



Turizm Akademik Dergisi

Tourism Academic Journal

www.turizmakademik.com



Türkiye 2053 Projesi; “Güç ve Adalet” Hedefleri Bağlamında Turizm Endüstrisinin İncelenmesi*

Füsun İSTANBULLU DİNÇER^a, Özlem ALTUNÖZ^{b**}, Yalçın ARSLANTÜRK^b, Barış YALÇINKAYA^c

^a İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, İSTANBUL

^b Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, ANKARA

^c İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İSTANBUL

Öz

Turizm, ülkelerin yumuşak güç araçlarından biri olarak kullanılmaktadır. Sivil teknoloji, sürdürülebilir kalkınma, kapasite inşası gibi kavramların gelişmesiyle yumuşak gücün kullanım şeklinde de değişimler meydana gelmektedir. Yaşanabilir çevre ve marka şehirler temelinde turizmin inşa edeceği kapasite ve verimlilik artışı ile çok boyutlu kazanımların maksimize edilmesi bu konudaki temel referanslardır. Bu doğrultuda ülkeler, bölgesel ve uluslararası çeşitli hedefler belirlenmekte ve buna yönelik projeler geliştirmektedir. Türkiye 2053 Projesi de makro çerçeve, lokomotif sektörler ve değerler inşası başlıklarıyla bu kapsamda yer almaktadır. Bu araştırmanın amacı, Türkiye turizminin Türkiye 2053 Projesi kapsamında değerlendirilmesini sağlamaktır. Araştırma kuramsal bir çalışma olup ikincil kaynaklardan yararlanılmıştır. Bu kapsamda uluslararası kuruluşların dokümanları, çeşitli kurumların dokümanları ile Türkiye Asya Araştırma Merkezi'nin (TASAM) proje metni incelenmiştir. Araştırma sonucunda kapasite inşası, yumuşak güç ve Türkiye 2053 Projesinin sürdürülebilirlik kavramı üzerinden değerlendirildiği belirlenmiştir. Bu doğrultuda, sürdürülebilirlik kapsamındaki dokuz alt unsur güç; yedi alt unsur ise adalet ile ilişkilendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yumuşak güç, Sürdürülebilir kalkınma, Kapasite inşası, Türkiye 2053.

Abstract

Tourism is used as one of the soft power tools of the countries. Changes in the use of soft power occur with the development of concepts such as civil technology, sustainable development and capacity building. Maximizing the capacity and efficiency to be built by tourism on the basis of livable environment and brand cities and maximizing the multidimensional gains are the main references in this regard. In this direction, countries, regional and international aims are determined and projects are developed. 2053 Turkey Project at the macro framework, leading sectors and values located in this regard with the construction of the title. The aim of this study is to provide an assessment of tourism in Turkey within the scope of Turkey 2053 Project. Research was a theoretical study and secondary sources were used. In this context, international organizations documents, documents of various institutions with Turkey Asia Research Center's (TASAM) project text has been examined. Research results in capacity building, soft power, and Turkey was determined to be evaluated on the concept of sustainability of the project in 2053. In this respect, nine sub-elements of sustainability were related to strength; and seven sub-elements were associated with justice.

Keywords: Soft power, Sustainable development, Capacity building, Turkey 2053.

JEL CODE: L83, Z38

Makalenin Geçmişi:

Gönderim Tarihi : 28.02.2019

Düzeltilme : 20.03.2019

Kabul : 22.05.2019

Makale Türü : Araştırma Makalesi

İstanbullu Dinçer, F. & Altunöz, Ö. & Arslantürk, Y. & Yalçinkaya B. (2019). Türkiye 2053 Projesi; “Güç ve Adalet” Hedefleri Bağlamında Turizm Endüstrisinin İncelenmesi, Turizm Akademik Dergisi, 6 (1), 175-188.

* Bu çalışma 19-21 Temmuz 2018 tarihleri arasında Kastamonu'da düzenlenen 4. Uluslararası Türk Dünyası Turizm Sempozyumunda sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

** Sorumlu yazar e-posta: ozlem.altunoz@hbv.edu.tr

GİRİŞ

Genelde kullanımı sert güce göre daha zor, sonuçlarını daha yavaş gösteren yumuşak gücün kamuoyu oluşturmak gündemi belirlemek yollarıyla hedeflere ulaşmada araçsal bir etkisi mevcuttur (Nye & Welch, 2018: 65-66). Meşruiyetin sağlanması olarak da değerlendirilebilecek olan yumuşak güç, izlenen politikalar, üretilen veya savunulan değerler ile kültürel unsurlar, ürettiği ve/veya kurumlar ile bir ülkenin tutum ve eylemler bakımından diğerleri üzerinde istenen etkiyi sağlaması amacıyla kullanılmaktadır (Sönmezoğlu, 2012:264-265). Günümüzde bir ülkenin yumuşak gücü altı kategori altında değerlendirilmektedir. Bunlar; dijital altyapısı açısından 'dijital', popüler ve yüksek kültür çıktıları ve bunların küresel erişim ve cazibesi açısından 'kültür'; yenilikçi ve işletme dostu olması açısından 'girişim', burs ve uluslararası öğrencileri çekmesi açısından 'eğitim'; diplomatik ağ ve küresel katılım ve gelişime katkısı açısından 'katılım', özgürlük, insan hakları ve demokrasiye olan bağlılık ve siyasi kurumları niteliğini kapsayan 'yönetim' olarak belirtilmektedir (Softpower30, a).

Türkiye, tarihi ve jeopolitik konumu itibarıyla genel anlamda stratejik öneme sahip bir ülke konumundadır. Bu bağlamda günümüze kadar geçen tarihsel süreçte ve toplumsal hayatın her alanında; toplumsal, dinsel, politik ve hukuksal düzlemde güç ilişkileri ve sonuçlarını görmek mümkündür (Çalışkur, 2016: 31). Adalet ise kaynaklara erişim, dağıtım, adil dağılım gibi konularla ilişkilidir. Türkiye açısından turizm endüstrisini bir yumuşak güç unsuru olarak değerlendirmek mümkündür. Bu noktada ayrıca belirtmelidir ki, Türkiye'nin yumuşak güç kaynakları kapsamında TİKA (Türk İşbirliği ve Kalkınma İdaresi Başkanlığı), Kızılay, Yunus Emre Enstitüsü gibi kurumlar (Çavuş, 2012: 30) da önemli yer tutmaktadır. Bu bağlamda TASAM (Türk Asya Stratejik Araştırmalar Merkezi) tarafından yürütülen Türkiye 2053 projesi başta olmak üzere bazı

uluslararası kurum ve kuruluşların dokümanlarını detaylı incelendiği bu çalışma, Türkiye'deki turizm endüstrisini güç ve adalet hedefleri bağlamında ele almaktadır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Türkiye ve Türkiye Turizminin Stratejik Önemi

Türkiye; tarih boyunca kültürel, siyasi ve ekonomik bakımdan Balkanlar, Avrupa, Kafkaslar, Batı Asya, Ortadoğu, Kuzey Afrika'da bulunan ülkelerden etkilenmiş, hem de bu ülke ve bölgeleri etkilemiştir. Türkiye, jeopolitik konumu ve tarihi bir bölge olması nedeniyle siyaset, ekonomi, kültür, insan kaynakları gibi alanlarda orta ve uzun vadeli stratejik planlar yapılması ile ekonomik, kültürel ve siyasi açıdan birer çekim merkezine dönüşme potansiyeline sahiptir (TASAM, Türkiye 2053 Vizyon Belgesi). Turizm endüstrisi kapsamında tarihi ve stratejik önemi değerlendirildiğinde ülkenin büyük bir potansiyele sahip olduğu söylenebilir. Ülkedeki mevcut turizm endüstrisi; birçok turizm türü, hareketi ve yaklaşımına hizmet sunabilen ve olanak tanıyabilen bir yapıdadır. Nitekim 2018 yılı itibarıyla UNESCO Dünya Miras Listesi'nde 845 tanesi kültürel, 209 tanesi doğal, 38 tanesi ise karma (hem kültürel hem doğal) olmak üzere toplam 1092 kültürel ve doğal varlık bulunmaktadır. Bunlar arasında Türkiye'den toplam 18 adet kültürel ve doğal varlığın listede yer aldığı görülmektedir. Söz konusu varlıklar kapsamında; İstanbul, Divriği Ulu Camii ve Darüşşifası (Sivas), Hattuşaş (Boğazköy) - Hitit Başkenti (Çorum), Nemrut Dağı (Adıyaman - Kahta), Xanthos-Letoon (Antalya - Muğla), Safranbolu Şehri (Karabük), Troya Antik Kenti (Çanakkale), Edirne Selimiye Camii ve Külliyesi (Edirne), Çatalhöyük Neolitik Kenti (Konya), Bergama Çok Katmanlı Kültürel Peyzaj Alanı (İzmir), Bursa ve Cumalıkızık: Osmanlı İmparatorluğunun Doğuşu

Tablo 1. 2017 Yılı Turizm İstatistikleri (İlk 10 Ülke)

Uluslararası Turist (milyon kişi)		Uluslararası Turizm Geliri (milyar dolar)	
Sıra/ Ülke	Turist Sayısı	Sıra/ Ülke	Turizm Geliri
1. Fransa	86,9 milyon	1. A.B.D.	210,7 milyar
2. İspanya	81,8 milyon	2. İspanya	68,0 milyar
3. A.B.D.	76,9 milyon	3. Fransa	60,7 milyar
4. Çin	60,7 milyon	4. Tayland	57,5 milyar
5. İtalya	58,3 milyon	5. Birleşik Krallık	51,2 milyar
6. Meksika	39,3 milyon	6. İtalya	44,2 milyar
7. Birleşik Krallık	37,7 milyon	7. Avustralya	41,7 milyar
8. Türkiye	37,6 milyon	8. Almanya	39,8 milyar
9. Almanya	37,5 milyon	9. Makao (Çin)	35,6 milyar
10. Tayland	35,4 milyon	10. Japonya	34,1 milyar

Kaynak: UNWTO Tourism Highlights 2018 Edition.

Tablo 2. 2017 yılında Yumuşak Güç Kapsamındaki En İyi 30 Ülke

Sıra	Ülke	Puan	Sıra	Ülke	Puan
1.	Fransa	75,75	16.	Belçika	62,80
2.	Birleşik Krallık	75,72	17.	Finlandiya	62,37
3.	A.B.D.	75,02	18.	Yeni Zelanda	61,96
4.	Almanya	73,67	19.	İrlanda	60,62
5.	Kanada	72,90	20.	Singapur	58,55
6.	Japonya	71,66	21.	Güney Kore	58,40
7.	İsviçre	70,45	22.	Portekiz	54,43
8.	Avustralya	70,15	23.	Yunanistan	52,17
9.	İsveç	69,32	24.	Polonya	51,27
10.	Hollanda	67,89	25.	Çin	50,50
11.	Danimarka	65,48	26.	Rusya	49,60
12.	Norveç	65,20	27.	Çek Cumhuriyeti	48,73
13.	İtalya	64,70	28.	Macaristan	48,16
14.	Avusturya	63,75	29.	Brezilya	47,41
15.	İspanya	63,57	30.	Türkiye	45,35

Kaynak: <https://softpower30.com>, Erişim Tarihi: 17.07.2018.

(Bursa), Diyarbakır Kalesi ve Hevsel Bahçeleri, Efes (İzmir), Ani Arkeolojik Alanı (Kars), Afrodisias (Aydın), Göbeklitepe Arkeolojik Alanı (Şanlıurfa) kültürel olarak; Göreme Milli Parkı ve Kapadokya (Nevşehir) Pamukkale-Hierapolis (Denizli) hem kültürel, hem doğal miras olarak listeye alınmıştır (UNESCO, 2018).

2018 yılında uluslararası turist sayısının 2017'ye göre %6 artış göstererek 1,4 milyara ulaştığı belirtilmektedir (UNWTO, 2019). UNWTO verilerine göre 2018 yılında dünyada toplam 1,326 milyar uluslararası turist ile 1,340 trilyon \$ turizm geliri söz konusudur. Türkiye'nin ise 2018 yılında 46,1 milyon turist ile 29,5 milyar \$ turizm geliri bulunmaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2019). Burada dikkat çekilmesi gereken nokta, Tablo 1'de görüldüğü üzere Türkiye'nin diğer ülkelerle kıyaslandığında turist sayısından ziyade turizm geliri noktasındaki mevcut durumudur. Öyle ki 2017 yılında dünyada en çok turist getiren ilk 10 ülke arasında kendine yer bulan Türkiye, toplam 22,478 milyar dolarlık turizm geliri ile gelir bağlamında ilk 10 ülke sıralamasına girememiştir.

Turizmde güç ve adalet

Literatürde güç kavramına yönelik en sık kullanılan tanım, Dahl (1957: 202-203) tarafından "bir aktörün (A) aksi takdirde yapmayacağı şeyleri başka bir aktöre (B) yaptırabilme kapasitesi" olarak ifade edilmektedir. Luke'sa (1974: 32-33) göre ise güçten söz edebilme noktasında bir aktörün diğer bir aktörün davranışlarını etkilemesinin yanında, davranışlarını kendi çıkarlarına ters düşecek şekilde yönlendirmesi gerekmektedir (Özdemir, 2008: 119).

Gücün kullanımı kapsamındaki yöntem farklılıklarına yönelik literatürde yaygın olan ayırım, devletlerin sürecin aktif bir parçası olduğu "sert güç" ve devletlerin edilgen bir tutum içerisinde bulunduğu "yumuşak güç" şeklindedir. Sert güç kullanımına ilişkin yöntemler, havuç (ödüllendirme, ikna) ve sopa (cezalandırma, güç kullanma veya kullanma tehdidinde bulunma) benzetmesiyle açıklanmakta; hangi araçların havuç, hangi araçların sopa işlevi gördüğü ise onu kullanan devletin yöntemleri belirlemektedir. Netice itibarıyla, ülkelerin askeri gücü ve ekonomik gücü, ilk akla gelen sert güçler arasında değerlendirilmektedir (Sancak, 2015: 55-57). Yumuşak güç yoluyla ise bir devletin hedeflerini gerçekleştirmek için diğer devletleri bu doğrultuda davranmaya isteklendirebileceğine temas edilmektedir (Nye, 1990: 166). Yumuşak güç, "bir ülkenin diğer ülkelerden istediklerini askeri güç ve ekonomik zorlamalar yerine, onları sosyal ve kültürel unsurlarıyla cezbederek alabilme kabiliyeti" olarak ifade edilmektedir (Gür, 2014: 2). Yumuşak güç için ana unsur cazibedir ve diğer aktörlerin belirleyici aktörün çizgisine gelmesi, belirleyici aktörün politikalarının, kültürünün ve siyasi ideallerinin diğer aktörlere çekici gelmesiyle mümkündür (Çamır, 2009: 35-36).

Devletlerin jeopolitik hedeflere ve dolayısıyla sürdürülebilirliğin diğer yönlerine ulaşmalarının bir yolu, yumuşak gücü yansıtmalarından geçmektedir. Bir ülkenin yumuşak gücü, uluslararası pazarda kültürel ve çevresel bir imaja sahip olmasıyla bağlantılıdır (Kwek, Wang & Weaver, 2014). Türkiye'nin sahip olduğu yumuşak güç, biçim ve kapsam itibarıyla diğer ülkelerden farklılık göstermekte; bu durum sahip olduğu tarih ve kültür derinliğinden kaynaklanmaktadır (Akbaş & Tuna, 2016: 81). Türkiye'nin yumuşak güç kaynakla-

rı dâhilinde sahip olduğu kültür-tarihi, evrensel değerlerle örtüşen değerler ve politikası, jeopolitik konum-coğrafyası ve ekonomik durumu dikkat çekmektedir. Bunun yanında yumuşak güç alanında faaliyetler sürdüren kurumlar da önemli yumuşak güç kaynakları arasında değerlendirilebilmektedir. Türkçe konuşulan devletlerde ekonomik, kültürel, eğitim sosyal, teknik ve ticari alanlarda faaliyetler sunan bir kurum olarak tanınan TİKA (Türk İşbirliği ve Kalkınma İdaresi Başkanlığı), yardımlarıyla ön plana çıkan Kızılay, yurtdışında Türk kültürünü ve Türkçeyi yaymak için gerçekleştirdiği projeler ile Yunus Emre Enstitüsü, önemi vurgulanması gereken kurumlardır (Çavuş, 2012: 30).

Turizm, ulusal kültürü, demokrasiyi ve seyahat dostu uluslararası anlaşmaları teşvik ederek yumuşak gücü arttırmaktadır. Yumuşak güç, bir destinasyonun çekici unsurlarının kullanımını içermektedir. Yumuşak güç kaynakları; kültürel, politik değerleri ve dış politikayı kapsamaktadır. Bu kaynaklar, uluslararası turizm için de oldukça önemlidir (Hunter, Chung, Gretzel & Koo, 2015). Turizm endüstrisi, Türkiye'nin yumuşak gücüne katkı yapan ve aynı zamanda ondan da etkilenen bir araç

rinde olacaktır. Söz konusu çalışma, altı kategoride (yönetim, kültür, eğitim, katılım, girişim ve dijital) ve uluslararası yoklamada objektif verileri birleştirerek, yumuşak gücün analizi için kapsamlı bir çerçeve sunmaktadır. Kategoriler ve açıklamaları aşağıdaki gibidir (Softpower30.com, a):

- Dijital;** Bir ülkenin dijital altyapısı ve dijital diplomasideki yetenekleri,
- Kültür;** Bir ülkenin popüler ve yüksek kültür bağlamında kültürel çıktılarının küresel erişimi ve cazibesi,
- Girişim;** Bir ülkenin ekonomik modelinin çekiciliği, işletme dostu olması ve yenilikçilik kapasitesi,
- Eğitim;** Bir ülkede beşeri sermayenin seviyesi, burslara katkısı ve uluslararası öğrencilere çekiciliği,
- Katılım;** Bir ülkenin diplomatik ağının gücü ve küresel katılım ve gelişime katkısı,
- Yönetim;** Bir ülkede özgürlük, insan hakları ve demokrasiye olan bağlılık ve siyasi kurumların niteliği.

Tablo 3. Turizm Endüstrisinde Kapasite İnşasının Önemine Yönelik Unsurlar

Sosyal	-Toplum katılımının sürdürülebilir sosyal sorumlu turizm için ön koşul olması -Zayıf organizasyonların sorumlu turizm konseptine zararlı olması, -İlişki ağları ve ortaklıkların sürdürülebilir sosyal sorumlu turizmde önemli olması,
Finansal	-Yetersiz yatırımların sürdürülebilir sosyal turizme zararlı olması, -Mikro-fınansın/kredinin turizm aktivitelerine katılım açısından bir araç olması,
İnsan	-Turizm gelişiminin, yetersiz turizm farkındalığı, yetersiz yetenek geliştirme ve uygunsuz eğitim nedeniyle engellenmesi,
Fiziksel	-Yetersiz altyapı bileşenlerinin, çevresel sürdürülebilir turizm gelişimini engellemesi.

Kaynak: Koutra ve Edwards, 2012.

olma özelliğini taşımaktadır. Türk insanının konukseverliği, yardımseverliği, güler yüzlüğü, dürüstlüğü, insan ilişkilerindeki samimi tutumu, Türkiye'nin turizmne dolayısıyla Türkiye'nin yumuşak gücüne büyük katkı yapmaktadır (Akbaş & Tuna, 2016: 88). Bir ülkenin tanıtımını iyi yapmak doğrudan turizme, dolaylı olarak da yumuşak güce katkı olarak değerlendirilebilmektedir.

Turizmde adalet, hizmet ve kaynaklara erişim, ekonomik faydaların turizm mal ve hizmetlerinin kullanımında dağıtımını, adil gelir dağılımını vb. gibi konularda değerlendirilmektedir (Jamal & Camargo, 2014). Yumuşak ve sert güç kapasitelerini tam olarak harekete geçirebilmesi noktasında din, dil, tarih, coğrafya önemli faktörlerdir. Bunların işlerlik kazanması, nitelikli insan kaynağına dayalı yüksek katma değer üreten bir ekonomiye erişip uluslararası iş bölümünden nitelikli pay alınması ile yakından ilişkilidir (TASAM, Türkiye 2053 Proje).

Türkiye'nin mevcut yumuşak gücünü ortaya koymak adına Softpower30 adlı çalışmaya değinmek ye-

Bu çalışmada bir ülkenin siyasi kurumlarının kalitesi, kültürel çekiciliği, diplomatik ağının gücü, yükseköğretim sistemlerinin küresel itibarı, ekonomik modellerinin çekiciliği ve bir ülkenin dünyayla dijital etkileşimi değerlendirilerek ülkelerin yumuşak güç kaynaklarının göreceli gücü karşılaştırılmaktadır. Söz konusu ülkeler her jeopolitik bölgeyi kapsayacak şekilde ve sert güçler dikkate alınarak belirlenmiştir. Nihayetinde toplam 61 ülke için veri toplanmış, en yüksek puanlı 30 ülke sıralanarak aşağıdaki tablo oluşturulmuştur (Softpower30, a).

Tablo 2 değerlendirildiğinde katılımcıların Türkiye'ye yumuşak güç noktasında 61 ülke arasından 30. sırada yer verdikleri görülmektedir. Türkiye'nin, 2017 yılında yumuşak gücü en yüksek ilk 30 ülke arasında kendine yer bulduğunu belirttiikten sonra çalışmadaki kategoriler bağlamında Türkiye'nin yumuşak gücünün kategoriler kapsamında mevcut durumu, "dijital" kategorisinde 18. sırada; "kültür" kategorisinde 26. sırada;

"girişim" kategorisinde 28. sırada; "eğitim" kategorisinde 25. sırada; "katılım" kategorisinde 15. sırada ve "yönetim" kategorisinde 27. sırada yer almasıyla tespit edilmektedir. Çalışma kapsamında Türkiye'nin, 2016 yılında yaşanan kriz döneminde sıralamada yer alamadığı, 2017 yılında sıralamaya tekrar dâhil olduğu tespit edilmiştir. Türkiye, 2018 yılındaki listede yer almamaktadır. Yumuşak güç ülkelerde yıllık değişim gösterebilmekte ancak konuyla ilgili başarı durumu uzun süreli olarak değerlendirilmektedir. Öyle ki Türkiye'nin, uluslararası siyasetteki güçlü imajı doğrultusunda "dijital" kategorisinde oldukça iyi bir performans sergilediği; dijital altyapıya daha fazla önem verilmesi, mobil kullanıcı sayısının artırılması, internet sunucularının iyileştirilmesi ile de Türkiye'nin bu konuda daha yükseğe tırmanacağı görüşünde bulunmaktadır (Soft-power30, b).

Kapasite inşası

Kapasite inşası toplumsal veya kişisel gelişimin sağlanabilmesi için her şeyden önce ölçülebilir bir mectrada yeteneklerin artırılmasıdır (Easterly, 2006). Kapasite inşası, hükümetleri, uluslararası kuruluşları, sivil toplum kuruluşlarını, devlet dışı aktörleri ve özel sektörü ilgilendirmektedir. Toplumsal kapasite inşası

genellikle gelişmekte olan ülkelerde bireylerin gelişmesinin önünde engel oluşturan nedenleri ortadan kaldırmayı hedeflemektedir (Aybar, 2017).

Turizm, yerel halkın katılımı ile destinasyon imajına katkı sağlamakta, yerel halkın yaşam standartlarının yükselmesinde rol oynamaktadır. Eğitim kuruluşları, meslek örgütleri ve sivil toplum kuruluşlarının (STK) katılımı ile gerekli örgütlenme yapıları özendirilebilir. Değişime adapte olabilen toplum gereği, sosyo-eko dönüşüme, hem gelişim olarak hem de kapasite inşası olarak odaklanılmalıdır (Wu & Tsai, 2016).

Sosyal sorumlu turizm kapsamında kapasite inşasının önemi yedi ana faktör üzerinden sunulmaktadır. Bu faktörlerin; üçü sosyal faktör, ikisi finansal faktör, biri insan faktörü, biri de fiziksel faktör olarak değerlendirilmekte ve Tablo 3'te gösterilmektedir (Koutra & Edwards, 2012).

Kapasite yönetimi, elde olan yeterlilikleri yönetmekten ziyade yeni yeterlilikler oluşturup stoklamayı ön planda tutmaktadır (Potter & Brough, 2004). Sahip olunan kuvvetli tarafların yanında zayıf tarafların da geliştirilmesi ve toplumlara hizmet olarak iki temel hedef olduğu belirtilmektedir (Loza, 2004). Temelde

Tablo 4. Kapasite İnşası Dünya Turizm Örgütü Programları 1-2

AMAÇ	Turizmin gelişimi, yönetim ve tutundurma hususlarında çeşitli disiplinlerle yoğun eğitim sağlamak.	<i>Turizm Geliştirme ve Yönetiminde Kapasite İnşası Programları</i>	<i>Ağırlama Becerileri ve Turizm İş Geliştirme Kapasite İnşası Programları</i>	AMAÇ	Turizm işletmelerinin gelişimi ve yönetiminin çeşitli alanlarında yerel topluluklara / özel sektöre yoğun bir eğitim ve turizm sektöründe iş aramak için daha iyi fırsatlar sunmak için ağırlama becerileri sağlamak
KONULAR	<ul style="list-style-type: none"> - Turizm farkındalığı: turizmin sosyal, ekonomik ve çevresel etkileri; - Sektörün genel yönetimi; - Turizm geliştirme politikası ve ürün geliştirme; - Turizm stratejilerinin uygulanması: stratejik ortaklıklar kurmak; - Turizm pazarlama ve pazarlama karması; - Görüntü geliştirme ve yönetimi; - İnsan kaynakları geliştirme; - Turizm mevzuatı, yönetmelik ve sınıflandırma şemaları; - Performans yönetimi ve izleme, etkilerin optimizasyonu - Yoksul yanlısı politika, strateji ve uygulamalı yaklaşımlar; turizmin geliştirilmesinde ve tanıtımında yerel halkı ve yerel endüstrileri dahil etmek, turizm yoluyla sürdürülebilir ve adil iş imkanlarını teşvik etmek 			KONULAR	<ul style="list-style-type: none"> - Turizmden iş fırsatları; - Küçük bir işletme nasıl işletilir (kafe, el işi dükkânı, aile yanında kalma); - Turizm işletmelerine uygulanan iş yönetmelikleri ve standartları; - Mikro kredi de dâhil olmak üzere turizm işletmelerinin finansmanı; - Tur rehberliği ve yorumlama; - Dil becerileri; - Profesyonel bakım; - Otel yönetiminin tüm yönleri ve - Turist güvenliği.
ÇIKTI	Ulusal ve yerel düzeydeki hükümet yetkililerinin kapasitelerini ve turizmi geliştirmek, yönetmek ve tanıtmak için yerel topluluk üyelerini iyileştirmek.			ÇIKTI	Turizm sektörüne katılımlarını teşvik etmek için turizm işletmelerinde özel sektör ve yerel toplum üyelerinin kapasiteleri ve konukseverlik becerileri

toplumsal gelişim, toplumsal hayatları etkileyen olaylara aktif katılım ve bu katılımında gücün, becerilerin, bilginin ve deneyimin paylaşılması süreci olarak açıklanmıştır (Banks & Shenton, 2001).

Kapasite inşası ve insan kaynağı yönetimine ağırlık vererek Türkiye 2053 projesini geliştirmek ve bunu tüm paydaşların katılımı ile hayata geçirmek son derece önemlidir. Bu bağlamda Dünya Turizm Örgütü tarafından gerçekleştirilen iki adet kapasite inşası programına Tablo 4 dâhilinde göz atmak faydalı olacaktır.

Türkiye 2053 Projesi

Türkiye 2053 projesi Türkiye'nin; İstanbul'un fethinin 600. yıldönümü olan 2053 yılında olması gereken yer ve hedeflerle ilgili kamu üst bürokrasisine, STK'lara ve kamuoyuna yönelik çok boyutlu stratejik özel eğitim ve etkileşim faaliyetleri formatında şekillenen bir çerçeve program olarak tanımlanmaktadır. Türkiye'nin Stratejik Vizyonu (TSV) 2023 projesinin yeni aşaması niteliğindeki "Türkiye 2053" üç ana başlıktan (makro çerçeve, stratejik lokomotif sektörler ve değerler inşası) oluşmakta ve nicelikten çok nitelik hedeflerini kapsamaktadır. Çok boyutlu rekabet, kapasite inşası, insan kaynağı yönetimi ve tüm paydaşların katılımına önem veren projenin ana başlıkları ve kapsamını şu şekilde belirtmek mümkündür (TASAM, Türkiye 2053 Proje):

- 1. Makro Çerçeve:** Proje, öncelikle makro temelde "Yeni Devlet Doğası", "Uluslararası İlişkiler", "Uluslararası Güvenlik", "İç Siyaset", "Ekonomi", "Eğitim, Bilim ve Teknoloji" ve "Kültür" olmak üzere 7 ana tema üzerine inşa edilmiştir.
- 2. Stratejik Lokomotif Sektörler:** Türkiye'yi makro öngörülere taşıyabilecek öncelikli stratejik lokomotif sektörler, "Tarım, Gıda ve Hayvancılık", "Güvenlik, Savunma ve Savunma Sanayi", "Sosyal Politikalar ve Sivil Toplum", "Mesleki Eğitim, Sanayi ve Yüksek Teknoloji", "Finans, Bankacılık ve Kalkınma", "Enerji ve Nükleer Teknoloji", "Kamu Yönetiminde İnovasyon ve İnsani Kalkınma", "Turizm, Çevre, Şehircilik", "Otomotiv, Lojistik, Ulaşım" "Sağlık ve Sosyal Güvenlik" başlıkları altında öngörülmüştür.
- 3. Değerler İnşası:** Medeniyet İnşası Türkiye Vizyonu "Referans Değerler, Kurumlar ve Kişiler" ana başlığı ile planlanmıştır. Ülkenin medeniyet değerlerinin güncel yorumları ve ülkenin bu yorumları kurumsal temsil yeteneği temel odak noktası olarak kabul edilmektedir.

Stratejik Lokomotif Sektörler: Turizm, Çevre, Şehircilik

Plansız gelişen turizm bölgelerinde; doğal denge ve biyolojik çeşitliliğin gözetilmemesi, aşırı yığılma, çar-

pık kentleşme ve yapılaşma, altyapı yetersizliği, çevre sorunları, doğal alanlara verilen zararlar bölgede yaşayan insanların doğal kaynaklarını yok etmektedir. Alternatif turizm türlerinin geliştirilmesi ve turizm kaynaklarının makro ölçekte planlanması, "Turizm Gelişim Bölgeleri", "Turizm Koridorları", "Turizm Kentleri" ve "Ekoturizm Bölgeleri" oluşturulması gibi hususlar alternatif turizm bölgelerinin birbirleriyle entegrasyonunu arttırmaktadır. Bu bağlamda Türkiye'nin 2053 Turizm, Çevre, Şehirleşme Vizyonu; zengin doğal, tarihi, kültürel ve insan kaynaklarını koruyan ve sürdürülebilir kılan, yenilik ve teknoloji ile bütünleştiren, rekabet gücüne sahip, bölge içi ve bölgeler arası gelişmişlik farkını azaltan, yaşam kalitesi yükselen bir ülke olabilmektedir. Turizm, Çevre, Şehircilik 2053 sektörel çalışmalarının amacı; sürdürülebilir kalkınma çerçevesinde, turizm, çevre, şehircilik politikaları konusunda siyasi bir tartışma başlatmak ve ulusal düzeyde gerekli tüm çerçeveler hususunda proaktif etkileşim/öneriler geliştirmektir. 2053 hedefleri açısından, Türkiye'nin ülkesel yaşam kalitesi kadar marka şehirleri ile bölgesel ve küresel anlamda örnek bir değer haline gelmesi için, turizm, çevre, şehircilik sektörü büyük önem arz etmektedir (TASAM, Türkiye 2053 Turizm, Çevre, Şehircilik). Türkiye'yi seyahat ve turizm alanında diğer ülkelerle kıyaslamak adına küresel anlamda değer bağlamında 'Seyahat ve Rekabet Endeksi' (The Travel & Tourism Competitiveness Index) dört ana başlık ve on dört alt başlıktan oluşmaktadır. Şu ana kadarki en güncel rapor olan 2017 endeksine göre Türkiye:

Çevre imkânları kapsamında; İş Çevresi'nde 63'üncü, Emniyet ve Güvenlik'te 116'ıncı, Sağlık ve Hijyende 94'üncü, İnsan Kaynakları ve İşgücü Piyasası'nda 72'inci, Seyahat ve Turizm Önceliklendirmesi alanında 87'inci sırada,

Seyahat ve Turizm Politikaları ve Uygulama Koşulları Kapsamında; Uluslararası Açıklık bakımından 50'nci, Fiyat Rekabetinde 70'inci, Çevresel Sürdürülebilirlikte 112'inci sırada,

Altyapı Kapsamında; Hava Taşımacılığı Altyapısında 14'üncü, Yer ve Liman Altyapısında 54'üncü, Turistik Hizmet Altyapısında 42'inci sırada,

Doğal ve Kültürel Kaynaklar Kapsamında; Doğal Kaynaklarda 70'inci, Kültürel Kaynaklar ve İş Seyahatinde 16'nci sırada yer almaktadır. Listelenen 136 ülke arasında 4.1 ortalama puana sahip olan Türkiye'nin toplamda 44. sırada yer aldığı görülmektedir (World Economic Forum, 2017).

İnsanın bir parçası olduğu ve varlığını sürdürebilmesi için gerekli olan ekosistemlerle uyumlu ve dengeli bir şekilde yaşam kalitesinin yükseltilmesi ve geliştirilmesi olarak tanımlanabilecek sürdürülebilir kalkınma

yaklaşımı, aynı zamanda sürdürülebilir sosyal adalet, sürdürülebilir ekonomi ve sürdürülebilir çevre konularının tümünü kapsamaktadır (TASAM, Türkiye 2053 Turizm, Çevre, Şehircilik).

Diğer yandan Çevre ve Orman Bakanlığı, 2023 yılı hedeflerini aşağıdaki şekilde belirlemiştir (TASAM, 2014):

- Kirlilik yükünün azaltılması
- Etkin atık yönetimi
- Yönetmeliklere uygun kanalizasyon sistemleri ve arıtma tesislerinin kurulması
- Sera gazı emisyon kontrolü için izleme ağının güçlendirilmesi
- Karbon yatakları kurmak, ağaçlandırma ve rehabilitasyon
- Erozyonun önlenmesi ve çölleşme ile mücadele
- Gelecek kuşaklara olan sorunluluğumuz kapsamında biyolojik çeşitliliğin korunmasının sağlanması.

Tüm bunlar, sürdürülebilirliğin unsurlarının bütüncül bir yaklaşım ile ve teknoloji temelindeki dijitalleşme ile geliştirilmeye başlanan dördüncü kuşak insan hakları kapsamında değerlendirilebilir (Aykul, 2015). Uluslararası hukukta da yaşama hakkı ile ilişkilendirilerek daha etkili normlar ortaya çıkabilir.

Çevre politikaları kapsamında küreselleşme ile sermaye akışını kolaylaştırıcı cazibe merkezleri oluşturma ve alanların düzenlenmesi yer almaktadır. Bu bağlamda kentsel dönüşüm projeleriyle, refah bir ortamda yaşam, tarihi destinasyonların korunması, sağlıklı alanların düzenlenmesi sağlanmaktadır. Mega Projeler ise yaşam standartlarını yükseltmek, farklı sektörleri bir araya getirmek, marka oluşturmak, dünyada tanınmak gibi amaçları gerçekleştirilmeye yöneliktir.

Türkiye 2053 projesinin temel hedeflerini aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür:

- Rekabet endeksinde ilk 5 ülke arasına girilmesi
- Yumuşak güç kapasitesi sıralamasında ilk 5 ülke arasına girilmesi
- İhracat kârlılığının önce %9'a sonra %15'e çıkarılması
- Turizm kârlılığının önce %10'a sonra %20'ye çıkarılması
- Dış ticaretin %10 fazla veren bir yapıya dönüştürülmesi

- Medeniyet ve rekabet perspektifinde marka şehirler inşa edilmesi

Görüldüğü üzere turizm ve marka şehirler oldukça önem arz etmektedir. Öyle ki "Turizm, Çevre, Şehircilik" kapsamında ana tema "Marka Şehirler ve Turizm 2053" olarak belirlenmiştir. "Alt temaların ise "Yaşanabilir Çevre ve Marka Şehirler" "Planlama ve Kentsel Dönüşüm", "Kurumsal Kapasite İnşası ve Devlet Dışı Aktörler", "KENTGES ve Mega İstanbul Projeleri", "Şehirleşme Estetiği Modeller ve Temel Alanlar", "Turizm Kapasite İnşası ve Araçlar", "Marka Turizm Konseptleri ve Bölgeler", "Turizmde Yüksek Verimlilik; Fırsatlar ve Riskler" olduğu görülmektedir.

Korunan alanlar, ulusal ve uluslararası önemi olan doğal, tarihî ve kültürel değerlere sahip alanlardır. Bu alanlarla ilgili konular, koruma alanlarında biyolojik çeşitliliği korumayı, doğal, tarihî ve kültürel değerleri gelecek nesillere aktarmayı, yerel sosyoekonomik yapıyı sürdürülebilirlik anlayışı ile planlayarak yönetmeyi ve kırsal kalkınma ile ekoturizmin entegre edilmesini (turizm ve sağlık turizmi, korunan alanlar arasında paralel, yaygın fakat küçük ölçekli turizm koridorlarının geliştirilmesi, çeşitlendirme sunularak ruh ve beden sağlığı kazandırılma, işgücü veriminin artırılması, biyo-çeşitliliğin korunmasına katkı sağlanması) kapsamaktadır.

YÖNTEM

Araştırmanın Amacı

Bu araştırmada Türkiye 2053 Projesi hedefleri kapsamında Türkiye turizminin değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda yumuşak bir güç unsuru olan turizm endüstrisinin 2053 hedeflerine ulaşmadaki stratejik önemi ortaya koyulmaya çalışılmıştır.

Araştırmanın Yöntemi

Araştırma kuramsal bir çalışma olup ikincil kaynaklardan yararlanılmıştır. Uluslararası kuruluşların dokümanları, çeşitli kurumların dokümanları ile Türkiye Asya Araştırma Merkezi'nin (TASAM) proje metni incelenmiştir. Araştırma sonucunda söz konusu metinlerin genel hedef ve stratejileri, turizm endüstrisine yaklaşım ve beklentiler içerik analizi yöntemiyle incelenmiş ve ana hatlarıyla sunulmuştur.

BULGULAR

"Türkiye 2053 Turizm, Çevre, Şehirleşme" vizyonu ile "Marka Şehirler ve Turizm 2053" ana teması incelendiğinde söz konusu programların; çevreyi korumak, yenilikçilik, teknolojiyi bütünleştirmek ve gelişmişlik farkını azaltmak gibi hedefler taşıdığı görülmektedir.

Tablo 5. Sürdürülebilirlik Unsurlarının Güç ve Adalet Kapsamındaki Alt Unsurları

<ul style="list-style-type: none"> ➤ <i>Markalaşma</i> <ul style="list-style-type: none"> ○ Türkiye İmajı (Güç) ➤ <i>Alternatif Turizm, Tanıtım Pazarlama</i> <ul style="list-style-type: none"> ○ Alternatif turizm çeşitliliği (Güç) ➤ <i>Sosyal- Ekonomik (6)</i> <ul style="list-style-type: none"> ○ Yatırımlarda sürdürülebilirlik (Güç) ○ Altyapı (Güç) ○ Sürdürülebilir kalkınma (Adalet) ○ Çeşitlendirme ve coğrafyaya yaymak (Adalet) ○ Örgütlenme yapısı& iş bölümü (Adalet) ○ Tüketici hakları (Adalet) 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ <i>Sosyal- Çevresel (5)</i> <ul style="list-style-type: none"> ○ Mirasın korunması (Güç) ○ Havza yönetimi (Güç) ○ Çevre koruması (Adalet) ○ Kalite ve rekabet gücü (Güç) ○ Çeşitlendirme, yıla ve coğrafyaya yayma (Güç) ➤ <i>Ekonomi- Politik</i> <ul style="list-style-type: none"> ○ Yasal, finansal mevzuat (Güç) ➤ <i>Sosyal</i> <ul style="list-style-type: none"> ○ Erişilebilirlik (Adalet) ➤ <i>Sosyo- Politik</i> <ul style="list-style-type: none"> ○ Sektördeki çalışma şartları (Adalet)
---	--

Bu hedef ve unsurların ise toplum, ekonomi, ekoloji/çevre olmak üzere sürdürülebilirliğin üç unsuru ile ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Sürdürülebilirlik unsurları güç ve adalet açısından değerlendirildiğinde dokuz alt unsurun güç; yedi alt unsurun ise adalet ile ilişkilendirilmesi mümkündür (Tablo 5).

Tüm bu unsurlar; marka şehirler, kapasite inşası, yumuşak güç, turizm çeşitlendirmesi, farklı konseptlerdeki turizm odaklı turizm kentleriyle ilişkilendirilebilir.

Korunan Alan Turizminin teşvik edilmesi, deniz ve kıyı turizmine en ciddi alternatif olarak önerilebilir. Böylece, korunan alanlarda (dağ, orman, kıyı, ova ve vadi) kırsal turizm, insanlara farklı turizm tercihleri sunmakla birlikte doğa bilincinin geliştirilmesine katkı sağlayacaktır.

Bu doğrultuda Türkiye'deki mevcut çalışmaları ve kapsamlarını Tablo 6'daki gibi özetleyerek belirtmek mümkündür:

Tablo 6'da yer alan 10'uncu Kalkınma Planı (2014-2018) döneminde yapısal reformların ana tema olduğu; bununla birlikte Araştırma ve Geliştirme (AR-GE), finans, savunma gibi stratejik alanlarda gerçekleşen girişimlerin ardından çeşitli nedenlerle yapay dalgalanmalar yaşandığı belirtilmektedir. Cumhuriyetin 100' üncü yılında ekonomik ve sosyal refahın artırılması konusunda ise 11. Kalkınma Planı'nın önemli olduğu öne sürülmektedir. Bu bağlamda potansiyeli yüksek alanlar arasında 'Ulaştırma ve Turizm' ayrıca belirtilmektedir (Karagöl, 2017).

Tablo 6. Türkiye'deki Turizm Projeksiyonları

<p>10'uncu Kalkınma Planı, Turizm Hedefleri (2014-2018)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Koruma-kullanma dengesi gözetilerek sürdürülebilir büyüme hedefi temelinde arzın niteliğinin yükseltilmesi turizm ürün ve hizmetlerinin iyileştirilmesi, rekabet gücünün artırılması ve personel eğitimi konularına öncelik verilmekte olup belirgin hedefler; ✓ Sağlık turizmi, kongre turizmi, kış turizmi, golf turizmi ve kültür turizmine ilişkin altyapı sorunun çözülmesi, pazarın çeşitlendirilmesi, destinasyon yönetimi temel alan projelerin uygulamaya geçirilmesi, Türkiye Turizm Stratejisi 2023 ve Eylem Planının güncelleştirilmesi olarak belirtilmektedir (Kalkınma Bakanlığı, 2014: xvi). ○ 10. Kalkınma planında sağlık turizmine özel bir önem verilmiş ve Sağlık Turizminin Geliştirilmesi Programı kapsamında; <ul style="list-style-type: none"> -Termal turizmde 100.000 yatak kapasitesinin oluşturulması -Termal turizmde 1.500.000 (600.000 tedavi amaçlı) yabancı termal turiste hizmet sunulması -Termal turizmde 3 milyar dolar gelir elde edilmesi -Medikal turizmde dünyanın ilk 5 destinasyonu içerisinde olunması -750.000 medikal yabancı hastanın tedavi edilmesi -Medikal turizmde 5,6 milyar dolar gelir elde edilmesi -İleri yaş turizmde 10 bin yatak kapasitesi oluşturulması -İleri yaş turizmde 150.000 yabancı turistin ülkemizi ziyaret etmesi -İleri yaş turizmde 750 milyon dolar gelir elde edilmesi hedeflenmiştir. <p>Ancak sağlık amaçlı gelen turistlere yönelik düzenli bir istatistik yayınlanmaması dolayısıyla tam bir rakama ulaşamamakla birlikte yalnızca 2014 yılında Türkiye'ye gelen uluslararası hasta sayısının 500.000 seviyelerinde olduğu belirtilmektedir (Sağlık Bakanlığı, 2019).</p>
<p>11'inci Kalkınma Planı (2019-2023)</p>	<p>Kalkınma Planı Özel İhtisas Komisyonları listesi arasında 20. Olan Turizm ile ilgili olarak, ilgili komisyonda;</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Kitle turizmi kaynaklı çevre sorunları ve krizlerden etkilenmesi konusu ve buna yönelik olarak turizm türleri çeşitliliğine önceliğin verilmesi, teşvik ve desteklerin gözden geçirilmesi ve destinasyon yönetim modeli konuları üzerinde durulmaktadır.
<p>III. Turizm Şûrası</p>	<p>Turizm Politikaları Komisyon Raporu'nda konuyla ilgili alınan kararlar şu şekildedir (3. Turizm Şûrası, 2017):</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Yasal ve İdari Politikalar: <ul style="list-style-type: none"> ✓Turizm Temel Yasasının Hazırlanması, ✓Mesleki Çatı Örgütünün Kurulması, ✓KTB'nin Güçlendirilmesi, ✓2634 Sayılı Turizm Teşvik Kanununun Güncellenmesi, ✓Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Belgesinin Güncellenmesi, ○ Turizm Ürünleri ve Pazarlarına İlişkin Politikalar: <ul style="list-style-type: none"> ✓Yeni Pazarların Geliştirilmesi, ✓Tanıtımda Koordinasyon/ İmaj Birliğinin Saplanması, ✓Sürdürülebilir Turizm ve Çevre Duyarlılığı, ✓Turizmin 12 Aya Yayılması ve Turizm Çeşitliliği, ○ Eğitim Politikaları: <ul style="list-style-type: none"> ✓Hizmet Kalitesinin Arttırılması İçin Mesleki Eğitimin Geliştirilmesi, ✓Turizm Destinasyonlarında Toplum Temelli Eğitim

Tablo 6. Türkiye’deki Turizm Projeksiyonları (Devamı)

<p>III. Turizm Şûra’sında 13 Komisyonun aldığı kararlar çerçevesinde oluşturulan ‘Eylem Planı’</p>	<p>Toplam 92 adet eylemden oluşan planın başlıkları mevzuat- örgütlenme, tanıma-pazarlama, planlama-altyapı, teşvik ve eğitim-istihdam olup çalışma ile doğrudan ilgili olduğu düşünülen eylemler şu şekildedir (3. Turizm Şurası, 2018);</p> <ul style="list-style-type: none"> o Mevzuat-Örgütlenme <ul style="list-style-type: none"> ✓Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın görev ve teşkilat yapısının sektör gerekliliklerinin göz önünde bulundurularak revize edilmesi (1), ✓2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu’nda düzenleme yapılması (dijital alt yapı, planlama, denetim vb. konularda) (2), ✓1618 sayılı Seyahat Acentaları Birliği Kanununda düzenleme yapılması (tüketici hakları, zorunlu sigorta vb. konularda) (3), ✓Özel müzeciliğin geliştirilmesi amacıyla 5225 sayılı Kültür Yatırımları ve Girişimlerini Teşvik Kanununda düzenleme yapılması (6), ✓6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanununda, eğitim programlarının kapsamının genişletilmesi, denetim standartları, rehberlerin ücret düzenlemeleri vb. konularda düzenleme yapılması (7), o Tanıtma- Pazarlama <ul style="list-style-type: none"> ✓Turizmin ülke geneline yayılmasına yönelik olarak destinasyon markalarının geliştirilmesi (25), ✓KTB ve diğer paydaşlarla her yıl ülke değerlerinden birinin ana tema olarak tanıtılması (33), o Planlama-Altyapı <ul style="list-style-type: none"> ✓Yerel kalkınma, bölgeler arası gelişmişlik düzeylerindeki farklılıkların azalması, istihdamı artırmak amacıyla Turizmde ürün çeşitliliği, sürdürülebilir turizm anlayışı ile planlama ve yaygınlaştırma (59), ✓Farklı turizm çeşitlerinin bir araya geldiği, bütüncül planlama ve tahsise olanak sağladığı Turizm Kentleri Projesi ile ilgili çalışmaların yapılması (60), ✓Turizm alanları, taşıma kapasitesi ve koruma dengesini sağlamaya yönelik etüt çalışmalarının yapılması (64), o Teşvik o Eğitim-İstihdamı <ul style="list-style-type: none"> ✓Mesleki eğitim ve mesleki yeterliliğin özendirilmesine yönelik düzenlemelerin yapılması ile ve düzenli eğitimler gerçekleştirerek, nitelikli personel istihdamının teşvik edilmesi ve mevcut personelin niteliklerinin artırılması (88), ✓Sektör-üniversite danışmanlığında yerel halk, merkezi ve yerel yönetimler ile turizm bağlantılı tüm sektörlerde turizm bilincinin artırılması (92).
<p>2023 Stratejileri</p>	<p>Planlama, Yatırım, Örgütlenme, İç Turizm, Ar-Ge, Ulaşım ve Altyapının Güçlendirilmesi, Tanıtım ve Pazarlama, Eğitim, Hizmet Kalitesi, Kentsel Ölçekte Markalaşma, Turizm Çeşitlendirmesi, Mevcut Turizm Alanlarının Rehabilitasyonu, Turizm Gelişim Bölgeleri, Turizm Gelişim Koridorları, Turizm Kentleri, Eko-turizm Bölgeleri (KTB, 2007).</p>

Kaynak: Kalkınma Bakanlığı, 2014: xvi; TÜRSAB 2018; 3. Turizm Şurası, 2017; 3. Turizm Şurası, 2018; Türkiye Turizm Stratejisi, 2023.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Uluslararası gündemi belirlemek, ulaşılmak istenen hedeflere kültürel değerler, ekonomik işbirlikleri, diplomasi yeteneği gibi araçlarla ve kamuoyunun da meşruiyeti ile ulaşmak yumuşak gücün kapsamındadır. Bu hedeflere ulaşmada sosyal, ekonomik ve çevresel boyutlarıyla birlikte turizmin etkili bir unsur olduğu görülmektedir.

Uluslararası örgütlerin geleceğe yönelik hedeflerine bakıldığında, yumuşak güç anlamında üst sıralarda olan ülkelerin, içerisinde yer aldığı örgütlerin hedefleri ile benzerlikler taşıdığı görülmektedir. Bu durumun gündem belirleme ve hedeflere ulaşmada zor kullanmadan meşrutiyet sağlama anlayışına dayanan yumuşak güç ile ilişkili olduğu düşünülmektedir. Turizm özelinde yumuşak güç için ise kapasite inşasının

gerektiği düşünülmektedir. Kapasite inşasının önemi, altyapı, nitelikli iş gücü ve eğitim, finansal yatırımlar, sosyal sorumluluğu turizm kapsamında toplumun katılımı ve ortaklıkların geliştirilmesi olarak belirtilmektedir. Bu doğrultuda kapasite inşası kapsamında toplumsal eşitsizlik sorununa yönelik politikaların üretilmesi, sektöre yönelik yenilikçi uygulamaların gerçekleştirilmesi, sosyal-ekonomik-çevresel konularda farkındalığın artırılması gibi tüm paydaşların eksikliklerinin giderilmesi, mevcut kapasitenin artırılması, yeni kapasitelerin oluşturulmasına yönelik çalışmaların daha fazla üzerinde durulması gerektiği söylenebilir.

Geleceğe yönelik planlanan tüm stratejilerin aynı zamanda sürdürülebilirlik kapsamında dördüncü kuşak insan haklarına yönelik de olduğu çıkarımında bulunulabilir. Öyle ki; sosyal, ekonomik ve çevresel sürdürülebilirliğin sağlanarak gelecek kuşaklara aktarımının yapılabileceği uluslararası gelişmeye yönelik uygulamalar (önce Bin Yıllık Kalkınma Hedefleri, daha sonra Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri, vb.) doğrultusunda değerlendirilebilir. Dijitalleşme ile bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişimi sonucu bilgi toplumunun temellerinden biri olan bilgiye erişim, iletişim hakkı temelinde tartışılmakta ve oluşum içerisinde olan hak olarak görülmektedir. Dördüncü Endüstri Devrimi sonucunda değerlendirilmeye başlayan dördüncü kuşak insan haklarının; dijitalleşmenin sürdürülebilirliğin tüm boyutlarını kapsayacak şekilde insan haklarında kullanılmasını içerdiği söylenebilir. Bu doğrultuda, güvenlik, erişim, açlık, yoksulluk, gizlilik, sağlık, turizm ve diğer konulardaki köklü değişimlerin uluslararası örgütlerin ve devletlerin stratejilerine de yansdığı sonucuna ulaşılabilir.

KAYNAKÇA

Akbaş, Z. & Tuna, H. (2016). Yumuşak Güç Olgusu ve Turizm İlişkisi: Medikal Turizm Kapsamında Ortadoğudan Gelen Turistler Üzerine Bir Değerlendirme, *Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(2), 73-106.

Aybar, S. (2017). Afrika Boynuzu'nun Kapasite İnşasında Türkiye'nin Rolü, *TASAM*, http://www.tasam.org/trTR/Icerik/39026/afrika_boynuzunun_kapasite_insasinda_turkiyenin_rolu, Erişim Tarihi: 17.07.2018.

Aykul, Ö. (2015). Dördüncü Kuşak Hakları ya da Sürdürülebilir Yaşam Hakları, <http://www.aykultopcu.com/habervemakele-184-hukuk-sisteminde-temel-insan-haklari-ve-gelinen-son-asama-dorduncu-kusak-haklar-ve-bunlari-talep-hakki/>, Erişim Tarihi: 20.11.2018.

Banks, S. ve Shenton, F. (2001). Regenerating neighbourhoods: a critical look at the role of community capacity building, *Local Economy*, 16(4), 286-298.

Çalışkur, A. (2016). Örgütlerde Güç Olgusu ve Gücün Kullanımı, Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 7(1), 29-48.

Çamur, M. (2009). Yumuşak Güç Kavramı ve Türk Dış Politikasında Yumuşak Güç, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, T.C. Genelkurmay Başkanlığı Harp Akademileri Komutanlığı, Stratejik Araştırmalar Enstitüsü, İstanbul.

Çavuş, T. (2012). Dış Politikada Yumuşak Güç Kavramı ve Türkiye'nin Yumuşak Güç Kullanımı, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 2(2), 23-37.

Dahl, R. (1957). The Concept of Power, *Behavioral Sciences*, 2, 201-215.

Easterly, W. (2006). *The White Man's Burden: Why The West's Efforts to Aid the Rest Have Done So Much Ill and So Little Good*, Oxford University Press Oxford.

Gür, N. (2014). Yeni Türkiye'nin Yumuşak Güç Unsuru: Turizm, *Perspektif*, (58), 1-5.

Hunter, W. C., Chung N., Gretzel U. & Koo C. (2015). Constructivist Research in Smart Tourism, *Asia Pacific Journal of Information System*, (25)1, 105-120, DOI: <http://dx.doi.org/10.14329/apjis.2015.25.1.105>, Erişim Tarihi: 27.11.2018.

Jamal, T. & Camargo, B. A. (2014). Sustainable tourism, justice and an ethic of care: Toward the just destination, *Journal of Sustainable Tourism*, 22(1), 11-30.

Kalkınma Bakanlığı (2014). Turizm- Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Onuncu Kalkınma Planı 2014-2018, Ankara.

- Karagöl, E.T. (2017). 11 Kalkınma Planı ve 2023 Hedefleri, <https://www.yenisafak.com/yazarlar/erdaltanaskaragol/11-kalkinma-plani-ve-2023-hedefleri-2039294>, 06.01.2019.
- Koutra, C. & Edwards, J. (2012). Capacity building through socially responsible tourism development: A Ghanaian case study, *Journal of travel research*, 51(6), 779-792.
- KTB- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2007). Türkiye Turizm Stratejisi (2023) ve Türkiye Turizmi Eylem Planı (2007-2013), <http://www.kultur.gov.tr/Eklenti/906,ttstratejisi2023pdf.pdf>, Erişim Tarihi: 20.11.2018.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. Turizm İstatistikleri, Genel Değerlendirme 2018, <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/Eklenti/62462,2018turizmgenelistatistiklerpdf.pdf?0>, Erişim Tarihi: 09.04.2019.
- Kwek, A., Wang, Y. ve Weaver, D. B. (2014). Retail tours in China for overseas Chinese: Soft power or hard sell?, *Annals of Tourism Research*, 44, 36-52.
- Loza, J. (2004). Business–community partnerships: The case for community organization capacity building, *Journal of Business Ethics*, 53(3), 297-311.
- Lukes, S. (1974). *Power: A Radical View*, MacMillan Press, London.
- Nye, J. (1990). *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power*, Basic Books, New York.
- Nye, J. S. Jr. & Welch D. A. (2018). Küresel Çatışmayı ve İşbirliğini Anlamak: kurama ve tarihe giriş (Çev. Renan Akman, Orijinal 10. Baskı Türkçe 5. Baskı), İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul, Türkiye.
- Özdemir, H. (2008). Uluslararası İlişkilerde Güç: Çok Boyutlu Bir Değerlendirme, *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 63(3), 113-144.
- Potter, C. & Brough, R. (2004). Systemic capacity building: a hierarchy of needs, *Health policy and planning*, 19(5), 336-345.
- Sağlık Bakanlığı. Sağlık turizminde Türkiye Vizyonu. <https://dosyamerkez.saglik.gov.tr/Eklenti/10947,05pdf.pdf?0>, Erişim Tarihi: 09.04.2019.
- Sancak, K. (2015). Dış Politikada Bir Etki Aracı Olarak Yumuşak Güç: Türkiye'nin Yumuşak Gücünün Analizi ve Azerbaycan Üzerindeki Yumuşak Güç Kapasitesinin Değerlendirilmesi, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Trabzon.
- Softpower30 (a). What is Soft Power?, <https://softpower30.com/what-is-soft-power/>, Erişim Tarihi: 20.11.2018.
- Softpower30 (b). Turkey, <https://softpower30.com/country/turkey/>, Erişim Tarihi: 20.11.2018.
- Sönmezöğlü, F. (2012). Uluslararası Politika ve Dış Politika Analizi (5. Baskı), DER Yayınları, İstanbul.
- TASAM (2014). T.C. Çevre ve Orman Bakanlığı 2023 Hedefleri, http://www.tasam.org/tr-TR/Icerik/5346/tc_cevre_ve_orman_bakanligi_2023_hedefleri, Erişim Tarihi: 20.11.2018.
- TASAM, Türkiye 2053 Proje. Proje, <http://turkey2053.org/index.php/tr-TR/proje>, Erişim Tarihi: 20.11.2018.
- TASAM, Türkiye 2053 Turizm Çevre, Şehircilik. Stratejik Lokomotif Sektörler, http://turkey2053.org/images/loksektor/TCS53_vizyon.pdf, Erişim Tarihi: 20.11.2018
- TASAM, Türkiye 2053 Vizyon Belgesi, "Güç ve Adalet" (Taslak). http://www.tasam.org/Files/Etkinlik/File/VizyonBelgesi/T53_vizyon_TR_pdf_963cb407-fbf6-45f9-9263-24ffa2dae2db.pdf, Erişim Tarihi: 20.11.2018.
- UNESCO (2018). Dünya Miras Listesi, <https://whc.unesco.org/en/list>, Erişim Tarihi: 18.11.2018.
- UNTWO (2019). World Tourism Barometer, World Tourism Organization, 17(1), Madrid, <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/wtobarometereng.2019.17.1.1>, Erişim Tarihi: 07.02.2019.
- UNWTO (2018). Tourism Highlights 2018 Edition, World Tourism Organization, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284419876>, Erişim Tarihi: 07.04.2019.
- UNWTO (a). Capacity Building Programmes in Tourism Development and Management, Human Resource Development, <http://cooperation.unwto.org/technical-product/capacity-building-programmes-tourism-development-and-management>, Erişim Tarihi: 17.07.2018.
- UNWTO (b). Capacity Building Progeammes in Hospitality Skills and Tourism Business Development, Human Resource Develoment, <http://cooperation.unwto.org/technical-product/capacity-building-programmes-hospitality-skills-and-tourism-business-development>, Erişim Tarihi: 17.07.2018
- Üçüncü Turizm Şurası (2017a). Turizm Politikaları Komisyonu Sonuç Raporu, <http://turizmsurasi.kulturturizm.gov.tr/TR-204570/turizm-politikalari-komisyonu-sonuc-raporu.html>, Erişim Tarihi: 20.11.2018.
- Üçüncü Turizm Şurası (2018). Eylem Planı, http://turizmsurasi.kulturturizm.gov.tr/Eklenti/57769,-3turizmsurasiylemplanipdf.pdf?0&_tag1=20A-4137D0428F6042AA8FB9CB5993ACE6C941A5F, 20.11.2018.
- World Economic Forum (2017). The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017, http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf, Erişim Tarihi: 17.07.2018.
- Wu, C. C. & Tsai, H. M. (2016). Capacity building for tourism development in a nested social–ecological system—A case study of the South Penghu Archipelago Marine National Park, Taiwan, *Ocean & Coastal Management*, 123, 66-73.

Extensive Summary

TURKEY 2053 Project; Investigation of Tourism Industry in the "Power and Justice" Context

Füsun İSTANBULLU DİNÇER, Özlem ALTUNÖZ*,
Yalçın ARSLANTÜRK, Barış YALÇINKAYA

Introduction

The use of soft power, which is generally more difficult to use than hard power, shows slower results and has an instrumental effect on achieving targets by means of determining public opinion. (Nye & Welch, 2018: 65-66). The soft power that can be considered as legitimacy, the policies pursued, the values produced or defended, and the cultural elements are used in order to provide the desired effect on others in terms of attitudes and actions of the institutions and / or the institutions it produces. (Sönmezoğlu, 2012 :264-265). Today, the soft power of a country is assessed under six categories. These include 'digital' in terms of digital infrastructure, 'culture' in terms of popular and high cultural outputs and their global reach and attractiveness; 'initiative' in terms of innovative and operational friendliness; 'education' in terms of scholarship and drawing international students; 'participation' in terms of contributions to diplomatic networking and global Global Development; 'Management' in terms of freedom, human rights and democracy; and 'commitment (Softpower30, a).

Strategic Importance of Tourism in Turkey and Turkey

Turkey, throughout history, has been influenced by the countries in the Balkans, Europe, the Caucasus, West Asia, the Middle East and North Africa and has influenced these countries and regions. Turkey, its geopolitical position and historical area because of the politics, economy, culture, in areas such as human resources, middle and economically by making long-term strategic plans, one of the cultural and political terms has the potential to become the center of attraction (TASAM, Türkiye 2053 Vizyon Belgesi).

Power and justice in tourism

The distinction in the literature about method differences in the scope of use of power is the form of "hard power" in which states are an active part of the process and "soft power" in which states are passive.

On the use of hard power methods, the carrot (reward, persuasion) and stick (punishment, use of force, or threatening to use) are explained with the analogy of; carrots, which sees the stick which is the function of the vehicle if the state sets out the methods that use it (Sancak, 2015: 55-57). Soft power is expressed as "the ability of a country to get what it wants from other countries by attracting them with its social and cultural elements instead of military force and economic coercion." (Gür, 2014: 2).

TURKEY 2053 PROJECT

"Turkey 2053" consists of three main headings (macro framework, strategic locomotive sectors and values construction) and covers more than one objective than quantitative. It is possible to specify the main topics and scope of the project, which gives importance to multi-dimensional competition, capacity building, Human Resource Management and participation of all stakeholders. (TASAM, Türkiye 2053 Proje):

Strategic Leading Sectors: Tourism, Environment, Urbanism

The observance of natural balance and Biological Diversity; overcrowding, urban sprawl and construction, the lack of infrastructure, environmental problems, damage to biodiversity and natural areas, destroying the natural resources of the people who live in the area. Development of tourism alternatives, planning tourism resources on a macro scale, 'tourism development regions', 'tourism corridors', 'tourism cities' and 'ecotourism regions' constitute the integration of alternative tourism regions with each other. In this context, Turkey's 2053 vision of Tourism, Environment, urbanization is to be a country that protects rich natural, historical, cultural and human resources and makes them sustainable, integrates innovation and technology, has competitive power, reduces the difference in regional and inter-regional development, and increases the quality of life (TASAM, Türkiye 2053 Turizm, Çevre, Şehircilik).

CONCLUSION AND RECOMMENDATIONS

Looking at the goals of the international organizations for the future, it has similarities with the targets of the organizations in which the countries which are high in soft power are located. This is thought to be associated with the soft power that is based on setting the agenda, providing legitimacy without difficulty in achieving goals. Capacity building is thought to be necessary for soft power in tourism. The importance of capacity building is stated as the infrastructure, qualified workforce and education, financial investments, community participation in the

* Corresponding author at: Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Tourism,
E-Mail Address: ozlem.altunoz@hbv.edu.tr

socially responsible tourism and the development of partnerships.

All future-oriented strategies can also be found in the context of sustainability for the fourth generation of human rights. Thus, social, economic and environmental sustainability can be assessed in line with the international development practices in which the transfer to future generations can be made. As a result of digitalization and the development of information and communication technologies, access to information, which is one of the foundations of the information society, is discussed on the basis of the right of communication and it is seen as the right in the formation. Fourth generation of human rights, which began to be evaluated as a result of the Fourth Industrial Revolution, can be said to include the use of digitalization in human rights to cover all aspects of sustainability. In this context, it can be concluded that radical changes in security, access, hunger, poverty, privacy, health, tourism and other issues are reflected in the strategies of international organizations and states.