



## KAZAKİSTAN'DA TÜRKİYE'NİN TURİSTİK TANITIM VE PROPAGANDA FAALİYETLERİ

Dr. Erol EVCİN\*

### Öz

*Turizm, günümüz itibariyle iktisadi, siyasi, sosyal ve kültürel açılardan birçok ülke gibi Türkiye'nin de mevcut durumunu ve geleceğini yakından etkileyen unsurlardan bir haline 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 tarihi ve tabii güzelliklerinin dünya sathında tanıtılması, turistler nezdinde olumlu bir ülke imajı uyandırılması ve bu münasebetle turistlere ülke sathında seyahat imkân ve fırsatları yaratılması bir gereklilik halini 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 hususta önem arz eden ülkelerden biri de Kazakistan olmuştur. Türkiye ile Kazakistan arasındaki turizm ilişkileri hızlı bir gelişim çizgisi izlemiş, bu çerçevede turizm iki ülke arasındaki tarihî, kültürel, siyasi ve iktisadi bağların kuvvetlendirilmesinde etkin bir unsur olarak yeni bir açılım alanı teşkil etmiştir.*

*Bu çalışma kapsamında, Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı'nun yurt dışı teşkilatı içinde yer alan Almatı ve Astana Kültür ve Tanıtma Müşavirliklerinin faaliyetleri temel alınarak, Kazakistan'da yapılan turistik tanıtım ve propaganda çalışmalarını ele alınmıştır. Böylece iki soydaş ülke durumunda olan Türkiye ile Kazakistan arasındaki ilişkileri geliştirmek üzere tesis edilen turistik ilişkiler de değerlendirilmiş ve bu hususta kaydedilen güncel gelişmeler hakkında bilgi verilmiştir.*

**Anahtar kelimeler:** Turizm, Tanıtım, Propaganda, Almatı ve Astana Kültür ve Tanıtım Müşavirlikleri, Kazakistan.

### **Turkey's Touristic Promotion And Propaganda Activities In Kazakhstan Abstract**

*Today, tourism, like many countries from economic, political, social and cultural aspects, has come to the fore as 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 increa-*

\* T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Kültür ve Turizm Uzmanı.

*sing tourism activities have become more important. It has become a necessity to introduce Turkey's historical and natural beauties on a worldwide basis in a frame of contemporary understanding, to create a positive country image in front of tourists, and to create opportunities and opportunities for tourists to travel on the countryside in this regard. Tourism associations established between the Turkish Republics that gained their independence in 1991 and Turkey have a special feature in this context. Kazakhstan is one of the countries that are important to this issue. Tourism relations between Turkey and Kazakhstan have followed a rapid development line, 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 work done in Kazakhstan were taken on the basis of the activities of Almaty and Astana Culture and Tourism Offices located in the foreign organization of Ministry of Culture and Tourism of Republic of Turkey. Touristic relations established to develop relations between Turkey and Kazakhstan, which are two cognate countries, were also evaluated and informed about recent developments recorded on this issue.*

**Keywords:** *Tourism, Promotion, Propaganda, Almaty and Astana Culture and Tourism Offices, Kazakhstan.*

## Giriş

Birçok medeniyete beşiklik eden, çağlar ve coğrafyalar arasında köprü olan Türkiye dünya sathında hiç şüphe yok ki ilgi çeken bir ülkedir. 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 ön yargıların 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 haline gelmek mümkündür.<sup>1</sup>

Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği'nin 20. yüzyılın sonlarına doğru dağılması ve bu süreçte Kazakistan, Azerbaycan, Türkmenistan, Özbekistan ve Kırgızistan devletlerinin 1991'de bağımsızlıklarını ilan etmeleri dünyadaki siyasi konjonktürü köklü bir şekilde değiştirmiştir. Tarihi ve kültürel bağları nedeniyle bu ülke halklarının bağımsızlıklarını tanıyan ilk ülke Türkiye olmuştur. Bu ülkelerle siyasi ve iktisadi olduğu kadar sosyal ve kültürel ilişkilerin geliştirilmesi stratejik açıdan önem arz etmiştir. Türkiye ile bu ülkeler arasında tesis edilen ilişkilerin önemli bir alanını da turizm faaliyetlerinin teşkil ettiği görülmektedir.

Türk Cumhuriyetleri içinde geniş ölçekli yüzölçümü ve Asya'daki merkezi konumu ile dikkat çeken Kazakistan 16 Aralık 1991 tarihinde bağımsızlığını ilan etmiş ve müstakil ve demokrat bir ülke olarak varlığını devam ettirme ka-

<sup>1</sup> Erol Evcin, "Türkiye'nin Turistik Tanıtma Politikası ve Propaganda Stratejisi Üzerine Bir Değerlendirme", 3. *Turizm Şurası 1-3 Kasım 2017 Tebliğler Kitabı*, Cilt: 1, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Ankara 2017, s. 82.

rarı almıştır.<sup>2</sup> Kazakistan tarafından bölgesel ve bölge-ötesi ülkelerle siyasi etkileşimin kuvvetlendirilmesi, uluslararası ilişkiler alanında atılan ilk stratejik adımlar arasında yer almıştır. Kazakistan, bu anlamda sahip olduğu zengin turizm potansiyellerini değerlendirmek üzere,<sup>3</sup> birçok uluslararası teşkilatın yanı sıra 1993'te Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (BMDTÖ)'ne de üye olmuştur.<sup>4</sup> Kazakistan'ın turizm konusunda önceliklerinin tespiti, tabii, kültürel ve tarihi zenginlikleri hususunda envanter çalışmalarının başlaması, turizme açılacak yerlerin planlanması, hâlihazırda yapılmakta olan doğa yürüyüşü, rafting, ata binme turları gibi turistik faaliyetlerin çeşitlendirilmesi yapılabilecek başlıca çalışmalar arasında yer almıştır.<sup>5</sup> Yakın dönemdeki gelişmeler, Kazakistan'da turizmin ivme kazanan, yaşam standartlarını yükselten<sup>6</sup> ve yabancı yatırımcılar açısından öncelikle dikkate alınan iktisadi sektörlerden biri haline geldiğini göstermektedir.<sup>7</sup> Bütün bu gelişmeler çerçevesinde Kazakistan'da Türkiye ile turizm ilişkilerinin geliştirilmesi hususuna da özel bir önem verildiği görülmektedir. Nitekim Almatı'da 2013'te düzenlenen "Türkiye-Kazakistan İlişkilerinin Geleceği Uluslararası Sempozyumu"nun sonuç raporunda da iki ülke arasında hızlı bir gelişme çizgisi izleyen turizm ilişkilerine temas edilmiş, son yıllarda Kazakistan'dan Türkiye'ye ciddi bir turist akışının başladığı ve Türkiye'nin Kazaklar için önemli bir turizm ülkesi haline geldiği belirtilmiştir. Türkiye'ye yönelik bu ilgide iki ülke arasındaki tarihi ve kültürel bağların yanı sıra Kazak televizyonlarında gösterilmekte olan Türk dizilerinin etkili olduğu ifade edilmiştir. Bununla birlikte söz konusu ilginin kalıcı kılınması ve daha nitelikli duruma getirilmesi için tanıtım faaliyetlerine önem verilmesi gerektiği vurgulanmıştır.<sup>8</sup>

Türkiye'de iç ve dış turizm faaliyetlerinde yönlendirici ve teşvik edici çalışmalarıyla baş rol oynayan Kültür ve Turizm Bakanlığı da Kazakistan ile turistik ilişkilerin geliştirilmesi hususuna özenle eğilmiştir. Bu doğrultuda ilk aşamada Kazakistan'daki Türkiye Büyükelçiliği nezdinde, Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı olarak "Almatı Kültür ve Tanıtma Müşavirliği" (Almatı KTM) teşkil edilmiştir. Bu müşavirliğin 2009'da kapanmasıyla söz konusu görev yeni başkentte açılan "Astana Kültür ve Tanıtma Müşavirliği" (Astana KTM) tarafın-

<sup>2</sup> Mehmet Saray, *Yeni Türk Cumhuriyetleri Tarihi*, AKDITYK Türk Tarih Kurumu Yayınları, Ankara 2014, s. 213.

<sup>3</sup> DEİK Türk-Kazak İş Konseyi, *Kazakistan Ekonomisinde Öncelikli Sektörler Genel Değerlendirme*, Ek: 3, s. 5, <https://www.google.com.tr/search>.

<sup>4</sup> Kassym-Jomart Tokaev, "Uluslararası Topluluklarda Kazakistan", *Kazakistan Tarihi Makaleler*, AKDITYK Türk Tarih Kurumu Yayınları, Ankara 2007, s. 187 ve 190.

<sup>5</sup> Ahmet Aktaş, "Uluslararası Turizm Hareketleri İçinde Kazakistan'ın Yeri ve Önemi", *Bilig*, Sayı: 17, 2001, s. 124.

<sup>6</sup> Kadir Faik Küçüktopuzlu - Musa Çakır, "Kazakistan'da Turizmin Gelişmesini Etkileyen Faktörlerin Analizi", *International Conference On Eurasian Economies, Session 4C, (Almaty-Kazakhstan)*, Turan University Press, Almaty-Kazakhstan 2012, s. 334.

<sup>7</sup> DEİK Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu *Kazakistan Ülke Bülteni 2012*, Sayı: 6, Ankara 2012, <https://www.deik.org.tr/uploads/kazakistan-ulke-bulteni.pdf>.

<sup>8</sup> "Kazakistan-Türkiye İlişkilerinin Geleceği Sempozyumu Sonuç Bildirgesi", *Kazakistan-Türkiye İlişkilerinin Geleceği Uluslararası Sempozyumu Bildiriler (Almatı/1-2 Kasım 2013)*, Yay. Haz.: Hüseyin Tosun - M. Fatih Zengin, AKDITYK Atatürk Araştırma Merkezi, Ankara 2015, s. 266.

dan yürütülmüştür. Bahse konu olan Müşavirliklerin girişimleri neticesinde Kazakistan'daki turistik tanıtma ve propaganda çalışmaları fuar, reklam, ağrılama faaliyetleri ile çeşitli sosyal ve kültürel etkinliklere odaklanmıştır. Bu nedenle çalışmamız, söz konusu faaliyetler temel alınarak tasnif edilmiştir.

Bu çalışmada esas olarak, Kültür ve Turizm Bakanlığı arşivinden, Resmî Gazete (RG)'den, çeşitli kamu kurum kuruluşlarının turizm raporlarından ve Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerinden yararlanılmış olup, temel anlamıyla Almatı ve Astana Kültür ve Tanıtma Müşavirlikleri'nin girişimleri ve desteğiyle 2006-2018 yılları arasında Kazakistan'da gerçekleştirilen turizm ve tanıtma faaliyetleri ele alınmıştır. Söz konusu Müşavirlikler, Türkiye adına üstlendikleri görev ve sorumluluklar doğrultusunda Türkiye ile Kazakistan arasındaki turistik ilişkilerin geliştirilmesi hususunda en yetkin ve etkin icraat kurumları durumundadırlar. Bu çalışma vesilesiyle ayrıca, Türkiye ile Kazakistan arasındaki turistik ilişkilerin seyrini de takip etmek mümkün olmaktadır.

### **Türkiye İle Kazakistan Arasındaki Turistik İlişkilerin Yasal Zemini**

Türkiye, 1991'de bağımsızlığını kazanan Kazakistan ile ikili ilişkilerin geliştirilmesine tarihi ve kültürel bağları nedeniyle hususi bir önem vermiştir. Bu suretle çeşitli alanlarda iki ülke arasındaki bağların kuvvetlenmesine zemin hazırlayan birçok anlaşma imzalanmıştır.

Türkiye ile Kazakistan arasındaki ikili ilişkilerin önemli bir alanını da turizm faaliyetleri teşkil etmiştir. Bu suretle imzalanan anlaşmalarla iki ülkenin turizm potansiyellerinin üst düzeyde değerlendirilmesi, etkin bir şekilde tanıtılması ve karşılıklı işbirliğinin pekiştirilmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda esaslı bir hukuki alt yapı oluşturulmaya gayret gösterilmiştir. İki ülkenin ilgili Bakanları arasında 8 Ekim 1992 tarihinde Almatı'da ve 15 Haziran 1998 tarihinde Ankara'da imzalanan "*Turizm Alanında İşbirliği Anlaşmaları*" ikili ilişkilere yeni bir boyut kazandırmıştır. Türkiye ile Kazakistan arasındaki ilişkilerin geliştirilmesinde turizmin önemine atıfta bulunulan bu anlaşmalar ile ilgili hükümetler ve turistik teşkilatlar arasında turizm alanında sıkı ve uzun vadeli işbirliği geliştirmek amaçlanmıştır. Taraflar her iki ülke vatandaşlarının birbirlerinin doğal ve kültürel değerlerini daha iyi tanımaları için turistik otel, motel ve kampinglerin projelendirilmesi, inşaatı, tadilatı, teçhiz edilmesi ve işletilmesi çalışmalarını teşvik hususunda anlaşmışlardır. Bu amaçla taraflar ortak şirketler kurabilecek ve sektöre yatırım yapmak üzere işbirliğinde bulunabileceklerdi. Yine anlaşma gereğince, Kazakistan'da ve Türkiye'de turizm temsilcilikleri açılması, bu temsilcilikler bünyesinde enformasyon büroları tesis edilmesi kararlaştırılmıştır. Karşılıklı turistik gezilerin artırılması ve turistik imkânların daha iyi tanıtılması amacıyla vize ve gümrük uygulamalarının kolaylaştırılması, turizm ve tanıtma malzemelerinin üretiminin ve reklam faaliyetlerinin teşvik edilmesi önem arz eden maddeler arasında idi. Buna ek olarak turizme yönelik fuar, sergi, toplantı, seminer, çalıştay gibi faaliyetler ile karşılıklı olarak "*Türk ve Kazak Haftaları*"nın düzenlenmesi ve bu doğrultuda işbirliği yapılması da anlaşmanın maddeleri arasında yer almıştır.

Taraflar, ülkelerindeki turizm yatırım imkânları ile turizm endüstrisi temsilcileri arasında ve “*Tarihi İpek Yolu*”nun bir turizm ürünü olarak pazarlanması konusunda yakın işbirliği tesis etmekle yükümlüydüler. Bu kapsamda kitle ve bireysel turizm faaliyetleri ile turistik turlar teşvik edilecekti. Yetkililer, ülkelerindeki turizm mevzuatı ve istatistikleri ile tur organizasyonları, turistik konaklama tesislerinin işletilmesi, turistik faaliyetlerin çeşitlendirilmesi, reklam ve pazarlama teknikleri ve turizm hizmetleri hususunda bilgi, deneyim ve personel paylaşımı, nitelikli personel istihdamı için teknik işbirliği ve ortak proje çalışmaları konusunda ulusal turizm idarelerini destekleyeceklerdi. Bunun yanı sıra teşkil edilecek “*Turizm Karma Komisyonu*” ise mevcut anlaşmanın uygulanması hususunda programlar hazırlayacaktı.<sup>9</sup>

Bu anlaşmaların yanı sıra iki ülke arasında doğrudan turizme yönelik olmamakla birlikte turizm faaliyetlerini teşvik eden eğitim, bilim, kültür, spor, sağlık, haberleşme, ticaret, ekonomi, vize, gümrük ve ulaştırma alanlarında imzalanan stratejik ortaklık, karşılıklı yardım ve işbirliği anlaşmaları da ikili turizm ilişkilerini kuvvetlendirmiştir. Bu çerçevede 2 Eylül 1993 tarihinde imzalanan bir protokol gereğince teşkil edilen “*Türkiye-Kazakistan Hükümetlerarası Karma Ekonomik İşbirliği Komisyonu*”, 1993-2018 yılları arasında 9 toplantı gerçekleştirmiş ve iki ülke arasındaki turizm ilişkilerini geliştirmek üzere önemli kararlara imza atmıştır. Buna örnek olmak üzere son olarak 2017 yılı Eylül ayında imzalanan KEK Protokolü’ne göre; taraflar, iki ülke arasında turizm alanında işbirliğinin geliştirilmesi için ortak çalışmalar yapılması, bu alanda profesyonellere, konaklama işletmelerine, seyahat acentelerine, resmi görevlilere ve meslek örgütlerine eğitim verilmesi, turizm, arkeoloji ve kültür varlıklarının korunması alanında işbirliği ile eğitici ve uzman değişimi hususlarında uzlaşmışlardır. Kazakistan yetkilileri bunun yanı sıra Almatı’da her yıl düzenlenen “*Kazakistan Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı*”na Türk turizm firmalarının katılımının özendirilmesinin iki ülke arasındaki turizm faaliyetleri üzerinde olumlu bir etki yaratacağını ifade etmişlerdir.<sup>10</sup>

Bu anlaşmaların şekillenmesinde ve imzalanmasında önemli bir rol oynayan KTB, Türkiye’de kültürel ve turistik anlamda koruma, geliştirme ve tanıtma çalışmaları konusunda en yetkin organ durumundadır. Bakanlık teşkilatı içinde yer alan “*Tanıtma Genel Müdürlüğü*” ise Türkiye’nin milli, manevi, tarihi, kültürel, sanatsal ve turistik değerlerinin yurt içinde ve yurt dışında tanıtımını yapmakla yükümlü tutulmuştur.<sup>11</sup> Bakanlığın “*Stratejik Planları*”nda “*ülkeyi önemli bir kültür ve sanat merkezi haline 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 bulun-

<sup>9</sup> RG, 15.04.1993, S. 21553; RG, 20.12.1998, S. 23559.

<sup>10</sup> “Türkiye-Kazakistan 10. Dönem KEK Protokolü”, *KTB Arşivi*, 02.10.2017, S. 200205.

<sup>11</sup> RG, 16.04.2003, S. 4848.

maktadır.<sup>12</sup> Ülkenin turistik tanıtım ve propaganda faaliyetleri doğrultusunda Bakanlık yurt dışında da teşkilatlanma konusunda yetkili kılınmıştır.<sup>13</sup> Bu suretle günümüz itibarıyla Bakanlığın dünya sahinında kültür ve turizm merkezi özelliği gösteren 39 ülkede 44 şehirde Türkiye Büyükelçilikleri nezdinde “Müşavirlik” ve “Ataşelik” düzeyinde temsil ve icraat birimleri bulunmaktadır.<sup>14</sup> Bu birimler, Türkiye’ye yönelik turizm talebini artırmak amacıyla yurt dışında tanıtım faaliyetlerine ilişkin mal ve hizmet de temin edebilmektedir.<sup>15</sup> Almatı ve sonrasında Astana Kültür ve Tanıtma Müşavirlikleri de Bakanlığın bu kapsamda görev yapan yurt dışı temsilcilikleri arasında yer almaktadır. Bakanlık tarafından Türk Cumhuriyetlerinde gerçekleştirilen turizm ve tanıtma 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.<sup>16</sup>

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 1993’te kurulan “Uluslararası Türk Kültürü Teşkilatı” (TÜRKSOY)<sup>17</sup> ve Türk dili konuşan ülkeler arasında kapsamlı işbirliğini teşvik etmek amacıyla 2009’da teşkil edilen Türk Konseyi<sup>18</sup> bütün Türk dünyasında olduğu gibi Türkiye ile Kazakistan arasındaki kültürel ve turistik ilişkilerin de gelişmesine katkı sağlayan başlıca uluslararası kuruluşlar arasında yer almaktadır. Her iki kuruluş da kültür ve turizm alanlarında etkileşimin artırılması, Türk halklarının sahip olduğu zengin kültür ve tarihi mirasın değerlendirilmesi, kitlelere tanıtılması ve yayılmasında tarafların basın ve iletişim araçları arasındaki etkileşimin teşvik edilmesi, Türk Dünyası’nın kültür unsurlarını tanıtmak ve bunların birleştirici yönünü kuvvetlendirmek hususunda ciddi görev ve sorumluluklar üstlenmiştir.<sup>19</sup>

### **Kazakistan’da Türkiye’ye Yönelik Turistik Eğilim**

Turizm alanında önemli bir potansiyele sahip olan Kazakistan bu potansiyeli değerlendirmek üzere Türkiye, İran, Çin, Moldova, Macaristan, İsrail, Kırgızistan ve Mısır gibi birçok ülke ile işbirliği içine girmiştir. Kazakistan’ın iktisadi yapısındaki olumlu gelişmeler yurt dışı seyahat faaliyetlerinde ve se-

<sup>12</sup> T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı 2010-2014 Dönemi Stratejik Planı, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Ankara 2010, s. 58-62; T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı’nun 2015-2019 Dönemi Stratejik Planı, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Ankara 2015, s. 70, 74, 76.

<sup>13</sup> RG, 16.04.2003, S. 4848.

<sup>14</sup> RG, 13.01.2007, S. 26402.

<sup>15</sup> RG, 04.11.2004, S. 25633.

<sup>16</sup> Türkiye Turizm Stratejisi 2023, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Ankara 2007, s. 24.

<sup>17</sup> “TÜRKSOY”, <https://www.turksoy.org/tr/turksoy/about>.

<sup>18</sup> “Türk Konseyi”, <http://www.turkkon.org/tr-TR/AnaSayfa>.

<sup>19</sup> Mehmet Seyfettin Erol - Kadir Ertaç Çelik, “Türk Dünyası’nda İşbirliği Denemesi: Türk Keneşi ve Kazakistan”, *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi*, 17/2, Kış 2017, s. 23, 27.



yahat harcamalarında da düzenli bir artışı beraberinde getirmiştir.<sup>20</sup> Ülkede turizm işleri ile iştigal eden en yetkin resmî organ durumunda olan “*Turizm Komitesi*” turizmin ülke iktisadındaki etkinlik derecesinin artışıyla önce Ulaşım ve İletişim Bakanlığı’na, sonra Spor Bakanlığı’na bağlanmış, nihayetinde 2014’te Sanayi ve Gelişme Bakanlığı’nın bünyesine dahil edilmiştir.<sup>21</sup>

Kazakistan’ın SSCB hâkimiyetinde kaldığı süre içinde Kazak halkının Türkiye hakkındaki düşüncelerinin söz konusu devlet tarafından planlı bir şekilde yürütülen siyasi ve jeopolitik yaklaşımlar çerçevesinde şekillendirildiği görülmektedir. Türkiye, Ruslar tarafından düşman, sömürgeci, geri kalmış, sorunlu bir ülke olarak tanımlanmıştır. Moskova’nın hâkimiyetinde olduğu dönemde uygulanan baskı politikası neticesinde Kazak Türkleri’nin Türkiye hakkında olumlu bir bilgi ile karşılaşmaları neredeyse imkansız hale gelmiş, Türk yazar ve akademisyenlerin eserlerinin eğitim programlarında yer almasından olabildiğince imtina edilmiştir. Planlı bir şekilde Kazak Türkleri’nin zihinlerine işlenen bu yargıların yanı sıra Kazakistan’da günümüzde bile birçok akademik çalışmanın Rusya merkezli kaynaklar üzerinden yürütülmesi Türkiye hakkında Kazak halkının nesnel ve güvenilir kaynaklara ulaşmasını zorlaştırmıştır.<sup>22</sup> Kazakistan’da Türkiye ve Türkler hakkındaki algıyı ölçmek üzere 2012’de yapılan bir araştırmaya göre Kazak halkında Türkiye’ye karşı duyulan sempati oranının %57 olduğu, bu oran ile Türkiye’nin sempati duyulan ülkeler arasında 7. sırada orta düzeyli olarak yer aldığı ortaya çıkmıştır. Kültürel bağların iki ülkenin yakınlaşması açısından olumlu bir rol oynadığı ve Türkiye’ye gelmiş ya da Türkleri tanıyan Kazak halkında olumlu algı oranının yüksek olduğu da araştırma sonuçları arasında yer almıştır. Bu durum esas olarak Kazakların Türkiye hakkındaki olumsuz algılarının gözlem ve tecrübelerden çok ön yargılara dayandığına ve temel olarak Türkiye’yi çok da iyi tanımadıklarına işaret etmiştir.<sup>23</sup> Kazak halkının Türkiye’ye dair bilgilerinin kısıtlı ve sorunlu olduğuna işaret eden bu araştırma sonuçlarına karşın ilerleyen süreçte bu sorunların büyük ölçüde çözüldüğü anlaşılmaktadır. Nitekim 2017’de Kazakistan’da Türkiye’ye yönelik turistik imajın ve ziyaret eğiliminin belirlenmesi için yapılan bir araştırmaya göre Türkiye’nin Kazak halkı nezdinde imajının yüksek derecede olumlu olduğu, bu olumlu imajın Türkiye’yi ziyaret etmiş Kazak turistlerde daha yüksek seviyede bulunduğu görülmüştür. Kazak turistlerin Türkiye imajını besleyen en etkili bilgi kaynaklarının arkadaş, meslektaş ve akraba çevresi ile Türk filmleri ile televizyon dizilerinin olduğu, kıyı turizminin Kazak turistleri Türkiye’ye seyahate sevk eden başlıca

<sup>20</sup> Abdulvahap Kara - Okan Yeşilot, *Avrasya’nın Yükselen Yıldızı Kazakistan*, İstanbul Ticaret Odası, İstanbul 2011, s. 166-169.

<sup>21</sup> Nurzhan Abishov - Kurban Ünlüönen, “Kazakistan Turizminin Mevcut Durumu ve Gelişme Perspektifleri”, *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, Cilt: 4, Sayı: 8, 2016, s. 102.

<sup>22</sup> Mehmet Arslan, “Kazakistan’da Türkiye Algısı ve Bu Algının Türkiye-Kazakistan İlişkilerine Etkisi”, *Kazakistan-Türkiye İlişkilerinin Geleceği Uluslararası Sempozyumu Bildiriler (Almatı/ 1-2 Kasım 2013)*, Yay. Haz.: Hüseyin Tosun - M. Fatih Zengin, AKDITYK Atatürk Araştırma Merkezi, Ankara 2015, s. 156-160.

<sup>23</sup> Salih Akyürek - M. Sadi Bilgiç, *Kazakistan’da Türkiye ve Türk Algısı*, Rapor No: 44, Bilge Adamlar Stratejik Araştırmalar Merkezi, Ankara 2012, s. 56.

sebepler arasında yer aldığı tespit edilmiştir.<sup>24</sup> Kazakistan'ın bağımsızlığını kazanmasıyla Türkiye ile birçok alanda olduğu gibi turizm alanında da tesis edilen ilişkilerin hızlı bir gelişim çizgisi izlediğini söyleyebiliriz. Türkiye'nin uluslararası siyasetteki nüfuzunun, Türk televizyon dizi ve filmlerinin Türkiye imajının Kazakistan'da olumlu yönde değişmesinde önemli bir rol oynadığını ifade etmek mümkündür.<sup>25</sup>

BMDTÖ'nün istatistik verilerine göre, Kazakistan'a Türkiye'den turist olarak giden ziyaretçi sayısı 2011'de 60.728 iken, bu sayı 2015'te 106.301'e çıkmıştır.<sup>26</sup> Buna karşılık, Kazakistan'dan Türkiye'ye yönelik güncel turistik eğilimleri anlamaya yönelik olarak Türkiye İstatistik Enstitüsü (TÜİK)'nin resmî turizm istatistikleri ile “Kazakistan 2017 Yılı Turizm Pazar Raporu” oldukça bilgi vericidir.

**Tablo-1: Türk Cumhuriyetleri'nden Türkiye'ye Giriş Yapan Turist Sayısı (2006-2017)**

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

Kaynak: <http://www.tuik.gov.tr/>, (15.02.2018)

TÜİK'in verilerini kapsayan yukarıdaki tablo incelendiğinde, Türk Cumhuriyetleri'nden Türkiye'ye gelen turist sayısında önceliği Azerbaycan'ın çektiği, bu konuda ikinci sırayı ise Kazakistan'ın aldığı görülmektedir. Buna göre, Türkiye'ye Kazakistan'dan gelen turist sayısı 2014'e kadar hızlı bir yükseliş göstermiştir. 2015'te bir önceki yıla göre kısmi, 2016'da ise 2015'e göre büyük oranlı bir düşüş söz konusudur. Bunda Türkiye'yi tehdit eden ve söz konusu dönemde şiddetini artıran terör hareketleri hiç şüphe yok ki ciddi bir etkiye sahip olmuştur. Buna karşılık 2017'de 2016'ya göre %50'den fazla oranda bir artıştan söz etmek mümkündür.

<sup>24</sup> Bilgehan Gülcan ve Diğerleri, “Orta Asya Türk Devletlerinde Türkiye'nin Turistik İmajı: Kırgızistan ve Kazakistan'da Bir Alan Araştırması”, *Bilgi*, Sayı: 81, 2017, s. 127-129.

<sup>25</sup> Arslan, *a.g.b.*, s. 156-160.

<sup>26</sup> *Yearbook of Tourism Statistics Data 2011-2015*, UNWTO Publications 2017 Edition, Spain 2017, s. 423.



2017 yılı verilerini değerlendiren “Kazakistan Turizm Pazar Raporu”ndan elde edilen bilgilere göre; tatil yapma, eğlenme, alışveriş yapma eğilimi yüksek olan Kazak vatandaşlarının turizm amaçlı seyahatleri için tercih ettikleri ülkeler arasında Türkiye ilk sırada bulunmaktadır. Türkiye’yi Birleşik Arap Emirlikleri, Tayland, Almanya ve Çek Cumhuriyeti gibi ülkeler takip etmektedir. Ortalama tatil süreleri bir hafta ile 10-15 gün arasında değişen Kazak turistler tarafından tercih edilen konaklama türü olarak 4-5 yıldızlı oteller öne çıkmakta, bunun yanı sıra tatil köyleri de ilgi görmektedir. Kazakistan vatandaşlarını Türkiye’ye seyahate teşvik eden unsurlar arasında, iki ülke arasındaki tarihi ve kültürel bağların yanı sıra tur paketi fiyatlarının cazipliği, “her şey dâhil tatil uygulaması”nın sağladığı imkanlar ve vize kolaylıkları önemli rol oynamaktadır. Türkiye’ye gelen Kazak turistlerin öncelikli olarak tercih ettiği tatil dönemi Mayıs ve Eylül ayları arası, tatil türleri deniz-kum-güneş turizmi olarak adlandırılan kıyı turizmi ile alışveriş turizmi, tatil yeri ise Antalya, İstanbul ve Marmaris-Bodrum bölgeleridir. Seyahat ihtiyaçlarını karşılamak üzere Türk Hava Yolları (THY) tarafından Türkiye’ye Almatı’dan haftada 10, Astana’dan 5 sefer yapılmaktadır.<sup>27</sup> Kazakistan-Türkiye arasında seferlere ilk olarak 1992 yılı Mayıs ayında başlayan THY’nin<sup>28</sup> iki ülke arasındaki turistik hareketliliğin her geçen yıl artmasında önemli bir rol oynadığını söyleyebiliriz. Sağlık turizmi amacıyla her sene 250-300 bin civarında Kazak vatandaşının yurt dışına çıktığı bilinmekle birlikte, bu konudaki tercih sıralamasında Türkiye’nin İsrail, Almanya, Güney Kore ve Çin’den sonra geldiği görülmektedir. Konuya ilişkin olarak, T.C. Sağlık Bakanlığı’nın 2016 yılına ait bir raporunda; acentelere, doktorlara, yöneticilere ve halka yönelik olarak yürütülecek etkin bir tanıtma ve imaj çalışması ile Türkiye’ye sağlık turizmi için gelen Kazak turist sayısında ciddi bir artışın mümkün olabileceğinin belirtilmesi<sup>29</sup> dikkate alınması gereken bir sonuç olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu gelişmelerle birlikte ticari, tarihi ve kültürel bir değer olarak İpek Yolu’nun tekrar faaliyete geçirilmesi fikri iki ülke arasındaki turistik hareketliliği de tetikleyecek özelliklere sahiptir. Yol boyunca atıl durumda olan tarihi ve kültürel yapıların yeni işlevler kazandırılarak canlandırılması çalışmaları gündeme gelmiş durumdadır.<sup>30</sup> Bu anlamda Kırgızistan, Kazakistan, Azerbaycan ve Türkiye üzerinde canlandırılması planlanan ve söz konusu devletlerin turizm teşkilatları tarafından desteklenen “Modern İpek Yolu Ortak Tur Paketi Projesi” ile söz konusu ülkelerdeki zengin kültürel ve tarihi izlerin takip edilmesi de<sup>31</sup> diğer ülkelerle birlikte Türkiye ile Kazakistan arasındaki turistik

<sup>27</sup> Kazakistan 2017 Yılı Turizm Pazar Raporu, Astana Kültür ve Tanıtma Müşavirliği, Astana 2018, s. 6.

<sup>28</sup> Saule Nursapayeva, Kazakistan’da Hava Yolu Ulaşımı ve Turizm, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2014, s. 104.

<sup>29</sup> Sezer Akarcalı, Tüm Yönleriyle Sağlık Turizmi Kazakistan Ülke Raporu, T.C. Sağlık Bakanlığı Sağlık Geliştirilmesi Genel Müdürlüğü, Ankara 2016, s. 48, 64.

<sup>30</sup> Zhamilya Zhilkaidarova, Kazakistan’da Turizm: Turist Tercihlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2008, s. 47-48.

<sup>31</sup> “Modern İpek Yolu Ortak Tur Paketi 2017”, <http://www.turkkon.org/tr>.

ilişkilerin gelişmesine ve iki ülke halkı arasındaki olumlu imajın pekiştirilmesine katkı sağlayacak mahiyettedir.

### **Türkiye'nin Kazakistan'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 sunmaktadır. Bu fuarlar ayrıca tanıtma faaliyetlerini daha etkin kılmak üzere yeni stratejiler belirleme ve turizm alanındaki rakip ülkeler ile şirketleri daha yakından tanıma imkanı sağlamaktadır. Türkiye tarafından yapılan turistik tanıtım ve propaganda faaliyetlerinin de önemli bir mecrasını teşkil eden bu etkinlikler vesilesiyle Türkiye'nin tarihi 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 işbirliği çerçevesinde ve yurt dışındaki temsilcilikler aracılığıyla olmak üzere 56 ülkede toplam 112 turizm fuarına katılım sağlandığı görülmektedir.<sup>32</sup> Bakanlıkça iştirak edilen veya desteklenen yurt dışı 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 hususlarında Bakanlık tarafından desteklenebilmektedir. Benzer şekilde turistik tesis ya da bölge tanıtımı yapan söz konusu işletme ve kuruluşların, yurt dışında 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>33</sup>

Türkiye'nin de iştirakiyle dünyanın çeşitli ülkelerinde düzenlenen söz konusu fuarlara yönelik iş ve işlemlerde standart uygulamalar söz konusudur. Stantlar fuarlarda tanıtıma yönelik en çarpıcı unsurlar durumundadır. Bu nedenle stantların şekli ve içeriğine özel bir önem verilmektedir. Son yıllarda Türkiye standında ülke imajına ve "Turkey.Home" tanıtım kampanyasına uygun bir tasarım söz konusu olmuştur. Stantlarda fuar süresince yetkililer ile ziyaretçilerin iletişim ve etkileşimini artırmak ve çağdaş esaslar dahilinde tanıtım faaliyetlerinde bulunmak amacı doğrultusunda gerekli hazırlıklar yapılmaktadır. Türkiye'nin imaj kampanyasını destekleyen anlayış ve içeriklerin yansıtıldığı özel tasarımlı stantlarda görsel öğelere ağırlık verilmekte, büyük

<sup>32</sup> "Bakanlıkça 2017 Yılında İştirak Edilecek Uluslararası Fuarlar", <http://tanitma.kultur.gov.tr/fuar-takvimi.html>.

<sup>33</sup> RG, 14.11.2010, S. 27759; KTB Genelge, 2014, [www.kultur.gov.tr/yurtdisi-fuar-ve-tanitim-destegi.html](http://www.kultur.gov.tr/yurtdisi-fuar-ve-tanitim-destegi.html).

ekranlar vasıtasıyla Türkiye'yi tanıtıcı filmler gösterilmektedir. Tanıtıcı sloganları ve logoları içeren ışıklı pano, pankart (banner) ve afiş (rollup) gibi materyaller ile Türkiye'nin turistik yerlerinin fotoğrafları ziyaretçilerin dikkatine sunulmaktadır. Tanıtım faaliyetlerinin etkinliğini artırmak amacıyla ziyaretçilere Türkiye'nin turistik değerleri, konaklama tesisleri ile ülkedeki turizm çeşitleri, seyahat imkanları ve turistlere sağlanan kolaylıklar hakkında bilgi verilmektedir. Stantlarda ziyaretçilere broşür, prospektüs, afiş, tanıtım CD'si gibi dokümanlar ile Türkiye logolu tişört, şapka, not defteri, kalem, anahtarlık gibi hediyelik eşyalar da dağıtılmaktadır. Türk kahvesi, ayran, lokum ve baklava gibi Türk kültürüne özgü içecek ve yiyeceklerin ikramı Türkiye stantlarının özgün yönlerinden birini teşkil etmektedir. Fuar esnasında Türkiye standına ilgiyi artırmak üzere halk oyunları gösterileri, muhtelif sanatçılar tarafından Türk el sanatları ile ebru sanatı icra edilmektedir.<sup>34</sup>

Kazakistan'da Türkiye'nin Kültür ve Tanıtma Müşavirliği aracılığıyla her sene düzenli olarak iştirak ettiği iki önemli turizm fuarı düzenlenmektedir. Bunlardan biri Almatı'da Atakent Uluslararası Fuar Merkezi'nde 2000 yılından itibaren her yıl Nisan ayında 3 günlük bir etkinlik olarak gerçekleştirilen "Kazakistan Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı/KUTSF" (Kazakhstan International Tourism and Travel Fair), diğeri ise Eylül veya Ekim aylarında düzenlenen "Astana Tatil/Eğlence Uluslararası Turizm Fuarı (AT/EUTF)" (Astana Leisure International Tourism Exhibition)'dir.

Merkezi Asya'nın en büyük turizm etkinliği durumunda olan "Kazakistan Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı", Kazakistan'daki ve dünya sathındaki turizm ve seyahat acente temsilcilerini bir araya getiren önemli bir etkinlik olarak dikkat çekmektedir. Turizm sektörüne yönelik tanıtım ve bilgilendirme faaliyetleri, seminerler ve eğitim programları fuarın başlıca faaliyetleri arasında yer almaktadır. Turistik ürün satışlarının artması ve turizm pazarlarının genişletilmesi hususlarında olumlu bir etkiye sahip olan söz konusu fuar vasıtasıyla dünyanın önde gelen tatil beldeleri ve turizm hizmetleri tanıtılmakta, ziyaretçilerle yetkililer arasında atölyeler ve "etkileşimli/interaktif forum"lar aracılığıyla etkin bir iletişim imkanı sunulmaktadır. Bunun yanı sıra sağlık turizmi konusunda ihtisaslaşmış durumda olan fuar katılımcılara sigorta şirketleri, seyahat acenteleri, konaklama tesisleri, hayır kurumları, yabancı sağlık kurumları ile doğrudan iletişime geçme ve işbirliği geliştirme imkanı tanınmaktadır. Bütün bu faaliyetler doğrultusunda fuar, Kazakistan'daki turizm sektörü kadar, sağladığı imkan ve fırsatlarla Türkiye'deki turizm sektörünün gelişimine de hizmet etmektedir.<sup>35</sup>

2013'e kadar 200 metrekairelik bir stant alanıyla katılım sağlanan söz konusu fuara Türkiye'ye yönelik ilginin her geçen yıl daha da artmasıyla söz konusu tarihten itibaren 212,5 metrekairelik bir alanla katılım sağlanmıştır.

<sup>34</sup> KTB Arş., 12.03.2013, S. 50090; 16.01.2014, S. 11617; 20.02.2014, S. 35988; 13.03.2014, S. 50924; 20.03.2014, S. 55931; 20.03.2014, S. 593324; 12.2014, S. 249306; 02.12.2014, S. 231548; 19.04.2016, S. 74903.

<sup>35</sup> "Kazakhstan International Tourism Fair", <http://kitf.kz/en/>.

KUTSF'ye yönelik olarak yukarıda temas ettiğimiz genel fuar faaliyetlerine ek olarak belirtilebilecek özgün özelliklere temas etmekte fayda vardır. KUTSF'de 2012'den itibaren "*partner ülke*" uygulaması başlatılmış ve fuar idaresi tarafından Kazakistan'a partner ülke olması hususunda ilk teklif Türkiye'ye yapılmıştır.<sup>36</sup> 2012'deki fuara "*partner ülke*" statüsü ile Astana KTM aracılığıyla iştirak edilmiştir. Fuar öncesinde Kazak halkının turizm taleplerine yönelik pazar araştırması yapılmış ve bu suretle hedef kitlenin turizm tercihleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Ayrıca pano, dijital ekran, yazılı basın ve afiş reklamları ile fuarın resmî sergi kataloğunun ön yüzünde ve iç kısmında renkli tam sayfa Türkiye reklamlarına yer verilmiş, fuarın açılış töreninde, "*web sitesi*"nde, "*VIP locası*"nda, internet kahvesinde ve basın bülteninde Türkiye'yi tanıtıcı reklamlara yer verilmiştir. Fuarın tanıtım organizasyonu kapsamında Kazakistan'dan Türkiye'ye yönelik seyahat organize eden seyahat operatörleri, acenteleri ve hava yolu şirketlerinin yetkilileri, Kazakistan'ın önde gelen medya mensupları ile Kazakistan Turizm Birliği yetkililerinin de davet edildiği "*Partner Ülke Türkiye Gecesi*" düzenlenmiştir. Etkinlik münasebetiyle katılımcılara Türk mutfağına özgü yiyecekler ikram edilmiş, gece boyunca Türkiye'yi tanıtıcı filmlerin gösterimi yapılmıştır. Yine etkinlik programı çerçevesinde, "*goturkey.com turizm portalı*"nda yer alan "*bunları biliyor musunuz?*" bölümünden uyarlanan Rusça el kitabı fuar açılış yemeğinde katılımcılara ve fuar esnasında ise ziyaretçilere dağıtılmıştır. Al Farabi Kazak Milli Üniversitesi'nde düzenlenen bir konferans münasebetiyle Akdeniz Üniversitesi'nden bir öğretim görevlisi tarafından ebru sanatı hakkında bir sunum yapılmıştır.<sup>37</sup>

Benzer etkinlikler kapsamında, 2015'te "*Çanakkale Kara Savaşları'nın 100. Yıl Dönümünü Anma Törenleri*" çerçevesinde konuya ilişkin farkındalığı artırmak için Türkiye standında "*Çanakkale Anma Köşesi*" oluşturulmuştur.<sup>38</sup> 2016 yılındaki fuar faaliyetleri kapsamında, ziyaretçilerin hafızasında Türkiye ile ilgili güzel bir anı oluşturmak üzere Türkiye görseli önünde fotoğraf çekimi yapılmış, bu fotoğraflar eşzamanlı olarak ziyaretçilerin elektronik posta adreslerine gönderilmiştir. Fuarın resmî açılış programı sırasında standı ziyaret eden Kazak yetkililere Türkiye'yi simgeleyen laleler hediye edilmiştir. Türkiye logolu balon tasarlanmış, "*çiçek ve çocuk*" temasıyla düzenlenen "*Antalya Expo 2016*" fuarına dikkat çekmek üzere maskot olarak belirlenen yöresel elbiseli Ece ve Efe adlı iki çizgi film karakterine ait reklam görselleri yayımlanmıştır.<sup>39</sup> 2017 de ise Türk müziği icrası fuarda farkındalık yaratmaya yönelik çalışmalar arasında yer almıştır.<sup>40</sup>

Kazakistan'da Türkiye'nin iştirak ettiği diğer bir önemli turizm fuarı başkentte düzenlenen AT/EUTF olmuştur. Fuar, son yıllarda artan taleple bir-

<sup>36</sup> KTB Arş., 05.07.2012, S. 142739.

<sup>37</sup> KTB Arş., 18.04.2012, S. 85850 82; 26.01.2012, S. 20678; 22.03.2012; S. 63687; 10.04.2012, S. 79106; 04.04.2012, S. 74895; 02.04.2012, S. 74892.

<sup>38</sup> KTB Arş., 13.04.2015, S. 72093.

<sup>39</sup> KTB Arş., 19.04.2016, S. 74903; 19.04.2016, S. 74903.

<sup>40</sup> KTB Arş., 13.04.2017, S. 74825.

likte turizm endüstrisi yetkilileri için ciddi bir buluşma yeri haline gelmiştir. Fuardaki tanıtım stantları vasıtasıyla ziyaretçilere dünya sathındaki turistik yerlerin canlı birer örneği sunulmakta, yazılı ve görüntülü reklam faaliyetleri, yarışmalar ve kültürel gösteriler ziyaretçiler tarafından ilgiyle takip edilmektedir. Kazakistan'daki varlıklı orta sınıfın özellikle kış mevsiminde ülkeden çıkma eğiliminde olması nedeniyle, sonbahar aylarında düzenlenen ve kış turizmine yönelik yerlerin ve faaliyetlerin ön plana çıkarıldığı söz konusu fuar bu yönüyle de turizm sektörü tarafından ilgi görmektedir.<sup>41</sup> Her sene ortalama 3 binden fazla ziyaretçiye sahip olan fuarda turizm ile ilgili konularda seminerler düzenlenmekte, ziyaretçilere avantajlı tatil imkânları sunulmaktadır. Turizm endüstrisinin yeni ürünleri ile hizmetlerini potansiyel tüketicilerle tanıştırmak, uluslararası Kazak, Orta Asya, Rusya ve Kafkas turizm şirketleri ile iş bağlantıları kurmak, turizm alanındaki güncel gelişmeler, piyasa koşulları ve rakiplerin durumu hakkında bilgi edinmek üzere fuar ziyaretçilere uygun bir zemin hazırlamaktadır. Kazakistan Cumhuriyeti Yatırım ve Kalkınma Bakanlığı ile Astana Belediyesi tarafından resmî olarak desteklenen fuarda ulusal ve bölgesel turizm örgütleri, seyahat operatörleri ve acenteleri, havayolu kuruluşları, konaklama tesisleri, ticaret birlikleri ile sigorta, bankacılık ve bilgi teknolojileri hizmetlerine yönelik kuruluşlar da yer almaktadır.<sup>42</sup>

Bu fuara daha küçük çaplı bir stant alanı ile katılım sağlayan Türkiye'nin yetkilileri tarafından yukarıda değindiğimiz klasik tanıtım ve propaganda çalışmalarını icra edilmiştir. Bunun dışında 6-8 Ekim 2009 tarihlerindeki fuar ile Astana'da aynı tarihlerde yapılan Dünya Turizm Örgütü'nün 18. Genel Kurul Toplantısı'nın bir arada değerlendirilmesi gibi gelişmelere de şahit olunmuş, bu nedenle fuara olan ilginin daha da arttığı dönemler olmuştur.<sup>43</sup>

### **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, famtrip) 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.

<sup>41</sup> "Astana Leisure", <http://www.ite-exhibitions.com/events/astana-leisure>.

<sup>42</sup> "Astana Leisure", <https://www.leisure.kz/ru/vystavka/o-vystavke>.

<sup>43</sup> KTB Arş., 01.10.2009, S. 187150; 12.08.2009, S. 155839; 13.08.2010, S. 172689; 21.09.2010, S. 196294; 21.09.2010, S. 196288; 05.07.2011, S. 142746; 31.05.2012, S. 121057; 02.08.2012, S. 172103; 12.06.2013, S. 114547; 13.09.2013, S. 178629; 09.09.2013, S. 174696; 18.06.2014, S. 118364; 25.07.2014, S. 147638; 15.01.2014, S. 11612; 13.07.2015, S. 136015; 24.12.2014, S. 249306; 16.09.2015, S. 179026.

Ağırlamaların şekli ve programı misafirlerin mesleklerine, faaliyet alanlarına ve taleplerine göre şekillenebilmektedir. İncelediğimiz dönem içindeki kayıtlar dikkate alındığında, Türkiye'ye gelen Kazak 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.<sup>44</sup>

Bu suretle, Kazakistan medyasının tanınmış isimleri Türkiye'de ağırlanan misafirler arasında yer almıştır. Kazakistan'ın önemli yayın organlarından Almatı TV'de yayınlanan “*Gezginin Günlüğü*” isimli programda İstanbul'un tanıtımı amacıyla çekimler yapmak üzere 2009'da iki program yapımcısı Almatı Kültür ve Tanıtma Müşavirliği'nin desteğiyle İstanbul'da ağırlanmıştır.<sup>45</sup>

Kazakça, Rusça ve İngilizce yayın yapan ve Kazakistan'ın en çok izlenen ulusal televizyon kanallarından biri olan Kazakh TV'de program yönetmeni Dimitri Toporov, yapımcı Dilşat İminov, kameraman Vitaly Maltsev ve gazeteci Alina Kirilovskaya Türkiye'ye yönelik çekimleri için ağırlanan isimler arasında yer almıştır. Söz konusu isimler, Kazakh TV'de “*Stilyagi*” adlı yaşam tarzı programının seyahatler bölümü için Batı Anadolu'ya yönelik çekim yapmak üzere 2009'da İstanbul, Muğla, Aydın ve İzmir'de<sup>46</sup> 2010 yılı içinde Güney ve Güneydoğu Anadolu'ya yönelik çekimler için İstanbul, Mardin, Şanlıurfa, Adıyaman, Gaziantep, Antakya, Adana'da,<sup>47</sup> İstanbul ve Karadeniz Bölgesi ile ilgili bir program hazırlamak üzere İstanbul ile Bolu, Karabük, Amasra, Sinop, Samsun, Trabzon, Rize, Artvin'de<sup>48</sup> ve 2012'de Kazakistan halkına tarihi ve turistik yerleri şehirleri tanıtmak üzere hazırlanan bir program için İstanbul, Bursa, Çanakkale ve İzmir'de Bakanlık misafiri olarak ağırlanmışlardır.<sup>49</sup> Aynı kanaldan Cengiz Kirabayev ile Azat Rystanbekov adlı programcılar “*Kader ve Kader Dersleri*” adlı belgesel programın çekimleri için İstanbul, Konya ve Ankara'da 2010'da,<sup>50</sup> “*Gezgin*” adlı seyahat programından 3 kişilik bir ekip ise Türkiye'nin kültürel ve tarihi değerleri ile doğal güzelliklerinin ön plana çıkarıldığı 4 bölümlük bir program çekimi için İstanbul, Çanakkale, Balıkesir ve İzmir'de 2011'de misafir edilmişlerdir. Bu misafirlerin Bakanlığa bağlı müze

<sup>44</sup> RG, 12.08.2005, S. 25904.

<sup>45</sup> KTB Arş., 11.02.2009, S. 127661.

<sup>46</sup> KTB Arş., 16.09.2009, S. 179090.

<sup>47</sup> KTB Arş., 19.03.2010, S. 158659.

<sup>48</sup> KTB Arş., 09.06.2010, S. 121439.

<sup>49</sup> KTB Arş., 28.03.2012, S. 68949.

<sup>50</sup> KTB Arş., 05.07.2010, S. 142353.



ve ören yerleri ile diğer özel müze ve sarayları ziyaret etmeleri ve çekim yapımları temin edilmiştir.<sup>51</sup>

UNESCO Dünya Miras Listesi'ne alınan Divriği Ulu Camii ve Darüşşifası konusunda Sivas Valiliği tarafından 2012 yılı Haziran ayında düzenlenen "Dünya Mirasının 40. Yılında 40 Ülke İle Sivas Buluşması Etkinliği"ne katılmak üzere Türkiye'ye gelen UNESCO Almatı Ofisi Uzmanı Yuri Peshkov ile Kazakh TV muhabiri Dinara Bolatbekkyzy ve kameraman Zhanabay Akhmetov Türkiye'de misafir edilen önemli isimler arasında yer almıştır.<sup>52</sup> Aynı yıl içinde, TRT Avaz Koordinatörlüğü ile Tanıtma Genel Müdürlüğü'nün işbirliği ile TRT Avaz kanalındaki "Yaz Sohbetleri" programına katılmak üzere Kazakistan'dan Türkiye'ye gelen 3 sanatçı İstanbul'da ağırlanmıştır.<sup>53</sup>

Eskişehir'de 2013 yılı Aralık ayında düzenlenen "Türkvizyon Şarkı Yarışması"na iştirak ederek, Eskişehir'in tanıtımına katkıda bulunmak üzere Astana TV ve Orda FM Haber Koordinatörü İbrahim İlham, kameraman Dishat Iminov, Muzzone TV kanalı müdürü Adilzhan Sadykov, Adam Media Group Halkla İlişkiler Uzmanı Toryn Abushakman ile Dinara Mazhenova'dan oluşan bir grup Eskişehir'de misafir edilmiştir. Söz konusu medya mensuplarının ağırlama sonucundaki gezi izlenimleri Kazakistan'ın çeşitli dergilerinde ve internet sitelerinde yayınlanmıştır.<sup>54</sup> Türk Dünyası Kültür Başkenti olması nedeniyle aynı yıl Mart ayında yine Eskişehir'de düzenlenen etkinliklere Kazakh TV'den Dimitri Toporov, Alina Kirilovskaya ve Yelena Kovardakova, Tengri News gazetesinden Roza Esenkulova, Khabar TV'den Olga Nagaeva ve Shuiskiy Sergey adlı medya mensupları katılmış ve bu misafirler KTB'nin misafiri olarak ağırlanmışlardır.<sup>55</sup>

Kazakistan Genç Film Yapımcıları Birliği'nin Türkiye'de denizi görmek isteyen engelli bir kızı konu alan ve özel ihtiyaçları olan engellilere dikkat çekmeyi amaçlayan "Kız ve Deniz" adlı sosyal film projesi kapsamında Türkiye'de çekecekleri filmin oyuncularını ve çekim ekibi 2015'te İstanbul ve Antalya'da konaklamışlar, bu etkinliğe Türkiye'de bir konaklama tesisi ile Astana KTM tarafından destek sağlanmıştır.<sup>56</sup>

Türkiye'nin tanıtım faaliyetlerini desteklemek üzere, Kazakistan'daki televizyon programcı ve yapımcılarının yanı sıra gazeteciler, dergi yazarları ve blogcular da Türkiye'de ağırlanan misafirler arasında yer almıştır. Buna örnek olmak üzere İstanbul Alışveriş Festivali konusunda farkındalık yaratmak ve bu vesileyle İstanbul'u ve bu şehirdeki alışımlarını tanıtmak amacıyla Kazakistan'ın önemli moda ve tarz sitesi olan "www.the-look.ru" sitesinden iki blogcu ve düzenlenen bir yarışma programı sonucunda birinciliği kazanan bir yarışmacı bu amaçlar doğrultusunda 2012'de yılı Mayıs ayı içinde,<sup>57</sup> aynı

<sup>51</sup> KTB Arş., 25.05.2011, S. 111676.

<sup>52</sup> KTB Arş., 25.05.2012, S. 116513.

<sup>53</sup> KTB Arş., 22.08.2012, S. 184984.

<sup>54</sup> KTB Arş., 12.12.2013, S. 238482.

<sup>55</sup> KTB Arş., 04.03.2013, S. 44233.

<sup>56</sup> KTB Arş., 09.04.2015, S. 69738.

<sup>57</sup> KTB Arş., 26.04.2012, S. 92491.

sitenin yazarlarından Janar Begimbayeva ile Sultan Makajanov 2013'te,<sup>58</sup> Astana'dan 3 basın mensubu ise 2014'te İstanbul'da KTB'nin konuğu olarak ağırlanmışlardır.<sup>59</sup> Ankara Alışveriş Festivali'nin Kazakistan'da tanıtılması amacıyla da "Jenşina: Vostok-Zapad" dergisi baş editörü Svetlana Lyssenko ile "Mini" dergisi muhabiri Maria Balakina'nın da içinde yer aldığı medya mensupları 2012'de Ankara'da misafir edilmiştir.<sup>60</sup>

Kazakistan'da faaliyet gösteren 50.000 baskı sayılı "Let'sgo" adlı seyahat ve turizm dergisinin baş editörü Natalia Sokolova İzmir'de, Kazakistan'da ulusal yayın yapan ASTANA TV, KHABAR TV, KTK TV kanallarından üç programcı, "Cosmopolitan", "Time Out", "Tengri" dergilerinden iki yazar ve "Argument-yi Faktı" dergisinden bir yazar ile bir fotoğrafçı Türkiye'de,<sup>61</sup> Kazakistan'ın önemli görsel ve yazılı basın yayın kuruluşlarında görev yapan ve ağırlıklı olarak genel yayın yönetmenlerinden oluşan 10 kişilik bir basın kafesi "23. Uluslararası Konaklama, Ağırılama, İkrâm Sektörü Ekipmanları ve Dekorasyonu İhtisas Fuarı"na katılmak üzere Antalya'da 2012'de<sup>62</sup> Kazakistan'da yayınlanan "Magazine Central Asia" ve "Tranzit.kz" dergilerinden Altnay Botabekova ile Kenzhebay Togubayev adlı gazeteciler İzmir Expo 2020 adaylığının ve bölgenin tarihi, turistik ve kültürel değerlerinin tanıtılması amacıyla 2013'te Türkiye'de KTB'nin konuğu olarak ağırlanmışlardır.<sup>63</sup> Aynı yıl Astana KTM, THY ve Kazak-Türk İşadamları Derneği'nin işbirliğiyle, Kazakistan'ın Astana şehrinden 12 kişilik basın grubu İstanbul ve Muğla'da turistik, kültürel, doğal ve tarihi mekânlarında gezdirilmiş ve misafir edilmişlerdir.<sup>64</sup> Kazakistan hava yolu şirketi Air Astana'nın 33 bin baskı sayılı uçak içi dergisi "Tengri"den gazeteci Azihan Kusainova, Astana ve Almatı'da yayınlanan 10 bin baskı sayılı tanınmış magazin dergisi "Time Out"dan gazeteci Ksenia Mikhaylova, Kazakistanlı ünlü oyuncu Sanjar Madijev ile Kazakistanlı yönetmen Ulzhan Kuldauova İstanbul'da Bakanlıkça ağırlanmış ve bu isimlerin aynı yıl içinde düzenlenen "İstanbul Film Festivali"ne katılmaları sağlanmıştır.<sup>65</sup> 2014'te Astana'dan bir baş editörüyle kameraman Eskişehir'in, Konya'nın ve UNESCO Kültür Mirası Listesi'nde yer alan Cumalıkızık'ın tanıtılması ve buralardaki turizm çeşitleri hakkında farkındalık yaratılması amacıyla Bakanlık konuğu olarak ağırlanmışlardır.<sup>66</sup> 2016'da "National Geographic Kazakhstan"ın genel yayın yönetmeni Maksat Adilkhanov ile aynı dergiden gazeteci Zhanna Kushe-tova Antalya'da ağırlanmış, ayrıca Expo Antalya ile müze ören yerleri ziyaretleri, tekne turları ve teleferik seyahatleri gerçekleştirilmiştir. İstanbul Üniversitesi Avrasya Enstitüsü'nün çalışmalarıyla düzenlenen "Türk Dünyası Sinema

<sup>58</sup> KTB Arş., 30.05.2013, S. 105917.

<sup>59</sup> KTB Arş., 04.06.2014, S. 108706.

<sup>60</sup> KTB Arş., 09.05.2012, S. 102424.

<sup>61</sup> KTB Arş., 26.01.2012, S. 19961.

<sup>62</sup> KTB Arş., 12.01.2012, S. 9830.

<sup>63</sup> KTB Arş., 13.09.2013, S. 178926; 15.04.2013, S. 74417.

<sup>64</sup> KTB Arş., 26.07.2016, S. 135232.

<sup>65</sup> KTB Arş., 02.04.2013, S. 65872.

<sup>66</sup> KTB Arş., 27.08.2014, S. 166058.

*Etkinlikleri*” içinde Kazakistan’ın da bulunduğu 8 ülkeden yönetmen, yazar, bürokrat ve akademisyenlerden oluşan 26 kişi 2010 yılı Şubat ayında İstanbul’da ağırlanmış, bu etkinlik için geniş katılımlı bir açılış kokteyli verilmiştir.<sup>67</sup>

Kazakistan menşeli tur operatörleri ve seyahat acentesi yetkililerinin Türkiye’de ağırlanmaları da Türkiye’nin turizm propagandasına katkı sağlayan faaliyetler arasında yer almıştır. Kazakistan’da faaliyet gösteren Türkiye kökenli seyahat acentelerinden “*Tursal Travel*” ile “*On Travel*” tarafından 2011 yılı Mayıs ayı başında bir tanıtım gezisi düzenlenmiş, Astana KTM tarafından desteklenen bu etkinliğe Kazak tur operatörleri ile sektör temsilcilerinden oluşan 75 kişilik bir grup katılmıştır.<sup>68</sup>

Seyahat acenteleri, şirketleri veya kuruluşları yetkilileri ile medya mensuplarının bir arada ağırlandığı etkinlikler de görülmektedir. Buna örnek olmak üzere, 2011 yılı itibariyle Kazakistan’ın Aktau şehrinde İstanbul’a seferlere başlayan Air Astana’nın Halkla İlişkiler Koordinatörü ve Satış Menajeri, Khabar TV’den bir muhabir ve kameraman, “*Lada-Media*” ve “*Express-K*” haber sitesi muhabirleri, “*Mir Puteshestviya*” acente temsilcileri ve “*Let’sgo*” dergisi baş editörü, “*Saipem’s Local Company Ersai*” şirketinin seyahat bölümü baş kontrolörü ile “*Caspi Meruerty Operating Company*”nin seyahat asistanından oluşan 15 kişilik bir grup 2011 yılı Nisan ayı içinde İstanbul’un Aktau’da kültür turizmi, alışveriş eğlence ve iş merkezi olarak tanıtılması amacıyla Türkiye’de ağırlanmışlardır. 2012 yılı Kasım ayı içinde düzenlenen “*Antalya 4. Uluslararası Sağlık Turizmi ve Spor Turizmi Fuarları*”na Türkiye’deki spor ve sağlık turizmi imkânlarının Kazakistan’da tanıtılmasına katkıda bulunmak amacıyla Kazakistan Turizm Birliği Proje Müdürü Russim Kadyrov ile “*Kapital*” gazetesi muhabiri Alina Kırilovskaya Türkiye’de misafir edilmişlerdir.<sup>69</sup>

“*Antalya Expo 2016*”da Türkiye standına olan ilgiyi artırmak amacıyla, Kazakistan’da düzenlenen “*Çocuklar: Hayatın Çiçekleri*” adlı yarışmayı kazanan 4 kişilik bir aile Bakanlık konuğu olarak Antalya’da ağırlanmıştır. Bu kapsamda aile, “*expo*” ve müze ören yerlerini ziyaret etmiş, ayrıca tekne ve teleferyik turlarına katılmıştır.<sup>70</sup> 2015 yılı Kasım ayında “*Kazakistan Türk Cumhuriyetleri 8. Eğitim Programı*” dâhilinde Türkiye’ye gelen Kazakistan Ekonomi Bakanlığı yetkililerine de program süresince gereken kolaylıklar sağlanmıştır.<sup>71</sup>

Bütün bu faaliyetlere ek olarak 2018 yılı başlarında diğer Türk Cumhuriyetleri’nden gelen misafirlerle birlikte Kazakistan’dan Kazinform Haber Ajansı’nın baş editörü ile Egemen Kazakistan Devlet Gazetesi’nin bölüm başkanı Türk Dünyası Kültür Başkenti ilan edilen Kastamonu’da ağırlanmıştır.<sup>72</sup> Aynı dönemde yine KTB’nin desteğiyle, Türkiye’deki müzecilik faaliyetleri hakkında bilgi almak ve bu konuda işbirliği imkânlarını araştırmak üzere Kazakistan

<sup>67</sup> KTB Arş., 11.2.2010, S. 29704.

<sup>68</sup> KTB Arş., 29.04.2011, S. 92240.

<sup>69</sup> KTB Arş., 23.10.2012, S. 27081; 30.03.2011, S. 66437.

<sup>70</sup> KTB Arş., 30.06.2016, S. 124347.

<sup>71</sup> KTB Arş., 12.11.2015, S. 211985.

<sup>72</sup> KTB Arş., 22.01.2018, S. 64061.

Cumhuriyeti Müzeleri Geliştirme Metodolojisi Merkezi'nden Ankara'ya gelen 10 kişilik ilmi heyet misafir edilmiştir. Şehirdeki müze ve ören yerlerini ziyaret eden heyet ile iki ülke arasında müzecilik faaliyetleri temelinde kültür ve turizm ilişkilerini kuvvetlendirmek üzere çeşitli görüşmeler yapılmıştır.<sup>73</sup>

### Reklam Faaliyetleri

Yurt dışında Kültür ve Turizm Müşavirlikleri aracılığıyla yürütülen turistik tanıtım ve propaganda 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.<sup>74</sup> Almatı ve Astana Kültür ve Tanıtma Müşavirlikleri de bu turistik tanıtım ve propaganda çalışmaları içinde yer almıştır.

KTB tarafından Türkiye'nin Kazakistan'da tanıtım ve propaganda çalışmalarına yönelik olarak ilk defa 2006'da özel reklam kampanyalarına girilmiştir.<sup>75</sup> Bu münasebetle Astana TV, KAZ TV, ALMA TV (NTV), RTR TV, REN TV, NTK, KTK televizyon kanallarında kısa süreli reklamlar yer almış,<sup>76</sup> “Alışveriş Festivali” etkinliği kapsamında ise Kazakistan radyolarında ve reklam panolarında reklam faaliyetleri gerçekleştirilmiştir.<sup>77</sup> Almatı, Astana, Pavlodar, Karaganda, Aktau, Çimkent ve Atrau gibi Kazakistan'ın önde gelen şehirlerinde açık hava mecrasında birçok noktada reklam panosu, büyük dijital ekranlar vasıtasıyla ve tramvay giydirme şeklinde sesli ve görüntülü Türkiye reklamlarına yer verilmiştir.<sup>78</sup> 2015'te olduğu gibi Almatı yer altı treni istasyon girişleri, turnikeleri, asansörleri ile vagon içi ekranlarında Türkiye görselleri yer almış, yeraltı treni vagonlarına Türkiye görseli giydirilmesi söz konusu olmuştur. Almatı ve Astana'da tanınmış alışveriş merkezlerindeki büyük ekranlarda Türkiye reklamları gösterimi<sup>79</sup> çeşitli etkinlikler vesilesiyle Türkiye logolu tişört ve şapka dağıtılması klasik reklam faaliyetleri içinde yer almıştır.<sup>80</sup>

<sup>73</sup> KTB Arş., 16.01.2018, S. 44252.

<sup>74</sup> Bu konu ile ilgili olarak T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 2006-2017 yılları arasındaki idari faaliyet raporları oldukça bilgi vericidir (Bkz. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı 2006-2017 İdare Faaliyet Raporu (KTB İFR), Strateji Geliştirme Başkanlığı, Ankara 2006-2017).

<sup>75</sup> KTB İFR 2006, s. 134.

<sup>76</sup> KTB İFR 2008, s. 142; KTB İFR 2009, s. 189; KTB İFR 2010, s. 179; KTB İFR 2011, s. 183-184; KTB İFR 2012, s. 185-186.

<sup>77</sup> KTB İFR 2013, s. 215-216.

<sup>78</sup> KTB İFR 2008, s. 142; KTB İFR 2009, s. 189; KTB İFR 2010, s. 179; KTB İFR 2011, s. 183-184; KTB İFR 2012, s. 185-186; KTB İFR 2013, s. 215-216; KTB Arş., 17.02.2014, S. 33273.

<sup>79</sup> KTB Arş., 27.03.2015, S. 60338; 12.02.2014, S. 28731.

<sup>80</sup> KTB Arş., 31.12.2014, S. 255269.

Dünya genelinde turizm ve seyahat endüstrisindeki tanıtım çalışmalarının günümüzde artan bir hızla 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 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, tarihi değerlere, kültürel etkinliklere, yemek kültürüne, ulaşım imkân ve vasıtalarına dair bilgilere yer verilmiştir.<sup>81</sup> 2014'ten itibaren ise 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.<sup>82</sup> Dünya sathında erişim imkânına sahip dijital reklam kampanyaları Türkiye'yi tanımak, görmek, gezmek ve incelemek isteyen Kazakistan halkına da Türkiye'deki kültürel ve turistik değerler, turizm çeşitleri, konaklama tesisleri, ulaşım imkânları konusunda güvenilir ve hızlı ulaşılabilir bilgiler sunmaktadır.<sup>83</sup> Bu doğrultuda bütün dünyada ilgiyle takip edilen "*facebook*", "*twitter*", "*google (+)*", "*instagram*", "*pinterest*", "*linked-in*", "*yahoo*", "*tripadvisor*", "*expedia*" ve "*matador network*" gibi sosyal medya ağları oluşturulmuş ve bu ağlar "*Turkey.Home*" teması ile Türkiye'nin yurt dışı reklam faaliyetlerinde yer almıştır. 2012 yılı Kasım ayından itibaren faaliyete geçen Astana KTM "*web sitesi*" de Kazakistan halkına yönelik bilgilendirme ve reklam faaliyetlerinde bulunmak üzere önemli bir rol üstlenmiştir.<sup>84</sup>

Yabancı seyahat acenteleri ile yürütülen birlikte reklam faaliyetleri de Türkiye'nin Kazakistan'daki tanıtım kampanyalarında etkin bir unsur olarak kullanılmaktadır. Almatı KTM, Kazakistan'da faaliyet gösteren ve ağırlıklı olarak Türkiye'ye yönelik turistik faaliyetlerde bulunan "*Bon Voyage Seyahat Acentesi*" ile birlikte reklam çalışmalarında bulunmuştur. Kazakh TV kanalında yayınlanan ve Kazakistan'ın yanı sıra Kırgızistan ile Özbekistan'da da izlenebilen "*Entelektüel Olimpiyatları Yarışma Programı*" vesilesiyle 2009 yılı Mayıs ayında "*Türkiye Tatilleri Yarışması*" gerçekleştirilmiş, reklam görüntüleri eşliğinde Türkiye'nin tatil yerlerine ilişkin sorulara elektronik posta vasıtasıyla doğru cevapları gönderenler arasında çekilen kura sonucunda kazanan 3 kişi yaz tatili için Türkiye'ye gönderilmiştir. Kazanan yarışmacılara eşlik etmek üzere bir televizyon ekibi de geziye dâhil olmuş ve bu münasebetle yarışmacıların tatil anıları izleyicilere sunulmuştur. Proje kapsamında Türkiye'nin reklam görüntüleri ve yarışma programı duyuruları Almatı şehir

<sup>81</sup> KTB İFR 2008, s. 121.

<sup>82</sup> KTB İFR 2015, s. 228.

<sup>83</sup> "Turkey.Home", <http://www.hometurkey.com/>.

<sup>84</sup> KTB Arş., 31.12.2014, S. 255281; 06.01.2014, S. 2255.

merkezindeki iki ayrı alanda büyük ekranlarda 42 gün boyunca 5'er saniyelik toplam 36.998 kez kısa reklamlar şeklinde yayınlanmıştır.<sup>85</sup> Türkiye'ye 2013'te 17.000 turist getirerek Kazakistan'da Türkiye'ye yönelik turistik taleplerin artışında önemli bir rol oynayan "Kaz Tour" adlı seyahat operatörü ile Astana KTM arasında gerçekleştirilen medya planı çerçevesinde 2014'te Mart-Mayıs aylarında Astana ve Almatı'da web ve sosyal medya sitelerinde, büyük ekranlarda, önemli yerleşim yerlerinin asansör reklamlarında ve büyük alışveriş merkezlerinde tanıtım faaliyetleri gerçekleştirilmiştir.<sup>86</sup> 2013'te 53.071 turisti Türkiye'ye gönderen "Tez Tour" adlı tur operatörüyle 2014'te Mart-Mayıs ayları arasında üç ay boyunca Almatı ve Astana şehirlerinde toplam 14 ilan panosunda birlikte reklam faaliyeti gerçekleştirilmiştir.<sup>87</sup> Astana KTM web sitesi ile sosyal medya hesaplarının bilinirliğini artırmak amacıyla Türkiye hakkında internet üzerinden "Turkey Home" temalı bir yarışma düzenlenmiş, THY ve "Antalya the Destination" adlı seyahat şirketinin desteğiyle yarışma birincisine iki kişilik tatil hediyesi verilmiştir. Yarışmaya ilgiyi artırmak için de yapılan tanıtım faaliyetleri Müşavirlik web sitesi ve sosyal medya hesaplarının yanı sıra Kazakistan'ın tanınmış web siteleri "nur.kz" ve "yvision.kz" internet sitelerinde 2014 yılı Şubat ve Mart aylarında 1 hafta süre ile yayınlanmıştır.<sup>88</sup> Kazakistan "Travel System" adlı tur operatörü ile Astana KTM arasında Mart-Mayıs ayları arasında "Yourvision", "mail.ru", "tengrinenews.kz", "Zakon.kz", "Nur.kz" adlı önemli web sitelerinde birlikte reklam faaliyetleri gerçekleştirilmiştir.<sup>89</sup> Kazakistan'da 1999'dan beri faaliyet gösteren, Antalya ve Ege Bölgesi başta olmak üzere deniz, kültür ve alışveriş amaçlı olarak yıllık ortalama 23-25 bin kişiyi Türkiye'ye gönderen "TemTour" seyahat acentesi ile Mayıs-Ağustos aylarında Kazakistan'da tanınmış iki radyo kanalında ve Almatı ve Astana'da yayın yapan "Kanal 31"de 2015 yılı Mayıs-Ağustos aylarında 30 saniye birlikte reklam kampanyası gerçekleştirilmiştir.<sup>90</sup>

### Sosyal, Kültürel ve Bilimsel Faaliyetler

Zengin bir yapıya sahip olan Türk kültürünün tarihi, tabii, edebi ve sanatsal özelliklerinin turistik bir değer olarak yabancı ülkelerde tanıtılması çalışmalarını kapsamında KTB tarafından uluslararası işbirliğine, 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 işbirliği 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.

<sup>85</sup> KTB Arş., 23.03.2009, S. 55899; KTB FR 2010, s. 179.

<sup>86</sup> KTB Arş., 03.03.2014, S. 43666.

<sup>87</sup> KTB Arş., 20.02.2014, S. 36239.

<sup>88</sup> KTB Arş., 20.02.2014, S. 35992.

<sup>89</sup> KTB Arş., 17.2.2014, S. 33273.

<sup>90</sup> KTB Arş., 28.04.2015, S. 83110.



Sosyal etkinlikler ve çalışma toplantıları vesilesiyle düzenlenen yemek ve kokteyller iki ülke idareci, yetkili, aydın ve özel sektör temsilcilerinin bir araya gelip, fikir teatisinde bulunması için önemli fırsatlar teşkil etmiştir. “Astana Türk Dünyası Kültür Başkenti” açılış etkinlikleri kapsamında 2012 yılı Şubat ayında tarihleri arasında Kültür ve Turizm Bakanı tarafından gerçekleştirilen ziyaret çerçevesinde ilgili sektör temsilcilerine yönelik olarak düzenlenen kokteyl,<sup>91</sup> benzer şekilde Türkiye Cumhurbaşkanının maiyetinde Kültür ve Turizm Bakanı ile 2015 yılı Nisan ayında Kazakistan’a yaptığı resmî ziyaret sırasında verilen yemekli toplantılar Kazakistan’daki kültür ve turizm kurumlarıyla resmi görüşmeler için uygun bir zemin hazırlamıştır.<sup>92</sup> TÜRKSOY Daimi Konseyi 35. Dönem Toplantısı’na katılım sağlamak üzere Kültür ve Turizm Bakanı tarafından 2017 yılı Aralık ayında Kazakistan’ın Türkistan ve Çimkent şehrine yapılan çalışma ziyareti sırasında da ülke temsilcileri ile ikili ve çoklu görüşmeler yapılmıştır. Toplantı kapsamında da TÜRKSOY’a üye ve gözlemci ülkelerin Bakan, Bakan Yardımcıları ve kültür-turizm ile ilgili sektör temsilcilerine bir çalışma yemeği verilmiştir.<sup>93</sup>

Benzer yöndeki etkinliklerden olarak Astana KTM tarafından, Kazakistan’da Muğla’nın tanıtılması ve bölgeye yönelik turizm taleplerinin artırılması amacıyla Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü’nün organizasyonu ile Muğla Valisi ile Dalaman Havalimanı Genel Müdürü’nün Almatı’ya 2013’te resmî ziyaretleri kapsamında basın mensupları ve tur operatörlerine,<sup>94</sup> turizm alanında görüş alışverişinde bulunmak üzere 2015 yılı Ocak ayı itibariyle de Türkiye’de bulunan Kazak kamu ve özel sektör temsilcilerine yemekli bir toplantı düzenlenmiştir.<sup>95</sup> Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği’ne kayıtlı ve KTB A Grubu Seyahat Acentesi İşletme Belgesi’ne sahip “Tuleru Travel” turizm ve seyahat acentesi ile Almatı, Astana ve diğer şehirlerdeki seyahat acentelerine yönelik olarak Almatı’da 2015 yılı Nisan ayında bir çalıştay düzenlenmiş ve bu münasebetle katılımcılara Türkiye’yi tanıtıcı dokümanlar dağıtılmıştır.<sup>96</sup> Astana KTM tarafından Kazakistan’ın önde gelen basın kuruluşlarına yönelik olarak Türkiye’deki güncel turizm faaliyetlerine ilişkin yemekli bilgilendirme toplantıları da önem arz eden tanıtma faaliyetleri arasında yer almıştır.<sup>97</sup> 2013 yılı Kasım ayında İstanbul’da gerçekleştirilen “Middle East Tourism Exhibition” için Türkiye’ye gelen seyahat acentesi yetkilileri ve Türkiye’deki sektör temsilcileri için İstanbul İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü’nün de desteğiyle İstanbul’da bir gala yemeği düzenlenmesini de bu minvaldeki çalışmalar arasında değerlendirebiliriz.<sup>98</sup>

<sup>91</sup> KTB Arş., 21.02.2012, S. 40359; KTB İFR 2013, s. 215-216.

<sup>92</sup> KTB Arş., 14.04.2015, S. 73591.

<sup>93</sup> KTB Arş., 01.12.2017, S. 251445.

<sup>94</sup> KTB Arş., 26.02.2013, S. 39702.

<sup>95</sup> KTB Arş., 31.12.2014, S. 255276.

<sup>96</sup> KTB Arş., 16.04.2015, S. 74922.

<sup>97</sup> KTB Arş., 05.07.2013, S. 131822.

<sup>98</sup> KTB Arş., 08.11.2013, S. 212949.

Kazak sinemasının önemli isimlerinden Şaken Aymanov'un anısına her yıl Almatı'da düzenlenen "Şaken Yıldızları Uluslararası Film Festivali" Türkiye için de önemli bir tanıtım mecrası oluşturmuş, 2011'de ise festivalin büyük bölümü "Türk Filmlerine Bakış" başlığı altında Türk filmlerine ayrılmıştır. Bu münasebetle Telif Hakları ve Sinema Genel Müdürlüğü'nün katkılarıyla Rusça alt yazılı olarak uzun metrajlı 10 Türk filmi gösterime girmiştir. Resmî erkânın, festival organizasyon komitesinin ve sinema oyuncusu Şerif Sezer'in katılım sağladığı etkinlik için Astana KTM tarafından bir basın toplantısı ve kokteyl düzenlenmiştir.<sup>99</sup> Almatı Valiliği'nin desteği ile gerçekleştirilen 2013'teki festivalde Türkiye'yi temsil eden "Buhar" (Vanished into Blue) adlı kısa film "en iyi film" ödülüne layık görülmüştür.<sup>100</sup> Türkiye'nin ve Türk sinemasının Kazakistan'da tanıtılması amacıyla Astana KTM tarafından 2012 yılı sonlarında Astana'da "Türk Film Günleri Etkinliği" düzenlenmiştir. Ceasar sinemasındaki etkinlik için kültür ve sanat çevrelerinin iştirak ettiği etkinlikte ilan panosu, pankart, filmler hakkında tanıtıcı broşür ve afişlerle tanıtım faaliyetlerinde bulunulmuş ve katılımcılar için kokteyl verilmiştir.<sup>101</sup> 2016 yılı Aralık ayında gerçekleştirilen Türk Filmleri Haftasında 2017 yılında Oscar ödülüne aday gösterilen "Kalandar Soğuğu", "Ertuğrul", "Üç Göl", "Unutursam Fısılda", "Patron Mutlu Son İstiyor" filmleri Kazak seyircilerle buluşmuştur.<sup>102</sup>

Farklı ülkelerin kültürel özellikleri ile özgün müziklerinin sergilendiği, 60 civarında basın mensubu ile 8 bin ziyaretçinin katılım sağladığı 2013 yılı Ağustos ayındaki "Almatı Eko-Etno Festivali"nin Türkiye'ye ayrılan ilk gününde Astana KTM'nin çalışmalarıyla Türkiye görseli ile bezenmiş bir sıcak hava balonu bir gün boyunca havada kalmış, festival sunucusu gün boyu Türkiye ile ilgili bilgiler vermiş ve katılımcılara Türkiye standında tanıtım materyalleri dağıtmıştır.<sup>103</sup> 24 Ekim 2013 tarihinde Astana'da sahnelenen "Yunus Emre Oratoryosu" için davetiyeler dağıtılmış, pankart ve afişler vasıtasıyla duyuru faaliyetlerinde bulunulmuş ve Türkiye'den gelen sanatçıları katılımla etkinliğe yönelik bir basın toplantısı düzenlenmiştir.<sup>104</sup> Astana Yunus Emre Kültür Merkezi ile Kazakistan'da Nevruz kutlamaları çerçevesinde GSM Devlet Halk Dansları Topluluğu ilki 12 Mart 2014 tarihinde Astana'da, ikincisi 13 Mart 2014 tarihinde Kökşetav'da olmak üzere iki konser vermiştir. Bu münasebetle "Astana" ve "Kazak" radyoları, "Astana Akşamı" gazetesi ve ilan panoları vasıtasıyla reklam faaliyetlerinde bulunulmuştur.<sup>105</sup>

Bursa Olgunlaşma Enstitüsü tarafından 26 Kasım 2014 tarihinde Astana Yunus Emre Kültür Merkezi ile Astana KTM'nin desteğiyle "Geleneksel Türk Kıyafetleri Defilesi" düzenlenmiş, defilede iki ülke arasındaki kültürel birlik-

<sup>99</sup> KTB Arş., 10.05.2011, S. 100331; KTB FR 2012, s. 185-186.

<sup>100</sup> KTB İFR 2014, s. 213.

<sup>101</sup> KTB Arş., 14.11.2012, S. 239647; KTB FR 2013, s. 215-216.

<sup>102</sup> "Kazakistan'da Türk Filmleri Haftası Başladı", <http://basin.kulturturizm.gov.tr.html>.

<sup>103</sup> KTB Arş., 16.08.2013, S. 160444.

<sup>104</sup> KTB Arş., 07.10.2013, S. 193974.

<sup>105</sup> KTB Arş., 20.02.2014, S. 35979.

teliği vurgulamak üzere Türkiye'deki geleneksel kıyafetlerin yanı sıra Kazakistan'daki geleneksel kıyafetlere de yer verilmiştir.<sup>106</sup> Dünyanın çeşitli yerlerinden modacıların, medya kuruluşlarının, gazetecilerin ve moda severlerin iştirakiyle Kazakistan'ın en önemli kültürel etkinliklerinden biri olarak her yıl Nisan ayında Almatı ve Astana şehirlerinde düzenlenen ve Kazakistan başınında geniş yankı uyandıran "Kazakistan Moda Haftası" Türkiye için de ciddi bir tanıtım mecrası olmuştur. 2015'teki etkinlikte İstanbul Alışveriş Festivali ile Türkiye'nin tanıtılması amacıyla Türkiye standı kurulmuş, ziyaretçilere bu stant vasıtasıyla Türk kahvesi ve Türk lokumu ikramı yapılmış ve Türkiye'ye özgü hediyeler verilmiştir. Ziyaretçilerin Türkiye tasarımlı bir çerçeve ile fotoğraflarının çekimi yapılmış, bu fotoğrafların "instagram"da anında paylaşımı sağlanmıştır. Ayrıca ziyaretçiler için Türkiye'ye ilişkin soruların yer aldığı bir anket düzenlenmiş ve ankete iştirak edenlere yönelik olarak düzenlenen çekiliş vasıtasıyla katılımcılara hediyeler verilmiştir. Etkinlik öncesinde ise 11 ay boyunca "instagram" hesabında açılan "Turkey\_KFWhashtag" (etiket) hesabında Türkiye içerikli kıyafet tasarımı yarışması düzenlenmiş, Kazakistan'ın ünlü modacılarından oluşan bir heyet tarafından en iyi Türkiye tasarımlı kıyafet seçilmiş, ünlü bir Kazak tasarımcı tarafından dikilen bu kıyafetin basın konferansında ve defile sırasında tanıtımı yapılmıştır.<sup>107</sup>

2012'de Astana'da TÜRKSOY tarafından düzenlenen "9. Fotoğraf Sanatçıları Buluşması"nın ardından tekraren 2013 yılı Ocak ayında Almatı'da "Kazakistan'da ve Türkiye'de Yaşayan Kazaklar" temalı fotoğraf sergisi düzenlenmiştir. Sergi için bir basın toplantısı düzenlenmiş, reklam faaliyetleri gerçekleştirilmiş, serginin ilk günü geniş katılımlı bir kokteyl verilmiştir.<sup>108</sup> Kapadokya'da ağırlanan Kazakistanlı 3 fotoğraf sanatçısının Kapadokya fotoğraflarından oluşan "Home of Kapadokya" temalı, paspartulu çerçeve içine yerleştirilmiş fotoğraflar ise 2014'te Astana'daki büyük alışveriş merkezlerinden birinde teşhir edilmiştir. Bu etkinlik için bir basın toplantısı düzenlenmiş, reklam faaliyetleri gerçekleştirilmiş ve ziyaretçilere Türk lokumu ikram edilmiştir. Çanakkale zaferinin 100. yılı etkinlikleri çerçevesinde Türkiye'nin Astana Büyükelçiliği himayesinde, Astana Yunus Emre Kültür Merkezi ve Astana KTM işbirliği ile 2015 yılı Nisan ayında Astana Devlet Sanat Galerisi'nde "Çanakkale Savaşları Fotoğrafları Sergisi" düzenlenmiş, sergi "Astana Akşamı" gazetesi, internet ve ilan panoları vasıtasıyla duyurulmuş, etkinliğe yönelik bir katalog bastırılmıştır.<sup>109</sup>

Astana KTM tarafından Kazakistan'ın önemli alışveriş merkezlerinden birinde 2015 yılı Mayıs ayında Türkiye tanıtım standı kurulmuştur. Bu vesileyle teşkil edilen etkileşimli (interaktif) duvarda Türkiye görsellerinden oluşan bir yapboz (puzzle) yarışması düzenlenmiş, ziyaretçilere Türkiye hakkında sorular sorularak küçük çaplı bir anket yapılmış ve Kazak ziyaretçilerin Türkiye

<sup>106</sup> KTB Arş., 12.11.2014, S. 216551.

<sup>107</sup> KTB Arş., 17.03.2015, S. 52275.

<sup>108</sup> KTB Arş., 09.01.2013, S. 5768.

<sup>109</sup> KTB Arş., 04.06.2014, S. 108752.

tasarımlı bir fotoğraf çerçevesi ile fotoğraf çekimleri yapılmıştır. Katılımcılara Türk kahvesi ve lokumu ikram edilmiş ve hediyeler verilmiştir.<sup>110</sup>

25 Kasım 2014 tarihinde 15 kişilik bir gazeteci ve blogcu (blogger) grubu için Türk aşçıları tarafından Türk mutfağının tanıtımına yönelik bir etkinlik yapılmış, bu etkinlik için hazırlanan stüdyo mutfakta Türkiye logolu mutfak kıyafetleri ile Kazakistan'da yerleşik Türk aşçıları yer almıştır. Söz konusu etkinlik vesilesiyle ziyaretçilere Türkiye'deki turistik yerlerin ve turizm türlerinin tanıtımı için bir basın dosyası dağıtılmıştır.<sup>111</sup>

Türkiye ile Kazakistan arasındaki sağlık turizmi ilişkilerine dair önemli tespitlerde bulunan 2016 yılı Sağlık Bakanlığı raporunda, Türkiye'de sağlık sektörünün pazarlama ve tanıtım faaliyetlerini ihmal etmesinin sağlık turizminde bir zafiyet meydana getirdiği ifade edilmiştir. Türkiye'nin Kazakistan'a yönelik sağlık turizmi tanıtım ve pazarlama stratejisi reklam faaliyetlerinin yanı sıra Türkiye'nin sağlık turizmi imkânları ve üstünlüklerine odaklanmalıdır. Bu konuda ilgililerin bilgilendirilmesi ve güvenlerinin kazanılması temel hedefler arasında yer almalıdır. Bunun için de daha çok yüz yüze iletişim, çevrimiçi (online) iletişim, yayın ve fuar gibi yöntemlerden yararlanılması ve Kazak lisanında tanıtıcı dokümanlar hazırlanması faydalı olacaktır.<sup>112</sup> Bu yöndeki çalışmalar kapsamında Astana KTM'nin de desteğiyle 2014 yılı Mayıs ayında Türkiye Sağlık Konseyi tarafından "Almatı Intercontinentel Hotel" ile Astana'da "Ramada Plaza"da sağlık turizmi çalıştayları düzenlenmiştir.<sup>113</sup> Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı ile Antalya Valiliği, çeşitli kamu kurum ve kuruluşları ile özel sektör işbirliğiyle 2016 yılı içinde Antalya'da sağlık turizmi kümelenmesi çalışmaları kapsamında Kazakistan'dan 9 kişilik bir misafir grubunun katıldığı gruplar,<sup>114</sup> yine aynı yıl Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı ile Kazakistan Antalya Konsoloslugu işbirliğiyle Kazak basın mensuplarından ve seyahat acentesi yetkililerinden oluşan heyet için tanıtım programları ve gezileri düzenlenmiştir.

2012 yılı Haziran ayında Gümüşhane'de düzenlenen "Türkiye Kazakistan Kültür İlişkileri: Geçmişten Geleceğe" adlı bilimsel etkinliğine KTB destek olmuştur.<sup>115</sup> 2014 yılının yazar, akademisyen ve öğretmen kimliğiyle Halide Edip Adıvar'ın vefatının 50. yıldönümü olması münasebetiyle 37. UNESCO Genel Konferansı'nda anma ve kutlama programları düzenlenmesi kararı alınmış, 2015'te de devam eden etkinlik programı kapsamında Yunus Emre Kültür Merkezi ve Astana KTM tarafından Ahmet Yesevi Üniversitesi ile Kazakistan Yazarlar Birliği'nden akademisyenlerin iştiraki ile Halide Edip Adıvar ile ilgili bir panel düzenlenmiş ve bir kokteyl eşliğinde yazarın fotoğraflarının ve eserlerinin yer aldığı bir sergi açılmıştır.<sup>116</sup> Anadolu Ajansı ile Türk İşbirliği ve

<sup>110</sup> KTB Arş., 20.03.2015, S. 55960.

<sup>111</sup> KTB Arş., 18.11.2011, S. 220832.

<sup>112</sup> Akarcalı, a.g.r., s. 60-61.

<sup>113</sup> KTB Arş., 12.05.2014, S. 92505.

<sup>114</sup> KTB Arş., 04.01.2016, S. 59.

<sup>115</sup> KTB İFR 2013, s. 174.

<sup>116</sup> KTB Arş., 20.03.2015, S. 55955.

Koordinasyon Ajansı Başkanlığı'nın çalışmaları çerçevesinde Haber Akademisi tarafından 2018 yılı Şubat ayında Türk illerinden ve Kazakistan'dan gelen gazeteci grubuna yönelik olarak "Diplomasi Muhabirliği Eğitimi" düzenlenmiş, bu kapsamda basın mensuplarına Türkiye'deki turizm ve tanıtma faaliyetleri konusunda bilgi verilmiştir.<sup>117</sup>

Bütün bu etkinliklerin hiç şüphe yok ki Türkiye'nin Kazakistan'da gerçekleştirdiği turistik tanıtım ve propaganda çalışmaları arasında önemli bir yeri vardır. Ancak söz konusu etkinliklerin çağdaş turizm yönelimleri ve uygulamaları yönünde çeşitlendirilmesi de önem arz eden bir konudur. Örnek vermek gerekecek olursa Yılmaz ve Kılıçoğlu'nun, Türk Cumhuriyetleri'nin de yer aldığı Avrasya coğrafyasında karşılıklı kültür ve turizm faaliyetlerini artırma yönünde etkili olabilecek bir önerisine değinmekte fayda vardır. Buna göre, Avrupa Birliği tarafından uygulanan "Şehir Eşleşme Programı"nın Türk Cumhuriyetleri'nde yaşayan halkların birbirlerini daha yakından tanımaları, birlikte iş yapmaları ve bu kapasiteyi projelere dönüştürme imkânları üzerinde durulmuştur. Turizm alanında Türk Cumhuriyetleri ile yakın ilişki içinde bulunma eğiliminin arttığı günümüzde bu uygulama ile Türkiye de tarihi bağları olan söz konusu ülkeler ile arasındaki turistik ve kültürel hareketliliği artırma fırsatı yaratabilecektir. Örnek olarak Türkiye ile Kazakistan'ın eşleşen şehirleri kendi aralarında gerçekleştirecekleri faaliyetler ile turizm alanında da eksiklerini giderme ve birbirine destek olma fırsatını yakalayabileceklerdir. Bu faaliyetlerin yaratacağı kalıcı ve sürdürülebilir etkiler iki ülke halkı arasındaki yakınlaşmanın daha da artmasına sebep olacaktır.<sup>118</sup>

### Sonuç ve Öneriler

Günümüz dünyasının öncelikli sosyal ve iktisadi faaliyet alanlarından birini teşkil eden turizm 1990'lı yılların başında 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 pekiştirmek için kullanılabilecek en etkin vasıtalarından birini teşkil etmiştir. Bu konuda Türkiye ile Kazakistan arasındaki turizm ilişkileri iki ülke arasındaki tarihi ve kültürel bağlar nedeniyle hızlı bir gelişim çizgisi izlemiştir.

Türkiye ile Kazakistan arasında, doğrudan turizm ilişkilerine yönelik anlaşmalar imzalandığı gibi bu ilişkileri dolaylı yünden teşvik eden siyasi, iktisadi, sosyal ve kültürel anlaşmalar da imzalanmıştır. Bu münasebetle KTB'nin yurt dışı teşkilatı içinde yer alan Almatı ve Astana Kültür ve Tanıtma Müşavirlikleri vasıtasıyla Kazakistan'da turistik tanıtım ve propaganda çalışmalarına girişilmiştir. Söz konusu ülkede düzenlenen fuarların, reklam faaliyetlerinin,

<sup>117</sup> KTB Arş., 30.01.2018, S. 89072.

<sup>118</sup> Ayhan Nuri Yılmaz - Gökmen Kılıçoğlu, "Türk Dünyası Ülkeleri Arasında Town Twinning (Şehir Eşleşmesi) Programının Kullanımı ve Turizmin Gelişmesi İçin Önemi", 3. Uluslararası Türk Dünyası Turizm Sempozyumu Bildiri Kitabı, 20-22 Nisan 2017, Bişkek/Kırgızistan, Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Yayınları, Bişkek 2017, s. 513-525.

sosyal, kültürel ve bilimsel etkinliklerin yanı sıra Kazak turizmcilerin, basın mensuplarının, yazarlarının ve sanatçıların Türkiye’de ağırlanması bu minvalde gerçekleştirilen tanıtım ve propaganda çalışmalarının ana mecralarını teşkil etmiştir. Tanıtma ve propaganda faaliyetlerinde Türkiye’nin tarihi ve tabii özelliklerinin yanı sıra kültürel değerleri de dikkate alınan temalar arasında yer almıştır. Bunun yanı sıra son yıllarda Türklerle meskûn ya da Türk kültürüne yakın ülkelerde büyük beğeni toplayan Türk filmleri Kazakistan’da da bir tanıtım ve propaganda aracı olarak değer kazanmaya devam etmiştir. Sağlık turizmi konusunda Kazak halkının Türkiye’ye yönelik ilgisini artırmaya yönelik çalışmalar da ayrıca dikkate değerdir. Bütün bu çalışmalarda ülkedeki Kültür ve Tanıtma Müşavirliğinin yanı sıra Türkiye menşeli şirketler ve sivil toplum kuruluşları da yer almıştır. İki ülkede faaliyet gösteren seyahat şirketlerinin temsilcileri de yapılan faaliyetlerin önemli aktörleri durumunda olmuştur.

Bahsi geçen tanıtma ve propaganda çalışmalarının da etkisiyle 2016 yılı hariç tutulursa Kazakistan’dan Türkiye’ye gelen turist sayısında her yıl düzenli bir artış söz konusudur. Bununla birlikte iki ülke arasındaki ilişkileri kuvvetlendiren turistik ve kültürel faaliyet alanlarının daha da genişletilmesi, karşılıklı işbirliğinin, bilgi ve deneyim paylaşımının artırılması, ortak projelere daha da önem verilmesi yalnızca kültür ve turizm ilişkilerine değil, iki ülkenin bölgesel ve küresel anlamda siyasi ve iktisadi geleceğine de katkı sağlayacaktır. Uluslararası ilişkilerde yeni ve etkin bir mecra durumunda olan kültürel diplomasi faaliyetlerinden azami ölçüde istifade edilmesi ve bir “yumuşak güç” unsuru olarak kültür turizminin bu konuda dikkate alınması her iki ülke insanının birbiriyle daha da yakınlaşması ve müşterek hedefler etrafında birleşmesi için ciddi bir hamle olacaktır.

Kazakistan vatandaşlarını Türkiye’ye seyahate teşvik etmek ve Türkiye’ye gelen Kazak turist sayısını artırmak hiç şüphe yok ki planlı ve programlı bir çalışma gerektirmektedir. Kazak turistlerin Türkiye’deki ortalama tatil sürelerini uzatmak ve hatta tatillerini yılın dört mevsimine yaymak önem arz eden hedefler arasında yer almaktadır. Bunun için Türkiye’deki turizm çeşitliliğinden olabildiğince istifade etmek ve farklı turistik bölgelerde cazip konaklama imkânları sunmak bir gereklilik arz etmektedir. Ulaşım vasıtalarını çeşitlendirmek, artırmak ve ulaşımaya yönelik fiyat avantajları sunmak iki ülke arasındaki mesafeleri kısaltacaktır. Bu doğrultuda vize ve gümrük işlerini olabildiğince kolaylaştırmak da elzemdir. Bunun yanı sıra ticari, tarihi ve kültürel bir değer olarak İpek Yolu’nun tekrar faaliyete geçirilmesi fikrine verilen desteğin üst düzeyde devam ettirilmesi faydalı görülmektedir. Bütün bu çalışmaları desteklemek üzere, söz konusu bilgilerden hareketle Kazakistan’da Türkiye’nin tanıtma ve propaganda faaliyetlerinin belli bir düzen ve istikrar içinde yürütülmesi, resmî turizm teşkilatı ile eğitim kurumlarının, sivil toplum kuruluşlarının ve özel sektörün ortak çalışma imkân ve vasıtalarının genişletilmesi gerçekleştirilen faaliyetlerin etki derecesinin artmasında etkin bir rol oynayacaktır.



## Kaynaklar

### Arşiv Kayıtları

**T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Arşivi:** Çalışma kapsamında yararlanılan belgelere ilişkin tarih ve sayılar metin içinde verilmiştir. Bu nedenle bu kısımda ayrıca belirtilmemiştir.

### Resmî Yayınlar ve Raporlar

AKARCALI, Sezer: *Tüm Yönleriyle Sağlık Turizmi Kazakistan Ülke Raporu*, T.C. Sağlık Bakanlığı Sağlık Geliştirilmesi Genel Müdürlüğü, Ankara 2016.

AKYÜREK, Salih - BİLGİÇ, M. Sadi: *Kazakistan'da Türkiye ve Türk Algısı*, Rapor No: 44, Bilge Adamlar Stratejik Araştırmalar Merkezi, Ankara 2012.

"İdarelerin Yabancı Ülkelerdeki Kuruluşlarının Mal ve Hizmet Alımları İle Yapım İşlerine İlişkin Esaslar", *Resmî Gazete*, 04.11.2004, S. 25633.

*Kazakistan 2017 Yılı Turizm Pazar Raporu*, Astana Kültür ve Tanıtma Müşavirliği, Astana 2018.

"Kültür ve Turizm Bakanlığı Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun", *Resmî Gazete*, 16.04.2003, S. 4848.

"Sinematografik Ortak Yapımlar ve Türkiye'de Ticari Amaçlı Film Çekmek İsteyen Yerli ve Yabancı Yapımcılar Hakkında Yönetmelik", *Resmî Gazete*, 12.08.2005, S. 25904.

*T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı 2006 Yılı İdare Faaliyet Raporu*, Strateji Geliştirme Başkanlığı, Ankara 2007.

*T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı 2007 Yılı İdare Faaliyet Raporu*, Strateji Geliştirme Başkanlığı, Ankara 2008.

*T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı 2008 Yılı İdare Faaliyet Raporu*, Strateji Geliştirme Başkanlığı, Ankara 2009.

*T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı 2009 Yılı İdare Faaliyet Raporu*, Strateji Geliştirme Başkanlığı, Ankara 2010.

*T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı 2010 Yılı İdare Faaliyet Raporu*, Strateji Geliştirme Başkanlığı, Ankara 2011.

*T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı 2011 Yılı İdare Faaliyet Raporu*, Strateji Geliştirme Başkanlığı, Ankara 2012.

*T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı 2012 Yılı İdare Faaliyet Raporu*, Strateji Geliştirme Başkanlığı, Ankara 2013.

*T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı 2013 Yılı İdare Faaliyet Raporu*, Strateji Geliştirme Başkanlığı, Ankara 2014.

*T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı 2014 Yılı İdare Faaliyet Raporu*, Strateji Geliştirme Başkanlığı, Ankara 2015.

*T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı 2015 Yılı İdare Faaliyet Raporu*, Strateji Geliştirme Başkanlığı, Ankara 2016.

*T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı 2016 Yılı İdare Faaliyet Raporu*, Strateji Geliştirme Başkanlığı, Ankara 2017.

*T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı 2010-2014 Dönemi Stratejik Planı*, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Ankara 2010.

*T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nun 2015-2019 Dönemi Stratejik Planı*, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Ankara 2015.

*Türkiye Turizm Stratejisi 2023*, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Ankara 2007.

"Yurtdışı Fuar ve Tanıtım Desteği", *T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı 03.04.2014 tarihli ve 66292 Sayılı Genelge*, [www.kultur.gov.tr/TR,92821/yurtdisi-fuar-ve-tanitim-destegi-hakkin-da-genelge.html](http://www.kultur.gov.tr/TR,92821/yurtdisi-fuar-ve-tanitim-destegi-hakkin-da-genelge.html), (Et: 05.02.2017).

"Yurtdışı Turizm Fuarlarına Katılımın ve Turizm Tanıtma ve Pazarlama Faaliyetlerinin Desteklenmesine İlişkin Tebliğ", *Resmî Gazete*, 14.11.2010, S. 27759, Tebliğ No: 2010/9.

“Yurtdışında Sürekli Görevlendirilecek Personel Hakkında Yönetmelik”, *Resmî Gazete*, 13.01.2007, S. 26402.

**Telif-Tetkik Eserler, Makaleler, Bildiriler, Lisansüstü Tezler ve İnternet Kaynakları**

ABİŞHOV, Nurzhan - ÜNLÜÖNEN, Kurban: “Kazakistan Turizminin Mevcut Durumu ve Gelişme Perspektifleri”, *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, Cilt: 4, Sayı: 8, 2016.

AKTAŞ, Ahmet: “Uluslararası Turizm Hareketleri İçinde Kazakistan’ın Yeri ve Önemi”, *Bilgi*, Sayı: 17, 2001.

ARSLAN, Mehmet: “Kazakistan’da Türkiye Algısı ve Bu Algının Türkiye-Kazakistan İlişkilerine Etkisi”, *Kazakistan-Türkiye İlişkilerinin Geleceği Uluslararası Sempozyumu Bildiriler (Almatı/1-2 Kasım 2013)*, Yay. Haz.: Hüseyin Tosun, M. Fatih Zengin, AKDITYK Atatürk Araştırma Merkezi, Ankara 2015.

“Astana Kültür ve Tanıtma Müşavirliği”, *www.tourismturkey.kz*, (Et: 11.01.2018).

“Astana Leisure”, *http://www.ite-exhibitions.com/events/astana-leisure*, Et: 10.02.2018.

“Astana Leisure”, *https://www.leisure.kz/ru/vystavka/o-vystavke*, Et: 09.02.2018.

“Bakanlıkça 2017 Yılında İştirak Edilecek Uluslararası Fuarlar”, *http://tanitma.kultur.gov.tr/fuar-takvimi.html*, (Et: 11.12.2017).

DEİK Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu Kazakistan Ülke Bülteni 2012, S. 6, Ankara 2012, *https://www.deik.org.tr/uploads/kazakistan-ulke-bulteni.pdf*, (Et: 15.01.2017).

DEİK Türk-Kazak İş Konseyi, Kazakistan Ekonomisinde Öncelikli Sektörler Genel Değerlendirme, Ek: 3, *https://www.google.com.tr/search?* (Et: 06.12.2017).

EROL, Mehmet Seyfettin - ÇELİK, Kadir Ertaç: “Türk Dünyası’nda İşbirliği Denemesi: Türk Keneşi ve Kazakistan”, *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi*, 17/2, Kış 2017.

EVCİN, Erol: “Türkiye’nin Turistik Tanıtma Politikası ve Propaganda Stratejisi Üzerine Bir Değerlendirme”, 3. *Turizm Şurası 1-3 Kasım 2017 Tebliğler Kitabı*, Cilt: 1, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Ankara 2017.

GÜLCAN, Bilgehan ve Diğerleri: “Orta Asya Türk Devletlerinde Türkiye’nin Turistik İma-ji: Kırgızistan ve Kazakistan’da Bir Alan Araştırması”, *Bilgi*, Sayı: 81, 2017.

KARA, Abdulvahap - YEŞİLOT, Okan: *Avrasya’nın Yükselen Yıldızı Kazakistan*, İstanbul Ticaret Odası, İstanbul 2011.

“Kazakhstan International Tourism Fair”, *http://kitf.kz/en/*, (Et: 04.04.2017).

KÜÇÜKTOPUZLU, Kadir Faik - ÇAKIR, Musa: “Kazakistan’da Turizmin Gelişmesini Etkileyen Faktörlerin Analizi”, *International Conference On Eurasian Economies, Session 4C, (Almaty-Kazakhstan)*, Turan University Press, Almaty-Kazakhstan 2012.

“Modern İpek Yolu Ortak Tur Paketi”, *http://www.turkkon.org/tr*, (Et: 07.04.2017).

NURSAPAYEVA, Saule: *Kazakistan’da Havayolu Ulaşımı ve Turizm*, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2014.

SARAY, Mehmet: *Yeni Türk Cumhuriyetleri Tarihi*, AKDITYK Türk Tarih Kurumu Yayınları, Ankara 2014.

TOKAEV, Kassym-Jomart: “Uluslararası Topluluklarda Kazakistan”, *Kazakistan Tarihi Makaleler*, AKDITYK Türk Tarih Kurumu Yayınları, Ankara 2007.

“Turkey.Home”, *http://www.hometurkey.com/*, (04.02.2018).

*Yearbook of Tourism Statistics Data 2011-2015*, UNWTO Publications 2017 Edition, Spain 2017.

YILMAZ, Ayhan Nuri - Gökmen Kılıçoğlu, “Türk Dünyası Ülkeleri Arasında Town Twinning (Şehir Eşleşmesi) Programının Kullanımı ve Turizmin Gelişmesi İçin Önemi”, 3. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Sempozyumu Bildiri Kitabı*, 20-22 Nisan 2017, Bişkek/Kırgızistan, Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Yayınları, Bişkek 2017.

ZHİLKAİDAROVA, Zhamilya: *Kazakistan’da Turizm: Turist Tercihlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma*, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2008.