

Basın-Yayın ve Turizm Bakanlığı Döneminde Turistik Tanıtım ve Propaganda Alanında Görülen Sorunlar (1957-1963)*

Problems in the Field of Touristic Promotion and Propaganda Activities During the Period of the Ministry of Press-Edition and Tourism (1957-1963)

Erol EVCİN**

**Dr., Kültür ve Turizm Uzmanı, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 06490 Emek, Ankara.

E-posta: erol.evcin@ktb.gov.tr

ORCID: 0000-0002-2433-5134

MAKALE BİLGİLERİ

Makale işlem bilgileri:

Gönderilme tarihi: 15 Kasım 2018

Düzeltilme: 25 Ağustos 2019

Kabul: 20 Eylül 2019

Anahtar sözcükler: Türkiye Turizm Tarihi, Tanıtma, Propaganda, Basın-Yayın ve Turizm Bakanlığı.

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted: 15 October 2018

Resubmitted: 25 August 2019

Accepted: 20 September 2019

Key words: Tourism History of Turkey, Promotion, Propaganda, Ministry of Press-Edition and Tourism.

ÖZ

Türkiye turizm tarihi içinde önemli bir merhaleyi teşkil eden Basın-Yayın ve Turizm Bakanlığı (BYTB) döneminde (1957-1963) turizm alanındaki gelişmeleri tetikleyen ve kuvvetlendiren bir unsur olarak turistik tanıtım ve propaganda faaliyetleri önem arz etmiştir. Türkiye'nin tarihi ve doğal değerlerinin ülke insanına olduğu kadar yabancılara da tanıtılması, turistler nezdinde olumlu bir ülke imajı uyandırılması BYTB tarafından esaslı bir hedef olarak benimsenmiştir. Bununla birlikte ülkenin içinde bulunduğu siyasi, idari, iktisadi ve sosyal sorunlar, turizm altyapısının yeterli olmaması ve Batılı ülkelerin olumsuz yönde seyreden tarihi Türkiye algısı turizmin bütün alanlarını olduğu gibi tanıtma ve propaganda faaliyetlerini de olumsuz yönde etkilemiştir. Çalışma kapsamında, Türkiye turizm tarihinde önemli bir geçiş dönemini ve gelişim merhalesini teşkil eden BYTB döneminde turizmin tetikleyici unsurları arasında yer alan tanıtma ve propaganda faaliyetlerinde karşılaşılan sorunlar ele alınmıştır. Bu sorunların tespiti ve çözümü konusunda dile getirilen görüş ve öneriler, bu doğrultuda gerçekleştirilen faaliyetler Türkiye turizm tarihinin dönüm noktalarından biri olan BYTB döneminin anlaşılması açısından önem arz etmektedir.

ABSTRACT

The Ministry of Press-Edition and Tourism (MPET, 1957-1963) is an important period in the history of Turkey tourism. In this period, tourism promotion and propaganda activities were important as a factor triggering and strengthening the development in the field of tourism. Introduction the Turkey's historic and natural values to Turkish citizens and foreign touristic and awakening a positive image about the country has been among the main objectives by MPET. However, the country's political, administrative, economic and social problems, the lack of adequate tourism infrastructure and the negative perception of Turkey in the Western countries, has negatively affected the promotion and propaganda activities. In the study were discussed the problems of promotion and propaganda activities in the period of MPET. The opinions and suggestions expressed in the determination and solution of these problems and the activities carried out are important to understand the MPET period.

GİRİŞ

Türkiye'de turizm faaliyetleri Cumhuriyet'in ilk yıllarından itibaren devlet destekli olarak ivme kazanmaya başlamış ve bu süreç turizmin bir Bakanlık statüsüne kavuştuğu BYTB döneminde (1957-1963) dönüm noktalarından birini yaşamıştır. BYTB, Türkiye'de turizm faaliyetlerinin geliş-

mesi ve ülkenin tarihî, doğal, kültürel ve sanatsal değerlerinin ülke insanına ve yabancılara tanıtımını hususunda önemli hizmetlerde bulunmuştur. Turizm alanında ülke sathında ciddi değişimleri beraberinde getirecek olan Turizm ve Tanıtma Bakanlığı'nun (TTB) 1963'te teşkiline hazırlık süreci olarak değerlendirilebilecek bu dönem aynı zamanda turizme ilişkin faaliyetler için yol ve yön tayin edici etkilere sahip Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nın da (1963-1967) yürürlüğe girdiği bir dönem olmuştur.

* Bu çalışma, Dokuz Eylül Üniversitesi Foça Turizm Fakültesi ile Anatolia Turizm Akademisi tarafından 11-14 Ekim 2018 tarihlerinde Foça'da düzenlenen "Hasan Olalı Turizm Sempozyumu"nda sunulmuş halinin, yazar tarafından daha sonra geliştirilerek, yeniden düzenlenmiş halidir.

Turizm teşkilatlanması konusunda bir olgunlaşma süreci olarak değerlendirilebilecek BYTB dönemi ve bu dönemde gerçekleştirilen turistik tanıtma ve propaganda faaliyetleri Türkiye turizm tarihi açısından önem arz eden konulardan birini teşkil etmektedir (Evcin 2017: 41-91). Bu süreçte turizm ve tanıtma alanında yaşanan olumlu gelişmelerin yanı sıra ülkenin siyasi, iktisadi ve sosyal durumu nedeniyle birçok sorunun belirlendiği veya gün yüzüne çıktığı da görülmektedir. TTB'ye geçiş ve Kalkınma Planı'nın uygulama sürecinde karşılaşılan sorunların yanı sıra siyasi irade değişikliğine yol açan 27 Mayıs 1960 tarihli Hükümet darbesi de söz konusu dönem itibarıyla ülke ve dünya sathındaki etkileriyle turistik tanıtma ve propaganda çalışmalarına sekte vuran gelişmeler arasında yer almıştır. Bütün bu sorunlar Türkiye turizm tarihi açısından BYTB döneminin önem arz eden yönlerini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda çalışma BYTB döneminde turistik tanıtma ve propaganda alanında karşılaşılan sorunlara odaklanmıştır. Bu sorunların başta devlet yetkilileri olmak üzere turizm alanında faaliyet gösteren ilim insanları ve sanatçılar ile hususi ve gönüllü kuruluş temsilcileri tarafından değerlendirilişi ve bunlara yönelik olarak dile getirilen çözüm önerileri de çalışma çerçevesinde ele alınan konular arasında bulunmaktadır.

Bu kapsamda incelenen konu ve dönem çerçevesinde, bütçe görüşmeleri vesilesiyle turizm, tanıtma ve propaganda konusundaki tartışmaları kapsayan Türkiye Büyük Millet Meclisi Zabıt Ceridesi (TBMM ZC), Millet Meclisi Tutanak Dergisi (MMTD), Cumhuriyet Senatosu Tutanak Dergisi (CSTD), Kurucu Meclis Tutanak Dergisi (KMTD), Temsilciler Meclisi Tutanak Dergisi (TMTD) bunların yanı sıra Resmî Gazete (RG) ve resmî raporlar çalışmada yararlanılan resmî hüviyetli kaynak grubunu teşkil etmiştir. Buna ek olarak turizm konusunu sıklıkla işleyen Cumhuriyet gazetesi, Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu (TTOK) Belleteni, İller ve Belediyeler Dergisi, Turizm Bülteni ve Turizm gazetesi gibi söz konusu dönemin önemli süreli yayınları çalışmaya ışık tutan başlıca kaynaklar arasında yer almıştır.

BASIN-YAYIN VE TURİZM BAKANLIĞI'NDA TEŞKİLAT KANUNU SORUNU

1949-1957 yılları arasında faaliyet gösteren Basın-Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü'nün (BYTGM) kuruluş kanununa göre söz konusu birim ülkeyi halka yakından tanıtmak üzere gerekli imkânları hazırlamak, yabancıların Türkiye'deki tabiat güzelliklerini ve sanat eserlerini görmelerini kolaylaştıracak tedbirleri almak ve bu alandaki özel teşebbüsleri teşvik etmek gibi turistik tanıtma ve propaganda faaliyetleri ile ilişkili ciddi görevler üstlenmişti. Bu doğrultuda yapılacak çalışmalar arasında matbu eserler, filmler, fotoğraflar hazırlamak ve yayınlamak; sergi, konser ve konferans düzenlemek gibi görevler yer almaktaydı. Ayrıca tanıtma ve propaganda faaliyetleri ile bağlantılı olarak iç ve dış basın ve yayını takip etmek, radyo yayın postalarının işleyişini düzenlemek gibi sorumluluklar da kurumun görev alanına girmektedir.

Devlet teşkilatında gerçekleştirilen ani bir düzenleme neticesinde 1957'de teşkil edilen BYTB, bağımsız bir teşkilat kanunu yapılmadan, BYTGM'nin teşkilat yapısı ile çalışmalarına devam etmek durumunda kalmıştı. Türkiye'de ve dünya turizminde büyük ilerlemelerin yaşandığı bir dönemde çağdaş ihtiyaçları karşılamak konusunda yetersiz hâle gelmiş bir genel müdürlük mevzuatı ile bir Bakanlığın idare edilmesi hiç şüphesiz ülkedeki turizm faaliyetlerini olumsuz yönde etkilemişti. Bu yıllarda BYTB bütçelerinin Başbakanlığa bağlı Müstakil Genel Müdürlük bütçesi hâlinde kanunlaşmış olması bu soruna basit bir örnek teşkil etmekte idi. Bu sorunu hızlı bir şekilde çözmek üzere hazırlanan yeni "Teşkilât Kanunu Tasarısı" bütün Bakanlıkların görüş ve önerileri alınarak, ilk olarak yasama yetkisini elinde bulunduran Millî Birlik Komitesi'nin, ardından da Kurucu Meclis'in onayına sunulmuştu. Netice olarak BYTB bünyesindeki turizm yapılanması, içinde bulunduğu bu normal olmayan durumdan ancak yeni teşkilat kanunu ile hakiki hüviyetine kavuştuğu 1963'te TTB'nin kuruluşu ile kurtulmuştu (RG 28.5.1949). Bu bağlamda 1957-1963 yılları arasında devam eden teşkilat kanunu boşluğu turizmin bütün alanlarında olduğu gibi tanıtım ve propaganda faaliyetlerinde de etkin hamlelerin yapıl-

masını engellemiş ve bu konuda ciddi sorunların yaşanmasına sebebiyet vermişti.

Öyle ki Bakanlığın teşkilat kanununun yokluğu, bu münasebetle ortaya çıkan idari sorunlar ve bunların tanıtma ve propaganda faaliyetlerine etkileri nedeniyle hâlihazırda yürürlükte olan turizm anlaşmalarından yeterince verim alınamaması bu sorunlara yalnızca bir örnek teşkil etmekteydi. Tokat Milletvekili Zeyyat Kocamemi'nin İsrail ile BYTGM arasında yapılan müşterek turizm propagandası anlaşması vesilesiyle dile getirdiği üzere bu anlaşmanın uygulanması konusunda esas faydalanacak tarafın Türkiye olması beklenirken İsrail'in istikrarlı turizm teşkilatı ve başarılı propaganda çalışmaları neticesinde İsrail'e Türkiye'den giden turist sayısı İsrail'den Türkiye'ye gelenden fazla olmuştu (MMTD 26.2.1962: 584).

BYTB'nin bir teşkilat kanununun bulunmamasının turizm çalışmaları hususunda yarattığı sorunlar TBMM'de, 1960 sonrasında ise Kurucu Meclis'te, Millet Meclisi'nde ve Cumhuriyet Senatosu'nda tartışılan başlıca konular arasında yer almıştı. Bu mecralarda, teşkilâtının genişlemiş olması nedeniyle BYTGM'nin büyük çaplı görevler üstlendiği, ancak bu görevleri yerine getirmek için söz konusu birimin hâlihazırda teşkilatlanmasının uygun olmadığı, bu nedenle mevcut mevzuatın sınırlarının zorlandığı sıklıkla dile getirilmişti. Bu suretle Bakanlık tarafından yapılan çalışmaların BYTGM'nin çalışmalarının ötesine geçemediği vurgulanmıştı. Bakanlığın asıl görevinin turizm işleriyle uğraşmak ve Türkiye'yi yabancı ülkelere, yabancıları da Türkiye'ye tanıtmak olduğu, dolayısıyla basın ve yayın isminin ve faaliyetlerinin bu bakanlığın görev ve sorumlulukları arasından çıkartılması gerektiği ifade edilmişti. Çok cepheli olan turizm davasını yürütmek ve döviz sağlayan bir endüstri haline getirmek üzere idari, malî ve sosyal görevleri bulunan bir teşkilatlanmaya gidilmesi gerektiği, ancak bütün resmî ve özel teşebbüs ve teşekküllerin turizm ile ilgili çalışmalarını koordine edecek, turizm plan ve programlarının uygulanmasına yön verebilecek tarzda bir teşkilât ile turizm meselesinin ciddiyetle ele alınabileceği dile getirilmişti. Buna ek olarak turizm çalışma-

larına sekte vuran bütün mevzuatın gözden geçirilmesi ve bu konuda gerekli değişikliklerin yapılarak muhtelif Bakanlıklar ve Başbakanlık ile iş birliği yapılması hususları da beyan edilen görüş ve öneriler arasında yer almıştı (KMDT 26.2.1961: 491-510).

Görüldüğü üzere bu dönem basın ve yayın faaliyetlerinin turizm faaliyetlerinden ayrılması konusundaki görüşlerin de keskinleştiği bir dönem olmuştu. Meclis görüşmeleri sırasında CHP Grubu adına Kırklareli milletvekili Ahmet Naci Arı da halkın %70'inin okuma ve yazma imkânlarından mahrum olduğu Türkiye'de radyonun dünya ve ülke hakkında hızlı, zamanında ve doğru haber vermesi, kültür ve eğitime yardımcı olması, neredeyse tek eğlence aracı durumunda olması nedeniyle müstakil bir idare ile ele alınması gerektiğini dile getirmişti. Teknik alanda meydana gelen gelişmeler de radyo ve televizyon idaresinin devlet bünyesinden ayrılmasını gerektiriyordu (CSTD 6.2.1963: 552-553). Gazeteci ve yazar Ecvet Güresin de BYTB teşkilat kanunu ve yapısı hakkındaki tartışmalara katılarak:

Tanıtma ve turizm artık ayrı ayrı ilim dallarıdır. Uzman ister, para ister ve alakalı teşekküller arasında koordinasyon ister. Bir bakanlık kuruluyor, senelerdir teşkilat kanunu yoktur. 34 küsur milyon lira ile hem memur maaşlarını verecek hem radyoları idare edecek hem de Türkiye'yi tanıtacak turizm faaliyetini geliştirecek. Buna değil işten anlayanlar, havadaki kuşlar bile güler... (Cumhuriyet 12.2.1962: 2)

şeklinde düşünce beyanında bulunmuştu. Bu şekilde basın-yayın ve turizm faaliyetlerinin müstakil olarak ele alınması konusundaki gerekliliği dile getirmişti. Artık bütün ülke tarafından malum hâle gelmiştir ki BYTGM teşkilat kanunu BYTB bedenine dar gelmekte idi. Dahası güncel gelişmeler turizm faaliyetlerinin basın ve yayın organlarından tamamen ayrılmasını kaçınılmaz bir hâle getirmişti.

BASIN-YAYIN TURİZM BAKANLIĞI YURT DIŞI TEŞKİLATI VE NİTELİKLİ PERSONEL SORUNLARI

BYTB'nin merkez teşkilatı kadar turistik tanıtım ve propaganda çalışmalarının odak noktasını teşkil eden yurt dışı teşkilatı da yükümlü olduğu görev ve sorumluluklar kapsamında hassasiyet arz eden idari birimler arasında yer almıştı.

Bu bağlamda Türkiye'nin dünya sathındaki imajı ile çok yakından ilgili olan yurt dışı teşkilatının çalışma tarzı, bu teşkilatta görevli basın ataşelerinin yeterlikleri konusu devlet kademelerinde ve kamuoyunda tartışma konusu olmuştu. Meclis görüşmeleri sırasında CHP Grubu adına Kırklareli milletvekili Ahmet Naci Arı Türkiye'nin dış ülkelerde gereği gibi tanınmadığını ülke hakkında yapılan tanıtıcı faaliyetin yetersiz olduğunu belirterek şunları ifade etmişti (CSTD 6.2.1963: 552):

Turist celbi düşünülürken tanıtma teşkilâtının en önemli ve hayati rolü oynadığı hatırdan çıkarılmayarak, haber büroları, basın ataşelikleri, hariciye teşkilâtı, ticaret ataşelikleri bu mevzuda koordine bir çalışmaya artık yönelmelidir. Basın ataşelikleri ve haber bürolarının medeni âlemdeki, propaganda ve tanıtma yarışının, değeri ile mütenasip bir çalışma temposuna; çeşitli ve geniş imkânlar, yeni bir ruh ve anlayış ile katılmaları temin edilmelidir. Çalışmalarını hâlâ yeterli ve arzulanan seviyede bulamadığımız bu teşkilâtı bütünü ile ele alarak hatırlar, gönül bir yana dört başı mamur bir hale getirmek için gerekli tedbirler alınmalı, komşu memleketlerin bugün bilhassa Türklerle meskûn yerlerinde haber bürolarının ihdası da düşünülmelidir.

Arı (1963), dünyada turistik propaganda çalışmalarının önem kazandığı ve çeşitlendiği söz konusu dönemde Türkiye'nin yurt dışındaki teşkilatının hızlı ve etkin bir yapıya kavuşturulması hususundaki gerekliliği bu şekilde dile getirmişti. Söz konusu dönem itibariyle basın ataşelerinin yetersizlikleri konusunda ortaya çıkan şikâyetlere temas ettiği TBMM görüşmeleri sırasında Ankara Milletvekili Hasan Tez, Çalışma Vekili ve BYTB Vekili Halûk Şaman'a basın ataşesi olmak için ne gibi şartlar arandığına dair yazılı bir soru sorma gereği hissetmişti. Şaman, bu soruya ilgili kanun hükümlerince BYTB tarafından yabancı ülkelerde görev yapan basın ataşelerinin gidecekleri ülkelerde en çok konuşulan lisanlardan birini çok iyi bilmeleri ve Genel Müdürlük teşkilatında, ajanslarda veya günlük gazetelerde üç yıldan az olmamak üzere devamlı olarak çalışmış olmaları gerektiğini belirtmişti. Bu şartlara sahip olmayan bir basın ataşesinin teşkilatta yer almadığını vurgulamıştı (TBMM ZC 2.5.1960: 356).

Bununla birlikte benzer yöndeki şikâyetlerin ilerleyen süreçte de devam ettiği anlaşılmaktadır. Gazeteci ve yazar Kemal Zeki Gençosman,

dış teşkilatta elçilerin en büyük yardımcıları durumunda olan ataşelerin kitlelerle rahatça temas imkânlarının yanı sıra Türkiye'yi etkin bir şekilde tanıtma imkânlarına sahip olduklarını ve Türkiye'ye ilişkin bilgilerin ataşeler vasıtasıyla rahatlıkla elde edilebildiğini ifade ederek yeni teşkilât kanununda bu hususların dikkate alınması hususundaki beklentilerini dile getirmişti. Bu husustaki tayinlerin çok dedikodulu hadiseler olduğunu ve bu göreve lâyık olmayanların basın ataşesi olarak görevlendirilmemesi gerektiğini belirtmişti (KMTD 26.2.1961: 494). Maraş Milletvekili Mehmet Şişman ise ehil olmayan basın ataşeleri konusunun yurt dışına yansıyan etkileri nedeniyle ciddi bir sorun teşkil ettiğini vurgulamıştı (KMTD 26.2.1961: 506-507).

TBMM Bütçe Komisyonu adına turizmin öneme değinme gereğini hisseden Cumhuriyet Senatosu Tabii Üyesi Ahmet Yıldız ise:

Dışardaki temsilcimiz tanıtıma sağlayacak, memleketimize turist celbini temin edecek, bizleri buldukları memleketlerdeki fikir kanaat ve faaliyetlerden haberdar edecek, elçiliklerimizle paha biçilmez hizmetlerde bulunacak ve dönüşte de oradaki müktesebatları ile memleketimize önemli hizmetlerde bulunacak olan dış basın temsilcilerinin önemli fonksiyonu izahtan varestedir.

diyerek ülke içinde ve dışında propaganda vasıta ve imkânlarına sahip olan BYTB'nin bu alanda önemli ve zor bir görevinin olduğunu belirtmişti. Basın ataşelerinin turistlere henüz ülkelerinden ayrılmadan Türkiye'ye gelme arzusu uyandıracak şekilde Türkiye hakkında yeterli bilgi akışını sağlamalarının önemine temas etmişti. Ülke ile ilk temas ettikleri noktadan itibaren turistlere gümrük, emniyet ve döviz işlemleri hususlarında gerekli kolaylıkların sağlanmasının yanı sıra turistlerin gezilecek yerler, ulaştırma, konaklama ve eğlence imkânları hakkında bilgi verilmesinin halk tarafından "tam bir hüsnü kabul" ile karşılanmaları önemini vurgulamıştı. Yurt dışı teşkilatının yabancı ülke örneklerinde olduğu gibi yetkin personel, geniş boyutlu bütçe, devlet çapında plan ve koordinasyon isteyen çok yönlü bir çalışma alanı olduğuna değinmişti (KMTD 26.2.1961: 502). Gazeteci Akkan Suver'in yurt dışındaki basın ataşelerinin harekete geçirilerek propaganda ve reklama yönelik çalışmalarda bulunulması yönündeki tavsiyeleri de Yıldız'ın

görüşleri ile uyumluluk arz etmekteydi (Suver 1962: 17, 22).

Yurt dışındaki kültür ve turizm teşkilatının tanıtım faaliyetleri hususunda önemli bir sorumluluk üstlendiğine değinen Prof. Dr. Sabri Esat Siyavuşgil ise çeşitli etkinlikler vesilesiyle tanıma fırsatı bulduğu Avusturya'nın Türkiye'deki Kültür Ataşesi Prof. Dr. Jordan ile yurt dışında görev yapan Türk Basın Ataşeleri arasında bir kıyaslama yaparak Türkiye'nin bu konudaki eksikliklerini dile getirmişti. Jordan; Türk lisanını, tarihini, sanatını, medeniyetini, Türkiye-Avusturya tarihî ilişkilerini gayet iyi bilmekte idi. Bu şahıs Avusturya'nın kültürel özelliklerini Türk'lere tanıtmakla yetinmeyip, Türk sanatkarlarını Viyana'ya davet ederek sergiler açtırmakta, Avusturyalı sanatçılara Türk piyesi oynatmakta, Viyanalılara Türk virtüözlerini dinlettirmekte ve elindeki kısıtlı imkânlarla rağmen iki ülke arasındaki dostluk ilişkilerini geliştirmeye gayret göstermekteydi. Bu gibi başarılı çalışmalarını nedeniyle Jordan'ın adeta Türkiye'nin Viyana'daki Kültür Ataşesi gibi çalıştığına vurguda bulunan Siyavuşgil, söz konusu gayretleri konusunda beğenisini ve şaşkınlığını gizlememiş ve Avusturya'nın kültür, turizm, tanıtma ve propaganda politikaları hakkında şu hususlara dikkat çekmişti (Siyavuşgil 1960: 10):

Türkiye gibi komşuları bulunmayan, ticari münasebetleri de pek sıkı olmayan memleketlere bile Prof. Dr. Jordan gibi değerli şahsiyetler gönderebiliyorlar. Yoksa adam katlı-ğı orada da memleketi kasıp kavursa, bize Kültür Ataşesi olarak bambaşka tipte insanlar yollarlardı. Hiçbir yabancı dil bilmemek, gideceği memleketin tarihî ve medeniyeti hakkında en küçük bir fikre sahip olamamak, oranın kültür bakımından kalburüstü şahsiyetlerini tanımamak ve tanımak için de kendini sıkıkmamak, hâsılı gaf yaparım korkusuyla hiçbir işe elini sürmemek ve sürmek zorunda kalınca da mutlaka herkesi kendisine güldürecek kadar çam devirmek itiyat ve kabiliyetinde olanlar seçilir ve bunlar arasından da yüksek makamlara intisabı olanlar memuriyete tayin edilirdi. Demek iyi yetişmiş, iyi niyet ve sağlam şahsiyet sahibi insanların bolluğu sayesinde, böyle nazik ve ehemmiyetli vazifelere kolayca ehil kimseler buluyorlar ve parti gayreti ve şahsi dostluklar işe karıştırılmaksızın memleketin her yerde yüzünü açartmak mümkün oluyor.

Siyavuşgil, bu tespitleriyle kültür ve turizm çalışmalarını hususunda gıpta ettiği Avusturya ile sitem ettiği ülkesi arasında özlü bir kıyas yapmış

ve Türkiye adına ciddi bir özeleştiride bulunmuştu.

Gazeteci ve yazar Mazhar Kunt ise turizm hareketlerinin Avrupa'dan Doğu Akdeniz ülkelerine yöneldiği söz konusu dönemde Türkiye'nin bu durumdan istifade edemediğini vurgulayarak: "*Dış memleketlerde Basın Ataşelerimiz, Ticaret Ataşelerimiz, Kültür Ataşelerimiz var. Fakat bunlardan Türkiye hakkında malumat isteseniz verecek bir broşürleri yoktur. Binlerce liralık döviz tahsisatlı ataşelikler kurarız, bunların çalışması için gerekli malzemeyi temin etmeyiz. Denizden geçer çayda boğuluruz.*" diyerek yurt dışındaki temsilciliklerin tanıtma ve propaganda çalışmalarında kullanacakları tanıtım materyalleri eksikliklerine ve bunun yol açtığı sorunlara işaret etmişti (Kunt 1962: 2).

Ankara Milletvekili ve Kurucu Meclis Esnaf Teşekkülleri Temsilcisi Hasan Tez 1961 yılı bütçe görüşmeleri sırasında, yurt dışında görevlendirilen basın ataşelerinin Demokrat Parti erkânından seçildiğini, Başbakan Adnan Menderes tarafından lisan bilmek gibi yeterliklerine bakılmadan taltif amaçlı görevlendirildiklerini iddia etmiş, bu münasebetle de BYT Bakanı Cihad Baban'dan Demokrat Parti zamanında yurt dışına gönderilmiş bütün basın ataşelerinin geri çağırılması ve yerlerine ehil basın mensuplarının gönderilmesi talebinde bulunmuştu (KMTD 26.2.1961: 505). 27 Mayıs Hükümet darbesini takip eden süreçte artışa geçen bu gibi talepler Bakanlığın yurt dışı teşkilatında köklü değişikliklere gidilmesini tetiklemişti. Nitekim Milli Birlik Hükümeti döneminde BYTB tarafından ilk aşamada Brüksel ve Beyrut Basın Ataşelikleri ile San Francisco, Brüksel ve Bağdat Haberler Bürolarının lağvına karar verilmiş, diğer ülkelerde görev yapan ataşelerin de merkeze alınması ve yerlerine mahalli kâtiplerin bakması kararlaştırılmıştı. Bu durum Bakanlığın yurt dışında çalışma imkânlarını daha da zora sokmuştu (Evcin 2017: 45).

Yurtdışında nitelikli personel istihdamı ile bunların çalışma imkân ve kabiliyetlerinin artırılması hususunun önemine işaret eden bir diğer basın mensubu Burhan Arpad ise Türkiye'yi yurt dışında tanıtmakla yükümlü basın ve kültür ataşelikleri ile haber bürolarının Hükümet darbesi sonrasında yeniden ele alınması ve etkin hâle getirilmesi hususundaki gerekliliğe işaret etmiş-

ti (Arpad 1960: 6). Millet Meclisi'nde AP Meclis Grubu adına bu duruma temas eden İzmir Milletvekili Nihat Kürşat dış temsil konusunda basın ataşelikleri ve haberler bürolarının "yeni bir ruh ve geniş imkânlarla" harekete geçirilmesi gerektiğini, bu doğrultuda uzun yıllar başarılı hizmetlerde bulunmuş San Francisco Haberler Bürosu'nun kapatılmasının hatalı olduğunu, San Francisco'nun bir taraftan büyük bir turizm hareketinin odak noktası, diğer taraftan aleyhte çalışan bazı unsurların yoğun bir şekilde yerleştikleri bir bölge olması itibarıyla Türkiye için önemini koruduğuna değinmişti. Turist çekme ve karşı propaganda faaliyeti ile görevli bir teşkilâtın San Francisco'da tekrar kurulmasının gerektiğini, benzer şekilde Orta ve Kuzey Avrupa'nın merkezi olan ve "Müşterek Pazar" dolayısıyla Türkiye için ayrı bir önem arz eden Brüksel Basın Ataşeliği ve Turizm Bürolarının yeniden açılmasının faydalı olacağını belirtmişti. Benzer şekilde, turist çekmek açısından önem arz eden Yunanistan'da Atina teşkilâtının genişletilmesi ve İsrail'de yeniden bir temsilciliğin ihdas edilmesi gerektiğine işaret etmişti (MMTD 26.2.1962: 574). Yurtdışında Türkiye'nin gereği gibi tanınmamasını tanıtıcı faaliyetlerin yetersizliğine bağlayan Kırklareli Milletvekili Ahmet Naci Arı da CHP Grubu adına bu soruna çözüm olmak üzere komşu ülkelerde özellikle Türklerle meskûn yerlerde haber bürolarının ihdasının önem arz ettiğine vurguda bulunmuştu. Arı'nın turist celbinde hayati bir rol oynadığını vurguladığı basın ataşelikleri ve haber bürolarının medeni dünyadaki propaganda ve tanıtma yarışında yer bulabilmeleri için hariciye teşkilatı ve ticaret ataşelikleri ile koordineli ve hızlı bir çalışma temposuna girmeleri doğrultusundaki önerileri de dikkat çekiciydi (CSTD 6.2.1963: 552).

YABANCI ÜLKELERDE TÜRKİYE İMAJI, MENFİ PROPAGANDA VE FAALİYETLER

Tarih boyunca sosyal, kültürel, siyasi, iktisadi ve askerî alanlarda birçok örneği görüldüğü üzere Türklere karşı olumsuz bir önyargıya sahip olduğu gözlemlenen Batı dünyasında BYTB döneminde de Türkiye hakkında bilgi eksiklikleri göze çarpmaktaydı. Bunun bariz sebeplerinden

biri hiç şüphesiz Türklerin tarihlerini yazmak ve bunları yabancılara aksettirmek konusundaki zafiyetleri idi. Bu durum tarihsel boyutu ile ilmi alanda öteden beri belli başlı şikâyet konularından birini teşkil ediyordu.

Bu noktada, söz konusu dönemde Londra'da muhabir olarak görev yapan G.A. Öztürk'ün uzun yıllar Avrupa'da Türklerin aleyhine olarak sürdürülen propagandaların etkilerinin hâlihazırda hissedilmeye devam ettiğini belirterek, Türkiye'yi Avrupalılara sevdirmenin uzun ve yorucu bir emek istediğini vurgulaması dikkat çekicidir (Öztürk 1962: 19). Türklerin tarihî kimliğinin Avrupa devletleri için bir tehdit unsuru olarak görüldüğüne çeşitli vesilelerle şahit olmak mümkündür. Bu imaj Cumhuriyet döneminde kırılmaya çalışılsa da Türkiye üzerindeki menfi propaganda ve algılar uzun yıllar devam etmişti. Buna örnek olmak üzere 1630-1635 yıllarındaki Viyana Kuşatmaları'ndan beri Viyana Kalesi'nde Türklerin gelip gelmediklerini orduya bildirmek üzere sembolik olarak bekleyen bir gözcü taburunun varlığına ilişkin dönemin basınına yansıyan haberler dikkat çekicidir. Habere göre, Viyana'daki sembolik gözcü taburu 322 seneden beri kalede beklemekte ve bu iş için tahsisat almakta idi. Öyle ki ancak 1957'de Viyana Belediyesi tarafından yayımlanan bir tebliğ doğrultusunda söz konusu gözcü taburunun lağvına karar verilmişti (TTOK Belleteni 1957: 9). Türkiye'nin ve Türklerin turistik imajına büyük ölçüde zarar veren bu tür anlayışların ve bakış açılarının değiştirilmesinin ülkenin varlığı, uluslararası alandaki imajı ve geleceğe yönelik çalışmaları açısından önem arz ettiğini belirten sabık Turizm Dairesi Müdürü Selahattin Çoruh bu hususta şunları beyan etmişti (Çoruh 1959: 335):

Memleketimizi tanıtmak kadar kendimizi de tanıtmak lüzumunun her zamandan daha çok kuvvet bulduğu bir devirdeyiz. Dış turizmin gelişmesi, asırlardan beri tanınmamış hatta tanınmak şöyle dursun; yanlış, fena tanınmış olan halkımızın Batı dünyasına hakiki değerleriyle tanıtılmasına sebep olacaktır. Batı dünyası bizi sırf kılıç zoruyla ülkeleri fethetmiş ve imparatorluklar kurmuş asker millet olarak tanır. Bu yanlış kanaate o kadar bağlanmıştı ki Türk'ün müşterek medeniyete olan büyük hizmetlerini tamamiyle inkâr eder. Daha doğrusu bundan tamamiyle gafildir. Hakkımızda verilen bu yanlış ve muzır peşin hükümlere bugün bile tesadüf edilmektedir.

Türkiye'yi ziyaret eden turist sayısının artması ile yabancıların Türkiye ve Türk insanı hakkındaki olumsuz düşüncelerinin ortadan kalkabileceğini ve aleyhte propagandalara önem vermeyeceklerini dile getiren Çoruh (1959), gerek turizm yolu ile gerek diğer yollarla gerçekleştirilecek tanıtma ve propaganda çalışmalarında Batı dünyasının Türkiye'yi ve Türk milletini tanımadığı gerçeği üzerinden hareket etmek gerektiğini belirtmişti. Zira ABD'ye giden Türk gençleri ile iş adamları, Türkiye'nin İran ve Mısır ile karıştırıldığına ve bir Ortadoğu ülkesi olarak algılandığına sıklıkla şahit olmaktadır. Dahası Amerikalıların Türkiye'deki idare sistemi, Türk insanının fiziksel özellikleri ve medeni çehresine ilişkin herhangi bir bilgi sahibi olmadıkları da gözlemlenmekteydi. Hatta Birinci Dünya Savaşı'na kadar Osmanlı topraklarının bir parçası durumunda olan komşu ülkelerde bile yeni nesillerin Türkleri gereği gibi tanımadıkları, eski nesillerin ise unutmak üzere oldukları görülmekteydi (Çoruh 1958: 195). Türkiye'nin yabancı ülkelerdeki imajı ve tanıtımı konusundaki eksikliklerine temas eden Cihad Baban'ın tespitleri de bu bağlamda önem arz etmekte idi (Baban 1962: 2):

Türkiye kendini dünyaya tanıtabilmiş bir memleket değildir. Bir kavim kendini tanıtma ihtiyacı ile kıvranıyor, içimizde bir duygu bizi mütemadiyen dürtüklüyor ve yabancılara medeni millet olduğumuzu, harem hayatı yaşamadığımızı hatırlatmak istiyor. Buna rağmen karikatürler hâlâ Türk'ü fesli gösterir, hâlâ bir Türk bir suç işlese o suç bütün millete mâl edilerek yazılır. İtalya'da her gün turist soydukları hâlde hiçbir Amerikalı bundan yüksünmez, bizdeki en küçük vaka gazetelere intikal eder. Yani bu demektir ki bizi tanımazlar...

Baban'ın belirttiği üzere Türkiye ve Türk imajı konusunda asırlar öncesine kadar giden olumsuz intibalar birçok konuda olduğu gibi turizm alanında da büyük sorunlara neden olmaktadır. Benzer şekilde, Türklerin kendilerini dünya satışında ifade etmek hususunda zafiyet gösterdiklerini ve bu durumun ülke turizmi için büyük sorunlara yol açtığını dile getiren profesyonel turist rehberi ve yazar Ercüment Özbay da ülkeye misafir olarak gelenlerin elinde yalan yanlış veya eksik bilgiler içeren rehber kitapların bulunduğu şahit olmaktadır. Mevcut tarih kitapları ile turizm broşürlerinde ise Bizans merkezli bir bakış açısı hâkim durumda idi (Özbay 1960: 11-12).

Görüldüğü üzere Batı dünyasının oryantalist bakış açısı turizm alanında da çeşitli vesilelerle ve çeşitli şekillerde ortaya çıkmaktaydı. Tarih ve sanat araştırmaları ile tanınan Halûk Yusuf Şehsuvaroğlu baskı sayısı yüksek bazı yabancı dergi muhabirlerinin zaman zaman Türkiye hakkında propaganda yapacaklarını belirterek müzelerde çekim yapmak üzere ilgili makamlardan izin istediklerini, bu şekilde kendilerine tanınan izinlerle birlikte: *"Bağdat Köşkü'ne nargileler koyalım, Harem Dairesi'nde padişahların kaç karılı olduklarını gösterelim"* gibi tekliflerde bulduklarını ve bu tür fotoğraflar çekmek arzusunda olduklarını ifade etmişti. Söz konusu muhabirlerin köşkün Hazine Dairesi'nde de "bir barbarlık arayışı" içinde oldukları gözlemlenmekteydi. Şehsuvaroğlu, son olarak Time ve Life dergilerinde gördüğü bu tür yazıların turistik propaganda aracı olarak kullanılmasının ve müzelerin bu zanla baskı altına alınmasının doğru bir yaklaşım olmadığını belirtmişti (Şehsuvaroğlu 1961: 2).

Prof. Dr. Sabri Esat Siyavuşgil ise benzer bir anlayışla şehircilerin özellikle turizm bölgelerine sanatkarların elinden çıkmış bir heykel, havuz veya şelale gibi unsurların yerine bir katlı, pencerelerin altı sedirle çevrelenmiş, ortasında fiske, bir köşesinde ocak, pirinç kahve takımları, kulpsuz fincanlar, aralıksız iskemleler ile nargilelerden ve duvarlarında acem basması tablolarından oluşan müzeyi andıran bir bina içinde "Şark Kahvesi" tesis etme merakını eleştirmişti. Bunların turistlerin ilgisini çekebileceğine değinmekle birlikte şehrin en azından birkaç önemli bölgesinde Batı tarzında, Viyana ve Paris üslubunda birer "Garp Kahvesi"nin açılmasını da aynı şekilde önemseyen Siyavuşgil bu tür mekânların iç ve dış tasarımları, garsonlarının tarzı ile kahvehane kültürüne katkı sağlayacağını ve perişan bir manzara arz ettiğini belirttiği mahalle kahveleri için de iyi bir örnek teşkil edebileceğini vurgulamıştı. Bu suretle: *"içerisinde yüksek sesle konuşulmayan, avaz avaz garson çağrılmayan, şamata ile tavla oynanmayan, iskemlenin üstüne bağdaş kurup oturulmayan, yere izmarit atılmayan temiz, düzenli ve zarif birkaç kahvehanenin hem turistlerin hem de yerli halkın memnuniyetine sebep olacağını"* beyan etmiş ve bu konuda gösterilecek hassasiyetin tu-

ristik faaliyetler açısından önem arz ettiğine değinmişti (Siyavuşgil 1959: 15).

Türklere karşı besledikleri husumetten ve Türkiye toprakları üzerindeki tarihî emellerinden bir türlü vazgeçmeyen bazı ülkelerin geçmişten gelen bir alışkanlıkla Türkiye aleyhindeki propaganda faaliyetlerine ısrarla devam ettikleri de görülmekteydi. Örneğin Suriye Ekonomi ve Ticaret Bakanlığı Şam Turizm Dairesi Müdürlüğü tarafından 1958'de basılan turistik haritalar Hatay'ı Suriye sınırları içinde göstermekteydi. Türk Hükümeti'nin protestosu ile dağıtımı durdurulan bu turistik haritaların 1962'de tekrar Halep ve diğer şehirlerde dağıtıldığı görülmüştü. Bu haritalar "Birleşik Arap Cumhuriyeti-Suriye Eyaleti Birleşik Haritası" başlığını taşımakta idi. Suriye'nin okul kitaplarında ve atlaslarında da daima bu tema işlenmekte idi (Cumhuriyet 25.11.1962: 1-7; CSTD 11.6.1963: 515). Benzer bir anlayışla yabancı ülkelerde Türkiye coğrafyasındaki yer isimlerinin ısrarlı bir şekilde Türk hâkimiyetinden önceki isimlerle anıldığı görülmekteydi. Öyle ki bu yöndeki şikâyetlerin artması ve Muğla Milletvekili Adnan Akarca'nın bu durumu Millet Meclisi'nde dile getirmesi üzerine BYT Bakanı Celâl Tefvik Karasapan bu soruya cevap verme gereği hissetmişti. Türkiye'deki coğrafya isimlerinin gelişigüzel değiştirilmesi nedeniyle ortaya çıkan şikâyetlerin üzerinde durulması gereken bir mesele olduğunu dile getiren Karasapan yabancıların örneğin Uludağ'a "Olemp Dağı", İstanbul'a "Konstantinopol" demelerinin millî hisleri rencide etmemesi gerektiğini ifade etmişti. Turistik bültenlerde ve yazılarda mahallerin tarih ve arkeolojik bakımdan önemlerini gösteren isimlerin kullanılabilceğini vurgulamıştı (MMTD 22.2.1963:173).

Bu dönemde Yunanistan'dan Türkiye'ye gelen turistlerin ifadelerine göre Yunan seyahat acenteleri Türkiye'ye gelmeyi arzu eden yabancı turistleri bu düşüncelerinden vazgeçirmek için türlü şekillerde kandırmak ve fikirlerini çelmek yoluna gitmekteydi (TTOK Belleteni 1960: 12). Örneğin 1959 yılı Mart ayında iki turistin Efes'te zehirlendikleri haberini yazan iki Yunan gazetesi turistleri Türkiye seyahatleri konusunda dikkatli olma-ya davet etmişti (TTOK Belleteni 1960:12). Ahmet

Halil takma adı ile kaleme aldığı bir yazısında Prof. Dr. Ziyaeddin Fahri Fındıkoğlu'nun tespitlerine göre de Paris'te Türkiye'nin vapurlarının seyahat faaliyetlerinin yabancı bir büro tarafından ve oldukça isteksizce yürütüldüğüne şahit olunmaktaydı. Türkiye'ye seyahat sorunlarından bahsederek turistik seyahati için İtalya'yı tercih ettiğini belirten bir Alman turistin Türkiye'ye seyahat etme düşüncesinde olan turistlerin fikirlerini çeldirici tavrı da durumun ciddiyetini gösteren başka bir örnek olarak müşahade edilmişti (Halil 1958: 20).

Türk kültürüne ait unsurların bir zamanlar Osmanlı tebaası olan ülke halkları tarafından benimsenmesi ve kendilerine mâl edilmesi gibi olaylar da bu dönemde sıklıkla görülen hadiseler arasında idi. Paris'te 1959'da düzenlenen Tiyatro Festivali vesilesiyle Yunanlıların icra ettikleri Karagöz oyununu takip eden Prof. Dr. Sabri Esat Siyavuşgil, bu oyunun Yunanistan'a Türklerden gitmiş olmakla birlikte Yunanlıların bu oyunu zamanla işleyerek kendi toplumlarına mâl etmeye başladıklarını, oyunlardaki karakterlerin ve konuların bile zamanla değişiklik gösterdiğini dile getirmişti. Siyavuşgil Türkiye'de Karagöz gölge oyunu ve benzer türdeki kültürel değerlere sahip çıkılmaması nedeniyle: "Eğer biz cedlerimiz derin bir felsefe ve ince bir nükteye sardıkları bu güzel oyunu zamanla hor görüp bir köşeye atmışsak, bunun vebâli sadece bize aittir." (Siyavuşgil 1959:12) diyerek konu hakkında sitemlerini dile getirme gereği hissetmişti.

Türkiye turizmi için önem arz eden isimler arasında yer alan Raufi Manyas'ın BYTB dönemindeki turistik tanıtma ve propaganda faaliyetlerine dair gözlemleri ve tecrübeleri de çalışmamıza ışık tutacak mahiyettedir. Bu hususta Manyas'ın dikkat çektiği önemli unsurlardan biri tabâhat konusu olmuştur. Manyas, bu dönemde özellikle ABD'de tabâhat¹ konusunda yapılan yayınların çokluğuna işaret ederek, bu konuda dünya çapında ilgi gören birkaç kitaba dikkat çekme gereği hissetmiştir. Bunlardan Joan Rowland'ın 1950'de yayınlanan "Good Food from the Near East" adlı kitabında Ermenistan mutfağına

¹Tabâhat: Yemek pişirme sanatı

ayrılan ve 64 sayfa tutan yemekler Manyas'ın dikkatini çekmişti. Bu yemeklerin belli başlıları arasında pirinç ve yayla çorbaları, balık pilaki, hünkârbeğendi, döner kebab, keşkek, kuzu kaplama, pilav, kadayıf, baklava ve helva gibi Türk yemek kültürüne ait belli başlı unsurlar yer almaktaydı. Kitapta bu Türk yemeklerinin Ermenice isimlerle ve Ermeni kültürüne özgü yemekler olarak nakledildiği göze çarpmakta idi. Kitabın Türkiye faslı içinse basit türden yemek isimlerine ve tariflerine yer veren 20 sayfa ayrılmıştı. Manyas ele aldığı ikinci kitabın pastalar kısmında da içine kuru üzüm katılan basit keklerle, "strudel" e ve hamur işlerine değinildiğini görmüş, ancak bu konuda son derece kaliteli İzmir'in çekirdeksiz üzümüne hiç temas edilmeyip, kaba kuru olarak tanımladığı "korint üzümü" nün tavsiye edilmesini eleştirmişti. Mısır ve Roma döneminden başlayarak ülkelerin mutfak tarihçelerini veren diğer bir kitabın Türkiye kısmında ise: "*Bir Türk tabâhat sistemi yoktur. Rum aşçılar incelmış faik bir çeşni tesis etmişlerdir... Türkiye balıkları iyidir, fakat bunları ancak Rum aşçılar iyi pişirirler... Türkiye'de şeker yerine ekseriyetle bal kullanılır. Ekseriyetle şişman olan Türk kadını mütemadiyen şekerli şeyler yer ve hareket etmez.*" gibi yerici ifadeler yer almakta idi.

Türkiye'nin turistik tanıtım ve propaganda faaliyetlerini olumsuz yönde etkileyebilecek bu eserler söz konusu dönemde ülkede üzerine titrenen turizm davasında sistemli ve metotlu bir tanıtım ve propaganda planına ihtiyaç duyulduğunu ortaya koymaktaydı. Bunun yetkililer tarafından da görülmesi ve bu konuda gerekli tedbirlerin alınması önem arz etmekteydi (Manyas 1958: 13-16). Türk tabâhatının dünya sathında tanıtımının Türkiye turizmüne sağlayabileceği faydalar ve bu konuda çözülmeyi bekleyen büyük ölçekli sorunlar bu suretle Manyas tarafından dile getirilmişti. Türkiye'nin ABD'deki tanıtım faaliyetlerini değerlendiren gazeteci ve yazar Hasan Refik Ertuğ ise New York şehrinin Manhattan semtinde meşhur "Beşinci Avenue" üzerinde Türk yemekleriyle tanınmış, Türk içkilerinin içilebildiği, tavla oynanan, sıklıkla Türkçe hitapların işitildiği, duvarlarında Boğaz ve Haliç resimlerinin yer aldığı bir lokanta ile benzer tarzda alaturka lokantaların ve hatta ince saz çalınan gazinoların bulunduğunu gözlemlemişti. Şark

dekorlarıyla süslenmiş bu tür lokallerin genellikle Rumlar tarafından işletilmesi ve Türklerin bu tür mekânları işletmek konusunda geri planda kalması hiç şüphe yok ki Türkiye'nin tanıtımı ve reklamı açısından önemli bir boşluk yaratmakta ve türlü riskleri içinde barındırmaktaydı (Ertuğ 1959: 5-7).

TANITMA VE PROPAGANDA VASİTALARINA İLİŞKİN SORUNLAR

Sahip olduğu tarihî, doğal, kültürel ve sanatsal değerleri ile Türkiye'nin turistik bir değer olarak dünya sathında tanıtılması ve bu konuda farkındalık yaratılması hiç şüphe yok ki amaca uygun turistik tanıtım ve propaganda vasıtalarının kullanılmasını gerektirmekteydi. Birbirleriyle yakın bir ilişki içinde bulunan tanıtım, propaganda ve reklam faaliyetleri bu nedenle BYTB döneminde üzerinde özellikle durulan turizm çalışmaları arasında yer almıştır. Diğer yandan gösterilen bütün hassasiyete rağmen Türkiye'nin tanıtım ve propaganda imkânları ile faaliyetlerinin yeterli düzeyde olduğunu söylemek mümkün görünmemektedir. Bu süreçte aşağıda çeşitli örneklerle açıklayacağımız gibi tanıtım, propaganda ve reklam konularında birçok sorunla karşılaşmıştı.

Tanıtım ve propaganda faaliyetlerine ayrılan bütçenin yetersizliği söz konusu dönemde BYTB'ye yöneltilen eleştirilerin odak noktalarından birini oluşturmuştu. BYTGM 1961 yılı bütçe görüşmeleri sırasında Temsilciler Meclisi Üyesi İlhan Esen planlı bir turizm sanayi hamlesi yapılması doğrultusundaki gerekliliği dile getirmiş ve bütçe imkânlarının artırılarak klasik mecrada icra edilen turistik doküman basım ve yayım faaliyetlerinin üzerinde bir tanıtım ve propaganda faaliyetine girişmenin yerinde olacağını vurgulamıştı (KMTD 26.2.1961: 498-499):

Arkadaşlar sadece broşürler bastırmak, takvim yapraklarına İstanbul Boğazı'nın, Efes Harabelerinin renkli resimlerini basmak, garson kursları açmak ve şurada burada 'Türkiyemiz güzel bir memleket, her türlü tabii ve tarihî zenginliklere sahiptir.' demekle bu mühim dava halledilecek zannedilmesin. Hiç şüphesiz bunlar da lüzum. Ama işe temelinden başlamak şarttır. Bunun için de süratle plânlı bir turizm sanayi faaliyetine geçmeye mecburuz. Esefle kaydetmek gerekir ki memleketimizde bu yıl da turizm çalışmaları broşür bastırmak ve garson kursu açmak gibi müteferrik işlerden ibaret kalacaktır. Elimizdeki bütçe tasarısı bizi böyle düşünmeye zorluyor...

Esen'in bütçe yetersizliğinin esaslı bir turizm altyapısı oluşturmaya yönelik girişimleri engellediği ve dolayısıyla kapsamlı bir turistik tanıtma ve propaganda faaliyetine de engel olduğu doğrultusundaki görüşleri esasen muhtelif partilerin milletvekilleri tarafından da kabul gören bir gerçekliğin ifadesi olmuştu. Nitekim bu konudaki serzenişler ilerleyen süreçte de devam etmiş ve Kalkınma Planı ile 1963 yılı bütçe görüşmeleri sırasında da yoğun bir şekilde tartışılmıştı. Yeni Türkiye Partisi Grubu adına Tunceli Milletvekili Mehmet Ali Demir Meclis bütçe görüşmelerinde resmî ve özel sektörün turizme yatırdığı milyonlarca lira yatırımın gereği kadar değerlendirilebilmesinin Türkiye'ye turist gönderebilecek ülkelerde her çeşit vasitadan faydalanmak suretiyle yapılacak geniş bir propaganda hareketi ile mümkün olabileceğini belirtmişti. Turistik amaçlar ve tesisler uğruna yapılacak yatırımların en az %25'inin bu işin propagandasına sarf edilmesi gerektiğini ifade ederek: *"Her köşesi başlı başına bir cennet olan yurdumuzu tanıtmak imkânlarından mahrum olduğumuz müddetçe turizmden gelecek milyonları düşünmek bir nevi hayal mahsulünden başka bir şey olmaz."* demişti (CSTD 6.2.1963: 550). BYT Bakanı Kamuran Evliyaoğlu, Türkiye'nin tarihi ve doğal özelliklerine rağmen bunlardan söz konusu döneme kadar yeterine istifade edilemediğini ifade ederek: *"Biz maalesef kendi memleketimizi kendimiz tanımıyoruz. Yabancılar çoğu kere memleketimizi bizden daha iyi tanıyorlar, takip ediyor ve yayın yapıyorlar."* şeklinde görüş bildirmişti (Turizm Bülteni 1962: 3).

Görüşmeler sırasında Adalet Partisi Grubu adına Aydın Milletvekili İskender Cenap Ege ise tanıtma ve propaganda alanındaki çalışmalara ayrılan miktarlar doğrultusunda Kalkınma Planı ile genel bütçe arasındaki tutarsızlıklara dikkat çekmişti. Buna göre, Türkiye'nin turizm propagandasını yapacak, ülkeyi ve halkı her bakımdan dünyaya tanıtmaya çalışacak olan turizm alanına Kalkınma Planı'nda 30 milyon ayrıldığı hâlde bir çelişki ile 1963 yılı bütçesinde bu miktarın 4,5 milyon liraya düşürülmesinin uygulamada sorunlar yaratacağına temas etmişti. Örnek olarak Yunanistan'ın turizm propagandası için 1962'de bütçesine 100 milyon liraya yakın bir tahsisat konulduğunu vurgulayan Ege, turizm yönünden

Türkiye'nin Yunanistan'a göre "daha bakir, daha az tanınmış bir ülke" olduğunu ve Türkiye'nin propagandaya Yunanistan'dan daha fazla ihtiyaç duyduğunu belirtmişti (CSTD 6.2.1963: 537). Buna cevap olmak üzere BYT Bakanı Celâl Tevfik Karasapan, Kalkınma Planı ile bütçede öngörülen meblağlar konusundaki çelişki konusunda Ege'nin haklı olduğunu belirtmekle birlikte bu dağılımın bütçe kaynaklarıyla uyumluluğu sağlamak üzere icra edildiğine dikkat çekmişti. 30 milyonluk bir propagandaya girişmenin zamansızlığına temas eden Karasapan henüz böyle bir propaganda ile Türkiye'ye gelebilecek bir milyon turisti karşılayacak durumda olunmadığını, böyle bir girişimin propagandadan ziyade karşıt propaganda olacağını belirtmişti (CSTD 6.2.1963: 564).

Sinop Milletvekili Cemil Karahan, Cumhuriyetçi Köylü Millet Partisi (CKMP) adına Millet Meclisi'nde yaptığı konuşma ile Bakan Karasapan'ın Türkiye'ye gelecek turistler için henüz hazırlıklı olunmadığı ve böyle bir durumda iase, ibate ve yer temini bakımından sıkıntıya düşüleceği şeklindeki düşüncelerini eleştirmişti. Bu düşüncelerin makul görünmekle beraber dünyada hiçbir milletin turist karşılamaya yönelik dört başı mamur bir hazırlığından da bahsetmenin mümkün olmadığını vurgulamıştı. Türkiye'ye gelen turistlerin de bir kısmının memnun olmadan geri dönebilecekleri ve bundan korkmamak gerektiğini dile getirmişti. Bu suretle BYGM'nin 1963 yılı bütçesi çerçevesinde devlete düşen vazifenin turistik propaganda yapmak olduğunu, bu girişimi gören hususi teşebbüslerin de zamanla propaganda hususunda devletin faaliyetlerini tamamlayıcı bir rol oynayacaklarını belirtmişti (MMTD 22.2.1963: 162-163).

Söz konusu dönemin teknolojik altyapısı ve imkânları düşünüldüğünde tanıtma, propaganda ve reklam hususunda basılı materyallerin başat rol oynayan unsurlar arasında yer aldığı görülecektir. Ancak ilan, afiş, broşür basımı ve dağıtım hususundaki eksiklikler ülkedeki tanıtım ve propaganda çalışmalarının etki derecesini düşürmekte idi (Suver 1962: 17). BYT Bakanı Celâl Tevfik Karasapan ise yapılan çalışmalar hakkında bilgi verdiği Meclis konuşmaları sırasında

1963 yılı bütçesi çerçevesinde bütün Türkiye'yi kapsayan, her bölgeye ait tanıtıcı yayınların, broşürlerin ve afişlerin hazırlanacağını ve ülkedeki otelleri, motelleri, kamp yerlerini ve turistik özelliğe sahip olmamakla beraber turist kabul edecek otelleri gösterecek bir bülten üzerinde çalıştıklarını da ifade ederek bu dokümanların Türkiye sınırlarına gelen turistlere ve yabancı turizm bürolarına gönderileceğini vurgulamıştı (CSTD 6.2.1963: 564).

Hiç şüphe yok ki, yayın vasıtasıyla yapılan propaganda çalışmaları ülkenin tanıtımı hususunda başarıyı tetikleyen belli başlı unsurlar bulunmaktaydı. Türkiye'nin turistik değerlerini tanıtmak üzere reklam faaliyetlerine girilmemesi, tanıtım ve propaganda hizmetleri için turizm acenteleri ve büroları ile işbirliği tesis edilmemesi ve bu teşekküllere söz konusu faaliyetleri gerçekleştirmek üzere komisyon vermekten imtina edilmesi gibi nedenlerle söz konusu dönemde yabancı ülkelerdeki seyahat acentelerinde Türkiye'ye ait yayın bulmakta zorluk çekiliyordu (TTOK Belleteni 1960: 4). Turistik tanıtım ve propaganda konusunda yapılan yayımların içeriği, basımı ve bunların ülkelerin ve coğrafyaların ihtiyaçlarına uygun zamanlarda dağıtımı bu hedefe ulaşmak hususunda önem arz etmekteydi. Çoruh'un da vurguladığı üzere propaganda faaliyetinin amacına ulaşabilmesi için bu tür eserlerin hitap edilen ülkelerin zihniyetine uygun olarak kaleme alınması, özellikle lisan ve ifade bakımından kolay anlaşılır ve net bilgiler içermesi önem arz etmekteydi. Özlü bir içeriğe sahip, kaliteli ve bol resimli metinler, anlaşılır ve çarpıcı ifadelerle basılmış afişler tanıtım ve propaganda çalışmalarında başarılı olmanın belli başlı gerekleri arasındaydı. Bunların bol miktarda yabancı ülkelerdeki seyahat acentelerine, seyahat vasıtaları şirketlerine, turizm teşekkülleri ile kulüplerine dağıtım tanıtım ve propaganda çalışmalarına önemli bir katkı sağlamaktaydı (Çoruh 1958: 237).

Buna karşın söz konusu faaliyetler hususunda birtakım sorunlarla karşılaşılabilmekteydi. Hâlihazırda basılan broşürlerin dışı süslü olmakla birlikte içeriklerinin eksik bilgilerle dolu olduğunu ve yetersiz bir lisanla kaleme alındığını belirten gazeteci Akkan Suver'in bu iddiasını dik-

kate almak gerekmektedir (Suver 1962: 17, 22). Kıbrıs ziyareti sırasında Kıbrıs Basın Ataşesinin taleplerine rağmen kendisine yeterli sayıda resim, broşür, afiş gönderilmediğini belirten Tokat Milletvekili Zeyyat Kocamemi'nin de bu noktada BYTB'nin zafiyetine dikkat çektiği görülmektedir (MMTD 26.2.1962: 584-585). Türkiye'yi yabancılara tanıtılabilmek amacıyla çeşitli diller üzerinden yayın hayatına başlayan "Turizm" gazetesinin ilk sayısında, turizm alanında dünya çapında bir değere sahip olan Türkiye'nin Avrupa'da hâlâ 6-7 senelik broşürlerinin dolaşmasının ve bunların da sınırlı sayıda olmasının ciddi bir soruna işaret ettiği belirtilmişti. Gazete ayrıca tanıtım kampanyalarında sürekliliğin sağlanması, çağdaş reklam tekniklerin kullanılması, bu doğrultuda Türkiye'nin yalnızca Avrupa'nın birkaç şehrinde değil, dünya çapında bir propaganda ile tanıtılması hususundaki öneme dikkat çekmişti (Turizm 1 27.9.1962: 1-5). Avrupa ülkelerinde ve ABD'de seyahat planlarının kış aylarında yapılarak özellikle yazın tatile çıkıldığını belirten gazeteci ve yazar Burhan Felek ise mayıs ayı itibarıyla bile bu ülkelerde çıkan dergilerde Türkiye'ye dair tanıtım haberleri ile ilanlarının yer almamasının anlaşılır olmadığını dile getirmişti (Felek 13.5.1963: 3). Turizmin ayrılmaz bir vasıtası olan propagandanın bir ilim ve ihtisas konusu olduğunun kabul edilerek bu işe ciddiyetle yaklaşılmasını salık veren Cumhuriyet Senatosu Üyesi Şadi Kocaş, Türk tarih ve kültürü ile yakın ilişkiler içinde bulunan Orta ve Yakındoğu gibi Türkiye propagandasının kolay yapabileceği coğrafyaların da turizm alanında değerlendirilmesi gerektiğini dile getirmişti (CSTD 6.2.1963: 546-547).

Prof. Dr. Ziyaeddin Fahri Fındıkoğlu, yurt dışında seyahatleri sırasında Türkiye'nin tanıtımına yönelik faaliyetlerin ve materyallerin eksiliğine şahit olan aydınlardan biri olmuştur. Fındıkoğlu'nun edindiği izlenimler Türkiye ile tarihî bağları bulunan hatta bir zamanlar Osmanlı topraklarına dâhil olan ülkelerde bile turistik tanıtım faaliyetlerinin Türkiye'ye göre ileri safhalarda olduğu yönünde idi. Örnek olarak Mısır'ın Avrupa'daki seyahat bürolarında ve otellerde duvar ilanlarından, levhalardan, broşürlerden ve dergilerden oluşan zengin dokümanlarını görmek mümkündü. Hatta "Egypte Travel Ma-

gazine" adlı dergi her ay turistik ülkelerde dağıtılmaktaydı. Mısır Turizm Müdürü Bedreddin Celâl Bey, turizm hareketlerini artırmak ve sorunlara çözüm bulmak üzere Avrupa ülkelerinin yerli turizm idareleri ile sürekli müzakerelerde bulunmak ve anlaşmalar yapmak suretiyle faal bir anlayış benimsemişti. ABD, Fransa, İngiltere, İtalya ve İsviçre'de hatta demir perde gerisi ülkelerde Mısır Turizm Dairesi'nin uzun zamandır büroları bulunmaktaydı.

Benzer şekilde, Avrupa'nın büyük ya da küçük her şehrinde Yugoslavya'yı yabancılara ve yerlilere tanıtan materyallerin görülebileceğini ifade eden Fındıkoğlu, ikinci bir "Cote-d'Azur" olarak tasvir edilen Adriyatik sahillerinin her yerinde: "Durma! Bana gel" diyen propaganda malzemelerinin bulunduğunu, başta Bosna Hersek olmak üzere Slovenya, Hırvatistan ve Sırbistan'ın tarihî ve doğal güzellikleri ve Türklerden kalma camileriyle Avrupa'nın her tarafında tanındığını ifade etmişti. Bu şekilde doğu ülkelerini, camiye ve minareyi görmek isteyen Avrupalıların bile buralara akın ettiğini vurgulamıştı. Bu bilgilerden hareketle Fındıkoğlu turistik propaganda malzemelerinin Türkiye'nin yurt dışında tanıtılmasına yönelik çalışmalarda kullanılabilir etkin unsurlardan biri olduğunu dile getirmişti (Halil 1958: 20). Turizmin gelişmesi yolunda Yugoslavya, İtalya ve Yunanistan'ın Avrupa şehirlerinde sarf ettikleri gayretleri yakından müşahede eden isimler arasında yer alan İstanbul Milletvekili Fahrettin Kerim Gökay Paris'te ve diğer şehirlerin caddelerinde, metro istasyonlarında söz konusu ülkelerin büyük reklam afişlerine rastladığını, buna karşın bir yatırım konusu olarak ele alınmadığını belirttiği Türkiye'de turizmin hâlihazırda yetersiz seviyede bulunduğunu ve çalışmaların takviyeye ihtiyacı olduğunu ifade etmişti (MMTD 6.4.1962: 272).

Bu yıllarda BYTB Turizm Dairesi Enformasyon Bürosu tarafından Antalya, İstanbul ve Türkiye broşürleri basılmakta ve talep edenlere dağıtılmakta idi. İstanbul'da bu yöndeki çalışmalara katkı sağlamak üzere turistlere Sirkeci'deki "Turizm Zabıta Bürosu"nda turistik broşürler dağıtılmaktaydı (Cumhuriyet 12.7.1961: 2). Ancak turistlere ulaşma noktasında bu çalışmaların yeterli

olduğunu söylemek mümkün görünmemektedir. Türkiye'de turistlere hitap ederken göz önünde bulundurulması gereken hususlara dikkat çeken AID Teşkilatı Sanayi Dairesi'nde Turizm Müşaviri olarak görev yapan Raymond Brisach bunlar arasında öncelikle havaalanına, limana, hudut kapısında gelen turiste Türkiye içindeki gezisini planlarken yardımcı olacak dokümanların önemine değinmişti. Ana dilinde yazılmış tarihî ve doğal yerleri gösteren, ulaşım vasıtalarına dair bilgiler içeren broşürlerin ve bir bakışta anlaşılabilir bir yol haritasının temin edilmesi bu kapsamındaki başlıca çalışmalar içinde yer almaktaydı (Brisach 1961: 466).

Mecliste propaganda malzemelerinin gerekliliği tartışma konusu olmuştu. CHP Grubu adına Bursa Milletvekili Sadrettin Çanga bütçe görüşmeleri sırasında turistik tanıtma ve propaganda dokümanlarının önemine temas ederek şunları söylemişti (MMTD 22.2.1963: 157):

Turizm propaganda ve tanıtıma en fazla ihtiyaç duyulan bir endüstridir. Yabancı memleketler bugün bize de cazip görünen turizm hareketlerini turistik kaynaklarının bolluğundan değil ve fakat propaganda ile broşür ve afiş baktırıp dağılmakla, dokümanlar filmler yapmakla temin etmişlerdir. Turizmle ilgili broşür ve renkli afişler basıp dağıtmak, tanıtma filmleri yapmak hiçbir şekilde israf sayılmamalıdır. Aksine, bu imkânlarımızı geliştirmekte her memlekette çok bu yola, bu vasıtalara muhtaç olduğumuz unutulmamalıdır.

Görüldüğü üzere Çanga, Türkiye'nin tanıtımı hususunda etkin rol oynayan turistik dokümanlar için bütçede ayrılan tahsisatın israf sayılması doğrultusundaki değerlendirmelere şiddetle karşı çıkmış, bu yönde yapılacak çalışmaların her şekilde desteklenmesinde fayda olduğunu beyan etmişti. Turistik tanıtma ve propaganda malzemelerinden alınan gümrük resimleri de yetkililerin ve aydınların gündem maddelerinden birini oluşturmaktaydı. Çanga, Mecliste partisi adına yaptığı konuşma sırasında BYTB tarafından yabancı memleketlerde bastırılmak zorunda kalınan propaganda malzemesinden gümrük resmi alınmasını turizm faaliyetlerini sınırlayıcı bir uygulama olarak gördüklerini belirtmişti (MMTD 26.2.1962: 578). Gazeteci ve yazar Burhan Arpad da benzer şekilde İstanbul Belediyesi tarafından turist acentelerinin vitrinlerine ve yazıhanelerine koydukları uçak modelleri, seyahat şirketlerinin

flamaları, pankart ve harita gibi tanıtma malzemelerinin vergiye tabi tutulmasını eleştirmişti. Dünyanın her tarafında turizm malzemesi adı altında her türlü vergiden muaf tutulan bu işler için belediyeler tarafından olduğu gibi son dönemlerde gümrüklerde de vergi alınmaya başlamasını turizm faaliyetleri açısından olumsuz bir gelişme olarak kaydetmişti (Arpad 1959: 17).

Tanıtma, propaganda ve reklam faaliyetlerinin etkisini artırmak ve işin bir yanından tutarak bu konuda gözlemlenen sorunlara çözüm yolunda mesafe kat etmek üzere “Başbakanlık Mevzuat ve Hukuki Tedbirler Komisyonu” toplantıları sırasında bir dizi tavsiye kararının alındığı görülmektedir. 1955 tarihli Turizm İşbirliği Nizamnamesi'nin de gereği olarak polis memurları ile belediye zabıta memurlarına BYTB tarafından pratik yabancı dil konuşma kitabı hazırlanması ve turistlere rehber olmak üzere el kitapları, bölge ve şehir plan ve broşürlerinin verilmesi hususunun İçişleri ile BYTB Bakanlıkları tarafından ele alınması söz konusu tavsiye kararları arasında yer almıştı. Bu münasebetle müzelerdeki eserlerin halka ve turistlere yayın faaliyetleri, fotoğraflar ve resimler vasıtasıyla tanıtılması, müzelerde bedeli karşılığında fotoğraf çekimine izin verilmesi, ilgi gören eserlerin fotoğraf ve modellerinin satışa sunulması konusundaki uygulamaların önemine vurguda bulunulması da dikkat çekicidir. Buna ek olarak manzara ve turistik mahallerin fotoğraflarının çekilmesi ve PTT gişeleri ve otel gibi mahallerde ülkeye ait manzaraları gösteren posta kartları ile pullarının satılmasının temini için MEB, BYTB ile Ulaştırma Bakanlığı ortak çalışma yapmaya davet edilmişti.

Hava alanlarında, garlarda, yolcu salonlarında enformasyon memurları ile BYTB'nin yabancı dil bilen görevlileri arasında tesis edilecek iş birliği neticesinde turistlere kolaylık sağlanması ve ülkeyi tanıttak turistik yayın dağıtılması tavsiye edilmişti. Denizcilik Bankası'nın ve THY'nin dış ülkelerdeki acentelerinin de birer Turistik Enformasyon Bürosu hâlinde çalıştırılması ve deniz, hava, kara ve demir hatlarında sefer tarifelerini ve ücretlerini gösteren dokümanlar bulundurulması gereği dile getirilmişti. Türkiye'ye yolculuk etmek isteyen turistler için dış ülkelerde bilet te-

min imkânlarının artırılmasının, büyük şehirlerdeki iskele ve garlarda şehir planlarının bulunmasının ve mühim mahallerin bu planlarda işaretlenmesinin isabetli olacağı değerlendirilmişti (TTGHR 1961: 9-25). Görüldüğü üzere alınan tavsiye kararları çerçevesinde turistik tanıtma ve propaganda faaliyetleri ile ilgili olarak devletin birçok birimi kendileri ile ilgisi nispetinde iş birliği içinde çalışmaya davet edilmişti.

Prof. Dr. Sabri Esat Siyavuşgil ise yurt dışında olduğu gibi yurt içinde de yapılacak seyahat faaliyetlerinden önce gerekli bilginin alınabileceği kaynakların sınırlı olduğuna değinmiş ve bunun sonucu olarak iç turizm hareketliliğinde de düşüşün söz konusu olduğuna vurguda bulunmuştu (Siyavuşgil 1960: 14). Gazeteci Akkan Suver İstanbul, Ankara, İzmir ve Bursa gibi turistik şehirlerde danışma (information) servislerinin kış mevsiminde çalışmadığını, çalışanların da hizmet kalitesinin düşük olduğunu belirterek yerli ve yabancı turistleri bilgilendirme hizmetlerinde görülen aksaklıklara temas etmişti (Suver 1962: 17, 22).

Turistik filmler de tanıtma ve propaganda çalışmaları kapsamında etkin bir unsur olarak söz konusu dönemde ele alınan konular arasında yer almıştı. Meclis görüşmeleri sırasında Türkiye'yi yurt dışında tanıttak ve propaganda faaliyetlerini etkin kılmak üzere dokümanter film çekimleri konusu sıklıkla gündeme gelmişti. Bu husustaki çalışmalara değinen BYTB Bakanı Kâmrân Evliyaoğlu, tanıtma çalışmaları kapsamında İstanbul'da Ayazağa mevkiinde bir film stüdyosu teşkili için çalışmalara girişildiğini, bunun için 1961 yılı bütçesi içerisinde 2 milyon 400 bin, 1962 yılı bütçesine de 1 milyon lira tahsis edildiğini ifade etmişti. Bu stüdyonun turistik bölgelerin filminin çekimi ve yabancıların Türkiye'de film çevirmeleri konusunda turizmi teşvik edici hizmetlerde bulunacağını vurgulamıştı (MMTD 26.2.1962: 596). Bursa Milletvekili Sadrettin Çanga ise dokümanter filmlerle yurt içinde ve dışında Türkiye'yi tanıttak hususunda hızlı hareket edilmesini ve Basın Ataşelerinin de bu konuda etkin bir rol oynayabileceğini ifade etmişti (MMTD 26.2.1962: 578).

Durum böyle iken Tokat Milletvekili Zeyyat Kocamemi'nin Kıbrıs ziyareti ile şahit olduğu

olaylar örneğinde olduğu gibi Türkiye'ye turist celp etmek üzere dokümanter film çekimi hususunda sarf edilen gayretlerin yersiz ve gereksiz uygulamalarla zayi olduğu da görülebilmisti. Kocamemi'nin ziyareti sırasında Basın Ataşeliği tarafından Marmara vapuru ile Kıbrıs'a gelen İsrail Heyeti'ne yönelik bir film çekmek üzere hazırlık yapılmış, folklor gösterilerinin de yer alacağı bu filmin halka gösterilmesi de planlanmıştı. Bütün bu hazırlıklara rağmen geminin kaptanının çekimlere izin vermemesi gibi sudan bir sebep önemli bir propaganda çalışmasının gerçekleşmesine engel olmuştu (MMTD 26.2.1962: 585). Ülkede renkli filmlerin ve fotoğrafların banyo edilme imkânının olmaması da tanıtma ve propaganda faaliyetleri için ciddi bir sorun teşkil etmekteydi. Bu nedenle Başbakanlık bünyesindeki Mevzuat ve Hukuki Tedbirler Komisyonu tarafından ilgili mercilere turistlerin yasak bölgelerin dışında istedikleri yerde ve temada fotoğraf çekmelerine izin verilmesi, sinematografik filmlerin ise İçişleri Bakanlığı'nın iznine tabi tutulmadan yurt dışına serbestçe çıkarılması hususunun temini için 1934 tarihinde çıkan 2444 sayılı Matbuat Umum Müdürlüğü Kanunu, 2559 sayılı Polislerin Vazife ve Salahiyet Kanunu ile 2550 sayılı Kaçakçılığın Men ve Takibi Hakkındaki Kanununun uygulanmasına dair nizamnamede tadilat yapılması yönünde tavsiyelerde bulunulmuştu (TTGHR 1961: 26-36).

Turistik tanıtma ve propaganda çalışmalarında etkin bir rol oynayan radyo ile bu konudaki etkisi her geçen gün artan televizyona ilişki çalışmalar da incelenmesi gereken belli başlı turistik vasıtalar arasında yer almaktadır. Radyo yayıncılığı ve yayınları BYTB'nin önde gelen sorumlulukları arasında idi. Söz konusu dönem itibariyle dünya sathında hızla yaygınlaşan radyolar insanlar arasında en geniş haberleşme aracı ve devletlerarasında en etkili propaganda vasıtası olarak kaçınılmaz bir ihtiyaç hâline gelmişti. Ancak halkla ve yabancı turistlerle doğrudan iletişim imkânı sunan bu alanda da turizmin bütün alanlarında olduğu gibi ciddi sorunlar görülmekte idi.

Bütçe komisyonu adına turizm propagandası ile radyo yayınları arasındaki ilişkiye değinmek gereği hisseden Cumhuriyet Senatosu Tabii

Üyesi Ahmet Yıldız, kuvvetli istasyonlara sahip olmamaları nedeniyle radyoların Türkiye'de seslerini pek de duyuramadıklarını vurgulamıştı. Ancak İzmir, İstanbul, Erzurum ve güneyde kurulması planlanan radyoların hazırlık çalışmalarının tamamlanmasıyla ülkenin her tarafından radyo yayını yapılabileceğini ve dinlenebileceğini, bunlar yapılmaya kadar hâlihazırda Ortadoğu'da dinlenebilen kısa dalgaların faaliyette olduğunu belirtmişti (KMTD 26.2.1961: 503). Ülke topraklarında millî radyo istasyonlarının bile rahat dinleme imkânı bulunmadığını, bu radyoların yurt içinde ve yurt dışında rahatça dinlenir, ilgi ile takip edilir hale getirilmesi gerektiği konusuna değinen isimler arasında yer alan Aydın Milletvekili İskender Cenap Ege AP Meclis Grubu adına mevcut verici istasyonların takviyesi ve bunlara yenilerinin eklenmesi, radyo evlerindeki stüdyo noksanlarının, teçhizat, malzeme ve personel eksiklerinin telafisi gibi sorunların giderilmesinde fayda görüldüğünü şu şekilde ifade etmişti (CSTD 6.2.1963: 558):

Jeopolitik durumumuz itibariyle memleketimiz yabancı radyoların yıkıcı yayınlarına hedef tutulmaktadır. Doğuda ve kuzeyde Rus, güneyde Arap ve batıda demirperde gerisi radyoları durup dinlenmeden vatandaşlarımızı zehirlemeye çalışıyorlar. Hükümetin de bildiği, önlenmesi yolunda gayret sarf ettiği bu meselenin üzerine daha ehemmiyetle eğilmek gerektiğini hatırlatmayı borç biliriz. Yurt içinde ve yurt dışında kolay ve rahat dinlenir bir radyo şebekesine kavuşmak medeni âlemdeki mevkiimizi de takviye edecektir....

Bütçe görüşmeleri sırasında CHP Grubu adına Bursa Milletvekili Sadreddin Çanga da Bakanlığa bağlı Devlet Radyolarının günün ihtiyaçlarına cevap vermekten uzak olduklarını, radyo istasyonlarının hemen hepsinin teknik onarıma ihtiyaç duyduğunu vurgulamıştı. Arap dünyası ile özellikle komünist memleketlerin yayınlarının Türkiye radyolarından daha kuvvetli olarak seslerini ülke sathında duyurduğunu bu nedenle bir an önce bu zararlı yayınları etkisiz hâle getirecek çarelerin düşünülmesi gerektiğini dile getirmişti (MMTD 22.2.1963: 157-158).

Cumhuriyet Senatosu'nda Kalkınma Planı'nın görüşmeleri sırasında, kalkınma plânı tasarısında radyo istasyonlarının çoğaltılması ve yayınların daha tedbirli hale getirilmesi için 80 milyon lira ayrıldığı kaydedildiğini belirten Aydın Milletve-

kili İskender Cenap Ege bu planda radyo bahsinin geniş çaplı olarak ele alınması gerektiğini ifade etmişti. Bu münasebetle şu hususlar üzerinde durmuştu (CSTD 8.11.1962: 152):

En zehirli propagandalar radyo vasıtasıyla yapılmaktadır. Geniş, jeopolitik toprağa sahip memleketimiz hür milletler cephesini de tutması cihetinden, Rusya ve peyklere başta olmak şartıyla birçok yabancı radyonun âdeti bombardımanı altındadır. Kırkı aşan istasyonlar geceli gündüzlü menfi propaganda ile millî bütünlüğümüzü yıpratmaya çalışmaktadırlar. Teknik ve propagandacılıkta ileri olduklarından bilhassa Türk radyolarının seslerini duyuramadıkları bölgelerde maalesef dinlenmektedirler. Radyo vericilerimiz az ve yetersizdir. Yunanistan'daki toprak itibarıyla bizden 5-6 defa küçük olduğu halde radyo verici istasyonu adedi itibarıyla daha ileridedir. Büyüklü küçükklü radyo verici istasyonlarını ne kadar çabuk çoğaltırsak ve vatan sathında boşluk bırakmayacak tarzda neşriyat yapabilirsek bu mızur ve tehlikeli neşriyattan millî bünyemizi o derece korumaya imkânlarına sahip olabiliriz.

Benzer şekilde yurt dışına yapılan radyo yayınlarının dinleyicilere ulaşmasında birtakım sorunlarla karşılaşıldığını ifade eden Çoruh, örnek olarak ABD'de halkın genellikle orta dalga üzerinde çalışan radyoları dinlemeleri nedeniyle ülke dışındaki radyo kanallarını dinlemediklerini, bu münasebetle Türkiye'den radyo yayınları ile yapılacak propagandanın ABD'de yeterine etkili olamayacağını vurgulamıştı. Bunun için Avrupa ve ABD radyolarında Türk konuşmacıların ve tanınmış yabancı yorumcu ve konferansçılara yer vermenin daha faydalı olacağına temas etmişti (Çoruh 153, 1958: 286). Meclis görüşmeleri sırasında CHP Grubu adına Kırklareli milletvekili Ahmet Naci Arı yabancı ülkelerde yaşayan, çalışan, Türklerin Türk radyolarını gereği gibi dinleyebilmelerinin temin edilmesi, yayın programlarında mesai ve istirahat zamanları, saat dilimleri farklarının hesap edilmesi, yabancı dille yapılan zararlı ve yıkıcı propagandaları etkisiz kılacak tedbirler alınmasını faydalı görmüştü. Memleket nüfusunun %80'inin küçük yerleşme merkezlerinde oturduğuna ve fakir olduğunu belirten Arı, bu nedenle pilli, bataryalı, ucuz radyolar imal ve ithal edilerek köylü vatandaşların bu araçtan geniş çapta istifadeleri için ilgili Bakanlıklarla iş birliği yapılması gerektiğini dile getirmişti. Bu dönemde radyo yayınları konusundaki hassasiyetin daha yeni bir teknoloji olan televizyon yayınları konusunda gösterilmediği, dahası televiz-

yona yönelik çalışmaların radyo işlerinin gölgesinde kaldığı anlaşılmaktadır.

Kalkınma Planı'na televizyon kurulması konusunun alınmadığına ve bu konuda bir yatırımın düşünülmeyeceğine temas eden Arı, Amerika ve Avrupa'da 20 yıl kadar önce yayınlarına başlayıp, kıtalar arası yayın yapabilecek seviyeye ulaşan televizyonun Türkiye'de daha düşünce safhasından öteye geçemeyişi müessir yayın vasıtasının kurulması için hızlı hazırlıklara girişilmesinin önem arz ettiğini dile getirmişti (CSTD 6.2.1963: 553). Aydın Milletvekili İskender Cenap Ege, kulağın yanı sıra göze de hitap eden bir cihaz olması nedeniyle öğretici, eğitici ve eğlendirici etkisinin radyodan çok daha fazla olduğu televizyon konusundaki çalışmaların da memnuniyet verici olduğunu ancak Türkiye'yi televizyona kavuşturmak üzere yapılan bu çalışmaların radyo çalışmalarının hızını kesmemesine dikkat edilmesi gerektiğini dile getirmişti. BYTB gibi ülkenin tanıtımı hakkında önemli bir rol üstlenmiş olan Anadolu Ajansı'nın ise halen devletten yardım gören bir anonim şirket statüsünde olduğunu, bu millî ajansın geliştirilmesinin ve Türkiye'ye ait haberleri modern vasıtalarla yurt dışına da ulaştırabilecek bir hale getirilmesi gerektiğini belirtmişti (CSTD 6.2.1963: 539-540).

Turistik tanıtma ve propaganda faaliyetleri kapsamında Türkiye'ye gelen tanınmış yabancı isimleri ağırlama konusunda da birtakım sorunlar göze çarpmakta idi. Bu sorunu iki örnekle açıklamaya çalışalım. 1958 yılı itibarıyla Türkiye Turizm Bankası ile İstanbul Turistik Otelleri Derneği'nin davetiyle İtalyan otelcileri ile eşlerinden oluşan 300 kişilik bir grup Agamemnon gemisiyle İstanbul'a gelmişti. İtalyanca ve Fransızca bilen bu misafirlerin kaldıkları Park Otel'de anlamadıkları İngilizce lisanı ile karşılanması, Abant ve İstanbul tanıtım filmlerinin yine İngilizce olarak yapılması, film gösteriminden önce 5 dakika bir bankanın reklamına yer verilmesi gibi gelişmeler ziyaretçilerde olumsuz izlenim bırakacak nitelikteydi. Buna ek olarak grubun başkanı Bella Casa'nın otellerdeki yüksek tarifelere atıfta bulunarak turistlerin ucuzluk aradığını belirtmesi de dikkatleri çekmişti. İtalyanların Leonardo da Vinci adlı lüks transatlantiği ABD ve Avrupa'da

şubeleri bulunan “Şöhretlere Hizmet Şirketi” tarafından düzenlenen “Şöhretler Gezisi” münasebetiyle 16 Şubat 1962 tarihinde 497 yolcusu ile İstanbul limanına demir atmıştı. Gemide sessiz sinema döneminin sevilen kadın yıldızı Gloria Swanson, film sanatçısı Joan fontaine, kovboy ve salon filmlerinin tanınan ismi Zachary Scott ve Anglo-Sakson ülkelerinde tanınmış sahne sanatçısı ve senaristi olan karısı Ruth Ford, genç aktör Hugh O’Brian gibi ünlü isimler de bulunuyordu. Çanakkale’de gemiye binen Türk folklor ekibinin gösterileri ile Basın-Yayın ve Turizm Bürosu’nun hediye ettiği sigara, kuru üzüm ve broşürler söz konusu ziyaretçilerde memnuniyet uyandırmıştı. Yalnız Pire’den hareket edilir edilmez İstanbul’da inecek yolcuların paralarını beyan etmeleri ve gerekli evrakları doldurmaları gerektiğinin belirtilmesi yolcuları tedirgin etmişti. Geminin rıhtıma yanasamayıp açıkta demirlemiş olması da yolcularda olumsuz izlenim uyandıran diğer bir sorun olmuştu. Bu sebeplerden dolayı bir kısım yolcular gemide kalmayı tercih etmişler, şehre inenler ise şehir turundan sonra akşam Hilton Oteli’nde düzenlenen partiye iştirak etmişlerdi (Cumhuriyet 17.2.1962: 5; Cumhuriyet 4.11.1958: 3).

Turizmin yalnızca bir Bakanlığa bağlı bir dava sayılmaması, Hükümetçe ve milletçe benimsenmesi gerektiğini dile getiren BYT Bakanı Kamuran Evliyaoğlu söz konusu dönem itibarıyla özellikle iç turizm, tanıtma ve propaganda faaliyetlerinde önemli rol oynayan mahalli dernekleri ve festivalleri destekleme kararında olduklarını ifade etmişti (Turizm Bülteni 1962: 3).

Yurt dışında Türkiye turizmine hizmet etmek üzere tanıtma ve propaganda faaliyetlerinde etkili olabilecek tüzel veya özel nitelikli bir teşkilatlanmaya gidilmesi hususu da söz konusu dönemde dile getirilen öneriler arasında yer almakta idi. *Konu ile ilgili olarak Bursa Milletvekili Sadrettin Çanga partisinin Meclis Grubu adına: “İçeride yapacağımız tesisler ve gayretler ne kadar başarılı olursa olsun propagandayı ve teşkilâtı Türkiye için turist ambarı telâkki edilen memleketlerin göbeğine götürmedikçe bu başarıdan daima zararlı çıkarız.”* demiş ve bu ülkelerde millî sermaye ile iş birliği tesis edecek büroların kurulmasını şart olarak görmüştü (MMTD 26.2.1962: 578). Cumhuriyet

Senatosu’nda Kalkınma Planı’nın görüşmeleri sırasında benzer bir görüş ileri süren Aydın Milletvekili İskender Cenap Ege, tabii ve tarihî zenginlikleri ile turizm cenneti olmaya lâyık olarak değerlendirdiği Türkiye’nin bu tükenmez kaynağından gereğince istifade edebilmek hususunda tanıtma ve propaganda faaliyetlerinin önemine temas ederek şunları söylemişti (CSTD 8.11.1962: 153):

Turizmde propagandanın da önemi büyüktür. Memleketin turistik yönleriyle tanıtılabilmesi için tamamen ilmi ve ticari mahiyette çalışacak, bürokratik bağlar dışında kalabilecek bir propaganda teşekkülüne ihtiyaç vardır. Bu teşekkül başka memleketlerdeki teşekküllerin benzeri olabilir. Meselâ İsviçre’deki Ofis veya İtalya’daki E. N. I. T. (İtalyan Millî Turizm Kuruluşu) gibi özellikle İtalya örnek teşkil edecek kadar bize yakındır. Memleketimizi her bakımdan tanıtacak, propagandamızı yapacak böyle bir teşekkül kurulmadığı takdirde beş yıllık yatırım plânında propaganda giderlerine ayrılmış olan 150 milyon lira semeresiz bir şekilde heba olabilir.

Ege, Türkiye’yi tanıtma işini doğrudan ele alarak konu ile bağlantılı olarak ilmî ve ticari bir çalışma tarzına sahip bir ofis teşkil edilmesi taraftarıdır. Bu doğrultuda İsviçre ve İtalya’daki örneklerle ofislerin referans alınabileceğini ifade etmişti.

Türkiye’nin ihraç ürünlerinin de hiç şüphe yok ki ülkenin tanıtım ve markalaşma faaliyetlerinde etkisi olmakta idi. Nitekim Gümrük ve Tekel Bakanlığı’nın 1962 yılı bütçe görüşmeleri sırasında Türkiye’ye ait ticari unsurların reklamının son derece sınırlı olduğuna değinen İstanbul Milletvekili Fahrettin Kerim Gökay, Bern Büyükelçiliği sırasında Zürih istasyonunda Yunanistan’a ait ticari ürün reklamlarını sıklıkla görmekte birlikte Türkiye’ye ait reklam faaliyetlerine rastlamayışının bu duruma önemli bir örnek teşkil ettiğini ifade etmişti. Bu anlamda örnek olmak üzere yurtdışında birçok yerli ürün gibi Türk tütünün de reklamının yapılmadığını, bu ürün hakkında talep edenlere bilgi verilemediğini, hatta turizm dergilerinin çeşitli girişimlerine rağmen reklam faaliyetlerinin gerçekleştirilemediğini belirtmişti. Bu gibi sebepler nedeniyle Türk tütünün yerini Avrupa’da İkinci Dünya Savaşı yıllarında “Virjinya” tütünün aldığını, Türkiye’nin tütün pazarı durumunda olan Almanya’nın ABD ordusunun işgali neticesinde kaybedilmiş olduğunu belirterek, tütün ihracı ve dış memleketlerde

Türkiye'nin bir marka değeri olarak tütün reklamı konusunun ele alınmasında fayda görüldüğünü izah etmişti (MMTD 27.2.1962: 657-658).

Turistik hatıra eşyaları da ülkenin tanıtımında ve propaganda faaliyetlerinde önem arz eden hususlardan biri olarak BYTB döneminde ele alınan konular arasında yer almıştı. Turistik hatıra eşya üreticilerinin teşviki, ürünlerde kalite standardının sağlanması, ürünlerin teşhiri ve satışı bu kapsamda değerlendirilmişti. Bütün planlamalara ve çalışmalara karşın ülkenin mevcut şartları içinde turistik hediye eşyaları konusunda da kısa vadede etkin hamlelerin yapılması mümkün olamamıştı.

TURİST REHBERLERİNİN VE TERCÜMANLARIN DURUMU

BYTB döneminde turist rehberleri ve tercümanlar tanıtma ve propaganda faaliyetlerinin en önemli unsurlarından birini teşkil etmişti. Türkiye turizminin ilk dönemlerinden itibaren özellikle turistik şehirlerde hissedilen rehber-tercüman sıkıntısının BYTB döneminde de bariz bir şekilde devam ettiği gözlemlenmişti. Bu sıkıntıyı gidermek üzere girilen muhtelif çalışmalara rağmen etkin çözümlerin üretilmediği görülmektedir.

Bu dönemde turizm alanında etkin olarak çalışan rehber sayısının azlığı dikkat çekmekte idi. Bunda rehberlerin iş bulma imkânlarının kısıtlılığı birinci derecede etkili olmaktadır. Yaz aylarında kısmen artan iş imkânları kış aylarında düşüş göstermekteydi. Ayrıca rehberlerin devamlı surette acentelerle temas hâlinde bulunmak ve turist gemileri geldikçe rıhtımlara koşmak gibi yorucu çalışma şartları bu mesleğin tercih edilme oranını düşürmekteydi. Yeni yetişen rehberlerden talebelik hayatı devam edenlerin mekteplerine bağlı olması, mezun olanlardan bir kısmının tahsillerine devam etmek üzere yurt dışına gitmeleri ve bayan rehberlerden bir kısmının evlenmesi gibi gelişmeler rehberlik mesleğinin icrasını olumsuz yönde etkilemekteydi (TTOK Belleteni 195, 1958: 7-8). Rehber ve tercümanların kazandıkları ücretler de yüksek sayılmazdı. İstanbul Belediyesi Encümeni'nin 18 Kasım 1959'da yürürlüğe giren kararına göre belediye sınırları içinde tercüman ve rehber ruhsatına sahip kişilerin

Tablo 1. Tercüman-Rehberlerin Şehir Gezisi İçin Alacakları Ücret Tarifesi

| Faaliyet | Lira / Kuruş |
|---|--------------|
| Yarım Gün (saat 9-12) | 30,00 |
| Bütün Gün (saat 9-12 ve 14-18) | 50,00 |
| Kurvaziyer Yarım Gün | 50,55 |
| Kurvaziyer Bütün Gün | 75,00 |
| Topkapı Sarayı (Bütün Kısımlar Dâhil) | 12,50 |
| Ayasofya Müzesi | 5,00 |
| Sultanahmet Camii ve Hipodrom Meydanı | 5,00 |
| Arkeoloji Müzesi ve Eski Eserler Müzesi | 5,00 |
| Bütün Camilerde Terlik | 0,25 |

lerin alacakları ücretler bu konuda oldukça bilgi vericidir (TTOK Belleteni 214, 1959: 20):

Başbakanlık Mevzuat ve Hukuki Tedbirler Komisyonu toplantıları bu dönemde tercümanlık ve rehberlik mesleğine ilişkin sorunların ele alındığı platformlardan biri olmuştu. Bu münasebetle söz konusu meslek erbabının sayıca artırılması ilk aşamada değerlendirilen konular arasında yer almıştı. Bu doğrultuda tercüman-rehber kurslarının açılması ve tercüman-rehber yetiştirilmesi hususlarında BYTB ile MEB arasında sıkı bir iş birliğinin tesisi öngörülmüştü (TTGHR 1961: 21).

Hiç şüphe yok ki turizm elçileri durumunda olan turist rehberlerinin ve tercümanların nitelikleri de turistik tanıtım ve propaganda faaliyetlerinde başarıyı etkileyen önemli etkenler arasında yer almaktaydı. Bu meslek erbabının durumu ve ülke turizminde oynadığı rol hakkında gazeteci ve yazar Hamdi Varoğlu'nun tespitleri önem arz etmektedir. Varoğlu, 1958'de Türkiye Millî Talebe Federasyonu Turizm Müdürlüğü tarafından açılan amatör rehber kursları münasebetiyle: "Memleketimizi bu arada bilhassa İstanbul'u turistlere gezdirmek, göstermek, tanıtmak, anlamak elbette herkesin harcı değildir. Bu işi başarabilmek için evvela lisan lazım, bilgi lazım, görgü lazım; hatta feraset, intikal sürati, konuşma hüneri hatta sevimlilik, sıcakkanlılık, sokulganlık gibi birtakım vasıflar lazım." diyerek rehberlerde bulunması gereken temel özelliklere değinmiştir. Uzun yıllar boyunca Türkiye ve Türkler aleyhine yapılan propagandaların ülke

imajına verdiği büyük zararı dile getiren Varoğlu, bunda rehberliği meslek edinmiş birtakım kötü niyetli ve cahil kişilerin de önemli bir etkisinin bulunduğunu ifade etmişti. Takiben:

Türkiye hakkında kulaktan dolma bilgileri kim bilir nasıl bir Bizans hülyası içinde kafasına yerleştirmiş; Türk milletini kim bilir nasıl ters bir menşurdan seyretmeğe alışmış bir yabancı turistin zihnindekileri kökünden silmek, ancak o hatalı bilgileri aşılacak olanlar kadar kuvvetli olmakla kabildir.

diyerek rehberlerin ülke imajı açısından önemli bir unsur olduğunu vurgulamıştı (Varoğlu 1958: 2). Türkiye’de hâlihazırdaki uygulamalar ile “turistin daha limana girmeden gemisinde heybetli üniformalarla korkutulduğunu” belirten Varoğlu, İstanbul Tercüman Rehber Derneği’nin de vurguladığı üzere ruhsatsız edici ve kontrolsüz bir şekilde tercümanlık yapan başıboş kimselerin yarattığı sorunların hâlihazırda devam ettiğini belirtmişti. Ayrıca alınan şikâyetlere göre turistlerin ülkelerine dönerken değiştirmek zorunda oldukları paraları konusunda rehberlerin kendilerine vazife çıkarıp karaborsacılığa soyundukları, bazılarının ise turistlere karşı laubali tutum ve davranışlar içinde bulduklarını ifade edilmekte idi (Varoğlu 1958: 2).

Türkiye’yi ziyaret eden Amerikalı turistler ile bir arada bulunma fırsatı bulan gazeteci ve yazar Ahmet Emin Yalman ise söz konusu turistlerin başlıca şikâyetleri arasında rehberlerin bulunduğunu vurgulamıştı. İtalya’da ya da Yunanistan’da turistlere eşlik eden rehberlerin ülkelerini seven, onunla iftihar eden, memleketlerini yabancılara sevdirmeyi amaç edinen, sorulara münasip bir dille cevap veren görevliler olduklarına dikkat çeken Amerikalı turistler, bu meslek erbabının aynı zamanda güvenilir ve dürüst olduklarını, turistlerin herhangi bir zarara uğramaması için çaba gösterdiklerini ve aldıkları uygun miktarda parayı hak ettiklerini dile getirmişlerdi. Turistlerin gözlemlerine göre Türkiye’de ise rehberler hizmetleri karşılığında kur farkından doğan meblağlarda dürüst davranmayarak fazla miktarda ücret talep etmekte, yüklü bir komisyon almak dürtüsüyle dükkân işletmecisini yönlendirerek esnaf rolü ile turistleri alışverişe güdülemekte ve bunda başarılı olamazlarsa da gün bo-

yu seyahatte turistlere gereken ilgiyi göstermemekteydiler (Yalman 1958: 6-7).

Söz konusu dönem itibariyle gezmek-görmek, resmî temaslarda bulunmak veya ticari faaliyetler münasebetiyle Türkiye’ye gelen ziyaretçilerin bu ve benzer sebeplerle ülkeyi daha ziyade evlerine gittikleri ahbablarıyla veya temsil ettikleri şirketlerin kavaslarıyla gezmeyi tercih ettikleri görülmekteydi. Bu ağırlayıcılar ise profesyonellikten ve objektiflikten uzak bir yaklaşım sergileyebilmekte, dahası tarihî konular ve güncel gelişmeler hususundaki bilgi eksiklikleri dikkat çekmekte idi. Ülkenin tanıtımı hususunda zafiyet yaratan bu durumu eleştiren gazeteci ve yazar Ercümen Özbay ülkeye gelen misafirlerin yeni bilgilerle donanmış rehberler veya tercümanlarla dolaşmalarını tavsiye etmek durumunda kalmıştı (Özbay 1960: 13). Bütün bu sorunların yanı sıra bu dönemde çeşitli vesilelerle turistik gezilerde yer alan bazı yabancı rehberlerin rehberlik hizmetleri sırasında Türkiye’nin turizm, tanıtma ve propaganda faaliyetlerini olumsuz yönde etkileyecek bir üslup içinde oldukları görülmekteydi. Ciddiyet arz eden bu sorun nedeniyle 1960 yılı Eylül ayı itibariyle turistlerin gezilerde yabancı rehber kullanmaları yasak edilmiş ve turist kafilelerini her yerde yerli rehberlerin gezdirmesi zorunlu kılınmıştı. Böylece uzun zamandır ülke turizmini baltalayan önemli bir sorunun çözümü hususunda ciddi bir adım atılmıştı. Bu girişim ülkede faaliyet gösteren seyahat acenteleri tarafından da olumlu bir gelişme olarak değerlendirilmişti (TTOK Belleteni 1960: 6).

SONUÇ

Türkiye’de Cumhuriyet’in ilk yıllarından itibaren yavaş fakat istikrarlı bir gelişim çizgisi izleyen turizm faaliyetleri için Basın-Yayın ve Turizm Bakanlığı dönemi önemli merhalelerden birini teşkil etmiştir. Bu dönemde gerçekleştirilen önemli çalışmalara karşın turizm alanında ciddi sorunlarla karşı karşıya kalındığı gözlemlenmiştir. Bu sorunların belirgin bir hâl aldığı alanlardan biri de tanıtma ve propaganda meselesi olmuştur.

Genel Müdürlük statüsünden Bakanlık statüsüne dönüştürülen Basın-Yayın ve Turizm teşkilatının bu yapıya uygun olarak bir teşkilat kanunu-

nun 1963'e kadar çıkarılmaması ve bu anlamda Genel Müdürlük teşkilat yapısı ile bir bakanlığın idare edilmek durumunda kalınması bu konuda önde gelen sorunlar arasında yer almıştı. 27 Mayıs 1960 Hükümet Darbesi ülkedeki siyasal süreci olduğu gibi iktisadi ve sosyal süreçleri de olumsuz yönde etkilemişti. Bu süreç içinde yaşanan sıkıntılar Türkiye turizmine ve Türkiye'nin kendini dünyaya ifade etme şekline de ciddi bir darbe vurmuştu. Yurt dışı teşkilatında esas olan organizasyon ve bu teşkilatta nitelikli personel görevlendirilmesi hususunda görülen eksiklikler ülkenin yurt dışındaki imajına hiç şüphe yok ki olumsuz yönde etki etmekteydi. Tarih boyunca sosyal, kültürel, siyasi, iktisadi ve askerî alanlarda birçok örneği görüldüğü üzere Türklere karşı olumsuz bir önyargıya sahip olduğu gözlemlenen Batı dünyasında hâlihazırda devam etmekte olan Türkiye hakkında bilgi eksiklikleri çözülmesi zaman ve etkin bir çalışma isteyen başlıca sorunlar arasında yer almaktaydı.

Ülke turizminde görülen altyapı sorunları ise bu sorunlarla yüzleşen veya bu sorunlar hakkında bir şekilde bilgi edinen turistlerde Türkiye ve Türk insanı hakkında olumsuz yargıların oluşmasına ya da hâlihazırda mevcut olumsuz yargıların kuvvetlenmesine sebebiyet vermektedir. Turistik tanıtım ve propaganda araçlarından etkin bir şekilde faydalanılamamaktaydı. Basılı malzemeler nitelik ve nicelik açısından sorgulanmaya muhtaçtı. Dönemin önemli propaganda araçlarından biri olan radyodan ve belgesel film çalışmalarından altyapı eksiklikleri nedeniyle yeterince istifade edilememekteydi. Turist rehberliği ve tercümanlık mesleği yeterince profesyonelleşmemiş idi. Bu mesleği icra edenlerin çalışma koşulları alt düzeyde, sayıları da yetersiz durumdaydı. Kültür ve sanat faaliyetlerinin turizm alanında bir tanıtım ve propaganda aracı olarak kullanılması fikrinsel olarak düşünülmekte olmasına rağmen uygulamada bir ivme kazanamamıştı. Turizm alanında en basit ve etkin tanıtım ve propaganda çalışmaları arasında yer alan hediyelik turistik eşya meselesinde devletin desteği yeterli seviyeye ulaşamamış ve bu konuda belirli bir standart oluşturulamamıştı.

Bu olumsuzluklara karşılık söz konusu dönemde

ülke sathında olduğu gibi dünya sathında da ülke imajının kuvvetlendirilmesi yönünde ciddi bir çaba sarf edildiği görülmektedir. Devam eden ve şartlara göre yeniden şekillenen bu sorunlar tartışılmış, irdelenmiş ve gerek BYTB ve devletin diğer organları gerekse aydınlar ve gönüllü kuruluşlar tarafından çözüm üretilmeye çalışılmıştı. Turizm alanında yüksek potansiyellere sahip bir ülkede kaçınılmaz olan bu sorunlar bu alanda geleceğe yönelik olarak atılacak önemli adımlar için de birer uyarıcı niteliğinde olmuştu. Türkiye'de başta BYTB nezdinde olmak üzere devlet organlarının, aydınların ve gönüllü kuruluşların turistik tanıtım ve propaganda çalışmalarına hususi bir önem vermeleri bu sorunların çözümünü ülke hakkında farkındalık yaratmak ve ülke adına olumlu bir imaj yaratma çabaları için elzem görmeleri bu noktada önemle vurgulanması gereken bir tespit olarak karşımıza çıkmaktadır.

KAYNAKÇA

- Alpin, O. (1960). Turizmin Gençlikten Bekledikleri, Turizm. 1: 1.
- Arpad, B. (1959). Turizm, Propaganda, Tabelâ Resmi, T TOK Belleteni, 205: 17.
- Arpad, B. (1960). Türkiye'yi Tanıtmak, Turizm. 6.
- Baban, C. (18.05.1962). Avrupa'da ve Bizde Turizm Anlayışı, Cumhuriyet. 2.
- Brisach, R. (1961). Türkiye'de Turizm, İller ve Belediyeler Dergisi, 192: 466-468.
- Candan, J. (1959). Yabancı Gözüyle İstanbul, T TOK Belleteni, 208-209: 11.
- Cumhuriyet (04.11.1958). Turizm Ucuzluk Demektir. 3.
- Cumhuriyet (08.11.1959). Turizmle Alâkalı Tavsiyeler. 1.
- Cumhuriyet (12.07.1961). Belediye Turizm Zabıtasının Faaliyeti. 2.
- Cumhuriyet (17.02.1962). Meşhurlar Gemisi Dün Pek Az Meşhurla Geldi. 5.
- Cumhuriyet (23.07.1961). 1960 Yılındaki Turizm Gelirimiz 5.460.156 Dolar. 3.
- Cumhuriyet (25.11.1962). Suriyeliler Hatay'ı Yine Millî Sınırları İçinde Gösteriyorlar. 1, 7.
- Çoruh, S. (1958). Turizm Propaganda VII, İller ve Belediyeler Dergisi, 151: 195-196.
- Çoruh, S. (1958). Turizm Propaganda VIII, İller ve Belediyeler Dergisi, 152: 237-238.
- Çoruh, S. (1958). Turizm ve Propaganda IX, İller ve Belediyeler Dergisi, 153: 286-288.
- Çoruh, S. (1959) Turizm, Basın-Yayın'dan Ayrılmalıdır, İller ve Belediyeler Dergisi, 167: 333-338.
- Ertuğ, H.R. (1959). Amerikalılara Türkiye'yi Nasıl Tanıtabiliriz?, T TOK Belleteni, 214: 5.

- Evcin, E (2017). Basın-Yayın ve Turizm Bakanlığı Döneminde Turistik Tanıtım ve Propaganda, Atatürk Üniversitesi Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi Enstitüsü Atatürk Dergisi, 6 (2): 41-91.
- Evsal, V. (03.07.1959) Türkiye’de Bir Turizm Endüstrisi Kuru-luyor, Cumhuriyet. 5.
- Felek, B. (13.05.1963). Bizimki Veznedarlık, Cumhuriyet. 3.
- Felek, B. (16.03.1962). Birbirimizi Yerken!, Cumhuriyet. 3.
- Geray, C. (1963). Kalkınma Plânı, Turizm ve Şehirciliğimiz, İl-ler ve Belediyeler Dergisi, 207: 71-74.
- Güresin, E. (12.02.1962). Bizde Turizm Anlayışı, Cumhuriyet. 2.
- Halil, A. (1958). Turizm İşine Dair, TTOK Belleteni, 201: 20.
- Kunt, M. (13.02.1962). Komşularımız ve Biz, Cumhuriyet: 2.
- Kunt, M. (1958). Turizm Ucuzluk Demektir, TTOK Belleteni, 202: 20.
- Manyas, R. (1958). Turizm Davamız, TTOK Belleteni, 196: 13-16.
- Onar, S.S. (1957). Kültür ve İmar İşlerimizde Eski Vakıfların Büyük Rolü, TTOK Belleteni, 191: 5-6.
- Özbay, E. (1960). Turizm ve Tarih, TTOK Belleteni, 216-217: 11-12.
- Öztürk, G. A. (1962). Turistik Propagandanın Önemi, Kema-lizm, 2: 19.
- P.F. (1958). Tercüman-Rehber Davasında Neler Yapıldı ve Durum Nedir?, TTOK Belleteni, 195: 7-8.
- Siyavuşgil, S.E. (1959). Şark Kahvesi, TTOK Belleteni, 213: 15.
- Siyavuşgil, S.E. (1959). Yunan Karagözü, TTOK Belleteni, 208-209: 12.
- Siyavuşgil, S.E. (1960). Ateş Gibi Ataşe, TTOK Belleteni, 216-217: 10.
- Siyavuşgil, S.E. (1960). İç Turizm, TTOK Belleteni, 221-222: 14.
- Soysal, M. (1959). Çanakkale ve Turizm, TTOK Belleteni, 215: 9.
- Suver, A. (1962). Turizmimiz Nereye Gidiyor?, Kemalizm, 3: 17, 22.
- Şehsuvaroğlu, H.Y. (28.06.1961). Time’a Bir Cevap, Cumhuri-yet, 2.
- Tör, V.N. (1959). Eksişimiz Yalnız Propaganda mı?, TTOK Belleteni, 213: 8-9.
- TTOK Belleteni (1957). Viyanalı Bekçi Artık Türkleri Gözetle-miyecek, 191: 9.
- TTOK Belleteni (1959). Tercüman-Rehberlerin Şehir Gezisi İçin Alacakları Ücret Tarifesi. 214: 20.
- TTOK Belleteni (1960). İstanbul Turist Bir Şehir Olmaya Hazır Değil. 221-222:17-18.
- TTOK Belleteni (1960). TTOK İdare Heyeti 1960 Yılı 3. İçtimaı Zaptı. 219-220: 10.
- TTOK Belleteni (1960). TTOK İdare Heyeti 1960 Yılı 5. İçtimaı Zaptı. 219-220: 12.
- TTOK Belleteni (1960). TTOK İdare Heyeti 1960 Yılı 9. İçtimaı Zaptı. 226: 7.
- TTOK Belleteni (1960). TTOK İdare Heyeti 1960 Yılı 10. İçtimaı Zaptı. 227: 4.
- TTOK Belleteni (1960). Turistler Yerli Rehber Kullanacak. 224: 6.
- Tuna, Orhan (1959). Turizm Hakkında Düşünceler, TTOK Belleteni, 215: 6-7.
- Turizm (27 Eylül 1962). Turizm, Az Para ve Çok Ciro ile Ka-imdir. 1: 1, 5.
- Turizm (27 Eylül 1962). Yabancı Film Şirketleri Türkiye’ye Akın Ediyorlar. 1: 1, 5.
- Turizm Bülteni (1962). Turizm Konusu Senatoda. 3: 3.
- Varoğlu, H. (05.04.1958). Bir İmtihan Münasebet ile, Cumhu-riyet, 2.
- Varoğlu, H. (17.04.1958). Turizm Endüstrisi, Cumhuriyet, 2.
- Varoğlu, H. (28.06.1961). Turizm ve Bir Eski İstanbul, Cum-huriyet, 2.
- Yalman, A. E. (1958). Turistlerin Şikâyetleri, TTOK Belleteni, 195: 6-7.
- Resmî Yayınlar
- CSTD (06.02.1963). BYTB 1963 Yılı Bütçesi. D.2, C.9, T.2, B.41: 536-574.
- CSTD (08.11.1962). Kalkınma Planının Görüşülmesi. D.1, C.6, T.2, B.5: 99-154.
- CSTD (11.06.1963). C.S. Elâzığ Üyesi Celâl Ertuğ’un Deme-cine ve BYT Bakanı Celâl Tevfik Karasaban’ın Cevabı. D.2, C.11, T.2, B.73: 471-473.
- CSTD (11.06.1963). Dışişleri Bakanı’na Sözlü Soru. D.2, C.11, T.2, B.73: 497.
- KMTD (26.02.1961). BYTGM 1961 Yılı Bütçesi. B.7: 491-510.
- MMTD (27.02.1962). 1962 Yılı Gümrük ve Tekel Bakanlığı Bütçesi. D.1, C.3, T.1, B.58: 639-668.
- MMTD (05.07.1962). Başbakan İsmet İnönü Tarafından Teşkil Olunan Bakanlar Kurulunun Programının Görüşülme-si. D.1, C.6, T.1, B.109: 165-189.
- MMTD (06.04.1962). İstanbul Milletvekili Fahrettin Kerim Gökay’ın Millet Meclisine Açıklamaları, D.1, C.4, T.1, B.70: 269-272.
- MMTD (22.02.1963). BYTGM 1963 Yılı Bütçesi. D.1, C.14, T.2, B.57: 146-178.
- RG (10 Mayıs 1960). Türkiye Cumhuriyeti Turizm Bankası Kanunu. S.10501, KN:7470, KT: 04.05.1960.
- RG (28.05.1949). BYTGM Kanunu. S.7218, KT: 24.05.1949, KN: 5392.
- TBMM ZC (02.05.1960). Basın Ataşesi Sual Takririne Verilen Cevap. D.11, C.13, İ.3, 63. İnikat: 356.
- TBMM ZC (03.02.1960). Hudut ve Sahiller Sıhhat Umum Mü-dürlüğü 1959 yılı Bütçe Kanunu. D.XI, C.11, İ.3, 32. İni-kat: 467-485.
- TTGHR, Türkiye Turizminin Gelişmesi Hakkında Raporlar (1961). Ankara: Basın-Yayın ve Turizm Bakanlığı.



EroI EVCİN

Gazi Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Tarih Bölümü'nden mezun oldu (2002). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde "Türkiye Cumhuriyeti Tarihi" Ana Bilim Dalı'nda Yüksek Lisans ve Eğitim Bilimleri Enstitüsü'nde "Tarih Öğretmenliği" Ana Bilim Dalı'nda Pedagojik Formasyon Programı'nı tamamladı. Takiben Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde "Türkiye Cumhuriyeti Tarihi" Ana Bilim Dalı'nda Doktora derecesini aldı (2011). İntisap ettiği Kültür ve Turizm Bakanlığı'nda "Kültür ve Turizm Uzmanı" unvanı ile Bakanlık adına yurt içinde ve yurt dışında birçok çalışmada ve etkinlikte görevli olarak bulundu (2005). Hâlen Bakanlık nezdinde söz konusu görevine devam etmektedir. Türkiye Cumhuriyeti Tarihi'ne ilişkin bilimsel çalışmaları bulunmaktadır. Bu kapsamda temel çalışma alanları arasında Türkiye turizm tarihi de yer almaktadır. İyi derecede İngilizce bilmektedir. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi'nde Türkiye Cumhuriyeti Tarihine ilişkin ders okutmaktadır.