

AKILLI TURİZM UYGULAMALARI KAPSAMINDA DİJİTAL PLATFORMLARIN DESTİNASYONLARA KATKISI; “GOTURKİYE” ÖRNEĞİ

CONTRIBUTION OF DIGITAL PLATFORMS TO DESTINATIONS WITHIN THE SCOPE OF SMART TOURISM APPLICATIONS; EXAMPLE OF “GOTURKİYE”

Ceyhun AKYOL

Artvin Çoruh Üniversitesi
Artvin Meslek Yüksekokulu/Otel, Lokanta ve İkrım
Hizmetleri Bölümü
ceyhunakyol@artvin.edu.tr
ORCID: 0000-0001-5542-7309

Geliş Tarihi:
25.05.2022

Kabul Tarihi:
18.12.2022

Yayın Tarihi:
30.12.2022

Anahtar Kelimeler
Türkiye Cumhuriyeti
Kültür ve Turizm
Bakanlığı
Akıllı Turizm
GoTurkiye

Keywords
Republic of Türkiye
Ministry of Culture
and Tourism
Smart Tourism
GoTurkiye

ÖZ

Bu çalışmanın amacı, dünyanın en çok turist çeken destinasyonları arasında yer alan, Asya ve Avrupa kıtalarını birbirine bağlayan Türkiye ile ilgili Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın akıllı turizm uygulamaları kapsamında kullandığı “GoTurkiye” portalını incelemektir. Bu doğrultuda çalışmada öncelikle literatür bilgileri kapsamında akıllı turizm ile web portalları hakkında bilgiler verilmiş, sonrasında ise Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı kurumu ile ilgili bilgiler sunulmuştur. Devamında ise bakanlığın Türkiye hakkında tanıtım ve ürün geliştirme faaliyetlerinde bulunduğu “GoTurkiye” web portalı incelenmiştir. Nitel araştırma yöntemlerinden örnek olay analizi modelinde gerçekleştirilen çalışmada, Türkiye'nin küresel turizm bilgi platformu olan “GoTurkiye”nin turizmin farklı türlerini ve etkinliklerini tanıtım ve ürün geliştirme konularında hangi içerikler ve tasarımlarla aracılık ettiği incelenmektedir. Elde edilen veriler içerik analizi tekniği ile analiz edilmiş ve yorumlanmıştır. Analiz kapsamında; “Anasayfa”, “Türkiye Deneyimleri”, “Türkiye Gidilecek Yerler”, “GoTurkiyeTV”, “Bloglar” ve “Markalaşma ve Halkla İlişkiler” başlıkları altında bulgular yorumlanmıştır. Ulusal ve uluslararası literatürde araştırma konusu ile ilgili bir çalışmaya rastlanmamış olması çalışmanın özgünlüğünü, niteliğini ve önemini artırıcı etkenler olarak düşünülmektedir.

ABSTRACT

The aim of this study is to examine the “GoTurkiye” portal used by the Ministry of Culture and Tourism regarding Turkey, which is among the world's most popular tourist destinations and connects the continents of Asia and Europe, within the scope of smart tourism applications. In this direction, first of all, information about smart tourism and web portals was given within the scope of literature information, and then information about the Ministry of Culture and Tourism of the Republic of Turkey was presented. Afterwards, the “GoTurkiye” web portal, where the ministry carries out promotional and product development activities about Turkey, has been examined. In the research, which is carried out in the case study model, which is one of the qualitative research methods, it is examined with which content and designs that “GoTurkiye”, Turkey's global tourism information platform, mediates different types and activities of tourism in terms of promotion and product development. The obtained data were analyzed and interpreted with content analysis technique. Within the scope of the analysis; Findings were interpreted under the titles of “Homepage”, “Türkiye Experiences”, “Türkiye Destinations”, “GoTurkiyeTV”, “Blogs” and “Branding and Public Relations”. The fact that there is no study on the research subject in the national and international literature is considered as factors that increase the originality, quality and importance of the study.

DOI: <https://doi.org/10.30783/newsosbilen.1121229>

Atf/Cite as: Akyol, C. (2022). Akıllı turizm uygulamaları kapsamında dijital platformların destinasyonlara katkısı; “GoTurkiye” örneği. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 12(4), 2054-2074.

Giriş

Turizm, destinasyonlar için gelir getiren en önemli endüstriler arasında yer almaktadır. Özellikle gelişmekte olan ülkeler ve destinasyonları için turizm faaliyetleri gelir, istihdam ve döviz kazandırmaktadır (Cankurt & Subasi, 2022). Bu ülkeler arasında, dünya genelinde turizm alanında önde gelen destinasyonlardan olan Türkiye de yer almaktadır. Türkiye, varış yerine göre en çok ziyaret edilen ülkeler sıralamasında 6., uluslararası turizm gelirlerinde ise 15. sırada yer almaktadır (UNWTO, 2021: 6-7). Ege Denizi ve Akdeniz'e sınırı olan Türkiye tarihi ve kültürel anlamda zengin bir geçmişe sahiptir (Rankin vd., 2014: 162). Benzersiz birçok doğal ve turistik değerlere sahip olan ülkede İstanbul, Antalya, Muğla, Edirne, Ankara, Kapadokya, Gaziantep, Trabzon, Erzurum gibi dünya genelinde bilinen ve ziyaret edilen destinasyonlar yer almaktadır (Şekil 1).

Şekil 1 - Türkiye Turizm Haritası



Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022.

Tarihi zenginlikler ve doğal güzellikler açısından eşsiz özelliklere sahip bir destinasyon konumundaki Türkiye'nin dünyaya yeterince tanıtılması, mevcut ve potansiyel ziyaretçilere destinasyonun bir medeniyetler beşiği olduğu bilgisinin güçlü bir biçimde anlatılabilmesi gerekmektedir. Bu durum, ülke turizminin tanıtım çalışmalarına katkı sağlayacak, ülkedeki farklı özelliklere sahip destinasyonların turizm gelirlerini artıracaktır. Ülke ekonomisinin büyümesine katkı sağlaması muhtemel bu ve benzeri gelişmeler, destinasyonlardaki tüm paydaşların ekonomi şartlarının iyileştirilmesi ve geliştirilmesine katkı sağlayacaktır (Kantarci & Karakaya, 2016).

Dünya genelinde, ülke turizm hareketlerine yönelik tanıtım çalışmalarında birçok kamu kurum ve kuruluşu rol oynamakta, kendi alan ve branşları ile ilgili faaliyetler gerçekleştirmektedir. Türkiye turizm faaliyetlerinin tanıtım aşamasında en yetkili kurum Kültür ve Turizm Bakanlığı'dır. Bakanlık, turizmle ilgili tanıtım ve geliştirme faaliyetleri kapsamında küreselleşme olgusunu da dikkate alarak, gelişen teknoloji ile tüketici istek ve beklentilerindeki değişiklikleri harmanlamakta, birçok tanıtım ve pazarlama aracı kullanmaktadır. Günümüz teknoloji uygulamaları ve tüketici gereksinimleri doğrultusunda akıllı turizm uygulamaları da bu tanıtım ve pazarlama araçları arasında yer almaktadır. Bu doğrultuda bakanlık, ilgili destinasyonların kamu yetkili kurum ve kuruluşları ile ortaklaşa hareket etmekte, bilgi ve fikir alışverişi yapmakta, mevcut ve potansiyel kullanıcılarına güncel ve doğru bilgileri sunmaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın mevcut bu tanıtım ve geliştirme çalışmaları "GoTürkiye.com" web portalı aracılığıyla gerçekleştirilmekte ve yürütülmektedir.

Mobil kullanımlar, sosyal platformlar, akıllı turizm uygulamaları gibi güncel ve teknolojik gelişmeler, turizm endüstrisinde faaliyet gösteren tüm kurum ve kuruluşların dikkate aldığı, dikkate almak durumunda kaldığı

süreçler hâline gelmiştir. Gelişmekte olan, gelişimi devam eden akıllı turizm anlayışı ve uygulamaları, teknolojinin de katkılarıyla sürecini devam ettirmektedir. Bu çalışmanın, turistik tanıtım ve ürün geliştirme aşamalarında akıllı turizm konusunun ve faaliyetlerinin daha iyi anlaşılabilmesi, bir nebze de olsa literatüre katkı sağlayabilmesi adına önem arz ettiği düşünülmektedir.

Literatür

Akıllı Turizm

“Seyahat süresince ziyaretçilere her koşulda bilgi akışının sağlandığı bir uygulama alanı” olarak ifade edilen akıllı turizm, içeriğinde verilerle ilgili toplama, depolama, işleme, birleştirme, analiz etme gibi süreçleri barındırmaktadır. Mevcut süreçle ilgili yenilik, operasyonel işlemler ve hizmetlerin takip edildiği ve bilgi akışının kullanıldığı akıllı turizm uygulamaları tüketicilere değer yaratıp sunabilmekte, tanıtım ve ürün geliştirme konularında yardımcı olmakta, ilgili destinasyona büyük katkı sağlamaktadır (Gretzel vd., 2015: 181).

Akıllı uygulama, turizm endüstrisinin ve ilgili destinasyonların global anlamda büyümesi ve gelişim göstermesi adına etkili bir teknoloji aracıdır. Akıllı bir turizm alanı oluşturabilmek için dijital teknolojilerdeki yenilikleri geleneksel ve modern yaklaşımlarla desteklemek, sistemli ve entegre bir biçimde hareket etmek gerekmektedir (Borseková vd., 2017: 47). Akıllı turizm uygulamalarında kullanılacak program ve stratejiler destinasyona özgü karakterleri korumalı, diğer yandan da büyüme hedefleri ile doğru orantıda gelişim göstermelidir.

Turizm endüstrisinde yer alan ürün ve işletmelerle ilgili tasarım ve planlamanın yürütüldüğü, süreçle ilgili işletme ve pazarlama faaliyetlerinin sürdürüldüğü, bütüncül ve uzun vadeli bir planlama yaklaşımının benimsendiği bir yaklaşım olan akıllı turizm (Li vd., 2017: 294), şehirlerde ve turistik merkezlerde de farklı aktivitelerle uygulanmaktadır. Bilişim araçları ile ilgili gerekli altyapı ve entegrasyon işlemlerinin tamamlanmasıyla akıllı uygulamalar gerçekleştirilebilmekte, ziyaretçilere yönelik akıllı uygulamalar sağlanabilmektedir. İstanbul’da kent içi toplu ulaşım (Ekşioğlu, 2016), Los Angeles’ta trafik kontrol ve takip (Djahel vd., 2015), Paris’te şehir içi araç kullanımı (Lau vd., 2019), Amsterdam’da trafik yoğunluğu ve otopark (Somayya ve Ramaswamy, 2016), Viyana’da toplu taşımacılık (Hoffstetter ve Vogl, 2011), Helsinki’de paylaşımcı yolculuk ve toplu taşıma (Jäppinen vd., 2013) gibi program ve kullanımlar destinasyonlara yönelik uygulanan akıllı turizm teknoloji örneklerindedir.

Web Portalları

Birçok içeriğin bir arada yer aldığı internet siteleri için kullanılan bir ifade olan web portalı, zengin gezinme başlıkları ile entegre edilmiş uygulamalar barındırmaktadır. Etkin ve verimli bir web portalı, veri sunmak için gerekli arayüz katmanının yanı sıra entegre ve etkileşimli veri sunumu için yerleşik işlemlere sahip olmalıdır (Hu vd., 2022: 959). Turistik faaliyetlerle ilgili akıllı turizm teknolojileri kullanımı özellikle web portalı, sosyal medya ve akıllı telefon gibi platform, uygulama ve araçlar aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Küreselleşme olgusunun gelişmesi ve teknolojik alandaki ilerlemeler neticesinde web portalı kullanımı yaygınlaşmakta ve büyümektedir (Huang vd., 2017: 757).

Bu tarz tanıtım ve reklam faaliyetleri yerli ve yabancı ziyaretçilerin ilgisini çekmekte, ziyaretçi ve destinasyon arasında etkin ve verimli bir bilgi akışı sağlanmasına katkıda bulunmaktadır. Sürecin olumlu devam etmesi ile destinasyon ve ülke imajı hakkında doğru ve uygun bir söylem gelişmesi daha muhtemel hâle gelmektedir (Yücel & Bourse, 2017: 38). Bu doğrultuda, destinasyonla ilgili tanıtım, reklam ve pazarlama faaliyetleri yürüten kurum ve kuruluşlar web site bilgilerinde güvenilirlik ve ikna edicilik konularında etkileyici olabilmek için tasarladıkları ve kullandıkları web sitelerinin planlamasını çok doğru bir biçimde yapmaları gerekmektedir. Unutulmamalıdır ki; resmi kurum ve kuruluşların destinasyon tanıtımına yönelik web sitesi ve benzeri faaliyetleri tüketiciye; destinasyon güvenilirliği, web site güvenilirliği, bilgi güvenilirliği, vaat güvenilirliği gibi konularda olumlu algı oluşturmaktadır (Kim & Fesenmaier, 2008: 10).

Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı

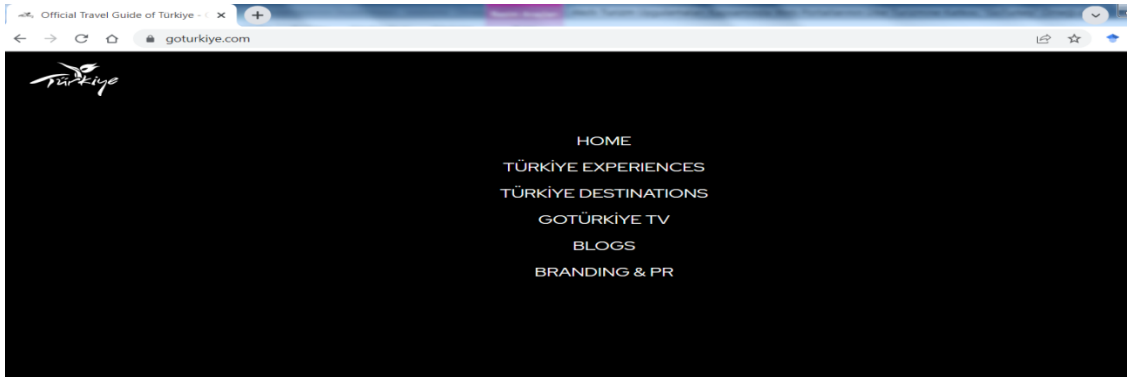
Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın kuruluş amacı; kültürel değerleri yaşatmak, geliştirmek, yaymak, tanıtmak, değerlendirmek ve benimsetmek, tarihî ve kültürel varlıkların tahribini ve yok edilmesini önlemek, yurdun turizme elverişli bütün imkânlarını ülke ekonomisine olumlu katkı sağlayacak şekilde değerlendirmek, turizmin geliştirilmesi, pazarlanması, teşvik ve desteklenmesi için gerekli önlemleri almak, kültür ve turizm konularıyla ilgili kamu kurum ve kuruluşlarını yönlendirmek ve bu kuruluşlarla işbirliğinde bulunmak, yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları ve özel sektör ile iletişimi geliştirmek ve iş birliği yapmaktır. Misyonu; "Türkiye'nin evrensel kültür, sanat ve turizm değerlerinin sürdürülebilir korunmasını sağlayarak yaşatmak ve tanıtmak, toplumsal bilincin oluşmasında bilgiye erişimi kolaylaştırmak ve ülkenin dünya turizminden alacağı payı artırmak" olan kurum; "üstün evrensel değerlere sahip kültür mirasın, ulusal ve uluslararası sürdürülebilir korunma çabalarını başarı ile yöneten ve Türkiye'yi turizm alanında dünya liderleri arasında ilk sıralara taşıyan güçlü, saygın ve vazgeçilmez bir kurum olmak" vizyonu ile hareket etmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022).

Mevcut ve potansiyel ziyaretçilerde görülen istek ve ihtiyaçlardaki değişimler, destinasyonlardaki paydaşların farklı faaliyetler içerisinde bulunmaları gerekliliğini ortaya çıkarmış, bu doğrultuda destinasyon yöneticileri başta olmak üzere tüm turizm paydaşları akıllı teknolojilerin turizme sağladığı fırsatlardan yararlanma çabası içerisine girmiştir (Wang vd., 2016: 311). Dünya genelinde en çok ziyaret edilen ve turizmden en çok gelir elde eden ülkeler arasında yer alan Türkiye, tanıtım ve pazarlama faaliyetlerini bu konuda resmi ve yetkili kurum olan Kültür ve Turizm Bakanlığı aracılığıyla gerçekleştirmektedir. Türkiye'nin resmi turizm tanıtım ve geliştirme organı olan Kültür ve Turizm Bakanlığı ülkenin ve ülkedeki destinasyonların tanıtımını güncel ve teknolojik bir platform olan "GoTurkiye.com" aracılığıyla bilgi ve görseller ile etkin bir biçimde yürütmektedir.

Türkiye Turizm Portalı

Millî, manevî, tarihî, kültürel ve turistik değerleri araştırmak, geliştirmek, korumak, yaşatmak, değerlendirmek, yaymak, tanıtmak, benimsetmek ve bu suretle millî bütünlüğün güçlenmesine ve ekonomik gelişmeye katkıda bulunmak, kültür ve turizm konuları ile ilgili kamu kurum ve kuruluşlarını yönlendirmek, bu kuruluşlarla işbirliğinde bulunmak, yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları ve özel sektör ile iletişimi geliştirmek ve işbirliği yapmak, turizmi millî ekonominin verimli bir sektörü haline getirmek için yurdun turizme elverişli bütün imkânlarını değerlendirmek, geliştirmek ve pazarlamak, Türkiye'nin turistik varlıklarını her alanda tanıtıcı faaliyetler ile her türlü imkân ve araçlardan faydalanarak kültür ve turizmle ilgili tanıtma hizmetlerini yürütmek gibi kuruluş amacı güden, görev ve yetkileri bulunan, misyon ve vizyon değerlerini yerine getiren ve bu doğrultuda hareket eden Kültür ve Turizm Bakanlığı "GoTurkiye" isminde resmi bir internet portalı (GoTurkiye.com) oluşturmuştur (Şekil 2).

Şekil 2 - Menü



Kaynak: goturkiye.com, 2022.

Türkçe, İngilizce, Rusça, Ukraynaca, Almanca, Fransızca, İspanyolca, Arapça, Farsça ve Çince dillerinde hizmet veren ve “Türkiye Resmi Gezi Rehberi” sloganı ile faaliyetlerini yürüten portal; “Anasayfa”, “Türkiye Deneyimleri”, “Türkiye Gidilecek Yerler”, “GoTürkiyeTV”, “Bloglar” ve “Markalaşma ve Halkla İlişkiler” ana başlıklarından oluşmaktadır (goturkiye.com, 2022).

Yöntem

Dünya genelinde “varış yerine göre en çok ziyaret edilen ülkeler” sıralamasında ilk 10, “uluslararası turizm gelirleri”nde ise ilk 15’te yer alan Türkiye, son yıllarda özellikle akıllı turizm uygulamaları kapsamında, teknolojik imkân ve araçlar aracılığıyla farklı platformlarda tanıtım faaliyetlerini sürdürmektedir. Türkiye’nin “Küresel Turizm Bilgi Platformu“ olarak ifade edilen “GoTürkiye” aracılığıyla modern tasarımı ve güçlü teknoloji altyapısı sayesinde destinasyonla ilgili bilgiler alınabilmekte, destinasyonun tüm turistik değerleri tek bir alanda toplanabilmektedir. Kullanıcılarına üstün bir deneyim ve tatmin edici bir bilgilendirme sunmayı hedefleyen “GoTürkiye” portalı, ülkenin turistik değerlerini dijital içerikler halinde kullanıcılarına sunmaktadır.

Çalışma kapsamında “GoTürkiye” akıllı turizm uygulaması (goturkiye.com) detaylı olarak incelenmiş, nitel araştırma yöntemlerinden örnek olay analizi kullanılmıştır. Olayların ve durumların doğal ortamlarında gerçekçi ve bütüncül bir yaklaşımla ele alındığı nitel araştırmalarda sıklıkça kullanılan örnek olay analizi, araştırma problemini disiplinler arası bir yaklaşımla incelemekte, araştırma problemini yorumlayıcı bir yaklaşımla ele almaktadır (Merriam & Grenier, 2019: xi). Nasıl ve neden sorularına yanıt aranılan örnek olay yönteminde ele alınan olay veya durumla ilgili nedenler ve gelişmeler değerlendirilmekte, içerisinde bulunan zamana göre yorumlanmaktadır. Araştırma soruları oluşturulurken Özışık Yapıcı’nın çalışmasından (2022) yararlanılmıştır;

- “GoTürkiye” portalında hangi hizmetler yer almaktadır?
- “GoTürkiye” portalında yer alan hizmetlerin sunumu nasıl gerçekleştirilmektedir?

“GoTürkiye” akıllı turizm uygulaması (goturkiye.com) 01.05.2022 - 20.05.2022 tarihleri arasında incelenmiştir. Belirtilen tarih aralığından sonraki dönemlerde ilgili portalda yapılabilecek muhtemel güncelleme ve yenileme adımları araştırmanın sınırlılığını oluşturmaktadır.

Çalışma ile; yabancı ziyaretçilerin ülke ziyaretlerinde, yerli ziyaretçilerin ise yaşadıkları ülkeyi tanıma ve bilme aşamalarında katkı sağlaması muhtemel bir tanıtım alanı olan platformun tanınırlık ve bilinirliğinin artmasına katkı sağlaması öngörülmektedir. Diğer yandan yöresel, bölgesel, ulusal çapta benzeri dijital tanıtım platformu oluşturma, meydana getirme konularında araştırma yapacak kurum ve kuruluşlar için de bir kaynak oluşturabilme adına literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Diğer yandan ilgili literatürde benzer bir araştırmaya rastlanılmaması konuya özgünlük ve önem katmaktadır.

Analiz ve Değerlendirme

“GoTürkiye” akıllı turizm uygulaması; Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın ülkedeki tüm destinasyonları deneyim odaklı bir perspektifle tanıttığı bir portaldır. Bu doğrultuda bakanlık, ülkede yer alan 81 ilin yerel yönetimleri ve sivil toplum kuruluşları ile koordinasyon sağlayarak portal için içerikler oluşturmakta, her destinasyonun kültürel ve turistik değerlerine yer vermektedir. Alternatif turizm kapsamında kullanıcılarına farklı alanlarda zengin içerikler sunan portal, mevcut ve potansiyel yerli ve yabancı ziyaretçilere de muhtemel seyahatleri ile ilgili rotalar ve planlamalar sunmaktadır (Türkiye Tourism Promotion and Development Agency, 2022).

Tablo 1. “GoTürkiye” Portalında Yer Alan Konular ve Alt Başlıkları

Anasayfa	İstanbul is the New Cool, Turkaegean (Coast of Happiness), Anılarınızı Seçin, Türkiye Sürdürülebilirlik, 2021 Patara Yılı, Türkiye’deki En Paylaşılabilir Anlar, Güvenli Turizm Sertifika Programı Hakkında ile COVID-19 Koruma ve Destek Programı
----------	--

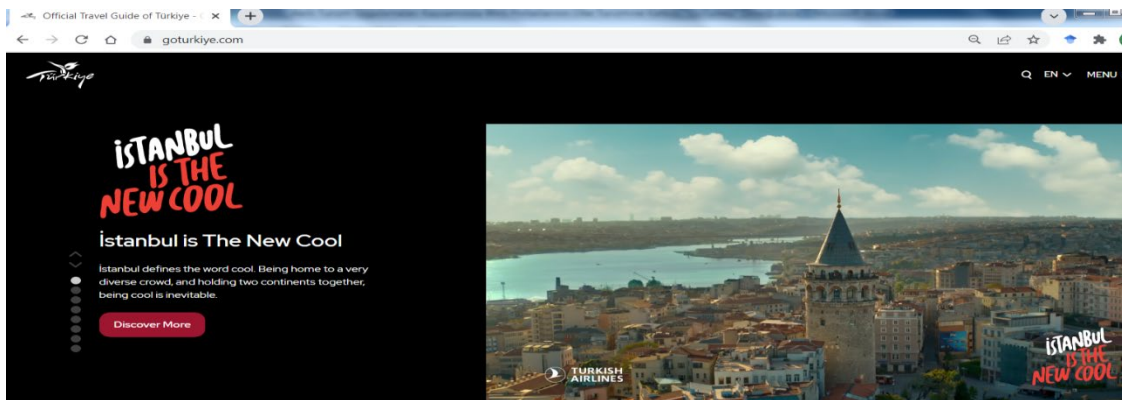
Türkiye Deneyimleri	Sanatlar, Düğünler, Dış Mekan & Macera, Sağlık, Müzekart, Sürdürülebilirlik, Plaj & Eğlence, Gastro, Wellness, Öğren & Çalıştır, Mavi Yolculuk, Tekne Turu, Kamp, Sporlar, Bisiklet, UNESCO, Yürüyüş, Golf, Kayak, Dalış, Toplantı, İnanç, El Sanatları, Yaylalar, Dağlar, Akarsular, Adalar, Göller, Şelaleler, Yavaş Şehir, Doğa & Ekoyaşam, Moda, Alışveriş, Güvenli Turizm, Kanyonlar, Mağaralar, Dört Mevsim, Milli Parklar, Havalimanları, Futbol, Helal Turizm, Bağlar, Kültürel Rotalar, Festivaller, Tren Turları, Türk İslam Sanatı, Mimari, Dijital Göçebeler, Denizler, Tarihi Yerler
Türkiye Gidilecek Yerler	Gör, Tat, Kokla, Dokun, Dinle
GoTürkiye TV	İstanbul, Taş Tepeler, Beyoğlu Kültür Yolu Festivali, Anadolu, Turkaegean, Güvenli Turizm, Asi Koyu, Patara Plajı, Bisiklet Rotaları, Sevgililer Günü, Cumhurbaşkanlığı Senfoni Orkestrası, Müzeler
Bloglar	Türkiye'nin Sakin Şehirleri, Türk Yemek Kültürü, Türkiye'de Çekilmiş Ünlü Filmler, Gastro Rotaları, Trekking Güzergâhları, Kuş Gözlemciliği Alanları, Kanyonlar, Tarihi Kuleler, Milli Parklar, El Sanatları, Dalış Destinasyonları
Markalaşma ve Halkla İlişkiler	Basın Bültenleri, Videolar, Fotoğraflar, Logolar, Afişler, Yazı Tipleri ve Medya Kitleri

Kullanıcılarına 5 duyu ile müşteri deneyimi tasarımı kapsamında (Buzova vd., 2021: 1; Ritmala, 2019: 4; Shabgou & Daryani, 2014: 575) logo, renk, görünüm, şekil gibi alanlarda dikkat çekici içerikler sunan portal; gör, tat, kokla, dokun ve dinle başlıklarında özellikle görsel duylara hitap etme doğrultusunda faaliyet göstermektedir. “GoTürkiye” portalı kullanıcılarına Türkçe, İngilizce, Rusça, Ukraynaca, Almanca, Fransızca, Arapça, Farsça ve Çince olmak üzere toplamda 10 farklı dilde hizmet vermektedir.

1. Anasayfa

İnternet sayfası ile ilgili bir aramada adres çubuğuna “GoTürkiye” yazıldığında kullanıcının karşısına ilk olarak “https://goturkiye.com” sayfa bilgileri açılmaktadır. Bu doğrultuda açılan sayfada; İstanbul is The New Cool, Turkaegean (Coast of Happiness), Anılarınızı Seçin, Türkiye Sürdürülebilirlik, 2021 Patara Yılı, Türkiye'deki En Paylaşılabilir Anlar, Güvenli Turizm Sertifikası Programı Hakkında ve COVID-19 Koruma ve Destek Programı alt başlıkları yer almaktadır (Şekil 3).

Şekil 3 - Anasayfa (Homepage)



Kaynak: goturkiye.com, 2022.

İstanbul is the New Cool: Çok çeşitli kalabalıklara ev sahipliği yapan, Asya ve Avrupa kıtalarını bir arada tutan İstanbul destinasyonunu “cool” kelimesi ile özdeşleştiren temanın içeriğinde destinasyonla ilgili gezilebilecek ve görülebilecek değerlere gör, tat, kokla, dokun ve dinle başlıklarında yer verilmektedir. İlgili alt başlıkta; Ahi Çelebi Cami, Rumeli Surları, Anadolu Kavağı ve Yoloz Kalesi, Kanlıca, Zeyrek, Kuzguncuk,

Beylerbeyi, Balat, Vefa, Emirgan, Galata Kulesi, Sanatkârlar Parkı, Kız Kulesi, Büyük Çamlıca Tepesi, Pierre Loti Tepesi, Büyük Valide Han, Otağtepe Parkı, Beyoğlu, Çiçek Pasajı, Atlas Pasajı, Suriye Pasajı, Avrupa Pasajı, Halep Pasajı, Hazzopulo Pasajı, Aznavur Pasajı, Yıldız Park, İhlamur Kasrı, Emirhan Parkı, Dolmabahçe Sarayı gibi eser ve değerler hakkında bilgiler sunulmaktadır. Başlıkta ayrıca İstanbul'daki kahvaltı, Boğaz gezisi, feribot turu, sanat ve kültür, alışveriş, öğlen yemeği, tatlı & Türk kahvesi, canlı müzik, meyhane ve futbol kültürlerine yer verilmektedir.

Turkaegean (Coast of Happiness): Temada; Türkiye'nin Ege Bölgesine ait manzaraların güzelliği, sahillerin göz kamaştırması, kumsalların temizliği, çam ormanları ve zeytinlikleri hakkında doğaseverlere, fotoğrafçılara, tarih meraklılarına ve adrenalin bağımlılarına yönelik bilgi ve görseller yer almaktadır. İlgili başlıkta ayrıca; İzmir'de rüzgâr sörfü, Muğla'da dağ bisikleti, Aydın'da Dilek Yarımadası Milli Parkı, Manisa'da Demirci ve Gördes halıları, Denizli'de Denizli horozu, Afyonkarahisar'da kiraz ve vişne, Uşak'ta Arkeoloji Müzesi, Kütahya'da termal tesis, Muğla'da yamaç paraşütü gibi farklı destinasyonlardaki aktivite potansiyellerine yer verilmektedir.

Anılarınızı Seçin: Temada güneş, deniz, tarif, keşif, dinlenme, eğlence başlıklarında Antalya, Bodrum, Marmaris, Göcek, Datça destinasyonları ile ilgili bilgi ve görsellere yer verilmekte, belirtilen destinasyonlarla ilgili gezilebilecek ve görülebilecek değerlere gör, tat, kokla, dokun ve dinle başlıklarında değinilmektedir.

Türkiye Sürdürülebilirlik: Özellikle “yeşil sever” ziyaretçi ve maceracılar için yönelik bir tema olan bu başlıkta; sürdürülebilir turizm, yeşil misafirperverlik, yeşil ulaşım, yeşil deneyimler, UNESCO kültürel ve doğal mirası, sürdürülebilir gastronomi, sürdürülebilir etkinlikler ve festivaller, eko-sertifikalar ve eko-etiketler konularında Türkiye'nin farklı bölgelerinden bilgi ve görsellere yer verilmektedir.

2021 Patara Yılı: Patara, adını aldığı antik kenti ve 18 kilometre uzunluğundaki plajı ile Türkiye'nin ve Antalya ilinin önde gelen destinasyonları arasında yer almaktadır. Ziyaretçilerine doğa, kültür, ticaret, demokrasi ve gelecek konularında ilham veren ve motivasyon kaynağı sunan Patara ile ilgili bilgi ve görsellere yer verilen tema, destinasyonla ilgili gezilebilecek ve görülebilecek değerleri gör, tat, kokla, dokun ve dinle başlıklarında sunmaktadır. Başlık kapsamında Kaputaş Plajı, antik kent, plaj, Xanthos, Saklıkent gibi rotalara değinilmekte, at biniciliği, vegan lezzetler, zafer takı, kano ve yayla gezileri önerilerinde bulunmaktadır.

Türkiye'deki En Paylaşılabılır Anlar: Antik yerler, doğal güzellikler ve etkileyici destinasyonlara ev sahipliği yapan Türkiye'yi ziyaret etmenin unutulmaz bir deneyim olacağı konusunda bilgilendirme ve yönlendirme yapılan temada ülkenin farklı destinasyonları ile ilgili (Kız Kulesi, Kapadokya, Sümela Manastırı, Balıklıgöl, Salda Gölü, Pamukkale, Ayasofya, Göbeklitepe) video çekimlere yer verilmektedir.

Güvenli Turizm Sertifika Programı Hakkında: Yerli ve yabancı misafirlerin ülkedeki herhangi bir havalimanına gelişlerinden kendi ülkelerine dönüşlerine kadar olan seyahatlerin tüm süreçlerini kapsayan bir uygulama olan “Güvenli Turizm Sertifika Programı” ile ziyaretçilerin rahat ve güvenli bir seyahat edebilmeleri mümkün olmaktadır. Bu program kapsamında konaklama işletmeleri yedi ana başlıkta kategorize edilmiştir. Konaklama, yiyecek-içecek, kültür, sanat ve kongre, deniz turizmi, tema parklar, mekanik hatlar ve tur transfer araçları başlık kriterlerde uluslararası standartlara uygun olarak hazırlanan turistik tesisler hakkında bilgilere ilgili temada yer verilmektedir.

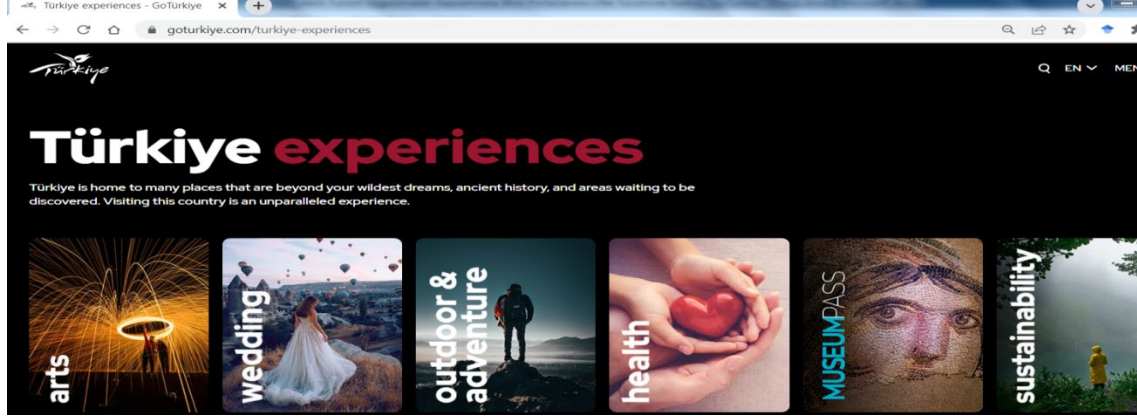
COVID-19 Koruma ve Destek Programı: Türkiye'de ve farklı destinasyonlarında gönül rahatlığıyla bir tatil geçirmek isteyen misafirler “turist koruma ve destek sigortası” ve “konaklama destek sigortası” ile güvenli ve huzurlu bir ortamda bulunmaktadır. İlgili tema ile; iki sigorta hakkında poliçe içeriği, süresi, sınırlılığı, bekleme süresi, tazminat koşulları ve kapsamı hakkında bilgilere yer verilmektedir. Ayrıca temada; misafir sağlığı ve güvenliği, COVID-19 turist koruması ve destek sigortası, turistik tesislerde alınan önlemler, ulaşım araçlarında alınan önlemler, çalışanların sağlığı ve güvenliği, güvenli turizm programının kapsamı, güvenli turizm programı belgeli tesisler gibi başlıklarla ilgili bilgiler sunulmaktadır.

2. Türkiye Deneyimleri

Günümüz seyahat anlayışı ve koşullarında mevcut ve potansiyel ziyaretçiler uzun süren güneş ve kumsal tatillerinden ziyade daha kısa süren ve farklı deneyimler elde edebilecekleri turizm çeşitlerine yönelmektedir (Fernández vd., 2018: 691). Turizm çeşitlerine yönelik ilgi duyan kullanıcıların hayallerine, kadim tarihe ve

keşfedilmeyi bekleyen alanlara ev sahipliği yapan Türkiye'yi ziyaret etmenin alternatif turizm türlerinin örneklerinin sunulduğu bu başlıkta alternatif turizm türlerinin eşsiz deneyimlerinden bahsedilmektedir. Başlıkta farklı temalarla ilgili bilgilere yer verilmektedir (Şekil 4);

Şekil 4 - Türkiye Deneyimleri (Türkiye Experiences)



Kaynak: goturkiye.com, 2022.

Sanatlar: Tema; Batı ve Doğu uygarlıklarının beşiği olan Türkiye'nin, dünyanın en önemli sanat etkinlikleri ve festivallerinin merkezi olduğunu ifade etmektedir. Türkiye'nin sanat ve kültür takvimi içerisinde sanat sergileri, sanat fuarları, bienaller, sanat performanslarının yer aldığı belirtilmekte ve ilgili konularda görseller sunulan temada İstanbul, Antalya, İzmir, Ankara, Bodrum, Adana ve Gaziantep destinasyonlarından bilgi ve örnekler sunulmaktadır.

Düğünler: Türkiye destinasyonunun yer aldığı konum ve tarihi zenginlikler itibarıyla düğün konsepti trendini takip eden çiftler arasında popüler olduğu belirtilmektedir. Tema içerisinde; düğün ve balayı etkinliklerinin yanı sıra İstanbul, Antalya, Kapadokya, Bodrum, Muğla, İzmir destinasyonlarında gerçekleştirilebilecek kraliyet ve lüks düğün, kumsal düğünü, kır düğünü, kutlama ve dini tören gibi konseptler hakkında bilgi ve görseller de yer almaktadır.

Dış Mekan & Macera: Türkiye'de sonsuz sayıda açık hava ve macera etkinliği olduğunu belirten temada; trekking ve hiking, kaya tırmanışı, su sporları, yamaç paraşütü, paraşütle atlama, mağaracılık, kanyonculuk, balıkçılık, binicilik, zipline gibi doğanın tadının çıkarılabileceği eşsiz hazinelere ve görsellere yer verilmektedir. Başlıkta ayrıca; ulaşım, vize gereklilikleri ve para konularında açıklamalar yer almaktadır.

Sağlık: Son on yıldır "Sağlıkta Dönüşüm Programı" sayesinde tıp ve tedavi konularında dünya standartlarına hızla ve verimli bir biçimde ulaşma çabasından bahsedilen temada tıbbi tedaviler, sağlık merkezleri, hastaneler, Türk doktorlar, buluşlar ve başarı hikâyeleri, tıp tarihi ve geleneksel tıp konuları ile ilgili bilgi ve görsellere yer verilmektedir.

Müzekart: Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı ve kararlaştırılmış müze ve ören yerlerinin belirli süre boyunca sınırsız ziyaret edilebileceği, destinasyon tarihi ile ilgili keyifli bir yolculuk yapılabilmesine imkan sağlayan giriş belgesi hakkında detaylı bilgilere yer verilmektedir. Temada ayrıca; fiyat, satış noktaları, gezilebilecek müze ve ören yerleri hakkında bilgi, yönlendirme ve görseller bulunmaktadır.

Sürdürülebilirlik: Türkiye'nin etik ve bilinçli gezginler için keşfedilmeyi bekleyen ve el değmemiş birçok değere sahip önemli bir destinasyon olduğu ifade edilen temada; sürdürülebilir turizm, yeşil misafirperverlik, yeşil ulaşım, yeşil deneyimler, UNESCO kültürel ve doğal mirası, sürdürülebilir gastronomi, sürdürülebilir etkinlikler ve festivaller, eko-sertifika ve eko-etiketler hakkında bilgi ve görsellere yer verilmektedir.

Plaj & Eğlence: Türkiye'yi dünyanın en güneşli destinasyonlarından biri olarak ifade eden temada; Türkiye'nin plajları, eğlence, İstanbul & Boğaziçi, bölgesel plajlar, en iyi plajlar, beş ada, en sakin plajlar, antik yüzme yerleri gibi mekân bilgi ve görselleri yer almaktadır.

Gastro: Avrupa ile Asya'nın, Doğu ile Batı'nın kesişme noktası olan Türkiye'nin Orta Asya'dan beri süre gelen konum ve kültürünün günümüz gastronomisini şekillendirdiğini ifade eden tema, kullanıcılarına; Türk kahvaltısı, Türk sokak yemekleri, fine dining, özgün yiyecek ve içecekler, meze kültürü, hasat günleri, sağlıklı Türk mutfağı, UNESCO yaratıcı şehirler ağı, rotalar, slow food, Türk yemek tarifleri hakkında bilgi ve görseller sunmaktadır.

Wellness: Geleneksel wellness terapilerinin kişiye olan katkılarından bahseden tema; SPA, termaller ve kaynak sular, Türk hamamı, Türk terapisi ve bakımı, Akdeniz diyeti gibi konulara yer vermekte, bilgi ve görseller sunmaktadır.

Öğren & Çalıştır: "Türkiye'de oku ve öğren" konsepti sunan temada çağdaş Türkiye'nin gençlere ve eğitime verdiği öneme değinilmekte, Türkiye'deki zorunlu eğitim ve yükseköğretimden bahsedilmektedir. Bu doğrultuda temada; öğrenmek ve okumak, Türkçe öğrenme, gençlik seyahatleri ve gönüllülük, beceri geliştirme gezileri, eğitim için gidilecek yerler hakkında bilgi ve görseller yer almaktadır. Temada ayrıca Türkiye'nin dünyada ana konusu çocuklar ve gençlik olan iki resmi bayrama (23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı, 19 Mayıs Atatürk'ün Anma Gençlik ve Spor Bayramı) sahip tek ülke konumunda olduğu detayına değinilmektedir.

Mavi Yolculuk: Türkiye, rüzgâr bakımından zengin birçok yelken rotasına sahip bir destinasyondur. Önemli görsel değerlere sahip koylar, korunaklı demirleme alanları, dünyaca ünlü yat limanları, sahil kasabaları ve eşsiz tarihi dokusu ile mavi yolculuklar Türkiye için önemli değerler olup bununla ilgili bilgi ve görsellere yer veren temada; Türk guletleri, mürettebatsız tekne kiralama, motor yatlar, mega yatlar hakkında açıklamaların yanı sıra Muğla, Çeşme-Alaçatı, İstanbul gibi destinasyonlardan örnekler sunulmaktadır.

Tekne Turu: Karadeniz'den Ege ve Akdeniz'e uzanan 8.000 kilometre uzunluğundaki kıyı şeridinde gerçekleştirilebilecek tekne turları ve kruvaziyer yolculuklarına değinen tema; İstanbul Galataport, Kuşadası, Marmaris, Didim, Çeşme, Bodrum, Bozcaada, İzmir, Antalya, Alanya, İzmir-Dikili, Mersin, Çanakkale, Sinop, Samsun gibi kruvaziyer destinasyonlar ve limanları ile ilgili bilgi ve görsellere yer vermektedir.

Kamp: Çadır ve macera konseptinde Türkiye ile ilgili misafirperverlik ve macera konularını ön plana çıkaran tema; karavan seyahati & rotaları başlığında karavan güzergâhlarına değinmekte, bunun yanı sıra Doğu Anadolu, Akdeniz, İstanbul, Ege, Karadeniz, Kapadokya gibi destinasyonların kamp alanları ve imkânları hakkında bilgi ve görsellere yer vermektedir.

Sporlar: Yoğun ve lüks spor kompleksleri ile elverişli ve modern antrenman sahalarına sahip Türkiye destinasyonunun dünyadaki tüm profesyonel ve amatör sporculara fırsatlar sunduğunu belirten temada; resort, kamp, otel, doğa, hava gibi etkenlere değinilmekte, ayrıca basketbol, kapalı alan ve plaj, tenis, doğa yürüyüşleri, rüzgâr sörfü, kitesurf, tüplü dalış, yüzme, koşu, binicilik, okçuluk gibi spor branşları ve bu branşlardaki en popüler şehirler hakkında bilgi ve görseller sunulmaktadır.

Bisiklet: Türkiye'nin tarih ve doğa ile bütünleşerek adeta bir "zaman makinesine" dönüştüğü notunu düşen tema yol, dağ ve elektrikli bisiklet rotalarına yer vermekte, kullanıcılarını bisiklet dostu konaklama tesislerine yönlendirmektedir. Temada ayrıca İstanbul, Antalya, Kapadokya, İzmir, Köyceğiz, Ortaca, Dalaman ve Marmaris destinasyonlarındaki bisiklet rotaları ile ilgili bilgi ve görseller yer almaktadır.

UNESCO: Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü'nün ilan ettiği sit alanlarının değeri hakkında bilgiler veren tema; Akdeniz, İç Anadolu, Güneydoğu ve Doğu Anadolu, Ege, Marmara, Karadeniz bölgelerindeki UNESCO miras alanları ve rotalara yer vermekte, ayrıca antik, kültürel ve manevi başlıklarıyla tematik rotalara da değinilmektedir.

Yürüyüş: Doğal güzellikler ve tarihi miras içerisinde antik kent, tarihi kalıntı, kumsal, koy, dağ yamacı, plato, kanyon, mağara gibi alanlardaki trekking & hiking yapılabileceğini belirten tema ülkedeki yürüyüş rotalarından bilgi ve görseller sunmaktadır. Temada; Doğu Karadeniz, Batı Karadeniz, İstanbul ve Çevresi, Ege, İç Anadolu, Doğu Anadolu, Akdeniz ve Güneydoğu Anadolu'dan trekking ve hiking rotaları örneklerine yer verilmektedir.

Golf: Dünyaca ünlü golf sahası mimarları tarafından tasarlanan golf tesislerinden örnekler sunan tema; Türkiye'nin golf tutkunlarına 4 mevsim hizmet sunabileceğini belirtmektedir. Temada; destinasyonda gerçekleştirilmiş uluslararası golf organizasyonları hakkında bilgiler yer almakta, ayrıca Belek (Antalya),

Kuşadası (Aydın), İstanbul, Bodrum (Muğla), Ula (İzmir) destinasyonlarındaki golf ve konaklama tesisleri hakkında detaylı bilgi ve görsellere değinilmektedir.

Kayak: Türkiye’de kayak, kış turizmini ön plana çıkartan bir etkinlik olup bu tema altında Ovit (Rize), Uludağ (Bursa), Erciyes (Kayseri), Palandöken (Erzurum), Kartalkaya (Bolu), Sarıkamış (Kars), Kartepe (Kocaeli), Davraz (Isparta), Saklıkent (Antalya) gibi destinasyonlar hakkında 5 duyu ile müşteri deneyimi tasarımı kapsamında bilgi ve görseller sunulmaktadır.

Dalış: Türkiye’nin Doğu ve Batı’nın buluşma noktası olduğu detayı aracılığıyla su altı etkinliklerine değinen tema kapsamında Akdeniz, Ege, Çanakkale destinasyonlarındaki dalış noktaları hakkında bilgi ve görsellere yer verilmektedir.

Toplantı: Dünya genelinde özellikle MICE alanında (meetings, incentives, conferences, exhibitions) sektörün önemli destinasyonlarından biri hâline gelen Türkiye’nin uluslararası organizasyonlara ev sahipliği yapabilme potansiyeli hakkında bilgiler sunan bu tema altında; protokol toplantısı, dernek toplantısı, kurumsal toplantı, uluslararası sergi & fuar, lansman, gala yemekleri gibi etkinlikler için uygun yer ve mekan bilgilerine yer verilmektedir. Bu doğrultuda temada; İstanbul, Antalya, İzmir, Ankara, Kapadokya, Bodrum, Kuşadası, Bursa, Konya, Gaziantep destinasyonlarındaki otel ve kongre merkezleri ile ilgili bilgi ve görseller sunulmaktadır.

İnanç: “İnancın beşiği” olarak adlandırılan Türkiye topraklarının tarih boyunca sayısız insana ve kültüre ev sahipliği yaptığını belirten tema bu birikim üzerine yoğunlaşmıştır. Tema kapsamında Türkiye’nin birçok bölgesindeki kültürel değerler, dini anıtlar, kalıntılar ve ören yerleri potansiyel dini ziyaretler kapsamında bilgi ve görsellerle desteklenerek anlatılmaktadır.

El Sanatları: Türk kültürü ve geleneksel el sanatları hakkında derin bilgiler sunan tema içeriğinde; halı, kilim, ebru, seramik, kaligrafi, minyatür işçiliği, çömlekçilik, mücevher, camcılık, dekoratif ahşap işçiliği, sedef kakmacılığı, triko, kaat’i, boyama, aydınlatma ve yaldızlama, yorgan gibi sanatsal çeşitliliklere bilgi ve görseller aracılığıyla yer verilmektedir. Temada ayrıca tüm bu çeşitliliklerin fiziksel ve çevrim içi kurslarına katılma koşulları hakkında bilgiler de sunulmaktadır.

Yaylalar: Türkiye’nin ortalama 1130 metre rakımlı bir yayla ülkesi olduğunu ifade eden tema altında bölgeler hakkında bilgi verilmekte olup yaylalara sahip destinasyonların bilgi ve görseller aracılığıyla tanıtımı yapılmaktadır. Ayrıca temada, Türkiye coğrafyasına genel bir bakış ortaya konmakta, plato ve yaylaların Türk kültüründeki önemine ve yayla turizmine değinilmektedir.

Dağlar: Kapladıkları alanlar değerlendirildiğinde yüksek rakımlı bir destinasyon olan Türkiye’de dağlar kuzey ve güney bölgelerdeki sıra dağlar olarak uzanmaktadır. İlgili temada ülkede yer alan bölgeler hakkında bilgi verilmekte ve önemli dağlara sahip destinasyonlara bilgi ve görseller aracılığıyla değinilmektedir.

Akarsular: Onlarca farklı nehirlerle ev sahipliği yapan Türkiye’deki nehirlerle genel bir bakış sağlayan temada, nehirler ve geçtikleri coğrafyalar hakkında bilgi ve görsellere yer verilmektedir. Temada ayrıca Türkiye’de farklı alan başlıklarında en çok tercih edilen nehirlerle yer verilmekte ve ülkedeki nehirlerle genel bir bakış açısı ortaya konmaktadır.

Adalar: Üç tarafı denizlerle çevrili olan Türkiye, jeopolitik açıdan da stratejik öneme sahip bir destinasyondur. Kuzeyinde Karadeniz, güneyinde Akdeniz, batısında Ege Denizi ile kuzeybatısında yer alan iç deniz özelliğindeki Marmara açıklarındaki adaların keşfedilebileceği tema, ülkenin farklı bölgelerinde yer alan göllerle ilgili bilgi ve görsellerden oluşmaktadır. Tema ayrıca, çevresindeki adalar ve adalarda yer alan doğal, kültürel, tarihi ve turistik değerlerin bilgi ve görsellerine yer vermektedir.

Göller: Kendine özgü manzaraları ve sayısız açık hava etkinlikleriyle ziyaretçilerin ilgisini çeken Türkiye’nin göllerine yer veren tema ülkenin farklı bölgelerinde yer alan göllerle ilgili bilgi ve görsellerden oluşmaktadır.

Şelaleler: Doğanın en güzel ve ilham verici harikalarından olan şelaleler irili ufaklı kaya oluşumlarına ve buz gibi berrak sulara ev sahipliği yapmaktadır. Bulunduğu bölgelere temiz su kaynağı, kamp alanları, gezinti yerleri, yeme-içme alanları, yürüyüş ve dağ bisikleti rotaları gibi imkânlar sağlayan şelaleler ve çevreleri ile ilgili bilgi ve görseller bu temayı oluşturan unsurlardır.

Yavaş Şehir: Destinasyonun yedi bölgesinde var olan cittaslow (yavaş şehirler) ile ilgili bilgi ve görseller temayı oluşturmaktadır. Marmara Bölgesinde Taraklı, Vize, İznik ve Gökçeada; Ege Bölgesinde Akyaka, Köyceğiz, Seferihisar, Yenipazar, Gökçeada ve Foça; Akdeniz Bölgesinde Eğirdir ve Yalvaç; Karadeniz Bölgesinde Gerze, Göynük, Mudurnu, Perşembe ve Şavşat; İç Anadolu Bölgesinde Gündül; Doğu Anadolu Bölgesinde Ahlat, Uzundere, Arapgir ve Kemaliye; Güneydoğu Anadolu Bölgesinde Halfeti ile ilgili bilgi ve görseller Yavaş Şehir temasında yer alan bilgilendirme detaylarıdır.

Doğa & Ekoyaşam: Türkiye'deki mavi sulara, yeşil ormanlara ve kahverengi dağlara dikkat çeken temada; tarım alanları, dağlar & sıradağlar, park & bahçeler, orman & ağaçlık araziler, milli parklar, volkanik & jeotermal alanlar, kırsal Türkiye, Türkiye'nin coğrafyası ve jeolojisi, Türkiye'nin doğa harikaları, kuş gözlem yerleri, doğal manzaralar ve adalar, plajlar ve kıyılar, göller ve akarsular başlıkları hakkında bilgi ve görsellere yer verilmektedir.

Moda: Belirgin ve karakteristik Türk özelliklerini yansıtan ürünlerle ilgili, motif ve tekniklere yer verilen temada; moda tasarım, takı tasarımı, ürün tasarımı, mobilya tasarımı, Ticaret Bakanlığı gibi başlıklara yönelik bilgi ve görseller yer almaktadır.

Alışveriş: Açık hava pazarları, kapalı çarşılar, lüks alışveriş merkezleri gibi alışveriş alanları hakkında bilgi ve görsellerden oluşan temada geleneksel alışverişin yanı sıra İstanbul, Antalya, Bodrum, Mardin, Gaziantep, Kapadokya gibi destinasyonların yerel moda ve tasarım, bölgesel yiyecekler, el işi ürünleri gibi değerlerine yer verilmektedir.

Güvenli Turizm: Yerli ve yabancı misafirlerin Türkiye'deki herhangi bir havalimanına gelişlerinden kendi ülkelerine dönüşlerine kadar olan seyahatlerle ilgili uygulamaları ifade eden temada; misafir sağlığı ve güvenliği, COVID-19 turist koruması ve destek sigortası, turistik tesislerde alınan önlemler, ulaşım araçlarında alınan önlemler, çalışanların sağlığı ve güvenliği, güvenli turizm programının kapsamı, güvenli turizm programı belgeli tesisler, güvenli turizm hakkında sıkça sorulan sorular konularında bilgi ve görsellere yer verilmektedir.

Kanyonlar: Akarsuların aşındırmasıyla oluşmuş çok sayıda kanyona ev sahipliği yapan Türkiye'deki farklı bölgelerde yer alan kanyonlarla ilgili bilgi ve görsellerden oluşan bir temadır.

Mağaralar: Temada; yeraltı gölü, sarnıç, sarkıt ve dikit gibi eşsiz coğrafi eserlere sahip Türkiye'deki 40.000'den fazla mağaranın ziyaretçilere açık olanları ile ilgili bilgilere yer verilmektedir. Temada ayrıca ülkenin farklı bölgelerindeki mağaralarla ilgili görseller de bulunmaktadır.

Dört Mevsim: Destinasyondaki mevsimler farklılıkları anlatan temada sonbaharın sakinliği, yazın sıcaklığı, kışın dinginliği ve ilkbaharın kokusu ön plana çıkartılmaktadır. İlgili temada; sonbahar, kış, ilkbahar ve yaz mevsimlerinde ülkede öne çıkan turizm destinasyonları ve aktivitelerine bilgi ve görseller aracılığıyla yer verilmektedir.

Milli Parklar: Devlet tarafından resmi olarak korunmaya değer kabul edilen doğal ve kültürel güzellikleri barındıran SİT alanları olan milli parklar, destinasyonların eşsiz doğasını ve tarihini sergilemektedir. Temada Türkiye'nin farklı bölgelerindeki 46 milli parkla ilgili bilgi ve görseller sunulmaktadır.

Havalimanları: Türkiye'deki 37'si uluslararası toplamda 54 adet hizmet veren havalimanları ile ilgili olan tema aracılığıyla hava yolculuğu, Türkiye'nin havalimanları, havalimanı kodları konularında bilgi ve görsellere ulaşılabilmektedir.

Futbol: Bir futbol ve futbolsever ülkesi olan Türkiye, birçok uluslararası futbol organizasyonlarına da ev sahipliği yapmış ve yapmakta, diğer yandan da dünyadaki birçok futbol kulübüne de antrenman, konaklama ve kamp imkânı sunmuş ve sunmaktadır. Temada; Antalya, İstanbul, Erzurum, İzmir, Trabzon, Bolu, Kocaeli gibi destinasyonların kamp seçenekleri, tesis imkânları ve doğal güzellikleri ile ilgili bilgi ve görsellere yer verilmektedir.

Helal Turizm: Nüfusunun %99'u Müslüman bir ülke olan Türkiye aynı zamanda Müslüman dostu bir tatil destinasyonudur. Müslüman dostu konaklama, helal gıda, namaz, camiler, Ramazan ayı ve bayramı, Kurban Bayramı gibi konularla ilgili bilgi ve görsellerin yer aldığı tema aracılığıyla Türkiye, Müslüman bir gezginin bir tatilden bekleyebileceği tüm olanakları sunan bir destinasyonudur.

Bağlar: Arkeolojik kanıtlar ifade etmektedir ki; Türkiye'nin Güneydoğu Anadolu Bölgesi dünyanın en eski şarap kültürüne ev sahipliği yapmasıyla öne çıkan bir coğrafyadır. Ticari ve yerli üzüm çeşitleri, Anadolu

yolculuğu, ılıman iklim koşulları, farklı ekosistemler gibi konuları barındıran temada Türkiye'nin farklı bölgelerinde yetişen yerli üzüm çeşitleri ile ülkedeki bağcılık faaliyetleri ve gelişimi konularında bilgi ve görseller sunulmaktadır.

Kültürel Rotalar: Tarih ve arkeoloji açısından oldukça zengin bir mirasa ev sahipliği yapan Türkiye'de 19.475 adet tescilli arkeolojik alan bulunmaktadır. Somut ve soyut kültürel mirasın yanı sıra coğrafi özellikleri ve doğal kaynak zenginliği, Türkiye ziyaretçilerine farklı alanlarla ilgili etkinlikler, geziler ve eğlence alternatifleri sunmaktadır. Avrupa tarihi termal kentleri rotası, zeytin ağacı rotası, Avrupa Yahudi mirası güzergâhı, Avrupa endüstriyel miras rotası, demir perde izi, Avrupa seramik rotası, Aeneas kültür rotası gibi tescilli ve kültürel rotalara ilgili temada bilgi ve görseller aracılığıyla yer verilmektedir.

Festivaller: Tarih boyunca ev sahipliği yaptığı medeniyet ve kültürlerden çeşitlilikler sunan destinasyon, dünyanın birçok coğrafyasından ziyaret alan festivaller merkezidir. Sanat, müzik, dans, tiyatro, film konseptlerinden oluşan geleneksel, gastronomi, yaşam tarzı, spor alanlarında festivaller ülkenin kültür ve sanat hayatını yansıtmaktadır. İlgili temada; Beyoğlu Kültür Yolu Festivali başta olmak üzere, İstanbul, Antalya, İzmir, Bodrum, Marmaris, Ankara, Kapadokya, Adana, Gaziantep destinasyonlarındaki festivallere ait bilgi ve görseller yer almaktadır.

Tren Turları: Deneyim, farklı destinasyonlar, eski usul cazibesi, özgürlük, esneklik, maliyet, çevre dostu gibi etkenler trenle seyahat etmek için nedenler arasındadır. Türkiye'de, son yıllarda yüksek hızlı trenler başta olmak üzere yeni hatları geliştirmek ve mevcut rotaları geliştirmek amacıyla geniş çaplı yatırımlar yapılmıştır. İlgili temada nostaljik tren turları, modern demiryolları, uluslararası demiryolları ile ilgili bilgi ve görsellere yer verilmektedir.

Türk İslam Sanatı: Selçuklu Devleti ve Osmanlı İmparatorluğu'nun kuruluşları ve gelişmeleri neticesinde Türk İslam Sanatı gelişim göstermiştir. Sanat ve edebiyatın yanı sıra çini, çanak, mücevher, ebru, kilim, halı, minyatür, tezhip, seramik, süsleme gibi alanlarda ülke genelinde gezilecek ve görülecek değerleri yansıtan temada Türk İslam sanatları ile Türk ve İslam sanatı müzeleri ve merkezleri hakkında bilgi ve görseller yer almaktadır.

Mimari: Tarih boyunca farklı medeniyet ve kültürler ev sahipliği yapan Türkiye'nin her bölgesi kültürel, coğrafi ve iklimsel koşullar açısından farklı değerleri barındırmaktadır. Farklı niteliklerdeki mimari karakteri ve tarihi yansıtan bu temada; mimari miras, Osmanlı imparatorluk mimarisi, modern mimari, yerel mimari tarzlar, mimari tasarımlar ve teknikler, tarihin ünlü mimarları, Türkiye mimarisi konularında örneklerle ilgili bilgi ve görsellere yer verilmektedir.

Dijital Göçebeler: İstanbul ve Dalaman başta olmak üzere farklı destinasyonları keşfetmek amacıyla nerede kalınır, ne yenir, nerede yenir, ne yapılır, ortak ofis alanları nelerdir, iklimi nedir, saat kaçtır gibi konularda bilgi ve görsellere yer veren tema, Türkiye'deki destinasyonları büyük şirketlere ve küçük start-up'lara potansiyel bir iş merkezi olarak tanıtmaktadır.

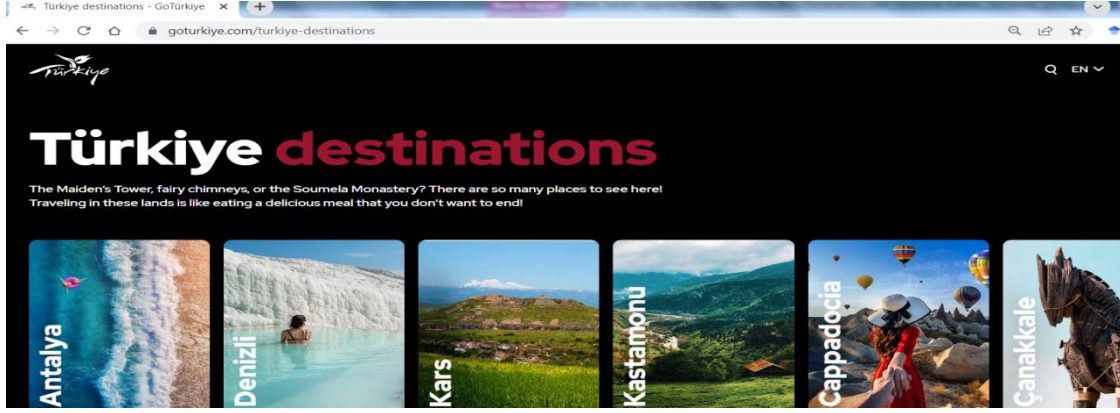
Denizler: Tema, üç tarafı denizlerle çevrili bir yarımada ülkesi olan Türkiye'deki denizlerle ilgili bilgi vermektedir. Akdeniz, Ege Denizi, Marmara Denizi ve Karadeniz'den görsellerle desteklenen temada deniz bölgelerinin iklim koşulları, turizm potansiyeli, altyapısı, kültürel mirası, doğal güzellikleri anlatılmaktadır.

Tarihi Yerler: Türkiye destinasyonunda Hititler, Frigler, Lidyalılar, İyonlar ve Urartu dönemlerinden çok sayıda antik yerleşim kalıntısı bulunmaktadır. İlgili temada ülkenin farklı bölgelerindeki yerleşim yerlerinden bilgi ve görseller bulunmaktadır.

3. Türkiye Gidilecek Yerler

Türkiye'nin her bölgesinde, her ilinde, her ilçesinde mevcut ve potansiyel ziyaretçiler için gezilecek ve görülecek birçok doğal, kültürel, tarihi ve turistik değer bulunmaktadır. İlgili temada farklı bölgelerdeki destinasyonların gezilebilecek ve görülebilecek değerleri "gör", "tat", "kokla", "dokun" ve "dinle" başlıklarında sunulmakta, bilgi ve görsellerle desteklenmektedir (Şekil 5).

Şekil 5 - Türkiye Gidilecek Yerler (Türkiye Destinations)



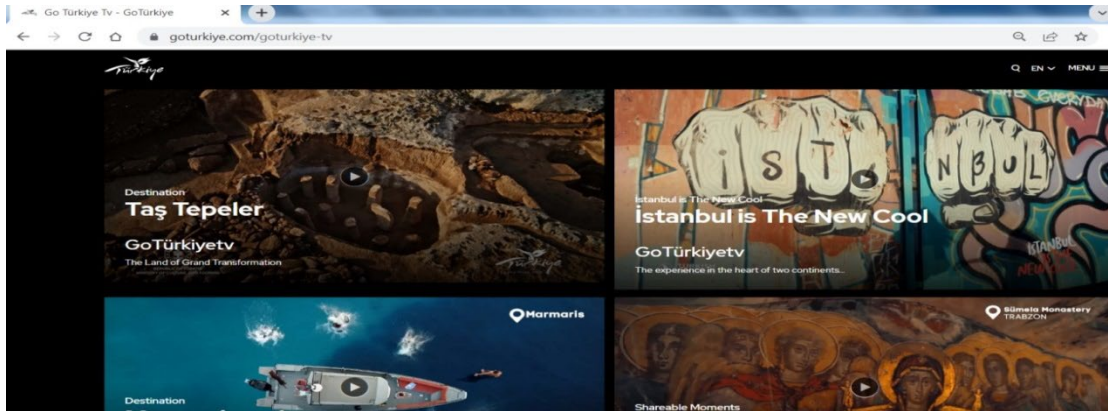
Kaynak: goturkiye.com, 2022.

Örneğin Edirne destinasyonu için “Gör” başlığında cami, külliye, köprü, çarşı, festival, sokak, müze, saray, kervansaraylarına yer verilmektedir. Destinasyonla ilgili “Tat” başlığında destinasyonların yöresel mutfakları ve gastronomi değerleri hakkında bilgilere yer almaktadır. “Kokla” başlığında destinasyonlarda yer alan tarla, deniz, orman, sabun, nehir, göl gibi alan ve değerler hakkında bilgiler sunulmaktadır. “Dokun” başlığında plaj, milli park, liman, dağ, cami kapısı, cami motifi, cami duvar hatları, tarih öncesi dolmenler, cami çinileri, harabe, ahşap bezeme, pamuk boyama tekniği, süpürgecilik, at arabası, sur, bahçe duvarı bilgi ve görsellerine yer verilmektedir. “Dinle” başlığında ise devlet Türk müziği topluluğu, Roman müzik topluluğu, Saros Körfezdeki dalgaların sesi, Kırkpınar yağlı güreşleri cazgır ile davul ve zurna, Sarayıçi tavuk ormanındaki kuşlar, Sultan II. Bayezid Külliyesi Sağlık Müzesi’ndeki müzik ve su sesleri, Kakava festivali ve ateş, bando ve ciğer festivali, Selimiye Cami’nde ezan, Hıdırellez gibi olay ve etkinliklerinin bilgi ve görsellerine yer verilmektedir. Bu tema başlığında ayrıca destinasyonla ilgili rotalar, yapmadan dönme örnekleri ve 48 saatte destinasyon seçenekleri sunulmaktadır.

4. GoTürkiye TV

Kültür ve Turizm Bakanlığı, Türk Hava Yolları, Beyoğlu Kültür Yolu Festivali gibi kurum ve kuruluşların hazırlamış olduğu tanıtım videolarının yer aldığı başlıkta; İstanbul, Taş Tepeler, Beyoğlu Kültür Yolu Festivali, Anadolu, Turkaegean, güvenli turizm, Asi Koyu, Patara Plajı, bisiklet rotaları, sevgililer günü, Cumhurbaşkanlığı Senfoni Orkestrası, müzeler gibi temalar hakkında bilgi ve videolara yer verilmektedir (Şekil 6).

Şekil 6 - GoTürkiye TV

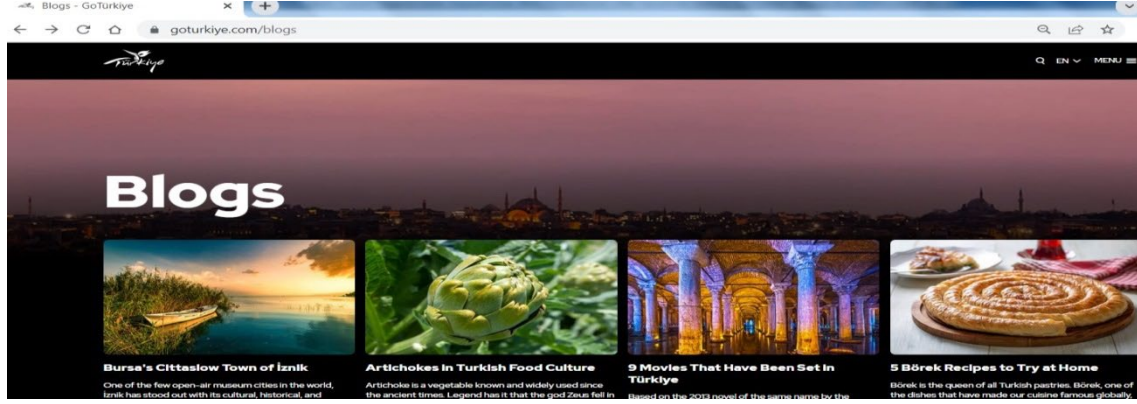


Kaynak: goturkiye.com, 2022.

5. Bloglar

Türkiye'nin sakin şehirleri, Türk yemek kültürü, Türkiye'de çekilmiş ünlü filmler, gastro rotaları, trekking güzergahları, kuş gözlemciliği alanları, kanyonlar, tarihi kuleler, milli parklar, el sanatları, dalış destinasyonları ve diğer birçok spesifik konuda hazırlanmış blog sayfalarından oluşan bu başlıkta blog konuları ile ilgili bilgi ve görsellere yer verilmektedir (Şekil 7).

Şekil 7 – Bloglar (Blogs)

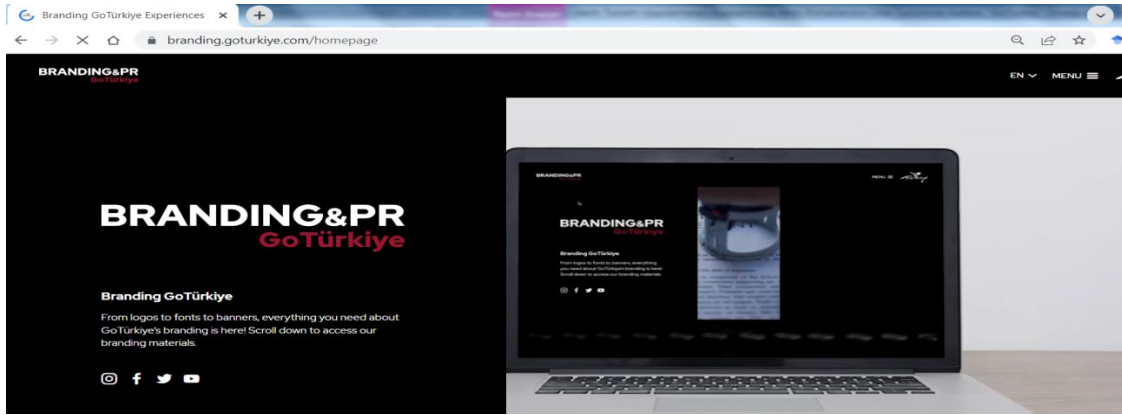


Kaynak: goturkiye.com, 2022.

6. Markalaşma ve Halkla İlişkiler

Bu menüde GoTürkiye markası ile ilgili kullanıcılara sunulan marka malzemeleri yer almaktadır. Bu doğrultuda menüde yer alan başlıklar; basın bültenleri, videolar, fotoğraflar, logolar, afişler, yazı tipleri ve medya kitleri şeklinde sıralanmaktadır (Şekil 8).

Şekil 8 – Markalaşma ve Halkla İlişkiler (Branding&PR)



Kaynak: goturkiye.com, 2022.

Basın Bültenleri: GoTürkiye ile ilgili en güncel haberler ve basın bültenleri buradan alınabilmektedir. Bugüne dek hazırlanan basın bültenlerinde; çocuk dostu oteller, tam kapanma tedbirleri, Cumhurbaşkanlığı Türkiye bisiklet turu, güvenli turizm programı, Moskova Uluslararası Seyahat ve Turizm Fuarı (MITT), aşçı kayıt programı, Atlas Sineması ve Sinema Müzesi, Türk yarış pilotu Cem Bölükbaşı, kış tatili seçenekleri, yeni güzel anılar seçenekleri, çevrim içi yayın bilgisi, World Luxury Hotel Awards, Konya Şeb-i Arus törenleri, Akdeniz'in en iyi kruvaziyer destinasyonu, Türkiye Kültür Kampüsü, Formula 1 Türkiye Grand Prix 2020 konularına yer verilmiştir.

Videolar: Bu başlıkta, çevrim içi ve çevrim dışı ihtiyaçlar için GoTürkiye ile ilgili videolar izlenebilmekte ve indirilebilmektedir. Başlık içerisinde; anılarınızı seçin, kış filmleri, Cumhurbaşkanlığı Senfoni

Orkestrası, Nemrut Dağı, Formula 1 İstanbul, yaz turizmi, güvenli turizm, Patara, İstanbul, Türkiye dizileri, Türk hikâyeleri videolarına yer verilmiştir.

Fotoğraflar: Başlıkta, çevrim içi ve çevrim dışı ihtiyaçlar için Türkiye'deki 60 destinasyonla ilgili yüzlerce fotoğrafa yer verilmiştir. Kullanıcılarla bu fotoğraflarla destinasyonlar hakkında bilgi edinebilmekte ve indirme işlemi yapabilmektedir.

Logolar: Çevrim içi ve çevrim dışı ihtiyaçlar için Türkiye ile ilgili hazırlanmış logolara yer verilen bu başlıkta, Türkiye logosu, güvenli turizm logosu, marka kılavuzu ve GoTürkiye logosu kullanıcılara sunulmuştur.

Afişler: Çevrim içi ve çevrim dışı ihtiyaçlar için GoTürkiye afişlerinin indirilebildiği başlıkta 970x250, 728x90 ve 300x250 ölçülerinde Türkçe, İngilizce ve hem Türkçe hem İngilizce olmak üzere toplamda 14 afiş “eşsiz deneyimleri keşfet” ve “güvenli turizm” sloganlarıyla kullanıcılara sunulmuştur.

Yazı Tipleri: Çevrim içi ve çevrim dışı ihtiyaçlar için GoTürkiye'nin resmi yazı tiplerine bu menüden ulaşabilmek mümkündür. İlgili menüde “copperplate”, “el yazısı”, “santral” ve “wild spirit” yazı tipleri ile ilgili indirme seçenekleri yer almaktadır.

Medya Kitleri: Medya kitinde; kurumu veya kuruluşu tanıtan, anlatan, ifade eden belli başlı olgular yer almaktadır (brandingtürkiye.com, 2022). GoTürkiye medya kitinde destinasyonlar ve tecrübeler yer verilmektedir. Bu doğrultuda destinasyonlarla ilgili information, must do's, historical places, fine dining and gastronomy, arts & culture, shopping, night life, nature gibi başlıklara yer verilmektedir.

Dünyanın birçok turizm ülkesi, destinasyonlarını tanıtabilmek, mevcut ve potansiyel ziyaretçileri ile hızlı bir iletişim kurmak için akıllı turizm uygulamalı kapsamında web portalları oluşturmuştur. Örneğin Fransa; “Explore France”, İspanya “spain.info”, Çin “TravelChina”, İngiltere “VisitEngland”, İtalya “enit.it”, Almanya “germany.travel”, Tayland “AmazingTayland”, Dubai “VisitDubai”, Brezilya “VisitBrazil”, Avustralya “TourismAustralia” portalları aracılığıyla turizm dünyasının tüm paydaşlarıyla irtibat sağlayabilmektedir (Page & Connell, 2022). Tüm bu portallar tanıtım ve ürün geliştirme konularında gerçekleştirilen bölgesel ve yerel girişimlerin ulusal ve uluslararası boyutlara taşınmasına olanak sağlamaktadır. Neticede bu ve benzeri portalların ortak amacı, destinasyonlardaki turistik yerlerin tamamen erişilebilir ve tanınabilir hâle getirilebilmesidir.

Fransa, İspanya, Çin, İngiltere, İtalya, Almanya, Tayland, Dubai, Brezilya, Avustralya örnekleri verilen resmi ve kurumsal akıllı turizm uygulamaları aracılığıyla yapılan tanıtım ve ürün geliştirme faaliyetleri Türkiye'de Kültür ve Turizm Bakanlığı aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Günümüz teknoloji imkânları ve gereksinimleri gereği bakanlık, resmi web portalı aracılığıyla ülkenin ve ülkedeki tüm destinasyonların tanıtımını yapmakta, kullanıcılarına ilgilendikleri destinasyonlara yönelik broşür ve kitapçıklar sunmaktadır. Diğer yandan bakanlığın uluslararası alanda da yer edinebilmek, Türkiye'yi daha geniş kitlelere tanıtmak, Türk turizmini geliştirmek amaçlarıyla açık erişim özelliği bulunan “gotürkiye.com” adında bir web portalı mevcuttur. Global bir marka olma amacı ile hizmet veren portal, ülkenin marka değerini güçlendirmek ve turizm endüstrisindeki pazar payını artırmak için tanıtım ve ürün geliştirme stratejileri üretmektedir.

Sonuç ve Öneriler

Destinasyonlar, günümüz turizm anlayışı kapsamında ürün, reklam, pazarlama, satış gibi konularda yoğun bir rekabet ortamı içerisinde yer almaktadır. Bu rekabet ortamında rakiplerinden bir adım öne çıkmak, ziyaretçiler tarafından tercih edilen olmak isteyen destinasyonlar teknolojiyi ve unsurlarını daha fazla kullanmaya çalışmaktadır.

Günümüz global turizm anlayışında teknoloji sıklıkça kullanılan bir rekabet aracı hâline gelmiştir. Daha geniş kitlelere ulaşabilmek, mevcut bilgileri görsel ve videolarla desteklemek, yeni nesil iletişim olan kullanıcıların görsel duylara hitap etme özellikli gör, tat, kokla, dokun ve dinle başlıklarını uygulamak günümüz turizm tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin amaçları arasında yer almaktadır. Bu doğrultuda destinasyonlar, teknoloji alanındaki değişim ve gelişmeleri yakından takip etmekte, güncel uygulamalara katılım sağlamaktadır. Etkin ve

verimli bir portal kurma düşüncesi, konu ile ilgili yetkili kurum ve kuruluşların tanıtım ve ürün geliştirme temaları kapsamında başvurduğu akıllı uygulamalar arasında yer almaktadır. Destinasyonlardaki akıllı turizm uygulamalarında hedef kitle ziyaretçilerdir. Ziyaretçi ile destinasyon etkileşiminin ziyaret öncesinde başladığı akıllı turizm uygulamalarında temel hedefler; rekabet avantajı sağlamak, destinasyon çekiciliğini artırmak ve ziyaretçi deneyiminin geliştirilmesini sağlamaktır (Buhalis & Amaranggana, 2015).

Bilindiği üzere, turistik çekicilikler destinasyonlar için turizm gelişiminin temel unsurları olmakta, turistik faaliyetlerin gelişimini etkileyen en önemli unsurlar arasında yer almaktadır. Yerli ve yabancı ziyaretçilerin seyahat kararlarını etkileyen turistik çekiciliklerin varlığı destinasyonların tercih edilme aşamasında ön planda yer alan bir durumdur (Karagöz, Aktaş & Kantar, 2022: 3). Bu turistik çekiciliklerin tanıtım faaliyetleri ve ürün geliştirme uygulamalarında teknoloji, destinasyonlardaki tüm paydaşlar tarafından aktif ve yaygın bir biçimde kullanılmaktadır.

Gelişen teknoloji ve küreselleşme neticesindeki değişimler doğrultusunda internet siteleri ve web portalları, turizm endüstrisinde faaliyet gösteren kurum ve kuruluşların tanıtım faaliyetleri kapsamında kullandıkları teknolojik imkân ve araçlar arasında yer almaktadır. Türkiye'nin resmi turizm tanıtım ve geliştirme organı olan Kültür ve Turizm Bakanlığı, farklı uygulama ve etkinliklerle Türkiye'nin turistik değer ve varlıklarını ulusal ve uluslararası alanlarda tanıtma ve geliştirme çabası sürdürmektedir. Bu doğrultuda bakanlık; kültürel ve turistik değerleri yaşatma, geliştirme, yayma, tanıtma, değerlendirme ve benimsetme konuları kapsamında ulusal ve uluslararası anlamda faaliyet göstermektedir. Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı, uluslararası tanıtım faaliyetleri kapsamında "Türkiye'nin Dünyaya Açılan Penceresi" olarak tanımlanan "GoTürkiye.com" portalı aracılığıyla 10 farklı dilde bilgi, görsel ve videolar aracılığıyla kullanıcılarına, yerli ve yabancı mevcut ve potansiyel ziyaretçilerine hizmet vermektedir.

Çalışma alanının oluşturan "GoTürkiye.com" web portalı, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın resmi tanıtım ve ürün geliştirme platformudur. Portalda; "Anasayfa", "Türkiye Deneyimleri", "Türkiye Gidilecek Yerler", "GoTürkiyeTV", "Bloglar" ve "Markalaşma ve Halkla İlişkiler" başlıkları altında tespit ve değerlendirmelere yer verilmektedir. Portal, mevcut ve potansiyel Türkiye ziyaretçilerine ülke ve destinasyonlar hakkında bilgiler sunmakta, görsel ve videolar aracılığıyla etkin ve verimli bir biçimde tanıtım faaliyetlerinde bulunmaktadır. Logo, renk, görünüm, şekil gibi alanlarda dikkat çekici içerikler sunan portalda gör, tat, kokla, dokun ve dinle başlıklarında özellikle görsel duylara hitap eden içerikler bulunmaktadır.

Türkiye'nin ilk dijital global tanıtım platformu olma özelliğine sahip "GoTürkiye.com", global çağın pazarlama dinamiklerine uygun bir şekilde tasarlanmıştır. Yapısını güncel bir biçimde yenileyen portal, ülkenin turizm potansiyelini destinasyon ve deneyim odaklı bir bakış açısı ile hedef pazarlarda kullanıcılarına sunmaktadır. Değişen tüketici istek ve beklentiler çerçevesinde farklı kullanıcılara ve tüketim alışkanlıklarına dijital açıdan akıllı uygulamalara uygun içerikte hazırlanan ve ülkedeki turizm ürün çeşitliliğini vurgulayan platform; özellikle alternatif turizm türleri ve destinasyon özellikleri ile ilgili başlıklarda bilgi, görsel ve videolar sunmaktadır. Destinasyonlara yönelik dijital tanıtım platformları turizm çatısı altındaki örgütlendirmeyi kuvvetlendirmekte, diğer yandan turistlere olduğu kadar yerel halka da bilgi sunmakta ve katkı sağlamaktadır. Konu ile ilgili benzer araştırmalarda da benzeri sonuçlar görülmektedir (Özışık & Yapıcı, 2022; Eris, 2021; Çelik & Topsakal, 2017).

Sonuç olarak turizm, ulusal ve küresel ekonomilerde kilit bir endüstri konumunda yer almakta olup her geçen yıl büyüme göstermektedir. Ülkeler, dünyadaki turizm pastasından daha fazla pay alabilmek, destinasyonlarına daha fazla ziyaretçi çekebilmek için farklı tanıtım ve ürün geliştirme adımları atmaktadır. Web portalları da bu tanıtım ve ürün geliştirme adımlarından biridir. Bununla birlikte, gelişen teknoloji ve tüketici davranışlarının da etkisiyle destinasyonlar tanıtım ve ürün geliştirme aşamalarında akıllı turizm uygulamalarına da başvurmaktadır. Dünyanın önde gelen birçok ülkesi ve destinasyonları akıllı turizm uygulamaları kapsamında dijital platformları bilgi ve görsellerle destekleyerek anlatım, tanıtım, yönlendirme, ürün geliştirme gibi konularda kullanmakta, destinasyonlara olan ilgi ve ziyaretlerin artmasını sağlamaya çalışmaktadır. Dünyanın her bölgesindeki insanlara destinasyonlarla ilgili bilgi ve görselleri ulaştırabilme, mevcut ve potansiyel ziyaretçilerin tüm destinasyonlara erişebilmesini sağlama adına atılabilecek en önemli adımlardandır. Bu ve benzeri bilgilendirme platformları

sayesinde, mevcut ve potansiyel ziyaretçiler aradıkları bilgi ve yönlendirmeleri kolay ve hızlı bir biçimde bulabilmekte, ziyaret ve seyahat programlarını planlayabilmektedir.

Akıllı turizm uygulamaları aracılığıyla kurumsal anlamda sağlıklı ve verimli bir hız ve kalite yakalanmakta, böylece tüm turizm paydaşlarının (kullanıcılar dâhil) hizmet ve çalışmaları dijital dünyaya yansımaktadır. Neticede turizm endüstrisinde faaliyet gösteren ve endüstriye katkı sağlayan tüm paydaşlar (mülki idare amirlikleri, yerel yönetimler, turizm işletmeleri, STK'lar, meslek birlikleri ve odalar, eğitim kurumları, turizm çalışanları, yerel halk, yerli ve yabancı ziyaretçiler), bu konudaki tüm gelişmeleri yakından takip etmeli, global dijitalleşme sürecine uyum sağlamalıdır. Bu doğrultuda özellikle tanıtım, ürün geliştirme, planlama, strateji oluşturma konularında dijital platformlarda güncel gelişmeler takip edilmeli, mevcut ve potansiyel ziyaretçilere bilgi, görsel ve video konularında belge ve materyal desteği sağlanmalıdır. Bunun yanı sıra, destinasyonlardaki turizm arzlarına yönelik tanıtım faaliyetleri ülke, bölge ve yöre turizminin ulusal ve uluslararası anlamda gelişme göstermesini sağlayan, tercih edilebilirliğini artıran önemli unsurlar arasında yer alacaktır.

Kaynakça

- Asgary, A., & Ozdemir, A. I. (2020). Global risks and tourism industry in Turkey. *Quality & Quantity*, 54, 1513-1536. <https://doi.org/10.1007/s11135-019-00902-9>
- Borseková, K., Vaňová, A., & Vitálišová, K. (2017). Smart specialization for smart spatial development: Innovative strategies for building competitive advantages in tourism in Slovakia. *Socio-Economic Planning Sciences*, 58, 39-50. <http://dx.doi.org/10.1016/j.seps.2016.10.004>
- Branding Türkiye. (2022). *Basın kiti nedir? Niye önemlidir? Nasıl oluşturulur?* brandingturkiye.com/basin-kiti-nedir-niye-onemlidir-nasil-hazirlanir/
- Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2015). Smart Tourism Destinations Enhancing Tourism Experience Through Personalisation of Services. I. Tussyadiah, A. Inversini (eds.), *Information and Communication Technologies in Tourism 2015*, Springer International Publishing. Switzerland. https://www.researchgate.net/profile/Dimitrios-Buhalis/publication/272576623_Smart_Tourism_Destinations_Enhancing_Tourism_Experience_Through_Personalisation_of_Services/links/54e9d4890cf25ba91c7ff388/Smart-Tourism-Destinations-Enhancing-Tourism-Experience-Through-Personalisation-of-Services.pdf
- Buzova, D., Sanz-Blas, S., & Cervera-Taulet, A. (2021). "Sensing" the destination: Development of the destination sensescape index. *Tourism Management*, 87, 104362. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104362>
- Cankurt, S., & Subasi, A. (2022). Tourism demand forecasting using stacking ensemble model with adaptive fuzzy combiner. *Soft Computing*, Published online: 10 January. <https://doi.org/10.1007/s00500-021-06695-0>
- Çelik, P., & Topsakal, Y. (2017). Akıllı turizm destinasyonları: Antalya destinasyonunun akıllı turizm uygulamalarının incelenmesi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(3), 149-166. <https://doi.org/10.24010/soid.369951>
- Djahel, S., Jabeur, N., Barrett, R., & Murphy, J. (2015, May 13-15). *Toward V2I communication technology-based solution for reducing road traffic congestion in smart cities* [Oral presentation]. International Symposium on Networks, Computers and Communications (ISNCC), Tunisia. ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?arnumber=7238584&casa_token=LYd-q4y_8K8AAAAA:clxkNWFb2d8HeliTS7S-rzCJV2C0iOyuysEelUF4E1VltC2xxFddw-YnQgTzxADw3Bs4j8Y6w&tag=1
- Ekşioğlu, M. (2016). User experience design of a prototype kiosk: A case for the İstanbul public transportation system. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 32(10), 802-813. <https://doi.org/10.1080/10447318.2016.1199179>
- Eris, T. (2021). Akıllı turizm kapsamında İzmir'in akıllı turizm uygulamalarının incelenmesi: 'visitizmir' örneği. *International Journal of Contemporary Tourism Research, Özel Sayı*, 126-134. <https://doi.org/10.30625/ijctr.948257>

- Fernández, A. G., Ruiz, L. M., & Gómez, E. R. D. (2018). Wine tourism and wine marketing in family-owned micro wineries in Guadalupe Valley, Mexico. *Roda dos Ventos Turismo e Hospitalidade*, 10(4), 690-711. <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v10i4p690>
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: Foundations and developments. *Electron Markets*, 25, 179-188. <https://doi.org/10.1007/s12525-015-0196-8>
- Hofstetter, K., & Vogl, A. (2011, May 18-20). "Smart City Wien": Vienna's Stepping Stone into the European Future of Technology and Climate [Oral presentation]. REAL CORP Tagungsband, 1373-1382. https://www.corp.at/archive/CORP2011_237.pdf
- Hu, Z-L., Park, C. A., & Reecy, J. M. (2022). Bringing the animal QTLdb and CorrDB into the future: Meeting new challenges and providing updated services. *Nucleic Acids Research*, 50, 956-961. <https://doi.org/10.1093/nar/gkab1116>
- Huang, C.D., Goo, J., Nam, K., & Yoo, C.W. (2017). Smart tourism technologies in travel planning: The role of exploration and exploitation. *Information and Management*, 54(6), 757-770. <https://doi.org/10.1016/j.im.2016.11.010>
- Jäppinen, S., Toivonen, T., & Salonen, M. (2013). Modelling the potential effect of shared bicycles on public transport travel times in Greater Helsinki: An open data approach. *Applied Geography*, 43, 13-24. <http://dx.doi.org/10.1016/j.apgeog.2013.05.010>
- Kantarci, H. B., & Karakaya, U. (2016, May 30-31). *The effects of tourism sector on Turkey's economic development* [Oral presentation]. WEI International Academic Conference Proceedings, p. 1-7, Prague, Czech Republic. <https://www.westeasinstitute.com/wp-content/uploads/2016/07/kantarci-Karakaya-kocaeli-uni.pdf>
- Karagöz, D., Aktaş, S., & Kantar, Y. (2022). Spatial analysis of the relationship between tourist attractions and tourist flows in Turkey. *European Journal of Tourism Research*, 31, 3102. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v31i.2745>
- Kim, H., & Fesenmaier, D. R. (2008). Persuasive design of destination web sites: An analysis of first impression. *Journal of Travel Research*, 47(1), 3-13. <https://doi.org/10.1177/0047287507312405>
- Lau, B. P. L., Marakkalage, S. H., Zhou, Y., Hassan, N. U., Yuen, C., Zhang, M., & Tan, U-X. (2013). A survey of data fusion in smart city applications. *Information Fusion*, 52, 357-374. <https://doi.org/10.1016/j.inffus.2019.05.004>
- Li, Y., Hu, C., Huang, C., & Duan, L. (2017). The concept of smart tourism in the context of tourism information services. *Tourism Management*, 58, 293-300. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2016.03.014>
- Merriam, S. B., & Grenier, R. S. (2019). *Qualitative research in practice - examples for discussion and analysis* (2. ed.). San Francisco: Jossey-Bass.
- Özışık Yapıcı, O. (2022). Akıllı şehir kapsamında Bursa'nın akıllı turizm uygulamalarının değerlendirilmesi: GoBursa örneği. *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 5(1), 38-49.
- Page, J. S., & Connell, J. (2022). *Ageing and the visitor economy: Global challenges and opportunities*. New York: Routledge.
- Rankin, B., Ergin, M., & Gökşen, F. (2014). A cultural map of Turkey. *Cultural Sociology*, 8(2), 159-179. <http://dx.doi.org/10.1177/1749975513494878>
- Ritmala, R. (2019). *Creating sensory experiences for customers*. [Unpublished bachelor thesis, Metropolia University]. <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/173858/Creating%20sensory%20experiences%20for%20customers.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Shabgou, M., & Daryani, S. M. (2014). Towards the sensory marketing: Stimulating the five senses (Sight, hearing, smell, touch and taste) and its impact on consumer behavior. *Indian Journal of Fundamental and Applied Life Sciences*, 4(S1), 573-581. [https://www.cibtech.org/sp.ed/jls/2014/01/00\(68\).pdf](https://www.cibtech.org/sp.ed/jls/2014/01/00(68).pdf)

- Somayya, M., & Ramaswamy, R. (2016, July 12-14). *Amsterdam Smart City (ASC): Fishing village to sustainable city* [Oral presentation]. 11. International Conference on Urban Regeneration and Sustainability, 831-842. [witpress.com/elibary/wit-transactions-on-ecology-and-the-environment/204/35709](http://www.witpress.com/elibary/wit-transactions-on-ecology-and-the-environment/204/35709)
- Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2022). *Araştırma ve Geliştirme Genel Müdürlüğü*. <https://aregem.ktb.gov.tr/Resim/353108,turkiyemizi-taniyalim-98x68-baskijpg.png?0>
- Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2022). *Establishment purpose and duties*. <https://www.ktb.gov.tr/TR-96130/kurulus-amaci-ve-gorevleri.html>.
- Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2022). *GoTürkiye*. goturkiye.com.
- Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2022). *Our mission our vision*. <https://www.ktb.gov.tr/TR-133260/misyonumuz-vizyonumuz.html>.
- Türkiye Tourism Promotion and Development Agency (TGA). (2022). *Press releases*. <https://tga.gov.tr/bultenler/global-tourism-information-platform-of-turkey-goturkiye-com-is-on-with-a-new-design/>.
- Wang, X., Li, X., Zhen, F., & Zhang, J. (2016). How smart is your tourist attraction?: Measuring tourist preferences of smart tourism attractions via a FCEM-AHP and IPA approach. *Tourism Management*, 54, 309-320. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2015.12.003>
- World Tourism Organization (UNWTO). (2021). World Tourism Barometer. *Statistical Annex*, 19(3), 1-28. https://www.wto.org/english/tratop_e/envir_e/unwto_barom21.pdf
- Yücel, H., & Bourse, M. (2017). Image and tourist discourses: Turkey seen by advertisements. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, *Special Issue (December)*, 28-39. <https://www.ojcm.net/download/image-and-tourist-discourses-turkey-seen-by-advertisements.pdf>

EXTENDED SUMMARY

Throughout the world, many public institutions and organizations play a role in the promotion of the country's tourism activities and carry out activities related to their own fields and branches. The Ministry of Culture and Tourism is the most authorized institution in the promotion phase of tourism activities in Turkey. The Ministry, taking into account the phenomenon of globalization within the scope of tourism-related promotion and development activities, blends the developing technology with the changes in consumer demands and expectations, and uses many promotional and marketing tools. In line with today's technology applications and consumer needs, smart tourism applications are among these promotional and marketing tools. In this direction, the ministry cooperates with the public authorities and organizations of the relevant destinations, exchanges information and ideas, and provides current and accurate information to current and potential users. These promotion and development activities of the Ministry of Culture and Tourism are carried out and carried out through the "GoTurkiye.com" web portal.

Within the scope of the study, the "GoTurkiye" smart tourism application (goturkiye.com) was examined in detail, and case study analysis, one of the qualitative research methods, was used. Case study analysis, which is frequently used in qualitative research in which events and situations are handled with a realistic and holistic approach in their natural environments, examines the research problem with an interdisciplinary approach and deals with the research problem with an interpretive approach. In the case study method, where answers are sought to questions of how and why, the reasons and developments related to the event or situation discussed are evaluated and interpreted according to the time in it.

The research questions were formed as follows;

- Which services are included in the "GoTurkiye" portal?
- How are the services on the "GoTurkiye" portal performed?

"GoTurkiye" smart tourism application; is a portal where the Ministry of Culture and Tourism of the Republic of Turkey introduces all destinations in the country with an experience-oriented perspective. In this direction, the ministry creates content for the portal by coordinating with the local governments and non-governmental organizations of 81 provinces in the country, and includes the cultural and touristic values of each destination. The portal, which offers rich content to its users in different areas within the scope of alternative tourism, also offers existing and potential domestic and foreign visitors itineraries and plans for their possible travels.

Having the feature of being Turkey's first digital global promotion platform, "GoTurkiye.com" has been designed in accordance with the marketing dynamics of the global age. Renewing its structure in an up-to-date manner, the portal presents the tourism potential of the country to its users in target markets with a destination and experience-oriented perspective. The platform, which is prepared with content suitable for digitally smart applications for different users and consumption habits within the framework of changing consumer demands and expectations, and emphasizing the diversity of tourism products in the country; it offers information, visuals and videos, especially on alternative tourism types and destination features.

Tourism is a key industry in national and global economies and is growing every year. Countries take different promotion and product development steps in order to get a larger share of the world's tourism cake and to attract more visitors to their destinations. Web portals are one of these promotion and product development steps. However, with the effect of developing technology and consumer behavior, destinations also apply to smart tourism applications in the promotion and product development stages. Many of the world's leading countries and destinations support digital platforms with information and visuals within the scope of smart tourism applications and use them in matters such as expression, promotion, orientation, product development, and try to increase the interest and visits to destinations. It is one of the most important steps that can be taken to provide information and visuals about destinations to people in all parts of the world, and

to ensure that current and potential visitors can access all destinations. Thanks to these and similar information platforms, current and potential visitors can easily and quickly find the information and directions they seek, and plan their visit and travel programs.

A healthy and efficient speed and quality is achieved in the institutional sense through smart tourism applications, thus the services and works of all tourism stakeholders (including users) are reflected in the digital world. As a result, all stakeholders operating in the tourism industry and contributing to the industry (local administrations, local governments, tourism enterprises, NGOs, professional associations and chambers, educational institutions, tourism workers, local people, local and foreign visitors) should follow closely and adapt to the global digitalization process. In this direction, current developments on digital platforms should be followed, especially in promotion, product development, planning, and strategy creation, and document and material support should be provided to current and potential visitors on information, visual and video issues. In addition, promotional activities for tourism supplies in destinations will be among the important factors that increase the preferability of country, regional and regional tourism, enabling it to develop nationally and internationally.