



www.turkishstudies.net/economy

Turkish Studies - Economics, Finance, Politics

eISSN: 2667-5625

Research Article / Araştırma Makalesi



ANKARA SCIENCE
UNIVERSITY

The Role of the Presidency's Directorate of Communications in Turkish Foreign Policy: The Construction and Communication of the July 15 Narrative in European Countries

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın Türk Dış Politikasındaki Rolü: Avrupa Ülkelerinde 15 Temmuz Anlatısının İnşası ve İletişimi

Hacı Mehmet Boyraz* - Burak Kaplan**

Abstract: This study examines the role of the Presidency's Directorate of Communications (DoC) in Turkish foreign policy through its public diplomacy and strategic communication activities. To this end, it explores the tools and discourses employed by the DoC to construct the narrative of the July 15 coup attempt in European countries and how this narrative has changed over time. Established in 2018, the DoC has become an important institutional actor in conducting and coordinating Türkiye's communication activities aimed at international audiences. In this study, July 15-related activities carried out in European countries are treated as a case through which the DoC's role in Turkish foreign policy can be examined. Based on a qualitative research design, the study draws primarily on the DoC's annual administrative activity reports for the 2018–2025 period and July 15-related news items and announcements published on its official website between 2018 and July 31, 2026. These sources are examined through document analysis and qualitative content analysis. The activities conducted in European countries are assessed in terms of the communication tools employed, geographical distribution and event settings, target audiences, and discursive framing. The findings show that the DoC's communication activities concerning July 15 in Europe have changed over time in terms of tools, target audiences, and discourse. While information-oriented and explanatory activities were more prominent in the early years, digital content, international panels, exhibitions, documentaries, and visual and public events became more widely used in subsequent years. The findings also indicate that the July 15 narrative evolved throughout the 2018–2026 period, with concepts such as democracy, national will, democratic resistance, and collective memory becoming increasingly prominent alongside references to the coup attempt and the security threat. These findings suggest that, rather than directly shaping foreign policy decisions, the DoC has emerged

* Asst. Prof. Dr., Kahramanmaraş Sütçü İmam University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Political Science and International Relations

Dr. Öğr. Üyesi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Bölümü

ORCID <https://orcid.org/0000-0001-9548-712X>

boyrazhacimehmet@gmail.com

** Expert, The Republic of Türkiye Directorate of Communications

Uzman, Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-4501-0718>

kaplanburak94@gmail.com

Cite as/ Atıf: Boyraz, H. M., & Kaplan, B. (2026). The role of the Presidency's Directorate of Communications in Turkish foreign policy: The construction and communication of the July 15 narrative in European countries / Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın Türk dış politikasındaki rolü: Avrupa ülkelerinde 15 Temmuz anlatısının inşası ve iletişimi. *Turkish Studies – Economics, Finance, Politics*, 21(Ö1), 1631-1677. [Special Issues Dedicated to Prof. Dr. Mahmut Özer], Ankara Bilim University Publications. <https://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.95796>

Received/Geliş: 14 May/Mayıs 2026

Accepted/Kabul: 15 September/Eylül 2026

Published/Yayın: 20 September/Eylül 2026

Checked by plagiarism software



as an actor that constructs Türkiye's narratives for international audiences, disseminates them through different communication tools, and coordinates communication activities in this field.

Keywords: July 15 Coup Attempt, Europe, European Union, Presidency's Directorate of Communications, Public Diplomacy, Strategic Communication, Turkish Foreign Policy

Öz: Bu çalışma, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın (CİB) Türk dış politikasındaki rolünü kamu diplomasisi ve stratejik iletişim faaliyetleri üzerinden incelemektedir. Bu amaçla CİB'in 15 Temmuz darbe girişimine ilişkin anlatıyı Avrupa ülkelerinde hangi araçlar ve söylemler üzerinden oluşturduğu ve bu anlatının zaman içerisinde nasıl değiştiği ele alınmaktadır. 2018'de kurulan CİB, Türkiye'nin uluslararası kamuoyuna yönelik iletişim faaliyetlerinin yürütülmesinde ve koordine edilmesinde önemli bir kurumsal aktör hâline gelmiştir. Çalışmada Avrupa ülkelerinde gerçekleştirilen 15 Temmuz temalı faaliyetler, CİB'in Türk dış politikasındaki rolünün somut olarak incelenebileceği bir örnek olarak değerlendirilmiştir. Nitel araştırma yöntemine dayanan çalışmanın temel veri setini CİB'in 2018–2025 dönemine ait idare faaliyet raporları ile kurumun resmî internet sitesinde 2018'den 31 Temmuz 2026'ya kadar yayımlanan 15 Temmuz temalı haber ve duyurular oluşturmaktadır. Söz konusu kaynaklar doküman analizi ve nitel içerik analizi yoluyla incelenmiş; Avrupa ülkelerinde yürütülen faaliyetler kullanılan iletişim araçları, coğrafi ve mekânsal dağılım, hedef kitleler ve söylemsel çerçeve bakımından değerlendirilmiştir. Bulgular, CİB'in 15 Temmuz'a ilişkin Avrupa'daki iletişim faaliyetlerinin zaman içerisinde araç, hedef kitle ve söylem bakımından değiştiğini göstermektedir. İlk yıllarda bilgilendirme ve açıklama ağırlıklı faaliyetler öne çıkarken sonraki yıllarda dijital içerikler, uluslararası paneller, sergiler, belgeseller ile görsel ve kamusal etkinlikler daha yaygın biçimde kullanılmaya başlanmıştır. İncelenen 2018–2026 döneminde 15 Temmuz anlatısının da değiştiği; darbe girişimi ve güvenlik tehdidi vurgusunun yanı sıra demokrasi, millî irade, demokratik direnç ve kolektif hafıza kavramlarının giderek daha fazla öne çıktığı görülmektedir. Bu bulgular, CİB'in Türk dış politikasında doğrudan dış politika kararlarını belirleyen bir aktörden ziyade Türkiye'nin uluslararası kamuoyuna yönelik anlatısını oluşturan, farklı iletişim araçlarıyla dolaşıma sokan ve bu alandaki faaliyetleri koordine eden bir aktör olarak öne çıktığını göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: 15 Temmuz Darbe Girişimi, Avrupa, Avrupa Birliği, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Kamu Diplomasisi, Stratejik İletişim, Türk Dış Politikası

Structured Abstract:**Aim**

The aim of this study is to examine the role of the Presidency's Directorate of Communications (DoC) in Turkish foreign policy through its public diplomacy and strategic communication activities and to reveal how this role has materialized in July 15-themed activities conducted in European countries. Although the role of public diplomacy and strategic communication in Turkish foreign policy has attracted increasing academic attention, insufficient attention has been paid to the communication tools, target audiences, spatial preferences, and discursive frameworks through which the DoC constructs a specific narrative across different countries and over a defined period. Addressing this gap, the study focuses on how the DoC has constructed and communicated the July 15 narrative in European countries and how this communication practice changed between 2018 and 2026. July 15-themed activities conducted in European countries are treated as a case through which the DoC's role in the communication dimension of foreign policy, rather than as an institution directly determining foreign policy decisions, can be examined concretely.

Method

The study adopts a qualitative research design and employs document analysis and qualitative content analysis. The primary dataset consists of two groups of institutional sources. The first comprises eight annual administrative activity reports of the DoC covering the 2018–2025 period, while the second consists of July 15-themed news items and announcements published on the institution's official website from 2018 to July 31, 2026. For the 2018–2025 period, materials published throughout each respective year were examined, whereas the 2026 data were limited to content available up to July 31, 2026, when the data collection process ended. The data were classified under four analytical categories: communication tools employed, geographical and spatial distribution of activities, target audiences, and the discursive framing of the July 15 narrative. This framework enabled changes in the DoC's communication practices to be assessed comparatively not only in terms of the number of activities but also through the diversification of communication tools, the spaces in which activities were conducted, the differentiation of target audiences, and discursive transformation.

Findings

The findings demonstrate that the DoC's July 15 communication practices in European countries diversified considerably between 2018 and 2026 in terms of communication tools, spaces, target audiences, and discourse. In the initial period, panels, conferences, information activities, and documentary screenings were prominent, while online panels, digital broadcasts, multilingual content, interviews, and video content became more visible in the communication repertoire, particularly in 2020 and 2021, partly due to the COVID-19 pandemic. Following the return of physical events, digital tools were not abandoned but continued to be used alongside exhibitions, documentaries, visual content, and public events. In geographical and spatial terms, a significant proportion of the activities were concentrated in European capitals, diplomatic centers, embassies, and consulates general; over time, however, cultural institutions, educational institutions, symbolic sites of memory, and public spaces were also incorporated into communication activities. In terms of target audiences, the initial approach directed toward a general foreign public was gradually replaced by activities targeting more specific groups, including academics, journalists, diplomats, politicians, decision-makers, experts, civil society representatives, the Turkish diaspora, and young people. At the discursive level, although the coup attempt, the FETÖ threat, and the emphasis on security remained present throughout the period, the concepts of democracy, national will, democratic resistance, and collective memory became increasingly visible. The transformation of the July 15 narrative therefore took the form not of abandoning a security-centered framework but of broadening it through elements of democracy and collective memory.

Conclusion

The study demonstrates that the DoC's role in Turkish foreign policy is manifested not primarily in directly determining foreign policy decisions, but in constructing Türkiye's narratives for international audiences, adapting them to different communication tools, directing them toward specific target audiences, circulating them internationally, and coordinating communication activities in this field. In this respect, unlike the existing literature that addresses the DoC primarily through its institutional structure or general public diplomacy activities, this study examines its role in foreign policy communication through a specific and continuous case covering the 2018–2026 period. The combined assessment of communication tools,

geographical and spatial distribution, target audiences, and discursive framing provides a multidimensional account of the transformation of the DoC's foreign policy communication practices over time. Nevertheless, because the study relies predominantly on sources produced by the DoC and other official institutions, it does not allow for an assessment of the effects of these activities on European publics. Future research could employ public opinion surveys, interviews, focus groups, and country-specific media analyses to examine how narratives constructed by the DoC are received by different European publics and what effects they may have on perceptions of Türkiye.

Keywords: July 15 Coup Attempt, Europe, European Union, Presidency's Directorate of Communications, Public Diplomacy, Strategic Communication, Turkish Foreign Policy.

الملخص المنظم:

الهدف

تهدف هذه الدراسة إلى بحث دور دائرة الاتصال برئاسة الجمهورية التركية في السياسة الخارجية التركية من خلال أنشطتها في مجالَي الدبلوماسية العامة والاتصال الاستراتيجي، والكشف عن كيفية تجسّد هذا الدور في الأنشطة المرتبطة بموضوع الخامس عشر من يوليو والمنفّذة في الدول الأوروبية. وعلى الرغم من تنامي الاهتمام الأكاديمي بدور الدبلوماسية العامة والاتصال الاستراتيجي في السياسة الخارجية التركية، فإن الأدوات الاتصالية الجماهير المستهدفة وخيارات الأماكن والأطر الخطابية التي تعتمد عليها دائرة الاتصال لبناء سردية محددة عبر دول مختلفة وخلال فترة زمنية معيّنة لم تحظَ باهتمام كافٍ. وسعيًا إلى سدّ هذه الفجوة، تركز الدراسة على كيفية بناء دائرة الاتصال سردية الخامس عشر من يوليو وإيصالها في الدول الأوروبية، وعلى التحولات التي طرأت على هذه الممارسة الاتصالية بين عامي 2018 و2026 وتتناول الأنشطة المرتبطة بموضوع الخامس عشر من يوليو والمنفّذة في الدول الأوروبية بوصفها حالةً تنتج دراسة دور دائرة الاتصال في البعد الاتصالي للسياسة الخارجية بصورة ملموسة، لا بوصفها مؤسسةً تحدد قرارات السياسة الخارجية مباشرةً.

المنهج

تنبّئ الدراسة تصميمًا بحثيًا نوعيًا، وتوظّف تحليل الوثائق وتحليل المحتوى النوعي. وتتألف مجموعة البيانات الأساسية من مجموعتين من المصادر المؤسسية؛ تضم الأولى ثمانية تقارير سنوية عن الأنشطة الإدارية لدائرة الاتصال، تغطي الفترة الممتدة من عام 2018 إلى عام 2025، بينما تتكون الثانية من الأخبار والإعلانات المرتبطة بموضوع الخامس عشر من يوليو، والمنشورة على الموقع الإلكتروني الرسمي للمؤسسة منذ عام 2018 وحتى 31 يوليو 2026. وبالنسبة إلى الفترة 2018-2025، جرى فحص المواد المنشورة على امتداد كل سنة من السنوات المعنية، في حين اقتصرَت بيانات عام 2026 على المحتوى المتاح حتى 31 يوليو 2026، وهو تاريخ انتهاء عملية جمع البيانات. وصنّفت البيانات ضمن أربع فئات تحليلية، هي: الأدوات الاتصالية المستخدمة، والتوزيع الجغرافي والمكاني للأنشطة، والجماهير المستهدفة، والتأطير الخطابى لسردية الخامس عشر من يوليو. وقد أتاح هذا الإطار تقييم التحولات في الممارسات الاتصالية لدائرة الاتصال تقييمًا مقارنًا، لا من حيث عدد الأنشطة فحسب، بل أيضًا من خلال تنوع الأدوات الاتصالية، والأماكن التي نُفّذت فيها الأنشطة، وتمايز الجماهير المستهدفة والتحول الخطابى.

النتائج

تُظهر النتائج أن الممارسات الاتصالية لدائرة الاتصال بشأن الخامس عشر من يوليو في الدول الأوروبية شهدت تنوعًا ملحوظًا بين عامي 2018 و2026، من حيث الأدوات الاتصالية والأماكن والجماهير المستهدفة والخطاب. ففي المرحلة الأولى، برزت الندوات والمؤتمرات والأنشطة التعريفية وعروض الأفلام الوثائقية، في حين أصبحت الندوات عبر الإنترنت والبرق الرقمي والمحتوى متعدد اللغات والمقابلات ومحتوى الفيديو أكثر حضورًا ضمن منظومة الوسائل الاتصالية، ولا سيما في عامي 2020 و2021، ويُعزى ذلك جزئيًا إلى جائحة كوفيد-19 ومع استئناف الفعاليات الحضورية، لم يُتخلَ عن الأدوات الرقمية، بل استمر استخدامها إلى جانب المعارض والأفلام الوثائقية والمحتوى البصري والفعاليات العامة. وعلى المستويين الجغرافي والمكاني، تركزت نسبة كبيرة من الأنشطة في العواصم الأوروبية والمراكز الدبلوماسية، والسفارات والقنصليات العامة؛ غير أن المؤسسات الثقافية والمؤسسات التعليمية ومواقع الذاكرة الرمزية والفضاءات العامة أدرجت أيضًا بمرور الوقت، ضمن الأنشطة الاتصالية. ومن حيث الجماهير المستهدفة، حلّت تدريجيًا محلّ المقاربة الأولية الموجهة إلى الجمهور الأجنبي العام أنشطة تستهدف فئات أكثر تحديدًا، من بينها الأكاديميون والصحفيون والدبلوماسيون والسياسيون وصناع القرار والخبراء وممثلو المجتمع والتأكيّد (FETÖ) المدني والجاليات التركية والشباب. وعلى المستوى الخطابى، ظلّت محاولة الانقلاب والتهديد الذي يشكّله تنظيم فتح الله غولن على الأمن حاضرةً طوال الفترة المدروسة، غير أن مفاهيم الديمقراطية والإرادة الوطنية والمقاومة الديمقراطية والذاكرة الجماعية اكتسبت حضورًا متزايدًا. ومن ثم، اتخذ تحول سردية الخامس عشر من يوليو شكل توسيع الإطار المتمحور حول الأمن بإدماج عناصر الديمقراطية والذاكرة الجماعية، دون التخلّي عن ذلك الإطار.

الخاتمة

تبيّن الدراسة أن دور دائرة الاتصال في السياسة الخارجية التركية لا يتجسّد أساسًا في تحديد قرارات السياسة الخارجية مباشرةً، بل في بناء سرديات تركيا الموجهة إلى الجماهير الدولية، وتكبيفها مع أدوات اتصالية مختلفة، وتوجيهها إلى جماهير مستهدفة محددة، وتداولها على الصعيد الدولي، وتنسيق الأنشطة الاتصالية في هذا المجال. وفي هذا الصدد، وعلى خلاف الأدبيات القائمة التي تتناول دائرة الاتصال أساسًا من منظور بنيتها المؤسسية أو أنشطتها العامة في مجال الدبلوماسية العامة، تبحث هذه الدراسة دورها في الاتصال المتعلق بالسياسة الخارجية من خلال حالة محددة وممتدة زمنيًا تغطي الفترة 2018-2026. ويقدم التقييم المتكامل للأدوات الاتصالية والتوزيع الجغرافي والمكاني والجماهير

المستهدفة والتأطير الخطابى عرضاً متعدد الأبعاد لتحول الممارسات الاتصالية لدائرة الاتصال في مجال السياسة الخارجية بمرور الوقت. ومع ذلك، فإن اعتماد الدراسة أساساً على مصادر أنتجت دائرة الاتصال ومؤسسات رسمية أخرى لا يتيح تقييم آثار هذه الأنشطة في الجماهير الأوروبية. ويمكن للبحوث المستقبلية توظيف استطلاعات الرأي العام والمقابلات ومجموعات التركيز وتحليلات وسائل الإعلام الخاصة بكل دولة، لدراسة كيفية تلقي الجماهير الأوروبية المختلفة للسرديات التي تنبئها دائرة الاتصال، وما قد تحدثه من آثار في تصوراتها عن تركيا.

الكلمات المفتاحية: محاولة انقلاب الخامس عشر من يوليو، أوروبا، الاتحاد الأوروبي، دائرة الاتصال برئاسة الجمهورية التركية، الدبلوماسية العامة، الاتصال الاستراتيجي، السياسة الخارجية التركية.

Résumé Structuré:

Objectif

Cette étude vise à examiner le rôle de la Direction de la communication de la présidence de la République de Türkiye (ci-après « la Direction ») dans la politique étrangère turque à travers ses activités de diplomatie publique et de communication stratégique, et à mettre en évidence la manière dont ce rôle s'est concrétisé dans les activités consacrées au 15 juillet et menées dans les pays européens. Bien que le rôle de la diplomatie publique et de la communication stratégique dans la politique étrangère turque suscite un intérêt académique croissant, les outils de communication, les publics cibles, les choix de lieux et les cadres discursifs au moyen desquels la Direction construit un récit spécifique dans différents pays et sur une période délimitée demeurent insuffisamment étudiés. Afin de combler cette lacune, l'étude s'intéresse à la manière dont la Direction a construit et diffusé le récit du 15 juillet dans les pays européens, ainsi qu'à l'évolution de cette pratique communicationnelle entre 2018 et 2026. Les activités consacrées au 15 juillet et organisées dans les pays européens sont considérées comme un cas permettant d'examiner concrètement le rôle de la Direction dans la dimension communicationnelle de la politique étrangère, plutôt que de l'appréhender comme une institution déterminant directement les décisions de politique étrangère.

Méthode

L'étude adopte un dispositif de recherche qualitatif et mobilise l'analyse documentaire ainsi que l'analyse qualitative de contenu. Le corpus principal comprend deux ensembles de sources institutionnelles. Le premier rassemble huit rapports annuels d'activité administrative de la Direction couvrant la période 2018–2025, tandis que le second réunit les actualités et les annonces consacrées au 15 juillet, publiées sur le site officiel de l'institution entre 2018 et le 31 juillet 2026. Pour la période 2018–2025, les documents publiés tout au long de chaque année ont été examinés, alors que les données relatives à 2026 ont été limitées aux contenus disponibles au 31 juillet 2026, date de clôture de la collecte des données. Les données ont été classées selon quatre catégories analytiques : les outils de communication utilisés, la répartition géographique et spatiale des activités, les publics cibles et le cadrage discursif du récit du 15 juillet. Ce cadre a permis d'évaluer de manière comparative les évolutions des pratiques communicationnelles de la Direction, non seulement en fonction du nombre d'activités, mais également au regard de la diversification des outils de communication, des espaces dans lesquels les activités se sont déroulées, de la différenciation des publics cibles et des transformations discursives.

Résultats

Les résultats montrent que les pratiques communicationnelles de la Direction relatives au 15 juillet dans les pays européens se sont considérablement diversifiées entre 2018 et 2026, tant sur le plan des outils de communication et des espaces mobilisés que sur celui des publics cibles et du discours. Durant la période initiale, les tables rondes, les conférences, les activités d'information et les projections de documentaires occupaient une place prépondérante. Par la suite, les tables rondes en ligne, les diffusions numériques, les contenus multilingues, les entretiens et les contenus vidéo ont gagné en visibilité dans le répertoire communicationnel, particulièrement en 2020 et 2021, en partie sous l'effet de la pandémie de COVID-19. Après la reprise des événements en présentiel, les outils numériques n'ont pas été abandonnés : leur utilisation s'est poursuivie parallèlement aux expositions, aux documentaires, aux contenus visuels et aux événements publics. Sur les plans géographique et spatial, une proportion importante des activités s'est concentrée dans les capitales européennes, les centres diplomatiques, les ambassades et les consulats généraux. Au fil du temps, toutefois, les institutions culturelles, les établissements d'enseignement, les lieux de mémoire symboliques et les espaces publics ont également été intégrés aux activités de communication. En ce qui concerne les publics cibles, l'approche initialement orientée vers un public étranger généraliste a progressivement cédé la place à

des activités destinées à des groupes plus spécifiques, notamment les universitaires, les journalistes, les diplomates, les responsables politiques, les décideurs, les experts, les représentants de la société civile, la diaspora turque et les jeunes. Sur le plan discursif, bien que la tentative de coup d'État, la menace liée à FETÖ et l'accent mis sur la sécurité soient demeurés présents durant toute la période, les notions de démocratie, de volonté nationale, de résistance démocratique et de mémoire collective ont acquis une visibilité croissante. La transformation du récit du 15 juillet ne s'est donc pas traduite par l'abandon d'un cadre centré sur la sécurité, mais par son élargissement à des éléments relevant de la démocratie et de la mémoire collective.

Conclusion

L'étude montre que le rôle de la Direction dans la politique étrangère turque se manifeste principalement non par la détermination directe des décisions de politique étrangère, mais par la construction des récits de la Türkiye à destination des publics internationaux, leur adaptation à différents outils de communication, leur orientation vers des publics cibles spécifiques, leur circulation à l'échelle internationale et la coordination des activités de communication dans ce domaine. À cet égard, contrairement aux travaux existants qui abordent essentiellement la Direction sous l'angle de sa structure institutionnelle ou de ses activités générales de diplomatie publique, cette étude examine son rôle dans la communication en matière de politique étrangère à travers un cas spécifique suivi de manière continue sur la période 2018–2026. L'analyse conjointe des outils de communication, de la répartition géographique et spatiale, des publics cibles et du cadrage discursif offre une lecture multidimensionnelle de la transformation, au fil du temps, des pratiques de communication de la Direction en matière de politique étrangère. Néanmoins, dans la mesure où l'étude repose principalement sur des sources produites par la Direction et par d'autres institutions officielles, elle ne permet pas d'évaluer les effets de ces activités sur les publics européens. Les recherches futures pourraient mobiliser des enquêtes d'opinion, des entretiens, des groupes de discussion et des analyses des médias propres à chaque pays afin d'examiner la réception des récits construits par la Direction auprès de différents publics européens, ainsi que leurs effets éventuels sur les perceptions de la Türkiye.

Mots-clés: Tentative de coup d'État du 15 juillet, Europe, Union européenne, Direction de la communication de la présidence de la République de Türkiye, diplomatie publique, communication stratégique, politique étrangère turque.

Resumen Estructurado:

Objetivo

El objetivo de este estudio es examinar el papel de la Dirección de Comunicaciones de la Presidencia de la República de Türkiye (en adelante, la Dirección) en la política exterior turca a través de sus actividades de diplomacia pública y comunicación estratégica, y poner de manifiesto cómo se ha materializado dicho papel en las actividades relativas al 15 de julio desarrolladas en países europeos. Aunque el papel de la diplomacia pública y la comunicación estratégica en la política exterior turca ha suscitado un creciente interés académico, se ha prestado una atención insuficiente a los instrumentos de comunicación, los públicos destinatarios, las preferencias espaciales y los marcos discursivos mediante los cuales la Dirección construye una narrativa específica en distintos países y durante un período delimitado. Para abordar esta laguna, el estudio se centra en cómo la Dirección ha construido y comunicado la narrativa del 15 de julio en países europeos y en cómo esta práctica comunicativa se ha transformado entre 2018 y 2026. Las actividades relativas al 15 de julio desarrolladas en países europeos se consideran un caso que permite examinar de manera concreta el papel de la Dirección en la dimensión comunicativa de la política exterior, en lugar de concebirla como una institución que determina directamente las decisiones de política exterior.

Método

El estudio adopta un diseño de investigación cualitativo y emplea el análisis documental y el análisis cualitativo de contenido. El corpus principal consta de dos conjuntos de fuentes institucionales. El primero comprende ocho informes anuales de actividad administrativa de la Dirección correspondientes al período 2018–2025, mientras que el segundo reúne las noticias y los anuncios relativos al 15 de julio publicados en el sitio web oficial de la institución desde 2018 hasta el 31 de julio de 2026. Para el período 2018–2025, se examinaron los materiales publicados a lo largo de cada año, mientras que los datos de 2026 se limitaron al contenido disponible hasta el 31 de julio de 2026, fecha en que concluyó la recopilación de datos. Los datos se

clasificaron en cuatro categorías analíticas: los instrumentos de comunicación utilizados, la distribución geográfica y espacial de las actividades, los públicos destinatarios y el encuadre discursivo de la narrativa del 15 de julio. Este marco permitió evaluar comparativamente los cambios en las prácticas comunicativas de la Dirección, no solo en función del número de actividades, sino también mediante la diversificación de los instrumentos de comunicación, los espacios en los que se desarrollaron las actividades, la diferenciación de los públicos destinatarios y la transformación discursiva.

Resultados

Los resultados muestran que las prácticas comunicativas de la Dirección relativas al 15 de julio en países europeos se diversificaron considerablemente entre 2018 y 2026 en cuanto a instrumentos de comunicación, espacios, públicos destinatarios y discurso. En el período inicial, destacaron las mesas redondas, las conferencias, las actividades informativas y las proyecciones de documentales, mientras que las mesas redondas en línea, las transmisiones digitales, los contenidos multilingües, las entrevistas y los contenidos de vídeo adquirieron mayor visibilidad en el repertorio comunicativo, especialmente en 2020 y 2021, en parte debido a la pandemia de COVID-19. Tras la reanudación de los eventos presenciales, los instrumentos digitales no se abandonaron, sino que continuaron utilizándose junto con exposiciones, documentales, contenidos visuales y eventos públicos. En términos geográficos y espaciales, una proporción significativa de las actividades se concentró en capitales europeas, centros diplomáticos, embajadas y consulados generales; con el tiempo, sin embargo, también se incorporaron a las actividades comunicativas instituciones culturales, instituciones educativas, lugares simbólicos de memoria y espacios públicos. En cuanto a los públicos destinatarios, el enfoque inicial dirigido a un público extranjero general fue sustituido gradualmente por actividades orientadas a grupos más específicos, entre ellos académicos, periodistas, diplomáticos, políticos, responsables de la toma de decisiones, expertos, representantes de la sociedad civil, la diáspora turca y jóvenes. En el plano discursivo, aunque la tentativa de golpe de Estado, la amenaza de FETÖ y el énfasis en la seguridad permanecieron presentes durante todo el período, los conceptos de democracia, voluntad nacional, resistencia democrática y memoria colectiva adquirieron una visibilidad creciente. Por consiguiente, la transformación de la narrativa del 15 de julio no supuso el abandono de un marco centrado en la seguridad, sino su ampliación mediante elementos vinculados a la democracia y la memoria colectiva.

Conclusión

El estudio demuestra que el papel de la Dirección en la política exterior turca se manifiesta principalmente no en la determinación directa de las decisiones de política exterior, sino en la construcción de las narrativas de Türkiye destinadas a públicos internacionales, su adaptación a distintos instrumentos de comunicación, su orientación hacia públicos destinatarios específicos, su circulación internacional y la coordinación de las actividades comunicativas en este ámbito. En este sentido, a diferencia de la literatura existente, que aborda la Dirección principalmente desde la perspectiva de su estructura institucional o de sus actividades generales de diplomacia pública, este estudio examina su papel en la comunicación de la política exterior mediante un caso específico y continuado que abarca el período 2018–2026. El análisis conjunto de los instrumentos de comunicación, la distribución geográfica y espacial, los públicos destinatarios y el encuadre discursivo ofrece una interpretación multidimensional de la transformación de las prácticas comunicativas de la Dirección en materia de política exterior a lo largo del tiempo. No obstante, dado que el estudio se basa predominantemente en fuentes producidas por la Dirección y otras instituciones oficiales, no permite evaluar los efectos de estas actividades sobre los públicos europeos. Las investigaciones futuras podrían recurrir a encuestas de opinión pública, entrevistas, grupos focales y análisis de medios de comunicación específicos de cada país para examinar cómo reciben los distintos públicos europeos las narrativas construidas por la Dirección y qué efectos pueden tener en sus percepciones de Türkiye.

Palabras clave: tentativa de golpe de Estado del 15 de julio, Europa, Unión Europea, Dirección de Comunicaciones de la Presidencia de la República de Türkiye, diplomacia pública, comunicación estratégica, política exterior turca.

结构式摘要:

研究目的

本研究旨在通过考察土耳其总统府新闻局（Presidency's Directorate of Communications，以下简称“新闻局”）的公共外交与战略传播活动，分析其在土耳其外交政策中的作用，并揭示这一作用如何具体体现于欧洲国家开展的“7·15”主题活动之中。尽管公共外交与战略传播在土耳其外交政策中的作用日益受到学界关注，但对于新闻局在特定时期内跨越不同国家构建特定叙事时所采用的传播工具、目标受众、空间选择及话语框架，现有研究仍缺乏充分考察。为弥补这一不足，本研究聚焦新闻局如何在欧洲国家构建与传播“7·15”叙事，以及这一传播实践在2018—2026年间发生的变化。研究将欧洲国家开展的“7·15”主题活动作为具体案例，以考察新闻局在外交政策传播层面的作用，而非将其视为直接决定外交政策的机构。

研究方法

本研究采用质性研究设计，运用文献分析法与质性内容分析法。核心资料由两类机构性来源构成：第一类为新闻局涵盖2018—2025年的八份年度行政活动报告；第二类为该机构官方网站自2018年至2026年7月31日发布的“7·15”主题新闻与公告。对于2018—2025年，研究考察了各年度全年发布的相关资料；对于2026年，资料范围则限定为截至2026年7月31日，即资料收集工作结束之时已发布的内容。研究依据四个分析维度对资料进行分类：所采用的传播工具、活动的地理与空间分布、目标受众，以及“7·15”叙事的话语框定。该分析框架使研究能够对新闻局传播实践的变化进行比较评估，不仅考察活动数量，还分析传播工具的多样化、活动开展的空间、目标受众的分化以及话语转变。

研究发现

研究发现，2018—2026年间，新闻局在欧洲国家围绕“7·15”开展的传播实践，在传播工具、空间、目标受众及话语层面均呈现出显著的多样化趋势。在初始阶段，专题讨论会、会议、信息传播活动及纪录片放映占据突出地位；此后，线上专题讨论会、数字播出、多语种内容、访谈及视频内容在其传播手段体系中的可见度有所提升，尤其是在2020年和2021年，这一变化部分受到新冠疫情的影响。线下活动恢复后，数字工具并未被弃用，而是继续与展览、纪录片、视觉内容及公共活动并行使用。在地理与空间层面，相当一部分活动集中于欧洲各国首都、外交中心、大使馆及总领事馆；但随着时间推移，文化机构、教育机构、具有象征意义的记忆场所及公共空间也逐步被纳入传播活动。在目标受众层面，最初面向一般外国公众的传播方式，逐渐被针对更具体群体的活动所取代，其对象包括学者、记者、外交官、政治人物、决策者、专家、公民社会代表、土耳其海外侨民及青年。在话语层面，尽管未遂政变、FETÖ威胁及对安全的强调贯穿整个研究时期，但民主、国民意志、民主抵抗及集体记忆等概念日益凸显。因此，“7·15”叙事的转变并非表现为放弃以安全为中心的框架，而是通过纳入民主与集体记忆要素，对这一框架加以拓展。

研究结论

本研究表明，新闻局在土耳其外交政策中的作用，主要并不体现为直接决定外交政策，而是体现为面向国际受众构建土耳其叙事、使这些叙事适配不同传播工具、将其定向传达给特定目标受众、推动其在国际范围内流通，以及协调该领域的传播活动。在这一意义上，不同于主要从机构结构或一般公共外交活动角度考察新闻局的既有文献，本研究通过一个涵盖2018—2026年且具有时间连续性的具体案例，分析其在外交政策传播中的作用。通过综合考察传播工具、地理与空间分布、目标受众及话语框定，研究从多个维度阐释了新闻局外交政策传播实践随时间推移而发生的转变。然而，由于本研究主要依赖新闻局及其他官方机构制作的资料，因此无法评估这些活动对欧洲公众产生的影响。未来研究可采用民意调查、访谈、焦点小组及针对具体国家的媒体分析，考察不同欧洲公众如何接受新闻局构建的叙事，以及这些叙事可能对其土耳其认知产生何种影响。

关键词：“7·15”未遂政变；欧洲；欧洲联盟；土耳其总统府新闻局；公共外交；战略传播；土耳其外交政策。

Структурированная Аннотация:

Цель

Цель настоящего исследования — изучить роль Управления по коммуникациям при Президенте Турецкой Республики (далее — Управление) во внешней политике Турции через его деятельность в области публичной дипломатии и стратегической коммуникации, а также выявить, каким образом эта роль реализуется в мероприятиях, посвящённых событиям 15 июля и проводимых в европейских странах. Несмотря на возрастающее внимание академического сообщества к роли публичной дипломатии и стратегической коммуникации во внешней политике Турции, недостаточно изученными остаются коммуникационные инструменты, целевые аудитории, пространственные предпочтения и дискурсивные рамки, посредством которых Управление формирует определённый нарратив в различных странах на протяжении конкретного периода. Восполняя данный пробел, исследование сосредоточивается на том, как Управление конструировало и транслировало нарратив о событиях 15 июля в европейских странах и как эта коммуникационная практика изменялась в 2018–2026 годах. Мероприятия, посвящённые событиям 15 июля и проводимые в европейских странах, рассматриваются как конкретный кейс, позволяющий исследовать роль Управления в коммуникационном измерении внешней политики, а не как института, непосредственно определяющего внешнеполитические решения.

Методология

Исследование основано на качественном исследовательском дизайне и предполагает применение анализа документов и качественного контент-анализа. Основной массив данных включает две группы институциональных источников. Первую составляют восемь ежегодных отчётов об административной деятельности Управления за 2018–2025 годы, вторую — новостные материалы и объявления, посвящённые событиям 15 июля и опубликованные на официальном сайте учреждения с 2018 года по 31 июля 2026 года. Для периода 2018–2025 годов были изучены материалы, опубликованные в течение каждого соответствующего года, тогда как данные за 2026 год ограничивались контентом, доступным по состоянию на 31 июля 2026 года — дату завершения сбора данных. Данные были систематизированы по четырём аналитическим категориям: используемые коммуникационные инструменты, географическое и пространственное распределение мероприятий, целевые аудитории и дискурсивное фреймирование нарратива о событиях 15 июля. Данная аналитическая схема позволила провести сравнительную оценку изменений в коммуникационных практиках Управления не только с точки зрения количества мероприятий, но и в аспектах диверсификации коммуникационных инструментов, пространств проведения мероприятий, дифференциации целевых аудиторий и дискурсивной трансформации.

Результаты

Результаты показывают, что в 2018–2026 годах коммуникационные практики Управления, связанные с событиями 15 июля, в европейских странах существенно диверсифицировались с точки зрения коммуникационных инструментов, пространств, целевых аудиторий и дискурса. На начальном этапе преобладали панельные дискуссии, конференции, информационные мероприятия и показы документальных фильмов, тогда как онлайн-дискуссии, цифровые трансляции, многоязычный контент, интервью и видеоматериалы стали занимать более заметное место в коммуникационном репертуаре, особенно в 2020 и 2021 годах, отчасти вследствие пандемии COVID-19. После возобновления очных мероприятий цифровые инструменты не были исключены из практики, а продолжили использоваться наряду с выставками, документальными фильмами, визуальным контентом и публичными мероприятиями. В географическом и пространственном отношении значительная часть мероприятий была сосредоточена в европейских столицах, дипломатических центрах, посольствах и генеральных консульствах; однако со временем в коммуникационную деятельность были также включены учреждения культуры, образовательные учреждения, символические места памяти и общественные пространства. Что касается целевых аудиторий, первоначальный подход, ориентированный на широкую зарубежную общественность, постепенно уступил место мероприятиям, адресованным более конкретным группам, включая учёных, журналистов, дипломатов, политиков, лиц, принимающих решения, экспертов, представителей гражданского общества, турецкую диаспору и молодёжь. На

дискурсивном уровне, хотя попытка государственного переворота, угроза со стороны FETÖ и акцент на безопасности сохраняли своё присутствие на протяжении всего исследуемого периода, понятия демократии, национальной воли, демократического сопротивления и коллективной памяти становились всё более заметными. Таким образом, трансформация нарратива о событиях 15 июля выражалась не в отказе от рамки, ориентированной на безопасность, а в её расширении за счёт включения элементов демократии и коллективной памяти.

Заклучение

Исследование показывает, что роль Управления во внешней политике Турции проявляется прежде всего не в непосредственном определении внешнеполитических решений, а в конструировании нарративов Турции для международных аудиторий, их адаптации к различным коммуникационным инструментам, адресной ориентации на конкретные целевые аудитории, распространении на международном уровне и координации коммуникационной деятельности в этой сфере. В этом отношении, в отличие от существующей литературы, рассматривающей Управление преимущественно через призму его институциональной структуры или общей деятельности в области публичной дипломатии, настоящее исследование анализирует его роль во внешнеполитической коммуникации на основе конкретного кейса, прослеживаемого непрерывно на протяжении 2018–2026 годов. Совместное рассмотрение коммуникационных инструментов, географического и пространственного распределения мероприятий, целевых аудиторий и дискурсивного фреймирования позволяет представить многомерную картину трансформации внешнеполитических коммуникационных практик Управления во времени. Вместе с тем, поскольку исследование опирается преимущественно на источники, подготовленные Управлением и другими официальными учреждениями, оно не позволяет оценить воздействие этих мероприятий на европейскую общественность. В дальнейших исследованиях могут быть использованы опросы общественного мнения, интервью, фокус-группы и анализ средств массовой информации отдельных стран для изучения того, как различные европейские аудитории воспринимают нарративы, конструируемые Управлением, и какое влияние эти нарративы могут оказывать на представления о Турции.

Ключевые слова: попытка государственного переворота 15 июля, Европа, Европейский союз, Управление по коммуникациям при Президенте Турецкой Республики, публичная дипломатия, стратегическая коммуникация, внешняя политика Турции.

संरचित सार:

उद्देश्य

इस अध्ययन का उद्देश्य सार्वजनिक कूटनीति और रणनीतिक संचार संबंधी गतिविधियों के माध्यम से तुर्किये की विदेश नीति में राष्ट्रपति कार्यालय के संचार निदेशालय (आगे 'निदेशालय') की भूमिका का परीक्षण करना तथा यह स्पष्ट करना है कि यूरोपीय देशों में आयोजित 15 जुलाई-विषयक गतिविधियों में यह भूमिका किस प्रकार मूर्त रूप में प्रकट हुई है। यद्यपि तुर्किये की विदेश नीति में सार्वजनिक कूटनीति और रणनीतिक संचार की भूमिका के प्रति अकादमिक रुचि निरंतर बढ़ी है, तथापि उन संचार साधनों, लक्षित जनसमूहों, स्थानिक प्राथमिकताओं और विमर्शात्मक रूपरेखाओं पर पर्याप्त ध्यान नहीं दिया गया है, जिनके माध्यम से निदेशालय विभिन्न देशों में एक निर्धारित अवधि के दौरान विशिष्ट आख्यान का निर्माण करता है। इस शोध-अंतराल को संबोधित करते हुए अध्ययन इस बात पर केंद्रित है कि निदेशालय ने यूरोपीय देशों में 15 जुलाई के आख्यान का निर्माण और संप्रेषण किस प्रकार किया तथा 2018 से 2026 के बीच इस संचार-प्रथा में क्या परिवर्तन हुए। यूरोपीय देशों में आयोजित 15 जुलाई-विषयक गतिविधियों को एक ऐसे प्रकरण के रूप में लिया गया है, जिसके माध्यम से विदेश नीति के संचारात्मक आयाम में निदेशालय की भूमिका का ठोस परीक्षण किया जा सके; उसे प्रत्यक्ष रूप से विदेश नीति संबंधी निर्णय निर्धारित करने वाली संस्था के रूप में नहीं देखा गया है।

पद्धति

अध्ययन गुणात्मक अनुसंधान अभिकल्प को अपनाता है और दस्तावेज़ विश्लेषण तथा गुणात्मक अंतर्वस्तु विश्लेषण का उपयोग करता है। मुख्य डेटा-संग्रह में संस्थागत स्रोतों के दो समूह सम्मिलित हैं। पहले समूह में 2018–2025 की अवधि को समेटने वाली निदेशालय की आठ वार्षिक प्रशासनिक गतिविधि रिपोर्टें शामिल हैं, जबकि दूसरे समूह में 2018 से 31 जुलाई 2026 तक संस्था की आधिकारिक वेबसाइट पर प्रकाशित 15 जुलाई-विषयक समाचार और घोषणाएँ

सम्मिलित हैं। 2018-2025 की अवधि के लिए प्रत्येक संबंधित वर्ष में प्रकाशित समस्त प्रासंगिक सामग्री का परीक्षण किया गया, जबकि 2026 के डेटा को 31 जुलाई 2026 तक उपलब्ध सामग्री तक सीमित रखा गया, क्योंकि इसी तिथि को डेटा-संग्रह की प्रक्रिया समाप्त हुई थी। डेटा को चार विश्लेषणात्मक श्रेणियों में वर्गीकृत किया गया: प्रयुक्त संचार साधन, गतिविधियों का भौगोलिक और स्थानिक वितरण, लक्षित जनसमूह तथा 15 जुलाई के आख्यान का विमर्शात्मक फ्रेमिंग। इस रूपरेखा ने निदेशालय की संचार-प्रथाओं में आए परिवर्तनों का तुलनात्मक आकलन केवल गतिविधियों की संख्या के आधार पर ही नहीं, बल्कि संचार साधनों के विविधीकरण, गतिविधियों के आयोजन-स्थलों, लक्षित जनसमूहों के विभेदीकरण और विमर्शात्मक रूपांतरण के आधार पर भी संभव बनाया।

निष्कर्षात्मक प्राप्ति

अध्ययन से स्पष्ट होता है कि 2018 से 2026 के बीच यूरोपीय देशों में 15 जुलाई से संबंधित निदेशालय की संचार-प्रथाओं में संचार साधनों, स्थानों, लक्षित जनसमूहों और विमर्श के स्तर पर उल्लेखनीय विविधीकरण हुआ। आरंभिक अवधि में पैनल चर्चाएँ, सम्मेलन, सूचनात्मक गतिविधियाँ और वृत्तचित्रों के प्रदर्शन प्रमुख थे, जबकि विशेष रूप से 2020 और 2021 में ऑनलाइन पैनल चर्चाओं, डिजिटल प्रसारणों, बहुभाषी सामग्री, साक्षात्कारों और वीडियो सामग्री की संचार साधनों के समुच्चय में उपस्थिति अधिक स्पष्ट हुई। यह परिवर्तन आंशिक रूप से कोविड-19 महामारी के कारण भी हुआ। प्रत्यक्ष उपस्थिति वाले आयोजनों की पुनः शुरुआत के बाद डिजिटल साधनों का परित्याग नहीं किया गया, बल्कि प्रदर्शनियों, वृत्तचित्रों, दृश्य सामग्री और सार्वजनिक आयोजनों के साथ उनका उपयोग जारी रहा। भौगोलिक और स्थानिक दृष्टि से गतिविधियों का एक महत्वपूर्ण अनुपात यूरोपीय राजधानियों, राजनयिक केंद्रों, दूतावासों और महावाणिज्य दूतावासों में केंद्रित था; तथापि, समय के साथ सांस्कृतिक संस्थानों, शैक्षिक संस्थानों, प्रतीकात्मक स्मृति-स्थलों और सार्वजनिक स्थानों को भी संचार गतिविधियों में सम्मिलित किया गया। लक्षित जनसमूहों के संदर्भ में, सामान्य विदेशी जनता की ओर उन्मुख आरंभिक दृष्टिकोण का स्थान धीरे-धीरे अधिक विशिष्ट समूहों को लक्षित करने वाली गतिविधियों ने ले लिया। इनमें शिक्षाविद्, पत्रकार, राजनयिक, राजनेता, निर्णयकर्ता, विशेषज्ञ, नागरिक समाज के प्रतिनिधि, तुर्की प्रवासी समुदाय और युवा शामिल थे। विमर्शात्मक स्तर पर, यद्यपि तख्तापलट का प्रयास, FETÖ से उत्पन्न खतरा और सुरक्षा पर बल पूरी अवधि में विद्यमान रहे, फिर भी लोकतंत्र, राष्ट्रीय जन-इच्छा, लोकतांत्रिक प्रतिरोध और सामूहिक स्मृति की अवधारणाएँ उत्तरोत्तर अधिक प्रमुख होती गईं। अतः 15 जुलाई के आख्यान में परिवर्तन सुरक्षा-केंद्रित रूपरेखा के परित्याग के रूप में नहीं, बल्कि लोकतंत्र और सामूहिक स्मृति के तत्त्वों के समावेश द्वारा उसके विस्तार के रूप में सामने आया।

निष्कर्ष

अध्ययन दर्शाता है कि तुर्किये की विदेश नीति में निदेशालय की भूमिका मुख्यतः विदेश नीति संबंधी निर्णयों को प्रत्यक्ष रूप से निर्धारित करने में नहीं, बल्कि अंतरराष्ट्रीय जनसमूहों के लिए तुर्किये के आख्यानो का निर्माण करने, उन्हें विभिन्न संचार साधनों के अनुरूप ढालने, विशिष्ट लक्षित जनसमूहों की ओर निर्देशित करने, अंतरराष्ट्रीय स्तर पर उनका प्रसार करने तथा इस क्षेत्र में संचार गतिविधियों का समन्वय करने में प्रकट होती है। इस दृष्टि से, मौजूदा साहित्य के विपरीत, जो निदेशालय का अध्ययन मुख्यतः उसकी संस्थागत संरचना या सामान्य सार्वजनिक कूटनीति संबंधी गतिविधियों के माध्यम से करता है, यह अध्ययन 2018-2026 की अवधि में निरंतर चले एक विशिष्ट प्रकरण के माध्यम से विदेश नीति संचार में उसकी भूमिका का परीक्षण करता है। संचार साधनों, भौगोलिक और स्थानिक वितरण, लक्षित जनसमूहों तथा विमर्शात्मक फ्रेमिंग का संयुक्त आकलन समय के साथ निदेशालय की विदेश नीति संबंधी संचार-प्रथाओं में हुए रूपांतरण का बहुआयामी विवेचन प्रस्तुत करता है। तथापि, चूंकि अध्ययन मुख्यतः निदेशालय और अन्य आधिकारिक संस्थाओं द्वारा निर्मित स्रोतों पर निर्भर है, इसलिए इसके आधार पर यूरोपीय जनसमूहों पर इन गतिविधियों के प्रभावों का आकलन नहीं किया जा सकता। भावी अनुसंधान जनमत सर्वेक्षणों, साक्षात्कारों, फोकस समूहों और देश-विशिष्ट मीडिया विश्लेषणों का उपयोग करके यह जाँच सकते हैं कि विभिन्न यूरोपीय जनसमूह निदेशालय द्वारा निर्मित आख्यानो को किस प्रकार ग्रहण करते हैं और ये आख्यान तुर्किये के प्रति उनकी धारणाओं पर क्या प्रभाव डाल सकते हैं।

मुख्य शब्द: 15 जुलाई का तख्तापलट प्रयास, यूरोप, यूरोपीय संघ, राष्ट्रपति कार्यालय का संचार निदेशालय, सार्वजनिक कूटनीति, रणनीतिक संचार, तुर्किये की विदेश नीति।

Yapılandırılmış Özet:

Amaç

Bu çalışmanın amacı, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın (CİB) Türk dış politikasındaki rolünü kamu diplomasisi ve stratejik iletişim faaliyetleri üzerinden incelemek ve bu rolün Avrupa ülkelerinde yürütülen 15 Temmuz temalı faaliyetlerde nasıl somutlaştığını ortaya koymaktır. Kamu diplomasisi ve stratejik iletişimin Türk dış politikasındaki yeri giderek daha fazla akademik ilgi görmekle birlikte CİB'in belirli bir anlatıyı farklı ülkelerde ve belirli bir zaman aralığında hangi iletişim araçları, hedef kitleler, mekânsal tercihler ve söylemsel çerçeveler üzerinden inşa ettiği yeterince incelenmemiştir. Bu boşluktan hareketle çalışma, CİB'in 15 Temmuz anlatısını Avrupa ülkelerinde nasıl oluşturduğu ve ilettiği, ayrıca bu iletişim pratiğinin 2018–2026 döneminde nasıl değiştiği sorusuna odaklanmaktadır. Avrupa ülkelerinde gerçekleştirilen 15 Temmuz temalı faaliyetler, CİB'in dış politika kararlarını doğrudan belirleyen bir kurum olmaktan ziyade dış politikanın iletişim boyutunda üstlendiği rolü somut olarak incelemeye imkân veren bir örnek olarak ele alınmaktadır.

Yöntem

Araştırma, nitel araştırma deseninde yürütülmüş ve doküman analizi ile nitel içerik analizi yöntemleri kullanılmıştır. Çalışmanın temel veri seti iki grup kurumsal kaynaktan oluşmaktadır. İlk grupta CİB'in 2018–2025 dönemini kapsayan sekiz idare faaliyet raporu, ikinci grupta ise kurumun resmi internet sitesinde 2018'den 31 Temmuz 2026'ya kadar yayımlanan 15 Temmuz temalı haber ve duyurular yer almaktadır. 2018–2025 dönemi için ilgili yılların tamamında yayımlanan materyaller incelenirken 2026 yılına ait veriler, veri toplama sürecinin sona erdiği 31 Temmuz 2026 tarihine kadar erişilebilen içeriklerle sınırlandırılmıştır. Elde edilen veriler dört analitik kategori altında sınıflandırılmıştır: kullanılan iletişim araçları, faaliyetlerin coğrafi ve mekânsal dağılımı, hedef kitleler ve 15 Temmuz anlatısının söylemsel çerçevesi. Böylece CİB'in iletişim pratiğindeki değişim yalnızca faaliyet sayıları üzerinden değil kullanılan araçların çeşitlenmesi, faaliyetlerin gerçekleştirildiği mekânlar, hedef kitlelerin farklılaşması ve söylemsel dönüşüm üzerinden karşılaştırmalı olarak değerlendirilmiştir.

Bulgular

Bulgular, CİB'in Avrupa ülkelerindeki 15 Temmuz iletişim pratiğinin 2018–2026 döneminde araç, mekân, hedef kitle ve söylem bakımından belirgin biçimde çeşitlendiğini göstermektedir. İlk dönemde panel, konferans, bilgilendirme faaliyetleri ve belgesel gösterimleri öne çıkarken özellikle 2020 ve 2021'de Covid-19 salgınının da etkisiyle çevrim içi paneller, dijital yayınlar, çok dilli içerikler, mülakatlar ve video içerikleri iletişim repertuarında daha görünür hâle gelmiştir. Fiziksel etkinliklerin yeniden ağırlık kazanmasının ardından dijital araçlar terk edilmemiş; sergiler, belgeseller, görsel içerikler ve kamusal etkinliklerle birlikte kullanılmaya devam edilmiştir. Coğrafi ve mekânsal açıdan faaliyetlerin önemli bir bölümünün Avrupa başkentlerinde, diplomatik merkezlerde, büyükelçilik ve başkonsolosluklarda yoğunlaştığı; bununla birlikte kültürel kurumların, eğitim kurumlarının, sembolik hafıza mekânlarının ve kamusal alanların da zaman içerisinde iletişim faaliyetlerine dâhil edildiği görülmüştür. Hedef kitleler bakımından başlangıçtaki genel yabancı kamuoyu yaklaşımının yerini giderek akademisyenler, gazeteciler, diplomatlar, siyasetçiler, karar alıcılar, uzmanlar, sivil toplum temsilcileri, Türk diasporası ve gençler gibi daha belirgin gruplara yönelik faaliyetler almıştır. Söylemsel düzeyde ise darbe girişimi, FETÖ tehdidi ve güvenlik vurgusu dönem boyunca varlığını sürdürmekle birlikte demokrasi, millî irade, demokratik direnç ve kolektif hafıza kavramları giderek daha görünür hâle gelmiştir. Dolayısıyla 15 Temmuz anlatısındaki değişim, güvenlik merkezli çerçevenin terk edilmesinden ziyade bu çerçevenin demokrasi ve kolektif hafıza unsurlarıyla genişletilmesi şeklinde gerçekleşmiştir.

Sonuç

Çalışma, CİB'in Türk dış politikasındaki rolünün doğrudan dış politika kararlarının belirlenmesinden çok Türkiye'nin uluslararası kamuoyuna yönelik anlatılarının oluşturulması, farklı iletişim araçlarına uyarlanması, belirli hedef kitlelere yöneltilmesi, uluslararası dolaşıma sokulması ve bu alandaki iletişim faaliyetlerinin koordinasyonu üzerinden ortaya çıktığını göstermektedir. Bu yönüyle çalışma, CİB'i yalnızca kurumsal yapısı veya genel kamu diplomasisi faaliyetleri üzerinden ele alan mevcut literatürden farklı olarak kurumun dış politika iletişimindeki rolünü 2018–2026 dönemini kapsayan belirli ve süreklilik gösteren bir örnek üzerinden incelemektedir. İletişim araçları, coğrafi ve mekânsal dağılım, hedef kitleler ve söylemsel

çerçevenin birlikte değerlendirilmesi, CİB'in dış politika iletişimi pratiğinin zaman içerisindeki dönüşümünün çok boyutlu biçimde ortaya konulmasını sağlamaktadır. Bununla birlikte araştırmanın ağırlıklı olarak CİB ve diğer resmî kurumlar tarafından üretilen kaynaklara dayanması, söz konusu faaliyetlerin Avrupa kamuoyundaki etkisinin ölçülmesine imkân vermemektedir. Gelecekte kamuoyu araştırmaları, mülakatlar, odak grup çalışmaları ve ülke bazlı medya analizleri kullanılarak CİB tarafından oluşturulan anlatıların farklı Avrupa kamuoyları tarafından nasıl karşılandığı ve Türkiye'ye ilişkin algılar üzerinde ne tür etkiler oluşturduğu incelenebilir.

Anahtar Kelimeler: 15 Temmuz Darbe Girişimi, Avrupa, Avrupa Birliği, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Kamu Diplomasisi, Stratejik İletişim, Türk Dış Politikası



www.turkishstudies.net/economy

Turkish Studies - Economics, Finance, Politics

eISSN: 2667-5625



ANKARA SCIENCE
UNIVERSITY

The Role of the Presidency's Directorate of Communications in Turkish Foreign Policy: The Construction and Communication of the July 15 Narrative in European Countries

Introduction

The Fetullah Terrorist Organization (FETÖ) emerged under the leadership of Fetullah Gülen, with roots dating back to the 1960s, and operated for many years under the guise of a religious community and educational movement. It built its human resources primarily through educational activities and gradually developed an extensive network across such areas as the media, business, and civil society. In addition to its hierarchical and closed organizational structure, one of FETÖ's distinguishing features was its use of methods that allowed its members to conceal their affiliation with the organization. This enabled FETÖ to maintain its activities in the social sphere while simultaneously expanding its presence within state institutions over a long period (Şahin et al., 2018).

Over time, FETÖ's presence in Türkiye extended into various state institutions, particularly the security bureaucracy and the judiciary. The organization sought to establish itself especially within the Turkish Armed Forces, the police, the National Intelligence Organization, and the judiciary. Its activities, however, were not confined to Türkiye. Through networks established in education, the media, business, and civil society, FETÖ also developed an international presence, with European countries becoming an important area of activity. This international dimension laid the groundwork for Türkiye to address the FETÖ issue after July 15 not only as a matter of domestic security and politics, but also within the broader context of foreign policy and international communication.

At the same time, communication has become increasingly important alongside military and economic capabilities in the pursuit of foreign policy objectives, making public diplomacy and strategic communication significant components of contemporary foreign policy. The growing influence of international public opinion, the spread of digital communication technologies, and the participation of a wider range of actors in cross-border information flows have made it necessary for states to consider not only what they do, but also how they explain their policies. Public diplomacy, in this sense, is regarded as a foreign policy instrument through which states communicate with foreign publics and seek to strengthen their international visibility and reputation (Nye, 2004; Cull, 2009). Strategic communication involves planning this process around specific objectives, audiences, and messages, while coordinating the use of different communication tools. The communication dimension of foreign policy has therefore become particularly important in shaping and circulating narratives aimed at international audiences.

Türkiye, particularly during the AK Party period, has also sought to place the communication activities accompanying its foreign policy on a more institutionalized and coordinated footing. A major step in this process was the establishment of the Presidency's Directorate of Communications (DoC) through Presidential Decree No. 14 of July 24, 2018. The responsibilities assigned to the

Directorate include formulating Türkiye's promotion policies, coordinating state communication activities, conducting public diplomacy, and ensuring Türkiye's effective representation internationally (Resmî Gazete, 2018). These responsibilities position the DoC not simply as a public institution that provides information to domestic audiences, but also as an important actor in Türkiye's communication with international publics. Since its establishment, the DoC has been active in areas including public diplomacy, international media, strategic communication and, more recently, countering disinformation, reflecting its growing institutional role in foreign policy communication (Özkır, 2020; Çetin, 2022).

Understanding the DoC's place in Turkish foreign policy also requires a conception of foreign policy actors that extends beyond institutions directly involved in decision-making. Making foreign policy decisions and communicating those decisions, together with Türkiye's positions on international issues, to foreign publics are distinct functions. The DoC's role is primarily situated in the latter. Although it does not directly determine foreign policy decisions, the Directorate contributes to the communication dimension of foreign policy by helping to shape Türkiye's narratives for international audiences, circulating those narratives through different channels, and coordinating the communication activities of relevant institutions. The key issue in assessing the DoC's role in Turkish foreign policy, therefore, is not its influence over foreign policy decision-making, but its contribution to the way Türkiye presents and explains itself internationally. This particular role of the DoC provides the starting point for the present study.

The July 15 coup attempt provides one case through which this role can be examined. For Türkiye, July 15 was not confined to the sphere of domestic politics and security. In the years that followed, it also became a recurring subject of communication directed at international audiences. The nature of the coup attempt, FETÖ's organizational structure, the presentation of the events to international audiences, and the communication of Türkiye's position on the issue have remained prominent themes, particularly in activities targeting European countries. The July 15-themed activities carried out in Europe therefore provide a useful case for examining how the DoC has employed public diplomacy and strategic communication tools around an issue with an international dimension.

Following the establishment of the DoC in 2018, activities organized in European countries to mark the anniversaries of July 15 have evolved over time. Panels, conferences, and documentary screenings were gradually supplemented by online events, multilingual digital content, exhibitions, visual materials, media activities, and public events. The discourse through which July 15 has been presented to international audiences has also changed. While the coup attempt and the security threat have remained central themes, democracy, national will, democratic resistance, and collective memory have become increasingly visible elements of the narrative. The 2018–2026 period therefore provides a meaningful timeframe for examining not only the communication tools used by the DoC, but also how its narrative for international audiences has been constructed and reframed over time. The dataset and findings presented in this study trace this development through four dimensions: communication tools, geographical and spatial distribution, target audiences, and discursive framing.

The growing literature on the DoC has examined its place in public diplomacy, its contribution to the communication dimension of Turkish foreign policy, and its role in countering disinformation. Özkır (2020) discusses the DoC's position in Turkish foreign policy in relation to institutional transformation and communication policies, while Yazar (2021) and Çetin (2022) focus on its role in public diplomacy. More recent research has placed greater emphasis on the Directorate's role in countering disinformation (Çolak, 2025). Existing studies, however, remain limited in examining the DoC's foreign policy communication role through the construction of a specific narrative across different countries and over a defined period. A search conducted for this study through Google Scholar and Publish or Perish in June and July 2026 likewise identified no academic

study that directly examines the DoC's July 15-themed activities in European countries since 2018 by considering communication tools, target audiences, geographical distribution, and discursive change together. The July 15 case therefore makes it possible to assess through concrete activities the DoC's role in foreign policy communication, a role that has largely been discussed at the institutional level in the existing literature.

The main purpose of this study is to examine the DoC's role in Turkish foreign policy through its public diplomacy and strategic communication activities. July 15-themed activities conducted in European countries are used as the case through which this role is explored. The study asks how the DoC has constructed the July 15 narrative in European countries through its choice of communication tools, geographical and spatial settings, target audiences, and discursive frames, and how these practices changed between 2018 and 2026. Accordingly, the analysis focuses on the diversification of communication tools, the geographical and spatial distribution of activities, changes in target audiences, and the discursive framing of the July 15 narrative. It does not seek to measure the impact of these activities on European perceptions of Türkiye. Since the dataset does not allow for such a causal assessment, the analysis is limited to the nature of the DoC's institutional communication practices and their development over time. This limitation is consistent with the document analysis and qualitative content analysis employed in the study.

Apart from the introduction and conclusion, the article consists of four main sections. The first examines the establishment and institutional structure of the DoC and its place in Turkish foreign policy through the lenses of public diplomacy, strategic communication, and countering disinformation. The second explains the research method, dataset, and analytical process. The third presents the findings on activities conducted in European countries, drawing on the DoC's annual administrative activity reports for 2018–2025 and July 15-themed news items and announcements published on its official website between 2018 and July 31, 2026. The fourth discusses these findings in relation to the public diplomacy literature. Rather than treating July 15 activities in Europe simply as commemorative practices, the study thus approaches them as a continuing case through which the DoC's role in the communication dimension of Turkish foreign policy can be observed.

The Presidency's Directorate of Communications as an Actor in Turkish Foreign Policy

The DoC emerged from an institutional transformation aimed at bringing the state's communication activities in Türkiye under a more centralized and coordinated structure. Established by Presidential Decree No. 14 of July 24, 2018, the Directorate was assigned a range of responsibilities, including contributing to the formulation of the state's promotion policy, managing the flow of information to ensure that the public is informed accurately and in a timely manner, directing Türkiye's international promotion activities, and coordinating public institutions and civil society organizations (CSOs) in the field of public diplomacy (Resmî Gazete, 2018). The Decree also assigns the Department of Public Diplomacy responsibility for communicating Türkiye's positions and policy preferences to international audiences within the framework of strategic communication. This mandate shows that the DoC was designed not merely as a conventional press and information institution, but as an institution with direct responsibility for planning and coordinating Türkiye's communication with the outside world.

The establishment of the DoC should also be viewed as part of the institutional continuity of public communication in Türkiye. From the Ottoman period to the Republic, institutions such as the Directorate of Press, the General Directorate of Press and Intelligence, the General Directorate of Press and Broadcasting, and, most recently, the Directorate General of Press and Information carried out the state's press, information, and promotion activities at different times. This institutional legacy did not disappear with the establishment of the DoC in 2018. Instead, it was reorganized within a broader structure encompassing public diplomacy, strategic communication, and international

communication (Çolak, 2025). This transformation is significant because it reflects Türkiye's move toward a more centralized and coordinated institutional structure in foreign policy communication (Özkır, 2020). Indeed, assigning the DoC responsibility for monitoring and coordinating Türkiye's public diplomacy activities was one of the distinctive features of the institutional transformation that accompanied its establishment (Çetin, 2022).

This institutional position also makes it necessary to define the boundaries of the DoC's role in Turkish foreign policy. Unlike traditional foreign policy institutions such as the Ministry of Foreign Affairs, the Directorate does not have decision-making authority over foreign policy. It is, however, responsible for communicating foreign policy preferences and positions to international audiences, constructing narratives around them, and coordinating the international communication activities of different institutions. The DoC's role as a foreign policy actor therefore lies primarily in the communication dimension of foreign policy rather than in direct participation in decision-making. Producing discourse and narratives for international audiences, circulating them through different communication channels, and coordinating relevant institutions are the main elements of this role. In this sense, the DoC can be understood not as an actor that determines foreign policy decisions, but as an institutional communication actor involved in presenting those decisions and Türkiye's positions on international issues to foreign publics (Özkır, 2020; Yazar, 2021).

Public diplomacy constitutes one of the main dimensions of the DoC's role in foreign policy communication. Unlike traditional diplomacy, which primarily involves relations between the official institutions of states, public diplomacy is based on communication with foreign publics. Nye (2004) approaches public diplomacy in terms of communicating a country's soft power resources to foreign publics and making those resources effective. From this perspective, communication is not limited to the short-term transmission of information; it encompasses a range of activities extending from day-to-day communication and strategic communication around specific themes to the development of long-term relationships. Cull (2009), meanwhile, discusses public diplomacy through such areas as listening, advocacy, cultural diplomacy, exchange diplomacy, and international broadcasting. Both approaches highlight the multidimensional nature of communication with foreign publics.

The DoC's position in the field of public diplomacy largely corresponds to this framework. Its Department of Public Diplomacy is responsible not only for communicating Türkiye's positions and policy preferences to foreign publics, but also for carrying out programs and projects in cooperation with public institutions, universities, and CSOs (Resmî Gazete, 2018). Within this institutional framework, public diplomacy goes beyond a series of independent promotional activities and becomes a field of communication linked to specific foreign policy priorities and involving the participation of different institutions. The DoC's use of international panels, media meetings, publications, exhibitions, digital content, and communication materials prepared in different languages reflects this approach in practice. One of the Directorate's principal functions, in this respect, is to establish and coordinate communication channels through which issues regarded as important in Türkiye's foreign policy can be presented to international audiences (Çetin, 2022).

Another prominent area of the DoC's activities, closely related to public diplomacy, is strategic communication. While public diplomacy covers a broader field of relations and interaction, strategic communication involves establishing a planned relationship among messages, target audiences, and communication tools in pursuit of specific objectives. The establishment of the Department of Strategic Communication and Crisis Management within the DoC in 2020 shows that strategic communication was defined as a distinct area of activity within the institutional structure. The relevant regulation added to the Directorate's responsibilities the formulation of policies on strategic communication and crisis management, as well as the coordination of public institutions in activities conducted at the national and international levels. This structure gives the DoC a

coordinating role, particularly during periods of crisis, when messages issued by different institutions need to be communicated within a coherent framework.

The third dimension of the DoC's international communication activities is countering disinformation. As the digital communication environment has expanded, states have developed communication strategies not only to convey their policies and positions to foreign publics but also to respond to the circulation of false or misleading information about them. In what has been described as a post-truth communication environment, the growing role of emotions, opinions, and competing narratives alongside factual information in shaping public opinion has made this challenge increasingly visible (McIntyre, 2018). Türkiye also faces the international circulation of false or deliberately distorted information concerning foreign policy issues (Boyraz, 2021). Against this background, the Center for Countering Disinformation (DMM), which began operating within the DoC in August 2022, assumed responsibility for identifying false and distorted content and developing corrective communication in response. Although the DMM's activities cannot be regarded as public diplomacy in a direct sense, they complement the defensive and reactive dimension of the DoC's communication capacity toward international audiences (Şehitoğlu, 2024).

Taken together, public diplomacy, strategic communication, and countering disinformation show that the DoC's role in foreign policy communication has developed across three complementary dimensions. Public diplomacy enables Türkiye to engage with foreign publics and communicate its own narrative, while strategic communication contributes to the planning and coordination of these activities around specific objectives and target audiences. Countering disinformation, in turn, provides a corrective communication function in response to false or distorted content concerning Türkiye. Bringing these three areas together within the same institutional structure allows the DoC to function not only as a producer of content but also as an actor that coordinates different stages of international communication. The Directorate's first President, Fahrettin Altun, similarly identified defending Türkiye's positions internationally, ensuring consistency of discourse among institutions, and countering negative perceptions of Türkiye among the institution's objectives, reflecting this broader institutional approach (Duran, 2019).

The DoC's growing role in the communication dimension of Turkish foreign policy can also be seen in the development of its organizational and personnel capacity. When the Directorate was established in 2018, it had 584 active employees, while its provincial organization consisted of 18 directorates and its overseas organization comprised 38 press counsellorships and one press attaché office (Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 2019). By the end of 2025, the number of active employees had risen to 1,199; the provincial organization had expanded to 19 regional directorates, while the overseas organization had grown to 44 communication counsellorships and four communication attaché offices (Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 2026a; Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 2026b). The increase in personnel and the expansion of the overseas organization during this period indicate a growth in the Directorate's institutional capacity to conduct communication activities at both the national and international levels. Although this development alone does not demonstrate that the DoC's influence on foreign policy has increased, it has enabled the institution to conduct its international communication activities through a broader organizational structure.

The leadership change at the DoC in 2025 also indicates the continued importance the institution attaches to international communication. Burhanettin Duran, who assumed the presidency of the DoC in July 2025, identified strengthening Türkiye's international visibility and its capacity to construct its own narrative as one of the central concerns of strategic communication (Anadolu Ajansı, 2026). The continued emphasis on public diplomacy, strategic communication, and international narratives, which had also been prominent during the tenure of founding President Fahrettin Altun, suggests that these areas have become enduring elements of the DoC's institutional

functions. Within this framework, the July 15-themed activities conducted in European countries provide a concrete case through which the DoC's role in foreign policy communication can be examined.

Method and Material

This study adopts a qualitative research design to examine the DoC's role in Turkish foreign policy through its public diplomacy and strategic communication activities. To this end, July 15-themed activities conducted in European countries are treated as a case through which the DoC's role in foreign policy communication can be observed in concrete terms. The study draws primarily on institutional documents and digital content produced by the DoC and examines the communication tools, geographical and spatial choices, target audiences, and discursive frames through which the Directorate constructed the July 15 narrative in European countries, as well as how these communication practices changed between 2018 and 2026. Rather than merely describing July 15 activities, the analysis therefore focuses on what these activities reveal about the DoC's role in foreign policy communication. This approach is consistent with the main purpose and research question set out in the introduction.

The study draws on two main groups of sources. The first consists of the DoC's eight annual administrative activity reports covering the 2018–2025 period. These reports were examined to trace the development of the Directorate's public diplomacy and international communication activities, the tools it employed, its institutional priorities, and the scope of its activities. The second group consists of July 15-themed news items and announcements published on the DoC's official website between 2018 and July 31, 2026. For the 2018–2025 period, content published throughout each calendar year was reviewed, while the 2026 dataset was limited to material available up to July 31, 2026, when data collection for the study ended. Since the annual activity reports do not provide the same level of detail every year on July 15-themed activities by country and city, institutional news items and announcements were used as complementary sources for identifying the geographical distribution, communication tools, target audiences, and discursive characteristics of activities conducted in Europe.

The data were examined using document analysis and qualitative content analysis. Document analysis is a qualitative method based on the systematic examination of written and visual materials relevant to a research topic and can be used to investigate institutional processes (Bowen, 2009). In this study, the annual activity reports and institutional news items and announcements were first reviewed through document analysis, and data directly relevant to the research question were identified and classified. The materials were then subjected to qualitative content analysis to identify recurring themes, conceptual emphases, and changes over time. Qualitative content analysis was selected because it allows patterns of meaning within texts to be systematically classified according to defined categories (Mayring, 2000; Krippendorff, 2019).

To enable a comparative assessment of changes between 2018 and 2026, the data were analyzed under four categories. The first category concerns the communication tools used by the DoC. These included panels, conferences, documentary and video screenings, exhibitions, media activities, digital publications, online events, and visual activities conducted in public spaces. The second category concerns geographical and spatial distribution. In addition to identifying the European countries and cities in which activities took place, the analysis considered the types of venues used, including embassies, consulates general, international organizations, cultural and educational institutions, symbolic sites of memory, and public spaces. Particular attention was paid to whether activities were concentrated in capital cities, diplomatic centers, and institutional venues linked to Türkiye. The third category concerns target audiences. Where the available data allowed, activities aimed at diplomats, academics, journalists, decision-makers, experts, civil society representatives, the Turkish diaspora, and broader foreign publics were distinguished from one

another. The fourth category concerns discursive framing and examines the use over time of prominent concepts and themes such as the coup attempt, FETÖ, security threats, democracy, national will, democratic resistance, martyrdom, and collective memory.

The coding process was carried out by both authors. The coding categories were defined in advance in line with the research question and then applied to the dataset by the authors. The annual activity reports were first searched for terms such as “public diplomacy,” “international event,” “panel,” “conference,” “media meeting,” and “international publication,” as well as other expressions directly related to July 15. July 15-themed news items and announcements published on the DoC’s official website were then examined, and activities that could be verified as having taken place in European countries were classified by year, country, city, type of event, type of venue, target audience, and prominent discursive elements. The comparison across years was therefore not limited to the number of activities. It also considered the diversification of communication tools, the geographical and spatial distribution of activities, changes in target audiences, and shifts in the discursive framing of July 15. This approach makes it possible to trace developments between 2018 and 2026 across several complementary dimensions rather than through a single indicator.

Using two types of data produced by the same institution made it possible to compare the general, and at times quantitative, information contained in the annual activity reports with the more detailed records of individual events provided in institutional news items and announcements. Examining these different types of documents together therefore provided a degree of data diversification by allowing the same institutional communication practices to be studied through different sources. However, because almost all of the sources constituting the empirical dataset were produced by the DoC and other official institutions, this diversification was not treated as independent source verification. Activities that could not be clearly verified through institutional sources were excluded from the analysis, and the information available in the documents was taken as the basis particularly for identifying activities at the city and country levels.

An important temporal limitation of the study concerns the year 2026. Since data collection ended on July 31, 2026, and the 2026 Annual Administrative Activity Report had not yet been published, the findings for that year are based solely on institutional news items and announcements available up to that date. For this reason, 2026 was not subjected to direct quantitative comparison with previous years as though it represented a completed annual period. Instead, it was assessed qualitatively, particularly in terms of the communication tools, target audiences, and discursive framing employed on the tenth anniversary of July 15.

Another limitation is that the materials examined consist primarily of institutional sources. While these sources make it possible to identify the activities conducted by the DoC, the tools it employed, and the discursive frames through which it presented July 15 to international audiences, they do not reveal how these activities were received by European publics or the extent to which they affected perceptions of Türkiye. The study therefore does not attempt to measure the impact of the DoC’s public diplomacy activities. Instead, it examines the Directorate’s role in foreign policy communication and the evolution of its communication practices over time. Assessing perceptual effects among European publics would require further research based on different types of data and methods, such as public opinion surveys, interviews, focus groups, or country-specific media analyses. This limitation is also consistent with the study’s broader approach, which focuses on the DoC’s role in the communication dimension of foreign policy rather than its capacity to determine foreign policy decisions.

Findings

This section examines the DoC’s July 15-related activities in European countries not as a chronological inventory of events, but in a way that reveals the Directorate’s role in foreign policy communication and how that role changed over time. Accordingly, the data for the 2018–2026 period

are analyzed across four analytical categories: communication tools, geographical and spatial distribution, target audiences, and discursive framing. This classification makes it possible to assess comparatively not only the numerical or chronological development of the activities, but also the tools through which the DoC communicated the July 15 narrative, where these activities took place, which audiences they targeted, and the discursive frames within which the narrative was presented.

The Transformation of Communication Tools

The communication tools used by the DoC in European countries in relation to July 15 diversified considerably over the period examined. Since the Directorate was established on July 24, 2018, the year 2018 cannot be assessed on the same basis as subsequent years. Indeed, the exhibition titled "The July 15 Coup Attempt in Photographs," held on July 12 and included in the 2018 Annual Administrative Activity Report, took place before the establishment of the DoC. Moreover, the institutional sources examined do not provide evidence of a comparable activity conducted by the DoC in a European city that year and verifiable at the city level (Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 2019). The DoC's communication practices concerning July 15 in Europe can therefore be traced more reliably from 2019 onward.

The year 2019 marked the first clear period in which the July 15 narrative began to be communicated to European publics through the combined use of different communication tools. Screenings of the documentary "Ağ" (The Network) in European cities including Brussels, Paris, London, Berlin, Sarajevo, Rome, and Milan, together with international panels, multilingual content, and activities designed to increase public visibility, such as the simultaneous choreography in London, indicate that communication extended beyond conventional diplomatic statements and meeting formats (Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 2020a; Anadolu Ajansı, 2019). During this period, documentaries, panels, and visual events were used as complementary tools for circulating the same narrative in different formats.

The year 2020 marked a turning point in which digital tools became more prominent in the communication repertoire, partly as a result of the COVID-19 pandemic. The "July 15: 15 Panels" series, organized through online programs linked to Italy, the United Kingdom, Germany, France, Belgium, Spain, and Albania, made it possible to overcome the limitations imposed by physical venues through digital platforms. Broadcasts via YouTube and other digital channels enabled these programs to reach audiences in different countries simultaneously rather than remaining limited to those directly attending the events (Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 2020b; Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 2021). The "July 15 Interview Series in 15 Countries," organized in 2021, further demonstrated that the use of digital tools was not merely a temporary practice specific to the pandemic period. Circulating the views of experts from different countries through video and interview formats indicates that digital content had become an enduring component of the DoC's international communication repertoire (Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 2022a).

The renewed prominence of physical events after 2022 did not lead to the abandonment of digital tools; instead, physical and digital forms of communication began to be used together. Embassy programs, panels, photography exhibitions, short films, commemorative ceremonies, and other visual content became part of an increasingly broad communication repertoire (Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 2022b; Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 2023a). In 2023, international panels held under the same title in different European cities were supported by a common visual identity and video messages, indicating a growing tendency toward institutional standardization alongside the diversification of communication tools (Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 2023b; Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 2024a).

In 2024, the communication repertoire expanded further. The bicycle tour in Berlin, LED-screen vehicles in London, the program held at NATO Headquarters in Brussels, and the July 15 Translation and Digitalization Workshop opened in Novi Pazar demonstrate that communication

activities could extend beyond panels and events centered on diplomatic missions (Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 2024b; Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 2025). In 2025 and 2026, a more integrated communication practice emerged in which panels, exhibitions, documentaries, films, videos, and other visual content were used together around common themes. In 2026, the panels organized for the tenth anniversary were also supported by thematic videos, photography exhibitions, and the film “15/07 Şafak Vakti,” bringing verbal, visual, and emotional elements of communication together within the same program (Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 2026c).

When the period is considered as a whole, the change in communication tools appears to have taken the form of an expansion of the repertoire rather than a linear process in which new tools replaced older ones. Traditional tools such as panels, conferences, and diplomatic meetings continued to be used, while digital broadcasts, documentaries, videos, public performances, and spatial memory practices were added to them. The DoC’s institutional capacity in foreign policy communication therefore appears to rest not only on content production, but also on adapting and circulating the same narrative across different communication channels.

Table 1. Transformation of Communication Tools, 2018–2026

Years	Prominent Communication Tools	Distinctive Feature
2018	Institutional reporting	Year of establishment; limited comparable data for Europe
2019	Documentary, panel, multilingual content, public performance	Emergence of multi-tool international communication
2020	Online panels, live broadcasts	Acceleration of digital communication
2021	Digital interviews, video	Continuity in the use of digital tools
2022	Commemorative programs, exhibitions, short films, visual content	Combined use of physical and digital tools
2023	International panels, video, common visual identity	Diversification of tools and institutional standardization
2024	Exhibitions, video, LED vehicles, bicycle tour, digitalization workshop	Expansion of public and experiential tools
2025	Panels, exhibitions, documentaries, video	Multi-tool communication around a common theme
2026	Panels, films, exhibitions, thematic videos, media circulation	Integrated communication marking the tenth anniversary

Source: Compiled from DoC annual activity reports and institutional news items and announcements.

Geographical and Spatial Distribution of Activities

The geographical distribution of the DoC’s July 15 activities in Europe reveals the locations where its communication practices maintained continuity, while the venues in which these activities were held indicate the institutional and social settings through which communication was conducted. Geographical distribution and spatial preferences therefore need to be considered together. In this context, the distribution of venues is particularly important for understanding which target audiences the DoC sought to reach and through which institutional channels.

Throughout the period examined, activities were spread across a broad European geography, although their distribution was not even across countries and cities. Berlin, Brussels, London, Paris, Vienna, Sarajevo, and Tirana were among the recurring locations in different years. In 2019,

screenings of "The Network" were held not only in political and diplomatic centers such as Brussels, Paris, London, and Berlin, but also in cities including Milan, Shkodër, and Pristina. Although digitalization partly reduced the importance of physical venues in 2020 and 2021, cities such as Rome, Brussels, London, Berlin, Paris, Madrid, and Tirana remained prominent as connection points for online programs.

As physical events regained prominence after 2022, diplomatic missions became one of the main venues for these activities. Embassies in capitals such as Athens, Berlin, London, Paris, and Rome, as well as the Consulate General in Constanța, hosted various events. Activities, however, were not confined to diplomatic missions. The use of other Türkiye-linked institutional venues, such as the TOBB representation in Brussels, the Yunus Emre Institute in Budapest, and the Maarif School in Bucharest, shows that existing institutional networks were also incorporated into public diplomacy activities.

In subsequent years, spatial diversification became more visible. While the program held at NATO Headquarters in Brussels represented a venue choice aimed directly at international diplomatic and security circles, the bicycle tour in Berlin and LED-screen vehicles in central London illustrate how communication moved beyond enclosed institutional settings into public spaces (Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 2024b). Similarly, library programs in Sarajevo, the Martyrs' Monument in Tirana, the Turkish Military Cemetery in Valletta, and cultural venues in Novi Pazar demonstrate how the July 15 narrative was associated with places carrying historical and symbolic meaning. The 2026 program in Sarajevo, held at the Vijećnica Library, likewise shows that a venue could serve not merely as the physical setting of an event but also as an element reinforcing the symbolic framework of the narrative.

When geographical and spatial distribution are considered together, two main tendencies emerge. First, a significant proportion of the activities were concentrated in capital cities, embassies, and locations with high diplomatic visibility. These settings provide a functional basis for engagement with diplomats, decision-makers, media representatives, and international organizations. Second, particularly in later years, cultural institutions, educational institutions, symbolic sites of memory, and public spaces were increasingly incorporated into the communication repertoire. This second tendency points to a spatial diversification through which the DoC's July 15 communication extended beyond the boundaries of diplomatic missions.

This diversification does not mean that diplomatic and institutional venues lost their prominence. A significant proportion of the activities examined were held at embassies, consulates general, and Türkiye-linked institutions. Thus, despite examples of expansion into public spaces, diplomatic and institutional settings remained central to the spatial organization of the DoC's July 15 communication in Europe. This finding is important for assessing the extent to which these activities reached broader local publics and provides an empirical basis for the recommendation on spatial diversification presented in the conclusion.

Table 2. Geographical and Spatial Distribution of Activities in Europe

Spatial Category	Main Examples	Communication Function
Embassies and consulates general	Athens, Berlin, London, Paris, Rome, Vienna, Constanța, etc.	Institutional communication through diplomatic missions
Türkiye-linked institutions	Yunus Emre Institute, Maarif School, TOBB representation	Incorporation of existing institutional networks into the communication process
International organization venues	NATO Headquarters in Brussels	Access to diplomatic and international decision-making circles
Cultural and symbolic venues	Libraries, cultural centers, military cemeteries, and monuments	Linking memory and symbolic narratives to place
Public spaces	Berlin bicycle tour, LED-screen vehicles in London	Increasing visibility beyond diplomatic and institutional circles

Source: Compiled from DoC annual activity reports and institutional news items and announcements.

Differentiation of Target Audiences

The target audiences of the activities examined show that the DoC's communication practices in Europe changed over time not only in terms of tools and venues, but also in the way audiences were identified. In the early years, explaining the nature of the July 15 coup attempt and FETÖ's organizational structure to international audiences stood out as a relatively broad communication objective. In later years, however, activities were increasingly directed at more clearly defined groups, including academics, journalists, diplomats, politicians, decision-makers, experts, civil society representatives, the Turkish diaspora, and young people.

In 2019, documentary screenings and multilingual content were used as tools to reach broad foreign audiences, while in cases such as the international panel in Madrid, academic and political circles emerged as more clearly defined audiences. In 2020, online panels featuring experts from different countries showed that the digital environment made it possible to reach both specialist circles and wider audiences at the same time. In 2021, the "July 15 Interview Series in 15 Countries," which was built around expert views, also demonstrated that experts were positioned not only as a target audience but also as third-party actors involved in circulating the narrative.

From 2022 onward, audience segmentation became more pronounced. The event held at the Maarif School in Bucharest was directed at young people, while diplomatic and institutional circles were more prominent in centers such as Brussels and Vienna. The participation of academics, media representatives, and experts in different programs also indicates an effort to address distinct groups rather than a single, homogeneous "foreign public." This tendency became even clearer in 2025 and 2026. In Vienna, academics, journalists, politicians, and diplomats were brought together in the same panel; in Sarajevo and Pristina, local political and institutional actors were prominent; in Amsterdam, Turkish CSOs and community leaders were targeted; and in London, media, civil society, and decision-making circles came to the fore. These examples show that target audiences varied according to the nature of the activity and the country in which it was held.

This differentiation indicates that targeting and segmentation became increasingly visible features of the DoC's communication practices over time. In particular, directly addressing journalists, academics, diplomats, and decision-makers who may influence political and public debates is consistent with the target-audience dimension of strategic communication. However, since institutional documents do not provide systematic data on participants' perceptions or attitudes after the events, it is not possible to establish a direct causal relationship between more clearly defined target audiences and communication effectiveness. The finding here concerns the change in targeting practices rather than the impact of communication.

Table 3. Changes in Target Audiences over Time

Years	Prominent Target Audiences	Communication Approach
2019	General foreign publics, academic and political circles	Providing information and raising awareness
2020-2021	Experts, digital audiences, foreign publics	Digital outreach and circulation of expert views
2022	Diplomats, media, academics, young people, diaspora	Increasingly distinct audience segmentation
2023-2024	Media, diplomats, international organization circles, local publics	Communicating a common narrative to different audiences
2025-2026	Academics, journalists, politicians, diplomats, CSOs, decision-makers, and diaspora	Selective communication directed at different influential groups

Source: Compiled from DoC annual activity reports and institutional news items and announcements.

Discursive Transformation of the July 15 Narrative

One of the most significant changes in the DoC's July 15 communication in Europe concerns the concepts and themes through which the coup attempt was presented to international audiences. In the early years, the narrative focused primarily on explaining the nature of the coup attempt, drawing attention to FETÖ's international organizational structure, and defending Türkiye's democratic legitimacy. The documentary "The Network," used in 2019, is a clear example of this framework. In the documentary, FETÖ was presented not only as a structure related to Türkiye's domestic security, but also as an international organization posing a threat to other countries in which it operated. Explanatory communication and a security-centered framing were therefore used together during the initial period.

In 2020, online panels emphasized the protection of the democratic constitutional order and the need for international cooperation against similar threats, alongside discussion of the coup attempt and FETÖ's organizational structure. This marked a discursive expansion in which July 15 was associated not only with a security issue specific to Türkiye, but also with threats that other democratic systems might face. In 2021, the theme "Türkiye Geçilmez" linked July 15 to narratives of independence, sovereignty, and historical resistance.

In 2022, the theme "Türkiye Aşkına" brought together unity, solidarity, martyrdom, and the FETÖ threat within the same narrative. Although the security-centered discourse remained present, elements of social unity and memory became more visible. The year 2023 marked a more pronounced stage in the transformation of the discursive framework. The common use of the title "July 15: Türkiye's Victory of Democracy" in different European cities, including Berlin, Stockholm, Brussels, Paris, Sarajevo, and London, shows that the concepts of democracy and popular will were placed more firmly at the center of the international narrative.

In 2024, the diversification of visual and commemorative tools made the collective memory dimension more visible. Exhibitions, commemorative programs, public visual displays, and permanent cultural activities framed July 15 not simply as a past political event that needed to be explained, but also as an element of memory to be remembered and transmitted to future generations. The use of the theme "Zaferin Adı Türkiye" in 2025 with a common visual identity indicates the continuation of this tendency. In 2026, the prominence of the concepts of national will and democratic resistance in the tenth-anniversary themes "İrade Bizim, Zafer Bizim" and "Millî İrade

ve Demokratik Direnç: 10. Yılında 15 Temmuz” shows that the narrative continued to be constructed more explicitly around democracy and resistance.

This trajectory does not mean that the security-centered narrative was abandoned over time. FETÖ, the coup attempt, and the threat to the constitutional order remained elements of the discourse in subsequent years. Rather, the transformation took the form of a discursive expansion of this framework. While the initial emphasis was on explaining the coup attempt and the FETÖ threat, democracy, national will, social resistance, and collective memory gradually became more visible elements of the same narrative. The change in the July 15 narrative can therefore be understood not as a shift from a security framework to an entirely different one, but as an expansion of the security narrative through the incorporation of democracy and memory.

Table 4. Discursive Transformation of the July 15 Narrative

Years	Prominent Discursive Elements	Discursive Orientation
2019	Coup attempt, FETÖ threat, democratic legitimacy, constitutional order	Explanatory and security-centered narrative
2020	FETÖ threat, constitutional order, international cooperation	Internationalization of the security issue
2021	“Türkiye Geçilmez,” independence, sovereignty, resistance	Historical continuity and national resistance
2022	“Türkiye Aşkına,” unity, martyrdom, FETÖ threat	Combined use of security and social memory
2023	“Türkiye’s Victory of Democracy”	Stronger emphasis on democracy and national will
2024	Democracy, heroism, collective memory	Expansion of the memory dimension
2025	“Zaferin Adı Türkiye,” national will, memory	Common theme and discursive coherence
2026	“İrade Bizim, Zafer Bizim”; “Millî İrade ve Demokratik Direnç”	Democratic resistance and tenth-anniversary memory

Source: Compiled from DoC annual activity reports and institutional news items and announcements.

Discussion

When the four analytical dimensions presented in the findings are considered together, it becomes clear that the DoC’s July 15 activities in Europe changed not only in terms of the number of events and their geographical scope, but also in the nature of its communication practices. The range of communication tools expanded, with digital broadcasts, interviews, documentaries, exhibitions, public performances, and spatial memory practices being added to panels and conferences. Although the geographical reach of the activities widened, capital cities and diplomatic centers remained prominent. At the same time, some activities also made use of public and symbolic spaces. Target audiences became more differentiated, moving beyond a general conception of foreign publics to include academics, journalists, diplomats, politicians, civil society representatives, and decision-makers as the direct audiences of specific activities. At the discursive level, while the DoC’s institutional documents continued to frame July 15 around the coup attempt and the FETÖ threat, concepts such as democracy, national will, democratic resistance, and collective memory became increasingly visible elements of the narrative.

From the perspective of the public diplomacy literature, this transformation partly corresponds to Nye’s (2004) approach, which views public diplomacy in terms of communication

with foreign publics and the projection of soft power resources. In particular, the targeting of different audiences, the use of multilingual content, and the expansion into public spaces alongside diplomatic venues can be regarded as indications of an effort to communicate directly with foreign publics. However, since the existing dataset does not measure the effects of this communication on the attitudes and perceptions of target audiences, it is not possible to assess the extent to which these activities increased Türkiye's soft power. This distinction prevents a direct relationship from being assumed between the existence of public diplomacy activities and their impact.

From the perspective of Cull's (2009) framework, advocacy and international broadcasting appear to be particularly prominent dimensions of the DoC's July 15 activities. Communicating Türkiye's positions on July 15 to foreign publics through panels, documentaries, multilingual content, and digital broadcasts shows that advocacy activities were supported by a range of communication tools. By contrast, the documents examined provide more limited evidence of listening activities based on the systematic collection of views from foreign publics. This suggests that the DoC's communication on July 15 placed greater emphasis on conveying Türkiye's own narrative to international audiences than on mutual interaction.

The findings concerning the DoC's role in Turkish foreign policy indicate that the Directorate has been active not so much in making foreign policy decisions as in constructing particular foreign policy narratives for Türkiye, adapting them to different communication tools, directing them toward specific target audiences, and circulating them internationally. In this respect, the distinctive feature of the DoC's role as a foreign policy actor lies less in decision-making authority than in narrative production, audience targeting, diversification of communication tools, and communication coordination.

The differences observed between Western Europe and the Balkan countries are also significant in this regard. The findings show that in Western European centers such as Berlin, London, Paris, and Brussels, diplomatic circles, the media, decision-makers, and tools aimed at enhancing public visibility were more prominent. In Balkan cities such as Sarajevo, Tirana, Pristina, and Novi Pazar, by contrast, local institutions and cultural and symbolic venues were more visible in communication activities. Since the dataset was not designed to provide a systematic comparison between Western Europe and the Balkans, these differences cannot be interpreted as two distinct models of public diplomacy. Nevertheless, the observed variation suggests that Europe should not be treated as a homogeneous target area and that country- and region-specific contexts warrant greater consideration in communication strategies. This is also relevant to Türkiye-EU relations. Since a substantial share of the DoC's communication activities took place in EU member states, Türkiye's relations with the Union need to be considered not only in terms of diplomatic contacts between governments and EU institutions, but also in terms of communication practices directed at different national publics.

Finally, the transformation in institutional capacity and communication practices identified here does not allow for a direct assessment of the impact of these activities on European publics. The documents examined show what the DoC did, which tools it used, where and toward whom its activities were directed, and which narratives it emphasized. They do not, however, make it possible to measure how European publics received these activities or whether they produced any change in perceptions of Türkiye. The findings of this study therefore concern the nature of the DoC's role in the communication dimension of Turkish foreign policy and its institutional practice in the case of July 15, rather than the impact of its public diplomacy activities.

Conclusion and Recommendations

This study examined the role of the Presidency's Directorate of Communications in Turkish foreign policy through July 15-themed activities conducted in European countries. The findings for the 2018–2026 period show that, rather than acting as a traditional foreign policy actor directly

involved in determining foreign policy decisions, the DoC has assumed a distinct role in shaping Türkiye's narratives for international audiences, circulating them through different communication tools, and coordinating activities in this field. In this sense, the DoC's role as an actor emerges primarily in the communication dimension of foreign policy rather than in foreign policy decision-making itself.

During the period examined, communication practices surrounding July 15 became more diverse in terms of the tools employed, target audiences, and discourse. Alongside panels and conferences, digital content, documentaries, exhibitions, and visual and public events were gradually incorporated into the communication repertoire. Activities also increasingly targeted more specific groups, including academics, journalists, diplomats, experts, and decision-makers, in addition to broader international audiences. At the discursive level, while references to the coup attempt and the security threat remained present, democracy, national will, democratic resistance, and collective memory became more visible elements of the narrative. The findings therefore indicate that the DoC's communication of July 15 evolved over time into an institutional communication practice encompassing a wider range of tools and target audiences.

The findings also highlight several points that may inform future activities. Given the continuing prominence of diplomatic and institutional venues, extending activities to a broader range of social settings, including universities, cultural centers, local media, and civil society, could help diversify target audiences. A more balanced approach could also be developed between maintaining a common institutional narrative and adapting communication tools and messages to the specific political, social, and media environments of individual European countries and target audiences. In addition, it would be useful to assess not only the number and variety of activities but also their outcomes through indicators such as local media visibility, digital reach and engagement, and feedback from target audiences.

The main limitation of the study is that the dataset relies predominantly on institutional sources produced by the DoC. The study therefore focuses on the Directorate's communication practices and their transformation over time rather than measuring the impact of these activities on European publics. In addition, the data for 2026 are limited to material available up to July 31, 2026. These limitations also point to avenues for future research. A more comprehensive assessment of the DoC's role in Turkish foreign policy could draw on methods that extend beyond institutional documents, including public opinion surveys, interviews with event participants, experts, and decision-makers, focus groups, and country-specific media analyses. Such research could examine how narratives produced by the DoC are received by different European publics and assess their perceptual effects. Furthermore, examining international communication activities concerning other foreign policy issues, such as counterterrorism, irregular migration, and the Gaza War, could help determine the extent to which the findings of this study apply to other cases.



www.turkishstudies.net/economy

Turkish Studies - Economics, Finance, Politics

eISSN: 2667-5625



Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın Türk Dış Politikasındaki Rolü: Avrupa Ülkelerinde 15 Temmuz Anlatısının İnşası ve İletişimi

Giriş

Fetullahçı Terör Örgütü (FETÖ), Fetullah Gülen liderliğinde şekillenen, kökenleri 1960'lara uzanan ve uzun yıllar dinî bir cemaat ve eğitim hareketi görünümü altında faaliyet gösteren bir yapılanmadır. Söz konusu terör örgütü, özellikle eğitim faaliyetleri üzerinden insan kaynağı oluşturmuş; zaman içerisinde medya, ekonomi ve sivil toplum gibi farklı alanlarda geniş bir örgütlenme ağı geliştirmiştir. FETÖ'nün ayırt edici özelliklerinden biri, hiyerarşik ve kapalı örgütlenme yapısının yanı sıra mensuplarının örgütsel aidiyetlerini gizlemelerine imkân veren yöntemleri kullanmasıdır. Bu yapı, örgütün uzun bir dönem boyunca toplumsal alandaki faaliyetleri ile devlet kurumları içerisindeki yapılanmasını eş zamanlı biçimde sürdürmesine olanak sağlamıştır (Şahin vd., 2018).

FETÖ'nün Türkiye'deki yapılanması zamanla güvenlik bürokrasisi ve yargı başta olmak üzere devletin farklı kurumlarına uzanmış; örgüt özellikle Türk Silahlı Kuvvetleri, Emniyet, Milli İstihbarat Teşkilâtı ve yargı içerisinde yapılanmaya yönelmiştir. Bununla birlikte örgütün faaliyetleri Türkiye ile sınırlı kalmamış, eğitim, medya, iş dünyası ve sivil toplum alanlarında oluşturduğu ağlar aracılığıyla uluslararası bir boyut kazanmıştır. Avrupa ülkeleri de bu uluslararası yapılanmanın önemli faaliyet alanlarından biri olmuştur. Bu yönü, 15 Temmuz sonrasında FETÖ meselesinin Türkiye açısından yalnızca iç güvenlik ve iç siyaset bağlamında değil dış politika ve uluslararası iletişim çerçevesinde de ele alınmasının zeminini oluşturmuştur.

Öte yandan devletlerin dış politika hedeflerine ulaşmasında askerî ve ekonomik kapasitenin yanı sıra iletişim araçlarının da giderek daha fazla önem kazanması, kamu diplomasisi ve stratejik iletişimi dış politikanın önemli unsurlarından biri hâline getirmiştir. Uluslararası kamuoyunun dış politika süreçlerindeki ağırlığının artması, dijital iletişim teknolojilerinin yaygınlaşması ve farklı aktörlerin sınır aşan bilgi akışlarına dâhil olması, devletlerin yalnızca ne yaptıklarıyla değil izledikleri politikaları nasıl anlattıklarıyla da ilgilenmelerini gerekli kılmaktadır. Bu bakımdan kamu diplomasisi, devletlerin yabancı kamuoylarıyla iletişim kurmalarına ve uluslararası alandaki görünürlüklerini ve itibarlarını güçlendirmelerine imkân sağlayan bir dış politika aracı olarak değerlendirilmektedir (Nye, 2004; Cull, 2009). Stratejik iletişim ise bu sürecin belirli hedefler, hedef kitleler ve mesajlar doğrultusunda planlanması ve farklı iletişim araçlarının eşgüdüm içerisinde kullanılmasına dayanmaktadır. Dolayısıyla günümüzde dış politikanın iletişim boyutu, devletlerin uluslararası kamuoyuna yönelik anlatılarının oluşturulması ve dolaşıma sokulması bakımından ayrı bir önem taşımaktadır.

Türkiye de özellikle AK Parti döneminde dış politikaya eşlik eden iletişim faaliyetlerini daha kurumsal ve koordineli bir yapı içerisinde yürütmeye yönelmiştir. Bu sürecin en önemli kurumsal adımlarından biri, 24 Temmuz 2018 tarihli ve 14 sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi ile

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın (CİB) kurulmasıdır. Başkanlığa verilen görevler arasında Türkiye'nin tanıtım politikalarının belirlenmesi, devletin iletişim faaliyetlerinin koordinasyonu, kamu diplomasisi çalışmalarının yürütülmesi ve Türkiye'nin uluslararası alanda etkin biçimde temsil edilmesi yer almaktadır (Resmî Gazete, 2018). Bu görev alanı, CİB'i yalnızca iç kamuoyuna yönelik bilgilendirme faaliyetleri yürüten bir kamu kurumu olmaktan çıkarmakta; kurumu Türkiye'nin uluslararası kamuoyuyla kurduğu iletişimde de önemli bir konuma yerleştirmektedir. Nitekim CİB'in kuruluşundan itibaren kamu diplomasisi, uluslararası medya, stratejik iletişim ve daha sonraki dönemde dezenformasyonla mücadele gibi alanlarda faaliyet göstermesi, dış politika iletişimindeki kurumsal ağırlığının giderek arttığını ortaya koymaktadır (Özkır, 2020; Çetin, 2022).

CİB'in Türk dış politikasındaki yerinin tartışılması, dış politika aktörü kavramının yalnızca karar alma sürecine katılan kurumlarla sınırlandırılmamasını da gerektirmektedir. Dış politika kararlarının alınması ile bu kararların ve Türkiye'nin belirli uluslararası meselelere ilişkin tezlerinin yabancı kamuoylarına aktarılması birbirinden farklı işlevlerdir. CİB'in konumu esas olarak ikinci alanda belirginleşmektedir. Başkanlık, dış politika kararlarını doğrudan belirleyen bir kurum olmamakla birlikte Türkiye'nin uluslararası kamuoyuna yönelik anlatılarının oluşturulması, bu anlatıların farklı iletişim araçları aracılığıyla dolaşıma sokulması ve ilgili kurumların iletişim faaliyetlerinin eşgüdümü bakımından dış politikanın iletişim boyutunda rol üstlenmektedir. Bu nedenle CİB'in Türk dış politikasındaki rolünü değerlendirirken temel mesele, kurumun dış politika karar alma mekanizmasındaki ağırlığından ziyade Türkiye'nin uluslararası alanda kendisini nasıl anlattığına yaptığı katkıdır. Makalenin hareket noktası da CİB'in bu özgün konumudur.

Bu rolün incelenebileceği örneklerden biri 15 Temmuz darbe girişimidir. 15 Temmuz, Türkiye açısından yalnızca iç siyasal düzeni ve güvenliği ilgilendiren bir gelişme olarak kalmamış, sonraki yıllarda uluslararası kamuoyuna yönelik iletişim faaliyetlerinin de konularından biri olmuştur. Darbe girişiminin niteliği, FETÖ'nün yapılanması, yaşanan gelişmelerin uluslararası kamuoyuna aktarılması ve Türkiye'nin konuya ilişkin tezlerinin açıklanması, özellikle Avrupa ülkelerine yönelik iletişim faaliyetlerinde süreklilik gösteren başlıklar arasında yer almıştır. Bu yönüyle Avrupa ülkelerinde yürütülen 15 Temmuz temalı faaliyetler, CİB'in kamu diplomasisi ve stratejik iletişim araçlarını uluslararası bir mesele etrafında nasıl kullandığını izlemeye elverişli bir örnek sunmaktadır.

CİB'in 2018'de kurulmasını izleyen dönemde 15 Temmuz'un yıl dönümlerinde Avrupa ülkelerinde gerçekleştirilen faaliyetler zaman içerisinde farklı biçimler almıştır. Paneller, konferanslar ve belgesel gösterimleriyle başlayan faaliyetlere ilerleyen yıllarda çevrim içi etkinlikler, çok dilli dijital içerikler, sergiler, görsel çalışmalar, medya faaliyetleri ve kamusal etkinlikler eklenmiştir. Benzer biçimde 15 Temmuz'un uluslararası kamuoyuna sunulduğunda kullanılan söylemin de aynı kalmadığı görülmektedir. Darbe girişimi ve güvenlik tehdidi vurguları devam ederken demokrasi, millî irade, demokratik direnç ve kolektif hafıza gibi kavramlar zaman içerisinde anlatının daha görünür unsurları hâline gelmiştir. Bu açıdan 2018–2026 dönemi, CİB'in yalnızca hangi araçları kullandığını değil uluslararası kamuoyuna yönelik bir anlatıyı zaman içerisinde nasıl oluşturduğunu ve yeniden çerçevelediğini incelemek bakımından da anlamlı bir dönem sunmaktadır. Makalenin veri seti ve bulgular bölümü de bu zamansal değişimi iletişim araçları, coğrafi ve mekânsal dağılım, hedef kitleler ve söylemsel çerçeve üzerinden takip etmektedir.

CİB üzerine oluşmaya başlayan literatürde kurumun kamu diplomasisindeki yeri, Türk dış politikasının iletişim boyutuna katkısı ve dezenformasyonla mücadelede üstlendiği işlev farklı çalışmaların konusu olmuştur. Özkır (2020), CİB'in Türk dış politikasındaki konumunu kurumsal dönüşüm ve iletişim politikaları çerçevesinde ele alırken Yazar (2021) ve Çetin (2022) Başkanlığın kamu diplomasisi alanındaki rolüne odaklanmıştır. Daha yakın tarihli çalışmalarda ise kurumun özellikle dezenformasyonla mücadele işlevi üzerinde durulmaktadır (Çolak, 2025). Bununla birlikte mevcut çalışmalar CİB'in Türk dış politikasındaki iletişim rolünün belirli bir dış politika anlatısının

farklı ülkelerde ve belirli bir zaman aralığında nasıl inşa edildiği üzerinden incelenmesi bakımından sınırlı kalmaktadır. Bu çalışma kapsamında Haziran ve Temmuz 2026'da Google Akademik ve Publish or Perish üzerinden gerçekleştirilen taramada da CİB'in Avrupa ülkelerinde yürüttüğü 15 Temmuz temalı faaliyetleri 2018'den itibaren araç, hedef kitle, coğrafi dağılım ve söylemsel dönüşüm boyutlarıyla birlikte inceleyen doğrudan bir akademik çalışmaya rastlanmamıştır. Bu nedenle 15 Temmuz örneği, mevcut literatürde ağırlıklı olarak kurumsal düzeyde tartışılan CİB'in dış politika iletişimindeki rolünü somut faaliyetler üzerinden değerlendirme imkânı sağlamaktadır.

Çalışmanın temel amacı, CİB'in Türk dış politikasındaki rolünü kamu diplomasisi ve stratejik iletişim faaliyetleri üzerinden ortaya koymaktır. Avrupa ülkelerinde gerçekleştirilen 15 Temmuz temalı faaliyetler ise bu rolü incelemek üzere seçilen örneği oluşturmaktadır. Çalışmanın temel araştırma sorusu, CİB'in 15 Temmuz anlatısını Avrupa ülkelerinde hangi iletişim araçları, coğrafi ve mekânsal tercihler, hedef kitleler ve söylemsel çerçeveler üzerinden oluşturduğu ve bu iletişim pratiğinin 2018–2026 döneminde nasıl değiştiğidir. Bu temel soru doğrultusunda kullanılan iletişim araçlarının çeşitlenmesi, faaliyetlerin coğrafi ve mekânsal dağılımı, hedef kitlelerdeki değişim ve 15 Temmuz anlatısının söylemsel olarak nasıl çerçevelendiği incelenmektedir. Buradaki amaç söz konusu faaliyetlerin Avrupa kamuoyunun Türkiye algısı üzerindeki etkisini ölçmek değildir. Çalışmanın veri seti böyle bir nedensel değerlendirmeye imkân vermediğinden analiz, CİB'in kurumsal iletişim pratiğinin niteliği ve zaman içerisindeki değişimiyle sınırlandırılmıştır. Bu sınır, çalışmanın yöntem bölümünde benimsenen doküman ve nitel içerik analizi yaklaşımıyla da uyumludur.

Çalışma, giriş ve sonuç dışında dört ana bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde CİB'in kuruluşu, kurumsal yapısı ve Türk dış politikasındaki konumu kamu diplomasisi, stratejik iletişim ve dezenformasyonla mücadele çerçevesinde ele alınmaktadır. İkinci bölümde araştırmanın yöntemi, veri seti ve analiz süreci açıklanmaktadır. Üçüncü bölümde CİB'in 2018–2025 dönemine ait idare faaliyet raporları ile kurumun resmî internet sitesinde 2018'den 31 Temmuz 2026'ya kadar yayımlanan 15 Temmuz temalı haber ve duyurular üzerinden Avrupa ülkelerindeki faaliyetlere ilişkin bulgular ortaya konulmaktadır. Dördüncü bölümde ise elde edilen bulgular kamu diplomasisi literatürü çerçevesinde tartışılmaktadır. Böylece çalışma, Avrupa'daki 15 Temmuz faaliyetlerini tek başına bir anma pratiği olarak ele almak yerine CİB'in Türk dış politikasının iletişim boyutunda üstlendiği rolün gözlemlenebildiği süreklilik taşıyan bir örnek olarak değerlendirmektedir.

Türk Dış Politikasında Bir Aktör Olarak Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı

CİB, Türkiye'de devletin iletişim faaliyetlerinin daha merkezi ve koordineli bir yapı altında yürütülmesine yönelik kurumsal dönüşümün bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. 24 Temmuz 2018 tarihli ve 14 sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi ile kurulan Başkanlığın görevleri arasında devletin tanıtma siyasetinin oluşturulmasına katkı sağlamak, kamuoyunun doğru ve zamanında bilgilendirilmesine yönelik bilgi akışını yürütmek, Türkiye'nin dış tanıtım faaliyetlerini yönlendirmek ve kamu diplomasisi alanında kamu kurumları ile sivil toplum kuruluşları (STK) arasındaki koordinasyonu sağlamak bulunmaktadır (Resmî Gazete, 2018). Kararnamede Türkiye'nin uluslararası alanda ileri sürdüğü tezlerin ve politika tercihlerinin stratejik iletişim çerçevesinde uluslararası kamuoyuna aktarılması da Başkanlığın Kamu Diplomasisi Dairesine verilen görevler arasında yer almaktadır. Bu görev alanı, CİB'in klasik bir basın ve bilgilendirme kurumunun ötesinde Türkiye'nin dış dünyaya yönelik iletişiminin planlanması ve koordinasyonunda doğrudan sorumluluk üstlenen bir kurum olarak tasarlandığını göstermektedir.

CİB'in kuruluşu, Türkiye'de kamusal iletişim alanında daha önce faaliyet gösteren kurumsal yapıların devamlılığı içerisinde de değerlendirilmelidir. Osmanlı'dan Cumhuriyet'e uzanan süreçte Matbuat Müdürlüğü, Matbuat ve İstihbarat Umum Müdürlüğü, Basın Yayın Genel Müdürlüğü ve son olarak Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü farklı dönemlerde devletin basın, enformasyon ve tanıtım faaliyetlerini yürütmüştür. CİB'in 2018'de kurulmasıyla bu kurumsal

birikim ortadan kalkmamış; kamu diplomasisi, stratejik iletişim ve uluslararası iletişim gibi alanları da kapsayacak şekilde daha geniş bir yapı içerisinde yeniden düzenlenmiştir (Çolak, 2025). Bu değişim, Türkiye'nin dış politika iletişiminde daha merkezi ve koordineli bir kurumsal yapıya yönelmesi bakımından önem taşımaktadır (Özkır, 2020). Nitekim Türkiye'nin kamu diplomasisi faaliyetlerinin takibi ve koordinasyonunun CİB'e verilmesi, Başkanlığın kuruluşuyla gerçekleşen kurumsal dönüşümün ayırt edici unsurlarından biri olmuştur (Çetin, 2022).

Bu kurumsal konum, CİB'in Türk dış politikasındaki rolünün sınırlarının da belirlenmesini gerektirmektedir. Başkanlık, dış politika kararlarının alınmasında Dışişleri Bakanlığı gibi geleneksel dış politika kurumlarının sahip olduğu bir karar alma yetkisine sahip değildir. Buna karşılık dış politika tercih ve tezlerinin uluslararası kamuoyuna aktarılması, bunlar etrafında belirli anlatıların oluşturulması ve farklı kurumların uluslararası iletişim faaliyetlerinin eşgüdümünün sağlanması CİB'in görev alanının bir parçasıdır. Dolayısıyla CİB'in dış politika aktörlüğü, karar alma sürecine doğrudan katılımdan ziyade dış politikanın iletişim boyutunda ortaya çıkmaktadır. Başkanlığın uluslararası kamuoyuna yönelik söylem ve anlatı üretmesi, bunların farklı iletişim kanalları üzerinden dolaşıma sokulmasını sağlaması ve ilgili kurumlar arasında koordinasyon işlevi üstlenmesi, bu aktörlüğün temel unsurlarını oluşturmaktadır. Bu bakımdan CİB, dış politika kararlarını belirleyen bir aktörden ziyade söz konusu kararların ve Türkiye'nin uluslararası meselelere ilişkin tezlerinin yabancı kamuoylarına aktarılmasında rol üstlenen kurumsal bir iletişim aktörü olarak değerlendirilebilir (Özkır, 2020; Yazar, 2021).

CİB'in dış politika iletişimindeki rolünün başlıca boyutlarından birini kamu diplomasisi oluşturmaktadır. Kamu diplomasisi, devletlerin yalnızca diğer devletlerin resmî kurumlarıyla değil yabancı kamuoylarıyla da iletişim kurmalarına dayanan ve bu yönüyle geleneksel diplomasiden ayrılan bir faaliyet alanıdır. Nye (2004), kamu diplomasisini bir ülkenin sahip olduğu yumuşak güç kaynaklarının yabancı kamuoylarına aktarılması ve bu kaynakların etkili hâle getirilmesi bakımından ele almaktadır. Bu yaklaşımda iletişim yalnızca kısa vadeli bilgi aktarımına indirgenmemekte; gündelik iletişimden belirli temalar etrafında yürütülen stratejik iletişime ve uzun vadeli ilişkilerin geliştirilmesine kadar uzanan farklı boyutları içermektedir. Cull (2009) ise kamu diplomasisini dinleme, savunuculuk, kültürel diplomasi, değişim diplomasisi ve uluslararası yayıncılık gibi farklı faaliyet alanları üzerinden değerlendirmektedir. Her iki yaklaşım da kamu diplomasisinin yabancı kamuoylarıyla sürdürülen çok boyutlu bir iletişim faaliyeti olduğunu ortaya koymaktadır.

CİB'in kamu diplomasisi alanındaki konumu bu çerçeveye büyük ölçüde örtüşmektedir. Başkanlığın Kamu Diplomasisi Dairesi, Türkiye'nin uluslararası alanda ileri sürdüğü tez ve politika tercihlerinin yabancı kamuoylarına aktarılmasının yanı sıra kamu kurumları, üniversiteler ve STK'lar ile iş birliği içerisinde program ve projeler yürütmekle görevlendirilmiştir (Resmî Gazete, 2018). Bu kurumsal yapı sayesinde kamu diplomasisi, birbirinden bağımsız tanıtım faaliyetlerinin ötesinde belirli dış politika öncelikleriyle ilişkilendirilen ve farklı kurumların katılımını gerektiren bir iletişim alanı olarak ele alınmaktadır. CİB'in uluslararası paneller, medya buluşmaları, yayınlar, sergiler, dijital içerikler ve farklı dillerde hazırlanan iletişim materyalleri gibi araçlardan yararlanması da bu yaklaşımın uygulamadaki karşılıklarını oluşturmaktadır. Bu yönüyle Başkanlığın temel işlevlerinden biri, Türkiye'nin dış politikada önem verdiği meseleleri uluslararası kamuoyuna aktarabilecek iletişim kanallarını oluşturmak ve bunların kullanımını koordine etmektir (Çetin, 2022).

Kamu diplomasisiyle yakından ilişkili olmakla birlikte CİB'in faaliyetlerinde öne çıkan bir diğer alan stratejik iletişimdir. Kamu diplomasisi daha geniş bir ilişki ve etkileşim alanına karşılık gelirken stratejik iletişim, belirli amaçlar doğrultusunda mesaj, hedef kitle ve iletişim araçları arasında planlı bir bütünlük kurulmasını ifade etmektedir. CİB bünyesinde Stratejik İletişim ve Kriz Yönetimi Dairesi Başkanlığının 2020 yılında oluşturulması, stratejik iletişimin kurumsal yapı içerisinde ayrı bir faaliyet alanı olarak tanımlandığını göstermektedir. İlgili düzenlemeyle stratejik iletişim ve kriz yönetimine ilişkin politikaların belirlenmesi ile ulusal ve uluslararası alanda

gerçekleştirilecek faaliyetlerde kamu kurumları arasındaki koordinasyonun sağlanması Başkanlığın görevleri arasına alınmıştır. Bu yapılanma, özellikle kriz dönemlerinde farklı kurumlar tarafından verilen mesajların belirli bir iletişim çerçevesi içerisinde yürütülmesi bakımından CİB'e koordinasyon işlevi kazandırmaktadır.

CİB'in uluslararası iletişim faaliyetlerinin üçüncü boyutunu dezenformasyonla mücadele oluşturmaktadır. Dijital iletişim ortamının genişlemesiyle devletler, kendi politika ve tezlerini yabancı kamuoylarına aktarmanın yanı sıra kendilerine ilişkin yanlış veya yanıltıcı bilgilerin dolaşımına karşı da iletişim stratejileri geliştirmektedir. Hakikat-sonrası olarak nitelendirilen iletişim ortamında olgusal bilginin yanında duyguların, kanaatlerin ve farklı anlatıların kamuoyunun oluşumundaki ağırlığının artması, bu sorunu daha görünür hâle getirmiştir (McIntyre, 2018). Türkiye de dış politika meselelerinde yanlış veya kasıtlı biçimde çarpıtılmış bilgilerin uluslararası dolaşıma girmesiyle karşı karşıya kalmaktadır (Boyras, 2021). Bu çerçevede Ağustos 2022'de CİB bünyesinde faaliyete başlayan Dezenformasyonla Mücadele Merkezi (DMM), yanlış ve çarpıtılmış içeriklerin tespit edilmesi ve bunlara yönelik düzeltici iletişimin geliştirilmesi işlevini üstlenmiştir. DMM'nin faaliyetleri, kamu diplomasisinin doğrudan bir karşılığı olarak değerlendirilmemekle birlikte CİB'in dış dünyaya yönelik iletişim kapasitesinin savunmacı ve reaktif boyutunu tamamlayan bir unsur niteliğindedir (Şehitoğlu, 2024).

Kamu diplomasisi, stratejik iletişim ve dezenformasyonla mücadele birlikte değerlendirildiğinde CİB'in dış politika iletişimindeki işlevinin birbirini tamamlayan üç farklı düzlemde geliştiği söylenebilir. Kamu diplomasisi Türkiye'nin yabancı kamuoylarıyla ilişki kurmasına ve kendi anlatısını aktarmasına imkân sağlarken stratejik iletişim bu faaliyetlerin belirli amaçlar ve hedef kitleler doğrultusunda planlanması ve koordinasyonuna katkıda bulunmaktadır. Dezenformasyonla mücadele ise Türkiye'ye ilişkin yanlış veya çarpıtılmış içeriklere karşı düzeltici bir iletişim işlevi görmektedir. Bu üç alanın aynı kurumsal yapı içerisinde bulunması, CİB'in yalnızca içerik üreten değil uluslararası iletişimin farklı aşamalarında koordinasyon sağlayan bir aktör olarak konumlandırılmasına imkân vermektedir. Kurumun ilk Başkanı Fahrettin Altun'un kurumun amaçları arasında Türkiye'nin tezlerinin uluslararası alanda savunulmasını, kurumlar arasında söylem birliğinin sağlanmasını ve Türkiye'ye yönelik olumsuz algılarla mücadeleyi sayması da bu kurumsal yaklaşımı yansıtmaktadır (Duran, 2019).

CİB'in Türk dış politikasının iletişim boyutundaki artan ağırlığı, kurumun teşkilat ve personel kapasitesindeki gelişim üzerinden de izlenebilmektedir. Başkanlığın kurulduğu 2018'de 584 aktif çalışanı bulunurken taşra teşkilatı 18 müdürlükten, yurt dışı teşkilatı ise 38 basın müşavirliği ile bir basın ataşeliğinden oluşmaktaydı (Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 2019). 2025 sonu itibarıyla aktif çalışan sayısı 1.199'a yükselmiş; taşra teşkilatı 19 bölge müdürlüğüne, yurt dışı teşkilatı ise 44 iletişim müşavirliği ve dört iletişim ataşeliğine ulaşmıştır (Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 2026a; Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 2026b). Bu dönemde hem personel sayısındaki artış hem de yurt dışı teşkilatının genişlemesi, Başkanlığın ulusal ve uluslararası iletişim faaliyetlerini yürütebilecek kurumsal kapasitesinin büyüdüğünü göstermektedir. Bu gelişme tek başına CİB'in dış politika üzerindeki etkisinin arttığını kanıtlamamakla birlikte kurumun uluslararası iletişim faaliyetlerini daha geniş bir örgütsel yapı üzerinden yürütmesine imkân sağlamaktadır.

CİB öncülüğünde 2025'te gerçekleşen değişim de kurumun uluslararası iletişime attığı önemin devam ettiğini göstermektedir. Temmuz 2025'te CİB Başkanlığı görevini devralan Burhanettin Duran, Türkiye'nin uluslararası görünürlüğünün ve kendi anlatısını oluşturabilme kapasitesinin güçlendirilmesini stratejik iletişimin temel meselelerinden biri olarak değerlendirmiştir (Anadolu Ajansı, 2026). Kurucu Başkan Fahrettin Altun döneminde öne çıkan kamu diplomasisi, stratejik iletişim ve uluslararası anlatı vurgularının sonraki dönemde de sürdürülmesi, bu alanların CİB'in kurumsal işlevleri arasında süreklilik kazandığını göstermektedir. Bu çerçevede Avrupa

ülkelerinde yürütülen 15 Temmuz temalı faaliyetler, CİB'in dış politika iletişimindeki rolünün somut olarak incelenebileceği örneklerden birini oluşturmaktadır.

Yöntem ve Materyal

Bu çalışma, CİB'in Türk dış politikasındaki rolünü kamu diplomasisi ve stratejik iletişim faaliyetleri üzerinden incelemek amacıyla nitel araştırma desenine dayalı olarak tasarlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda Avrupa ülkelerinde gerçekleştirilen 15 Temmuz temalı faaliyetler, CİB'in dış politika iletişimindeki rolünün somut olarak izlenebileceği bir örnek olarak ele alınmıştır. Araştırmada CİB tarafından üretilen kurumsal belgeler ve dijital içerikler temel veri kaynakları olarak kullanılmış; kurumun 15 Temmuz anlatısını Avrupa ülkelerinde hangi iletişim araçları, coğrafi ve mekânsal tercihler, hedef kitleler ve söylemsel çerçeveler üzerinden oluşturduğu ve bu iletişim pratiğinin 2018–2026 döneminde nasıl değiştiği incelenmiştir. Böylece analiz, 15 Temmuz faaliyetlerinin tek başına betimlenmesinden ziyade bu faaliyetlerin CİB'in dış politika iletişimindeki rolü hakkında ne ortaya koyduğuna odaklanmaktadır. Bu yaklaşım, çalışmanın giriş bölümünde ortaya konulan temel amaç ve araştırma sorusuyla uyumludur.

Araştırmanın temel veri seti iki grup kaynaktan oluşmaktadır. İlk grupta CİB'in 2018–2025 dönemine ait sekiz idare faaliyet raporu yer almaktadır. Bu raporlar, Başkanlığın kamu diplomasisi ve uluslararası iletişim faaliyetlerinin gelişimini, kullanılan araçları, kurumsal öncelikleri ve faaliyetlerin kapsamını izlemek amacıyla incelenmiştir. İkinci veri grubunu ise CİB'in resmî internet sitesinde 2018'den 31 Temmuz 2026'ya kadar yayımlanan 15 Temmuz temalı haber ve duyurular oluşturmaktadır. 2018–2025 yılları için ilgili yılın tamamında yayımlanan içerikler taranırken 2026 yılı, araştırmanın veri toplama sürecinin sona erdiği 31 Temmuz 2026 tarihiyle sınırlandırılmıştır. Faaliyet raporlarında 15 Temmuz temalı çalışmaların ülke ve kent bazında her yıl aynı ayrıntı düzeyinde verilmemesi nedeniyle kurumsal haber ve duyurular, Avrupa'daki faaliyetlerin coğrafi dağılımının, kullanılan iletişim araçlarının, hedef kitlelerinin ve söylemsel özelliklerinin belirlenmesinde tamamlayıcı veri kaynağı olarak kullanılmıştır.

Verilerin incelenmesinde doküman analizi ve nitel içerik analizinden yararlanılmıştır. Doküman analizi, araştırma konusu açısından anlam taşıyan yazılı ve görsel materyallerin sistematik biçimde incelenmesine dayanan ve kurumsal süreçlerin araştırılmasında kullanılabilen nitel bir yöntemdir (Bowen, 2009). Bu çalışmada faaliyet raporları ile kurumsal haber ve duyurular öncelikle doküman analizi yoluyla taranmış, araştırma sorusuyla doğrudan ilişkili veriler belirlenerek sınıflandırılmıştır. Ardından söz konusu materyaller, içeriklerdeki tekrar eden temaları, kavramsal vurguları ve zaman içerisindeki değişimi ortaya koyabilmek amacıyla nitel içerik analizine tabi tutulmuştur. Nitel içerik analizi ise metin içerisindeki anlam örüntülerinin belirli kategoriler doğrultusunda sistematik biçimde sınıflandırılmasına imkân vermesi bakımından tercih edilmiştir (Mayring, 2000; Krippendorff, 2019).

Analiz sürecinde veriler, 2018–2026 dönemindeki değişimin karşılaştırmalı olarak izlenebilmesi amacıyla dört kategori altında değerlendirilmiştir. İlk kategori, CİB'in kullandığı iletişim araçlarından oluşmaktadır. Bu kapsamda paneller, konferanslar, belgesel ve video gösterimleri, sergiler, medya faaliyetleri, dijital yayınlar, çevrim içi etkinlikler ve kamusal alanda gerçekleştirilen görsel faaliyetler incelenmiştir. İkinci kategori olan coğrafi ve mekânsal dağılım kapsamında faaliyetlerin gerçekleştirildiği Avrupa ülkeleri ve kentlerinin yanı sıra etkinliklerin büyükelçilik, başkonsolosluk, uluslararası kuruluş, kültür ve eğitim kurumu, sembolik hafıza mekânı veya kamusal alan gibi hangi tür mekânlarda gerçekleştirildiği incelenmiştir. Bu kapsamda faaliyetlerin özellikle başkentlerde, diplomatik merkezlerde ve Türkiye bağlantılı kurumsal mekânlarda yoğunlaşıp yoğunlaşmadığı değerlendirilmiştir. Üçüncü kategori hedef kitlelerden oluşmaktadır. Bu çerçevede diplomatlar, akademisyenler, gazeteciler, karar alıcılar, uzmanlar, sivil toplum temsilcileri, Türk diasporası ve daha geniş yabancı kamuoylarına yönelik faaliyetler mümkün olduğu ölçüde ayrıştırılmıştır. Dördüncü kategori olan söylemsel çerçeve kapsamında ise darbe

girişimi, FETÖ, güvenlik tehdidi, demokrasi, milli irade, demokratik direnç, şehitlik ve kolektif hafıza gibi öne çıkan kavram ve temaların yıllar içerisindeki kullanımı incelenmiştir.

Kodlama süreci iki yazar tarafından yürütülmüştür. Kodlama kategorileri araştırma sorusu doğrultusunda önceden belirlenmiş ve yazarlar tarafından veri setine uygulanmıştır. Bu kapsamda kodlama sürecinde öncelikle faaliyet raporlarında “kamu diplomasisi”, “uluslararası etkinlik”, “panel”, “konferans”, “medya buluşması”, “uluslararası yayın” ve 15 Temmuz ile doğrudan ilişkili diğer ifadeler taranmıştır. Ardından CİB’in resmî internet sitesinde yayımlanan 15 Temmuz temalı haber ve duyurular incelenerek Avrupa ülkelerinde gerçekleştirildiği doğrulanabilen faaliyetler yıl, ülke, kent, etkinlik türü, mekân türü, hedef kitle ve öne çıkan söylemsel unsurlar bakımından sınıflandırılmıştır. Böylece yıllar arasında yalnızca faaliyet sayıları üzerinden bir karşılaştırma yapılmamış; kullanılan araçların çeşitlenmesi, faaliyetlerin coğrafi ve mekânsal dağılımı, hedef kitlelerin farklılaşması ve 15 Temmuz anlatısındaki söylemsel değişim birlikte değerlendirilmiştir. Bu yaklaşım, 2018–2026 arasındaki değişimin tek bir gösterge üzerinden değil birbirini tamamlayan farklı boyutlar üzerinden izlenmesine imkân vermektedir.

Aynı kuruma ait iki veri kaynağının beraber kullanılması, faaliyet raporlarında yer alan genel ve kimi zaman nicel nitelikteki bilgilerin kurumsal haber ve duyurulardaki daha ayrıntılı etkinlik kayıtlarıyla karşılaştırılmasına imkân sağlamıştır. Bu bakımdan farklı türdeki belgelerin birlikte değerlendirilmesi, aynı kurumsal iletişim pratiğinin farklı veri kaynakları üzerinden incelenmesine dayanan bir veri çeşitlendirmesi sağlamaktadır. Bununla birlikte çalışmanın ampirik veri setini oluşturan kaynakların tamamına yakınının CİB ve diğer resmî kurumlar tarafından üretilmiş olması nedeniyle bu çeşitlilik, bağımsız kaynaklar arasında bir doğrulama olarak değerlendirilmemiştir. Kurumsal kaynaklarda açık biçimde doğrulanamayan faaliyetler analize dâhil edilmemiş; özellikle kent ve ülke düzeyindeki tespitlerde mevcut belgelerin sunduğu bilgiler esas alınmıştır.

Araştırmanın zaman bakımından önemli bir sınırlılığı 2026 yılına ilişkindir. Veri toplama süreci 31 Temmuz 2026’da sonlandırıldığından ve 2026 Yılı İdare Faaliyet Raporu henüz yayımlanmadığından bu yıla ilişkin bulgular yalnızca söz konusu tarihe kadar erişilebilen kurumsal haber ve duyurulara dayanmaktadır. Bu nedenle 2026 yılı, önceki yıllarla tamamlanmış bir yıllık dönem gibi doğrudan nicel karşılaştırmaya tabi tutulmamış; özellikle 15 Temmuz’un onuncu yıl dönümünde kullanılan iletişim araçları, hedef kitleler ve söylemsel çerçeve bakımından nitel olarak değerlendirilmiştir.

Çalışmanın bir diğer sınırlılığı, incelenen materyallerin esas olarak kurumsal kaynaklardan oluşmasıdır. Bu kaynaklar CİB’in hangi faaliyetleri gerçekleştirdiğini, hangi araçları kullandığını ve 15 Temmuz’u hangi söylemsel çerçeveler içerisinde uluslararası kamuoyuna sunduğunu incelemeye imkân vermekle birlikte söz konusu faaliyetlerin Avrupa kamuoyunda nasıl karşılandığını veya Türkiye’ye ilişkin algıları ne ölçüde etkilediğini ortaya koymamaktadır. Bu nedenle çalışmada CİB’in kamu diplomasisi faaliyetlerinin etkisi ölçülmemekte; kurumun dış politika iletişimindeki rolü ve iletişim pratiğinin zaman içerisindeki değişimi incelenmektedir. Avrupa kamuoyundaki algısal etkilerin belirlenmesi, kamuoyu araştırmaları, mülakatlar, odak grup çalışmaları veya ülke bazlı medya analizleri gibi farklı veri ve yöntemlere dayanan başka araştırmaların konusu olarak değerlendirilmelidir. Bu sınırlandırma, çalışmanın CİB’in dış politika kararlarını belirleme kapasitesinden ziyade dış politikanın iletişim boyutundaki rolüne odaklanan genel yaklaşımıyla da uyumludur.

Bulgular

Bu bölümde CİB’in Avrupa ülkelerinde 15 Temmuz’a ilişkin yürüttüğü faaliyetler, yıllara göre sıralanan bir etkinlik envanteri biçiminde değil kurumun dış politika iletişimindeki rolünü ve bu rolün zaman içerisindeki değişimini ortaya koyacak şekilde ele alınmaktadır. Bu doğrultuda 2018–2026 dönemine ait veriler; iletişim araçları, coğrafi ve mekânsal dağılım, hedef kitleler ve söylemsel çerçeve olmak üzere dört analitik kategori üzerinden incelenmiştir. Bu sınıflandırma,

faaliyetlerin yalnızca sayısal veya kronolojik gelişimini değil CİB'in 15 Temmuz anlatısını hangi araçlarla, nerede, hangi hedef kitlelere ve hangi söylemsel çerçeveler içerisinde aktardığını karşılaştırmalı olarak değerlendirmeye imkân vermektedir.

İletişim Araçlarının Dönüşümü

CİB'in 15 Temmuz'a ilişkin Avrupa ülkelerinde kullandığı iletişim araçları dönem boyunca önemli ölçüde çeşitlenmiştir. Kurumun 24 Temmuz 2018'de kurulmuş olması nedeniyle 2018 yılı diğer yıllarla aynı düzlemde değerlendirilememektedir. Nitekim 2018 Yılı İdare Faaliyet Raporu'nda yer verilen 12 Temmuz tarihli "Fotoğraflarla 15 Temmuz Darbe Girişimi" sergisi CİB'in kuruluşundan önce gerçekleştirilmiş; incelenen kurumsal kaynaklarda aynı yıl Avrupa kentlerinde CİB tarafından yürütüldüğü şehir düzeyinde doğrulanabilen karşılaştırılabilir bir faaliyet tespit edilememiştir (Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 2019). Bu nedenle CİB'in Avrupa'ya yönelik 15 Temmuz iletişim pratiğinin 2019'dan itibaren daha sağlıklı biçimde izlenmesi mümkündür.

2019 yılı, 15 Temmuz anlatısının farklı iletişim araçlarının birlikte kullanılması yoluyla Avrupa kamuoyuna taşınmaya başladığı ilk belirgin dönemdir. "Ağ" (The Network) belgeselinin Brüksel, Paris, Londra, Berlin, Saraybosna, Roma ve Milano gibi Avrupa kentlerinde gösterilmesi; uluslararası panellerin, çok dilli içeriklerin ve Londra'daki eş zamanlı koreografi gibi kamusal görünürlüğü önceleyen faaliyetlerin aynı dönemde kullanılması, iletişimin klasik diplomatik açıklama ve toplantı formatlarının ötesine taşındığını göstermektedir (Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 2020a; Anadolu Ajansı, 2019). Bu dönemde belgesel, panel ve görsel etkinliklerin aynı anlatıyı farklı formatlarda dolaşıma sokan tamamlayıcı araçlar olarak kullanıldığı görülmektedir.

2020 yılı, Kovid-19 salgınının da etkisiyle dijital araçların iletişim repertuvarında belirginleştiği bir kırılma noktasıdır. "15 Temmuz 15 Panel" serisinin İtalya, İngiltere, Almanya, Fransa, Belçika, İspanya ve Arnavutluk bağlantılı çevrim içi programlarla gerçekleştirilmesi, fiziksel mekânın getirdiği sınırlılıkların dijital platformlar aracılığıyla aşılmasına imkân vermiştir. YouTube ve diğer dijital mecralar üzerinden gerçekleştirilen yayınlar, programların yalnızca toplantıya doğrudan katılanlarla sınırlı kalmayarak farklı ülkelerdeki izleyicilere eş zamanlı biçimde ulaştırılmasını sağlamıştır (Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 2020b; Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 2021). 2021'de gerçekleştirilen "15 Ülkede 15 Temmuz Mülakat Serisi" ise dijital araç kullanımının salgın dönemine özgü geçici bir uygulama olarak kalmadığını göstermektedir. Farklı ülkelere uzmanların görüşlerinin video ve mülakat formatında dolaşıma sokulması, dijital içeriğin CİB'in uluslararası iletişim repertuvarının süreklilik kazanan unsurlarından biri hâline geldiğine işaret etmektedir (Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 2022a).

2022 sonrasında fiziksel etkinliklerin yeniden ağırlık kazanması dijital araçların terk edilmesi sonucunu doğurmamış; fiziksel ve dijital iletişim biçimleri birlikte kullanılmaya başlanmıştır. Büyükelçilik programları, paneller, fotoğraf sergileri, kısa filmler, anma törenleri ve diğer görsel içerikler giderek genişleyen bir iletişim repertuarı içerisinde yer almıştır (Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 2022b; Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 2023a). 2023'te farklı Avrupa kentlerinde aynı başlık altında gerçekleştirilen uluslararası panellerin ortak görsel kimlik ve video mesajlarla desteklenmesi ise araç çeşitliliğinin yanında kurumsal standardizasyon eğiliminin de güçlendiğini göstermektedir (Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 2023b; Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 2024a).

2024'te iletişim repertuarı daha da genişlemiştir. Berlin'de gerçekleştirilen bisiklet turu, Londra'daki LED ekranlı araçlar, Brüksel'de NATO karargâhındaki program ve Novi Pazar'da açılan 15 Temmuz Tercüme ve Dijitalizasyon Atölyesi, iletişim faaliyetlerinin panel ve diplomatik temsilcilik merkezli uygulamaların dışına taşınabildiğini göstermektedir (Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 2024b; Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 2025). 2025 ve 2026'da ise panel, sergi, belgesel, film, video ve diğer görsel içeriklerin ortak temalar etrafında birlikte kullanıldığı daha bütünsel bir iletişim pratiği görülmektedir. Ayrıca 2026'da onuncu yıl kapsamında gerçekleştirilen

panellerin tematik videolar, fotoğraf sergileri ve “15/07 Şafak Vakti” filmiyle desteklenmesi, sözlü, görsel ve duygusal iletişim unsurlarının aynı program içerisinde bir araya getirildiğini göstermektedir (Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 2026c).

Dönemin tamamı değerlendirildiğinde iletişim araçlarındaki değişimin doğrusal bir ikame sürecinden ziyade repertuvar genişlemesi şeklinde gerçekleştiği görülmektedir. Panel, konferans ve diplomatik toplantı gibi geleneksel araçlar kullanılmaya devam ederken dijital yayın, belgesel, video, kamusal performans ve mekânsal hafıza uygulamaları bunlara eklenmiştir. Dolayısıyla CİB’in dış politika iletişimindeki kurumsal kapasitesinin yalnızca içerik üretimine değil aynı anlatının farklı iletişim kanallarına uyarlanarak dolaşıma sokulmasına da dayandığı görülmektedir.

Tablo 1. 2018–2026 Döneminde İletişim Araçlarının Dönüşümü

Yıllar	Öne Çıkan İletişim Araçları	Belirgin Özellik
2018	Kurumsal raporlama	Kuruluş yılı; Avrupa bakımından karşılaştırılabilir veri sınırlı
2019	Belgesel, panel, çok dilli içerik, kamusal performans	Çok araçlı uluslararası iletişimin belirginleşmesi
2020	Çevrim içi panel, canlı yayın	Dijital iletişimin hızlanması
2021	Dijital mülakat, video	Dijital araç kullanımında süreklilik
2022	Anma programı, sergi, kısa film, görsel içerik	Fiziksel ve dijital araçların birlikte kullanılması
2023	Uluslararası panel, video, ortak görsel kimlik	Araç çeşitliliği ve kurumsal standardizasyon
2024	Sergi, video, LED araç, bisiklet turu, dijitalizasyon atölyesi	Kamusal ve deneyimsel araçların genişlemesi
2025	Panel, sergi, belgesel, video	Ortak tema etrafında çok araçlı iletişim
2026	Panel, film, sergi, tematik video, medya dolaşımı	Onuncu yıl kapsamında bütünleşik iletişim

Kaynak: CİB faaliyet raporları ile kurumsal haber ve duyurulardan derlenmiştir.

Faaliyetlerin Coğrafi ve Mekânsal Dağılımı

CİB’in Avrupa’daki 15 Temmuz faaliyetlerinin coğrafi dağılımı, iletişim pratiğinin süreklilik gösterdiği merkezleri ortaya koyarken faaliyetlerin gerçekleştirildiği mekânlar, iletişimin hangi kurumsal ve toplumsal çevreler üzerinden yürütüldüğünü göstermektedir. Bu nedenle coğrafi yayılım ile mekânsal tercihlerin beraber değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu çerçevede faaliyetlerin gerçekleştirildiği mekânların dağılımı, CİB’in hangi hedef kitlelere hangi kurumsal kanallar üzerinden ulaşmaya çalıştığının anlaşılması bakımından ayrıca önem taşımaktadır.

İncelenen dönem boyunca faaliyetlerin geniş bir Avrupa coğrafyasına yayıldığı ancak dağılımın ülkeler ve kentler arasında eşit olmadığı görülmektedir. Berlin, Brüksel, Londra, Paris, Viyana, Saraybosna ve Tiran farklı yıllarda tekrar eden merkezler arasında yer almaktadır. 2019’daki “The Network” gösterimleri Brüksel, Paris, Londra ve Berlin gibi siyasal ve diplomatik merkezlerin yanında Milano, İskodra ve Priştine gibi farklı kentlere de taşınmıştır. 2020 ve 2021’de dijitalleşme fiziksel mekânın önemini kısmen azaltmış olsa da Roma, Brüksel, Londra, Berlin, Paris, Madrid ve Tiran gibi kentler çevrim içi programların bağlantı merkezleri olarak öne çıkmıştır.

2022 sonrasında fiziksel etkinliklerin yeniden ağırlık kazanmasıyla diplomatik temsilcilikler temel faaliyet mekânlarından biri hâline gelmiştir. Atina, Berlin, Londra, Paris ve Roma gibi başkentlerde büyükelçilikler; Köstence’de başkonsolosluk etkinliklere ev sahipliği yapmıştır.

Bununla birlikte faaliyetler yalnızca diplomatik temsilciliklerle sınırlı kalmamıştır. Brüksel’de TOBB temsilciliği, Budapeşte’de Yunus Emre Enstitüsü ve Bükreş’te Maarif Okulu gibi Türkiye bağlantılı farklı kurumsal mekânların kullanılması, mevcut kurumsal ağların kamu diplomasisi faaliyetlerine dâhil edildiğini göstermektedir.

Sonraki yıllarda mekânsal çeşitlenmenin daha belirgin örnekleri ortaya çıkmıştır. Brüksel’de NATO karargâhında gerçekleştirilen program, doğrudan uluslararası diplomatik ve güvenlik çevrelerine yönelik bir mekân tercihinin işaret ederken Berlin’deki bisiklet turu ve Londra kent merkezindeki LED ekranlı araçlar iletişimin kapalı kurumsal mekânlardan kamusal alana taşınmasına örnek oluşturmaktadır (Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 2024b). Benzer biçimde Saraybosna’daki kütüphane programları, Tiran’daki Şehitler Anıtı, Valletta’daki Türk Şehitliği ve Novi Pazar’daki kültürel mekânlar, 15 Temmuz anlatısının tarihsel ve sembolik anlam taşıyan mekânlarla ilişkilendirildiğini göstermektedir. 2026’daki Saraybosna programının Vijećnica Kütüphanesi’nde gerçekleştirilmesi de mekânın yalnızca etkinliğin gerçekleştirildiği fiziksel alan değil anlatının sembolik çerçevesini destekleyen bir unsur olarak kullanılabildiğine işaret etmektedir.

Coğrafi ve mekânsal dağılım birlikte değerlendirildiğinde iki temel eğilim ortaya çıkmaktadır. İlk olarak faaliyetlerin önemli bir bölümünün başkentlerde, büyükelçiliklerde ve diplomatik görünürlüğün yüksek olduğu merkezlerde yoğunlaştığı görülmektedir. Bu tercih; diplomatlar, karar alıcılar, medya temsilcileri ve uluslararası kuruluş çevreleriyle temas bakımından işlevsel bir zemin sağlamaktadır. İkinci olarak özellikle sonraki yıllarda kültürel kurumların, eğitim kurumlarının, sembolik hafıza mekânlarının ve doğrudan kamusal alanların iletişim repertuarına dâhil edildiği görülmektedir. Bu ikinci eğilim, CİB’in 15 Temmuz iletişiminin diplomatik temsilciliklerin sınırlarının dışına taşınmasına yönelik bir mekânsal çeşitlenmeye işaret etmektedir.

Bu çeşitlenme, diplomatik ve kurumsal mekânların ağırlığının ortadan kalktığı anlamına gelmemektedir. İncelenen faaliyetlerin önemli bir kısmı büyükelçilikler, başkonsolosluklar ve Türkiye bağlantılı kurumlarda gerçekleştirilmiştir. Dolayısıyla kamusal alana açılma örnekleri bulunsa da CİB’in Avrupa’daki 15 Temmuz iletişiminin mekânsal örgütlenmesinde diplomatik ve kurumsal merkezlilik belirginliğini korumaktadır. Bu bulgu, faaliyetlerin daha geniş yerel kamuoylarına erişiminin değerlendirilmesi bakımından önem taşımakta ve çalışmanın sonuç bölümünde dile getirilen mekânsal çeşitlendirme önerisine ampirik bir dayanak sağlamaktadır.

Tablo 2. Avrupa’daki Faaliyetlerin Coğrafi ve Mekânsal Dağılımı

Mekânsal Kategori	Başlıca Örnekler	İletişim Bakımından Niteliği
Büyükelçilik ve başkonsolosluklar	Atina, Berlin, Londra, Paris, Roma, Viyana, Köstence vb.	Diplomatik temsilcilikler üzerinden kurumsal iletişim
Türkiye bağlantılı kurumlar	Yunus Emre Enstitüsü, Maarif Okulu, TOBB temsilciliği	Mevcut kurumsal ağların iletişim sürecine dâhil edilmesi
Uluslararası kuruluş mekânları	Brüksel NATO Karargâhı	Diplomatik ve uluslararası karar çevrelerine erişim
Kültürel ve sembolik mekânlar	Kütüphaneler, kültür merkezleri, şehitlikler ve anıtlar	Hafıza ve sembolik anlatının mekânla ilişkilendirilmesi
Kamusal alanlar	Berlin bisiklet turu, Londra LED ekranlı araçları	Diplomatik ve kurumsal çevrelerin dışındaki görünürlüğün artırılması

Kaynak: CİB faaliyet raporları ile kurumsal haber ve duyurulardan derlenmiştir.

Hedef Kitlelerin Farklılaşması

İncelenen faaliyetlerin hedef kitleleri, CİB'in Avrupa'daki iletişim pratiğinin zaman içerisinde yalnızca araç ve mekân bakımından değil muhatapların belirlenmesi açısından da farklılaştığını göstermektedir. İlk yıllarda 15 Temmuz darbe girişiminin niteliğinin ve FETÖ yapılanmasının uluslararası kamuoyuna anlatılması daha genel bir iletişim hedefi olarak öne çıkarken sonraki yıllarda akademisyenler, gazeteciler, diplomatlar, siyasetçiler, karar alıcılar, uzmanlar, sivil toplum temsilcileri, Türk diasporası ve gençler gibi daha belirgin gruplara yönelik faaliyetler görülmektedir.

2019'da belgesel gösterimleri ve çok dilli içerikler geniş bir yabancı kamuoyuna ulaşmayı hedefleyen araçlar olarak kullanılırken Madrid'deki uluslararası panel gibi örneklerde akademik ve siyasal çevreler daha belirgin muhataplar hâline gelmiştir. 2020'de çevrim içi panellerin farklı ülkelerden uzmanların katılımıyla gerçekleştirilmesi, dijital ortamın hem uzman çevrelere hem de daha geniş izleyici gruplarına aynı anda erişim imkânı sağladığını göstermektedir. 2021'de "15 Ülkede 15 Temmuz Mülakat Serisi"nin uzman görüşleri üzerine kurulması ise uzmanların yalnızca hedef kitle olarak değil aynı zamanda anlatının dolaşıma sokulmasında kullanılan üçüncü taraf aktörler olarak konumlandırıldığını göstermektedir.

2022'den itibaren hedef kitle segmentasyonu daha belirgin hâle gelmiştir. Bükreş'te Maarif Okulu'nda gerçekleştirilen etkinliğin gençlere yönelmesi; Brüksel ve Viyana gibi merkezlerde diplomatik ve kurumsal çevrelerin öne çıkması; akademisyenlerin, medya temsilcilerinin ve uzmanların farklı programlara dâhil edilmesi, tek ve homojen bir "yabancı kamuoyu" anlayışının ötesinde farklı muhatap grupların gözetildiğine işaret etmektedir. Bu eğilim 2025 ve 2026 yıllarında daha açık biçimde izlenmektedir. Viyana'daki panelde akademisyenlerin, gazetecilerin, siyasetçilerin ve diplomatların aynı programda bir araya getirilmesi; Saraybosna ve Priştine'de yerel siyasal ve kurumsal aktörlerin, Amsterdam'da Türk STK'lar ve toplum önderlerinin, Londra'da ise medya, sivil toplum ve karar alıcı çevrelerin öne çıkması, hedef kitlelerin faaliyetlerin niteliğine ve gerçekleştirildiği ülkeye göre farklılaşabildiğini göstermektedir.

Hedef kitleler bakımından ortaya çıkan bu farklılaşma, CİB'in iletişim pratiğinde hedefleme ve segmentasyon boyutunun zaman içerisinde daha görünür hâle geldiğini göstermektedir. Özellikle siyasal ve kamusal tartışmalar üzerinde etkili olabilecek gazeteciler, akademisyenler, diplomatlar ve karar alıcıların belirli programlarda doğrudan muhatap alınması, stratejik iletişim yaklaşımının hedef kitle boyutuyla uyumludur. Bununla birlikte kurumsal belgeler katılımcıların etkinlikler sonrasındaki algı veya tutumlarına ilişkin düzenli veri sunmadığından hedef kitlelerin daha belirgin biçimde seçilmesi ile iletişimin etkisi arasında doğrudan bir nedensellik kurmak mümkün değildir. Burada tespit edilen husus, iletişimin etkisinden ziyade hedefleme pratiğindeki değişimdir.

Tablo 3. Hedef Kitlelerin Dönemsel Farklılaşması

Yıllar	Öne Çıkan Hedef Kitleler	İletişim Yaklaşımı
2019	Genel yabancı kamuoyu, akademik ve siyasal çevreler	Bilgilendirme ve farkındalık oluşturma
2020-2021	Uzmanlar, dijital izleyiciler, yabancı kamuoyları	Dijital erişim ve uzman görüşlerinin dolaşıma sokulması
2022	Diplomatlar, medya, akademisyenler, gençler, diaspora	Hedef kitle segmentasyonunun belirginleşmesi
2023-2024	Medya, diplomatlar, uluslararası kuruluş çevreleri, yerel kamuoyları	Ortak anlatının farklı muhataplara aktarılması
2025-2026	Akademisyenler, gazeteciler, siyasetçiler, diplomatlar, STK'lar, karar alıcılar ve diaspora	Farklı etki gruplarına yönelik seçici iletişim

Kaynak: CİB faaliyet raporları ile kurumsal haber ve duyurulardan derlenmiştir.

15 Temmuz Anlatısının Söylemsel Dönüşümü

CİB'in Avrupa'daki 15 Temmuz iletişiminde en belirgin değişim alanlarından biri, darbe girişiminin uluslararası kamuoyuna hangi kavramlar ve temalar üzerinden sunulduğudur. İlk yıllardaki anlatı ağırlıklı olarak darbe girişiminin niteliğinin açıklanması, FETÖ'nün uluslararası yapılanmasının görünür kılınması ve Türkiye'nin demokratik meşruiyetinin savunulması üzerine kurulmuştur. 2019'da kullanılan "The Network" belgeseli bu çerçevenin belirgin örneklerinden biridir. Belgeselde FETÖ yalnızca Türkiye'nin iç güvenliğine ilişkin bir yapı olarak değil faaliyet gösterdiği diğer ülkeler bakımından da tehdit oluşturan uluslararası bir örgütlenme olarak sunulmuştur. Dolayısıyla ilk dönemde açıklayıcı iletişim ile güvenlik merkezli çerçeve birlikte kullanılmıştır.

2020'de çevrim içi panellerde darbe girişimi ve FETÖ yapılanmasının yanında demokratik anayasal düzenin korunması ve benzer tehditlere karşı uluslararası iş birliği gerekliliği vurgulanmıştır. Böylece 15 Temmuz'un Türkiye'ye özgü bir güvenlik meselesi olmasının yanında diğer demokratik sistemlerin de karşılaşabileceği tehditlerle ilişkilendirilmesine yönelik bir söylemsel genişleme ortaya çıkmıştır. 2021'de kullanılan "Türkiye Geçilmez" teması ise 15 Temmuz'u bağımsızlık, egemenlik ve tarihsel direnç anlatısıyla ilişkilendirmiştir.

2022'de "Türkiye Aşkına" teması altında birlik, beraberlik, şehitlik ve FETÖ tehdidi aynı anlatı içerisinde yer almıştır. Güvenlik merkezli söylem devam etse de toplumsal birlik ve hafıza unsurlarının daha görünür hâle geldiği anlaşılmaktadır. 2023 ise söylemsel çerçevenin dönüşümü bakımından daha belirgin bir aşamaya işaret etmektedir. "15 Temmuz Türkiye'nin Demokrasi Zaferi" başlığının Berlin, Stockholm, Brüksel, Paris, Saraybosna ve Londra gibi farklı Avrupa kentlerinde ortak biçimde kullanılması; demokrasi ve halk iradesi kavramlarının uluslararası anlatının merkezine daha güçlü biçimde yerleştirildiğini göstermektedir.

2024'te görsel ve törensel araçların çeşitlenmesiyle kolektif hafıza boyutu daha görünür hâle gelmiştir. Sergiler, anma programları, kamusal görsel uygulamalar ve kalıcı kültürel faaliyetler, 15 Temmuz'un yalnızca açıklanması gereken geçmiş bir siyasal olay olarak değil hatırlanması ve sonraki kuşaklara aktarılması gereken bir hafıza unsuru şeklinde çerçevelendiğini göstermektedir. 2025'te "Zaferin Adı Türkiye" temasının ortak bir görsel kimlikle kullanılması bu eğilimin devam ettiğine işaret etmektedir. 2026'da ise onuncu yıl dolayısıyla kullanılan "İrade Bizim, Zafer Bizim" ile "Millî İrade ve Demokratik Direnç: 10. Yılında 15 Temmuz" başlıklarında millî irade ve demokratik direnç kavramlarının öne çıkması, anlatının demokrasi ve direnç ekseninde daha belirgin biçimde kurulmaya devam ettiğini göstermektedir.

Bu seyir, güvenlik merkezli anlatının zaman içerisinde terk edildiği anlamına gelmemektedir. FETÖ, darbe girişimi ve anayasal düzene yönelik tehdit sonraki yıllarda da söylemin unsurları olmaya devam etmiştir. Dönüşüm daha ziyade bu çerçevenin söylemsel genişlemesi biçiminde gerçekleşmiştir. Başlangıçta darbe girişiminin ve FETÖ tehdidinin açıklanmasına ağırlık verilirken ilerleyen yıllarda demokrasi, millî irade, toplumsal direnç ve kolektif hafıza aynı anlatının daha görünür unsurları hâline gelmiştir. Dolayısıyla 15 Temmuz anlatısındaki değişim, güvenlik çerçevesinden bütünüyle farklı bir çerçeveye geçişten ziyade güvenlik anlatısının demokrasi ve hafıza eksenleriyle genişletilmesi şeklinde değerlendirilebilir.

Tablo 4. 15 Temmuz Anlatısının Söylemsel Dönüşümü

Yıllar	Öne Çıkan Söylemsel Unsurlar	Söylemsel Yönelim
2019	Darbe girişimi, FETÖ tehdidi, demokratik meşruiyet, anayasal düzen	Açıklayıcı ve güvenlik merkezli anlatı
2020	FETÖ tehdidi, anayasal düzen, uluslararası iş birliği	Güvenlik meselesinin uluslararasılaştırılması
2021	“Türkiye Geçilmez”, bağımsızlık, egemenlik, direnç	Tarihsel süreklilik ve ulusal direnç
2022	“Türkiye Aşkına”, birlik, şehitlik, FETÖ tehdidi	Güvenlik ve toplumsal hafızanın birlikte kullanılması
2023	“Türkiye’nin Demokrasi Zaferi”	Demokrasi ve millî irade vurgusunun güçlenmesi
2024	Demokrasi, kahramanlık, kolektif hafıza	Hafıza boyutunun genişlemesi
2025	“Zaferin Adı Türkiye”, millî irade, hafıza	Ortak tema ve söylem bütünlüğü
2026	“İrade Bizim, Zafer Bizim”; “Millî İrade ve Demokratik Direnç”	Demokratik direnç ve onuncu yıl hafızası

Kaynak: CİB faaliyet raporları ile kurumsal haber ve duyurulardan derlenmiştir.

Tartışma

Bulgular bölümündeki dört analiz boyutu birlikte değerlendirildiğinde CİB’in Avrupa’daki 15 Temmuz faaliyetlerinde yalnızca etkinlik sayısı ve coğrafi kapsam bakımından değil iletişim pratiğinin niteliği açısından da bir değişim yaşandığı görülmektedir. İletişim araçları çeşitlenmiş; panel ve konferansların yanına dijital yayınlar, mülakatlar, belgeseller, sergiler, kamusal performanslar ve mekânsal hafıza uygulamaları eklenmiştir. Coğrafi yayılım genişlemişse de başkentler ve diplomatik merkezler ağırlığını korumuştur. Ancak kamusal ve sembolik mekânların kullanıldığı örnekler de ortaya çıkmıştır. Hedef kitleler genel yabancı kamuoyu anlayışından daha farklılaşmış bir yapıya yönelmiş; akademisyenler, gazeteciler, diplomatlar, siyasetçiler, sivil toplum temsilcileri ve karar alıcılar belirli faaliyetlerin doğrudan muhatapları hâline gelmiştir. Söylemsel düzeyde ise CİB’in kurumsal belgelerinde darbe girişimi ve FETÖ tehdidi merkezli çerçeve korunurken demokrasi, millî irade, demokratik direnç ve kolektif hafıza gibi kavramların anlatının giderek daha görünür unsurları hâline getirildiği görülmektedir.

Söz konusu değişim kamu diplomasisi literatürü açısından değerlendirildiğinde CİB’in iletişim pratiğinin Nye’in (2004) kamu diplomasisini yabancı kamuoylarıyla iletişim ve yumuşak güç kaynaklarının aktarılması bağlamında ele alan yaklaşımıyla belirli ölçülerde örtüştüğü görülmektedir. Özellikle farklı hedef kitlelere yönelme, çok dilli içeriklerin kullanılması ve diplomatik mekânların yanında kamusal alanlara açılma, yabancı kamuoylarıyla doğrudan iletişim kurma arayışının göstergeleri olarak değerlendirilebilir. Mevcut veri seti bu iletişimin hedef kitlelerin tutum ve algıları üzerindeki etkisini ölçemediğinden söz konusu faaliyetlerin Türkiye’nin yumuşak gücünü ne ölçüde artırdığı konusunda bir değerlendirme yapmak mümkün değildir. Bu ayrım, kamu diplomasisi faaliyetinin varlığı ile bu faaliyetin etkisi arasında doğrudan bir ilişki kurulmasını önlemektedir.

Cull’un (2009) çerçevesi açısından bakıldığında ise CİB’in 15 Temmuz faaliyetlerinde özellikle savunuculuk ve uluslararası yayıncılık boyutlarının öne çıktığı görülmektedir. Türkiye’nin 15 Temmuz’a ilişkin tezlerinin paneller, belgeseller, çok dilli içerikler ve dijital yayınlar aracılığıyla yabancı kamuoylarına aktarılması, savunuculuk faaliyetlerinin farklı iletişim araçlarıyla desteklendiğini göstermektedir. Buna karşılık incelenen belgelerde yabancı kamuoylarının görüşlerinin sistematik biçimde alınmasına dayanan dinleme faaliyetlerinin daha sınırlı kaldığı

görülmektedir. Bu durum, CİB'in 15 Temmuz iletişiminde karşılıklı etkileşimden çok Türkiye'nin kendi anlatısının uluslararası kamuoyuna aktarılmasının ağırlık kazandığını ortaya koymaktadır.

CİB'in Türk dış politikasındaki rolü açısından ortaya çıkan tablo, Başkanlığın dış politika kararlarının alınmasından ziyade Türkiye'nin belirli bir dış politika anlatısının oluşturulması, farklı iletişim araçlarına uyarlanması, belirli hedef kitlelere yöneltilmesi ve uluslararası dolaşıma sokulması aşamalarında etkinlik gösterdiğine işaret etmektedir. Bu bakımdan CİB'in dış politika aktörlüğünün ayırt edici yönü, karar alma yetkisinden çok anlatı üretimi, hedefleme, araç çeşitlendirme ve iletişim koordinasyonu üzerinden ortaya çıkmaktadır.

Bu noktada Batı Avrupa ile Balkan ülkeleri arasındaki farklılaşma ayrıca önem taşımaktadır. Bulgarlar, Berlin, Londra, Paris ve Brüksel gibi Batı Avrupa merkezlerinde diplomatik çevreler, medya, karar alıcılar ve kamusal görünürlüğe yönelik araçların öne çıktığını; Saraybosna, Tiran, Priştine ve Novi Pazar gibi Balkan kentlerinde ise yerel kurumların, kültürel ve sembolik mekânların iletişim faaliyetlerinde daha görünür olabildiğini göstermektedir. Mevcut veri seti, Batı Avrupa ve Balkanlar arasında sistematik bir karşılaştırma yapmak amacıyla oluşturulmadığından bu farklılıkları iki ayrı kamu diplomasisi modeli olarak değerlendirmek mümkün değildir. Buna rağmen gözlenen ayrışma, Avrupa'nın homojen bir hedef alan olarak ele alınmaması ve ülke ile bölge bağlamının iletişim stratejisinde daha fazla dikkate alınması gerektiğini göstermektedir. Bu durum Türkiye-AB ilişkileri açısından da önem taşımaktadır. Zira CİB'in iletişim faaliyetlerinin önemli bir bölümünün AB üyesi ülkelerde yürütülmesi, Türkiye'nin Birlik ile ilişkilerinde yalnızca hükümetler ve AB kurumları arasındaki diplomatik temasların değil farklı ulusal kamuoylarına yönelik iletişim pratiklerinin de dikkate alınmasını gerekli kılmaktadır.

Son olarak burada tespit edilen kurumsal kapasite ve iletişim pratiğindeki dönüşüm, yürütülen faaliyetlerin Avrupa kamuoyundaki etkisi hakkında doğrudan bir değerlendirme yapmaya imkân vermemektedir. İncelenen belgeler CİB'in ne yaptığını, hangi araçları kullandığını, nerede ve kimlere yöneldiğini ve hangi anlatıları öne çıkardığını ortaya koymaktadır. Buna karşılık Avrupa kamuoyunun bu faaliyetleri nasıl karşıladığı veya söz konusu faaliyetlerin Türkiye'ye ilişkin algılarda bir değişim meydana getirip getirmediği mevcut veri seti üzerinden ölçülememektedir. Bu nedenle araştırmanın bulguları CİB'in kamu diplomasisinin etkisinden ziyade Türk dış politikasının iletişim boyutunda üstlendiği rolün niteliğini ve bu rolün 15 Temmuz örneğindeki kurumsal pratiğini ortaya koymaktadır.

Sonuç ve Öneriler

Bu çalışma, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın Türk dış politikasındaki rolünü Avrupa ülkelerinde yürütülen 15 Temmuz temalı faaliyetler üzerinden incelemiştir. 2018-2026 dönemini kapsayan bulgular, CİB'in dış politika kararlarını doğrudan belirleyen geleneksel bir dış politika aktöründen ziyade Türkiye'nin uluslararası kamuoyuna yönelik anlatılarının oluşturulması, farklı iletişim araçlarıyla dolaşıma sokulması ve bu alandaki faaliyetlerin koordinasyonu bakımından belirgin bir rol üstlendiğini göstermektedir. Bu yönüyle CİB'in aktörlüğü, dış politikanın karar alma boyutundan çok iletişim boyutunda ortaya çıkmaktadır.

İncelenen dönemde 15 Temmuz'a yönelik iletişim pratiğinin kullanılan araçlar, hedef kitleler ve söylem bakımından çeşitlendiği görülmektedir. Panel ve konferansların yanı sıra zaman içerisinde dijital içerikler, belgeseller, sergiler, görsel ve kamusal etkinlikler iletişim repertuvarına dâhil edilmiş; genel uluslararası kamuoyunun yanında akademisyenler, gazeteciler, diplomatlar, uzmanlar ve karar alıcılar gibi daha belirgin gruplara yönelik faaliyetler öne çıkmıştır. Söylemsel düzeyde ise darbe girişimi ve güvenlik tehdidi vurguları devam ederken demokrasi, millî irade, demokratik direnç ve kolektif hafıza anlatının daha görünür unsurları hâline gelmiştir. Bulgular, CİB'in 15 Temmuz iletişiminin zaman içerisinde daha çeşitli araç ve hedef kitleleri kapsayan kurumsal bir iletişim pratiğine dönüştüğünü göstermektedir.

Bulgular, gelecekteki faaliyetler bakımından bazı noktaları da öne çıkarmaktadır. Diplomatik ve kurumsal mekânların ağırlığını koruması dikkate alındığında faaliyetlerin üniversiteler, kültür merkezleri, yerel medya ve sivil toplum gibi farklı toplumsal alanlara taşınması hedef kitlelerin çeşitlendirilmesine katkı sağlayabilir. Avrupa ülkelerinin siyasal, toplumsal ve medyatik özellikleri göz önünde bulundurularak ortak kurumsal anlatının korunmasıyla ülke ve hedef kitle özelliklerine göre iletişim araçları ve mesajların farklılaştırılması arasında daha dengeli bir yaklaşım geliştirilebilir. Ayrıca faaliyetlerin yalnızca sayısı ve çeşitliliğinin değil yerel medya görünürlüğü, dijital erişim ve etkileşim ile hedef kitlelerden alınan geri bildirimler gibi göstergeler üzerinden sonuçlarının da izlenmesi yararlı olacaktır.

Çalışmanın temel sınırlılığı, veri setinin ağırlıklı olarak CİB tarafından üretilen kurumsal kaynaklara dayanmasıdır. Bu nedenle araştırma, faaliyetlerin Avrupa kamuoyundaki etkisini ölçmekten ziyade CİB'in iletişim pratiğini ve bu pratiğin zaman içerisindeki dönüşümünü ortaya koymaktadır. Ayrıca 2026 yılına ilişkin veriler 31 Temmuz 2026 ile sınırlıdır. Bu sınırlılıklar gelecek çalışmalar açısından yeni araştırma alanları ortaya çıkarmaktadır. CİB'in Türk dış politikasındaki rolünün daha kapsamlı değerlendirilebilmesi için kamuoyu araştırmaları, etkinlik katılımcılarıyla görüşmeler, uzman ve karar alıcı mülakatları, odak grup çalışmaları ve ülke bazlı medya analizleri gibi kurumsal belgelerin ötesine geçen yöntemlerden yararlanılabilir. Böylece CİB tarafından oluşturulan anlatıların farklı Avrupa kamuoylarında nasıl karşılandığı ve algısal etkileri incelenebilir. Ayrıca 15 Temmuz dışında terörle mücadele, düzensiz göç ve Gazze Savaşı gibi dış politika meselelerine yönelik uluslararası iletişim faaliyetlerinin incelenmesi, bu çalışmada ulaşılan sonuçların farklı vakalarda ne ölçüde geçerli olduğunun değerlendirilmesine katkı sağlayabilir.

References

- Anadolu Ajansı. (2019). Londra ve İstanbul'da eş zamanlı "15 Temmuz" koreografisi. <https://www.aa.com.tr/tr/15-temmuz-darbe-girisimi/londra-ve-istanbulda-es-zamanli-15-temmuz-koreografisi/1532654>
- Anadolu Ajansı. (2026). İletişim Başkanı Duran: "Türkiye Türkiye'den büyüktür" mottosu çerçevesinde çalışıyoruz. <https://www.aa.com.tr/tr/gundem/iletisim-baskani-duran-turkiye-turkiyeden-buyuktur-mottosu-cercevesinde-calisiyoruz/3805730>
- Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27–40. <https://doi.org/10.3316/QRJ0902027>
- Boyraz, H. M. (2021). Hakikat-sonrası dönemde Türkiye aleyhinde dezenformasyon faaliyetleri. A. Manafidizaji (Ed.), *Uluslararası disiplinlerarası istihbarat ve uluslararası ilişkiler kongresi özet ve tam metin bildiriler kitabı* içinde (ss. 9–21). Academic Sharing Platform.
- Cull, N. J. (2009). *Public diplomacy: Lessons from the past*. Figueroa Press.
- Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı. (2019). *2018 yılı idare faaliyet raporu*. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Yayınları.
- Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı. (2020a). *2019 yılı idare faaliyet raporu*. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Yayınları.
- Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı. (2020b). Türkiye, 15 Temmuz'u yurt dışı temsilciliklerinde düzenlenen panellerle anlatıyor. <https://www.iletisim.gov.tr/turkce/haberler/detay/turkiye-15-temmuzu-yurt-disi-temsilciliklerinde-duzenlenen-panellerle-anlatiyor>
- Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı. (2021). *2020 yılı idare faaliyet raporu*. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Yayınları.
- Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı. (2022a). *2021 yılı idare faaliyet raporu*. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Yayınları.
- Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı. (2022b). 15 Temmuz Demokrasi ve Millî Birlik Günü dolayısıyla yurt içi ve yurt dışında birçok etkinlik düzenlendi. <https://www.iletisim.gov.tr/turkce/haberler/detay/15-temmuz-demokrasi-ve-milli-birlik-gunu-dolayisiyla-yurt-ici-ve-yurt-disinda-bircok-etkinlik-duzenlendi>
- Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı. (2023a). *2022 yılı idare faaliyet raporu*. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Yayınları.
- Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı. (2023b). İletişim Başkanlığından, Brüksel'de "15 Temmuz Türkiye'nin Demokrasi Zaferi" paneli. <https://www.iletisim.gov.tr/turkce/haberler/detay/iletisim-baskanligindan-brukselde-15-temmuz-turkiyenin-demokrasi-zaferi-paneli>
- Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı. (2024a). *2023 yılı idare faaliyet raporu*. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Yayınları.
- Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı. (2024b). Yurt dışında 15 Temmuz anma etkinlikleri. <https://www.iletisim.gov.tr/turkce/duyurular/detay/yurt-disinda-15-temmuz-anma-etkinlikleri>
- Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı. (2025). *2024 yılı idare faaliyet raporu*. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Yayınları.

- Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı. (2026a). *2025 yılı idare faaliyet raporu*. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Yayınları.
- Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı. (2026b). *2026 yılı performans programı*. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Yayınları.
- Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı. (2026c). 15 Temmuz Demokrasi ve Millî Birlik Günü yurt dışı etkinlikleri. <https://www.iletisim.gov.tr/turkce/haberler/detay/15-temmuz-demokrasi-ve-milli-birlik-gunu-yurtdisi-etkinlikleri>
- Çetin, O. (2022). Bir kamu diplomasisi aktörü olarak Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı. *İletişim Çalışmaları Dergisi*, 8(2), 233–255. https://doi.org/10.17932/IAU.ICD.2015.006/icd_v08i2005
- Çolak, Ö. (2025). *Dezenformasyonla mücadelede kamu politikası: Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı örneği* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul Medipol Üniversitesi].
- Duran, B. (2019). Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanı Prof. Dr. Fahrettin Altun: “Beka mücadelesinde stratejik iletişimin tüm imkânlarını kullanacağız”. *Kriter Dergisi*. <https://kriterdergi.com/soylesi/cumhurbaskanligi-iletisim-baskani-prof-dr-fahrettin-altun-beka-mucadelesinde-stratejik-iletisimin-tum-imkanlarini-kullanacagiz>
- Krippendorff, K. (2019). *Content analysis: An introduction to its methodology*. SAGE.
- Mayring, P. (2000). Qualitative content analysis. *Forum: Qualitative Social Research*, 1(2), 1–20.
- McIntyre, L. (2018). *Post-truth*. MIT Press.
- Nye, J. S. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. PublicAffairs.
- Özkır, Y. (2020). Türk dış politikasında İletişim Başkanlığının yeri. B. Duran & K. İnât (Ed.), *2019 Türk dış politikası yillığı içinde* (ss. 31–55). SETA Yayınları.
- Resmî Gazete. (2018). *14 sayılı İletişim Başkanlığı Teşkilatı Hakkında Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi*. <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2018/07/20180724-10.pdf>
- Şehitoğlu, R. (2024). Bir kamu diplomasisi aracı olarak dezenformasyonla mücadele: Azerbaycan için bir model önerisi. *Uluslararası Politik Araştırmalar Dergisi*, 10(2), 96–116. <https://doi.org/10.25272/icps.1512183>
- Şahin, M., Tinas, M., Sarı, B., İrdem, İ., Şahin, Y., Kıyıcı, H., & Öztürk, M. (2018). *Uluslararası bir tehdit olarak FETÖ*. Polis Akademisi II. Uluslararası Güvenlik Sempozyumu raporu. Polis Akademisi Yayınları.
- Yazar, F. (2021). Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı ve kamu diplomasisi. *Kriter Dergisi*, 6(58), 88–91.

ETHICAL DECLARATIONS

Research and Publication Ethics

The authors declare that this manuscript is an original work prepared in accordance with the principles of scientific research and publication ethics. The manuscript has not been previously published and is not currently under consideration for publication elsewhere. All sources used in the preparation of this study have been properly cited and referenced. The authors confirm that the work contains no plagiarism, fabrication, falsification, or manipulation of data. The research findings are presented honestly and transparently in accordance with the principles of academic integrity.

Author Contributions

All authors have significantly contributed to the conception, design, analysis, and preparation of the manuscript. All authors have read and approved the final version of the manuscript and agree to its submission and publication.

Conflict of Interest

The authors declare that there is no conflict of interest regarding the publication of this manuscript.

Funding

This research did not receive any specific grant, financial support, or funding from any public, commercial, or non-profit funding agencies.

Artificial Intelligence (AI) Usage Disclosure

During the preparation of this manuscript, artificial intelligence tools may have been used solely for limited purposes such as language editing, translation assistance, and stylistic improvement. Any AI-assisted translations or language corrections were carefully reviewed and verified by the authors. Artificial intelligence tools were not used to generate the core scientific content, research design, analysis, or scholarly conclusions. All academic responsibility for the content of the manuscript rests entirely with the authors.

Copyright and Permissions

The authors confirm that all necessary permissions for copyrighted materials have been obtained where required and that the manuscript does not violate any intellectual property rights.

Author Approval

All authors confirm that they have read and approved the final version of the manuscript and consent to its submission and publication.

ETİK BEYANLAR

Araştırma ve Yayın Etiği

Yazarlar, bu makalenin özgün bir çalışma olduğunu ve bilimsel araştırma ve yayın etiği ilkelerine uygun olarak hazırlandığını beyan eder. Makale daha önce herhangi bir yerde yayımlanmamış olup başka bir dergide değerlendirme sürecinde değildir.

Çalışmada kullanılan tüm kaynaklar akademik kurallara uygun biçimde atıflanmıştır. Yazarlar, çalışmanın intihal, veri uydurma, veri tahrifi veya manipülasyon içermediğini; araştırma bulgularının bilimsel dürüstlük ilkelerine uygun şekilde sunulduğunu beyan eder.

Yazar Katkısı

Tüm yazarlar çalışmanın tasarlanması, yürütülmesi, analizi ve makalenin hazırlanmasına önemli ölçüde katkı sağlamıştır. Tüm yazarlar makalenin son hâlini okuyup onaylamış ve yayımlanmasını kabul etmiştir.

Çıkar Çatışması

Yazarlar, bu makalenin yayımlanmasına ilişkin herhangi bir çıkar çatışması bulunmadığını beyan eder.

Finansal Destek

Bu araştırma herhangi bir kamu kurumu, ticari kuruluş veya kâr amacı gütmeyen kuruluş tarafından finansal olarak desteklenmemiştir.

Yapay Zekâ Kullanım Beyanı

Makalenin hazırlanması sürecinde yapay zekâ araçlarından yalnızca dil düzenleme, çeviri desteği ve anlatım iyileştirmesi amacıyla sınırlı ölçüde yararlanılmış olabilir. Yapay zekâ araçları tarafından yapılan çeviri ve dil düzenlemeleri yazarlar tarafından dikkatle kontrol edilmiştir. Yapay zekâ araçları çalışmanın bilimsel içeriğinin, araştırma tasarımının, analizlerinin veya akademik sonuçlarının oluşturulmasında kullanılmamıştır. Makalenin içeriğine ilişkin tüm akademik sorumluluk yazarlara aittir.

Telif Hakları ve İzinler

Yazarlar, telif hakkı gerektiren materyaller kullanılmışsa gerekli izinlerin alındığını ve çalışmanın herhangi bir fikrî mülkiyet hakkını ihlal etmediğini beyan eder.

Yazar Onayı

Tüm yazarlar makalenin son hâlini okuduklarını, onayladıklarını ve yayımlanmasını kabul ettiklerini beyan eder.