it moved?

In this context, this study, which aims to explore the "place of the event in the history of public relations", its "connections with the fields of public relations practice" and its "reflection to the public" during the first trip, is based on the "qualitative research" design. Within the scope of the first two research questions, it was formed with a "holistic understanding" that tries to obtain a "holistic picture" of the problem or problem under study. Within the scope of the third research question, it was carried out through framing, which is defined as journalists emphasizing certain aspects of a news event and ignoring other aspects or showing them as unimportant.

The Black Sea Ferry, which was moved by the young Turkish Republic in 1926 by "turning it into a mobile exhibition platform" with the aim of establishing economic relations in the international community and promoting the changes which were made in a short time after its establishment, has also values in terms of discipline "with its aim, preparations for the organization, selected participants, and products and works". Because of these values, it is in a position to be evaluated from different perspectives by the discipline of public relations.

In this context, "the incident" within the scope of the "first research question" can be presented as an early public relations example in terms of "its emergence within the framework of a strategic decision, its preparation with a proactive understanding, and its many activities". In the post-analysis evaluation made within the scope of the "second research question", the Exhibition; includes the characteristic points of branches, which are described as "public relations practice areas" today, such as "striving to build reputation, establishing an image, attempting to present information through the press, organizing programmed events, displaying local products and works, establishing dialogue with foreign publics".

Within the scope of the "third research question", it can be said that the news and articles about the Mobile Exhibition in the four newspapers of the period are presented in the following frames during the period in which the Mobile Exhibition will act.

1. Presentation of the exhibition preparation and movements, (painting of the ferry, lighting, arrangement of the exhibition areas, arrangement of the entry-exit route / departure arrival times, ceremonies at the time of departure, departure and welcome delegations, etc.)

2. Announcement of the names of the people who will participate in the exhibition (journalists, artists, translators, bureaucrats, traders, etc.)

3. The products, works and institutions to be exhibited in the exhibition (İşbank, Hacı Bekir Turkish Delights, Hacıbektaş and Kırşehir and Eskişehir stones, mohair goats models, hazelnut, grape and fig samples, Kayseri carpets, cotton, tobacco, etc.)

4. Criticisms of the level and diversity of the exhibition's preparation and participation (lack of sufficient trader participation, whether there are foreign products, the adequacy of the variety of display products.)

5. Statements of exhibition officials in response to criticism (company management habits, lack of foreign products, deficiencies in competencies)

6. The evaluations made by Gazi (Mustafa Kemal) within the scope of his visit to the exhibition and what happened during the visit (welcome ceremonies, speeches, what Gazi wrote in the exhibition book)

In short, the "Mobile Exhibition" organized with the "Black Sea Ferry" can be positioned as a planned public relations practice, which was made without using the term "public relations" in the history of Turkish public relations, and which had an echo in its period. On the other hand, different public relations application areas within the "Mobile Exhibition" can be examined in more detail through their "functions, models and factors". With the works to be done in this direction, The Event will have the opportunity to take place in "Turkish public relations history" in more detail.

Keywords: Public Relations, History of Public Relations, Mobile Exhibition, Black Sea Ferry.

Ekler

Ek 1



سیار سرکی نهایت کیده بیلدی

تجارت وکیلی سرکی حقنده کی دیدی قودیلره جواب ویریور

مع مافیه وضعیت شوندن عبارتدر : سرکی تجاری نقطهٔ نظردن دکل ، بدیعی جهتدن ، سوس ، بویا ورنك جهتندن قسماً موفق اولمشدر

دون کیجه یارسندن صوکره قیلاکوزدن حرکت ایدن

« سیار سرکی » یه صورك بر نظر

صیار سرکی کیسی ، نهایت دون آقشام ساعت (۲۰) ده غلطه رختهندن حرکتله حیدر پاشا اوکنده دمیرلمش ودون کیجه صباحه قارشی اوچ بچقده حیدر پاشادن حرکت ایتمشدر . واپور پو صباح مدانیه ده یولنقده در .

مدانیه ده غازی پاشا حضرتلری سرکی یی زیارت وتدقیقدن صوکره سرکی کیسی ایله بابدرمه یه تشریف بیورمشلر وفرمدکز واپوری اوراده دوشرك اودونو قیلاکزیه حرکت امر ایلمشلر .

دون آقشام سیار سرکیده تجارت وکیل رحمی یکی اشتراکیله بر اجتماع عقد ایلمش وسرکینك صوك ترتیباتی حقنده بعض اساسلر تثبیت ایدلمشدر .

سیار سرکی بابدرمه دن صوکره یولنه دوام ایدرك ایلکا « بارسلون » لیمانه اوغرایه جق ، متعاقباً صره ایله جیرالطه ، هاور ، لوندره ، هامبورغ ، استوکهولم ، هلسینفوس ، لابن غراد ، وانجنیغ ، قوپنهاغ ، آمستردام ، آتوپ ، [مابعدی ایکنجی صحیفه ده]

Resim 4. *Karadeniz Vapuru (Cumhuriyet, 13 Haziran 1926, sayı: 754, s. 1)*

Ek 2



غازی پاشانك سیامنه عائد انطباعات

Resim 5. *Gazi'nin Karadeniz Vapuru'nu ziyareti (Cumhuriyet, 15 Haziran 1926, s. 1)*

Bu makale **intihal tespit yazılımlarıyla** taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by **plagiarism detection softwares.** No plagiarism detected.

Bu çalışmada **"Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi"** kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the **"Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive"** were followed.

Yazarların çalışmadaki **katkı oranları** eşittir.

The authors' **contribution rates** in the study are equal.

Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile **çıkar çatışması** bulunmamaktadır.

There is no **conflict of interest** with any institution or person within the scope of the study.