T.C.
KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI
Araştırma, Planlama ve Koordinasyon Kurulu Başkanlığı

SAYI : 16APK0201ARGE-940-1951 30/7/2004
KONU : Yazılı Soru Önergesi

TÜRKİYE BÜYÜK MİLLET MECLİSİ BAŞKANLIĞINA

İLGİ : T.B.M.M. Başkanlığı KAN.KAR.DAİ.BAŞK.'nın 09.06.2004 gün ve A.01.0.GNS.010.00.02-5993 sayılı yazınız.

Adana Milletvekili Sayın Atilla BAŞOĞLU'nun 7/2801-5964 esas no'lu yazılı soru önergesinin cevabı ekte sunulmaktadır.

Bilgilerinize arz ederim.

Erkan MUMCU
Bakan

EKLER :
EK-1. Cevap (4 sayfa)

DAĞITIM :
Gereği :
T.B.M.M. Başkanlığına

Bilgi :
Başbakanlığa

İnönü Bulvarı No:5 06100 Emek / ANKARA Tel: (0312) 2969316 Fax: (0312) 212 88 67
www.kultur.gov.tr E-Mail: kultur@kultur.gov.tr

ADANA MİLLETVEKİLİ SAYIN ATİLLA BAŞOĞLU'NUN 7/2801-5964 ESAS NO'LU SORU ÖNERGESİNE İSTİNADEN HAZIRLANAN BAKANLIĞIMIZ CEVABI

Hollywood film sanayi, yeni bir filmle gişe rekorları kırmaya başlamıştır. Anadolu topraklarında geçmekte olan İlyada destanını konu alan "Truva" isimli bu filmin, Türkiye'nin tanıtımında önemli bir işlev göreceği açıktır. Gerek devletler, gerek şirketler, gerekse bireyler için meşru para kazanmanın bilim, teknoloji üretimi ve sanayi-ticaretten geçtiği gözönüne alınırsa ;

SORU 1: Filmin çekimine başlanıldığında Türk hükümetinin, ateşelikleri vasıtasıyla bu hususta haberi olmuş mudur; ülkemizin bu hadiseden en yüksek getiriyi sağlaması için neler yapılmıştır?

CEVAP 1: Troy filminin yapım aşamasından başlayarak, gösterime girdiği güne kadar hemen her aşaması, Los Angeles Başkonsolosluğumuz ve Dışişleri Bakanlığı'nın duyarlı ve etkin yaklaşımları ile de desteklenen bir "lobi" anlayışı ile takip edilmiştir.

Truva filmi ile ilgili olarak ABD'de Türkiye Tatilli Ödüllü bir tanıtım kampanyasının da dahil olduğu Bakanlığımız ve yurtdışı Müşavirlik/Ataşeliklerimizin koordinatörlüğünde çeşitli tanıtım kampanyaları uygulanmış ve uygulanmaya da devam edilecektir.

Filmin yapımcı firması ile ABD'nin New York kentinde faaliyet gösteren Kültür ve Tanıtma Ataşeliğimiz aracılığıyla sürekli temas halinde bulunulmuş olup, filmin yapımcı firması olan Warner Bros ve Bakanlığımız işbirliğinde gerçekleştirilen "Truva Tanıtım Kampanyası"nın Warner Bros firması tarafından yapılması sağlanmıştır.

Bakanlığımız tanıtma faaliyetlerimiz ve reklam kampanyalarımız kapsamında; filmin gösterimiyle eş zamanlı ve içinde Truva atının da yer aldığı Açıkhava kampanyalarımız, sinemalarda TROY filmini gösteriminden önce ve film arasında reklam filmimizin gösterilmesi vb. gibi yollarla Kültür ve Tanıtma Müşavirlik/Ataşeliklerimizin talepleri doğrultusunda ülkeler bazında gerçekleştirilmiştir.

SORU 2: Eğer filmin çekiminden haberiniz var idiyse, çekimlerin gerçek mekanı olan topraklarımızda yapılması hususunda bir girişiminiz olmamış mıdır; orijinal mekanında yapılabilecek olan çekimler niçin Malta adasında yapılmak zorunda kalınmıştır?

CEVAP 2: Troy (Truva) Filminin çekimlerine ilişkin bilgi verilen Dışişleri Bakanlığı'nın yazısı üzerine 2003 Ağustos ayı başında konu ilk kez Bakanlığımıza intikal etmiştir. Söz konusu yazının ekinde yer alan ve internet aracılığı ile temin edilen bilgilerden, filmin çekimlerinin 2003 Nisan ayında başladığı anlaşılmıştır. Yapımcı firmadan filme ilişkin dolaylı yada doğrudan herhangi bir izin başvurusu yapılmamış, Los Angeles Başkonsolosluğumuzun girişimleri sonucu film ve yapım aşamaları hakkındaki bilgilere ulaşılmıştır.

Troy filminin çekimlerinde Türkiye'nin tercih edilmemesi gibi bir husus söz konusu değildir. Filmin dış çekimleri için Fas, Malta ve Meksika, plato olarak film yapımcıları tarafından en uygun yerler olarak seçilmiş ve çekimler bu ülkelerde gerçekleştirilmiştir.

Ayrıca, kış aylarında çekimleri tamamlanmış olan filmin izlenmesinden de anlaşılacağı üzere; film çekimlerinin, kış mevsiminde dahi uygun iklim şartlarına sahip olması nedeniyle Fas, Meksika ve Malta'da gerçekleştirilmesinde önemli bir etken olmuştur.

SORU 3: Bu film vesilesiyle Türkiye'nin tanıtımını en etkili yöntemlerle gerçekleştirdiğinize inanıyor musunuz; Çanakkale ilimize gelen turist sayısında nasıl bir artış öngörüyorsunuz?

CEVAP 3: Ülkemiz dünyada en başarılı tanıtım kampanyaları uygulayan ülkelerin başında gelmektedir. Bu da Bakanlığımızca yapılan tanıtma kampanyalarının başarısını göstermektedir.

Dünya Turizm Örgütü tarafından her yıl yayınlanan ülkelerin turist artışlarına ait trendler de incelendiğinde ülkemize gelen turist sayısındaki artışlar da bunu doğrulamaktadır.

2004 yılı başlarında tüm dünyadaki tanıtım kampanyalarında kullandığımız tanıtım filmimiz ABD'nin en büyük reklam yarışması olan (HSMAI)'nın 5 ödülünü birden kazanmıştır.

Yine reklam kampanyalarına ait tanıtım filmimiz ABD'nin Waveland Pres yayınevi tarafından basılmış olan ve yazarlığını Gary Woodward ile Robert Denton'ın yaptığı "Persuasian and Influence in American Life" isimli ders kitabında çarpıcı iletişim konusu olarak yer verilmiştir.

Bunlara ilaveten, 2003 ve 2004 yıllarında;

- **Rusya Federasyonu:** "Informbank Ajansı" Yayın-Enformasyon Kuruluşu-En İyi Reklam-Enformasyon Projesi Dalında "Altın Taç" ödülü,
- **Almanya:** Der Spiegel Dergisi-Reklam Dalında Birincilik Ödülü,
- **Fransa:** 1.Uluslararası Turizm Filmleri Festivali-40 saniyelik "İstanbul Reklam Filmi"-"Altın Boynuzlu At 2003" En Büyük Ödülü,
- **Polonya:** Ponzan Turizm Fuarı çerçevesinde düzenlenen 6.Uluslararası Turizm Reklam Filmleri Festivali-"I Dream of Turkey" başlıklı reklam filmi1.lik

ödüllerini almışlardır.

Çanakkale 'ye gelen turist sayısında artış gözlenmektedir

SORU 4 : Turist sayısında bir artış beklenmekteyse, Çanakkkale ilimizin üst ve alt yapı durumu bu büyük tarih anıtını layıkıyla sunacak durumda mıdır yoksa başka milletlere "bu varlıklar bizde olsaydı hak ettiği değeri verirdik, çimleri keser, tuvaletlerine kağıt koyardık, bunun ötesinde ne güzellikler yapardık" sözlerini söyletmeyecek bakıma sahip midir?

CEVAP 4: 2004 yılı Ocak-Mayıs aylarında ülkemizi ziyaret eden yabancı sayısı geçen yılın aynı aylarına göre %52,82'lik bir artışla 4.829.889 olmuştur. Yine aynı aylarda ülkemize gelen yabancıların sınır kapılarının bağlı olduğu bölgelere göre dağılımında ise Marmara Bölgesini ziyaret eden 2.058.940 yabancının, toplam gelen turist sayısındaki payı % 42.63 olmuştur. Gerek bu veriler itibariyle ve gerekse filmin gösterimi sırasında/sonrasında gerçekleştirilen/gerçekleştirilecek yoğun reklam kampanyalarımız sonucunda önümüzdeki süreçte Çanakkale ilimizi ziyaret edecek turist sayısında da önemli bir artış beklenmektedir.

Çanakkale İli, Ezine İlçesi, Geyikler Beldesi'nde atık su arıtma tesisi yapımı için incelemeler yapılmış ve tesisin yapımının 2005 yılı Bakanlığımız yatırım programında yer alması sağlanacaktır.

Ayrıca, Bakanlığımızca turizm aktivitelerinin çeşitlendirilerek tüm yıla ve ülke geneline yaygınlaştırılmasına yönelik olarak, İnanç Turizmi, İpek Yolu, Antik Kentler ve Tarihi Çekim Merkezleri, Yayla, Termal, Kış, Yat Golf, Akarsu, Dağ-doğa Yürüyüşü, Mağara, Kongre, Sualtı Dalış ve Olta Balıkçılığı Turizmi faaliyetlerimize ilişkin çalışmalar sürdürülmektedir.

Bu çerçevede; Çanakkale il sınırlarındaki Gelibolu tarihi Milli Park içerisinde bulunan Truva ile diğer tarihi değerlerimizle ilgili olarak bakım, onarım, restorasyon, altyapı ve çevre düzenlemelerine ait bilgilere yerli/ yabancı ziyaretçilerin bilgilendirilmesi amacıyla Bakanlığımızca her yıl daha da geliştirilip güncelleştirilerek basımı gerçekleştirilen yayınlarımızdan Seyahat-Otel Rehberlerinde, Türkiye Genel, Marmara Bölgesi, İnanç Turizmi ve Kampçılık Broşürlerinde, Türkiye ve İnanç turizmi Haritaları ile Türkiye'nin turizm değerlerini içeren "81 İl Envanteri Kitabı"nda yer verilmiştir.

SORU 5: Truva kazısında çıkarılan eserlerin bölgede gösterilerek ticari girdiye çevrilmesi yerine İstanbul Arkeoloji müzesinde kem gözlerden saklanmakta olduğu doğru mudur? Yani sözkonusu eserler gösterime gerçekten kapalı mıdır yöreye taşıyarak gösterime sunacak mısınız?

CEVAP 5 : İstanbul Arkeoloji Müzesi'nde Truva katı müzenin 100. açılış yıldönümü olan 13.06.1991 tarihinde ziyarete açılmış, ancak zaman içerisinde personel yetersizliği nedeniyle ziyarete kısıtlanmıştır. Talep olması durumunda grup ziyaretçilerin bu bölümü ziyaret etmeleri sağlanmıştır. Personel açığının giderilmesi sonucu Truva katı ziyarete devamlı açıktır. Bundan sonra da aynı sorunla karşılaşmamak için gerekli tedbirler alınmıştır.

SORU 6: Bu filmle istenmeksizin ülkemizin reklamı yapılmıştır, bu reklamdan faydalanarak bunu ticari girdiye dönüştürecek bir programınız var mıdır?

CEVAP 6: Önceki yıllarda da olduğu gibi bu yıl da ülkemizin tanıtımı en başarılı tanıtım kampanyaları ile gerçekleştirilmiştir. Kriz dönemleri haricinde, yıllar bazında ülkemize giriş yapan turist sayısına bakıldığında devamlı artış kaydedildiği görülmektedir.

Bakanlığımız tanıtım politikalarının ana hedefi, yabancı turistlerden sağlanacak döviz girdisinin ülke ekonomisine daha fazla katkı sağlaması yönündedir.

SORU 7: Yukarıdaki sorularımıza verilecek cevapların olumsuz olacağı tahmin edilirse, bundan sonraki filmlerde gerekli tedbirleri alarak Türkiye'nin gelirlerine bir katkı sağlayacak girişimlerde bulunacak mısınız?

CEVAP 7: Gerekli tedbirler her düzeyde alınmış ve bugüne kadar doğru adımlar atılmıştır. Bu gelişme ve çalışmalar bilinmeden, objektif değerlendirilmesi yapılmadan, varsayımlara dayanarak yargıda bulunmak gerçeği yansıtmamaktadır.