



Almanya’da Türkiye İmajına Yönelik Sivil Toplum Örgütlerinin Görüşleri (Opinions of Non Governmental Organizations for the Image of Turkey in Germany)

*Mikail KARA^a , Ali YAYLI^b 

^a Çankırı Karatekin University, Vocational School, Department of Hotel, Restaurant and Catering Services, Çankırı/Turkey

^b Gazi University, Faculty of Tourism, Department of Recreation Management, Ankara/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim

Tarihi:23.10.2017

Kabul Tarihi:29.11.2017

Anahtar Kelimeler

Sivil toplum

Sivil toplum örgütü

Destinasyon imajı

Öz

Almanya’da 3 milyonun üzerinde Türk yaşamaktadır ve özellikle 70’li yıllardan itibaren örgütlenerek, sivil toplum örgütlerini oluşturmuşlardır. Sivil toplum örgütleri çoğu gönüllü, profesyonelce olmayan ancak iyi niyetli faaliyetlerinde Alman kamuoyunda zaman zaman ses getiren işler yapmaktadırlar. Bu noktadan hareketle çalışmanın temel amacı, Almanya’daki Türk sivil toplum örgütlerinin faaliyetlerinin, Alman toplumundaki yansımaları sonucunda, Türkiye’nin turistik imajına etkisini ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda Almanya’daki Türk sivil toplum örgütleriyle bir mülakat yapılarak, mevcut durum, faaliyetleri ve Alman toplumuyla ilişkileri, sivil toplum örgütlerinin faaliyetlerinin Türkiye’nin tanıtımına ve turistik imajının oluşumuna katkıları ortaya konulmaya çalışılmıştır. Almanya’daki Türk Sivil Toplum Örgütleriyle görüşme neticesinde elde edilen bulgular, değerlendirilerek raporlanmıştır. Araştırmanın sonucunda sivil toplum örgütlerinin faaliyetlerinin kuruluş amaçlarına göre şekillendiği, Türkiye adına doğrudan tanıtım faaliyetlerinde bulunmasalar dahi çoğu faaliyetlerinde Türk kültürünü yansıttıkları görülmüştür.

Keywords

Civil society

Non-Governmental organisation

Destination image

Abstract

There are more than 3 million Turkish people in Germany and they have organised since 1970s they constituted their non-governmental organisations. These non-governmental organisations are volunteer not professional but they do gracious activities which are appreciated by German public opinion. From that point of view the main goal of the study is to find out effect about Turkish touristic image as a result of Turkish non governmental organisations activities and reflection in German public opinion. In line with this aim, an interview was held with Turkish civil society organizations in Germany to try to find out the current situation, its activities and relations with German society, the activities of non-governmental organizations, their contribution to advertisement of Turkey and the formation of Turkey's touristic image. We have reported the data that we got from the interview with Turkish Non-Governmental Organisation in Germany. As a result of the research, it is seen that civil society organizations' activities are shaped according to the purpose of establishment and even though they are directly promotional activities on behalf of Turkey, they reflect Turkish culture in most of their activities.

* Sorumlu Yazar.

E-posta: mkara@karatekin.edu.tr (M. Kara),