

*Atf için / for cited:* Korkmaz, H.U. (2021). Akıllı Turizmde Kültürel Miras ve Yaratıcılık: Konya Üzerine Nitel Bir Araştırma, *Journal of Vocational and Social Sciences of Turkey*, Yıl: 3, Sayı: 5, Nisan 2021, s.132-143.

## AKILLI TURİZMDE KÜLTÜREL MİRAS VE YARATICILIK: KONYA ÜZERİNE NİTEL BİR ARAŞTIRMA

H.Ufuk KORKMAZ\*

### ÖZET

Çalışmada akıllı turizm kavramı, Avrupa Akıllı Turizm Başkenti projesi ve turist çekme potansiyeline sahip büyük şehirlerden biri olan Konya'nın akıllı turizm kapsamında değerlendirilmesi ele alınmıştır. Bu çalışmanın sorusu "Konya kültürel miras ve yaratıcılık alanlarında akıllı turizme ne kadar yakındır?" olarak belirlenmiştir. Çalışmada nitel araştırma yaklaşımlarından biri olan doküman incelemesinden yararlanılmıştır. Konya şehrinin akıllı turizm kapsamında öncü bir şehir olabilmesi amacıyla daha bütüncül bir yaklaşımla tüm paydaşların ortak hareket etmesi ve potansiyel turistik kültürel öğelerin yeniden gözden geçirilerek dijitalleştirilmesi önerilmektedir. Konya'nın tanıtımına yönelik turistik simgelerden hediyeelik eşyalar tasarlanmalıdır. Tasarlanan hediyeelik eşyalar e-ticaret sitesi ile satışa sunulmalıdır. Çocuklara, gençlere ve yetişkinlere özel etkinlikler planlanmalıdır. Tiyatro, festival ve diğer sanat etkinliklerinin hem yerli hem de yabancı turistler için cazip hale getirilmesine yönelik çalışmalar yapılmalıdır. Konya'ya ait yöresel lezzetlerin ve coğrafi işaretli ürünlerin öne çıkartılması gerekmektedir. Ayrıca sunulan tüm turistik öğelerden faydalanmak isteyen yerli ya da yabancı turistler için ulaşım ve konaklama imkânlarının detaylı sunulması önemli görülmektedir. Yukarıda önerilen tüm unsurların dijital bir platformda sunulmasının turizm potansiyelinin artırılmasında olumlu bir etki yaratacağı düşünülmektedir. Konya'nın "Akıllı Turizmin Akıllı Şehri" olabilmesi amacıyla tüm potansiyel turistik kültürel öğelerin tek bir çatı altında tanıtımlarının yapılmasının şehrin kalkınması ve sürdürülebilir turizmin öncüsü olabilmesi için gerekli olduğu görülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Akıllı Turizm, Karlsruhe, Konya, Kültürel Miras, Yaratıcılık

**JEL Kodları:** Z3, Z32, Z33, M1, M30.

## CULTURAL HERITAGE AND CREATIVITY FOR "SMART TOURISM": A QUALITATIVE RESEARCH ON KONYA

### ABSTRACT

In the study smart tourism concept, "European Capital of Smart Tourism" project and the evaluation of Konya, one of the big cities with the potential to attract tourists, within the scope of smart tourism is discussed. The question of this study is determined as "How close is Konya to smart tourism in the fields of cultural heritage and creativity?" Document analysis, one of the qualitative research approaches, was used in the study.

In order to become a leading city within the scope of smart tourism, it is recommended that all stakeholders act together with a more holistic approach and potential touristic cultural elements should be reconsidered and digitized in Konya. Souvenirs from touristic symbols should be designed for the promotion of Konya. The designed gift items should be offered for sale through the e-commerce site. Special events for children, youth and adults should be planned. Theaters, festivals and other art events should be made attractive for both local and foreign tourists. Local flavors and geographically marked products of Konya should be highlighted. In addition,

\*  Dr., h.ufuk.korkmaz@gmail.com

it is important to provide detailed transportation and accommodation opportunities for local or foreign tourists who want to benefit from all the touristic items offered. Presenting on a digital platform all the elements suggested above, it is thought to have a positive effect in increasing the tourism potential. In order to call Konya "Smart City of Smart Tourism" promoting all potential touristic cultural items under one roof is seen that it is necessary for the development of the city and for being a pioneer of sustainable tourism.

**Keywords:** Smart Tourism, Karlsruhe, Konya, Cultural Heritage, Creativity

**JEL Codes:** Z3, Z32, Z33, M1, M30.

## GİRİŞ

Türkiye’de yer alan şehirler ayrı ayrı ele alındığında, çoğu şehrin turist çekme potansiyeli olan birçok unsura sahip oldukları görülmektedir. Her şehrin özgün turistik potansiyellerinin hem ulusal hem de uluslararası düzeyde tanıtımının yapılması için kamu kurumları ya da özel kuruluşlar tarafından internet siteleri tasarlanmıştır. Çalışmanın hazırlanması aşamasında incelenmiş olan bu internet sitelerinde sınırlı olan ve güncel olmayan ya da eksik olan bilgilendirmelerin yer aldığı belirlenmiştir.

Kültürel rotaların üzerinde taşıdığı öğeler arasında tarihi kentler ve yapılar, antik yerleşimler, kendine has özellikler barındıran doğal çevre, arkeolojik kalıntılar, kırsal alanlar, yerel tarihi simgeleyen kültürel öğeler ile bezeli yerleşimler, coğrafyaya ve geleneksel hayata bağlı inanç, yemek, el sanatları, müzik, yerel ürünler vb. ayrıntılardan biri ya da birden fazlası yer almaktadır (Büyük ve Can, 2020: 194).

Turist çekmekte olan ve çekme potansiyeli yüksek olan şehirlerin erişilebilirlik ve sürdürülebilirlik temaları ile dijitalleşmeyi temel alarak turizm unsurları başta olmak üzere tüm kültürel mirasını, etkinliklerini, yöresel lezzetlerini, paydaşları ile şehri geliştiren işbirliklerini kısacası şehrin tüm potansiyelini bir turiste en iyi şekilde aktarabilecekleri internet sitesine sahip olması gerekli görülmektedir. Turistlerin ziyaret öncesi şehri tanımaları, planlamalar yapabilmeleri ve etkin bir gezi rotası hazırlayabilmeleri amacıyla dijital bir şehir tanıtımı gerekmektedir.

Çalışmada nitel araştırma yaklaşımlarından biri olan doküman incelemesinden yararlanılmıştır. Bu çalışmada “Avrupa Akıllı Turizm Başkenti Uygulaması” sitesinde yer alan ana başlıklar ve alt başlıklar incelenmiştir. Kültürel miras, yaratıcılık uygulamaları ve bu alt başlıkta 2020 yılı birincisi olan Karlsruhe şehrindeki uygulama ile Konya şehrindeki uygulamalar karşılaştırılarak detaylandırılmıştır. Karlsruhe şehrindeki uygulamanın Konya şehrine uyarlanmasının sağlayacağı faydalar ve bu uygulamaya yönelik öneriler sunulmaktadır. Konya’nın seçilme sebebi; Türkiye’de 2018 yılında üçüncü ve 2019 yılında ikinci Konya’da olarak en çok ziyaret edilen müzelerden Mevlana Müzesi’nin yer alması, UNESCO Dünya miras listesinde yer alan ören yerinin varlığı, coğrafi işaret tecilli ürünlerin bulunması, Türkiye’nin TÜBİTAK destekli ilk bilim merkezinin konumlandırılmasıdır.

## 1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Başlangıçta daha çok gelişmiş ülkelere özgü bir faaliyet olarak ortaya çıkan turizm, günümüzde tüm dünyaya yayılmış olup, özellikle gelişmekte olan ülkeler, turizmi ekonomik kalkınma ve sürdürülebilir büyümenin önemli bir aracı olarak görmektedir (Alkan, 2018: 1017). Turizm, Avrupa Birliği’nin üçüncü büyük sosyo-ekonomik faaliyeti olup Avrupa Birliği’nin GSYİH’nin yaklaşık % 10’unu temsil etmektedir (AB, 2021). Dünya Turizm Örgütü küresel turizm talebinin 2035’e kadar ikiye katlanmasını beklemektedir (van Winden ve Carvalho, 2017: 18). Akıllı turizm; bilgi işlem teknolojilerinin yeni biçimlerine artan bağımlılığı açıklamak için kullanılan yeni bir moda kelimedir. Turizm endüstrisinin ve turistlerin büyük miktarda veriyi değer önerilerine dönüştürmesine imkan sağlamaktadır (Gretzell, vd., 2015: 179). Akıllı turizm, bilgi teknolojisinin turizm deneyimi ile birleşmesinden doğan sosyal bir olgudur (Hunter, vd., 2015: 105). Artan popülerlik, sürekli gelişen işlevsellik ve bunun

sonucunda ortaya çıkan olumlu deneyimlerle birlikte akıllı turizm teknolojileri seyahat ve turizmde giderek daha önemli bir rol oynamaktadır (Huang, vd, 2017: 758). Hem bölge sakinleri hem de turistler için daha rahat, güvenli, heyecan verici ve sürdürülebilir yaşam alanları sağlayan, daha kişiselleştirilmiş ve bu nedenle daha ilişkili turizm deneyimleri sunan, haber hizmetleri, iş modelleri ve pazarlar için daha da büyük imkanlar veren ve değer yaratma konusunda daha esnek yapılar ile farklı bakış açılarının bir sonucu olarak ortaya çıkan akıllı turizmin geleceği oldukça parlaktır (Gretzell, vd., 2015: 185) Akıllı turizm ekosistemleri yani elektronik ağlar aracılığıyla birbirine bağlanan insanlar; turizm kültürünü şekillendirmektedir (Hunter, vd., 2015: 107).

Akıllı turizm; dijital araçların, ürünlerin ve hizmetlerin evrimi dâhil; tüm ziyaretçiler için eşit fırsat, eşit erişim, yerel bölgenin sürdürülebilir gelişimi ile yaratıcı endüstrilere, yerel yeteneklere ve kültürel mirasa destektir (<https://smarttourismcapital.eu/about/#value-of-smart-tourism>). Akıllı turizm, bilgi teknolojileri ile turizmin yakınlaştırılmasını tanımlar. Akıllı turizmde, insanlar İnternete bağlı mobil cihazlar aracılığıyla bilgi alışverişini kullanarak sosyal ekosistemler oluşturmak için birlikte çalışırlar (Hunter, vd., 2015: 106). Akıllı turizmin teknolojik faktörü, yalnızca kişinin fiziksel çevresi ile değil, aynı zamanda topluluk ve toplumla, doğrudan veya dolaylı olarak turistlerle ilgili gerçek zamanlı etkileşimleri desteklemektedir. Her yerde bulunan altyapıları, mobil bilgi sistemlerini ve dinamik bağlantıları içeren ve giderek karmaşıklaşan çok boyuta sahiptir (Gretzell, vd., 2015: 182). Turizm sektörü büyüme ve istihdam yaratmada çok önemli bir rol oynamaktadır, ancak özellikle akıllı turizm alanında hala kullanılmayan potansiyele sahiptir (AB, 2021).

Akıllı şehrin gelişimi akıllı turizm destinasyonlarının oluşumunu teşvik edebilir (Buhalis ve Amaranggana, 2014: 554). Akıllı Turizm Destinasyonları; teknolojiye gömülü ortamlar, mikro ve makro düzeylerde etkileşime dayalı süreçler, çoklu temas noktalarında son kullanıcı cihazları ve platformları dinamik olarak kullanan paydaşları olması açısından avantajlıdır (Buhalis ve Amaranggana, 2014: 557). Farklı siyasi, sosyal, kültürel ve ekonomik etkenlere bağlı olarak akıllı şehirler farklı biçimler alabilmektedir (Ylipulli ve Luusuac, 2020:1). Buna göre; bir şehrin siyasi, sosyal, kültürel ve ekonomik yapısı ile şehrin ziyaretçiler tarafından tercih edilmesine etki eden etkenler akıllı şehir uygulamasının detaylarını yönlendirebilmektedir.

Yenilik, erişilebilirlik ve sürdürülebilirlik turizmin geleceğidir (AB, 2021). Akıllı turizmin dört temel taşı olan erişilebilirlik, sürdürülebilirlik, dijitalleşme ile kültürel miras ve yaratıcılık; Avrupa Birliği şehirlerindeki turist destinasyonlarının mükemmelliğini tanımlamada kullanılmaktadır. Erişilebilirlik yalnızca engelsiz bir varış noktası olmayı gerektirmez, aynı zamanda çok dilli hizmetleri de kapsar ve örneğin, yaşa, kültürel geçmişe veya herhangi bir fiziksel engele bakılmaksızın tüm yolcular veya ziyaretçiler için dijital olarak kullanılabilir. Sürdürülebilir olmak, yalnızca doğal kaynakları bir şehir olarak yönetmek ve korumak anlamına gelmez, aynı zamanda mevsimselliği azaltmak ve yerel topluluğu dahil etmek anlamına gelmektedir. Dijital bir şehir, turizm deneyiminin tüm yönlerini geliştirmek ve yerel işletmelerin büyümesine yardımcı olmak için dijital teknolojileri kullanmaktadır. Kültürel mirasa ve yaratıcılığa odaklanmak, yerel mirasın yanı sıra kültürel ve yaratıcı varlıkları destinasyonun, endüstrinin ve turistlerin yararına korumak ve bunlardan yararlanmak anlamına gelmektedir (AB, 2021).

Dijitalleşme; bilgiye, yaratıcılığa ve yetkilendirmeye erişimi kolaylaştırarak sosyalleşen insanlara yardımcı olmaktadır (van Winden ve Carvalho, 2017: 11). Çoklu teknolojilerin dijitalleştirilebilen günlük yaşamın tüm yönlerine entegrasyonunu temsil etmektedir. Eğlence, güvenlik, çocuk bakımı, elektrik ve ısıtma konusunda akıllı evler, e-sağlık hizmetleri, akıllı hareketlilik ve akıllı şehirler birkaç dijitalleşme örneğidir (Gray ve Rumpe, 2015: 1319). Akıllı şehir; dijital ya da dijitalleştirilmiş kentsel sistemlerdir (Finger ve Razaghi, 2017: 8). Şehirler turizmle ilgili zorlukların üstesinden gelmek için yeni dijital çözümler denemektedir (van Winden ve Carvalho, 2017: 18). IoT (Internet of Things) yani nesnelerin interneti tarafından yönlendirilen yeniliklerin turizm gelişimi için önemli etkileri vardır (Gretzell, vd., 2015: 182). Dijitalleşmeden yararlanılabilecek birçok alan vardır. Sanat eseri, tarihi kalıntılar ve belgeler gibi kültürel eserler ve varlıklar dijitalleştirilebilir. Böylece çalınmış, yok edilmiş veya doğrudan erişilemiyor olsa bile, dijital olarak korunabilir (Gray ve Rumpe, 2015: 1319).

Dijitalleşmeyle ilgili bir diğer temel eğilim ise sosyal medyanın yükselişi ve ağ platformlarının yaygınlaşmasıdır (van Winden ve Carvalho, 2017: 4). Seyahat planlaması için bir web sitesi veya uygulama tasarlarlarken, bilgilendirici olmasına, erişilebilirliğine, etkileşime ve kişiselleştirmeye önem verilmelidir (Huang, vd, 2017: 767). Bilgi alışverişi; e-ticaret dahil, sanal gerçeklik (VR), artırılmış gerçeklik (AR) ve hedef görüntü oluşumu gibi bir dizi aktiviteyi içermektedir (Hunter, vd., 2015: 105). Akıllı teknolojilerin destinasyon ortamına uyarlanması ile turist deneyimleri zenginleştirilebilir ve destinasyonların rekabet gücü artırılabilir (Buhalis ve Amaranggana, 2014: 554). Seyahat planlamasında seyahatle ilgili web siteleri, sosyal medya ve akıllı telefonlar gibi akıllı turizm teknolojilerinin kullanımı yaygınlaşmakta ve artmaktadır (Huang, vd, 2017: 757). Akıllı turizm bilgi alışverişini daha hızlı ve daha fazla hale getirerek turizmin sosyal gerçekliğini dijital olarak yeniden inşa etmektedir. Gidilecek yer bilgisinde artık fiziki mekânda faaliyet gösteren seyahat acentelerine ve parlak seyahat broşürlerine güvenilmemektedir. Kişisel anlatılar ve eleştiriler, paylaşılan tavsiye ve yorumlar ile fotoğraf şeklinde sosyal medyada dolaşan ve kullanıcı tarafından oluşturulan içerikler önem kazanmaktadır (Hunter, vd., 2015: 106). Akıllı turizm sadece muazzam miktarda veri toplamakla kalmaz aynı zamanda büyük verileri akıllıca depolama, işleme, birleştirme, analiz etme ve iş yeniliklerini, operasyonları ve hizmetleri bilgilendirme işlevini de yerine getirmektedir. Akıllı turizmde birçok teknoloji büyük veri oluşturmayı desteklemektedir (Gretzell, vd., 2015: 183). Turistlere hitap etmek için akıllılık konseptini seyahat öncesi, sırası ve sonrasında uygulayan yerler rekabet gücü seviyesini artırabilmektedir (Buhalis ve Amaranggana, 2014: 553). Rekabette yaratıcı ekonomi hakkındaki araştırmalar; büyük şehirlerin yaratıcılığın çekirdeği olduğunu varsayma eğilimindedir (Waite ve Gibson, 2009: 1223). İdeal kimlik; şehrin ülke içindeki uygun değer konumlandırmasını, hedef kitlenin çevresini, teknolojisini, rekabetini, eğilimlerini, değerlerini ve arzularını dikkate almaktadır (Moreira ve Silva 2012: 154).

## 2. LİTERATÜR TARAMASI

Çalışmada Avrupa Akıllı Turizm Başkenti uygulaması alt başlıklarından olan kültürel miras ve yaratıcılık uygulamaları ve Konya şehrinin bu kapsamda akıllı turizme yakınlığının belirlenmesi ele alınmıştır. Avrupa akıllı turizm başkenti uygulaması internet sitesi incelenmiştir. Kültürel miras ve yaratıcılık uygulaması 2020 yılı birincisi olan Karlsruhe şehrindeki uygulama ile Konya şehrinde yapılan uygulamalar karşılaştırılmıştır. Akıllı şehir ve akıllı turizm kavramları incelenmiştir. Önceki çalışmalarda genel olarak araştırmacıların akıllı şehir ve akıllı turizm kavramlarına yönelik değerlendirmeler yaptığı görülmektedir. Akıllı turizm kavramının Avrupa Akıllı Turizm Başkenti uygulaması ile ilişkilendirildiği bir çalışmaya rastlanmamıştır.

## 3. YÖNTEM

Çalışmada nitel araştırma yaklaşımlarından biri olan doküman incelemesinden yararlanılmıştır. Doküman incelemesinde; Avrupa Akıllı Turizm Başkenti uygulaması sitesinde (<https://smarttourismcapital.eu>) yer alan ana ve alt başlıklar incelenmiştir. Bu ana başlıklar; “Erişilebilirlik”, “Sürdürülebilirlik”, “Dijitalleşme” ve “Kültürel Miras ve Yaratıcılık”tır. Ana başlıklar altında tanımlanan alt başlıklarda ise akıllı turizm başkentlerinde uygulanan daha detaylı çalışmalar bulunmaktadır. Bu alt başlıkla; “Herkes için erişilebilirlik”, “Bilginin erişilebilirliği”, “İklim değişikliğiyle mücadele veya uyum sağlama”, “Doğal çevrenin korunması ve iyileştirilmesi”, “Turist akışını yaymak”, “Belirli hedef gruplar için kolaylaştırıcı bilgiler”, “Daha akıllı yönetim için bilgi toplama”, “Gelenekleri ve kültürel mirası sürdürülebilir şekilde canlandırmak”, “Ortak altyapılar” ve “Yeni yaratıcılık için kültürel mirasın kullanılması”dır. “Kültürel miras ve yaratıcılık” ana başlığında yer alan uygulamalar ve bu alt başlıkta 2020 yılı birincisi olan Karlsruhe şehrindeki uygulama detaylandırılmıştır. Çalışmada Konya şehrinin seçilme sebebi; şehri ziyaret eden turist sayısının yüksek olmasıdır.

Konya’da yer alan Mevlana Müzesi 2018 yılında üçüncü ve 2019 yılında ikinci olarak Türkiye’de en çok ziyaret edilen müze olmuştur (KTB, 2021).

#### 4. AVRUPA AKILLI TURİZM BAŞKENTİ UYGULAMASI

2018’de Avrupa Komisyonu, Avrupa Akıllı Turizm Başkenti için Avrupa Birliği çapında ilk kez bir yarışma başlatmıştır. Avrupa ülkelerinin zengin turizm önerilerini teşvik etmek, vatandaşların yerel turizmle ilgili değerleri paylaşma hissini artırmak, şehirlerde, çevrelerinde ve bölgelerinde turizm kaynaklı yenilikçi gelişimi güçlendirmek hedeflenmektedir. “Akıllı Turizm Başkenti” unvanını almakla ekonomik büyüme ile istihdam yaratma gücü elde edilmektedir. Avrupa şehirlerinin çekiciliğini artırmak, yarışmaya katılan şehirlerarasında en iyi uygulamalar için bir çerçeve oluşturmak ve işbirliği ile yeni ortaklıklar için fırsatlar yaratmak amaçlanmaktadır (AB1,2021). 2020 Avrupa Akıllı Turizm Başkenti unvanını kazananlar; destinasyonlarını medyada ve çevrimiçi olarak tanıtmak için uzman iletişim ve markalaşma desteği, şehir merkezleri için Avrupa Akıllı Turizm Başkenti heykeli, destinasyonları ve akıllı turizm teklifleri hakkında bir tanıtım videosu ve diğer birçok promosyon gibi şehrin profilini yükseltmek ve ziyaretçi sayısını artırmak için tasarlanmış Avrupa Birliği eylemlerine sahip olmaktadır (AB2, 2021). Avrupa Akıllı Turizm Başkenti yarışması ile şehirler yenilikçi projelerini anlatmaya ve paylaşmaya davet edilmektedir. Erişilebilirlik, dijitalleşme, sürdürülebilirlik, kültürel miras ve yaratıcılık kategorisinin her biri altında uygulanan fikirler ve girişimler turizm destinasyonu olarak profillerini geliştirmelerine yardımcı olmaktadır. Yarışmaya başvuru yapmış olan şehirlerin dört ana alandaki yenilikçi projelerine ait başlıklar ve alt kategorileri Tablo 1’de yer almaktadır.

**Tablo 1.** Avrupa Akıllı Turizm Başkenti Ana Başlıkları ve Alt Kategorileri

<b>Erişilebilirlik</b>	Herkes için erişilebilirlik Bilginin erişilebilirliği
<b>Sürdürülebilirlik</b>	İklim değişikliğiyle mücadele veya uyum sağlama Doğal çevrenin korunması ve iyileştirilmesi Turist akışını yaymak
<b>Dijitalleşme</b>	Belirli hedef gruplar için kolaylaştırıcı bilgiler Daha akıllı yönetim için bilgi toplama
<b>Kültürel Miras ve Yaratıcılık</b>	Gelenekleri ve kültürel mirası sürdürülebilir şekilde canlandırmak Ortak altyapılar Yeni yaratıcılık için kültürel mirasın kullanılması

Kaynak: <https://smarttourismcapital.eu>

##### 4.1. 2020 Yılı Akıllı Turizm Başkentleri

2019 Avrupa Akıllı Turizm Başkenti unvanı için yarışmak üzere; 19 Avrupa Birliği üye devletinden 38 şehir başvuruda bulunmuştur. 2019 Avrupa Akıllı Turizm Başkentleri; Helsinki (Finlandiya) ve Lyon (Fransa) olmuştur. 2020 yılında ise 17 Avrupa Birliği üye devletinden 35 şehrin yarıştığı 2020 Avrupa Akıllı Turizm Başkentleri yarışmasında Göteborg (İsveç) ve Málaga (İspanya) 2020 Avrupa Akıllı Turizm Başkenti unvanlarını kazanmıştır.

Göteborg, dijital trendlerin zirvesinde kalmayı hedeflemektedir. Şehir, hem vatandaşlar hem de turistler için deneyimleri iyileştirmeye yardımcı olan trafik ve ulaşım için geleceğe yönelik çözümler, açık veriler ve sürdürülebilirlik önlemleri gibi dijital sunumuyla öne çıkmaktadır. Akıllı turizm entegre bir yaklaşım uygulamak için çok çeşitli paydaşlar ve sektörlerle birlikte çalışılmaktadır. Şehrin turizm destinasyonlarının karşılaştığı ortak zorlukların üstesinden gelmek için Avrupa Birliği düzeyinde işbirliği yapma konusundaki uzun vadeli taahhüdü, onu başka ülkeler açısından gerçek bir rol model ve ilham kaynağı haline getirmektedir (AB3, 2021).

Malaga ise geleneksel bir güneş ve deniz turizmi noktasından modern ve yenilikçi bir turizm destinasyonuna dönüşmüştür. Sürdürülebilirlik, erişilebilirlik, yenilikçilik ve kültür kavramlarını

bütünsel akıllı turizm stratejileri ve eylemlerine başarıyla dahil etmiştir. Ziyaretçi deneyimini iyileştirmek ve yerel işletmelerin yenilikçilik kapasitesini artırmak için yeni teknolojileri kullanmaya güçlü bir şekilde odaklanmaktadır. Yerel toplulukları dahil etme ve akıllı turizmin tohumlarını eğitim düzeyinde ekmek için çalışmaktadır (AB4, 2021).

#### 4.2. Akıllı Turizm Başkentleri Kapsamında Kültürel Miras ve Yaratıcılık Alanında Proje Başvuruları

Akıllı turizm başkentleri kapsamında yer alan dört alandan biri olan kültürel miras ve yaratıcılık alanına yapılan başvurular; *gelenekleri ve kültürel mirası sürdürülebilir bir şekilde canlandırma, ortak altyapılar ve yeni yaratıcılık için kültürel mirasın kullanılması* olmak üzere üç farklı kategoriye ayrılmıştır.

Gelenekleri ve kültürel mirası sürdürülebilir bir şekilde canlandırma kapsamında; “Sauna Kültürünü Yeniden Keşfetmek”, “Kişinin Mimarisini Kutlamak”, “Bouchons Lyonnais Kalite Etiket”, “Málaga'nın Müzeler Şehri Olarak Yeniden Konumlandırılması”, “Geleneksel El Sanatları ve Etkinlikler”, “Traboules Anlaşması”, “Kamusal Alanlarda Sanatın Gücü”, “Sanatla Dolu Bir Şehir ve Akıllı Turist Yolları” 2020 yılı başvuran projelerdendir.

Ortak altyapılar kapsamında; “Halk Kütüphanesi”, “Kentsel Yeniden Gelişme”, “Ağaç Tepelerinin Altındaki Kütüphane”, “Yerel Yaratıcı Oyuncuların İşbirliği”, “Kara Geceler Film Festivali”, “Porta Posnania - Katılımcı Eğitim Merkezi”, “Karlsruhe'de Kültür”, “Uzay Kapsüllerinde Uyku”, “İlginç Turlar Ve Yaratıcı Etkinlikler” 2020 yılı başvuran projelerdendir.

Yeni yaratıcılık için kültürel mirasın kullanılması kapsamında; “Tasarım Görevlisi”, “Turistlerden Değer Yaratmak”, “Ramón Llull Girişimi 2030”, “Işık Festivali”, Bölge İçin Gurme Bir Gündem”, “Çatıların Üstünde Sanat”, “Eski, Yeni Olur” ve “Hasır Kızak Kızakları” projeleri 2020 yılı başvuran projelerine örnek verilebilir.

#### 4.3. Akıllı Turizm Başkentleri Kapsamında Kültürel Miras ve Yaratıcılık Alanında Birincilik: Karlsruhe

Karlsruhe, kültürel miras ve yaratıcılıkta olağanüstü başarısından dolayı 2020 “Avrupa Akıllı Turizm Başkenti Ödülü”nü kazanmıştır. 2020 yılı birinciliğini elde eden Karlsruhe şehri, ortak altyapılar kategorisinde yer almıştır. Almanya'nın güneybatısında yer alan Karlsruhe şehri, kültür, teknoloji ve yaşam tarzı merkezidir. Şehrin tarihi miras dengesi, yeşil alanlar, eğlence tesisleri ve kentsel faaliyetler, Karlsruhe'ye 2016'da en yaşanabilir şehir unvanını kazandırmıştır. Karlsruhe hem gelenek hem de yenilikleri göz önünde bulundurarak, hem şehirde yaşayanlar hem de turistler için şehri iyileştirici yeni teşvikler yaratmaktadır. Ziyaretçilerin kültürel programlar, yerel ulaşım ve vatandaşlık hizmetleriyle ilgili deneyimlerini basitleştirmek için benzersiz bir “digital@KA” uygulamasında tüm tekliflerin birleştirilmesi ve dijitalleştirilmesi üzerinde çalışmaktadır (AB5, 2021).

“digital@KA” uygulamasındaki “Karlsruhe'de Kültür” ana markası altında temel amaç; Karlsruhe'deki ve bölgedeki insanları Karlsruhe'deki kültürel çeşitlilik konusunda bilinçlendirmektir. Bu nedenle tanıtım ekipleri Karlsruhe'deki sayısız kültürel etkinlik ve ticaret fuarında yer almaktadır. Yurtiçi ve yurtdışındaki tanıtımlar, “Karlsruhe'de Kültür” markalı bir tramvay, öğrenci etkinlikleri ve sergi stantları, Facebook, Instagram, Youtube ve Pinterest kanalları, müzeler ve tiyatro el ilanlarına ek olarak, her yıl en iyi müzeler, tiyatrolar, festivaller ve performansları sunan “Kültürel Önemli Noktalar” paket halinde ve pratik bir bakışla çeşitli bilgi broşürleri yayınlanmaktadır. Kampanya tasarımında “Karlsruhe'de Kültür” markalı kendi ürünleri de bulunmaktadır. Çocuklara, gençlere ve yaşlılara uygun kültür etkinlikleri yer almaktadır. “Kampüs kültürle buluşuyor” sloganı ile düzenlenen etkinliklere katılımcı olmak, bilim gecesi promosyonu almak veya indirimlerden faydalanmak için Karlsruhe öğrencilerinin kültür zenginliğini somut hale getirmeyi kendine hedef koymuştur. Yurtiçi ve yurtdışından önemli sergiler ilan edilmektedir. “Kültür Tramvayı” ile Karlsruhe'nin kültürünü yeniden keşfetmeye çağırılmaktadır. Karlsruhe'nin kültürel peyzajından gelen motifler, tiyatro, görsel ve medya

sanatı, kültür tarihi, edebiyat ve dil, dans ve müzik gibi çeşitli kültürel alanları temsil etmektedir (Kulturinkarlsruhe, 2021).

### 4.3. Konya İli Dijital Tanıtım Portalları

Türkiye’de 2018 Yılında En Çok Ziyaret Edilen üçüncü müze (2.817.386 ziyaretçi) ve 2019 yılında en çok ziyaret edilen ikinci müze (3.464.155 ziyaretçi) en çok ziyaretçinin geldiği Konya Mevlana Müzesi Konya’da yer almaktadır (DOSİM, 2021). Konya sınırlarında bulunan Çatalhöyük Neolitik Alanı 2012 yılında UNESCO Dünya Mirası Listesi’ne kabul edilmiştir (UNESCO, 2021). *Konya etliekmek, Kadınhanı tahinli pidesi, Ereğli siyah havucu, Akçabelen Çetmi Şeker Fasulyesi, Ereğli beyaz kirazı, Konya peynir şekeri ve Akşehir kirazı* gibi ürünleri coğrafi işaret tescili almıştır (TPE, 2021). Kullanıcı tarafından oluşturulan içeriğe ve karşılaştırmalı satış yapan bir web sitesi ile mobil uygulamasına sahip olan Amerikan çevrimiçi seyahat şirketi Tripadvisor’da yer alan gezilecek yerler kategorisinden 30.10.2020 tarihinde alınan verilere göre Konya’nın en çok turist çeken rotaları; turistik ve simgesel yerler (23), doğa ve parklar (17) müzeler (14)dir (tripadvisor, 2020). Türkiye’nin TÜBİTAK destekli ilk bilim merkezi Konya’da açılmıştır. Ayrıca üçü devlet üniversitesi ikisi özel üniversite olmak üzere toplam beş üniversite yer almaktadır. Turistler için geniş bir deneyim potansiyeli bulunan Konya şehrinin tanıtımı amacıyla şehrin birçok farklı kurum ya da kuruluşunun internet sitelerinde yer verdiği ya da yeni internet siteleri oluşturduğu görülmüştür. Bu kurum ya da kuruluşlar genel olarak bakanlıklar, valilik, büyükşehir belediyesi, kalkınma ajansı, ticaret odası, üniversiteler, özel kuruluşlar ve özel girişimlerdir. Aşağıda bu sitelerin kısa incelemeleri yer almaktadır. Konya ile ilgili siteler ve özellikle kültür kapsamına giren alanlarda içerikleri Tablo 2’de yer almaktadır.

**Tablo 2.** Konya ile ilgili siteler ve kültür içerikleri

Kalkınma Ajansı Yatırım Destek Ofisi	Konya’da yıl boyu gerçekleştirilen ulusal ve uluslararası kültür ve sanat etkinlikleri listesi, turizm sektörüne sağlanan teşvik ve destekler, turizm yatırımlarıyla ilgili süreçler, tarihçe, coğrafi durum ve ulaşım, demografik durum, eğitim, sağlık, ekonomik durum, kültür ve turizm, ilçeler, fuarlar, il kurumları listesi; Konya Valiliği, Konya Büyükşehir Belediyesi, Konya Ticaret Odası, Konya Sanayi Odası, Konya Ticaret Borsası, Konya Organize Sanayi Bölgesi, KOP, Konya Bilim Merkezi, Made In Konya, Teknoloji Geliştirme Bölgeleri
<a href="http://www.konyadayatirim.gov.tr/sector.asp?SayfaID=6">http://www.konyadayatirim.gov.tr/sector.asp?SayfaID=6</a>	
T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Konya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	İnanç ve kültür, kongre ve fuar, sağlık, avcılık, doğa, spor, turizm istatistiği, turizm belgeli oteller, turizm seyahat acentaları, TURSAB Konya Bölge Temsil Kurulu, Turist rehberleri, Şeb-i Aruz online bilet
<a href="https://www.konyakultur.gov.tr/index.php?route=pages/pages&amp;page_id=15#">https://www.konyakultur.gov.tr/index.php?route=pages/pages&amp;page_id=15#</a>	
T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Kültür Portalı	Turizm aktiviteleri: Göller, mağaralar, at biniciliği, yamaç paraşütü
<a href="https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/konya/turizmaktiviteleri">https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/konya/turizmaktiviteleri</a>	
Konya Valiliği	Coğrafya, ekonomi, yaşam, kültür (mimari, turizm, tarih, çevre unsurları)
<a href="http://www.konya.gov.tr/sehrimiz">http://www.konya.gov.tr/sehrimiz</a>	
Tablo 2’nin devamı	
Konya Büyükşehir Belediyesi	WEB TV, şehir kameraları, şehir turu, sanal tur, Konya Bilim Merkezi, Şehitler Abidesi, Koyunoğlu Müzesi, şehir tiyatrosu, etkinlik bülteni, KOMEK, KOSKİ, elkart vb. uygulamalar, sosyal tesisler
<a href="http://www.konya.bel.tr/">http://www.konya.bel.tr/</a>	
Konya Ticaret Odası	Konya’nın tarihi, ilçeleri, sosyo-ekonomik yapısı, sekiz ilde Konya tanıtım kitabı, Konya Fuar Rehberi, Eğitim Akademisi Takvimi
<a href="http://www.kto.org.tr/">http://www.kto.org.tr/</a>	

Konya Bilim Merkezi	Sergiler, atölye ve laboratuvarlar, planetaryum, etkinlikler
<a href="http://www.kbm.org.tr/">http://www.kbm.org.tr/</a>	
Konya ilinde yer alan devlet üniversiteleri ve özel üniversiteler	Etkinlik ve uzaktan eğitimler
<a href="https://www.selcuk.edu.tr/">https://www.selcuk.edu.tr/</a> , <a href="https://www.erbakan.edu.tr/">https://www.erbakan.edu.tr/</a> , <a href="https://gidatarim.edu.tr/">https://gidatarim.edu.tr/</a> , <a href="https://www.karatay.edu.tr/">https://www.karatay.edu.tr/</a> , <a href="https://www.ktun.edu.tr/">https://www.ktun.edu.tr/</a>	
Konya Büyükşehir Belediyesi Şehir Tiyatrosu	Oyunlar ve oyun takvimi
<a href="https://konyasehirtiyatrosu.com/">https://konyasehirtiyatrosu.com/</a>	
Devlet Tiyatrosu	Oyunlar ve oyun takvimi
<a href="http://www.devletiyatro.gov.tr/DevletTiyatro/tr/genelprogramlar/10">http://www.devletiyatro.gov.tr/DevletTiyatro/tr/genelprogramlar/10</a>	
Selçuklu Kongre Merkezi	Konser, tiyatro vb. etkinlikler, etkinlik takvimi
<a href="https://sckkonya.com/Etkinlik/EtkinlikListesi">https://sckkonya.com/Etkinlik/EtkinlikListesi</a>	
Kültür A.Ş.	2004 yılında Konya Büyükşehir Belediyesi bünyesinde, her türlü kültür, sanat, ürün ve hizmetleri ile reklam ve tanıtım hizmetlerini yerine getirmek için gerekli çalışmaları yapmak, yaptırmak, tesis kurmak, kurdurmak, işletmek, işlettiirmek amacıyla kurulmuştur.
<a href="https://www.konyakultur.com/">https://www.konyakultur.com/</a>	
Özel girişim	Cami ve türbeler, baraj ve göl, üniversite, kütüphane ve anıt, park ve mesire, konya hastaneleri, konya'da zanaat, gazeteler, ilçeler, alışveriş, müze ve medrese
<a href="http://www.konyadaneyapilir.com/">http://www.konyadaneyapilir.com/</a>	
T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Konya İl Halk Kütüphanesi	Etkinlikler, katalog tarama, kültür çocuk sitesi
<a href="http://konya.kutuphane.gov.tr/">http://konya.kutuphane.gov.tr/</a>	
Konya Büyükşehir Belediyesi	Gezilecek yerler, tarihi lezzetler, etkinlikler, konaklama, şehir turu, şehir kameraları, sanal tur, etkinlik bülteni* , Konya'da sağlık, aile destek merkezi, Mevlana Kültür Merkezi *Aktif değildir.
<a href="http://konya.com.tr/">http://konya.com.tr/</a>	

Kaynak: Yazar tarafından derlenmiştir.

Tablo 2'de yer alan on dört farklı kurum ya da kuruluşun oluşturmuş oldukları internet sitelerinde; Konya şehri hakkında farklı içerikte çeşitli bilgilere yer verildiği belirlenmiştir. Bu internet sitelerine ek olarak beş üniversitede de çeşitli etkinlikler ve eğitimler hakkında bilgilendirmeler yer almaktadır. Çalışmanın hazırlanması aşamasında incelenmiş olan bu internet sitelerinde sınırlı olan ve güncel olmayan ya da eksik olan bilgilendirmeler görülmüştür. Konya şehrine ait çalışma kapsamında incelenen internet sitelerinde; Karlsruhe örneğine en yakın internet sitesinin Konya Büyükşehir Belediyesi tarafından hazırlanmış olan <https://www.konyakultur.com/> ve aynı internet sitesi içerisinden bağlantı verilen <http://konya.com.tr/> olduğu belirlenmiştir. İnternet siteleri beş farklı dilde tasarlanmıştır. Konya şehri ile bütünleşmiş olan yöresel yemeklere ait tanıtımlar yapılmıştır. İlçeler tanıtılmıştır. Müze, ören yeri, doğal güzellikler ve parklar başta olmak üzere tarihi ve turistik yerlerle ilgili kısa bilgi notları yer almaktadır. Günübirlik ziyaret için tur programları önerileri yer almaktadır. Hem yerli hem de yabancı turistlerin Konya hakkında genel bir bilgi edinmesi açısından yapılmış örnek bir çalışma olmasına rağmen 10.01.2021 tarihinde yapılan internet sitesi içerik incelemesinde bazı eksiklikler belirlenmiştir. Etkinlikler sekmesi bulunmakta ancak içeriğinde herhangi bir bilgi bulunmamaktadır. Ulaşım hakkında yalnızca hızlı tren tarifeleri gösterilmektedir. Konaklama ile ilgili yalnızca beş yıldızlı otellerin iletişim bilgileri yer almaktadır. Konya'nın en önemli kültür



varlıklarından olan Mevlana'ya ait bilgilendirme yer almaktadır; ancak Şeb-i Aruz Törenleri için online bilet alınmamaktadır. Tören için "T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Konya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü" internet sitesi üzerinden online bilet satışı yapıldığı belirlenmiştir. İnternet siteleri incelendiğinde birçok bilgiye yer verildiği ancak ziyaretçilerin tüm bilgileri bir arada bulabilecekleri ve 2020 Avrupa Akıllı Turizm Başkenti Ödülünü kazanmış Karlsruhe şehrinin başarı örneğindeki gibi etkin, kapsamlı ve şehre katkı sağlayabilecek bir sitenin yer almadığı belirlenmiştir.

## SONUÇ

Günümüzde dijital teknolojilerin her alanda yaygın kullanımı ile turistlerin ziyaret öncesi şehri tanımaları, planlamalar yapabilmeleri ve etkin bir gezi rotası hazırlayabilmeleri amacıyla şehrin sahip olduğu potansiyelin dijital olarak sunulması önemli görülmektedir.

Bu dijital sistemi kullanarak turizm deneyimini geliştirmek; hem rekabet gücünü hem de tüketici memnuniyetini en üst düzeye çıkarmak için uzun bir zaman diliminde sürdürülebilirliğe etki etmektedir (Buhalis ve Amaranggana, 2014: 557). İnternetin ve mobil cihazların her yerde bulunması ve etkili olması sonucunda; turizm destinasyonu imaj yönetimi ve pazarlamasıyla ilgili yeni iş yapma yolları, deneyim modelleri ve sorunlar ortaya çıkmaktadır (Hunter, vd., 2015: 105). Bu bilgiye erişilebilirlik avantajı; şehrin turizm alanında geliştirilmesi ve akıllı turizm uygulamalarının aktif olarak hayata geçirilmesinde kullanılmalıdır.

Akıllı turizm, üretken bir olgudur ve akıllı turizm fenomeni, bilgi teknolojisi araştırmacılarını ve geleneksel turizm araştırmacılarını bir araya getirmektedir (Hunter, vd., 2015: 113). Turizmin büyümesini yönetmek; ziyaretçilerin ve turizm girişimcilerinin davranışları hakkında yeterlilik ve bilgi gerektirir. Mobilite ile ilgili neredeyse gerçek zamanlı bilgiler, uygulamalar aracılığıyla yapılan rezervasyonlar, güvenlik kameraları, cep telefonları, kredi kartlarıyla yapılan ödemeler ve başlıca cazibe merkezlerinde satılan biletler ziyaretçi akışlarını verimli ve zamanında yönetmelerine olanak tanımaktadır (van Winden ve Carvalho, 2017: 18).

Dijital şehirlerin birçok muhtemel faydası bulunmaktadır. Buna göre; yeni dijital iş oluşumu, girişimler, işler ve gelirler, daha fazla rahatlık, bilgi ve tüketici seçimi ve kentsel üretimde yeni fırsatlar muhtemel ekonomik faydalardır. Maliyetlerin azaltılması ve kentsel hizmetlerin daha verimli hale getirilmesi, kentsel yönetimin daha öngörülü boyut kazanması ve bir şehirde mal ve hizmetlerin paylaşımını kolaylaştırmak verimlilik ile ilgili faydalardır. Geliştirilmiş toplumsal katılım ve bilgiye erişim, farklı sosyal ihtiyaçlara daha uygun çözümler ve arttırılmış paylaşım ile topluluk duygusu ise muhtemel sosyal faydalardır (van Winden ve Carvalho, 2017: 11).

2020 Avrupa Akıllı Turizm Başkenti Ödülü'nü kazanmış Karlsruhe şehri; şehrin potansiyel turistik kültürel öğelerinin her birinin uygun içerik ve uygun hedef kitleye göre hazırlanmış bir internet sitesinde bir arada olması ve paydaşların işbirliği içerisinde hareket etmesi nedeniyle akıllı turizm alanında güzel bir örnektir. Bu sebeple Karlsruhe, Avrupa Birliği üye ülkeleri arasında ayrıcalıklı bir yer edinmiştir.

Akıllı turizm uygulamaları kapsamında ele alınan Konya şehrinde müze, ören yeri, doğal güzellikler, parklar ve coğrafi işaret tescilli ürünler turistler tarafından tercih edilerek şehrin ekonomisine ve sosyal durumuna katkı sağlayabilecek potansiyele sahiptir. Bu potansiyelin hedef gruplara doğru içerik ve uygun teknoloji ile aktarılması potansiyelin verimli ve sürdürülebilir kullanımına katkı sağlayacaktır. Şehrin potansiyel turistik kültürel öğelerinin farklı kurum ya da kuruluşların oluşturdukları internet sitelerinde yer aldığı görülmektedir. Ancak bu öğelerin Karlsruhe şehrindeki kadar etkin, verimli ve kapsamlı bir şekilde yer almadığı belirlenmiştir.

Karlsruhe şehrinde yaşayanları kültürel çeşitlilik konusunda bilinçlendirme amacıyla hazırlanan internet sitesi içeriklerinin Konya şehrine uyarlanması; Konya'nın kültürel çeşitliliğinin fark edilmesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Konya şehrinin akıllı turizm kapsamında öncü bir şehir

olabilmesi amacıyla daha bütüncül bir yaklaşımla tüm paydaşların ortak hareket etmesi ve potansiyel turistik kültürel öğelerin yeniden gözden geçirilerek dijitalleştirilmesi önerilmektedir.

Karlsruhe şehrindeki “digital@KA” uygulamasının bir benzeri olarak tasarlanması önerilen Konya şehrini kapsayan internet sitesinde, şehirde yaşayanların ve turistlerin ulaşabileceği tüm kültür öğelerinin bir arada olabilmesi ve birçok kesime hitap edebilmesi amacıyla öneriler sıralanmıştır.

Çocuklara özel bir sekmede; kültürel etkinlikler, çocuk kütüphaneleri ve ailelerin çocuklarının gelişimi amacıyla katılabilecekleri etkinlikler eklenmelidir. Gençlerin ve yetişkinlerin katılabileceği yurtiçi ve yurtdışından önemli sergiler, Konya’da yer alan beş üniversitenin her birinin düzenlediği eğitimler, etkinlikler ve diğer kültürel faaliyetler eklenmelidir. Tiyatrolar, festivaller ve diğer sanat etkinlikleri Konya’da yer alan üç farklı kuruma ait internet sitesinden takip edilebilmektedir. Sahne sanatları tek sekme altında bir araya getirilmelidir. Konya kütüphaneleri ile ilgili bilgilere T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Konya İl Halk Kütüphanesi internet sitesinden ulaşılabilir. Kütüphanelere ve özellikle turizm potansiyeli olan ören yerlerine ait basılı ve dijital kaynakların tek bir sekme altında yer almalıdır.

Konya’nın “Akıllı Turizmin Akıllı Şehri” olabilmesi amacıyla tüm potansiyel turistik kültürel öğelerin tek bir çatı altında tanıtımlarının yapılmasının şehrin kalkınması ve sürdürülebilir turizmin öncüsü olabilmesi için gerekli olduğu görülmektedir. Bu nedenle; önerilen internet sitesinin hazırlanması yanı sıra şehri tanıtan simgesel hediyelik eşyaların tasarlanması ve internet sitesi üzerinden e-ticaret ile satışa sunulması, çocuklara, gençlere ve yetişkinlere özel etkinliklerin planlanması ve duyurulması, tiyatro, festival ve diğer sanat etkinliklerinin hem yerli hem de yabancı turistler için cazip hale getirilmesi amacıyla planlama yapılması, yöresel lezzetlerin ve coğrafi işaretli ürünlerin vurgulanması, ulaşım ve konaklama imkânlarının detaylandırılarak internet sitesinde yer alması önemli görülmektedir.

Avrupa Komisyonu’nun tasarladığı ve Avrupa Birliği üyelerinin katılım sağladığı “Avrupa Akıllı Turizm Başkenti” projesinin Türkiye’ye uyarlanarak “Akıllı Turizm Şehirleri Platformu”nun oluşturulması ve bu kapsamda detaylı dijital altyapıyla bir internet sitesi hazırlanması, platforma katılan her şehrin yerli ve yabancı turistler tarafında fark edilmesine ve tanınmasına katkı sağlayacaktır. Türkiye’de potansiyel turistik kültürel öğelerinin yoğun olduğu şehirleri tanıtan internet sitelerinin incelenmesi ve Karlsruhe şehrindeki uygulama gibi farklı örnekler ile karşılaştırılarak yeni öneriler sunulmasının turizm alanındaki çalışmalara katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

## KAYNAKÇA

- Buhalis, D. ve Amaranggana, A. (2014). “Smart Tourism Destinations”, *Information and Communication Technologies in Tourism*, 553-564.
- Dril, N., Galkin, A., Bibik, N. (2016). “Applying City Marketing as a Tool to Support Sustainable Development in Small Cities: Case Study in Ukraine”, *Transportation Research Procedia* 16, 46 – 53.
- Finger, M. ve Razaghi, M. (2017). “Conceptualizing Smart Cities”, *Informatik Spektrum- Hauptbeitrag*, 4(1), 6-13.
- Gray, J. ve Rumpe, B. (2015). “Models for Digitalization”, *Softw Syst Model*, (14), 1319–1320.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z. ve Koo, C. (2015). “Smart Tourism: Foundations and Developments”, *Electron Markets*, 25, 179–188.
- Huang, C.D., Goo, J., Nam, K., Yoo, C.W. (2017). “Smart Tourism Technologies in Travel Planning: The Role of Exploration and Exploitation”, *Information & Management*, 54, 757–770.
- Hunter, W.C., Chung, N., Gretzel, U ve Koo, C. (2015). “Constructivist Research in Smart Tourism”, *Asia Pacific Journal of Information Systems*, 25 (1), 105-120.
- Moreira, J., Silva, M.J. (2012). “City Marketing and Identity: Study Applied for Small Cities in Rural and Peripheral Areas”, *Transformations in Business & Economics*, 11(2), (26), 149-161.
- van Winden, W., ve de Carvalho, L. (2017). “Cities and Digitalization: How Digitalization Changes Cities – Innovation for the Urban Economy of Tomorrow”, 1-24.
- Waitt, G. ve Gibson, C. (2009). “Creative Small Cities: Rethinking the Creative Economy in Place”, *Urban Studies*, 46, (5-6), 1223–1246.

- Ylipulli, J. ve Luusua, A. (2020). "Smart Cities With a Nordic Twist? Public Sector Digitalization in Finnish Data-Rich Cities", *Telematics and Informatics*, 55, (101457), 1-9.
- AB (2020). <https://smarttourismcapital.eu/about/#value-of-smart-tourism> (Erişim Tarihi: 28.12.2020).
- AB1 (2021). <https://smarttourismcapital.eu>. (Erişim Tarihi: 10.01.2021).
- AB2 (2021). <https://smarttourismcapital.eu/how-to-apply/#eligibility> (Erişim Tarihi: 10.01.2021).
- AB3 (2021). [https://smarttourismcapital.eu/wp-content/uploads/2020/03/GOTHENBURG\\_Preliminary\\_Programme.pdf](https://smarttourismcapital.eu/wp-content/uploads/2020/03/GOTHENBURG_Preliminary_Programme.pdf) (Erişim Tarihi: 10.01.2021).
- AB4 (2021). [https://smarttourismcapital.eu/wp-content/uploads/2020/03/MALAGA\\_Preliminary\\_Programme.pdf](https://smarttourismcapital.eu/wp-content/uploads/2020/03/MALAGA_Preliminary_Programme.pdf) (Erişim Tarihi: 10.01.2021).
- AB5 (2021) <https://smarttourismcapital.eu/city/karlsruhe/> (Erişim Tarihi: 10.01.2021).
- DOSİM (2021). <http://www.dosim.gov.tr/assets/documents/2019-ZIYARETCI-WEB-SITESI.pdf> (Erişim Tarihi: 10.01.2021).
- <http://konya.com.tr/> (Erişim Tarihi: 10.01.2021).
- <http://konya.kutuphane.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 10.01.2021).
- <http://www.devtiyatro.gov.tr/DevletTiyatro/tr/genelprogramlar/10> (Erişim Tarihi: 10.01.2021).
- <http://www.kbm.org.tr/> (Erişim Tarihi: 10.01.2021).
- <http://www.konya.bel.tr/> (Erişim Tarihi: 10.01.2021).
- <http://www.konya.gov.tr/sehrimiz> (Erişim Tarihi: 10.01.2021).
- <http://www.konyadaneyapilir.com/> (Erişim Tarihi: 10.01.2021).
- <http://www.konyadayatirim.gov.tr/sector.asp?SayfaID=6>: (Erişim Tarihi: 10.01.2021).
- <http://www.kto.org.tr/> (Erişim Tarihi: 10.01.2021).
- <https://konyasehirtiyatrosu.com/> (Erişim Tarihi: 10.01.2021).
- <https://kvmgm.ktb.gov.tr/TR-43336/muze-istatistikleri.html> (Erişim Tarihi: 10.01.2021).
- <https://scekonyo.com/Etkinlik/EtkinlikListesi> (Erişim Tarihi: 10.01.2021).
- <https://www.konyakultur.com/> (Erişim Tarihi: 10.01.2021).
- [https://www.konyakultur.gov.tr/index.php?route=pages/pages&page\\_id=15#](https://www.konyakultur.gov.tr/index.php?route=pages/pages&page_id=15#) (Erişim Tarihi: 10.01.2021).
- <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/konya/turizmaktiviteleri> (Erişim Tarihi: 10.01.2021).
- <https://www.selcuk.edu.tr/> (Erişim Tarihi: 10.01.2021).
- <https://www.erbakan.edu.tr/> (Erişim Tarihi: 10.01.2021).
- <https://gidatarim.edu.tr/> (Erişim Tarihi: 10.01.2021).
- <https://www.karatay.edu.tr/> (Erişim Tarihi: 10.01.2021).
- <https://www.ktun.edu.tr/> (Erişim Tarihi: 10.01.2021).
- KTB (2021). <https://kvmgm.ktb.gov.tr/TR-43336/muze-istatistikleri.html> (Erişim Tarihi: 10.01.2021).
- Kulturinkarlsruhe (2021). <https://www.kulturinkarlsruhe.de/Ueber-uns> (Erişim Tarihi: 10.01.2021).
- TPE (2021). <https://www.ci.gov.tr/veri-tabani> (Erişim Tarihi: 10.01.2021).
- Tripadvisor (2021). [tripadvisor.com](https://www.tripadvisor.com) (Erişim Tarihi: 30.10.2020).
- UNESCO (2021). <https://www.unesco.org.tr/Pages/125/122/UNESCO-D%C3%BCnya-Miras%C4%B1-Listesi> (Erişim Tarihi: 10.01.2021).

## CULTURAL HERITAGE AND CREATIVITY FOR “SMART TOURISM”:

### A QUALITATIVE RESEARCH ON KONYA

#### EXTENDED ABSTRACT

In the study smart tourism concept, “European Capital of Smart Tourism” project and the evaluation of Konya, one of the big cities with the potential to attract tourists, within the scope of smart tourism is discussed. The question of this study is determined as "How close is Konya to smart tourism in the fields of cultural heritage and creativity?" Document analysis, one of the qualitative research approaches, was used in the study. The European Commission launched a competition for the first time in the European Union for the European Smart Tourism Capital in 2018. Cities are invited to tell and share their innovative projects with the European Smart Tourism Capital competition. The sub-headings, accessibility, digitalization, sustainability, cultural heritage and creativity, have been examined on the “European Capital of Smart Tourism” project site. Accessibility for all and accessibility of information are the subtitles of the accessibility category. Combatting or adapting to climate change, preserving and enhancing the natural environment and spreading the flow of tourists are the subtitles of the sustainability category. In the digitalisation category; facilitating information for specific target groups, collecting information for smarter management and physical and psychological accessibility through innovation are the subtitles. Reviving traditions and cultural heritage sustainably, communal infrastructures, usage of cultural heritage for new creativity are subtitles in cultural heritage and creativity. Ideas and initiatives implemented under each of the categories help them improve their profile as a tourism destination.

The competition for the 2020 was launched in which 35 cities from 17 EU Member States competed. Gothenburg (Sweden) and Málaga (Spain) won the 2020 European Capital of Smart Tourism titles. Karlsruhe has been awarded the 2020 "European Capital of Intelligent Tourism" for its outstanding achievement in cultural heritage and creativity. Karlsruhe, which won the 2020 competition, was in the category of common infrastructures. In 2016, Karlsruhe was awarded the title of the most livable city due to its historical heritage balance, green spaces, recreational facilities and urban activities. Having a website prepared for each of the city's potential touristic cultural elements with appropriate content and suitable target audience and with the cooperation of stakeholders, Karlsruhe, has a privileged place among the member states of the European Union. A unique "digital@KA" application is used for both local and foreign tourists can benefit in order to simplify the experience about cultural programs, local transport and citizenship services. On the digital@KA site, it is aimed to combine and digitize all offers. Cultural heritage and creativity practices and in this subtitle are detailed by comparing the practice in the city of Karlsruhe, which is located in the south west of Germany and the winner of 2020, and the practices in Konya. The benefits of adapting the practice in the city of Karlsruhe to the city of Konya and suggestions for this practice are presented. Konya is preferred in the study. Because, Mevlana Museum, one of the most visited museums, is located in Konya. Çatalhöyük archaeological site, which is on the UNESCO World Heritage List, is within the provincial borders of Konya. There are many products with geographical indication. Government supported Turkey's first science center is located. Internet sites created by fourteen different institutions or organizations, which include various information about the city of Konya, have been determined. In addition, information about various events and trainings are available on the websites of five universities in Konya. When the websites were examined, it was determined that there were a lot of information, but limited and outdated or incomplete information. As in the Karlsruhe success example, it has been determined that there is not an effective, comprehensive website that can contribute to the city. Today with the widespread use of digital technologies in every field, for tourists in order to get to know the city before visiting, be able to plan and prepare an effective travel route, presenting the city's potential digitally is important. In order to become a leading city within the scope of smart tourism, it is recommended that all stakeholders act together with a more holistic approach and potential touristic cultural elements should be reconsidered and digitized in Konya. Souvenirs from touristic symbols should be designed for the promotion of Konya. The designed gift items should be offered for sale through the e-commerce site. Special events for children, youth and adults should be planned. Theaters, festivals and other art events should be made attractive for both local and foreign tourists. Local flavors and geographically marked products of Konya should be highlighted. In addition, it is important to provide detailed transportation and accommodation opportunities for local or foreign tourists who want to benefit from all the touristic items offered. Presenting on a digital platform all the elements suggested above, it is thought to have a positive effect in increasing the tourism potential. In order to call Konya "Smart City of Smart Tourism" promoting all potential touristic cultural items under one roof is seen that it is necessary for the development of the city and for being a pioneer of sustainable tourism.