



Journal of Recreation and Tourism Research

Journal home page: www.jrtr.org

ISSN:2148-5321

GÜNÜMÜZ ULUSLARARASI İLİŞKİLERİNDE TURİZMİN TÜRKİYE’DE YUMUŞAK GÜÇ OLARAK KULLANILMASINA YÖNELİK BİR DEĞERLENDİRME

Cüneyt CAMGÖZ^a

Fatma Füsun İSTANBULLU DİNÇER^b

^aİstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, Türkiye (cuneyt.camgoz@ogr.iu.edu.tr)

^bİstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, İstanbul, Türkiye (istanbul@istanbul.edu.tr)

ARTICLE HISTORY

Received:
31.03.2017

Accepted:
10.04.2017

Anahtar Kelimeler:

Kamu Diplomasisi
Küreselleşme
Kültür Turizmi

Keywords:

Public Diplomacy
Globalization
Cultural Tourism

ÖZ

Yumuşak güç kavramı; devletlerin, kültürlerini, eğitim kurumlarını, Tv şovlarını, sinemalarını, turizm olgularını vb. unsurlarını diğer devletlere karşı bir cazibe ve çekicilik unsuru olarak kullanabilmesi şeklinde tanımlanabilir. Bu hususta kamu diplomasisi devletlerin yaptığı eylemleri meşru gösteren bir araçtır. Türkiye’ye baktığımızda, derin tarihe ve kültüre sahip olması sebebiyle yumuşak gücünü kullanacak kaynak bakımından büyük zenginliğe sahiptir. Turizm ise Türkiye için, kendini dış dünyaya ifade etme biçimi olarak en etkili araç olarak gözükmektedir. Bu çalışma kapsamında; istatistiki verilerle ve somut örneklerle yumuşak güç ve turizm ilişkisini kavramsal olarak incelenmesi amaçlanmıştır. Turizm kavramı farklı bir disiplin olan siyaset bilimi içinde yer alan ‘yumuşak güç’ kavramıyla ilişkilendirilerek disiplinlerarası bir araştırma yapılmaya çalışılmıştır.

ABSTRACT

The concept of soft power; The states’ cultures, educational institutions, Tv shows, movies, tourism, etc. are charms against the states by being able to use it an element in the form of attractiveness. In this regard, public diplomacy is a tool that legitimizes the actions of the state. When we look at Turkey, because it has a deep history and cultural soft power dealing with great wealth in terms of resource use. Tourism for Turkey, as a way to express himself to the outside world appears to be one of the most effective tools. The scope of this work is to examines the relationship conceptually between its soft power and tourism power with concrete examples.

GİRİŞ

Uluslararası sistemde gücün niteliği değişmeye başladığı gözlemlenmektedir. Devletler uluslararası varlıklarını diğer uluslararası aktörlerle paylaşmak zorunda kalmaya başlamışlardır. Soğuk Savaş döneminin çift kutuplu dünyasında başat güçler, güçlerini sert güçle sağlamışlardır. Ancak Soğuk Savaş'ın sona ermesiyle birlikte devlet dışı aktörler güçlenmiş; diğer taraftan sert gücü elinde bulunduran devletler yumuşak güce de ihtiyaç duymaya başlamışlardır. Soğuk Savaş Dönemi'nde dünya politikasında hakim olan önemli unsur sert güçtür. Bu dönemde A.B.D. ile S.S.C.B. arasında sert güç rekabeti yaşanmış ve devletler askeri güce önemli yatırımlar yapmışlardır. Ancak Soğuk Savaş Dönemi'nin sona ermesiyle birlikte; 11 Eylül 2001 saldırıları sonucunda A.B.D. tek kutuplu dünya düzenini tek başına sürdüremeyeceğini kavramış ve Obama Dönemi, sert gücün tek başına yeterli olmayacağını anlamıştır. Bunun sonucunda ise, yumuşak güç unsurunu devlet politikası olarak ön plana çıkarmaya başlamıştır (Akbaş ve Tuna, 2012, s.6).

Yumuşak gücün dünya siyasetinde kullanılma yoğunluğunun artmasıyla birlikte, bu gücün küreselleşmeyi de arttırıcı bir rolü olmuştur. Küreselleşme süreci, kendisiyle birlikte yerelleşme adlı bir olguyu da beraberinde getirmiştir. Bunlardan ilki turizm aracılığıyla sağlanan ekonomik, sosyal ve kültürel faydaların uluslararası seviyelere erişmesi, ikincisi ise turizm temelli problemlerin küresel boyutta genişlemesidir. Çünkü turizmin temelini oluşturan doğal ve kültürel kaynaklar tek bir ulustan çok tüm insanlığa aittir. Bu kaynaklar üzerinde meydana gelecek pozitif ya da negatif etkiler uluslararası bir nitelik kazanacaktır. Sahip olunan ekonomik potansiyeli tahrip olmuş çevreyi koruyucu ve düzenleyici tedbirlerin alınmasında, çatışmaların azaltılmasında ve ekonomik etkinliklerin düzgün bir biçimde düzenlenmesinde kullanabilmek, küreselleşme ve turizmin olumlu etkileri arasında yer almaktadır (İstanbullu Dinçer, Çakmak, Küçükali ve Cor, 2015, s.28-29).

A.B.D., yıllardır Hollywood filmleriyle dünyada etkin bir imaj sağlamış ve önemli bir yumuşak güç elde etmiştir. Türkiye'de buna benzer bir imajı turizm sayesinde elde edebilir (Gür, 2014, s.2).

Çift kutuplu dünya düzeni, ardından gelen tek kutuplu dünya düzeni, 11 Eylül 2001 yılı terör saldırıları, A.B.D.'nin Afganistan ve Irak'a yaptığı işgal girişiminde harcadığı yüksek maliyetler sonrası yaşadığı ağır ekonomik kriz, Obama yönetimini bu sürecin sadece sert güçle aşılamayacağını ve askeriyeye harcanılan maliyetlerle baş edilemeyeceğini göstermiştir. A.B.D., 1990 yılında Joseph Nye'nin ortaya atmış olduğu yumuşak güç kavramını önemsemeye başlamıştır (Akbaş ve Tuna, 2012, s.7).

Dünyanın, bu geçiş dönemini sancılı bir şekilde yaşadığı gözlemlenmektedir. Son dönemlerde, Türkiye'nin de bu sancılı dönemi ağır bir şekilde yaşadığı görülmektedir. Artan terör saldırıları, darbe girişimi gibi unsurlar devletimizin temellerine bir saldırıdır. Türkiye dünyanın sayılı ordularından birine sahiptir. Dünyanın bu konjonktüründe yaşadığımız söz konusu durumu sadece sert güçle atlatamayacağımızı iyi kavramalı ve sert güçle birlikte tarihimizin derinliklerinde saklı olan yumuşak gücümüzü de ortaya çıkararak tarih sahnesindeki yerimizi korumalıyız. Her ülkenin yumuşak güç potansiyeli bulunmakla birlikte, Türkiye'nin en önde gelen yumuşak güçlerinden biri turizm endüstrisidir. Bu çalışmanın amacı; Türkiye' de turizmin önemine dikkat çekmek ve ülkemizin bu endüstri aracılığı ile gerek ticari gerekse de siyasi alanda olumlu etki sağlamadaki rolünü belirlemektir.

KAVRAMSAL OLARAK YUMUŞAK GÜÇ UNSURLARI

Soğuk Savaş Döneminin bitiminden sonra, A.B.D. dünyadaki konumunu Sovyet tehdidi olmadan tanımlamaya çalışmıştır. Dünya ülkelerinin birbirlerine karşılıklı bağımlılığı üzerine gelişmektedir. Eğer en güçlü ülke yani A.B.D. liderliğini kaybederse, Joseph Nye'e göre uluslararası düzen felakete sürüklenebilir. Tarih boyunca hesaplanamayan güç dengelerinin değişmesi bir kaygı oluşturmuştur (Nye, Autumn 1990, s.153). Lakin bu engellenemeyen dönüşüm hızla gelişmekte ve 11 Eylül 2001 A.B.D. saldırıları sonrası, A.B.D. Obama yönetimi sürecinde dünya düzenini tek başına yürütülemeyeceğini anlamış ve diğer devletlerden de destek talep ederek gücünü sürdürmek istemiştir. Bilim çevrelerine göre, yeni dünya düzeni çok kutuplu dünya düzeni olarak tanımlanmaktadır (Akbaş ve Tuna, 2012, s.6).

Güç Kavramı

Niccolo Machievelli ve Hans Morgenthau siyaset teorisyenlerine göre güç; devletlerin ve insanların doğal amacıdır. Devletlerden de başka kurumlar da güç elde edebilir. Çok uluslu şirketler, Katolik kilisesi ve NATO gibi kuruluşlar, güç odağı olabilecek kuruluşlarından bazılarıdır (Tanrıverdi, 2014, s.1).

Yumuşak güç ve sert güç birlikte ilişkilidir. Çünkü her ikisinde de amaç; devletlerin/kuruluşların kendi menfaatlerini başka devletler/kuruluşlar üzerinden gerçekleştirebilme etkisine sahip olmaktır. Sert güç bir devletin askeri veya ekonomik güçlerini gerçekleştirmek için zorlama yolunu kullanmasıdır. Yumuşak güçte devletler bir başka devlet üzerinde kültürel çekiciliğini, değerlerini, politika yoluyla manipüle etmekte ve etkilenen diğer devlet bu amaçların savunucusu gibi davranmaktadır. Böylece, gücü elinde bulunduran devlet kendi çıkarları doğrultusunda diğer ülke üzerinden menfaatlerini gerçekleştirmektedir (Nye, 2004, s.7).

Tablo 1.GüçSpektrumu

	Sert		Yumuşak	
Davranış Spektrumu	Zorlayıcı	Teşvik Edici	Ajanda Ayarları	Cazibe İşbirlik
	Askeri	←————→		
Sıklıkla Kullanılan Kaynaklar	Güç Ödemeler	Yaptırım	Ekonomik	Değerler Kültür Politika

Kaynak: (Nye, 2004, s.8)

Güç spektrum tablosuna bakıldığında (Tablo 1), reel politikte safi sert güç veya safi yumuşak gücün kullanılması mümkün görünmemektedir. Doğrusal olarak kimi durumlarda sert güce bir kayma, kimi durumlarda ise yumuşak güce bir kayma görülebilir. Devletler bu iki kavramı dengeli bir şekilde kullanmaya çalışırlar. A.B.D. eski Dışişleri Bakanı Hillary Clinton 2009 yılında yaptığı konuşmada, A.B.D.’nin acil sorunları tek başına çözemeyeceğini, aynı şekilde diğer ülkelerinde bu acil sorunları A.B.D. olmadan çözemeyeceğini, bu yüzden ‘akıllı güç’ olarak tanımlanan güç kullanılmalı şeklinde ifadede bulunmuştur (Tanrıverdi, 2014, s.1). Bu konuşmada kullanılan ‘akıllı güç’, sert güç ile yumuşak gücün dengeli şekilde kullanılmasını ifade etmektedir.

Yumuşak Güç ve Kavramsal Çerçevesi

Sert güç kavramı; bir aktörün askeri ve ekonomik gücünü kullanarak başka bir aktör üzerinde hakimiyet kurma kabiliyetine sert güç diyebiliriz. Bunu yapabilmesi için kandırmalara (*havuç*) ve tehditlere (*sopa*) ihtiyacı vardır. Joseph Nye’a göre bir aktörün sopa ve havuca ihtiyaç duymadan istediğini, kültürel ve diğer çekiciliklerini kullanarak yaptırmasına yumuşak güç olarak tanımlanmaktadır. Kurumlar, kültürler, politika, değerler, yumuşak gücün başlıca kaynakları arasındadır (Çavuş, ty, s.24).

Joseph Nye, yumuşak güç kavramını ilk kez A.B.D.’nin düşüşte olduğu iddiasını tartışan ‘*Bound to Lead*’ kitabında ele almıştır (Çavuş, ty, s.24). Yumuşak gücün sert gücün yerini almasının nedenlerini; **a-uluslararası örgütler, b-hukuk kuralları, c-uluslararası politikada artan kamuoyu nedeniyle askeri gücün istenilen sonuçları vermemesi d- asimetrik yöntemlerin klasik askeri yöntemleri etkisizleştirilmesi** (Akbaş ve Tuna, 2012, s.7).

Günümüz dünyasında hiçbir siyasi aktör yoktur ki safi sert güç kullanarak gücü elinde bulundurabilsin. Bu oldukça maliyetli bir yöntemdir. Sürdürülebilirliği ve meşruluğu da günümüz uluslararası kamuoyunda tartışılan bir durum olurdu. Küresel sistem içerisinde meşruiyet kazanmayan her hareket başarısızlığa mahkumdur. Yumuşak güç, kamu diplomasisinin araçlarından biridir ve kamu diplomasisinin önemi her geçen gün artmaktadır (Kalın, 2010, s.1).

Yumuşak güç kavramı her ne kadar 1990’dan sonra kullanılmaya başlanmışsa da, tarihte devletler bu kavramı bilmeden uygulamada kullanmışlardır. Kaba gücün tersine yumuşak güç askeri ve ekonomik unsurların ötesinde farklı çekicilik unsurlarını kullanırlar. Üniversiteler, teknoloji, turizm, film, şiir, edebiyat gibi unsurların bileşimi devletlerin sosyal sermayesinin derinliğini ortaya koyar (Kalın, 2010, s.1).

Her ülkenin sahip olduğu yumuşak bir yumuşak güç stratejisi vardır. Geun Lee'ye göre başvuru genel yumuşak güç stratejileri (Çavuş, ty, s.27):

- Güvenlik ortamlarını genişletmeleri için ülkelerin kendi imajlarını düzeltmeye çalışması. Örneğin, 2. Dünya Savaşından sonra Almanya'nın Avrupa ile bütünleşebilme çabaları, Japonya'nın askeri harcamalarını kısıtlaması.

- Başkalarının imajlarını zedeleme suretiyle diğer ülkelerden destek sağlama. Örnek olarak, A.B.D.'nin Rusya'yı Sovyet döneminde 'düşman imparatorluğu' olarak görmesi, günümüzde de Batı dünyasının islam dini ile bağdaştırıp, dünyada ki islam imajını bozma gayreti.

- Ağ etkisi stratejisi; İngilizcenin dünya dili haline getirilmesi ve ortak neoliberal demokrasi anlayışının tüm dünyaya yayma çabaları örnek olarak gösterilebilir.

- Kahraman ve ünlülerin kullanılma stratejisi; hükümetlerle veya bazı uluslararası örgütlerle ortak hareket ederek, olumlu imaj sağlamak. Örneğin, Angelina Jolie'nin UNICEF kurumu altında mülteci kamplarına yaptığı ziyaretler örnek gösterilebilir (Çavuş, ty, s.27).

Yumuşak güç kavramı ortaya atılmadan önce de vardı. Fransızcanın diplomasi dili olarak kullanılması, A.B.D. ve S.S.C.B.'nin ideolojilerini yaymak için ekonomi politikalarını kullanmaları ve ülkelerin, sanatı, sporu, edebiyatı iyi imaj için kullanmaları (Çavuş, ty, s.27), ayrıca A.B.D.'nin Coca-Cola, Hollywood, blue Jeans gibi unsurlarını bu alanda kullanması diğer bir örnektir (Nye, 2004, s.11).

Henry Kissenger'a göre, yeni bir döneme girilmekte ve eski uluslararası tüm motifler dağılmaktadır. Dünya ekonomik, iletişim ve insani bağlarla birbirine bağlanmıştır (Nye, Autumn 1990, s.156). Bir Fransız başkanı, günümüzde Almanya'nın ekonomik gelişimine müdahale etmek istemez. Çünkü Almanya'nın ekonomik gelişimi Fransa'nın ekonomik gelişimi için kritiktir. Gelenekselci yaklaşımlara göre; güç sağlayama stratejisi ve diğer ulusları yönetme stratejisi ordunun büyüklüğüne bağlıydı. Ordu gücü en etkili ve doğru güç unsuru olmasına karşın, maliyeti çok yüksek, transferi çok güçtür (Nye, Autumn 1990, s.158).

Yumuşak güç, askeri güç kadar önemlidir. Bir ülke, yaptığı işleri diğer ülkelerin gözünde meşru göstermek için yumuşak gücü kullanır. Eğer bir ülkenin kültürü cazibeli ise diğer ülkelerde o kültürü severek benimserler. Sovyetler Birliği bu yumuşak güç sayesinde, kurduğu komünist enstitülerle, komünist ideolojiyi başarılı olarak yaymayı başarmıştır. A.B.D.'nin diğer ülkelerden daha fazla yardımcı gücü vardır. Örneğin IMF gibi ekonomik kurumlarla ihtiyaç sahibi hükümetlere fon sağlamak suretiyle kendi ekonomik politika ve yaptırımlarını kullanabilmektedir. Dolayısıyla, ideolojilerini Amerikan liberal ekonomi anlayışıyla hükümetlere benimsetebilmektedir. Örneğin Amerikan kültürünü öğrenme açısından yumuşak gücün kullanılmasında insanlar önyargılı olabilirler. Fakat bu kültür ürünlerle ve iletişim araçlarıyla vücut bulduğunda ister istemez insanlar bu kültürü benimsemektedirler. Tv şovları, Tv dizileri, film sektörü örnek olarak gösterilebilir (Nye, Autumn 1990, s.168).

Avrupalı akademisyen Ralf Dahrendorf şunu gözlemlemiştir; "Dünyanın her yerinden milyonlarca insan hayatlarını ABD'de kurmak istemektedirler." Temmuz 1989'da Çin hükümetinin Çinli öğrencilerin protestolarını önlemek için; Pekin'in Tiananmen Meydanında öğrencileri bastırmak için yaptığı müdahale öğrencilerin ölümüne neden olmuştur. Çin bu olaydan sonra ABD'yi daha çok desteklemiş ve 'yumuşak güç' araştırmalarına gitmiştir (Nye, Autumn 1990, s.170).

21. yüzyılda teknolojik gelişmeler ve buna bağlı olarak, ulaşım araçlarında hız ve kapasite artışı, küreselleşme ile birlikte fiziki sınırların önemini yitirmesi, çalışma zamanındaki azalma ile birlikte boş zaman artışı beraberinde insanların seyahat etme ve turizm faaliyetlerine katılma oranlarını yükseltmiştir. Bu durum ekonomik getirisi yüksek olan aynı zamanda sosyal etkileşimi de zorunlu kılan turizm gibi alanların önemini artırmıştır (Dinçer, Yozcu ve Gedik, 2015, s.1).

KAVRAMSAL OLARAK TURİZM UNSURLARI

Kültür ve Turizm

Yumuşak güç kullanımı için kültürün rolü büyüktür. Devletler kültürlerinin olumlu yönlerini göstererek, başka devletlere istediklerini yaptırmaktadırlar. Kültür ve Turizm kavramları birbirleriyle iç içe kavramlardır. Fakat

ne turizm olgusu ne kültür unsurları olmadan tamamlanabilir, ne de kültür unsurları turizm olmadan tam olarak ekonomik faydaya dönüştürülebilir (Aydoğan Çifçi ve Dinçer, 2015, s.283). Kültür ögesini yumuşak güç unsuru olarak kullanacaksak, bunu turizmden bağımsız düşünemeyiz çünkü kültür unsurundan faydalanmanın yolu kültürü bir turizm ürünü haline getirmekle olacaktır. Turizm ürünü haline gelen kültür metalaşma sorunuyla karşı karşıya kalacaksa da, bu sorun doğru planlama ve politika yoluyla dengelenebilir.

Türkiye 2023 Turizm Stratejisinde, zengin kültürel ve doğal değerlere sahip kentlerimizin markalaştırılarak, turistler için bir çekim noktasına getirilmesi ve alternatif turizm çeşitlerinin geliştirilmesi gibi stratejiler bulunsa da; alternatif turizm çeşitlerinden biri olan kültür turizmiyle ilgili stratejinin bulunmaması bu stratejinin eksik yönü olabilir. Lakin turizm gelişim bölgeleri stratejisinde; “Varış noktası olarak geliştirilecek ve birden fazla ili kapsayan turizm gelişim bölgelerinde yerel ve bölgesel kalkınmada turizmin güçlü bir araç olarak kullanılması” ifadesi kullanılmıştır. Bölgesel bazda, bölgelerin kültürel mirasına göre kültür turizmi gelişim bölgesi ve inanç turizmi aksı gibi stratejiler geliştirilmiştir. Diğer gelişim bölgeleriyle bağlantı sağlanıp etkin ve verimli bir turizm akışı sağlanacağı öngörülmektedir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007, s.21-32).

Avrupa Birliği ulusal politikalarının gözden geçirilmesi programı kapsamında 2013 yılında, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı ve T.C. Dışişleri Bakanlıkları ile birlikte özellikle 2000 yılından sonra hedeflenen, gerçekleştirilen kültürel alanların gelişimiyle ilgili ‘**Cultural Policy in Turkey**’ adında bir düzenleme hazırlanmıştır (Aydoğan Çifçi ve Dinçer, 2015, s.289); bu gelişmeleri turizm endüstrisiyle yakından ilgili örnekler verecek olursak:

- Müzelerin ziyaretçi sayısı 2000 yılına göre yaklaşık 4 kat artmıştır (Müze kart vb. uygulamalarla bu sayının artması somut olarak desteklenmiştir),
- Arkeolojik kazı izinlerinde artış gerçekleştirilmiştir,
- Taşınmaz kültür varlıklarının korunması için finansal destek sağlanmıştır,
- Taşınabilir kültür varlıklarının korunması sağlanmıştır,
- 2010 yılında kültür başkenti olarak İstanbul’da 1598 gösteri, 763 sergi, 1127 sahne performansı, 52 festival, 8 müze açılışı gibi aktiviteler gerçekleştirilmiştir,
- Çeşitli tanıtım faaliyetleri yapılmıştır.

Tüm bu politika çabalarının turizm endüstrisine katkısı inkâr edilemese de, bu politikalar içinde eksik yön olarak gelecekte yapılması gerekenler ve soyut değerlere sahip kültür değerlerimiz yer almamaktadır. Alevi Bektaşî Ritüeli, Nevruz Kutlamaları, Âşıklık Geleneği, Meddah Sanatı, Mesir Macunu Festivali, Keşkek Geleneği gibi turizm ürünleri yeterince tanıtılıp pazarlanamamaktadır (Aydoğan Çifçi ve Dinçer, 2015, s.289-290). Bu kültürel unsurlarının tümü turizm endüstrisi içerisinde markalaştırma yoluna gidilerek kullanıldığı takdirde, yumuşak gücümüze büyük katkıları olabilir.

Türkiye iki kıtayı; Asya ve Avrupa’yı birbirine bağlaması açısından stratejik öneme sahiptir. Ayrıca geçmiş tarihinde üç semavi dinin özgürce yaşandığı önemli bir çekim merkezi olmuştur. Öyle olmasına karşın, Türkiye’nin bu potansiyelini tam olarak kullandığı söylenemez. Kültür turizminin içerisinde yer alan inanç turizmi bakımından önemli bir zenginliğe sahip olmasına rağmen, Türkiye’ye gelen turistlerin ancak yüzde 0.6’sı inanç motivasyonu ile ülkemizi ziyaret etmektedirler (Okuyucu ve Somuncu, 2014, s.13).

İnanç, toplumların yaşamlarını şekillendiren önemli bir öğedir ve yumuşak güç olarak da büyük bir etki alanı vardır. Örneğin bugün Vatikan dünyası tarafından dünyada ziyaret edilen en kutsal alanlardan biri olarak kabul edilen Meryem Ana Evi, dünyanın farklı bölgelerinden gelen Hristiyanlar tarafından ziyaret edilen en popüler dini çekim merkezi olarak kabul görmektedir. Meryem Ana Evi her yıl yaklaşık bir milyon kişi tarafından ziyaret edilmektedir (Öter ve Çetinkaya, 2014, s.71). Türkiye’nin bu unsuru inanç turizmi bağlamında, yumuşak güç olarak kullanması, uluslararası prestijine önemli bir katkı sağlayacaktır.

Uluslararası Alanda Turizm

Turizm endüstrisi, dünya ekonomisinde en büyük ve en hızlı büyüyen endüstrilerden birisidir ve hızla büyümeye devam etmektedir. 1950’li yıllarda dünyada 25 milyon turist seyahat etmiştir. Bu rakam 1980’de 278 milyona,

2000'de 674 milyona, 2015 'de de 1 milyar 260 milyona çıkmıştır. 2030 yılında bu rakamın 1.8 milyar kişiye çıkması öngörülmektedir. Dünya turizm gelirleri de, bu rakamlarla orantılı olarak 1950'de 2 milyar dolar, 1980'de 104 milyar dolar, 2000'de 495 milyar dolar ve 2015'de de 1 trilyon 260 milyar dolara yükselmiştir. Ayrıca dünya genelinde istihdam edilen her 11 kişiden 1'i turizmde çalışmaktadır. Bu veri turizmin dünya istihdamındaki önemini göstermektedir. Ayrıca, turizm 1.5 trilyon dolar gelirle dünya ihracatının %7'sini oluşturmaktadır (UNWTO, July 2016, s.2-3).

Uluslararası turizm talebinin gelişmesinde ülkelerin politik durumları ve uyguladıkları yasalar önemli olmaktadır. Ülke vatandaşlarına konulan yurt dışına çıkış engelleri ya da gidilecek destinasyonunun sınır formaliteleri, vize sorunları ve gümrük döviz işlemleri ile ilgili düzenlemeler, destinasyonlara olan turizm talebini artırıcı veya azaltıcı bir nitelik taşımaktadır. Uluslararası turizm talebini önemli ölçüde etkileyen korku ve emniyette olma hissini de politik faktörler içerisinde ele almak mümkündür. Bu durum sadece ülkeler arası değil, turistik destinasyonunun kendi içerisinde bulunduğu politik olaylarla veya terörizm ile ilgili durumlar için de geçerlidir. Uçak kaçırma eylemleri, turist ölümleri, bomba eylemleri gibi olaylar turizm talebini kısa sürede olumsuz bir şekilde etkilemektedir (İstanbullu Dinçer ve diğerleri, 2015, s.32-33).

Turizm sağladığı katma değer yönünden diğer sektörlerde katkı sağlamaktadır. Örnek verecek olursak, Fransa yılda 7 milyar dolarlık hazır giyim ihracatı yapmaktadır. Fakat ülkeye gelen turistlerin yaptığı hazır giyim harcamaları 25-30 milyar doları bulmaktadır. Danimarka ise ülke ihtiyacından daha fazla hazır giyim üretimi yapmaktadır. Bunun sebebi ülkeye gelen ziyaretçilerin hazır giyim talepleridir (Demirkol ve Çetin, 2014, s.268).

BAĞLAMSAL OLARAK YUMUŞAK GÜÇ VE TURİZM

Günümüzde yumuşak güç unsurlarını kullanan ülkelerin, sert güç kullanan ülkelere kıyasla daha başarılı olduğu görülmektedir. Turizm faaliyetleri ülkelerin yumuşak gücünü doğrudan etkilemekte ve aralarında doğru bir orantı vardır. Yumuşak gücün de desteğiyle insanlar güvenli yerlere seyahat ederler ve bu sayede turizm akışı da artar. Yaşanan olumsuz bir güvenlik zaafiyeti yumuşak gücü ve turizm faaliyetlerini aşağı doğru çeker. Yani iki olguda kırılğan ve birbirine bağımlı yapılarıdır (Akbaş ve Tuna, 2012, s.14).

Bir ülkede barış ortamı ekonomik gelişimi sağlar. Ekonomik gelişim Turizm sektörünün de gelişimini sağlar. Barış ortamıyla birlikte gelişen Turizm sektörüyle insanlar daha fazla turistik faaliyete katılmakta, gidilen yerlerde dostluk , arkadaşlık geliştirerek barış ortamına ve ekonomik gelişime katkıda bulunurlar. Bu açıdan turizm dünya barışına ve ekonomisine katkı yapan bir araçtır (Demirkol ve Çetin, 2014, s.123-126). Günümüz dünyasında turizmin yumuşak güç olarak kullanılmasının ülkeler için ne kadar önemli olduğunu turizm kavramı içerisinde anlamış oluruz.

Monocle Dergisinin Yumuşak Güç Endeksi ve Turizm Bağlantısı

Monocle dergisi tarafından ülkeleri belirli kriterlere göre sınıflandırarak bir yumuşak güç endeksi belirlenmiştir. Ülkeler sadece ne kadar yumuşak güce sahip olduğunu değil, bu gücü nasıl etkin olarak kullandığını göz önüne alınmıştır. Var olan STK kuruluşları, üye olunan BM ve NATO kuruluşları, Olimpiyatlarda kazanılan madalya sayıları yumuşak güç endeksi belirlemede etkili olmuştur (Dünya, 2012, s.1). Monocle dergisinin 2015-2016 yılları arası yumuşak güç endeksine göre ülkeler sıralaması Tablo 2' de verilmiştir.

Tablo 2. Yumuşak Güç Endeksinin Ülkeler Bazında İncelenmesi

1. Almanya	9. Danimarka	17. Avusturya
2. ABD	10. Kanada	18. Finlandiya
3. İngiltere	11. İspanya	19. Portekiz
4. Japonya	12. İtalya	20. Belçika
5. Fransa	13. Yeni Zelanda	21. Çin
6. Avustralya	14. Hollanda	22. Brezilya
7. İsveç	15. Güney Kore	23. Singapur
8. İsviçre	16. Norveç	24. Polonya
		25. Türkiye

Kaynak : (www.monocle.com, 2017, s.1)

Monocle dergisinin ülkeler sıralaması indeksi incelendiğinde; Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün 2015 rakamlarına göre turist kabul eden ve turizm gelirleri bakımından ilk ondaki ülkelerin sekizinin (Tablo 3) bu indeksin içerisinde yer aldığı görülmektedir. Türkiye de 25. sırada kendisine yer bulabilmiştir. Bu gelişimin içinde turizmin algısal olarak payı büyüktür.

Tablo 3. Uluslararası Turizm Gelişleri ve Turizm Gelirleri

Uluslararası Turizm Gelişleri	2015	Uluslararası Turizm Gelirleri	2015
	Milyon		Milyar Dolar
1. Fransa	84.5	1. ABD	204.5
2. ABD	77.5	2. Çin	114.1
3. İspanya	68.2	3. İspanya	56.5
4. Çin	56.9	4. Fransa	45.9
5. İtalya	50.7	5. İngiltere	45.5
6. Türkiye	39.5	6. Tayland	44.6
7. Almanya	35	7. İtalya	39.4
8. İngiltere	34.4	8. Almanya	36.9
9. Meksika	32.1	9. Hong Kong (Çin)	36.2
10. Rusya	31.3	10. Macao (Çin)	31.3

Kaynak: (UNWTO, July 2016, s.6)

Turizm endüstrisi algısal olarak işleyen bir kavramdır. Yani gerçekte olandan çok algısal intiba önemlidir. ABD'nin dünyada oluşturduğu kültür emperyalizmiyle, ABD turistlerin en çok gitmek istediği ülkelerden biridir. ABD'nin kamu diplomasisinde oluşturduğu 'Amerikan rüyası' ve Fransa'nın Paris şehri için oluşturduğu 'Aşıklar kenti' gibi algılar, turistlerin bu destinasyonlara gitmek için can attığı ortamı sağlamaktadır. Leiper'in itme-çekme modeline göre, (Ivanovic, 2009, s.154), ülkeler yumuşak güçten faydalanıp, bu olumlu algıyla birlikte 'itme' kavramını aktif duruma getirmektedir. Meydana gelen olumlu algının turistlerin geri döndüklerinde de devam etmelerini sağlamak için, gidilen destinasyonun yeterli altyapıya, kültürel donanımına, markalaşmaya sahip olması ve misafirperverlik ögesini kullanmaları gerekmektedir.

Türkiye'de Yumuşak Güç ve Turizm

Bir ülkenin inka kabiliyeti ve inandırıcılığı arttıkça, o ülkenin cazibesi de artar. Bu artan cazibe sayesinde turizm faaliyetlerinde de artış olabilir. Öte yandan o ülkenin siyasi istikrarı, sivil toplum kuruluşları ve tarihinin kamu diplomasisi yoluyla duyurulması, uluslararası kamuoyunda kabul edilebilirliğini artırarak, yapmak istediklerini daha kolay gerçekleştirebilir (Akbaş ve Tuna, 2012, s.9).

Türkiye, doğa güzellikleri ve tarihsel zenginliği ile önemli turizm potansiyeline sahiptir. Ne yazık ki, Türkiye bu mevcut potansiyelini tam anlamıyla kullanamamıştır (Gür, 2014, s.1). Bunun sebebi ise, 1946 yılında geçilen çok partili dönemden sonraki 27 Mayıs 1960, 12 Mart 1971, 12 Eylül 1980, 28 Şubat 1997 post modern askeri darbeleri, 12 Mart 1971 muhtırası, 27 Nisan 2007 E-Muhtırası, 15 Temmuz 2016 darbe girişimi (Cnntürk, 2016, s.1) gibi askeri müdahalelerle belirli periyotlarda demokrasimizin askıya alınmasıdır. Demokrasimize yapılan bu müdahaleler Türkiye'nin uluslararası alandaki imajına zarar vermiş, yumuşak gücümüz zarar görmüş, dolayısıyla Türk turizmi de ciddi krizlere girmiştir.

Türkiye'de Turizm endüstrisinin gelişimi 1980 yılından sonra görülmüştür. 24 Ocak 1980 ekonomik kararlarından sonra ithal ikameci politika bırakılarak ihracat odaklı politika benimsenmiştir. Bu ekonomik geçişte turizm endüstrisi ekonomik olarak kolay, etkili, verimli, nispi olarak ucuz görülmüştür. 1982 yılında yürürlüğe giren 2634 sayılı 'Turizmi Teşvik Kanunu' ile birlikte özel yatırımcıya verilen teşviklerle turizm endüstrisi gelişim ivmesi göstermeye başlamıştır (Hepaktan ve Çınar, 2010, s.136). Son yıllarda da ortaya konulan "Turizm 2023 Stratejik Eylem Planının" öngördüğü hedeflere uygun olarak; sağlık, termal, yayla, kış ve dağ sporları, kültür vs. açısından önemli yerleşimler ve dolayısıyla alternatif ürünler birbirleriyle entegre hale getirilecektir. Böylece, alternatif ve cazibesi yüksek destinasyonlar yaratılmış olacak, yerel halkın el işleri, yiyecek içecek işletmeleri gelişme gösterecektir. Ayrıca halkla ilişkilere ağırlık verilecek, markalaşma

sağlanacak, pazarlamaya turizm gelirlerinin yüzde 1'i kaynak olarak ayrılacak ve sinema sektörü tanıtım aracı olarak kullanılacaktır (Demirkol ve Çetin, 2014, s.320-345). Türkiye ileriye dönük bu turizm etkinliklerini ve stratejilerini gerçekleştirdiği, hazırlıklarını tamamladığı takdirde; yumuşak güç olarak güçlendiği dönemlerde, turizmden büyük avantajlar elde edebilir.

Türkiye sahip olduğu jeopolitik konumu, tarihsel geçmişi, kültürel özellikleri, misafirperverliği, kamu diplomasisi ve sürdürdüğü aktif dış politikasıyla birlikte bölgesel bir güç haline gelmiştir. Türkiye, özellikle Ortadoğu halkları ve devletleriyle yakın münasebeti olmuştur. Bunda turizmin sağladığı yumuşak güç etkili olmuştur. Türkiye bölgedeki sorunlara, karmaşıktırıcı değil, bu sorunlardan işbirliği ve dostluk çıkarma maksadıyla konuya kazan-kazan perspektifinden yaklaşmaktadır. Arap baharı döneminde de Türkiye Ortadoğu ülkeleri için model ülke olarak gösterilmiştir (Akbaş ve Tuna, 2012, s.9-10).

Türkiye'nin yumuşak güç potansiyeli ne askeri gücünden ne de teknolojik ilerlemesinden kaynaklanmaktadır. Türkiye'nin yumuşak güç potansiyeli, derin tarihi kültürel altyapısından ileri gelmektedir. Siyasi kamplaşmadan uzak, demokrasinin özümsemişi bir sistem, eğitim müfredatının tarihiyle barışık hale getirilmesi, zengin mutfak kültürünün ve türk konukseverliğinin markalaşmaya giderek dünyaya sunulması, yumuşak güç potansiyelimizi etkin ve verimli kullanabileceğimiz bir düzeye getirecektir (Akbaş ve Tuna, 2012, s.10).

Türkiye sahip olduğu radyo ve televizyon kanallarıyla, bölge ülkelerde dil engeline rağmen ilgiyle izlenmekte ve Ortadoğu coğrafyasında ilgi uyandırmaktadır. Özellikle ülkemizde çekilmiş olan Türk dizileri çevre ülkelerde büyük ilgi görmektedir. Bunun sonucu olarak Ortadoğu ülkelerinden ziyaretçiler, turistik amaçla Türkiye'ye gelmektedirler (Akbaş ve Tuna, 2012, s.11-12).

Türkiye son dönemde vatandaşlarının başarılarıyla da gündeme gelmeye başlamıştır. Orhan Pamuk'un Nobel edebiyat ödülü alması, Nuri Bilge Ceylan'ın Cannes Film Festivalinde ödüle layık görülmesi (Akbaş ve Tuna, 2012, s.12), 2015 yılında Arda Turan'ın Barcelona'ya transferi, (Fanatik, 2015, s.1) yine 2015 yılında Aziz Sancar'ın Nobel Kimya ödülünü kazanması (NTV, 2015, s.1), tanınmış kişiler yoluyla yumuşak gücümüzü arttırmaktadır.

Türkiye, yaptığı vize antlaşmalarıyla birlikte onaylama işletmelerinin de tamamlanmasıyla birlikte Türk vatandaşları 69 ülkeye vizesiz seyahat edilebilecektir (T.C. Başbakanlık, 2015, s.1). Bu artış paralel olarak ülkemize gelen turist giriş-çıkışlarını arttırmış olup, aynı oranda turizm gelirlerine de olumlu yönde yansımıştır. Türk Hava Yolları ülkemizin bayrak taşıyıcı misyonuyla ayrı bir öneme sahiptir. THY, 2002 yılında 77'si dış hat olmak üzere toplamda 103 noktaya uçmakta iken (Gür, 2014, s.3); 2017 Ocak ayı sonunda uçulan şehir sayısı 296 olmuştur. 2016 Ocak ayı sonunda uçak sayısı 298 iken 2017 Ocak ayı sonunda 333 olmuştur (www.airlinehaber.com, 2017, s.1). Gelir İdaresi Başkanlığı'na sunulan beyannameye Türk Hava Yolları, 2016 yılının dördüncü dönemine ilişkin olarak 6.5 milyar TL zarar açıklamıştır (www.airporthaber.com, 2017, s.1). Bu yaşanan zarar Türkiye'nin son dönemde yaşamış olduğu iç güvenlik sorunlarıyla ilgilidir ve kırılgan olan turizm yapısı bundan önemli derecede etkilenmiştir. Yaşanan zarara rağmen THY yatırımlarından vazgeçmemiş, büyümeye devam etmektedir. Çünkü biliniyor ki THY, Türkiye için önemli bir yumuşak güç ve turizm unsurudur.

Son dönemde üzerinde durulması gereken bir konuda türk dizileridir. Ortadoğu'da Batı Asya'da ve Balkanlarda, Türk dizileri oldukça ilgi görmektedir. Bu ilginin yansımaları Türk turizmine olumlu yönde katkı sağlamaktadır. Yapılan bir araştırmaya göre, Türkiye'ye daha önce ziyaret etmemiş fakat düzenli Türk dizileri izleyenlerin yüzde 80'i Türkiye'ye gelmek istemektedirler. 2006 yılından sonra dizi ihraç edilen ülkelere gelen turistlerin artış oranı, toplam gelen turist sayısı artış oranlarından daha yüksek olduğu sonucu ortaya çıkmıştır (Gür, 2014, s.4). Çok sayıda uluslararası seyircinin Türk dizilerini izlemesi, türk kültürüne aşina olmalarını sağlar ve Türk dizilerindeki aktör ve aktrisler hayran olmalarına sebep olur. Bu dizileri izleyen ziyaretçiler, Sultanahmet bölgesini veya Topkapı Sarayı gibi tarihi yerleri görmeden önce, dizinin çekildiği yerleri görmek istemektedirler. Bu oluşturulan algı, yapılan tüm turizm tanıtımları ve reklam pazarlama unsurlarından daha etkili olmaktadır (Dünya, 2012, s.1). Bu açıdan Türk dizileri Türkiye için önemli bir yumuşak güç unsurudur ve bu unsurun yüksek bir katma değeri sağlaması için turizm politikaları planlanmalıdır.

SONUÇ

Günümüz dünyasında insanlar çok sık seyahat ederek yer değiştirmekte ve turizm faaliyetlerine katılmaktadırlar. Bunda küreselleşme dalgasının dünya üzerinde ki artışının rolü büyüktür. Sınırların kalkması, gelişen teknolojiyle birlikte, ulaşım ve kitle iletişim araçlarının gelişmesi dünya üzerindeki mobilizasyonu arttırmış, yer ve zaman olgusunda büyük değişimlere sebep olmuştur. İnsanlar farklı kültürlerle tanışarak dünya barışına katkı sağlamaktadırlar. Ayrıca, vize prosedürlerinin azalması da seyahatleri arttırarak kültürlerarası iletişimi üst seviyeye çıkarmıştır. Ancak, baskın kültürler dünya ulusları üzerinde egemenlik kurarak tek tipleştirme ve tek kültürlülüğe gitme konusunda farklı kültürleri kendi hegemonyaları altına almaktadırlar. Somutlaştırmak gerekirse İngilizcenin diğer tüm dillerden sıyrılarak dünya dili haline gelmesi örneği gösterilebilir. Hakim güçler bunu gerek sert güç gerekse de yumuşak güç unsurlarını kullanarak gerçekleştirmeye çalışmaktadırlar. 21. yüzyıl felsefesine göre; tüm dünya kültürleri birbirine eşittir ve ancak çok kültürlülük yolu ile dünya barışı daha iyi sağlanabilir.

Türkiye de, küreselleşme dalgasından her ülkenin etkilendiği kadar etkilenmektedir. Lakin sahip olduğumuz 5000 yıllık kadim tarihimizin zenginliğini kullanarak, etkilenenden çok etkileyen ülke konumumuza ulaşmamız gerekmektedir. Toplum olarak tarih içinde kurduğumuz 16 devletle toplum olarak hiçbir zaman devletsiz kalmamışızdır. Devlet geleneği olan bir toplum olarak tarihten süzülerek gelen kültürün son halkası; topraklarının büyük bir bölümü zengin Anadolu Coğrafyası'nda bulunan Türkiye Cumhuriyeti'dir. Tarihimiz ile barışmamız bize ivme kazandıracaktır. M.Kemal Atatürk'ün "*Savaş kaçınılmaz olmalıdır; bir ulusun hayatı söz konusu olmadıkça savaş bir cinayettir*" sözleri, Türkiye Cumhuriyeti'nin devraldığı zihniyeti ve barışa yönelik olan bakış açısını ortaya koymaktadır (Çavuş, ty, s.28). Türkiye bu tarihi ve kültürel zenginliklerini yumuşak güç unsurları olarak diğer ülkelere karşı barışçıl bir şekilde kullandığı takdirde; bu durumun hem dünya barışına, hem de ülke barışına katkısı olumlu olur.

1980'den itibaren ülkemizde 'kitle turizmi'nin hızlı bir şekilde geliştiği gözlemlenmektedir. 'kitle turizmi' yani; deniz, kum, güneş turizmi dünyanın her yanında en çok yapılan turizm çeşididir. Son dönemlerde dünyada alternatif turizm ürünleri ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda, Türkiye 2023 Turizm Politikaları'nda da turizm çeşitlendirilmesine ve kültürel zenginliğimizin kullanılmasına yönelik politikalar oluşturulmuştur. Turizmi çeşitlendirme politikaları; kitle turizminden elde edilecek yumuşak güç çıktısından daha fazla çıktı alınmasına sebep olacaktır. Aynı zamanda, bu politika aracılığıyla gerek siyaseten gerek ekonomik ve sosyal yönden sürdürülebilirliği sağlamak daha kolaylaşacaktır.

Türkiye sahip olduğu coğrafya açısından zengin kültürel bir mirasa sahiptir. Sahip olduğu bu kültürel zenginliği etkin ve verimli şekilde kullanamamıştır. Bunun tarih içinde birçok çeşitli sebepleri olmuştur. Uzun yıllar doğuda yaşanan terör faaliyetleri, siyasi ve ekonomik krizler bunun başlıca nedenleri arasında gösterilebilir. Türkiye 2023 Stratejik Planında ana hedef turizmin mevsimselliğinden kurtulmak, alternatif turizm çeşitleri ile turizmi tüm yıla yaymaktır. Bu stratejileri hayata geçirebilmek kendi sosyo-kültürel bağlarını ve tarihini ön plana çıkaran, mevcut bölgesel altyapısını diğer bölgelerle entegre edebilen, siyasi ve ekonomik istikrarı sağlayan bir ülke olmaya bağlıdır. Türkiye bu temel kriterleri yerine getirdiği takdirde, zaten bünyesinde barındırdığı sosyo-kültürel zenginliği sayesinde belli bir yumuşak güç elde edecek ve dünya üzerinde etki alanı daha geniş bir devlet haline gelecektir.

KAYNAKÇA

- Airline Haber (2017), *THY 2017 Ocak Verilerini Açıkladı*, <http://www.airlinehaber.com/> thy-2017-ocak-verilerini-acikladi/, [Erişim Tarihi: 13.02. 2017]
- Airport Haber (2017), *THY Geçici Beyannamesinde Zarar Açıkladı*, <http://m.airporthaber.com/thy-haberleri/thy-gecici-vergi-beyan-namesinde-zarar-acikladi.html>, [Erişim Tarihi: 14. 02. 2017]
- Akbaş, Z. ve Tuna, H. (2012). Bir Dış Politika Aracı Olarak Yumuşak Gücün Turizm Sektörüne Etkisi: Türkiye Örneği Üzerinden Bir Değerlendirme. *Finans Politik&Ekonomik Yorumlar Dergisi*. Yıl: 49, Sayı: 571, 2-17.
- Aydoğan Çifçi, M. ve Dinçer M. Z. (2015). Kültür Politikalarının Turizm Politikası ve Planlaması ile İlişkisi, Burhanettin Zengin (Ed.), Seyit Ahmet Solmaz ve Çağrı Erdoğan (Ed. Yrd.), Sakarya: *14. Geleneksel Turizm Paneli 2015 Bildiriler Kitabı*. 282- 299.
- Cnn Türk (2016), *Bitmeyen Karanlık Heves; Darbeler*, <https://youtu.be/sHb-XIQDy64>, [Erişim Tarihi: 9.02.2017]
- Çavuş, T. (Ty). 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, <http://ksu.dergipark.gov.tr/ksuiibf/issue/10265/125899>.
- Demirkol, Ş. ve Çetin G. (2014). *Turizm Politikaları ve Alternatif Yönetim Yaklaşımları*. Sakarya:Değişim Yayınları.
- Dinçer, M. Z., Yozcu, S. ve Gedik, S. (2015). Turizmde Temel Kavramlar.Orhan Akova, İsmail Kızıllırmak, Haluk Tanrıverdi (Ed), *Turizm İşletmeciliği Temel Kavramlar ve Uygulamalar*. Ankara:Detay Yayınları. 1-26.
- Dünya (2012), *Yumuşak Gücümüz Artıyor*, <http://www.dunya.com/ozel-dosya/yumusak-gucumuz-artiyor-haberi-165443>, [Erişim Tarihi: 07.02.2017]
- Fanatik (2015), *Arda Turan Barcelona'ya İmza Attı*, <http://www.fanatik.com.tr/2015/07/10/arda-turan-barcelona-ya-imza-atti-611312>, [Erişim Tarihi: 10.2.2017]
- Gür, N. (2014). Yeni Türkiye'nin Yumuşak Güç Unsuru: Turizm. *Seta Perspektif*. Sayı No: 58. 1-6.
- Hepaktan, E. ve Çınar, S. (2010). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkileri. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 8(2), 135-154.
- Ivanovic, M. (2009). Tourist Attractions. *Tourism Development 1. Fresh Perspectives*. South Africa:Pearson Education and Prentice Hall. 149-180.
- İstanbullu Dinçer, F., Çakmak, T., F., Küçükali, S. ve Cor, C. (2015). Turizmin Uluslararası Boyutu. Orhan Akova, İsmail Kızıllırmak, Haluk Tanrıverdi (Ed.) *Turizm İşletmeciliği Temel Kavramlar ve Uygulamalar*. Ankara:Detay Yayınları. 27-57.
- Kalın, İ. (2010). *Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi*, <http://kdk.gov.tr/sag/turk-dis-politikasi-ve-kamu-diplomasisi/20>, [Erişim Tarihi: 10.2. 2017]
- Monocle (2017), *Soft Power Survey 2015-2016*, <https://monocle.com/film/affairs/soft-power-survey-2015-2016>, [Erişim Tarihi: 1. 2017]
- Ntv (2015). *Aziz Sancar, Nobel Kimya Ödülü'nü Aldı*, <http://www.ntv.com.tr/teknoloji/aziz-sancar-nobel-kimya-odulunu-aldi>, F10C10YMBEaCIMqna312w, [Erişim Tarihi: 10.12. 2017]
- Nye, J. S. Jr. (Autumn 1990). Soft Power. *Foreign Policy*. No. 80, Twentieth Anniversary. 153-171. <http://links.jstor.org/sici?sici=0015-7228%28199023%290%3A80%3C153%3ASP%3E2.0.CO%3B2-2> [Erişim Tarihi: 10.12. 2017]
- Nye, J. S. Jr. (2004). *Soft Power the Means to Success In World Politics*. New York:Public Affairs.
- Okuyucu, A. ve Somuncu M. (2014). Türkiye'de İnanç Turizmi: Bugünkü Durum, Sorunlar ve Gelecek. Yasin

- Bilim ve Özgür Özer (Ed.), *İnanç Turizmi Seçme Konular*. Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları. 11-46.
- Öter, Z., Çetinkaya, M. ve Çetinkaya Y. (2014). İnanç Turizmi Mekanlarında Ziyaretçi Davranışı. Yasin Bilim ve Özgür Özer (Ed.), *İnanç Turizmi Seçme Konular* Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları. 63-89.
- Tanrıverdi, B. (11.6.2014), *Akıllı Güç*, <http://akademikperspektif.com/2014/06/11/akilli-guc/>[Erişim Tarihi: 11.3.2017]
- T.C. Başbakanlık (2015), *Türk Vatandaşları 69 Ülkeye Vizesiz Seyahat Ediyor*, <http://kdk.gov.tr/sayilarla/turk-vatandaslari-69-ulkeye-vizesiz-seyahat-ediyor/10>, [Erişim Tarihi: 1.3. 2017]
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2007), *Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı 2007-2013*, Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları No:3085, www.kulturturizm.gov.tr, [Erişim Tarihi: 1.3. 2017]
- UNWTO. (July 2016). *Tourism Highlights*. Spain: 2016 Edition.