



## Özbekistan’da Türkiye’nin Turistik Tanıtım ve Propaganda Faaliyetleri Üzerine Bir Değerlendirme

*An Evaluation of Turkey's Touristic Promotion and Propaganda Activities in  
Uzbekistan*

Dr. Erol EVCİN\*

### Özet

*Turizm, günümüz itibariyle iktisadi, siyasi, sosyal ve kültürel açılardan birçok ülke gibi Türkiye’nin de mevcut durumunu ve geleceğini yakından etkileyen unsurlardan biri hâline gelmiştir. Bu nedenle turizm faaliyetlerini geliştirmeye, çeşitlendirmeye ve artırmaya yönelik turistik tanıtım ve propaganda faaliyetlerinin önemi daha da artmıştır. Çağdaş bir anlayış çerçevesinde Türkiye’nin tarihî ve tabii değerlerinin dünya sathında tanıtılması, turistler nezdinde olumlu bir ülke imajı uyandırılması ve bu münasebetle turistlere ülke sathında seyahat imkân ve fırsatları yaratılması bir gereklilik hâlini almıştır. 1991’de bağımsızlığını kazanan Türk Cumhuriyetleri ile Türkiye arasında tesis edilen ve stratejik bir özelliğe sahip olan turizm ilişkileri bu bağlamda özel bir öneme sahiptir. Bu kapsamda önem arz eden ülkelerden biri de Özbekistan olmuştur. Türkiye ile Özbekistan arasındaki turizm ilişkileri siyasi ilişkilerle doğru orantılı olarak çeşitli dalgalanmalar yaşamıştır. Bununla birlikte turizm iki ülke arasındaki tarihi, kültürel, siyasi ve iktisadi bağların kuvvetlendirilmesinde etkili bir unsur olarak yeni bir açılım alanı teşkil etmiştir. Bu çalışma kapsamında Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın yurt dışı teşkilatı içinde yer alan Taşkent Kültür ve Tanıtma Müşavirliği’nin faaliyetleri temel alınarak, Özbekistan’da yapılan turistik tanıtım ve propaganda çalışmaları değerlendirilmiştir. İki soydaş ülke durumunda olan Türkiye ile Özbekistan arasındaki ilişkileri geliştirmek üzere tesis edilen turistik ilişkiler de bu vesileyle ele alınan konular arasında yer almış ve bu hususta kaydedilen güncel gelişmeler hakkında bilgi verilmiştir.*

**Anahtar Kelimeler:** *Turizm, Tanıtım, Propaganda, Taşkent Kültür ve Tanıtım Müşavirliği, Özbekistan.*

---

\*Kültür ve Turizm Uzmanı, Kültür ve Turizm Bakanlığı, erol.evcin@kulturturizm.gov.tr.

### Abstract

*Today, tourism, like many countries from economic, political, social and cultural aspects, has come to be one of the factors that closely influence the present situation and the future of Turkey. For this reason, tourism promotion and propaganda activities for improving, diversifying and increasing tourism activities have become more important. It has become a necessity to introduce Turkey's historical and natural beauties on a world-wide basis in a frame of contemporary understanding, to create a positive country image in front of tourists, and to create opportunities for tourists to travel on the country in this regard. The tourism relations established between the Turkic Republics that gained their independence in 1991 and Turkey have a special feature in this context. Uzbekistan is one of the countries that are important in this sense. The tourism relationship between Turkey and Uzbekistan has followed a rapid development and tourism has constituted a new field of opening as an effective element in strengthening the historical, cultural, political and economic ties between the two countries. Within the scope of this study, touristic promotion and propaganda activities in Uzbekistan were evaluated based on the activities of Tashkent Culture and Promotion Counsellor's Office in the foreign organization of Ministry of Culture and Tourism of Republic of Turkey. Thus, touristic relations established to develop relations between Turkey and Uzbekistan, which are two cognate countries, were discussed and information about recent developments recorded in this issue was given.*

**Keywords:** *Tourism, Promotion, Propaganda, Tashkent Culture and Promotion Counsellor's Office, Uzbekistan.*

Ülkelerin sosyal ve ekonomik altyapısını kuvvetlendirme, bu yöndeki faaliyetlerini canlandırma ve çeşitlendirme, yerel kültürel değerleri ve çevreyi koruma çalışmalarını destekleyen turizm, günümüz itibariyle artık bir endüstri kolu olarak değerlendirilmektedir. Turizmi besleyen ana kaynaklardan biri olarak da kültür olgusu ön plana çıkmaktadır. Turizm ve kültür olguları ülkelerin iktisadi yapıları kadar devletler ve milletlerarası ilişkilerin, iletişimin ve etkileşimin geliştirilmesine de katkı sağlamaktadır. Dolayısıyla bu olgular dünya barışına da hizmet eden temel vasıtalar arasında yer almaktadır. Bu anlamda söz konusu olgular günümüz dünyasında Türkiye'nin kendini ifade edebileceği ve kendini dünyaya kabul ettirebileceği en meşru ve etkin mecralardan birini teşkil etmektedir. Bu münasebetle ülkenin sahip olduğu tarihî, kültürel ve tabii değerlerin çağdaş usul ve esaslar dâhilinde dünyanın çeşitli ülkelerindeki insanlara tanıtılması ve arz edilmesi önem taşımaktadır.

Türkiye birçok medeniyete beşiklik etmiş, çağlar ve coğrafyalar arasında köprü olmuş, eski medeniyetlerin mirasını özgün kültür ve medeniyet değerleri ile zenginleştirmiş bir ülke olarak bu mirası ve birikimi diğer ülkelerin ve halkla-

rın istifadesine sunmak iddiasında ve gayretindedir. Dünyanın çeşitli bölgelerinde bu zengin kültüre ve seçkin coğrafyaya ilgi duyulmaktadır. Ancak bu ilgiyi taze tutmak ve artırmak, yeni seyahat severlere, kâşiflere ve turistlere ulaşmak bir gereklilik arz etmektedir. Bu amaca ulaşmanın en esaslı yollarından biri Türkiye’nin sahip olduğu değerler hakkında dünya sathında farkındalık yaratmaktan geçmektedir. Tanıtım faaliyetleriyle dünyanın dört bir yanına ulaşarak iletişim ve etkileşim imkânlarının artırılması, olumsuz önyargıların giderilmesi, doğru bilgi temini ve olumlu bir imaj uyandırılması, değişik kültürel ve turistik unsurlarda markalaşma ve bir marka ve beğeni merkezi olarak öncelikle tercih edilen bir turizm ülkesi hâline gelmek mümkündür (Evcin 2017: 82).

Bu bağlamda 20. yüzyılın sonlarına doğru Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği’nin dağılmasıyla bağımsızlıklarını ilan eden Özbekistan, Türkmenistan, Azerbaycan, Kazakistan ve Kırgızistan devletleri ile Türkiye arasında geliştirilen ilişkiler özel bir öneme sahiptir. Tarihî ve kültürel bağları nedeniyle soydaşı durumunda olan bu ülke halklarının bağımsızlıklarını tanıyan ilk ülke Türkiye Cumhuriyeti olmuştur (Saray 2014). Bu gelişmelerle birlikte Türkiye ile Türk Cumhuriyetleri arasında siyasi ve iktisadi olduğu kadar sosyal ve kültürel ilişkilerin de geliştirilmesi stratejik açıdan önem arz etmiştir.

Türk Cumhuriyetleri ile tesis edilen ilişkilerin önemli bir alanını da turizm faaliyetleri teşkil etmiştir. Türkiye’de iç ve dış turizm faaliyetlerinde yönlendirici ve teşvik edici çalışmalarıyla öncü rol oynayan devlet teşkilatı bu konuda hassasiyetini ortaya koymakta gecikmemiştir. Turistik ilişkilerin geliştirilmesi hususunda önem veren Türkiye’nin söz konusu ülkelerdeki büyükelçilikleri nezdinde, Kültür ve Turizm Bakanlığı (KTB)’na bağlı olarak “Kültür ve Tanıtma Müşavirlikleri” açılmıştır. Özbekistan’da bu görev 1993’ten itibaren “Taşkent Kültür ve Tanıtma Müşavirliği” (TKTM) tarafından üstlenilmiştir. Söz konusu Müşavirlik, Türkiye adına üstlendiği görev ve sorumluluklar doğrultusunda Özbekistan’da kültürel ve turistik tanıtım ile propaganda çalışmalarına odaklanmıştır. Müşavirliğin çalışmaları fuar, reklam, ağırlama faaliyetleri ile çeşitli sosyal, kültürel ve bilimsel etkinlikler çerçevesinde gerçekleştirilmiştir. Bu nedenle çalışmamız söz konusu faaliyetler temel alınarak tasnif edilmiştir.

Bu çalışmada Kültür ve Turizm Bakanlığı arşivinden, çeşitli kamu kurum kuruluşlarının turizm raporlarından, Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) ile Özbekistan Devlet Gümrük Komitesi verilerinden yararlanılmış olup, temel anlamıyla TKTM’nin girişimleri ve desteğiyle Özbekistan’da gerçekleştirilen turizm ve tanıtma faaliyetleri ele alınmıştır. Türkiye’nin Özbekistan’da tanıtım ve propaganda faaliyetlerine yönelik olarak bugüne kadar işlenmemiş bir konuyu birincil kaynaklar çerçevesinde ele alan bu makalenin içerdiği güncel ve özgün bilgiler, turizm literatürüne katkı sağlayacak mahiyettedir. Şimdiye kadar daha çok siya-

si ve iktisadi çerçevede ele alınan Türkiye ile Özbekistan arasındaki ilişkilerin turistik tanıtım ve propaganda faaliyetleri gibi farklı bir yaklaşımla ele alınması önem arz etmektedir. Özbekistan’da Türkiye’nin imajını kuvvetlendirmeye yönelik tanıtım ve propaganda çalışmalarında başarılı faaliyetlerin takviye edilmesi ve göze çarpan eksikliklerin giderilmesi konusunda da makalenin yol ve yön gösterici bir rol oynadığını ifade etmek mümkündür.

### **Türkiye’nin Özbekistan’daki Turistik Tanıtım ve Propaganda Faaliyetlerinin Yasal Zeminini**

KTB, Türkiye’de kültürel ve turistik anlamda koruma, geliştirme ve tanıtım çalışmaları konusunda en yetkin organ durumundadır. Bakanlık teşkilatı içinde yer alan “Tanıtım Genel Müdürlüğü” ise Türkiye’nin millî, manevî, tarihî, kültürel, sanatsal ve turistik değerlerinin yurt içinde ve yurt dışında tanıtımını yapmakla yükümlü tutulmuştur (RG 29.04.2003: 25093). Bakanlığın “Stratejik Planları”nda *“ülkeyi önemli bir kültür ve sanat merkezi hâline getirmek ve tanıtmak”* gibi kültürel ve turistik tanıtıma yönelik stratejik hedefler yer almıştır. Buna ek olarak *“ülkenin turizm alanında uluslararası ölçekteki rekabet gücünü, pazar payını ve marka değerini artırmak”* ve bu doğrultuda *“kültür ve turizm alanında uluslararası ilişkileri ve kültürlerarası iletişimi güçlendirmek ve uluslararası barışa katkıda bulunmak”* da Bakanlığın stratejik amaçları arasında bulunmaktadır (KTB SP 2010 ve 2015). Ülkenin turistik tanıtım ve propaganda faaliyetleri doğrultusunda Bakanlık yurt dışında da teşkilatlanma konusunda yetkili kılınmıştır (RG 29.04.2003: 25093). Bu suretle günümüz itibarıyla Bakanlığın dünya sahnesinde kültür ve turizm merkezi özelliği gösteren 39 ülkede 44 şehirde Türkiye büyükelçilikleri nezdinde “müşavirlik” ve “ataşelik” düzeyinde temsil ve icraat birimleri bulunmaktadır. Bu birimler, Türkiye’ye yönelik turizm talebini artırmak amacıyla yurt dışında tanıtım faaliyetlerine ilişkin mal ve hizmet de temin edebilmektedir (RG 04.11.2004: 25633). TKTM de Bakanlığın bu kapsamda görev yapan yurt dışı temsilcilikleri arasındadır. Bakanlık tarafından Türk Cumhuriyetlerinde gerçekleştirilen turizm ve tanıtım faaliyetlerine hususi bir önem verildiği görülmektedir. KTB tarafından ortaya koyulan “Türkiye Turizm Stratejisi 2023”te tanıtım ve pazarlama çalışmaları kapsamında Türk Cumhuriyetleri’ne yönelik özel tanıtım kampanyaları düzenlenmesinin öngörülmesi ve Türkiye’nin pazar payının artırılmasının hedeflenmesi bu duruma iyi bir örnek teşkil etmektedir (Türkiye Turizm Stratejisi 2023, 2007: 24).

Turizm, 1991’de bağımsızlıklarını ilan eden Türk Cumhuriyetleri için de önemli fırsatlar yaratmıştır. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (BMDTÖ) raporlarında Orta Asya’da yer alan Özbekistan, Kazakistan, Kırgızistan, Türkme-

nistan ve Tacikistan devletlerinin turizm alanında önemli bir potansiyele sahip oldukları belirtilmiştir. Turizm politikalarına hizmet etmek üzere bu ülkelere yönelik seyahatler için vize imkânlarının genişletilmesi ve kolaylaştırılması, bu çerçevede Tarihî İpek Yolu üzerinde misafirperverlik anlayışını yansıtan turizm merkezlerinin teşkili yönündeki çalışmalar desteklenmiştir. Turizm, sahip olduğu ciddi potansiyelleri nedeniyle bağımsızlığa geçiş döneminde ve sonrasında Özbekistan için de önemli bir güç kaynağı olmuştur. Tarihî İpek Yolu üzerinde, ana ticaret noktaları durumundaki şehirleri ile merkezi bir konumda bulunan Özbekistan bu özellikleriyle küresel turist akışı için çekici özelliklere sahiptir (Baxtishodovich ve ark. 2017: 219-235). Özbek yetkililer ülkenin sahip olduğu köklü tarihî mirası turizm alanında etkin bir biçimde değerlendirebilmek için yeni yatırım planları üzerinde durmuştur. Ülkenin potansiyellerini harekete geçiren turizm, ekonominin stratejik bir kolu hâline gelmeye başlamıştır. Bu kapsamda hazırlanan “Semerkant Afrasiyab Otel” ile “Buhara Palace Otel” projeleri, 2 teleferik ile 9’ar katlı 3 bina ve dinlenme merkezinden oluşacak “Çimgan Turizm Bölgesi Geliştirme Projesi” güncel turizm altyapı çalışmaları arasında yer almıştır. Ülkede beş yıldızlı otel sayısı son derece düşük olmakla birlikte yüzlerce turizm işletmesi faaliyet göstermektedir. Sektöre nitelikli eleman yetiştirmek üzere eğitim veren aşçılık kurs merkezleri, turizm liseleri ve meslek okulları, Turizm Eğitim Merkezi ve yükseköğretim düzeyinde “Gıda Mühendisliği Bölümü” ise eğitim faaliyetlerinde bulunmaktadır. BMDTÖ’ye üye olan Özbekistan’da “Turizm Geliştirme Devlet Komitesi”, “Turizm Seyahat Acenteleri Birliği”, “Otel, Rehber ve Aşçı Birlikleri” gibi uluslararası ölçekte faaliyet gösteren turizm kuruluşları da bulunmaktadır. Özellikle kültür turizmi bağlamında Özbekistan’a Fransa ve Almanya gibi Avrupa ülkelerinden artan yoğunlukta turist akını söz konusudur. Amerika Birleşik Devletleri, Rusya, Güney Kore ve Çin ile de turizm ilişkileri geliştirilmeye çalışılmaktadır (TKTM TPR 2018: 3-4). 2 Aralık 2016 tarihli "Özbekistan Cumhuriyeti Turizm Endüstrisinin Gelişmesini Hızlandırma Önlemleri Hakkında Kararname" ile ülkedeki turizm teşkilatlanması, yasal altyapı ve ekonomik koşullar güçlendirilmek istenmiştir. Kararnamede, bölgedeki turizm potansiyelinin etkin bir şekilde ortaya çıkarılması, ulusal turizm ürünlerinin dünya pazarlarına sunulması ve geliştirilmesi için muhtelif çalışmalar öngörülmüştür (Khamidov 2017: 135-137). Bu gelişmeler Özbekistan’ın turizm altyapısını kuvvetlendirmek yolunda hızla mesafe kat ettiğine işaret etmektedir.

Dünya seyahat ve turizm endüstrisi içinde kendine yer arayan Özbekistan turizm imkânlarını geliştirme konusunda Türkiye gibi tecrübeli ülkelerle iş birliği geliştirme stratejisi üzerinde durmuştur. İki ülke arasındaki kültürel ve turistik ilişkilerin kuvvetlendirilmesinin ekonomik ilişkilerin geliştirilmesine de doğru-

dan katkı sağlayacağı göz önünde bulundurulmuştur (Hepaktan ve Çılıpant 2016: 106-107). Bağımsızlığını kazanmasından günümüze ulaşan süreç içinde Özbekistan iç ve dış politikada sorunlu ve çetrefilli bir dönem geçirmiştir. Benzer şekilde Türkiye ile olan ilişkilerinde de çeşitli dalgalanmalar yaşanmıştır. Bununla birlikte iki ülke arasındaki iş birliği stratejisi temel anlamıyla varlığını devam ettirmiştir (Kodaman ve Birsnel 2006: 417-435; Ekenci 2016: 4-20). Türkiye, Özbekistan ile ikili ilişkilerin geliştirilmesine tarihî ve kültürel bağları nedeniyle hususi bir önem vermiştir. Bu suretle çeşitli alanlarda iki ülke arasındaki bağların kuvvetlenmesine zemin hazırlayan birçok anlaşma imzalanmıştır. 5 Ekim 1992 tarihinde Taşkent'te imzalanan ve 18 Kasım 1997 tarihinde Ankara'da yenilenen "Türkiye Cumhuriyeti Hükümeti ile Özbekistan Cumhuriyeti Hükümeti Arasında Turizm Alanında İş Birliği Anlaşmaları"nın iki ülke arasındaki turistik ilişkilerin temelini oluşturduğunu söyleyebiliriz. Birbirini tamamlayan bu anlaşmalara göre iki ülke arasındaki turistik ilişkilerin, resmî turizm kuruluşları ile özel sektör arasındaki iş birliğinin geliştirilmesi, bu alanda uzun vadeli ve sıkı bir iş birliği tesis edilmesi temel prensip olarak kabul edilmiştir. Tarihî, kültürel ve turistik değerlerin iki ülke halkı tarafından daha iyi şekilde tanınması amacıyla tanıtma ve reklam faaliyetlerine karşılıklı olarak destek verilmesi de bu prensipler arasında yer almıştır. İki ülkenin turistik imkânlarını en üst düzeyde tanıtmak amacıyla turizm ile iştigal eden uzmanların ve medya mensuplarının ziyaretleri, görsel ve işitsel tanıtım malzemeleriyle desteklenmiş turistik yayınların ve reklam materyallerinin değişimi ve karşılıklı olarak turistik enformasyon büroları açılması ise anlaşmanın teşvik maddeleri arasında bulunmuştur. Buna ek olarak, taraflar turizme ilişkin bilgi akışı ile vize, hudut ve gümrük uygulamalarını karşılıklı olarak kolaylaştırma konusunda da mutabık kalmışlardır. Turizm planlaması, yatırımları; turistik tesislerin restorasyonu, işletmesi ve ortak şirketler kurulması konularında deneyim paylaşımı ve bu konular etrafında ortak projeler üretilmesi anlaşmaların esasları arasında idi. Bunun yanı sıra ikili ilişkileri geliştirmek ve takip etmek üzere her iki ülkenin resmî temsilcileri arasında toplantılar düzenlenecek ve bir "Turizm Karma Komisyonu" oluşturulacaktı. Uluslararası nitelikteki turistik etkinliklerde iş birliği ve dayanışma içinde olma-ya özen gösterilecekti. Sektörde istihdam edilen personel de dâhil olmak üzere turizm eğitimi alanında deneyim paylaşımında bulunulacak ve bu amaçla ortak projeler geliştirme ve karşılıklı burs ve uzman temin etme imkânları araştırılacaktı. Son olarak, iki ülke arasındaki turizme ilişkin ödemelerin, taraflar arasında kararlaştırılacak esaslara göre düzenlenmesi de söz konusu anlaşmalar kapsamında kabul gören esaslar arasında yer almıştı (RG 15.04.1993, 21553: 93/4223; RG 28.12.1997, 23214: 97/10386).

Bu anlaşmalar iki ülke arasındaki turistik ilişkileri kolaylaştıran eğitim, kültür, vize, taşımacılık anlaşmaları ve 1996’da teşkil edilen Karma Ekonomik Komisyonu (KEK) ile daha da derinleştirilmiştir. KEK dönem toplantılarında iki ülke turizmi için iş birliği imkânlarının geliştirilmesi doğrultusunda önemli kararlar alınmıştır. 2017’de dördüncüsü imzalanan protokolde taraflar turizm alanındaki iş birliğini “yüksek öncelikli” çalışmalar arasında değerlendirmiştir. Bu çerçevede Özbekistan’daki turizm altyapısının geliştirilmesi amacıyla ortak projeler ve programlar gerçekleştirilmesi kararlaştırılmıştır. Türkiye ve Özbekistan menşeli turizm şirketlerinin Semerkant, Buhara, Harezmi ve Taşkent ilinde Çimgan Bölgesi’nde uluslararası düzeyde modern turistik tesisler kurulması için iş birliği yapmaları hususunda mutabık kalınmıştır. Özbek tarafı bu amaçlar doğrultusunda iş birliğine ve teknik yardıma hazır olan Türk yetkililere arsa tahsisi, altyapı çalışmaları ve yerel ortaklar bulma hususlarında yardımcı olabileceğini ifade etmiştir. Ayrıca taraflar, yüksek vasıflı turizm yöneticileri ve uzmanları yetiştirilmesi ve otel işletme sistemlerinin geliştirilmesi konularında yapılabilecek çalışmaları değerlendirmişlerdir. Bunun yanı sıra iki ülke yetkilileri turizm alanında iki ülkede yapılacak fuar, sergi, konferans, seminer gibi etkinliklere faal olarak katılmak, karşılıklı bilgi ve tecrübe değişimini, turizm hizmetleri sunumu hususlarında uzmanlaşmış ortaklıkların kurulmasını teşvik etmek üzere mutabakat sağlamışlardır. Yine protokole göre Türkiye-Özbekistan Çalışma Grubu Toplantısı’nın yılda bir kez söz konusu ülkelerde tekrarlanması kararlaştırılmıştır (KTB Arş. 2017: 11415).

Türkiye Kültür ve Turizm Bakanı’nın 25 Mayıs 2017 tarihinde Özbekistan’a gerçekleştirdiği resmî ziyaret de iki ülke arasında kültür ve turizm ilişkilerini düzenleyen hukuki altyapının güncellenmesi, Türkiye-Özbekistan Kültür Karma Komisyonu’nun oluşturularak tarihî ve kültürel değerlerin korunması, İpek Yolu’nun markalaştırılarak turistik ürün haline dönüştürülmesi, karşılıklı “kültür günleri” düzenlenmesi ve uluslararası kuruluşlarla iş birliğinin kuvvetlendirilmesi konuları üzerinde durulmuştur. Özbekistan turizm sektör temsilcilerine ve öğrencilere yönelik “formal” ve “informal” turizm eğitim imkânlarının artırılması, Turizm Çalışma Grubu Toplantıları’na süreklilik kazandırılması, müşterek katılımlı bir “Turizm Yatırım Forumu” düzenlenmesi, turizm alanındaki mevzuat çalışmaları konusunda bilgi ve deneyim paylaşımında bulunulması ve iki ülke adına dünya sahinde gerçekleştirilebilecek tanıtım faaliyetleri de ziyaret sırasında ele alınan konular arasında yer almıştır (KTB Arş. 2017: 121038).

Bu ziyareti takip eden süreçte Özbekistan Cumhurbaşkanı Şavkat Mirziyoyev’in 25-26 Ekim 2017 tarihleri arasında gerçekleşen Türkiye ziyareti iki ülke arasında kültürel ve turistik ilişkilerin kuvvetlendirilmesine katkı sağlamıştır. Ziyaret sırasında Özbekistan Devlet Turizm Geliştirme Komitesi Başkanı Aziz

Abdulahkimov başkanlığındaki heyet Bursa'ya bir çalışma ziyareti gerçekleştirmiştir. Bu kapsamda söz konusu heyet; Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği, Turizm Yatırımcılar Derneği ve özel sektör yetkilileri ile de bir araya gelmiş ve turizm alanında iş birliğinin geliştirilmesi, Özbekistan turizm sektörüne Türk yatırımcıların çekilmesi ve bu yatırımcıların desteğiyle, Uludağ örneğinden hareketle Özbekistan'da dağ turizminin geliştirilmesi ve kayak merkezlerinin kurulması konuları değerlendirilmiştir. Görüşmelerin ardından Özbekistan'a gelen turist sayısının artırılması ve Özbekistan'ın turizm potansiyelinin tanıtılması için ortak çalışmalar öngören bir iş birliği memorandumu imzalanmıştır.<sup>1</sup> Takip eden süreçte Shavkat Mirziyoyev'in kararıyla 6 Şubat 2018 tarihinde "Aktif Dış Turizm Geliştirme Tedbirlerine İlişkin Kararname" imzalanmış ve Özbekistan turizmi ülke dışına açılım hususunda önemli bir mesafe kaydetmiştir. Bu gelişmelerle birlikte Türkiye'den Özbekistan'a gidenlere 30 günlük vize muafiyeti tanınmıştır. Benzer şekilde umuma mahsus pasaport hamili Özbekistan vatandaşları da Türkiye'ye girişleri için 30 gün süre ile vizeden muaf tutulmaktadırlar (KTB Arş. 08.02.2018: 117046).

Bütün bunlara ek olarak, Türk halkları arasındaki kültürel bağları kuvvetlendirmek, ortak Türk kültürünü gelecek nesillere aktarmak ve dünyaya tanıtmak üzere Türk Cumhuriyetleri Kültür Bakanları tarafından imzalanan anlaşmayla 1993'te kurulan "Uluslararası Türk Kültürü Teşkilatı" (TÜRKSOY)<sup>2</sup> ve **Türk dili konuşan ülkeler arasında kapsamlı iş birliğini teşvik etmek amacıyla 2009'da teşkil edilen** Türk Konseyi<sup>3</sup> bütün Türk dünyasında olduğu gibi Türkiye ile Özbekistan arasındaki kültürel ve turistik ilişkilerin de gelişmesine katkı sağlayan başlıca uluslararası kuruluşlar arasında yer almaktadır.

### **Özbekistan Turizm Pazarında Turist Profili ve Türkiye'ye Yönelik Turistik Eğilim**

Bağımsızlığını kazanmasının ardından ihtiyatlı ekonomik ve sosyal politika reformları ile ciddi ilerlemeler kaydeden Özbekistan, Orta Asya'da barış ve istikrarın sağlanması için çaba gösteren başlıca devletlerarasında yer almıştır. 33 milyonluk bir nüfusa ve Taşkent, Karakalpakistan, Semerkant, Namangan, Andican, Buhara, Fergana, Kaşkaderya, Cizzak, Harezmi, Nevai, Surhanderya, Sirderya gibi tarihî, turistik ve ekonomik potansiyelleri yüksek şehirlere sahiptir.

<sup>1</sup> <https://www.uzdaily.uz/articles-id-34820.htm>; <https://www.uzdaily.uz/articles-id-34819.htm>; <https://www.uzdaily.uz/articles-id-34817.htm>; <https://www.uzdaily.uz/articles-id34816.htm>.

<sup>2</sup> <https://www.turksoy.org/tr/turksoy/about>.

<sup>3</sup> <http://www.turkkon.org/tr-TR/AnaSayfa>.



Tarihî İpek Yolu üzerinde bulunan ülke tarih boyunca doğu ve batı arasında birçok kültürün kaynaşma ve geçiş noktası olmuştur. Turizmin yarattığı fırsatların farkında olan Özbek yetkililer başta “kültür turizmi” olmak üzere ülkede turizm faaliyetlerinin geliştirilmesi doğrultusunda dikkate değer çalışmalar içine girmiştir. Buna karşılık ülke dışına çıkan Özbek turist sayısı ülkeye gelen yabancı turistlerden çok daha fazla olmuştur.

Özbekistan Devlet Gümrük Komitesi verilerine göre 2016’da Özbekistan'a 2.157 yabancı gelmiş, buna karşılık Özbekistan'dan ayrılan vatandaşların sayısı 5.310.000 kişi olmuştur. Özbekistan'dan yurt dışına çıkışların %59,3’ü akraba ziyareti, %27,3’ü iş gücü, %6,2’si iş ve ticaret, %5,5’i turizm, %0,8’i eğitim, %0,7’si tedavi, %0,2’si daimî ikamet amaçlı olarak gerçekleşmiştir. Ülke üzerinden gerçekleşen seyahat hizmetlerinin %98,7’si doğrudan yerli halk tarafından satın alınmıştır (<https://www.stat.uz/republic-of-uzbekistan>). Bu bilgilerin ardından Özbekistan halkının Türkiye’ye yönelik turistik eğilimlerini anlamak üzere turizm tercihlerini gözden geçirmekte fayda vardır. T.C. Devlet İstatistik Enstitüsü’nün aşağıdaki tabloda yer alan 2006-2017 yıllarına ait verileri hem Özbekistan’dan Türkiye’ye yönelen turist sayısı hakkında bilgi vermekte, hem de Özbekistan ile diğer Türk Cumhuriyetleri’nden ülkeye gelen turist sayısı arasında karşılaştırma yapmaya imkân tanımaktadır.

Yıl	ÖZBEKİSTAN	AZERBAYCAN	KAZAKİSTAN	TÜRKMENİSTAN	KIRGIZİSTAN
2006	28.607	380.132	135.637	48.857	41.449
2007	43.082	434.577	195.219	76.334	44.638
2008	69.127	459.593	213.072	88.915	47.730
2009	73.910	424.155	219.445	112.358	40.882
2010	68.124	486.381	247.784	114.390	35.665
2011	85.011	578.685	315.907	137.476	41.197
2012	105.976	593.238	380.046	135.168	42.866
2013	129.292	630.754	425.773	148.709	64.905
2014	143.354	657.684	437.971	180.395	81.941
2015	143.331	602.488	423.744	174.330	88.369
2016	134.330	606.223	240.188	165.762	88.877
2017	195.745	765.514	390.715	230.881	104.911

**Tablo: 1.** Türk Cumhuriyetleri’nden Türkiye’ye Giriş Yapan Turist Sayısı (2006-2017).<sup>4</sup>

<sup>4</sup> Kaynak: <http://www.tuik.gov.tr/>, (25.01.2018).

ÖZBEKİSTAN	
2017 Aylar	Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı
Ocak	9.634
Şubat	10.901
Mart	12.805
Nisan	13.741
Mayıs	15.729
Haziran	17.074
Temmuz	21.875
Ağustos	22.896
Eylül	17.280
Ekim	19.079
Kasım	18.604
Aralık	16.127

**Tablo 2.** 2017 Yılı Ayları İtibarıyla Özbekistan'dan Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı.<sup>5</sup>

Tablo 1'den anlaşıldığı üzere Özbekistan'dan Türkiye'ye gelen turist sayısı Azerbaycan, Kazakistan ve Türkmenistan'dan gelen turist sayısına göre düşük olmakla birlikte Kırgızistan'dan gelen turistlere göre yüksek oranda seyretmektedir. Özbek ziyaretçilerin sayısının diğer Türk Cumhuriyetleri'nde olduğu gibi her geçen yıl düzenli bir artış gösterdiğini söylemek mümkündür. 2015-2016 yıllarında Türkiye'deki menfur terör hadiselerinin etkisiyle Türkiye'ye gelen yabancı turist sayısı ile doğru orantılı olarak Özbek turist sayısında da kısmi bir düşüş söz konusu olmuştur. Bununla birlikte 2017 yılı verileri bu rakamların tekrar yükselişe geçtiğini ve hatta 195.745 turist sayısı ile en üst düzeye ulaştığını göstermektedir. Tablo 2'ye göre ise Özbekistan'dan Türkiye'ye gelen turist sayısının Ocak ayından itibaren düzenli bir yükselişle Ağustos ayında 22.896 ile en üst sayıya ulaştığı, Eylül-Aralık ayları arasında da ülkeye gelen Özbek turist sayısının düzenli olarak düşüşe geçtiğini söyleyebiliriz.

TKTM'nin 2018 Turizm Pazar Raporu'nda belirtildiği üzere günümüz itibarıyla iki bin civarında Türkiye vatandaşının yaşadığı Özbekistan'da Türk ticari ürünleri itibar görmekte, iki ülke arasında hızla artan ilişkilerle birlikte toplum

<sup>5</sup> Kaynak: <http://www.tuik.gov.tr/>, (25.01.2018).

nezdinde Türkiye’ye karşı olumlu yönde bir bakış açısına sahip olduğu dikkat çekmektedir. Özbek halkı tarafından tatil amaçlı seyahatler için daha çok Mayıs-Ekim ayları arasındaki dönem, konaklama türü olarak ise oteller tercih edilmektedir. Halkın ortalama tatil süresi 7-12 gün arasında değişmektedir. Özbekistan’da turistik seyahatler için tercih edilen ülkeler arasında Türkiye birinci sırada yer almaktadır. Türkiye’yi Tayland, Birleşik Arap Emirlikleri, Çin, Çek Cumhuriyeti, Rusya, Malezya, Hindistan ve Mısır takip etmektedir. Türkiye’ye gelen Özbek turistlerin tercih nedenleri arasında deniz, kum, güneş turizmine yönelik tatil amaçlı seyahatler ilk sırada yer almakta, bunu alışveriş, eğitim ve sağlık amaçlı seyahatler takip etmektedir. Fiyat avantajı ve seyahat kolaylığı Türkiye’ye yönelik “paket tur” tercihlerini artırmış, “her şey dâhil sistemi” Türkiye’ye gelen Özbek turistlerin tercih ettikleri başlıca tatil türü olmuştur. Sunulan hizmetin kalitesi, Türkiye’nin bilinirliği, daha önce elde edilen olumlu deneyimler ve iki ülke arasındaki köklü tarihî ve kültürel ilişkilerin yanı sıra son yıllarda artan siyasi ve ekonomik ilişkiler Özbek turistlerin Türkiye’ye yönelik turistik tercihlerinin şekillenmesindeki başlıca etkenler arasındadır. Antalya, Bodrum, İstanbul ve İzmir, Özbek turistler tarafından tercih edilen başlıca tatil yerleri arasında yer almıştır (TKTM TPR 2018: 5).

Mevcut verilerden anlaşıldığına göre, Özbek turistler Türkiye’ye hava yolu ile tarifeli ve “charter” seferlerle seyahat etmeyi tercih etmektedir. Türk Hava Yolları (THY) ve Özbek Hava Yolları (ÖHY) haftanın her günü karşılıklı birer sefer İstanbul-Taşkent-İstanbul seyahatleri gerçekleştirmektedir. ÖHY ayrıca 2017 yılı sonlarında İstanbul-Semerkant arasında haftada iki gün olmak üzere karşılıklı sefer başlatmıştır. Aynı güzergâhta 16 Mart 2018 tarihinden itibaren THY de seferlere başlamış durumdadır. Buna ek olarak İstanbul, Antalya ve Bodrum’a “charter seferleri” yapılmaktadır. 2017’de Mayıs-Eylül ayları arasında Antalya’ya, Bodrum’a ve İstanbul’a 72 “charter seferi” düzenlenmiştir. Özbekistan turizm pazarına doğrudan çalışan Türk şirketi bulunmaması nedeniyle turistik seyahatler Özbek turizm şirketleri üzerinden gerçekleştirilmektedir. Özbekistan’daki turizm pazarını yönlendiren ve Türkiye’ye yönelik turistik organizasyonlar yapan başlıca tur operatörleri arasında Yasmina Tour, Davr Tour, Miramax Travel, Uzintour, Reko, Sport Tour, Planeta Tour ve Atlantida Tour gibi büyük çaplı şirketler bulunmaktadır (TKTM TPR 2017: 6).

### **Türkiye’nin Özbekistan’da İştirak Ettiği Uluslararası Turizm İhtisas Fuarları**

Turizm ihtisas fuarları; ülkelerin turistik tanıtımlarının yapılması, devlet yetkilileri ve sektör kuruluşları arasındaki ilişkilerin güçlendirilmesi ve halkın güncel turistik gelişmelerden haberdar edilmesi açısından önemli fırsatlar sunmak-

tadır. Bu fuarlar ayrıca tanıtma faaliyetlerini daha etkin kılmak üzere yeni stratejiler belirleme ve turizm alanındaki rakip ülkeler ile şirketleri daha yakından tanıma imkânı sağlamaktadır. Türkiye tarafından yapılan turistik tanıtım ve propaganda faaliyetlerinin de önemli bir mecrasını teşkil eden bu etkinlikler vesilesiyle Türkiye'nin tarihî ve tabii alanlarının, şehirlerinin ve kültürel değerlerinin tanıtımı ve turistik ürünlerinin pazarlanması söz konusudur.

Türkiye'nin turistik tanıtımı konusunda en yetkin resmî organ durumunda olan KTB tarafından dünyanın kültür, sanat ve turizm merkezi durumundaki birçok şehrinde düzenlenen fuarlara iştirak edilmektedir. 2017 yılı boyunca doğrudan KTB tarafından, kamu ve özel sektör iş birliği çerçevesinde ve yurtdışındaki temsilcilikler aracılığıyla olmak üzere 56 ülkede toplam 112 turizm fuarına katılım sağlandığı görülmektedir.<sup>6</sup> Bakanlıkça iştirak edilen veya desteklenen yurtdışı turizm fuarlarında, talepleri durumunda Türkiye'deki turizm ve seyahat sektörü temsilcileri için de Türkiye standında yer ayrılmaktadır. Böylece söz konusu kuruluşlar da ülke turizmine hizmetleri hususunda bilgilendirme ve tanıtım faaliyetlerinde bulunabilmektedirler. Söz konusu fuarlara Bakanlık standı dışında bireysel olarak katılan turizm işletmeleri, meslek birlikleri ve dernekler de fuar yer kirası bedeli, stant inşa ve dekorasyonu giderleri hususunda Bakanlık tarafından desteklenebilmektedir. Benzer şekilde turistik tesis ya da bölge tanıtımı yapan söz konusu işletme ve kuruluşların, yurtdışında gerçekleştirecekleri kokteyl, çalıştay, sergi gibi etkinliklerin yer kirası, ikram ve organizasyon giderleri ile tanıtım projeleri kapsamındaki reklam giderleri için de Bakanlığın desteği mümkün olabilmektedir.<sup>7</sup>

Türkiye'nin Özbekistan'da düzenli olarak iştirak ettiği iki önemli turizm fuarı bulunmaktadır. Bunlardan bir tanesi her yıl Nisan ayında düzenlenen Özbekistan Uluslararası Tatil Dünyası Fuarı (ÖUTDF/ (International Uzbek Tourism Fair the World of Leisure), diğeri ise Ekim ayında düzenlenen Taşkent Uluslararası Turizm Fuarı (TUTF/Tashkent International Tourism Fair)'dir. Söz konusu fuarlar yerli ve yabancı tur operatör hizmetlerinin tanıtımında, ortak çalışmalara yönelik kurumsal sözleşmelerin imzalanmasında ve seyahat severlerin tatil tercihlerinin belirlenmesinde etkili olmaktadır. Gerek Özbekistan'ın gerek katılımcı ülkelerin turizm idareleri, tur operatörleri ve seyahat acenteleri söz konusu fuarlar vesilesiyle; hem Özbekistan'ın turizm potansiyeli ile ulusal ve bölgesel turizm etkinlikleri hem de muhtelif ülkelerin turistik yerleri ve ürünleri, turizm

<sup>6</sup> <http://tanitma.kultur.gov.tr.fuar-takvimi.html>.

<sup>7</sup> RG 14.11.2010, 27759: 2010/92010; **KTB Genelge** 03.04.2014: 66292. [www.kultur.gov.tr/yurtdisi-fuar-ve-tanitim-destegi.html](http://www.kultur.gov.tr/yurtdisi-fuar-ve-tanitim-destegi.html).

türleri, rezervasyon, taşımacılık, konaklama, sigorta ve bankacılık hizmetleri hususlarında bilgi alışverişi ve pazarlama imkânı bulmaktadır.

Türkiye’nin de iştirakiyle dünyanın çeşitli ülkelerinde düzenlenen birçok fuar da olduğu gibi Taşkent’te düzenlenen söz konusu fuarlarda da stantlar tanıma yönelik en çarpıcı unsurlar durumundadır. Bu nedenle stantların şekline ve içeriğine özel bir önem verildiği görülmektedir. Stantlarda fuar süresince yetkililer ile ziyaretçilerin iletişim ve etkileşimini artırmak ve çağdaş esaslar dâhilinde tanıtım faaliyetlerinde bulunmak amacı doğrultusunda çeşitli hizmetler verilmiştir. Türkiye’nin imaj kampanyasını destekleyen özel tasarımlı stantlarda ağırlıklı olarak görsel öğeler kullanılmış, büyük ekranlar vasıtasıyla Türkiye’yi tanıtıcı filmler gösterilmiştir. Tanıtıcı sloganları ve logoları içeren ışıklı pano, reklam bandı (banner) ve “roll up” gibi materyaller ile Türkiye’nin turistik yerlerinin fotoğrafları ve resimleri ziyaretçilerin dikkatine sunulmuştur. Tanıtım faaliyetlerinin etkinliğini artırmak amacıyla ziyaretçilere Türkiye’nin turistik değerleri, konaklama tesisleri, ülkedeki turizm çeşitleri, seyahat imkânları ve turistlere sağlanan kolaylıklar hakkında bilgi verilmiştir. Ayrıca stantlarda ziyaretçilere broşür, prospektüs, afiş, tanıtım CD’si gibi dokümanlar ile Türkiye logolu tişört, şapka, not defteri, kalem, anahtarlık gibi hediyelik eşyalar dağıtılmıştır. Türk kahvesi, ayran, lokum ve baklava gibi Türk mutfağına özgü içecek ve yiyeceklerin ikramı Türkiye standının özgün yönlerinden birini teşkil etmiştir (KTB Arş. 2009, 114338; 2010, 176563; 2012, 226973-192847-223804; 2013, 175976-193044-160858 2014, 161401-147691; 2015, 64179; 2016, 163933-170827-173791). Türk el ve süsleme sanatları icra ve teşhir edilmiştir. Söz konusu fuarlar vesilesiyle Türkiye’den resmî yetkililerin yanı sıra tur operatörleri ve seyahat acenteleri yetkililerinin de katılımıyla gerçekleştirilen üst düzey resmî ziyaretler, bu vesileyle Özbek resmî ve özel sektörünün de katılımıyla düzenlenen yemekli toplantılar ve kokteyller iki ülke arasındaki turistik ilişkilerin geliştirilmesi ve iş birliğinin artırılması konusunda önemli bir rol oynamıştır (KTB Arş. 2013: 51575, 45958, 76230; 2014: 182238; 2015: 177825, 177829, 177829, 173586; 2014: 67504, 32559, 24393; 2015: 52273, 64186, 70152, 70154).

Bu kapsamda söz konusu fuarların güncel durumda olan 2017 yılı faaliyetlerine kısaca değinmekte fayda vardır. 13-14 Nisan 2017 tarihinde beşinci kez gerçekleştirilen ÖUTDF’ye Türkiye, Çin, İspanya, Fransa, Malezya, Singapur, Birleşik Arap Emirlikleri, Tayland, Vietnam, Çek Cumhuriyeti gibi çeşitli ülkelere yaklaşık 200 firma ve şirketin katılım sağladığı görülmektedir. Fuar; Özbekistan Cumhuriyeti Kültür ve Spor Bakanlığı, Taşkent Şehir İdaresi, Ulusal Şirket "Uzbektourism" ve reklam ajansı "Büyük İpek Yolu" tarafından düzenlenmekte, Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (BMDTÖ) tarafından da desteklenmek-

tedir. Söz konusu fuarın açılışında Uzbektourism Başkanı Farrukh Rizaeva, ülkede turizm alanında gerçekleştirilen reformların yerli ve yabancılar için turizm imkânlarını genişlettiğini, dünyada gitgide yaygınlaşan boş zamanları değerlendirme endüstrisi bağlamında söz konusu fuarın yabancı turistleri Özbekistan'a çeken, Özbek halkını da yabancı ülkelere seyahat etmeye teşvik eden önemli bir etkinlik olduğunu vurgulamıştır (4. ÖUTDF Raporu 2017: 2-3).

Taşkent Uzexpo Merkezi'nde 3-5 Ekim 2017 tarihleri arasında 23. kez düzenlenen Uluslararası Taşkent Turizm Fuarı ise Özbekistan Turizmi Geliştirme Devlet Komitesi Millî Turizmi Geliştirme Merkezi (ÖTGDK MTGM) tarafından organize edilmiş ve Özbekistan Bakanlar Kurulu, Özbekistan Dış Ekonomik İlişkiler Bakanlığı, Kültür ve Spor Bakanlığı, Taşkent Belediyesi ile BMDTÖ tarafından desteklenmiştir. Açılış törenine Özbek yetkililer dışında Kırgızistan Kültür ve Turizm Bakan Yardımcısı Azamat Jamankulov, BMDTÖ temsilcisi Dimitriy İlin, Özbekistan'da akredite olan büyükelçilikler ve basın temsilcileri de katılmıştır. Fuarda yer alan ulusal pavyonda Özbekistan'ın Karakalpakistan, Semerkant, Harezmi, Buhara, Nevai, Fergana, Cizzak, Namangan, Andican, Surhanderya, Kaşkaderya, Sırderya ve Taşkent vilayetlerinden toplam 695 yerel şirket stant kurarak çeşitli tanıtım faaliyetlerinde bulunmuştur. Fuar Konferans Salonu'nda da söz konusu şirketlerin tanıtım faaliyetleri gerçekleştirilmiştir. Geleneksel yemekleri tanıtan etkinlik çerçevesinde "Taste of the Silk Road" festivali düzenlenmiştir. Fuar alanının uluslararası pavyonunda ise Türkiye, İngiltere, Tayland, Arap Emirlikleri, Azerbaycan, Malezya, Mısır, Ukrayna, Kırgızistan, Kazakistan, Singapur, Endonezya, Hindistan ve Letonya adına stantlar açılmıştır. Fuar toplam 135 yabancı şirket ve 695 Özbek şirketi katılmıştır. Yaklaşık 9.000 kişinin ziyaret ettiği stantlarda ülkeler halk danslarından, yöresel kıyafetlerinden ve el sanatlarından örnekler sergilemişlerdir. Fuarda geleneksel olarak yapılan "Hosted Bayers" (Profesyonel Alıcı) programına da birçok ülkenin turizm şirketi katılmıştır. Fuarın ilk günü ÖTGDK MTGM tarafından resmî ve diplomatik temsilciler ile fuar iştirakçilerine akşam yemeği verilmiştir. Bu sırada Özbek millî dansları ve şarkılarından oluşan bir konser verilmiştir. Fuar vesilesiyle gerçekleştirilen toplantılar sırasında yabancı şirketlerin idarecileri Türkiye'deki turizm potansiyelleri hakkında da bilgi alma ve iş görüşmeleri yapma imkânı bulmuştur. Fuar idaresi tarafından Türkiye standına "En İyi Tematik Stant Ödülü" verilmesi de ayrıca dikkate değerdir (23. TUTF Raporu 2017: 3-4).

### **Ağırlama Faaliyetleri**

İnsanların seyahat kararlarına yön verebilen gazeteciler, seyahat yazarları, kültürel, sanatsal, turistik program ve belgesel yapımcıları, sanatçılar, seyahat

sektörü temsilcileri KTB’nin desteğiyle Türkiye’nin farklı turistik bölgelerinde ağırlanabilmektedir. Bu suretle tanıtım gezileri (roadshow, infotour, fam trip) ve çalıştay (workshop) gibi etkinlikler düzenlenmekte ve söz konusu misafirlerin Türkiye’ye yönelik olumlu izlenimlerini hedef kitlelere aktarmaları sağlanmaktadır. Böylece yabancı ülkelerde Türkiye’nin kültür ve turizm değerlerine ilişkin haberlerin, makalelerin çıkması ve televizyon programlarının yapılması temin edilmektedir. Bu şekilde ülkenin tanınırlığının ve bilinirliğinin artırılması hedeflenmekte ve Türkiye’ye yönelik seyahat organizasyonlarının çoğaltılması ve çeşitlendirilmesi teşvik edilmektedir.

Ağırlamaların şekli ve programı misafirlerin mesleklerine, faaliyetlerine ve taleplerine göre şekillenebilmektedir. İncelediğimiz dönem içindeki kayıtlar dikkate alındığında, Türkiye’ye gelen Özbekistanlı misafirlerin ağırlıklı olarak 5 yıldızlı konaklama tesislerinde “tam pansiyon” şeklinde ağırlandıkları görülmektedir. Misafirlere Türkiye’deki seyahatleri ve gezi programları dâhilinde eşlik etmek üzere Türkiye’den profesyonel bir turist rehberi eşlik etmiştir. Misafirlerin ziyaret ettikleri şehirlerdeki seyahatlerini kolaylaştırmak üzere şoförlü bir araç tahsis edilmiştir. Söz konusu ağırlama faaliyetlerinin organizasyonunda, ilgili şehirlerdeki İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri de yer almıştır. Türkiye’de ağırlanan yabancı misafirler ülke tanıtımına hizmet etmek üzere kısa metrajlı tanıtım görüntüleri alabilmektedirler. Ancak ticari amaçlı veya hususi izin gerektiren mahallerde yapılacak çekimler özel izne tabi tutulmaktadır (RG 12.08.2005, 25904).

Son yıllarda gerçekleştirilen ağırlama faaliyetlerinden örnekler vererek konuya açıklık getirmekte fayda vardır. 2013 yılı içinde; “Eskişehir Türk Dünyası Kültür Başkenti” etkinliklerine katılmak üzere Özbekistan’dan bir medya grubu söz konusu şehirde (KTB Arş. 2013: 158110), Türkiye’nin alternatif turizm bölgelerinin Özbekistan basınında tanıtılması için “Uzdaily”, “Uzreport” ve “Dereği” gazetelerinden basın mensupları Muğla, Fethiye, Marmaris, İstanbul ve İzmir’de (KTB Arş. 2013: 150996), Özbekistan’da “Sağlam Evlad Üçün Vakfı” tarafından “yılın ailesi” seçilen Kayumovlar ailesi ise Antalya’da (KTB Arş. 2013: 287599) KTB’nin konuğu olarak ağırlanmıştır. 2014’te de Özbek Turizm Bakanı ve maiyetindeki heyet iki ülke arasındaki ilişkileri kuvvetlendirmek üzere İstanbul’da (KTB Arş. 2014: 108626), Özbek gazete ve haber sitesi yetkililerinden oluşan bir heyet İstanbul ve Fethiye’nin kültürel ve tarihî mekânlarında (KTB Arş. 2014: 141980), Özbekistan’da ve Türkiye’de faaliyet gösteren seyahat acenteleri ile gerçekleştirilen ortak tanıtım gezisi programı çerçevesinde yetkililerden oluşan bir Özbek turizm heyeti İstanbul ve Antalya’da misafir edilmiştir (KTB Arş. 2014: 53329). Bu dönemde Özbek turizm acente yetkililerinden 10 kişilik bir heyet (KTB Arş. 2013: 222357) ile Özbekistan’dan 8 doktor ile 2 basın

mensubunun İstanbul, Bursa ve Afyon destinasyonlarının kültürel ve tarihî mekânları ile sağlık merkezlerinde misafir edilmeleri (KTB Arş. 2014: 56873) Özbek turistlerin sağlık turizmine yönelik tercihlerinin Türkiye'ye yönltilmesine katkı sağlamak üzere gerçekleştirilen ağırlama programları arasında yer almıştır. 2015'te Özbekistan Turizm Bakanlığı il turizm müdürlerinden oluşan 14 kişilik heyet İstanbul, Muğla ve Antalya'da (KTB Arş. 2015: 57106), 2017'de gazeteci ve yazar Mukhammed İsmailov Konya Büyükşehir Belediyesi'nin ağırlama programı kapsamında Konya'da, 2018'de ise diğer Türk Cumhuriyetleri'nden gelen misafirlerle birlikte Özbekistan'dan basın mensupları Türk Dünyası Kültür Başkenti ilan edilen Kastamonu'da ağırlanmıştır (KTB Arş. 2018: 64061; 2018: 309519).

### **Reklam Faaliyetleri**

Yurtdışında Kültür ve Turizm Müşavirlikleri aracılığıyla yürütülen turistik reklam faaliyetleri arasında basın, yayın, televizyon, radyo ve dış mekân (outdoor) reklamlarını kapsayan "klasik reklam" mecrası önemli bir yer tutmaktadır. Yabancı ülkelerde yazılı, görsel ve işitsel medyada yer alan Türkiye'nin kültürel ve turistik değerlerine yönelik tanıtım filmleri, kısa reklamlar (spot) ve haberler Türkiye'ye yönelik ilgiyi artırmayı hedeflemiştir. Havaalanı, tren istasyonu, otobüs terminali, alışveriş merkezi ve sinema gibi yoğunluk arz eden alanlarda bulunan reklam panoları klasik reklam faaliyetlerinde kullanılan başlıca vasıtalar olmuştur. Taksi ve otobüs giydirme çalışmaları ile ulusal havayolu şirketlerinin uçak içi dergi ve televizyonları da reklam faaliyetleri içinde önem arz eden tanıtım unsurları durumundadır (KTB İFR 2006-2017). TKTM de bu turistik tanıtım ve propaganda çalışmaları içinde yer almıştır. Türkiye'deki uluslararası fuarlar başta olmak üzere önemli kültürel ve turistik etkinliklerin Özbekistan'daki resmî kurumlara ve özel sektöre duyurularının yapılmasını da Türkiye ile Özbekistan arasındaki iletişimi ve etkileşimi artırmak ve ilişkileri kuvvetlendirmek üzere yapılan çalışmalar arasında değerlendirmek mümkündür.

Özbekistan'da gerçekleştirilen reklam faaliyetleri kapsamında, birçok ülkenin büyükelçiliğinin yer aldığı Yahya Gulamov caddesi üzerinde merkezi noktalarda bulunan büyük elektronik ekranlar (leddisplay), ve reklam panoları (billboard) önemli tanıtım vasıtaları olmuştur (KTB Arş. 2011: 83690; 2014: 100480; KTB İFR 2007: 142; 2010: 179; 2011: 183-184; 2012: 185-186; 2013: 215-217). 2017'de düzenlenen "Türk-Özbek Dostluk Konseri"nde görüldüğü üzere önemli etkinlikler Özbek halkına şehrin ana geçiş yolları ve kavşaklarında yer alan büyük reklam panoları vasıtasıyla duyurulmuştur (KTB Arş. 2017: 232291). Tramvay giydirme yöntemiyle de Türkiye reklamları yapılmıştır. Ülkedeki orta ve



yüksek dereceli eğitim kurumlarında sık sık düzenlenen kültür haftalarında da KTB arşivinden seçilmiş görsellerden istifade edilerek tanıtım faaliyetleri gerçekleştirilmiştir (KTB Arş. 2014: 100480).

Özbekistan’da halkın yaklaşık yarısının Rusça çıkan gazete ve dergileri takip ettiği, dolayısıyla geçmiş sistemin izlerinin henüz devam ettiği müşahede edilmektedir (Budak 2013: 20). Bu münasebetle Türkiye tarafından Özbekistan’da yapılan turistik tanıtım ve propaganda çalışmalarında, hâlihazırda önemini koruyan Rusça yayın faaliyetleri dikkate alınmıştır. Buna karşılık millî dil ve kültür çalışmalarına özel bir önem verilen Özbekistan’da TKTM tarafından çeşitli etkinliklerde dağıtılmak üzere Rusça ve İngilizce tanıtım materyallerinin yanı sıra 2012’den itibaren Özbekçe broşür de bastırılmaya başlanmıştır. Ülkede gerçekleştirilen tanıtım faaliyetlerinin etkinliğini artırmak açısından söz konusu çalışma önemli bir adım olmuştur (KTB Arş. 2012: 73888; 2013: 138392). Fuar, çalıştay, sergi, reklam ve ağırlama faaliyetlerinde dağıtılmak üzere Türkiye logolu el çantası, şapka, kalem, anahtarlık, tişört gibi tanıtım materyallerini de önemli tanıtım çalışmaları arasında değerlendirmek mümkündür (KTB Arş. 2012: 86258; KTB İFR 2012: 215-217).

Özbekistan’ın önemli gazete ve dergileri arasında yer alan Halk Sözü, Pravda Vostoka, Türkistan, Biznes Vestnik Vostoka, Hürriyet, Taşkent Akşamı, Derekçi, Huma ve Tasvir; televizyonları arasındaki Özbekistan TV, Yaşlar, Spor Kanalı, Medeniyet ve Marifet, MY-5, Dünya, Neva, UzHD ve Zor TV; radyoları arasındaki Oriat FM, Oriat Dânâ, Radio Maxima, Özbegim Teranesi, Radio Grand, Radio Hemrah, Vadi Sedası, Paytaht ve internet siteleri arasındaki Shovshuv.uz, Sayyod.uz, Uzdaily.uz, Podrobno.uz, 12uz.com, Sharh.uz, Kun.uz, Dar-yo.uz, Sputnik-uz.com, Darakchi.uz ve Ziyouz.uz gibi Özbekçe ve Rusça yayın yapan mecralardan Türkiye’yi Özbekistan halkına tanıtmak üzere imkânlar nispetinde yararlanıldığı anlaşılmaktadır (TKTM FR 2017: 7). Taşkent’te İngilizce ve Rusça haftalık “Biznes Vestnik Vostoka” adlı iş ve ekonomi gazetesinin 25 Ağustos 2009 sayısı (KTB Arş. 2009: 162485) ile Özbekistan’daki yabancı misyon temsilciliklerine, kamu kurumlarına, kara, hava ve demir yolları şirketlerine dağıtılan “Uzbekistan Travel News” dergisinin 2012 Ekim-Kasım-Aralık sayılarında yer alan İstanbul, Antalya, Bodrum gibi Türkiye’nin turistik yerlerini tanıttığı yazılar matbuattaki reklam faaliyetlerine örnek teşkil etmektedir (KTB İFR 2012: 215-217).

Reklam faaliyetlerinin etkinliğini artırmak üzere TKTM tarafından belirlenen medya planı kapsamında, Özbekistan turizm pazarında önem arz eden tur operatörleri ve seyahat acenteleri ile “birlikte reklam” çalışmalarına girildiği de görülmektedir. Bu doğrultuda ÖHY ile bağlantılı olarak İstanbul, Antalya ve Bodrum’a on binlerce turistin seyahat etmesini sağlayan “Davir Vip Travel Şirke-

ti” ile gerçekleştirilen tanıtım kampanyaları buna bir örnek teşkil etmektedir. Bu çerçevede, 2013’teki reklam kampanyalarını takiben Özbekistan’da yayın yapan Perviy Kanal, Rossiya ve NTV televizyon kanalları ile “Alliance Media Light Reklam Acenteliği” vasıtasıyla 2014 yılı Mayıs ayı boyunca; Uzdigital TV, Domaşniy, Rusya 1 NTV kanallarında ise 2015 yılı Haziran ayı boyunca Türkiye tanıtım filmleri gösterilmiştir (KTB Arş. 2014, 28835; 2015, 107661; 2016: 64174). Özbekistan’da faaliyet gösteren “Calypso Travel” firması ile de 2014 yılı Mayıs-Ağustos aylarında gerçekleştirilen birlikte reklam faaliyeti çerçevesinde Taşkent’te merkezî yerlerde bulunan büyük reklam panolarında Türkiye tanıtım görselleri yer almıştır (KTB Arş. 2016: 92477).

Turizm ve seyahat endüstrisindeki tanıtım çalışmalarının günümüzde artan bir hızla dünya genelinde dijital ve sosyal medya mecralarına kaydığı gözlemlenmektedir. Bu nedenle klasik mecrada icra edilen yurt dışı tanıtım faaliyetleri, 2007’den itibaren “www.goTurkey.com” projesi ile yeni bir boyut kazanmıştır. Bu şekilde KTB’ye bağlı yurt dışı bürolarının; tanıtım faaliyetlerinin daha etkin bir şekilde icra edildiği, ortak kullanım alanına sahip bir “web site”si etrafında birleşmeleri sağlanmıştır. Seyahat severlerin ilgisinin canlı tutulması ve merak edilen bilgilere daha kolay ulaşım sağlanması amacıyla da yeni bir içerik ve tasarımla ortak bir “portal” oluşturulmuştur. Bu mecrada Türkiye’deki turistik bölgelere, turizm çeşitlerine, tarihî değerlere, kültürel etkinliklere, yemek kültürüne, ulaşım imkân ve vasıtalarına dair bilgilere yer verilmiştir (KTB İFR 2008: 121). TKTM’nin “web sitesi” de bu anlamda doğrudan Özbekistan halkına yönelik bilgilendirme ve reklam faaliyetlerinde bulunmaktadır (TKTM, <http://ktm.uz/>). Bütün bunlara ek olarak Türkiye’nin yurt dışı reklam faaliyetlerinde önem arz eden bir mecrayı da “facebook”, “twitter”, “google (+)”, “instagram”, “pinterest”, “linked-in”, “yahoo”, “tripadvisor”, “expedia” ve “mattador network” gibi sosyal medya ağları oluşturmuştur. Söz konusu ağlarda yer alan Türkiye tanıtım sayfaları, dijital reklam faaliyetleri arasında yer almaktadır. Bu doğrultuda 2014’ten itibaren Türkiye’nin imaj ve reklam faaliyetleri küresel çapta “Turkey.Home” teması ile gerçekleştirilmiştir. Kampanya, kültür ve turizm değerleri ile dünya sathında özgün bir yere sahip olan Türkiye’nin zenginliklerini yansıtabilmek amacıyla dünyadaki birçok yabancı kültürde samimi hisler uyandıran “ev-yurt” kavramı temel alınarak tasarlanmıştır (KTB İFR 2015: 228). Dünya sathında erişim imkânına sahip dijital reklam kampanyaları Türkiye’yi tanımak, görmek, gezmek ve incelemek isteyen Özbekistan halkına da Türkiye’deki kültürel ve turistik değerler, turizm çeşitleri, konaklama tesisleri, ulaşım imkânları konusunda güvenilir ve hızlı ulaşılabilir bilgiler sunmaktadır.<sup>8</sup>

<sup>8</sup> <http://www.hometurkey.com/> ; <https://www.Turkey.Home.Twitter>.

### **Sosyal, Kültürel ve Bilimsel Faaliyetler**

Zengin bir yapıya sahip olan Türk kültürünün tarihî, tabii, edebi ve sanatsal özelliklerinin turistik bir değer olarak yabancı ülkelerde tanıtılması çalışmaları kapsamında KTB tarafından uluslararası iş birliğine, kültürel diplomasi ve halkla ilişkiler faaliyetlerine özel bir önem verildiği görülmektedir. Bu doğrultuda daha çok izleyiciye, dinleyiciye ve katılımcıya ulaşmak amacıyla yurt dışındaki turizm teşkilatı vasıtasıyla ilgili kuruluşlarla iş birliği yapılarak konser, sergi, film festivali, kongre, sempozyum, kültür günleri gibi etkinlikler düzenlenmiştir. Çeşitli kurum veya kuruluşlar tarafından düzenlenen benzer türdeki etkinliklere de katılım sağlandığı ve destek verildiği görülmektedir.

Özbekistan’da gerçekleştirilen tanıtım faaliyetlerinde Türk mutfak kültüründen geniş ölçüde istifade edilmiştir. Örnek olarak 2012 yılı Aralık ayında Özbekistan Emektar Asker Enternasyonalciler Birliği Yetiştirme Yurdu sakinlerine Türk mutfağından baklava, sarma, döner gibi ikramlarda bulunulmuş, bu vesile ile Türkiye ve Türk mutfağı tanıtılmıştır (KTB Arş. 2011: 244023; KTB İFR 2012: 215-217). Benzer şekilde, Özbekistan Dışişleri Bakanlığı tarafından Romanov Köşkü’nde diplomatik temsilcilerin ve halkın iştirakiyle düzenlenen “Taşkent Geleneksel Mutfak Festivali”nde binlerce katılımcıya Türk mutfağından yemekler ikram edilmiştir (KTB Arş. 2011: 8367; 2012: 86258; 2013: 89757; 2014: 90657; 2015: 74902). 2014 yılı Nisan ayında ise Özbekistan’ın yüksek eğitim kurumlarından Westminster Üniversitesi’nde düzenlenen Kültür ve Tanıtım Haftası kapsamında öğrencilere ve konuklara Türkiye tanıtılmış, bu çerçevede katılımcılara Taşkent’te Türk aşçıların yaptığı Türk yemekleri ile tanınan Efendi Restoran’ın desteğiyle baklava, sarma, sigara böreği ve içecek ikramında bulunulmuştur (KTB Arş. 2014: 67432).

Bunun yanı sıra Türkiye ile Özbekistan arasındaki sosyal ve kültürel ilişkilerin güçlendirilmesi ve Türk dilinin ve kültürünün yaygınlaştırılması amacıyla 2004’ten itibaren Taşkent’te “Türk Filmleri Haftası” düzenlendiği görülmektedir. Özbek halkının beğenileri doğrultusunda gösterime giren Türk filmlerinin çeviri, dublaj ve montaj işlerinde tanınmış Özbek uzmanlar ile sanatçılardan istifade edilmiştir. Filmlerin gösterimi için Radisson SAS Oteli’nin balo salonu kullanılmış, davetiye ve tanıtım amaçlı afiş bastırılmış, ilk gün düzenlenen resepsiyonlar vesilesiyle davetlilere Türk mutfağına özgü ikramlarda bulunulmuştur (KTB İFR 2012: 215-217; KTB Arş. 2009: 2611; 2010: 4374; 2013: 219401; 2014: 4361; 2014: 214654; 2015: 33024; 2012: 54664). Özbekistan’da faaliyet gösteren Kültür ve Sanat Forumu Vakfı tarafından 2013 yılı Ekim ayında ülkenin en önemli sanat etkinliği durumunda olan “Altın Çita 3. Taşkent Uluslararası Film Forumu” gerçekleştirilmiş, etkinlikte “Gözetleme Kulesi” adlı Türk filmi “en iyi film” ödülünü almıştır. Yönetmen ve oyuncuların davet edildikleri forumda

anılan film ve Türk sineması hakkında bir sunum yapılmıştır. Bu gelişmeler Özbek sinemaseverler arasında ve basınında yer bulmuştur (KTB Arş. 2013: 186968). Özbekistan’da yabancı televizyon yapımlarına uygulanan yasağın kalkmasıyla “Vadi Sedası Gençler TV ve Radyo Kurumu” kanalında “Kara Sevda” adlı Türk dizisi 2017 yılı Eylül ayında yayınlanmaya başlamış ve Özbek halkı tarafından büyük bir rağbet görmüştür. “Diriliş Ertuğrul”, “Muhteşem Yüzyıl” ve “Kösem Sultan” dizileri ile muhtelif Türk filmlerinin de Özbek televizyonlarında yayınlanmasına yönelik çalışmalara girildiği bilinmektedir (TKTM TPR 2018: 7).

Özbekistan’dan Türkiye’ye gelen turist sayısında artış yaşanmasında ciddi katkıları olan Özbek tur operatörleri ve seyahat acenteleri yetkilileri ile basın mensuplarına yönelik olarak sene sonlarında yemekli toplantılar düzenlendiği, davette söz konusu yılın turizm olaylarının ve ilerleyen sürece yönelik projelerin değerlendirildiği görülmektedir (KTB Arş. 2012: 268397). Benzer amaçlar doğrultusunda Semerkant’ta 2017 yılı Kasım ayında Türkiye’den ve Özbekistan’dan basın mensupları ile TKT Müşavirinin, Özbekistan ÖTGDK MTGM Başkanının, Semerkant Valisinin ve Özbekistan Hava Yolları temsilcilerinin katılımıyla iki ülke arasındaki turizm ilişkilerini değerlendirmeye yönelik bir basın toplantısı düzenlenmiştir. TKT Müşaviri tarafından katılımcılara iki ülke arasındaki turizm gelişmeleri ve iş birliği yapılabilecek çalışmalar hakkında bilgi verilmiştir (KTB Arş. 2017: 258074).

Özbek halkı tarafından Türk halk kültürüne ve sanatçılara ciddi bir ilginin olduğu görülmektedir. T.C. Millî Eğitim Bakanlığı’na bağlı olarak Taşkent’te eğitim veren Taşkent Türk Öğretim Okulu’nun resmî bayram ve özel günlerde program yapan Türk-Özbek öğrencileri ile üniversitelerin Türkoloji bölümü öğrenci ve öğretim üyelerine talepleri üzerine 2012 yılı Mart ayında Güzel Sanatlar Genel Müdürlüğü’nden halk dansları öğreticileri Türk halk oyunları eğitimi vermişlerdir (KTB Arş. 2012: 50786). 2014 yılı Mayıs ayında Cihan Dilleri Üniversitesi’nde 2500 öğrenci ile Özbek yetkililerinin katılımıyla düzenlenen Kültür Haftası’nda millî kıyafetleriyle yer alan Türk halk oyunları ekibi memnuniyet uyandırmıştır (KTB Arş. 2014: 92519). Benzer etkinlikler kapsamında Özbekistan Kültür Merkezi ve Türkistan Sarayı’nda, Özbekistan Müstakillik Bayramı kutlamalarına iştirak etmek ve Türk müziğini ve kültürünü tanıtmak, müzik ve dans gösterisi yapmak üzere Güzel Sanatlar Genel Müdürlüğü sanatçılarından oluşan bir heyet 2014 yılı Eylül ayı içinde Taşkent’te bir konser vermiştir. Konser öncesinde verilen tanıtım kokteyli söz konusu konserin halk üzerinde yarattığı etkiyi artırmıştır (KTB Arş. 2014: 67274; 2014: 6521; 2014: 169664). Başbakanlık Tanıtma Fonu ile TKTM’nin desteğiyle 2013’te Taşkent’te organize edilen popüler müzik sanatçısı Mustafa Sandal ile (KTB Arş. 2013: 76236), 2017 yılı içinde İstiklal Sarayı’nda özel bir kuruluşun girişimleriyle düzenlenen Serdar

Ortaç konseri Özbekistan’da özellikle gençler arasında Türkiye’ye yönelik ilgiyi göstermesi bakımından önem arz etmiştir. Türkiye Cumhuriyeti’nin 94. ve Özbekistan Cumhuriyeti’nin 26. kuruluş yıl dönümü etkinlikleri çerçevesinde Türkiye’nin desteğiyle 2017 yılı Ekim ayında Taşkent’te düzenlenen “Türk-Özbek Dostluk Günleri” etkinlikleri de güncel sosyal ilişkilere bir örnek teşkil etmektedir. Bu etkinlik çerçevesinde Türkistan Sarayı’nda yoğun katılımlı bir konser icra edilmiştir. Türkiye’nin Taşkent Büyükelçisi’nin açılış konuşması ile başlayan konserde Türkiye’den KTB Ankara Türk Halk Müziği Korosu sanatçıları ile Devlet Türk Halk Oyunları Topluluğu sanatçıları yer almıştır. Seyircilerin dansları ve oyunlarıyla sanatçılara eşlik ettiği etkinlikte Özbekistan’dan Seba Millî Raks Grubu gösterisi ile Özbek ses sanatçısı Madina Mümtaz da konser vermiştir. Kapanış programında salondaki seyircilerin de katılımıyla halk oyunları ekipleri ellerinde Türkiye ve Özbekistan bayraklarıyla 10. Yıl Marşı’nı söylemişler, ardından sanatçılar ve seyirciler davul zurna eşliğinde halay çekmişlerdir (KTB Arş. 2017: 232291). Benzer türdeki etkinlikler arasında 2017 yılı Ağustos ayında 49 ülkeden müzik ve halk oyunları topluluklarının katılımıyla Semerkant’ta 11. Şark Teraneleri Festivali düzenlenmiş, bu etkinliğe de Türk diplomatik misyonu tarafından katılım sağlanmıştır. Festival açılış töreninde sanatçı Rafet El Roman yer almış; kudüm, ney ve tef sanatçıları ile bir semazenden oluşan Meşk Grubu ise bir dinleti ve gösteri icra etmiştir (TKTM FR 2018: 2).

Edebi ve sanatsal çalışmalar da Türkiye’nin Özbekistan’daki tanıtım ve propaganda çalışmaları içinde yer almıştır. Dedeman Silk Road Hotel’de 2014 yılı Mart ayında Özbek ve Türk edebiyatçıları arasında kültür ve edebiyat alanında iş birliği yapmaya yönelik bir toplantı düzenlenmiştir (KTB Arş. 2014: 43705). TKTM tarafından Türk halk edebiyatına ait 44 eser Özbekistan Bilimler Akademisi Özbek Dili Edebiyatı ve Folklor Enstitüsü Müdürlüğü’ne, KTB ve Türk Dil Kurumu’nun Türk kültür ve sanatına ait 600 civarında eseri ise tasnifleri yapılarak Taşkent Devlet Şarkınsalık Enstitüsü Müdürlüğü’ne hibe edilmiştir. Bu suretle enstitü kütüphanesinde “Türkçe Kitaplar Bölümü” oluşturulmuştur (KTB Arş. 2017: 37128). Ressam Hamdi Telli ve Çiğdem Burçak Telli ile Türk resim sanatını Özbek halkına göstermek ve aynı zamanda Özbek ve Türk ressamlarının kaynaşmalarını sağlamak amacıyla “Sağlam Bala” yılı olması vesilesiyle 2014’te Dedeman Silk Road Hotel’de düzenlenen ortak resim sergisi de sanatsal tanıtım faaliyetleri arasında yer almıştır (KTB Arş. 2014: 164856, 192027, 164856). “Özbek Sanatçıların Fırçasından Türkiye Projesi” kapsamında ise Hatay ve Bursa resim koleksiyonu katalogunun hazırlanması ve ortaya çıkan eserlerin iki ülkede yapılacak sergilerle sanatseverlerle buluşturulması planlanmıştır (KTB Arş. 2017: 168816; 2017: 211519).

Bilimsel etkinlikler de Özbekistan’da gerçekleştirilen ciddi tanıtım mecraları arasında değerlendirilebilir. Ülkenin önemli turizm kuruluşlarından Büyük İpek Yolu Reklam Ajansı tarafından 23 Nisan 2012 tarihinde Uluslararası Taşkent Otel’inde düzenlenen Taşkent Turizm Çalıştay’ında yazılı, görsel ve yüz yüze bilgilendirme faaliyetleriyle Türkiye tanıtımının yapılması buna iyi bir örnek teşkil etmektedir (KTB Arş. 2012: 58076; KTB İFR 2012: 215-217). ÖDTGK tarafından 2017’de TUTF kapsamında Dünya Bankası, BMDTÖ, Harezmi Valiliği ve Özbekistan Bilimler Akademisi’nin desteği ile “Hive İpek Yolu Güzergâhında Turizmin Geliştirilmesi” konusunun ele alındığı uluslararası bir konferans düzenlenmiş, Türk yetkililer tarafından “Turizmin Geliştirilmesinde Destinasyon Çalışmaları Planlaması: Türkiye’de Örneği” başlıklı bir bildiri sunulmuştur. Aynı yıl Ağustos ayında Semerkant’ta “Tarihî Süreçte Semerkant Uluslararası Sempozyumu” düzenlenmiş, bu etkinliğe de Türkiye’den İslâm Tarih, Sanat ve Kültür Araştırma Merkezi (IRCICA)’nden üst düzey bir yetkili ile Türkiye’deki bilim insanları tarafından katılım sağlanmıştır. TİKA’nın koordinasyonu ile 2017 yılı Ekim ayında Semerkant’ta düzenlenen “Ortaçağdaki Semerkant Medrese-i Âfiyyeleri’nin İslam Uygarlığı ve Eğitim Sisteminin Gelişmesindeki Rolü Uluslararası Sempozyumu”nun açılış töreninde Türkiye’deki kültürel değerleri koruma tecrübelerinden hareketle TKT Müşaviri, Özbekistan’daki kültürel zenginliklerin korunarak, gelecek nesillere taşınmasının önemi hususunda bir konuşma yapmıştır (KTB Arş. 2017: 258074). Çeşitli ülkelere bilim insanlarının iştirakiyle 2017 yılı Eylül ayında Taşkent’te düzenlenen “Emir Timur Döneminde Bilim, Fen ve Kültür” konulu sempozyuma Türkiye’deki bilim insanlarıncaya katılım sağlanmıştır (TKTM FR 2018: 3). Bu tür etkinlikler vesilesiyle Hive’de İç Kale, Semerkant’ta Hoca Ahrar Veli Medresesi ve Mahdumi Azam ziyaretgâhına ilişkin yapılabilecek turistik çevre düzenlemeleri ile ilgili Özbekistan yetkili mercileri tarafından Türk yetkililerden görüş ve öneri talebinde bulunulması (KTB Arş. 2018: 37128) iki ülke yetkilileri arasındaki iş birliği tesisinin ve tecrübe paylaşımının somut örneklerinden birini teşkil etmiştir. Yine Orta Asya’nın kültürel mirasına uluslararası camianın dikkatini çekmek ve çok yönlü ve disiplinler arası bir yöntemle yerel akademisyenler arasında iş birliğini güçlendirmek amacıyla kurulan; Türkiye, Özbekistan, Azerbaycan, Kazakistan, Kırgızistan, Çin, Kore, Pakistan, Tacikistan ve İran gibi Asya ülkelerinin üye olduğu Uluslararası Orta Asya Araştırmaları Enstitüsü (IICAS)’nın UNESCO Taşkent Tarih Müzesi’nde 2017 yılı Aralık ayında düzenlenen toplantısına Türkiye adına TKTM tarafından katılım sağlanmıştır (KTB Arş. 2017: 258074). Aynı yıl Özbek Kino Millî Acentesi, Özbek Turizm Komitesi Başkanlığı ve Özbekistan Sanat Akademisi yetkili ve uzmanlarıyla iki ülke arasındaki kültür ve turizm ilişkilerine sağlanabilecek katkılar hususunda gerçekleştirilen görüşmeler; bunun yanı sıra Genç Ressamlar

Sergisi ve “Harezmi Millî Halk Sanatçısı Kâmilcan Ataniyazov’un 100. Doğum Yılı Dönümü Anma Etkinlikleri” gibi çeşitli sosyal ve kültürel etkinliklere resmî düzeyde katılım sağlanmasını Özbekistan’daki tanıtım ve propaganda çalışmalarına katkı sağlayan gelişmeler arasında değerlendirmek mümkündür (TKTM FR 2018: 4).

Eğitim faaliyetleri de Türkiye’nin turizm alanındaki tecrübelerinin Özbekistan’daki turizm sektörüne aktarılmasını sağlayan önemli çalışmalar arasında yer almıştır. Bu şekilde 2017 yılı Aralık ayında Semerkant, Buhara ve Taşkent vilayetlerinde toplam 104 rehberlere Türkiye Rehberler Birliği yetkilileri tarafından teorik ve uygulamalı rehberlik eğitimi verilmiştir. Kursların devamı ile Türkçe dil ve kültür kurslarının açılması yönünde talepler dikkat çekmiştir. Benzer şekilde Özbekistan turizm sektörü çalışanlarından 30 kişilik eğitici grubunun da Antalya’da düzenlenen “turizm eğitim programı”na katılımları temin edilmiştir (KTB Arş. 2018: 37128).

### **Tanıtım ve Propaganda Faaliyetlerinde Karşılaşılan Sorunlar**

Türkiye’nin Özbekistan’da tanıtım ve propaganda faaliyetleri hususunda karşılaştığı güncel sorunlar ve çözüm önerileri konusunda TKTM tarafından 2017’de hazırlanan rapor önem arz etmektedir. Bu başlık altında ağırlıklı olarak söz konusu rapordan istifade edilmiştir (KTB Arş. 2017: 181196).

Özbekistan’da Türkiye adına başarılı tanıtım faaliyetleri gerçekleştirilmekle birlikte, Türkiye’den bazı kurum ve kuruluşların, temsil kabiliyeti zayıf grup ve kişilerin KTB’nin bilgisi dışında Özbekistan’da muhtelif kültür ve sanat etkinliklerine girişmesinin birtakım sorunlara yol açabildiği de görülmektedir. Bu durum Türkiye adına etkin tanıtım ve icra imkânlarını kısıtlayabilmektedir. Bu tür etkinliklerin KTB’nin bilgisi dâhilinde, Türkiye’nin dış teşkilatında yer alan çeşitli kurum ve kuruluşların koordinasyonu çalışmalarının mükerrerliğini engelleyecek, bu vesile ile yetkin kişi ve grupların Türkiye’yi etkin bir şekilde yansıtabilecek içeriklerle, uygun yerlerde ve zamanlarda tanıtım faaliyetlerinde yer almaları sağlanabilecektir. Böylece ülke kaynaklarının daha verimli kullanılması ve kültür, sanat ve tanıtım faaliyetlerinin hedef kitlelerdeki etki oranının artırılması mümkün olabilecektir.

Bunun dışında Özbekistan’daki bazı medya kuruluşları ve internet sitelerinde Türkiye ile ilgili olumsuz imaj uyandıran haberlerin ve bilgilerin yer aldığı da görülebilmektedir. Bu sorunların yetkili organlarca çözümüne yönelik yasal girişimlerde bulunduğu bilinmektedir. Bu girişimlerin takibi ve sonuçlandırılması hiç şüphe yok ki Özbekistan’da kısıtlı da olsa Türkiye’ye yönelik olumsuz yöndeki propagandaların bertaraf edilmesi açısından önem arz etmektedir.

Özbek televizyonlarında ulusal ve Rusya'dan yayınlanan kanallar izlenebilmekte, Türk televizyon yayınları ise ek uydu anteni vasıtasıyla takip edilebilmektedir. Türk televizyon yayınlarına ilgi yüksek olmakla birlikte bu yayınlara erişim güçlüğü izlenme oranını kısıtlamaktadır. Kültürel iletişimin artırılması ve Türkçenin ortak bir kültürel değer olarak yaygınlaştırılması için televizyon yayınlarının Özbekistan coğrafyasına ulaşması önem arz etmektedir. Kısa vadede, bölgede kısmen izlenmekte olan TRT Türk kanalı yayın akışında izlenme oranı yüksek dizi ve filmlerin bölge halkının ilgisine sunulmasında fayda görülmektedir. Uzun vadede ise TÜRKSAT yayın alanının bölgeyi içine alacak şekilde genişletilmesi veya alternatif bir uygulama olarak Rus Yamal uydusu üzerinden bölgeye yayın akışı sağlanması iki ülke arasındaki kültür ve turizm ilişkilerini olumlu yönde etkileyecek çalışmalar arasında yer almaktadır. Ülkede yayın yapan televizyon kanallarında yakın zaman dilimi içinde Türk dizi ve filmlerinin temini için Türk yetkili makamlarına yoğun bir talepte bulunmaktadır. Bu konuda atılacak hızlı ve etkin adımlar iki ülke arasındaki iletişimi ve etkileşimi artıracak ve bu gelişme Türkiye'nin Özbekistan'daki tanıtma ve propaganda faaliyetlerine de ivme kazandıracaktır.

Özbekistan'ın Semerkant ve Buhara gibi tarihî şehirlerinden İstanbul, Ankara, İzmir ve Antalya gibi şehirlere doğrudan hava seferlerinin olmayışı hem tanıtım faaliyetlerini hem de iki ülke arasındaki turizm ilişkilerinin gelişmesini olumsuz yönde etkilemektedir. Özbekistan'a doğrudan çalışmalarda bulunan Türk seyahat şirketi bulunmamakta, bu iş daha çok Özbek turizm şirketleri üzerinden yapılmaktadır. Bu nedenle Türk seyahat acentelerine Özbekistan'da faaliyet gösterme imkânı tanınması önem arz etmektedir. Bunun yanı sıra Özbekistan'da gerek tarifeli, gerek "charter" uçak bilet fiyatlarının oldukça yüksek olduğu gözlemlenmektedir. Örnek olarak 2017 yılı itibariyle Taşkent-Antalya "charter" biletleri 650 ABD Doları, tarifeli uçak bilet fiyatları ise 800 ABD Doları civarında seyretmiştir. Bu fiyatların aynı mesafeye sahip diğer güzergâhların bilet fiyatlarına göre yüksek olması Türkiye'ye seyahatleri olumsuz etkilemektedir. Özbekistan'dan Türkiye'ye 11 günlük tur fiyatı, bilet dâhil ortalama 1.500 ABD Doları'ndan başlayarak 4.500-6.000 ABD Doları'na kadar çıkmaktadır. Özbek ziyaretçilerin tatil amacıyla kişi başına ortalama harcaması 1.500-2.500 ABD Doları civarındadır. Yurt dışı çıkışlarda 2.000 ABD Doları'ndan fazla döviz çıkarılmasına izin verilmemesi Türkiye'ye gelmek isteyen ziyaretçileri olumsuz yönde etkilemektedir.

TKTM tarafından yapılan güncel bir araştırmada, Özbekistan'dan her yıl yaklaşık 8.000 kişinin termal merkezlere gittiği ve bu kişilerin ülke olarak Çek Cumhuriyeti, Güney Kore ve Rusya'yı tercih ettikleri tespit edilmiştir. Yol dâhil Çek Cumhuriyeti'nde 10 günlük bir tur için 3.000-5.000 ABD Doları, Rusya için



ise 2.500-3.000 ABD Doları ödendiği ve bu turlara genellikle üst gelir grubunun katıldığı görülmüştür. Türkiye’nin termal turizm, kış ve sağlık turizmi potansiyellerinin tanıtımında etkin adımların atılması, bu anlamda örnek olarak Türkiye’nin tanıtım gezisi faaliyetleriyle tanıtımı Özbekistan turizm pazarından verimli sonuçlar alınabilmesine katkı sağlayacaktır.

Tanıtma ve propaganda faaliyetlerinde tek taraflı belirlenip, hayata geçirilen çalışmalara göre ortak yürütülen çalışmalarda başarı oranının daha yüksek olduğu ve ikili ilişkilere daha fazla katkı sağladığı görülmekte, bu münasebetle tanıtım ve reklam faaliyetlerinde de Türkiye ile Özbekistan arasındaki iş birliğinin artırılması önem arz eden çalışmalar arasında yer almaktadır.

Özbekistan Devlet İstatistik Kurumu’nun turizm alanına yönelik kapsamlı bir veri tabanının olmamasının, ülkedeki turizm eğilimlerinin öğrenilmesini güçleştirdiği görülmektedir. Bu konudaki eksiklik ÖTGDK MTGM’ye bağlı olarak faaliyet gösteren Uzbekturizm ile turistik faaliyetlerle iştigal eden özel sektörden temin edilen bilgilerle giderilmeye çalışılmakta, bu verilerin de yeterli olmaması turizm çalışmalarının her alanını olduğu gibi tanıtma ve propaganda faaliyetlerini de olumsuz yönde etkilemektedir.

Yasal düzenlemeler gereği ülkedeki her türlü ticari işlemin yalnızca Özbek para birimi “som” ile yapılabilmesi uluslararası mecrada turizm ilişkilerini olumsuz yönde etkileyen unsurlar arasında yer almaktadır. Ülkede ticari işlemlerin döviz ile yapılabilmesi, örnek olarak tur ödemelerinin döviz olarak gerçekleştirilebilmesi, döviz bulundurma ve döviz kur farkı ile ilgili uygulamaların çağdaş esaslar dâhilinde düzenlenmesi hiç şüphe yok ki turizm sektörüne hareketlilik kazandıracak gelişmeler arasında yer alacaktır. Benzer şekilde tarihî, arkeolojik ve turistik alanlarının bakım, onarım ve restorasyon ve ortak değerlere sahip geleneksel el sanatları, yayın faaliyetleri, değişim programları gibi kültürel çalışmalar konusunda Türkiye’nin Özbekistan ile daha fazla tecrübe paylaşımı sağlaması ve ortak faaliyetlere girilmesi gereklilik arz etmektedir. Turizm teşkilatlanması, gümrük ve vize uygulamaları, turizm eğitimi gibi alanlarda da Özbek muhataplara verilen desteğin artırılmasında fayda görülmektedir. Böylelikle tanıtım ve propaganda faaliyetlerinde de ortak tarihî ve kültürel değerlerin ön plâna çıkarılması, karşılıklı güvene dayalı ilişkilerin ve iş birliğinin daha da kuvvetlendirilmesi mümkün olabilecektir.

Özbekistan’da gerçekleştirilen kültür, kış, dağ, doğa turizmi gibi kıyı turizmine alternatif turizm çeşitleri hususunda Türk resmî kuruluşları ile özel sektörü ile gerçekleştirilen iş birliği çalışmaları önemli bir mesafe kat etmiş olmakla birlikte bunu yeterli görmek mümkün değildir. Bu yöndeki ortaklık ve iş birliklerinin artırılması önem arz eden hususlardan biridir. Bu bağlamda turizmi teşvik

amaçlı arsa tahsisi, kredi temini, vergi muafiyeti gibi yasal uygulamalar ve turizm girişimciliği konusunda Türkiye'nin Özbek yetkililere yapacağı hamilik önem arz etmektedir. Bu tür girişimler aynı zamanda Türkiye'nin Özbekistan'daki tanıtım ve propaganda çalışmalarını da kuvvetlendirecek özelliklere sahiptir.

### **Sonuç**

Günümüz dünyasının öncelikli sosyal ve iktisadi faaliyet alanlarından birini teşkil eden turizm, 1991 yılında bağımsızlıklarını kazanan Türk Cumhuriyetleri ile Türkiye arasındaki siyasi, iktisadi, sosyal ve kültürel bağların kuvvetlendirilmesi açısından yeni bir koridor oluşturmuştur. Turizm yüzlerce yıldır birbirinden koparılmış durumda olan bu soydaş halkların birbirleriyle yeniden tanışmaları, buluşmaları, kültürel birliktelik anlayışlarını pekiştirmeleri için kullanılacak en etkin vasıtalarından birini teşkil etmiştir.

Türkiye ile Özbekistan arasındaki ikili turizm ilişkilerinde bazı siyasi sorunlar nedeniyle kısmi dalgalanmalar yaşansa da iki ülke arasındaki tarihî ve kültürel bağlar bu sorunların çözümünde etkili bir unsur olmuştur. Olumlu yönde gelişen siyasi ve iktisadi gelişmeler turizm çalışmalarını da çok yakından etkilemiştir. Bu durum Özbek yetkilileri Türkiye'nin turizm alanındaki tecrübelerinden yararlanma yoluna sevk etmiştir. Bu şekilde iki ülke arasındaki turizm ilişkileri son seneler zarfında ivme kazanmaya başlamıştır. Türkiye'nin sahip olduğu zengin tarihî, kültürel ve arkeolojik miras, tabii güzellikler ve iki ülke arasındaki kuvvetli tarihî bağlar Özbek halkının turistik seyahatleri için Türkiye'yi tercih etmesini teşvik eden başlıca unsurlar arasında yer almıştır.

Türkiye ile Özbekistan arasında doğrudan turizm ilişkilerine yönelik anlaşmalar imzalandığı gibi bu ilişkileri dolaylı yünden teşvik eden siyasi, iktisadi, sosyal ve kültürel anlaşmalar da yapılmıştır. Bu münasebetle KTB'nin yurt dışı teşkilatı içinde yer alan TKTM vasıtasıyla Özbekistan'da turistik tanıtım ve propaganda çalışmalarına girilmiştir. Söz konusu ülkede düzenlenen fuarların yanı sıra gerçekleştirilen reklam ve ağırlama faaliyetleri ile sosyal, kültürel ve bilimsel etkinlikler tanıtım ve propaganda çalışmalarının ana mecralarını teşkil etmiştir. Bu faaliyetlerde Türkiye'nin tarihî ve tabii özellikleri ile kültürel değerleri dikkate alınan ana temalar arasında yer almıştır. Bu kapsamda son yıllarda Türklerle meskün ya da Türk kültürüne yakın ülkelerde büyük beğeni toplayan Türk dizileri ile sinema filmleri de bir beğeni merkezi olarak değer kazanmaya devam etmiştir. Tanıtım faaliyetlerinde Özbekistan'da sağlık turizmüne duyulan ilgiyi değerlendirmeye yönelik çalışmalar da dikkat çekmektedir.

Söz konusu tanıtma ve propaganda çalışmalarının da etkisiyle Türkiye turizm amaçlı seyahatler konusunda Özbekistan halkının tercih ettiği ilk ülke konumuna yükselmiş ve kısa süreli düşüşler dışında Özbekistan’dan Türkiye’ye gelen turist sayısında her yıl düzenli bir artış görülmüştür. Türk Cumhuriyetleri arasında 33 milyonluk nüfus potansiyeli ve bölgesinde bilim, sanat ve ticaret merkezi olarak ön plana çıkmaya başlayan Özbekistan’dan Türkiye’ye yönelen ve artarak devam eden bu teveccüh önem arz etmektedir. Her geçen yıl daha kuvvetlenen karşılıklı ilişkilere paralel olarak Özbekistan turizm pazarının her iki ülke için de ciddi faydalar sağlayacak özellikler gösterdiğini söylemek mümkündür.

Bu gelişmeler doğrultusunda iki ülke arasındaki ilişkileri kuvvetlendiren turistik ve kültürel faaliyet alanlarının daha da genişletilmesi, karşılıklı iş birliğinin, bilgi ve deneyim paylaşımının artırılması, ortak projelere daha da önem verilmesi yalnızca kültür ve turizm açısından değil, iki ülkenin siyasi ve ekonomik istikbâli açısından da önem arz etmektedir. Özbekistan’daki turistik eğilimlerin ve bu yönde oluşan talep ve isteklerin değerlendirilmesi de yapılacak tanıtma ve propaganda çalışmalarının içeriği, yöntemi ve vasıtaları hususunda yol gösterecektir. Bu anlamda Özbekistan’da Türkiye’nin tanıtma ve propaganda faaliyetlerinin belli bir düzen ve istikrar içinde yürütülmesi gerekmektedir. Resmî turizm teşkilatının, sivil toplum kuruluşlarının ve özel sektörün çalışma imkân ve vasıtalarının genişletilmesi ile gerçekleştirilen tanıtma ve propaganda faaliyetlerinin etki derecesinin artırılması mümkün olacaktır.

### Arşiv Kayıtları

Çalışma kapsamında yararlanılan T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Arşivi’ndeki belgelere ilişkin tarih ve sayılar “KTB Arş.” kısaltması ile metin içinde verildiği için kaynakçada ayrıca belirtilmemiştir.

### KAYNAKÇA

- 📖 (23. TUTF Raporu) 23. Uluslararası Taşkent Turizm Fuarı Raporu. Taşkent: TKTM, 2017.
- 📖 (4. ÖUTDF Raporu) 4. Özbekistan Uluslararası Turizm Fuarı Raporu. Taşkent: TKTM, 2017.
- 📖 (KTB İFR) T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı 2006-2017 Yılı İdare Faaliyet Raporu. Ankara: Strateji Geliştirme Başkanlığı, 2007-2018.

- 📖 (KTB Stratejik Plan 2010) T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı 2010-2014 Dönemi Stratejik Planı. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2010.
- 📖 (KTB Stratejik Plan 2015) T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 2015-2019 Dönemi Stratejik Planı. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2015.
- 📖 (TKTM FR) Taşkent Kültür ve Tanıtma Müşavirliği Faaliyet Raporu. Taşkent: TKTM, 2018.
- 📖 (TKTM TPR) Taşkent Kültür ve Tanıtma Müşavirliği Turizm Pazar Raporu. Taşkent: TKTM, 2018.
- 📖 "Bakanlıkça 2017 Yılında İştirak Edilecek Fuarlar", <http://tanitma.kultur.gov.tr/TR,149260/2016-fuartaqvimi.html>. Web. 10.01.2018.
- 📖 "Goskomturizm Özbekistan'da Dağ Turizmi Altyapısının Geliştirilmesinde Yabancı Yatırımcıları Cezbetmek İstiyor." <https://www.uzdaily.uz/articles-id-34819.htm>. Web. 04.11.2017.
- 📖 "Goskomturizm ve TÜRSAB İş Birliği İçin Bir Mutabakat Anlaşması İmzalandı." <https://www.uzdaily.uz/articles-id-34817.htm>. Web. 4.11.2017.
- 📖 "İdarelerin Yabancı Ülkelerdeki Kuruluşlarının Mal ve Hizmet Alımları ile Yapım İşlerine İlişkin Esaslar." *Resmî Gazete*, 04.11.2004, S.25633, Karar No: 2004/8030.
- 📖 "Kültür ve Turizm Bakanlığı Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun." *Resmî Gazete*, 29.04.2003, S.25093, Kanun No: 4848.
- 📖 "Özbekistan Cumhuriyeti Devlet İstatistik Komitesi." <https://www.stat.uz/republic-of-uzbekistan>. Web. 27.01.2018.
- 📖 "Özbekistan." *Yatırım Finansman Dış Ticaret Dergisi*, Web. 25.10.2017, Ek Sayı: 3-35.
- 📖 "Sinematografik Ortak Yapımlar ve Türkiye'de Ticari Amaçlı Film Çekmek İsteyen Yerli ve Yabancı Yapımcılar Hakkında Yönetmelik." *Resmî Gazete*, 12.08.2005, S.25904.
- 📖 "Taşkent Kültür ve Tanıtma Müşavirliği." <http://ktm.uz/>. Web. 16.01.2018.
- 📖 "Turkey.Home Twitter Sayfası", <https://www.Turkey.Home.Twitter>. Web. 09.01.2018.
- 📖 "Turkey.Home." <http://www.hometurkey.com/>. Web. 08.01.2018.
- 📖 "Türk Konseyi." <http://www.turkkon.org/tr-TR/AnaSayfa>. Web. 20.01.2018.

- 📖 “Türk Yatırımcıları Özbekistan Turizm Sektörüne Yatırım Yapmaya Hazır.” <https://www.uzdaily.uz/articles-id-34816.htm>. Web. 04.11.2017.
- 📖 “Türkiye Cumhuriyeti Hükümeti ile Özbekistan Cumhuriyeti Hükümeti Arasında Turizm Alanında İş Birliği Anlaşması.” *Resmî Gazete*, 15.04.1993, S.21553, Karar No: 93/4223.
- 📖 “Türkiye Cumhuriyeti Hükümeti ile Özbekistan Cumhuriyeti Hükümeti Arasında Turizm Alanında İş Birliği Anlaşması.” *Resmî Gazete*, 28.12.1997, S.23214, Karar No: 97/10386.
- 📖 “Türkiye İstatistik Kurumu.” <http://www.tuik.gov.tr/>. Web. 15.01.2018.
- 📖 “Türkiye’deki En Büyük Otel Zincirlerinden Biri Özbekistan ile İş Birliği Yapmaya Hazır.” <https://www.uzdaily.uz/articles-id-34820.htm>. Web. 04.11.2017.
- 📖 “TÜRKSOY.” <https://www.turksoy.org/tr/turksoy/about>. Web. 21.01.2018.
- 📖 “Uluslararası Türk Kültürü Teşkilatı.” <http://www.turksoy.org/tr/events/2015/07/02/6-uluslararasi-ipekyolu-muzik-festivali,03.01.2018>. Web. 07.09.2017.
- 📖 “Yurt dışı Turizm Fuarlarına Katılımın ve Turizm Tanıtma ve Pazarlama Faaliyetlerinin Desteklenmesine İlişkin Tebliğ.” *Resmî Gazete*, 14.11.2010, S.27759, Tebliğ No: 2010/9.
- 📖 “Yurtdışı Fuar ve Tanıtım Desteği.” *T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı*, 03.04.2014 ve 66292 Sayılı Genelge. [www.kultur.gov.tr/TR,92821/yurtdisi-fuar-ve-tanitim-destegi-hakkinda-genelge.html](http://www.kultur.gov.tr/TR,92821/yurtdisi-fuar-ve-tanitim-destegi-hakkinda-genelge.html).
- 📖 Baxtishodovich, Bobur Sobirov, Tuxhliev Iskandar Suyunovich ve Anvar Kholiqulov, “The Start-up of Tourism in Central Asia Case of Uzbekistan.” *World Scientific News* 67. 2 (2017): 219-237.
- 📖 Budak, Leyla. “Bağımsızlıklarının 22. Yılında Türk Cumhuriyetleri’nde Medya.” *Türkbilim* 12. (2013): 1-34.
- 📖 Ekenci, İlknur. *Bağımsızlıktan Günümüze Türkistan-Özbekistan ve Türkiye-Tacikistan İlişkileri*. İstanbul: Galatasaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, 2016.
- 📖 Evcin, Erol. “Türkiye’nin Turistik Tanıtma Politikası ve Propaganda Stratejisi Üzerine Bir Değerlendirme.” *3. Turizm Şûrası 1-3 Kasım 2017 Tebliğler Kitabı* 1, Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2017): 80-103.
- 📖 Hepaktan, C. Erdem ve Coşkun Çilpant. “Geçmişten Günümüze Türkiye ile Özbekistan’ın Dış Ticaret İlişkileri.” *Celâl Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 14. 2 (2016): 97-110.

- 📖 Khamidov, Obidjon. "New Stage of Tourism Development in Uzbekistan: Actual Problems and Perspectives", *World Scientific News* 86. 3 (2017): 134-149.
- 📖 Kodaman, Timuçin ve Haktan Birsal. "Bağımsızlık Sonrası Özbekistan ve Dış Politikası", *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 16. 2 (2006): 413-442.
- 📖 Saray, Mehmet. *Yeni Türk Cumhuriyetleri Tarihi*. İstanbul: AKDİTYK Atatürk Araştırma Merkezi, 2014.
- 📖 *Türkiye Turizm Stratejisi 2023*. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007.