

## SİVİL GLOBAL PROGRAMI | SEKTÖREL DİPLOMASİ KANALLARI

# TURİZM DİPLOMASİSİ ÇALIŞTAYI

## SONUÇ RAPORU

**TASAM** (Türk Asya Stratejik Araştırmalar Merkezi) tarafından yüksek katılım ve yüksek başarı ile gerçekleştirilen “Global Sivil Diplomasi İnşası Zirvesi **SİVİL GLOBAL 2016**” kapsamındaki “Sektörel Diplomasi Kanalları” altında **22 Nisan 2016** tarihinde **İstanbul**’da yapılan “**Turizm Diplomasisi Çalıştayı**”; Zirve’nin “**Potansiyelin Keşfi: Kapasite Yönetimi ve Derinleşme**” olarak belirlenen ana temasına hizmet edecek şekilde, uluslararası alanda işbirliği imkânlarının proaktif yaklaşımlarla geliştirilmesine çok yönlü faydalar ve önemli katkılar sunmak üzere oldukça verimli geçmiştir. İlgili uzmanlar, yetkililer, akademisyenler ve STK yöneticilerinin katılımı ile icra edilen Çalıştay’da öne çıkan tespit ve değerlendirmeler özetle aşağıda derlenmiştir:

- 1- Turizm; tarım ve havacılıktan sanayiye, inşaattan alt yapıya ekonominin tüm sektörlerini hareketlendiren ve geliştiren bir sektördür. Ama turizme sadece ekonomik bir sektör gözüyle bakılması doğru değildir. Turizm aynı zamanda bir ülkenin iç bütünlüğünün ve kültürel hayatının seyri üzerinde, uluslararası tanınırlığı ile saygınlığı üzerinde ve dış politikasının işleyişi üzerinde göz ardı edilemeyecek etkiye sahip olan bir sektördür. Bu açıdan bakıldığında kamu diplomasisinin önemli alt başlıklarından biri de turizm diplomasisidir. Aslında turizm diplomasisi kültür diplomasisinin eş dalıdır. Çünkü turizm kültürel etkileşimi artırmakta ve halkları birbirine yaklaştırmaktadır.
- 2- Turizm, başlı başına bir sektör olmakla birlikte diğer sektörleri etkileyen ve onları aktif hâle getiren bir sektördür. Ayrıca sivil diplomasi açısından çok önemli bir yeri bulunmaktadır. Turizm ülkenin tanınması ve farklı milletlerin birbirilerini tanıyarak ülkelerini tanıtmaları manasına gelmektedir. Bu açıdan büyük önem taşımaktadır.
- 3- Turizm konusunun, ülkenin ulusal güvenliğini ve ekonomik çıkarlarını güçlendirecek bir perspektifte ele alınması gerekmektedir. Turizm sektöründe hizmet veren tüm kurum, firma ve bireylerin - özellikle de rehberlerin - birer diplomat edasıyla davranabilmeleri için gerekli yönlendirme ve eğitimin verilmesi gerekmektedir.
- 4- Çin gibi kalabalık nüfusa sahip olan ülkeler yurtdışına ziyarete gidecek vatandaşlarını belli ülkelere yönlendirerek o ülkeleri ekonomik olarak ödüllendirmekte ancak Tayvan gibi ülkelere gidecekleri de engelleyerek bu ülkeleri cezalandırmakta; karşılığında siyasi ve ekonomik nüfuzlarını artırmaya çalışmaktadırlar. Benzeri bir durum, vatandaşların hangi ülkeleri ziyaret etmesi gerektiğine dönük algı oluşturarak onları örtülü bir şekilde yönlendiren Batılı - hatta Rusya ve İran gibi - ülkeler için de geçerlidir. Bu açıdan bakıldığında turizm diplomasisi Türkiye gibi ülkeler açısından turizm sektörünün ve genel olarak ekonominin canlandırılması açısından büyük önem taşımaktadır.

- 5- Hangi turizm dalında olursa olsun, turiste sunulan hizmet ve ürünlerin kalitesi behemehâl yükseltilmelidir. Aksi halde ülkenin marka değerini yükseltmek ve bunu iktisadi, siyasi ve diplomatik alanlara yansıtmak mümkün olmayacaktır.
- 6- Turizm sektöründe olan her birey ve firma birer diplomat sorumluluğu hissetmelidirler. Çünkü kendi şehrini, kendi ülkesini olabildiğince güzel ve doğru tanıtmalıdır. Ayrıca kendi halkının da imajını dışarıya sunmuş olacaktır.
- 7- Turizmi geliştirmek adına atılacak adımlardan biri de turizme bakışımızdır. Turizm ile kültür genellikle bir arada ele alınır. Halbuki ikisi birbirinden ayrı alanlardır ancak birbirleriyle oldukça bağlantılı iki alandır. Yabancı turistler için kültürü ön plana çıkardığımız gibi yerliler içinde bu geçerlidir. Özellikle büyükşehirlerde yaşayanlar yaşadıkları şehrin tarihinden, kültüründen habersiz durumdadır.
- 8- Turizm projeleri özel firmalarla yürütülebildiği gibi, bunların yerel yönetimlerle, özellikle belediyelerle desteklenmesi elzemdir. Ancak bunlar gerçekleştirilirken bir dünya görüşünün sınırları içerisinde kalmamaya da önem verilmelidir.
- 9- Bir bölgede turizm projesi yürürlüğe alındıktan sonra ikinci aşamada bölgenin yerlisi bilinçlendirilmeli ve turistlere yönelik ekonomik faaliyetlere yönlendirilmelidir. Böylece hem bölgenin kalkınmasına destek olunur hem de tam manasıyla bölgenin yerlisi bilinçlendirilmeyle bir turizm elçisi haline gelir.
- 10- Turistler ziyaret ettikleri ülkelerde sadece ziyaretçi olmayı değil, aktif biçimde etkinliklere katılmayı arzulamaktadırlar. Ziyaret edilen ülkenin sanatı, zanaatı ve kültürel birikiminin yanı sıra tarihî mekanların ziyareti esnasında kalıcı anılara dönüşecek katılımcı aktiviteler gittikçe daha önemli hâle gelmektedir.
- 11- Turizm diplomasisinin başarısı, turistlere sunulan hizmetlerin kalitesiyle doğru orantılı olacaktır.
- 12- Ülkemizin dört bir yanında her bir ilimizin, her bir bölgemizin, her bir coğrafyamızın sağlık, kültür vb. ne gibi turizm alan ve unsurlarına sahip olduğu ortaya konulmalıdır. Bugüne kadar yapılmış çalışmalar vardır ama çevre ve marka şehirler bütüncüllüğü içerisinde yeniden yorumlanması gerekmektedir.
- 13- Değerler ve yaşam pratiği ile bütünleşmiş bir turizm diplomasisi konsepti oluşturulması ve envanterin ülke markası temelinde alt marka kimlikler ortaya çıkarması; önümüzdeki temel zihinsel eşiktir. İnşa edilen kapasitenin bir süre sonra “çöp” olmaması, bu yaklaşımın ivedilikle kurumsallaşmasına bağlıdır.

22 Nisan 2016, İstanbul