

# “Amerikan rüyası” OUT, “Türkiye rüyası” IN

MUSTAFA KEMAL YILMAZ \*



A BD’de Trump’ın göçmenleri aşağılayıcı tavrı ve başta Meksikalılar olmak üzere yabancıları ülkeden kovma eğilimi artarken, artık “Amerikan Rüyası” yerini “Amerikan Kabusu”na bırakmış gözüküyor. Türkiye’de ise bunun tam tersi bir durum söz konusu. Ülkemizde yaşayan yabancı sayısı her geçen yıl önemli ölçüde artmakta. Türkiye İstatistik Kurumu Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi verilerine göre son 10 yılda Türkiye’de yaşayan yabancı sayısı 5 misli artış göstermiş. 2007 yılında 176 bin olan yabancı sayısı 2017 yılında 900 bine ulaşmış bulunuyor. Bu rakama, son 3 yılda savaş nedeniyle Suriye ve Irak’tan ülkemize gelen göçmen ve mülteci sayısı da dâhil edildiğinde yabancı sayısı 5 milyona ulaşıyor.

Türkiye’de yaşamaya olan ilgi aslında bu rakamlarla sınırlı değil. Başta Orta Doğu ülkelerinden olmak üzere, ağırlıklı olarak Orta Asya, Balkanlar ve Afrika ülkelerinden ülkemize gelen insanlar burada rüyalarını gerçekleştirmeyi arzuluyorlar. Bu nedenle, ülkemizin de ABD’nin daha önce başarı ile pazarladığı “Amerikan Rüyası” konseptine benzer bir “Türkiye Rüyası” imajını oluşturması gerekiyor. Bu imaj sadece bir slogan olmanın ötesinde ticari, kültürel, sportif ve akademik açıdan da önem taşımakta. Örneğin İngiltere, ABD ve Kanada’daki üniversiteler son 20 yılda yurt dışından lisans ve lisans-üstü seviyede yoğun öğrenci çekerek, hem önemli paralar kazanıyorlar hem de akademik açıdan büyük bir zenginlik yaratıp, kendi kültürlerinin bu kanal vasıtasıyla o ülkelere taşınmasını sağlıyorlar. Memnuniyetle ifade etmek gerekir ki Türkiye de bu noktada son 10 yılda önemli adımlar atmış bulunuyor. 2016 Türkiye Göç Raporuna göre Türkiye’de eğitim alan yabancı öğrenci sayısı 800 bine ulaşmış durumda ve her geçen yıl bu sayı artıyor.

Ülke olarak son 15 yılda gerçekleştirdiğimiz ekonomik, sosyal, kültürel, akademik ve coğrafi açılımlar ile geleneksel noktayı düşündüğümüzde ise, bir eksikliğimiz göze çarpıyor. Yaptıklarımızı, yabancı ülkelerin vatandaşlarına sunduğumuz

imkânları ve bu insanların ortaya koydukları başarıları doğru bir şekilde pazarlayamıyoruz. Çarpıcı bir sloganımız yok. Nasıl ki ülke olarak markalaşmaya yönelik bir çalışma yaptıysak, benzer bir çalışmayı “Türkiye Rüyası” veya başka bir slogan oluşturarak bu konuda da profesyonelce yapmalıyız. Tabii bu sadece slogan üretmekle olacak bir iş değil. Bunun yanında, Türkiye’ye çalışmak, eğitim almak, ticaret yapmak için gelen kişilerin başarı hikâyeleri ile ilgili filmler yapılmalı, kitaplar yazılmalı, belgeseller çekilmeli, yabancı ülkelerin görsel ve yazılı basın-yayın organlarında yer alınmalı.

Özetle, uluslararası arenada söz sahibi olmak istiyorsak, ülkemize gelen yabancıları sadece ucuz bir işgücü veya yardıma muhtaç kişiler olarak görmek yerine ülkemizin birer elçisi olarak görmeliyiz. Bu kişilerin ülke ekonomisine, kültürüne katkısını ve katılımını en yüksek seviyeye çıkaracak mekanizmalar geliştirmeli, organizasyonlar yapmalı, Türk kültürünün bu kişilerin öznel kimliklerine kazınmasını ve içselleştirilmesini sağlamalıyız.

---

\* İbn Haldun Üniversitesi İşletme Bölümü Öğretim Üyesi.