

Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2021, 5(2): 1525-1545.

DOI: [10.26677/TR1010.2021.779](https://doi.org/10.26677/TR1010.2021.779)

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası: <https://www.tutad.org>



ARAşTIRMA MAKALESİ

TripAdvisor Ziyaretçi Yorumlarının İçerik Analizi: Göbekli-tepe rneđi

Dr. Öđr. Üyesi Ali Rıza MANCI, şanlıurfa Harran Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu, şanlıurfa, e-posta: armanci@harran.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4618-5891>

Arř. Gör. Engin TENGİLİMOğLU, Konya Selçuk Üniversitesi, Beyşehir Ali Akkanat Turizm Fakültesi, Konya, e-posta: entengilimogluselcuk.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7080-6147>

Öz

Son dönemlerde hızlanan teknolojik gelişmeler tüketicilerin satın aldıkları bir ürüne ilişkin deneyim ve düşüncelerini online ortamlarda paylaşmalarını kolaylaştırmıştır. Turizm ürünlerinin sahip olduğu önceden değerlendirilmesi güç soyut özellikler ise ziyaretçilerin seyahat planlarını oluşturma sürecinde tüketici yorumlarına daha fazla önem vermesine neden olmuştur. Bu bağlamda, çalışmanın amacı, ziyaretçilerin Göbekli-tepe hakkında TripAdvisor sitesine bıraktığı yorumların değerlendirilmesidir. Çalışmada veriler, içerik analizi yöntemiyle çözümlenmiştir. 19 şubat 2021 tarihine kadar bırakılan 518 yorumun tamamı analiz edilmiştir. Yorumlar, 2013-2020 dönemine aittir. Sonuç olarak olumlu düşüncelerin olumsuz düşüncelerden bir hayli yüksek olduğu tespit edilmiştir. Sinevizyon gösterisi, etkileyicilik, muhteşemlik ve olağanüstü tarihsel ortam, vb. kavramlar olumlu izlenimler arasında belirtilmektedir. Olumsuz düşüncelerin başında uygulanan ücret politikası gelmektedir. Ziyaretçiler hem giriş ücretinin hem de satışa sunulan kimi ürünlerin fiyatlarının yüksek olduğunu ifade etmektedirler. Yetersiz otopark, münferit gezginlere rehberlerin eşlik etmemesi, süregiden kazılar, giriş ve gezi alanı arasındaki mesafede insani ihtiyaçların giderilememesi vb. şikayetler dillendirilmekte olup, olumsuz deneyimlere sebep olmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Göbekli-tepe, TripAdvisor, İçerik Analizi, Ziyaretçi Yorumları.

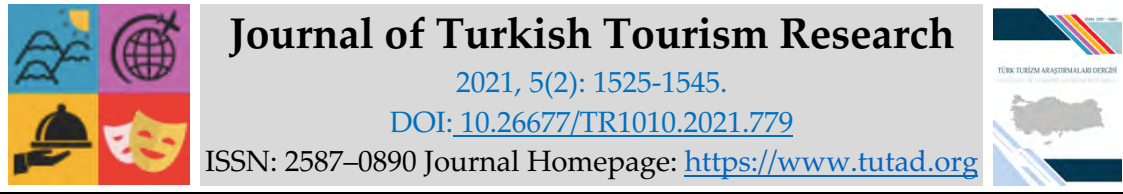
Makale Gönderme Tarihi: 10.02.2021

Makale Kabul Tarihi: 04.06.2021

Önerilen Atf:

Mancı, A. R. ve Tengilimoğlu, E. (2021). TripAdvisor Ziyaretçi Yorumlarının İçerik Analizi: Göbekli-tepe rneđi, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2): 1525-1545.

© 2021 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



RESEARCH PAPER

Content Analysis on TripAdvisor Visitors' Reviews: The Case of Göbeklitepe

Assistant Prof. Dr. Ali Rıza MANCI, Şanlıurfa Harran University, School of Tourism and Hotel Management, Şanlıurfa, e-mail: armanci@harran.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4618-5891>

Research Assistant Engin TENGİLİMOĞLU, Konya Selçuk University, Beyşehir Ali Akkanat Faculty of Tourism, Konya, e-mail: entengilimogluselcuk.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7080-6147>

Abstract

Recent technological developments have made easier for consumers to share their experiences and thoughts online. In addition, online comments are suitable when making travel plans. Moreover, the awareness of comments on a tourist site is a benefit for both visitors and managers. In this context, the purpose of the study is to evaluate the comments made by visitors about Göbeklitepe on the TripAdvisor site. In the study, the data were analyzed by content analysis method. All 518 comments made until 19 February 2021 have been analyzed. Reviews are for the period 2013-2020. Expressed positive thoughts are considerably higher than negative thoughts. Cinevision show, impressiveness, grandioseness and extraordinary historical setting, etc. concepts are mentioned among positive impressions. The most important negative opinion is the applied wage policy. Visitors state that both the entrance fee and the prices of some products offered for sale are high. Visitors complain about insufficient parking, lack of tourists guides for individual travelers, ongoing excavations, inability to meet humanitarian needs in the distance between the entrance and the excursion area. These complaints cause negative experiences.

Keywords: Content Analysis, Göbeklitepe, TripAdvisor, Visitors' Review.

Received: 10.02.2021

Accepted: 04.06.2021

Suggested Citation:

Mancı, A. R. and Tengilimoğlu, E. (2021). Content Analysis on TripAdvisor Visitors' Reviews: The Case of Göbeklitepe, *Journal of Turkish Tourism Research*, 5(2): 1525-1545.

© 2021 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.

GİRİŞ

Son dönemlerde kültür turizminin, deniz-kum-güneş olarak adlandırılan kitle turizmine bir alternatif olarak artış eğiliminde olduğu görülmektedir. Öyle ki, 2023 stratejik turizm planında kültür turizmi faaliyetlerinin artırılması GAP Kültür ve Turizm Gelişim Bölgesi adlı başlıkta öngörülmektedir. Kitle turizmine alternatif olarak farklı turizm deneyimleri yaşamak isteyen gezginler tarihi ve arkeolojik alanları ziyaret etmekte ve ziyaretlerine ilişkin deneyimlerini online ortamlarda paylaşmaktadır.

Gelişen teknoloji ile birlikte internetin turizm ile ilgili bilgi arayışında önemli bir konuma gelmesi, gezginlerin seyahat planlamalarında başvurabilecekleri birçok online platformun ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bu platformlar arasında en yaygın olarak kullanılanlardan birisi de TripAdvisor'dır. TripAdvisor ziyaretçilerin turizm ürünlerine ilişkin deneyimlerini paylaşabildiği ve diğer ziyaretçiler tarafından paylaşılan deneyimleri inceleyebildiği bir platformdur. TripAdvisor gibi platformlar sayesinde sosyal medya, turizm ürünleri hakkında bilgi edinimini kolaylaştıran önemli bir unsur haline gelmiştir (İmre, 2020). Günümüzde, turizm ürünlerine ilişkin online platformları kullanarak veri elde edilmesi yaygınlaşmıştır. Öyle ki, bu platformlarda yer alan farklı turizm ürünlerine yönelik online yorumları içerik analizine tabi tutarak yöneticilere yol gösterici çıkarımlara ulaşan çalışmaların yürütüldüğü görülmektedir (Akgöz ve Tengilimoğlu, 2015; Aylan, 2019).

Turistin bir turizm ürününe ilişkin memnuniyetinin tekrar ziyaret ve başkalarına tavsiye etme niyeti üzerinde etkili olduğu bilinmektedir (Cohen, Prayag ve Moital, 2014). Öte yandan, turist akışının sürekliliğinin sağlanmasının turist memnuniyetine bağlı olduğu da ifade edilmektedir (Aylan, 2019). Bununla birlikte, kimi turizm alanlarının hizmet sunumunda memnuniyeti olumsuz yönde etkileyecek birtakım eksiklikler bulunabilmektedir. Bu eksikliklerin online yorumlar aracılığı ile tespit edilmesi ve gerekli iyileştirme çalışmalarının yürütülmesi müşteri memnuniyetinin sürdürülebilirliği açısından önemlidir.

Bu çalışmanın amacı, Şanlıurfa'da bulunan ve Dünya Miras Listesi'ne girmeye hak kazanmış Göbeklitepe'ye ilişkin TripAdvisor üzerinde bulunan yorumların içerik analizi yöntemi ile değerlendirilmesidir. Böylece Göbeklitepe turistik alanında müşteri memnuniyetini olumlu ve olumsuz yönde etkileyen unsurların tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Elde edilen bulgular müze yöneticilerine ziyaretçi memnuniyetinin sağlanması konusunda yol gösterici bilgiler sunmaktadır. Ayrıca, çalışma Göbeklitepe özelinde ziyaretçilerin çevrimiçi yorumlarını analiz eden ilk araştırma olması nedeniyle önemli sayılabilir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Küreselleşme olgusu ürünlerin, sermayenin, bilginin ve insanların uluslararası düzeyde dolaşımını hızlandırmış ve dünyanın küresel bir köy haline gelmesini sağlamıştır. Bilginin hızlı bir şekilde anlık olarak yayılması tüketicileri de etkilemiştir. Web 2.0 sayesinde internet ve sosyal medya kullanıcıları istediği her yerden istediği anda ve istediği konuda bilgiye erişebilmektedir (Arkadaş ve Ayyıldız, 2020). Bu gelişmeler turizm sektöründe de bir takım dönüşümlere neden olmuştur (Şahin, Çolakoğlu, Kılıçdere ve Atay, 2020). Başka bir deyişle internetin ve sosyal medya kullanımının önemi turizm alanında kendini hissettirmektedir. Turizm ile ilgili online platformlar sayesinde istenilen bilgiye anlık olarak ulaşılabilir. Ayrıca ziyaretçilerin online platformlar üzerinden deneyimlerini paylaşmaları (Göral, 2015) turizm ürünlerine ilişkin olumlu ve olumsuz yönlerin hızlı bir şekilde yayılmasına neden olarak (Arkadaş ve Ayyıldız, 2020) tüketici karar sürecini etkilemektedir (İnanır ve Ongun, 2019). TripAdvisor, Booking.com, Trivago vb. online platformlar hem tüketiciler hem de hizmet sağlayıcıları için zengin içerikler sunmaktadır (Cheng, Fu, Sun, Bilgihan ve Okumus, 2019).

Online platformların turizm alanında önemli bir konuma gelmesi online yorumları veri olarak kullanan çalışmaların artmasını da sağlamıştır. Literatür incelendiğinde destinasyonlara (Belli ve Çolak, 2017; Ongun ve İnanır, 2019) müzelere (Arıca ve Yeşilyurt, 2018; Korkmaz, 2020; Ongun vd., 2020) yiyecek-içecek işletmelerine (Oğuzbalaban, 2020; Yiğit ve Şahin Perçin, 2020), konaklama işletmelerine (Arkadaş ve Ayyıldız, 2020; Çoban, Yetgin ve Çoban, 2019; Tengilimoğlu ve Öztürk, 2020; Yavuz, 2020), çiftliklere (Özdemir, Akyürek ve Kutukız, 2019) ve havayolu işletmelerine (Arslan, Yüksel, Yılmaz ve Güreş, 2020; Güngör, Yücel Güngör ve Doğan, 2019) ilişkin online yorumları içerik analizi yöntemi ile inceleyen çalışmalar görülmektedir. Dolayısıyla online yorumların sadece yiyecek içecek ve konaklama işletmeleri açısından değil, diğer turizm ürünleri açısından da önemli bilgiler içerdiği söylenebilir.

Buna karşın tarihi alanları araştırma konusu edinen çalışmalar oldukça kısıtlıdır (Kaya ve Aylan, 2020; Köroğlu vd., 2014; Özen, 2021; Topsakal, 2019). Dahası, Dünya Miras Listesinde yer alan Göbeklitepe hakkında bu tarz bir çalışmaya rastlanılamamıştır. Bu durum literatürde bir eksiklik olarak nitelendirilebilir. Bununla birlikte, benzer yöntemleri kullanarak farklı kültürel alanları değerlendiren araştırmalar literatürde mevcuttur. Özellikle tarihi yerler bağlamında, çevrimiçi yorumların değerlendirilmesi ile önemli bulguların elde edildiği görülmektedir. Örneğin, Topsakal (2019) araştırmasında, Malatya Arslantepe Höyüğünü ziyaret edenlerin yarısından fazlasının alanı mükemmel olarak nitelendirdiğini bulgulamıştır. Benzer bir çalışmada, ziyaretçilerin çoğunluğunun Ulubey Kanyonlarına yönelik yaşadıkları deneyimden memnun kaldıkları tespit edilmiştir. Ayrıca, ziyaretçilerin kanyonunu ziyaret etmeyi planlayanlara tavsiyede buldukları da belirlenmiştir (Aylan, 2019).

Dülgeroğlu ve Atay (2019) ise, Troya Ören Yeri'nin destinasyon kişiliğini tespit etmek amacıyla, TripAdvisor'a bırakılan yorumları içerik analizine tabi tutmuş ve sonuç olarak Troya Ören Yeri destinasyon kişiliğinin samimiyet, heyecan, yetkinlik ve sertlik boyutlarından meydana geldiğini tespit etmiştir. Buna ek olarak, Göreme Milli Parkı ve Kapadokya Kayalık Dünya Miras alanına ilişkin TripAdvisor üzerinde bulunan yabancı ziyaretçi yorumlarını metin madenciliği yöntemleriyle çözümleyen Özen (2021), ücret ve kalabalık gibi olumsuz durumların yanı sıra doğal güzele vurgu yapılan olumlu durumları da tespit etmiştir.

Ankara'daki tarihi Ulucanlar Cezaevi Müzesini inceleyen Kaya ve Aylan (2020), misafirlerin taşıdıkları hissiyat çeşitlerini, tatmin seviyelerini ve önerilerini belirlemek amacıyla TripAdvisor seyahat sitesinden elde ettikleri verileri içerik analizi yöntemi ile analiz etmişlerdir. Ziyaretçilerin beklentileri, hissiyatları, önerileri ve diğer yorumlarını dört tema altında toplayarak kodlamışlardır. Sonuç olarak, müzenin ziyaretçilerin çoğunluğu tarafından beğenildiğini ve ziyaretten memnun kaldığını tespit etmişlerdir. Buna ek olarak, ziyaretçiler müzenin kesinlikle ziyaret edilmesi yönünde tavsiyede bulunmuşlardır ve fiziksel olanakların iyileştirilmesini müze yönetimine bildirmişlerdir.

Şahin ve Şad (2019) tarafından Türkiye'de en çok ziyaret edilen 10 müzeye ilişkin (Ayasofya, Topkapı Sarayı, Konya Mevlâna, Topkapı Sarayı- Harem Dairesi, İstanbul Arkeoloji, Ankara Cumhuriyet, Antalya Demre, Nevşehir Hacıbektaş, Ankara Anadolu Medeniyetleri, İstanbul Kariye Müzeleri) ziyaretçi yorumları içerik analizine tabi tutulmuştur. Toplamda 2224 yorum incelenerek 687 tema oluşturulmuştur. Oluşturulan temalar koleksiyon, yönetim, işgörenler, ücret, bina, çevre ve ziyaretçiler olmak üzere 7 ana tema altında toplanmıştır. Sonuç olarak yorumların tamamına yakınının olumlu olduğu tespit edilirken olumsuz yorumların genel olarak çevre, bina ve ziyaretçiler temalarında toplandığı tespit edilmiştir.

Çok sayıda ziyaretçiyi ağırlayan Efes, Hierapolis, Troia, Kaymaklı Yeraltı Şehri ve Myra antik kentine ilişkin ziyaretçi yorumlarını değerlendiren kapsamlı bir çalışmada Köroğlu ve diğerleri (2014) içerik analizi sonucunda olumlu ve olumsuz temalar oluşturmuştur. Köroğlu ve diğerleri (2014) elde ettiği sonuçlardan yola çıkarak her bir tarihi alan için ayrı çalışmalar yapılmasını

önermiştir. Ayrıca zamanla değişen şartlara vurgu yaparak bu çalışmaların zaman zaman tekrarlanması gerektiğini belirtmiştir.

Kormaz (2020) tarafından Avrupa Yılın Müzesi yarışması finalisti Çanakkale Troya Müzesine yönelik Google haritalar paylaşımlarının değerlendirildiği bir araştırmada 1.347 adet ziyaretçi yorumu veri olarak kullanılmış ve sonuç olarak ziyaretçilerin müzeden yüksek memnuniyetle ayrıldıkları ve dolayısıyla başkalarına tavsiye edecekleri öngörülmüştür. İncelenen yorumlarda Müzenin mimari yapısının, sergilenen eserlerin, teknolojik altyapının, sunuş tarzının ve bilgi içeriğinin ön plana çıktığı bulgulanmıştır.

Wight (2020) Amsterdam'daki Ann Frank'ın Evi, Polonya'daki Auschwitz-Birkenau Müzesi ve Berlin, Almanya'daki Yahudi Müzesi olmak üzere Avrupa Holokost (felaket, soykırım) Miras Listesinde bulunan turizm alanlarına ilişkin sosyal medya paylaşımlarını netnografi yöntemi ile değerlendirmiştir. Ziyaretçilerin sosyal belleklerinin, değerlerinin, varoluşsal kaygılarının ve duygularının davranışları üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir. Çalışmada elde edilen bulgulardan hareketle Holokost Mirasının yönetimine ilişkin öneriler geliştirilmiştir.

Yazıcıoğlu vd., (2020) tarafından gerçekleştirilen bir araştırmada Salda Gölü üzerinde aşırı turizmin etkilerinin ve sonuçlarının TripAdvisor'da bulunan yorumlar bağlamında ele alındığı ve sürdürülebilir turizme ilişkin öneriler geliştirildiği görülmektedir (Yazıcıoğlu, Alphan ve Onur, 2020). İnanır ve Ongun ise (2019) Salda Gölüne ilişkin TripAdvisor'da yer alan 708 ziyaretçi yorumunu tümevarımsal içerik analizi yöntemi ile incelemişlerdir. Sonuç olarak yörenin tabii güzellikleri, sağlık turizmine ilişkin imkanlar, rekreasyonel etkinlikler, yerel halkın tutumu ve gastronomik ürünler bakımından olumlu, çevresel sorunlar, yol, iletişim, turizmi işletmeleri bakımından olumsuz düşüncelerin ifade edildiğini tespit etmişlerdir.

Belli ve Çolak (2017) Şanlıurfa'nın turizm kaynaklarına ilişkin ziyaretçi yorumlarını değerlendirdikleri çalışmada ziyaretçilerin yüksek düzeyde memnun kaldığını tespit etmiştir. Benzer bir çalışmada Türker ve Yaşar (2018) ise Safranbolu'ya ilişkin inceledikleri yorumlarda olumlu temaların daha çok öne çıkmasından dolayı turizm kaynaklarına ilişkin memnuniyetin yüksek olduğu çıkarımında bulunmuştur. Diğer bir araştırmada Türkoğlu ve Demir (2020) Malatya'nın ulaşım imkanlarının olumlu olmasına karşın tanıtım konusunda eksiklikler olduğunu tespit etmiştir. Thailand Phuket adasının turistik çekiciliklerinin ziyaretçiler açısından değerlendiren Taecharungroj ve Mathayomchan (2019), misafirlerin TripAdvisor sitesine yazdıkları yorumları analiz ederek ziyaretçi yorumları bağlamında öneriler geliştirmiştir.

Stoleriu vd., (2019) Dünya Miras Listesinde yer alan Danube (Tuna) Delta'sına ilişkin TripAdvisor üzerinde bulunan ziyaretçi yorumlarını değerlendirdikleri bir araştırmada ziyaretçi deneyimlerinin gene olarak olumlu olduğu ve olumlu deneyimlerin genel olarak doğa ve yaban hayatıyla sağlanan yakın temas üzerine odaklandığı tespit edilmiştir.

İlgili çalışmalarda görüldüğü üzere online yorumlar turistik bir ürüne ilişkin ziyaretçi deneyimlerinin anlaşılması bakımından yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Ziyaretçi deneyimlerinin anlaşılması ise memnuniyetin sağlanması, turistik ürün yönetimi ve pazarlama stratejilerinin geliştirilmesi bakımından önemli bir adımdır (Skov, Lykke ve Jantzen, 2018). Bu bağlamda ilgili çalışmaların ziyaretçi deneyimine etki eden bileşenlere odaklandığı görülmektedir (Stoleriu vd., 2019). Fakat ilgili literatür incelendiğinde turizm işletmeleri ve destinasyonlar üzerine gerçekleştirilen birçok çalışma ile karşılaşılırken tarihi alanlara ilişkin kısıtlı sayıda çalışma olduğu anlaşılmaktadır. Bu bakımdan ziyaretçi deneyimine etki eden unsurların tespit edilerek memnuniyetin sağlanması bakımından tarihi alanlara ilişkin ziyaretçi yorumlarını değerlendiren çalışmalara ihtiyaç olduğu söylenebilir.

Göbeklitepe Ören Yeri

Dünya Miras Komitesi öncülüğünde çeşitli kriterler göz önüne alınarak uluslar üstü niteliğe sahip olan Dünya Miras Listesi hazırlanmıştır. Göbeklitepe 2018 yılında taşıdığı niteliklerle listeye girebilmiştir. Göbeklitepe kültür turizmi bağlamında olağan üstü çekiciliklere sahiptir. Son yıllarda milyonlarca kişi tarafından ziyaret edilmiştir.

Harran ovasını görebilen yüksek bir tepede bulunması, T biçiminde dikili taşlardan oluşturulmuş daire şeklindeki yapısı, bu taşların üzerinde çok sayıda hayvan kabartmalarının bulunması, soyut simgelerin kullanılması, zeminin Terrazzo Tabanlı bir düzlemde olması ve labirent biçimindeki C tapınağı alanın temel özellikleri arasında gösterilmektedir (Kurt ve Göler, 2017).

Göbeklitepe ile birlikte yerleşik düzene geçişte beslenme ihtiyacından ziyade dinin (inanç) bir itici güç olduğu görüşü elde edilen buluntularla desteklenmektedir. Stonhenge ve Piramitlerden çok önce inşa edilmiş olan Göbeklitepe alanı 15 metre yükseklikte, 300 metre çapındadır. Toplamda 20'ye yakın daire biçiminde oluşturulmuş alan bulunmaktadır. İçerisinde neredeyse 6 metre yüksekliğinde 40 ton ağırlığında insanı betimlediği düşünülen onlarca T şeklinde sütunlar mevcuttur. Sütunların üzerinde kabartma tarzında sembolik anlatımlar yer almaktadır. Yapılan değerlendirmeler, alanı M.Ö. 10,000 yıllarına tarihlendirmektedir. O günün insanların burada ibadet için toplandıkları öngörülmektedir. Göbeklitepe şimdiye kadar keşfedilen insanlığın en eski mekânsal ibadet alanıdır (Şekil 1).

Göbeklitepe'nin ne amaçla yapıldığı hakkında farklı söylemler ortaya atılmıştır. Göbeklitepe'nin kutsal kitaplarda söz edilen Aden Bahçesi veya gökyüzü cisimlerini kolaylıkla izlemek için yüksek yerde inşa edilmiş bir yapı olduğu söylenmektedir. Hatta buranın bir yerleşim yeri olmadığı bazı ritüellerin gerçekleştirilmesi amacıyla bir ayın ya da toplanma merkezi olduğu kanaati hakimdir (Özalp, 2016: 61). Öyle ki tabanının sıvı geçirmeyen özellikte olması ve su kanallarının mevcudiyeti tanrılara kurban sunulduğunun bir işareti sayılabilir (Özalp, 2016: 65). Schmidt (2007), Şamanizm'e ait ip uçlarından yola çıkarak, buranın ancak bir tapınma merkezi olabileceğini söylemiştir. Dini ritüellerin gerçekleştiğinin kanıtlanabileceği fakat Şaman töreni olduğunun kesin olarak bilinemeyeceğinden de söz etmiştir.

Avcı-toplayıcı olarak yaşamlarını idame ettiren, belirli bir inanca mensup ve tarımsal faaliyetleri olmayan ve meskûn hayata geçememiş insanların üstün evrensel nitelikli sembolik anlatıma sahip tapınaklar inşa etmiş olmaları, bilim adamlarını şaşırtmış olup, öteden beri yerleşik görüşleri alt üst etmiştir (Kurt ve Göler, 2017: 1134).



Kaynak: <https://www.behance.net/>

YÖNTEM

Bu çalışmada, Göbeklitepe'ye ilişkin TripAdvisor üzerinde yer alan ziyaretçi yorumlarının içerik analizi ile değerlendirilmesi amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda, TripAdvisor üzerinde yer alan Göbeklitepe ile ilgili yorumlar indirilerek Maxqda nitel analiz paket programı aracılığıyla çözümlenmiştir. İlk aşamada yorumlar ilgili oldukları temalara göre araştırmacılar tarafından manuel olarak kodlanmıştır. Toplamda 1328 kodlama işlemi gerçekleştirilmiştir. Daha sonra ilgili temaların yorumlar içerisinde geçme sıklıkları ve birbirleri ile olan ilişkileri ele alınmıştır. Ayrıca yorumlar içerisinde sık kullanılan kelimelerden kelime bulutu oluşturulmuştur.

Araştırmanın evrenini 19 Şubat 2020 tarihine kadar Göbeklitepe'yi ziyaret ederek TripAdvisor üzerinden yorum bırakan 519 ziyaretçi oluşturmaktadır. Ziyaretçiler tarafından bırakılan 519 Türkçe yorumun tamamı 20 Şubat 2020 tarihinde indirilmiş ve araştırmaya dahil edilmiştir. Yorumlar 2013-2020 dönemlerine aittir.

TripAdvisor'a kayıtlı milyonlarca gezgin bulunmakta olup, milyonlarca çevrimiçi yorum bırakılmıştır (Stoleriu vd., 2019). Dolayısıyla TripAdvisor, turizm araştırmalarında güvenilir veri elde etmek için yaygın olarak kullanılan seyahat platformudur (Şad ve Şahin, 2018). Birçok araştırmacı verilerini buradan elde etmiştir (Eren ve Çelik, 2017; Köroğlu vd., 2017; Ongun vd., 2020).

Çalışmada nitel analiz yöntemlerinden faydalanılmıştır. Nitel veri analizi, kimi tekniklerle elde edilen verilerin düzenlendiği, sınıflandırıldığı, temaların oluşturulduğu ve yorumların bilimsel esere aktarıldığı bir süreçtir. Analizde asıl maksat, sosyal gerçeklikte bulunan bilginin ortaya çıkarılmasıdır (Özdemir, 2010). Nitel veri analizi veri metnini doğrudan aktaran betimsel biçimde olabileceği gibi temalar ve temalar arası ilişki oluşturarak sistemli bir çıkarımda bulunma şeklinde (içerik analizi) de gerçekleştirilebilir (Yıldırım ve Şimşek, 2017). Böylece, veriler betimleme, analiz ve yorumlama sürecinden geçirilir. İçerik analizi, kimi metinlerin muhtevasının temel öğelerini kategorileştirmek ve yorumlamak maksadıyla sistemli incelenmesidir. Başka bir anlatımla, çeşitli türdeki yazıları kodlayarak deşifre etmek dolayısıyla bazı çıkarımlarda bulunma tekniğidir (Bilgin, 2014).

BULGULAR

Araştırmada, kelime bulutu, kod sıklık hesaplama, kod alt kod ve kod birlikte oluşum modelleri olmak üzere dört ayrı nitel veri analiz yöntemi ile elde edilmiş bulgulara yer verilmiştir. Kelime bulutu ve kod sıklık hesaplama yöntemi kelimelerin ve ilgili kodların yorumlar içerisinde geçme sıklığının tespit edilmesini sağlamaktadır. Kod alt kod modeli belirlenmiş temalara ait bahsi geçen alt temaların tespit edilmesinde kullanılmaktadır. Kod birlikte oluşum modeli, kodlanan temaların hangi sıklıkta birlikte oluştuğunun belirlenmesini sağlar.

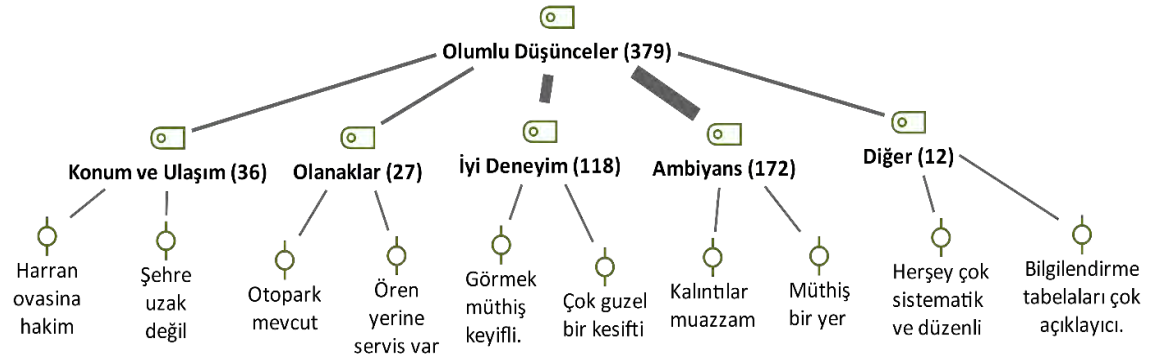
Kelime bulutu incelendiğinde, tarih, gerek ve Göbeklitepe gibi terimlerin sıklıkla kullanıldığı görülmektedir. Araştırma dahilinde yapılan kodlamalarda alt ve üst kod yaklaşımı kullanılmıştır. Üst kodlar genel bir temayı anlatırken, alt kodlar o temanın içerisinde değerlendirilen alt temayı göstermektedir. Araştırmada 8 ana tema altında toplam 21 alt tema oluşturulmuştur. Tablo 1'de oluşturulan ana temalar ve bu temaların yorumlarda geçme sıklıklarına yer verilmiştir. Genel olarak, yorumların olumlu ve olumsuz düşünceler, tavsiyeler, bilgi paylaşımı ve uyarılarla ilgili olduğu anlaşılmaktadır. Unesco ve Doğu grubu temaları, Göbeklitepe'nin UNESCO listesine alınmasının vurgulandığını göstermektedir. Ayrıca, Doğu grubunun alan yönetimine sponsor olduğunu belirtmektedir. Bu temalar altında herhangi bir alt

deneyim” gibi deyişler verilebilir. Yorumlardan, ziyaretçilerin sıra dışı bir deneyim yaşadığı çıkarımında bulunulabilir.

Konum ve ulaşım teması şehre uzaklık ve konumun özellikleri olmak üzere iki ayrı unsuru barındırmaktadır. Alanın şehre uzak olmadığı, ulaşımın kolay olduğu ve manzarası güzel bir konumda bulunduğu *“mis gibi hava ve manzara”*, *“kolaylıkla bulabileceğiniz bir yer”* vb. yorumlardan anlaşılmaktadır.

Olanaklar temasında, Göbeklitepe’de yer alan tesisler, hediyelik eşya dükkânı, yiyecek içecek satışı ve diğer imkanlara ait ziyaretçi değerlendirmelerine yer verilmiştir. Sinevizyon gösterisi, ücretsiz otopark ve ziyaretçileri giriş kısmından kazı alanına taşıyan ücretsiz servis bu başlıkta en sık konuşulan unsurlardır. Bu temaya örnek olarak *“ücretsiz otopark mevcut”*, *“servis olması güzel”*, *“restorandı ve kafesi var”*, *“hediyelik eşya satan dükkân bulunuyor”*, *“harika bir sinevizyon gösterisi var”* gibi söylemler verilebilir.

Son alt tema, diğer olumlu düşüncelerdir. Temada, yukarıda belirtilen temalara dahil edilemeyecek diğer olumlu düşünceler yer almaktadır. Bilgilendirme tabelaları, müzenin işleyişi, çalışanlar, temizlik, yerel halkın konuk severliği vb. olumlu düşünceler bu temada toplanmıştır. *“halkın konukseverliği harika”*, *“bilgilendirme yeterli”*, *“organizasyon mükemmel”*, *“her yer tertemiz”*, *“personel ilgili”* gibi ifadeler örnek olarak verilebilir.



Şekil 2. Olumlu Düşünceler Temasına İlişkin Kod Alt Kod Modeli

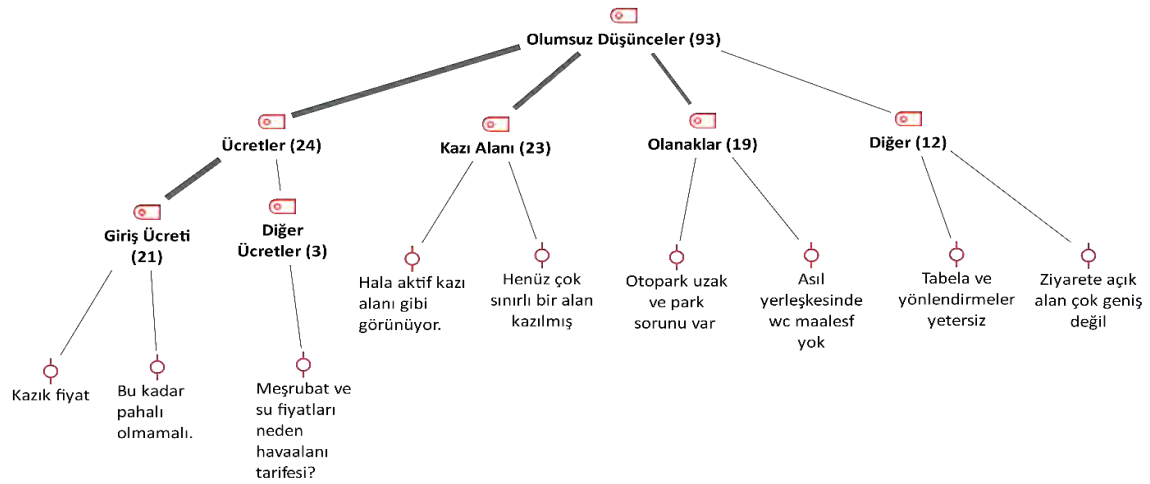
Yorumlar içerisinde olumlu düşünceler kadar sık olmasa da olumsuz düşüncelerde bulunmaktadır. Olumsuz düşüncelerin hangi konularda yoğunlaştığını tespit etmek, sunulan hizmetin iyileştirilmesi açısından önemlidir. Olumsuz düşüncüyü ifade eden 93 kodlama yapılmıştır. Bu kodlamalar dört alt temada toplanmıştır. Şekil 3’te olumsuz düşünceler temasına ait kod alt kod modeline yer verilmiştir.

Olumsuz düşüncelerin, ücret, kazı alanı, olanaklar ve diğer olmak üzere dört alt temada toplandığı görülmektedir. Ziyaretçiler en çok ücretler hakkında olumsuz düşünce beyan etmiştir. Ücretler teması altında giriş ücreti ve diğer ücretler olmak üzere iki alt tema yer almaktadır. Diğer ücretlerden ziyade giriş ücreti bağlamında daha çok olumsuz yorum yapılmıştır. *“giriş ücreti çok pahalı”*, *“42 TL’lik kazık fiyat”*, *“bilet fiyatı çok fazla”* gibi söylemlerden anlaşıldığı üzere, ziyaretçilerin giriş ücretini yüksek bulduğu söylenebilir. Ayrıca, sunulan diğer ücretler hakkında da olumsuz yorumlar yapıldığı görülmektedir. Özellikle içecek fiyatları ve hediyelik eşya dükkanlarında satılan ürünlerin fiyatları eleştirilmektedir.

Kazı alanına yönelik alt temada da kimi olumsuz düşüncelere yer verilmiştir. Kazı çalışmalarının devam etmesi nedeniyle, belirli bölgelerin ziyarete kapatılması, alanın henüz çok az bir kısmın ortaya çıkarılmış olması gibi hususlara değinilmektedir. Örneğin *“inşaat alanına dönmüş”*, *“kazılardan dolayı gezilebilen alan çok büyük değil”*, *“henüz çok sınırlı bir alan kazılmış”* gibi kimi yorumlar, bu sonucu doğurmaktadır.

Olanaklar alt teması, ziyaretçilerin olumsuz yorumda bulunduğu temalardan birisidir. Bu tema altında otopark, tesisler, alışveriş imkanları ve diğer hizmetlere ait olumsuz düşüncelere yer verilmiştir. Örnek olarak “park sorunu var”, “oturacak gölgelik yok”, “rehber yok”, “asıl yerleşkede wc. maalesef yok” gibi ifadeler verilebilir. Ücretsiz otoparkın olumlu düşünceler içerisinde sıklıkla geçerken olumsuz düşüncelerde de yer alması park alanının yetersiz olduğunu göstermektedir. Özellikle kalabalık olduğu dönemlerde park bahsinde sorun yaşandığı söylenebilir. Bu durumu açıklamak için bir ziyaretçi “Her şey iyi hoş ama park sorunu korkunç hafta sonu gittim arabalar sağlı sollu park etmişler” şeklinde yorum bırakmıştır. Bu nedenle, ziyaretin yoğun yaşandığı günlerde, otopark yetersizdir denilebilir.

Yukarıda verilen alt temalardan hiçbirisine uymayan olumsuz düşünceler diğer olumsuz düşünceler teması altında toplanmıştır. Bilgilendirme tabelalarının eksikliği, çok kalabalık oluşu, çevre temizliği, buluntuların müzeye taşınmış olması gibi konular diğer olumsuz düşünceler temasının altında toplanmıştır. Bu tema altında bulunan olumsuz düşüncelerin daha az sıklıkta geçmesinden dolayı diğer olumsuz temalara göre daha az önemli olduğu düşünülebilir.



Şekil 3. Olumsuz Düşünceler Temasına İlişkin Kod Alt Kod Modeli

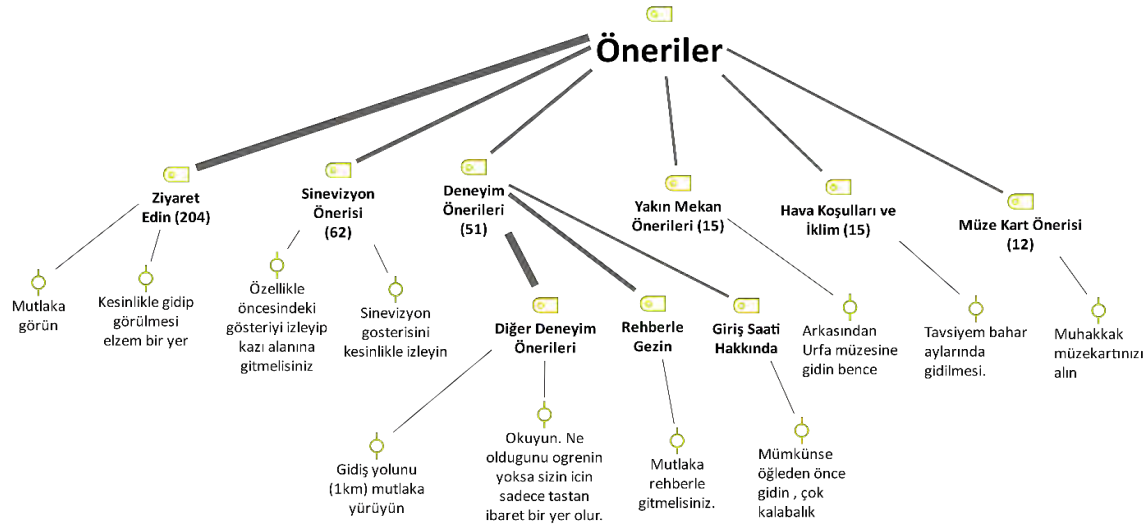
Potansiyel ziyaretçilere deneyimlerini aktararak yardımda bulunma isteği, yorum yapılmasında etkili bir faktördür (Heyne, 2009). Bu açıdan, yorumların büyük bir bölümünde önerilere yer verildiği görülmektedir. Ziyaretçiler, kendi deneyim süreçlerinde, beğendikleri öğeleri, potansiyel ziyaretçilere de tavsiye etmekle, onların deneyimlerini iyileştirmeyi hedeflemektedirler. Şekil 4’te öneriler temasının kod alt kod modeline yer verilmiştir.

Tema altında, alanın ziyaret edilmesi gereken bir yer olduğu belirtilerek, potansiyel ziyaretçilerin deneyimlerine katkı sağlayacak birtakım ipuçları verilmektedir. Bu bakımdan, öneriler hem ziyaretçi deneyimlerini anlamak hem de potansiyel ziyaretçilerin deneyim kalitesini arttırmak açısından önemlidir. Yorumlarda sunulan öneriler altı tema altında toplanmıştır. En yüksek orana sahip olan, mutlaka ziyaret edin önerisidir. Dolayısıyla, buranın muhakkak görülmesi gereken muhteşem bir yer olduğu söylenmektedir. Sıklıkla geçen diğer bir öneri ise, sinevizyon gösterisidir. Genellikle gösteri izledikten sonra alanın gezilmesi tavsiye edilmektedir.

Öneriler kısmında dikkati çeken bir diğer husus ise, deneyim önerileri teması altında toplanan başlıklardır. Deneyim önerileri, rehberle gezin, giriş saati ve diğer deneyim önerileri olmak üzere üç alt temada toplanmıştır. Ziyaretçiler, alanın rehberle gezilmesinin daha uygun olacağını düşünmektedir. Bu olayı anlatan bir ziyaretçi yorumunda şu ifadeye yer vermiştir: “Mutlaka rehberle gitmelisiniz. Aksi takdirde taş yığımından başka bir şey göremezsiniz”. Anılan cümlelerde anlatılmak istenen özellik, rehberin aktarmış olduğu bilgilerle kalıntıların anlamlı ve etkileyici

hale geleceğidir. Diğer yorumlara örnek olarak “Rehber olmadan fazla bir şey anlaşılıyor.”, “Rehber eşliğinde ziyaret ederseniz çok daha etkileyici.” tarzında cümleler verilebilir.

Deneyim önerileri altında yer alan diğer tema ise giriş saati önerisidir. Alanın öğleden önce gezilmesinin daha uygun olduğu görülmektedir. Öğleden sonra alanın kalabalıklaştığı ve deneyimi olumsuz etkilediği düşünülmektedir. Diğer deneyim önerileri temasında ise, üzerinde en çok durulan husus, ziyaret etmeden önce alanın tarihi hakkında bilgi alınmasının gerekliliğinden söz edilmesidir. “Okuyun. Ne olduğunu öğrenin yoksa sizin için sadece tastan ibaret bir yer olur.”, “Gitmeden önce gerekli araştırmaları ve okumaları yaparsanız çok etkilenirsiniz.” şeklindeki deyişlerden ziyaret öncesi bilgi ediniminin önemi vurgulanmaktadır. Bununla birlikte, yakın mekanlara, hava koşullarına ve müze kart alınmasına da değinilmiştir. Kazılarda bulunan eserlerin Şanlıurfa arkeoloji müzesine taşındığı dolayısıyla alan gezildikten sonra müzeye de uğranılması gerektiği vurgulanmaktadır. Bölge, yazları sıcak, kışları soğuk geçirmektedir. Bu yüzden, bahar aylarında ziyaretin gerçekleştirilmesinin daha uygun olduğu tavsiye edilmektedir. Son olarak, giriş ücretlerinin yüksek olduğundan bahisle müze kart alınmasının ekonomik olacağı da öneriler arasındadır.

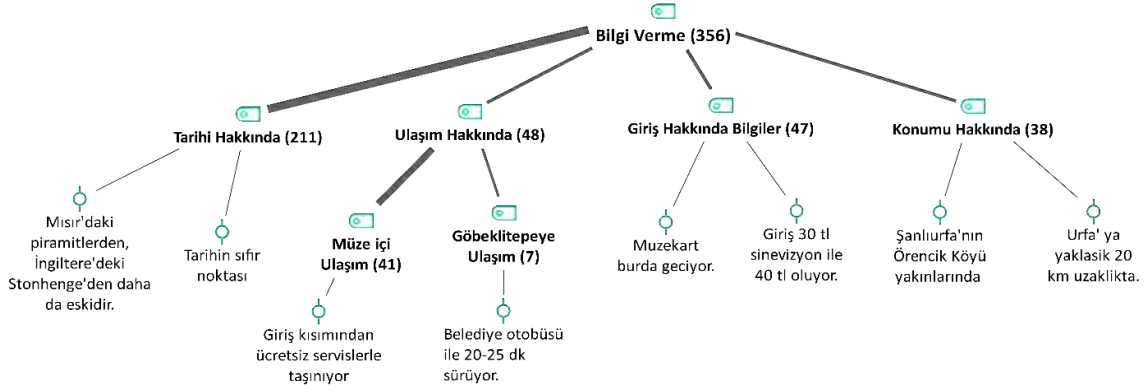


Şekil 4. Potansiyel Ziyaretçilere Öneriler Temasına İlişkin Kod Alt Kod Modeli

Yorum yazma nedenlerinden bir diğeri bilgi aktarmaktır (Khammas, 2008). Tarih, konum, ulaşım ve giriş hakkında bilgiler aktarıldığı görülmektedir. Şekil 5 bilgi verme temasının kod alt kod modelini göstermektedir.

Üzerinde en çok durulan konu, Göbeklitepe'nin eski tarihi olmuştur. Ziyaretçiler, Göbeklitepe'nin tarihinden bahsederek buranın ne kadar önemli olduğunu vurgulamaktadır. Bilgi aktarılan bir diğer konu da ulaşım"dır. Ulaşım temasında, ziyaretçilerin hem Göbeklitepe'ye ulaşım hem de alan içerisindeki ulaşım hakkında bilgi aktardığı tespit edilmiştir. Göbeklitepe'ye ulaşım konusunda aracı olmayanların belediye otobüsünü tercih edebileceğine değinilirken, alan içerisinde de ücretsiz servisler olduğu ve kazı alanına bu servislerle gidilebileceği hatırlatılmıştır. Genel olarak giriş ücretlerine değinilmiş ve müze kartın geçerli olduğu belirtilmiştir. Son olarak, alanın konumu hakkında da bilgi aktarılmıştır. Bu temada en sık geçen ifade Şanlıurfa'ya olan uzaklığıdır.

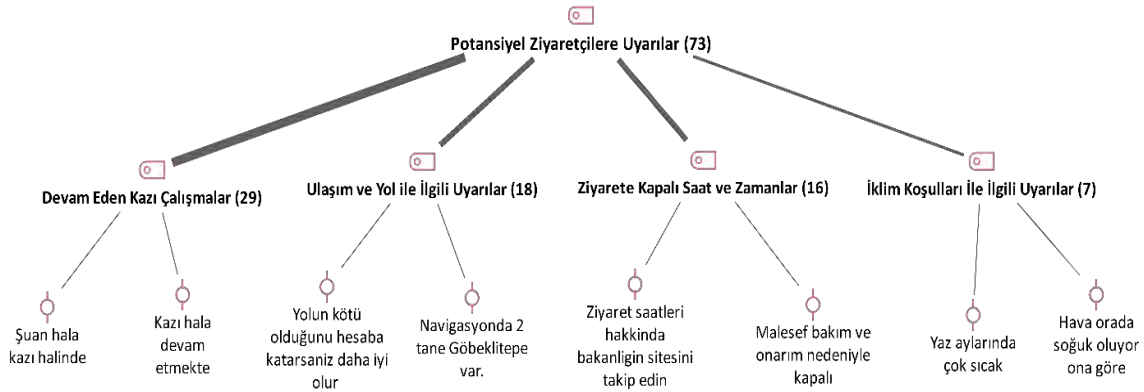
Ziyaretçilerin yorum yazma nedenleri arasında potansiyel ziyaretçileri uyarmak da ciddi bir etkidir (Heyne, 2009). Ziyaretçiler, deneyimleri neticesinde elde ettikleri bilgiler doğrultusunda potansiyel ziyaretçilere birtakım uyarılarda bulunmuştur. Şekil 6'da potansiyel ziyaretçilere uyarılar temasının kod alt kod modeline yer verilmiştir.



Şekil 5. Bilgi Verme Temasına İlişkin Kod Alt Kod Modeli

Kazı çalışmaları, ulaşım ve yol, ziyaret saatleri ve iklim koşulları ile ilgili yapılan uyarılar bu temada yer almaktadır. Potansiyel ziyaretçiler en yüksek oranda devam eden kazı çalışmaları hakkında uyarılmıştır. Bu temada kazıların henüz tamamlanmadığı bu yüzden alanın çok az bir kısmının ortaya çıktığı vurgulanmaktadır. Örnek olarak “Kazılar nerede ise daha yeni başladığı için çok fazla bir görsellik sunmuyor.” İfadesi verilebilir. Uyarılar temasında geçen bir diğer konu ise ulaşım ve yol durumu ile ilgilidir. Bu tema altında yol durumu ve navigasyona ilişkin birtakım uyarılarda bulunulduğu görülmektedir.

Diğer bir konu da Göbeklitepe'nin ziyarete kapalı olduğu saat ve zamanlar hakkındaki uyarılardır. Burada zaman zaman tesis iyileştirme çalışmaları nedeni ile tesisin ziyarete kapalı olduğundan ve tesisin ziyarete açık olduğu saatlerden bahsedilmektedir. Bu hususta en doğru bilgilerin yetkili mercilerden alınarak ziyaret edilmesi önerilmektedir. Son olarak, ziyaretçiler iklim koşulları hakkında da uyarılarda bulunmuşlardır. Bölgenin yazın çok sıcak kışın ise soğuk olduğu ifade edilmektedir. Ayrıca rüzgârın da yoğun olduğu belirtilerek potansiyel ziyaretçiler bu koşullara hazırlıklı olmaları hususunda uyarılmaktadır.

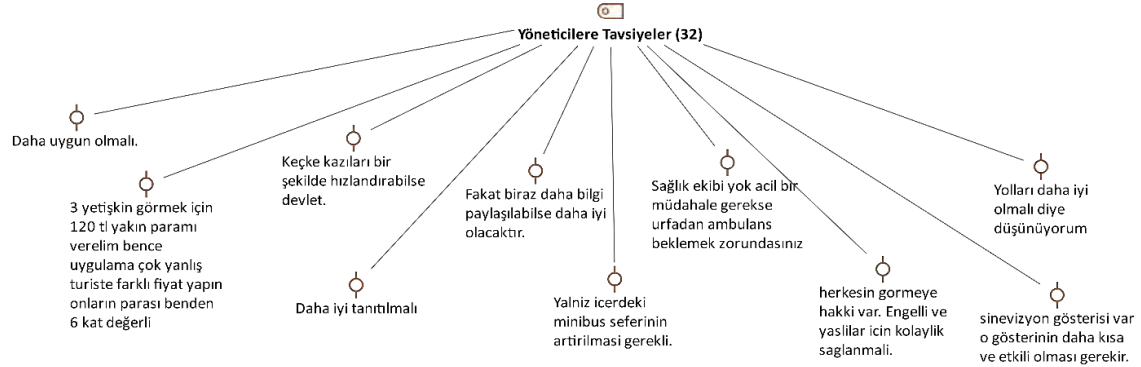


Şekil 6. Potansiyel Ziyaretçilere Uyarılar Temasına İlişkin Kod Alt Kod Modeli

Ziyaretçilerin yorum bırakma nedenleri arasında yetkililere birtakım önerilerde bulunma isteği de yer almaktadır. Ziyaretçilerin deneyimleri neticesinde Göbeklitepe'nin daha güzel konuma ulaşması çabalarında birtakım öneriler sunduğu tespit edilmiştir. Şekil 7'de ziyaretçiler tarafından müze yönetimine yapılan önerilere yer verilmiştir.

Yöneticilere tavsiyeler teması altında herhangi bir alt tema oluşturulmamıştır. İlgili tavsiyeler ücret, kazılar, tanıtım, bilgilendirme, müze içi ulaşım, sağlık personeli, engelli, yaşlılar ve müze yolları konularında geliştirilen önerilerden oluşmaktadır. Ücretlerin daha düşük olması, tanıtım faaliyetlerinin artırılması, kazıların hızlandırılması, bilgilendirmelerin artırılması, alan

içerisinde sağlık ekibinin bulundurulması, alanın engelli ve yaşlılara uygun şekilde tasarlanması gibi öneriler dikkati çekmektedir.

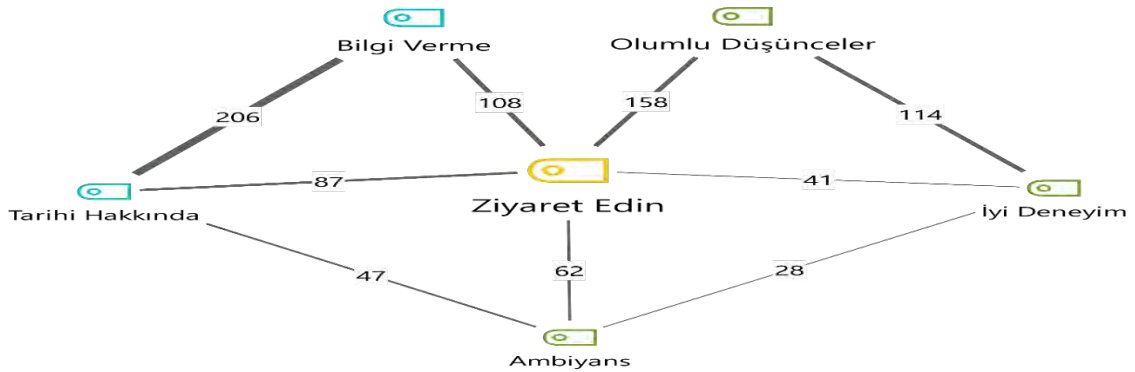


Şekil 7. Yöneticilere Tavsiyeler Temasına İlişkin Kod Alt Kod Modeli

Son olarak, kod birlikte oluşum modeli yardımıyla ziyaret edin önerisinde bulunanların hangi temalara yönelik yorumlarda bulunduğu tespit edilmiştir. Temalarla ziyaret önerisi arasındaki ilişki değerlendirilmiştir. Şekil 8’de ziyaret edin önerisi, kod birlikte oluşum modeli aracılığıyla çözümlenmiştir.

Model incelendiğinde, ziyaret edin diyenlerin, büyük oranda bilgi aktarmak ve olumlu düşüncelerini ifade etmek amacıyla yorum bırakan ziyaretçilerden oluştuğu görülmektedir. Göbeklitepe’nin ambiyası ve yaşattığı deneyimin ziyaret edin önerisinde etkili iki ciddi unsur olduğu anlaşılmaktadır. Ambiyandan etkilenenlerin, Göbeklitepe’yi diğer ziyaretçilere önerdiği söylenebilir.

İkinci sırada ise, bilgi aktarma amaçlı yorum yazarlar bulunmaktadır. Özellikle, Göbeklitepe’nin tarihi hakkında bilgi aktaranlar, büyük oranda alanın ziyaret edilmesi gerektiğine değinmişlerdir. Göbeklitepe’nin tarihinden bahsedilirken alanın önemine vurgu yapılmaktadır. “tarihin sıfır noktası”, “dünyanın ilk tapınağı”, “tarih buradan başlıyor”, “piramitlerden ve Stonhenge den daha eski” yorumlarının sıklıkla geçtiği görülmektedir. Dolayısıyla, Göbeklitepe’nin tarihi öneminin, ziyaret edenlerin tavsiyeleri üzerinde etkili olduğu anlaşılmaktadır.



Şekil 8. Ziyaret Edin Önerisine İlişkin Kod Birlikte Oluşum Modeli

Elde edilen bulgular Göbeklitepe’ye ilişkin yorumların genel olarak bilgi aktarma, uyarma ve tavsiyede bulunma amaçlı paylaşıldığını göstermektedir. Ziyaretçiler deneyimlerini aktarma, alanla ilgili bilgiler sunma, potansiyel ziyaretçilere uyarı ve önerilerde bulunma gibi amaçlarla yorum paylaşmışlardır. Ayrıca alana ilişkin olumlu ve olumsuz düşüncelere de yorumlar içerisinde yer verilirken yöneticiler içinde öneriler sunulmuştur.

Olumlu düşüncelerin olumsuz düşüncelere göre daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Bu durum benzer çalışmalarda ziyaretçi memnuniyetinin yüksek olduğu şeklinde yorumlanmıştır (Türker

ve Yaşar, 2018). Dolayısıyla Göbeklitepe'ye ilişkin genel bir memnuniyet durumu olduğu söylenebilir. Olumlu düşüncelerin genel olarak Göbeklitepe'nin ambiyansı ve sunulan olanaklar üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Ambiyans ve sunulan olanakların ziyaretçi deneyimine katkı sağladığı söylenebilir.

SONUÇ ve TARTIŞMA

Son dönemlerde yaşanan teknolojik gelişmelerle birlikte, tüketicilerin turizm ürünlerine yönelik deneyim ve düşüncelerini online ortamlarda paylaşmaları, global bir trend halini almıştır (Wong ve Qi, 2017). İnternet ortamında paylaşılan deneyimler, insanların karar süreçlerinde bilgi arama davranışlarının değişmesine yol açmıştır (Tengilimoğlu ve Hassan, 2020). Diğer bir deyişle, internet, turizm ürünlerinin özellikleriyle ilişkili muazzam bir bilgi kaynağı haline dönüşmüştür (Akgöz ve Tengilimoğlu, 2015). Ziyaretçiler, seyahat planlarını oluşturmadan önce online yorumlardan faydalanmaktadır (Balouchi vd., 2017). Bu durumda, turizm ürünlerine ilişkin online platformlarda paylaşılan içerikler potansiyel ziyaretçilerin kararlarını etkilemektedir (Fazzolari ve Petrocchi, 2018; Hu ve Lu, 2018). Aynı zamanda, turizm işletmelerine rekabet avantajı sağlayabilmektedir.

Çalışmanın amacı, tarihi değiştirecek büyük bir keşif olarak ortaya çıkarılan Göbeklitepe sit alanına yönelik TripAdvisor sitesi üzerinde paylaşılan ziyaretçi değerlendirmelerinin incelenmesidir. Buna bağlı olarak, TripAdvisor sitesi üzerinde yer alan 519 adet Türkçe yorum indirilerek araştırmaya dahil edilmiştir. Öncelikle, sık kullanılan sözcüklerden kelime bulutu oluşturulmuştur. Daha sonra, içerik analizi gerçekleştirilmiştir. Yorumların, ilgili oldukları temalar ve alt temalar belirlenmiş olup, temaların kod alt kod modeli oluşturulmuştur. Son olarak temalar arasındaki ilişkiyi tespit etmek için kod birlikte oluşum modeli incelenmiştir.

Müzelerde, diğer işletme türleri gibi birbirleri ile rekabet halindedir (Sert ve Karacaoğlu, 2018). Bu bağlamda, müzelerde yaşanan ziyaretçi deneyimlerine ilişkin olumlu veya olumsuz unsurların tespit edilmesi hem rekabet avantajı sağlar hem de müzenin daha etkin kullanılmasını kolaylaştırabilir (Güneş vd., 2019). Ziyaretçi değerlendirmeleri, müze deneyimine etki eden olumlu ve olumsuz faktörlerin tespit edilmesinde sıklıkla kullanılmaktadır (Aylan, 2019; Sop vd., 2020; Şahin ve Şad, 2018).

Deneyimi etkileyen olumlu ve olumsuz faktörlerin tespiti, ziyaretçi memnuniyet düzeyinin artışına (Aylan, 2019) ve akabinde potansiyel ziyaretçilere müzeyi ziyaret etmeleri konusunda önerilerde bulunulmasına yol açmaktadır (Sert ve Karacaoğlu, 2018). Olumlu ve olumsuz düşünce sıklıkları ziyaretçi memnuniyetinin değerlendirilmesinde kullanılabilir. Olumlu düşüncelerin (381) olumsuz düşüncelerden (93) fazla olması genel anlamda ziyaretçilerin Göbeklitepe'den memnun ayrıldığı şeklinde yorumlanabilir. Keza Ambiyansla ilgili olumlu düşüncelerin (172) yoğun olması, atmosferden memnun kalındığına bir işarettir.

Oluşturulan kelime bulutunda tarih, gerek, Göbeklitepe, mutlaka, ziyaret, heyecan, Şanlıurfa ve ücret kavramlarının sıklıkla vurgulandığı tespit edilmiştir. Kavramlar, aynı zamanda yorumların ilgili oldukları konulara genel bir bakış sunmaktadır. Yorumların Göbeklitepe'nin tarihi, Şanlıurfa'da bulunması, giriş ücreti ve mutlaka ziyaret edilmesi gerektiği konularını içerdiği söylenebilir. Ayrıca, kelime bulutu içerisinde olumsuz tabirlerle karşılaşılmamıştır. Buna karşın, heyecan, muazzam, mükemmel, merak, büyüleyici gibi kavramlar sıklıkla görülmektedir. Bunun sonucu olarak, ziyaretçi deneyimlerinin heyecan verici, merak uyandıran olumlu unsurları içerdiği söylenebilir.

Kelime bulutu sonuçlarının, olumlu bir deneyimi işaret ettiği söylenebilir. Gerek teriminin "görmeniz gerekir" ve "gitmeniz gerekir" gibi ifadelerle birlikte kullanıldığı anlaşılmaktadır. Bu durum, yorumların genel anlamda ziyaret tavsiyesi içerdiğini göstermektedir. Kelime bulutunda

yer alan diğer terimlerde bu şekilde yorumlanabilir. Atsan ve Çetinsöz, 2019'nun çalışmalarında paralel bulgular görülmektedir. Mağara turizmini araştıran çalışmada, sıklıkla söylenen kavramlar arasında, mutlaka, muhteşem kelimeleri geçmektedir. Benzer şekilde, mutlaka ziyaret edilmesi gerekli tavsiyesi ve mükemmel nitelmesi (Topsakal, 2019)'ın araştırmasında da gözlenmektedir. Aynı yönde, Aylan'nın (2019) çalışmasında, en sık tekrar edilen kelimelerden birinin mutlaka olduğu göze çarpmaktadır. Buradan yola çıkılarak, her üç çalışmada da ziyaretçilerin, ilgili yerleri şiddetle tavsiye ettikleri görülmüştür. Bununla birlikte, tarih teriminin çok sık kullanılması, Göbeklitepe'nin eski tarihine vurgu yapıldığı şeklinde yorumlanabilir.

Göbeklitepe ziyaretçilerinin, en yüksek oranda olumlu düşüncelerini paylaşmak (%28), öneride bulunmak (%27) ve bilgi aktarmak (%26) amaçlı yorum yazdığı söylenebilir. Bu sonuç, tüketicilerin düşüncelerini belirtmek, bilgi aktarmak ve potansiyel tüketicileri uyarmak amaçlı yorum yaptığını gösteren benzer çalışmalarla da desteklenmektedir (Heyne, 2009; Khammas, 2008).

Araştırmada toplam 1.329 adet kodlama manuel olarak yapılırken, kodların 8 ana tema altında oluşturulan 21 adet temada toplandığı görülmüştür. Ana temalar, olumlu (381) olumsuz (93) düşünceler, potansiyel ziyaretçilere öneriler (359), uyarılar (73), bilgi aktarımı (356), yöneticilere tavsiyelerden (32) oluşmaktadır. Müzelere ait online yorumların ele alındığı benzer çalışmalarda da yakın temaların ortaya çıktığı görülmektedir (Aylan, 2019; Aylan ve Kaya, 2020; Sop vd., 2020).

Temalar, ziyaretçilerin hangi konular hakkında yorum yaptıklarını göstermektedir. Konular aynı zamanda, ziyaretçilerin yorum yazma nedenlerini ifade etmektedir (Akgöz ve Tengilimoğlu, 2019; Ertek vd., 2013). Buna bağlı olarak, ziyaretçilerin, olumlu-olumsuz düşüncelerini paylaşmak, bilgi aktarmak, potansiyel ziyaretçileri dikkat etmeleri gereken konularda uyarmak, onlara ve müze yönetimine önerilerde bulunmak için yorum yazdıkları söylenebilir. Mevcut çalışmalarda da insanların düşünce belirtme, bilgi aktarma, öneride bulunma ve uyarma gibi amaçlarla yorum yazdığı bulgulanmıştır (Akgöz ve Tengilimoğlu, 2020; Heyne, 2009; Khammas, 2008).

Olumlu düşüncelerin (359) olumsuz düşüncelerden (93) bir hayli yüksek olması, kelime bulutu aracılığıyla yapılan Göbeklitepe'ye ilişkin memnuniyetin yüksek olduğu çıkarımını doğrulamaktadır. Olumlu düşünceler içerisinde en sık geçen öge, ortamdır. Olumlu düşüncelerin oluşmasına en büyük katkıyı Göbeklitepe'nin sahip olduğu ortam/çevre/hava/ambiyans oluşturmaktadır. Sıklıkla kullanılan "*büyüleyici, muhteşem, muazzam, tarih kokan bir yer, mistik bir yer*" vb. tabirler bu düşünceyi doğrulamaktadır.

Kod birlikte oluşum modeli de ambiyansın hem ziyaretçi deneyimi hem de ziyaret edin tavsiyesi üzerinde etkili olduğunu göstermektedir. Ambiyans hakkında olumlu düşünce belirten ziyaretçiler hem harikulade bir deneyim yaşadıklarını hem de buranın ziyaret edilmesi gereken kıymetli bir yer olduğunu belirtmişlerdir. Böylece, ambiyans hem ziyaretçileri etkileyerek unutulmaz deneyim yaşamalarını sağlamakta hem de başkalarına tavsiye etme niyetlerini etkilemektedir. Açık hava müzelerinde ambiyans, ziyaretçi deneyimini etkileyen önemli faktörlerden birisidir.

Tarihi bir alanda ambiyansın, tarihi dokuya uygun olması, ziyaretçilerde olumlu düşünceler yaratmaktadır. Özellikle açık hava müzelerinde kalıntıların doğasının bozulmadan sunulması önemsenmektedir. Tarihi alanlarda atmosferi ve ambiyansı bozacak düzenleme ve eklemelerden uzak durulması, restorasyonların atmosfere ve ambiyansa zarar vermeyecek şekilde yapılması, hem ziyaretçilerin kaliteli deneyim yaşamalarını sağlayacak hem de başkalarına tavsiye etme niyetlerini arttıracak bir ilkedir.

Olumlu düşüncelerde dikkati çeken bir diğer öge ise deneyimdir. Ziyaretçiler, Göbeklitepe gezilerini "*müthiş bir keşif, çok keyifli, heyecan verici, şaşırtıcı bir deneyim*" gibi ifadelerle

tanımlamaktadır. Bu boyut yaşanan muhteşem deneyimin göstergesidir. Deneyim, müzeyle ilgili diğer unsurların etkisiyle oluşan kompleks bir yapıdadır. Kod birlikte oluşum modeli deneyimin ambiyanstan etkilendiğini doğrulamaktadır. Unutulmaz deneyim, ziyaretçilerin başkalarına önermesine de neden olarak alanın sürdürülebilirliğine katkı sağlayabilir.

Göbeklitepe’de sağlanan sinevizyon, servis, yiyecek içecek gibi imkanların deneyimi etkilediği düşünülebilir. Tanıtım için oluşturulmuş üç boyutlu sinevizyon gösterisine, deneyim başlığı altında bilgi aktarma ve öneri başlığında değinilmiştir. Bu sebeple, sinevizyon gösterisinin çok beğenildiği, deneyime katkı sağladığı ve potansiyel ziyaretçilere de önerildiği söylenebilir. Sinevizyon gösterisinin, bilgi aktarma, iyi deneyim ve öneri ana temaları altında “alanı tanıtan sinevizyon gösterisi de bulunuyor, müthiş bir üç boyutlu gösteri var, gösteriyi mutlaka izleyip alanı öyle gezmelisiniz” tabirlerle anlatıldığı gözlenmiştir. Sinevizyon gösterisi, alanı tanıtıcı bilgilerle deneyimi geliştiren ciddi bir unsurdur. O halde, açık hava müzelerinin teknolojiden faydalanarak çeşitli imkanlar sunmaları yerinde bir öneri olabilir.

Online değerlendirmeler içerisinde az sayıda da olsa olumsuz düşüncelerinde yer aldığı görülmektedir. Olumsuz düşünceler, deneyimlere negatif etki yapan mühim faktörlerdir. Olumsuz faktörlerin tespit edilerek ortadan kaldırılması ziyaretçi memnuniyetinin sağlanması açısından önerilmektedir (Aylan, 2019). Olumsuz düşüncelerin başında ücret politikası gelmektedir. Ziyaretçiler, giriş ücretinin yüksek olduğu kanaatindedirler. Ücretler, Göbeklitepe’yi ziyaret edenlerin en sık olumsuz yorum yaptığı konudur. Bu nedenle, ilgili makamların bu hususu dikkate alması elzemdir. Aynı husus, (Koroğlu vd., 2017) tarafından da belirtilmektedir. Adı geçen araştırmada, ziyaretçiler Göreme Açık hava Müzesi’nin giriş ücretini pahalı bulmuşlardır. Koroğlu ve diğerlerine (2014) göre, giriş ücretlerinin fazla olması, ziyaretçilerin olumsuz yorumlarının nedenleri arasındadır.

Ayrıca, satıştaki ürünlerin fiyatlarının yüksek olduğu açıklanmıştır. Ücretlere bağlı bu husus yöneticilere sunulan önerilerde “giriş ücretinin daha makul olması gerekir” gibi anlatılarda geçmektedir. Şahin ve Şad (2018) tarafından gerçekleştirilen çalışmada da müze ziyaretçileri giriş ücretleri hakkında olumsuz görüş beyan etmişlerdir. Müzeler genel anlamda insanlar tarafından kültürün tanıtıldığı ve kâr amacı gütmeyen resmî kurumlar olarak algılanmaktadır. Bu düşüncüyü destekler nitelikte bir ziyaretçi “görmeye herkesin hakkı var” deyişini kullanmıştır. Bunun için, bu tür alanların giriş ücretlerinin makul düzeyde olması önerilebilir.

Olumsuz düşüncelerde beyan edilen bir diğer konu ise, aktif yürütülen kazılardır. Aktif kazılar, ziyaretçilerin ziyaret edebildiği alanı kısıtlarken aynı zamanda oluşturduğu görüntü deneyimlerini de olumsuz yönde etkilemektedir. Bir ziyaretçi, olayı “inşaat alanına dönmüş” diye yorumlamıştır. Birçok yorumda, kazı alanından dolayı ortaya çıkan kısıtlamalardan bahsedilmiştir. Fakat bu tür açık hava müzelerinde kazıların uzun yıllar devam etmesi, yeni alanların ortaya çıkarılması açısından zorunluluk olarak görülmektedir. Bir kısım ziyaretçiler kazıların hızlandırılmasını önermektedir. Her ne kadar, ziyaretçilerin deneyimlerini olumsuz bir şekilde etkilese de kazıların sürdürülmesi gereklidir. Fakat kazıların mümkün olduğunca hızlandırılması ve ziyaretçi deneyimi üzerindeki olumsuz etkilerinin en aza indirecek şekilde planlanması gerekmektedir. Gerek ziyaret saatleri gerekse çevresel düzenlemelerle kazıların ziyaretçi deneyimi üzerine olan olumsuz etkisi giderilebilir.

Müzelerde sunulan mevcut altyapının yetersiz olması da ziyaretçileri olumsuz yönde etkilemektedir. Örneğin, yetersiz otopark hizmetleri dillendirilmiştir. Mevcut çalışmalarda da otoparkların yetersiz olması ziyaretçiler tarafından eleştirilmektedir (Şahin ve Şad, 2018). Otopark, servis ve alışveriş imkanları gibi konuların yorumlar içerisinde sıklıkla ele alınması, ziyaretçilerin bu konulara önem verdiği şeklinde yorumlanabilir. Bunun dışında, wc ve yiyecek içecek ihtiyacı özellikle şehir dışında konuşlanan açık hava müzeleri tarafından ihmal edilmemesi gereken konulardır. Bu alanların potansiyel ziyaretçi sayılarını karşılayacak düzeyde

oluşturulması gerekir. Ayrıca, giriş ve gezi alanı arasında mesafe bulunan müzelerde her iki alana da bu tesislerin inşa edilmesi lazımdır. Vaziyeti açıklayan bir ziyaretçi *“asil yerleşkesinde wc maalesefyok”* demiştir. Gezi alanında bulunan bir ziyaretçinin bu ihtiyacını gidermek için yaklaşık 1 km olduğu bilinen giriş alanına gelmesi gerekmektedir. Bu hal yönetimin üzerinde düşünmesi gereken ayrıntı olarak düşünülebilir.

Ziyaret sonrası elde edilen deneyimler, memnun kalınan öğeler hemen hemen her ortamda paylaşılmaktadır. Yorumların büyük bir bölümünde, potansiyel ziyaretçilere, Göbeklitepe’yi gezmeleri şiddetle önerilmektedir. Bir müzeyi başkalarına önermek aynı zamanda ziyaretçilerin memnun kaldığı anlamına gelmektedir (Sert ve Karacaoğlu, 2018). Dolayısıyla, genel bir memnuniyetin olduğu çıkarımı, önerilerle de desteklenmektedir.

Müzelerde bilgilendirmelerin yalnızca yazılı tabelalar aracılığıyla yapılması yeterli değildir. Yazılı tabelalardan daha eğlenceli, daha faal yöntemlerin geliştirilmesi önerilebilir. Bunun dışında, sinevizyon gösterisi de ziyaretçiler tarafından sıklıkla önerilmektedir. Bir ziyaretçi *“öncesinde gösteriyi izleyip kazı alanını öyle gezin, daha anlamlı olur”* cümlesini yazmıştır. Bu tavır, sinevizyon gösterisinin ziyaretçi deneyimine olumlu katkısını göstermektedir. Söylemde, sinevizyon gösterisi aracılığıyla Göbeklitepe hakkında aktarılan bilgiye vurgu yapılmaktadır. Alanın potansiyel ziyaretçilere de önerilmesi, yaşanan deneyimden memnun kalındığına işaret etmektedir. Sinevizyon gösterisinin yorumlar içerisinde sık geçmesi ziyaretçilerin deneyimlerine katkı sağlayan büyük bir öğe olduğunu göstermektedir.

Bilgi birikimiyle ziyaretin daha anlamlı hale geldiği kastedilmektedir. Bilgi aktarımı konusunda ciddi bir öğe de rehberdir. Bu düşüncüyü destekler nitelikte potansiyel ziyaretçilere rehber eşliğinde gezmeleri önerilmektedir. Rehberler genel olarak kendi turları ile alana gelmekte ve müzeden bağımsız çalışmaktadır. Bu durum alana münferit olarak gelen ziyaretçilerin rehber konusunda sorun yaşamasına neden olmaktadır. Bu tür alanlarda, yönetim aracılığıyla tahsis edilen bilgili ve tecrübeli rehberlerle, gezinin gerçekleştirilmesi önerilebilir.

Öneriler, tarihi alanlarda rehberin ziyaretçi deneyimi üzerindeki önemini göstermektedir. Bunun nedeni ise bilgilendirme değildir. Bu durum, tıpkı rehberle gezi önerisinde olduğu gibi ziyaretçilerin Göbeklitepe hakkında elde ettikleri bilgilerle ziyaretin daha anlamlı hale geldiğini göstermektedir. Bundan dolayı, ziyaret öncesinde alan hakkında araştırma yapılarak bilgi edinilmesi, deneyime katkı sağlayan mühim bir öğe olarak görülmektedir.

Dahası, potansiyel ziyaretçilere, ziyaret öncesi okuma yaparak bilgi sahibi olmaları ancak bu şekilde kaliteli deneyim elde edebilecekleri aksi takdirde taş yığını dışında bir şey göremeyecekleri anlatılmaya çalışılmıştır. Öneriler, açık hava müzelerinde yaşanan deneyimin alan hakkında elde edilen bilgiyle doğru orantılı olduğunu göstermektedir. Ziyaretçiler, *“mutlaka rehberle gezin yoksa sizin için bir anlam ifade etmeyebilir, gelmeden önce okuyun, ne olduğunu öğrenin yoksa sizin için taştan ibaret bir yer olur”* deyişleriyle belirtmiştir.

Bir mekânın daha anlamlı bir hale gelmesi ancak onun hikayesini bilmekle mümkün olur. Ziyaretçiler mekâna anlam yüklerken hikayeleri referans almaktadır. Anlatılar, tarihi ve kültürel müzelerde bilginin önemini arttırmaktadır. Bu açıdan, çeşitli bilgilendirmelerin yapılması, misafirlerin deneyimlerine katkı sağlayabilir.

Yorumlarda birtakım uyarılar da mevcuttur. Uyarılar, devam eden kazı çalışmaları, ulaşım ve yol durumu, iklim koşulları, ziyaret saatleri ve kapalı zamanlarla ilgilidir. Devam eden kazıların hem olumsuz düşüncelerde hem de uyarılarda yer alması, ziyaretçi deneyimini büyük ölçüde etkilediğini göstermektedir. Göbeklitepe sürekli değişim gösteren dinamik bir yapıdadır. Tesisleşme ve yol düzenlemeleri yapıldıkça düşüncelerde değişmektedir. Eski tarihli yorumlarda yolların kötü olduğu ve yol işaretlerinin yetersiz olduğu vurgulanırken, güncel yorumlarda yol

ve ulaşımın rahat olduğu belirtilmektedir. Bu durum zaman içerisinde yapılan iyileştirme çalışmaları ile açıklanabilir.

Son olarak, çalışmada çeşitli kısıtlılıklar bulunmaktadır. Bunlardan biri, araştırmanın genelleştirilememesidir. Öte yandan, yalnızca Türkçe yorumların incelenmesi diğer bir kısıtlılık sayılabilir. Gelecek çalışmalarda, yabancı turistlerin yorumlarının değerlendirilmesi önerilebilir. Ayrıca, yerel yöneticiler ve yerel halk üzerinden nitel bir araştırma gerçekleştirilebilir. Bu çalışmadan elde edilen bulgular yöneticilere yol gösterici niteliktedir. Yöneticiler, sonuçları ve önerileri dikkate alarak, alan yönetimini iyileştirebilirler. Turistlerin memnuniyet düzeylerini arttırarak ağızdan ağıza pazarlama yöntemiyle daha fazla ziyaretçi sayısına ulaşabilirler.

KAYNAKÇA

Akgöz, E. ve Tengilimoğlu, E. (2015). Online müşteri değerlendirmelerinin, tesis özellikleri açısından incelenmesi; booking.com örneği, 16. *Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı*, 145.

Akgöz, E. ve Tengilimoğlu, E. (2019). *Online otel yorumlarının metin madenciliği teknikleri ile incelenmesi: Bakü otelleri örneği*. 3rd International Conference on Economic Research, 24-25th October 2019, Alanya, Turkey.

Akgöz, E. ve Tengilimoğlu, E. (2020). Turizm Sektöründe Pazarlama Aracı Olarak E-Wom. Editör: Özbey, D., Ö. *Turizm İşletmelerinde Modern Pazarlama Yönetimi*, Ankara: Detay Yayıncılık.

Aylan, S. ve Kaya, İ. (2020). Bir Hüzün Turizmi Destinasyonu Olarak Ulucanlar Cezaevi Müzesi Ziyaretçilerinin Elektronik Yorumlarının İçerik Analizi, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 488-504.

Arıca, R. ve Çorbacı, A. (2019). Turizm Sektöründe Müşterilerin Bilgi Üretici Rolü: Adıyaman'daki Turistik Çekiciliklere Yönelik Tripadvisor Sitesinde Yer Alan Yorumlar Üzerine Bir Araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 16(3), 437-455.

Arıca, R. ve Yeşilyurt, H. (2018). Mutfak Müzesi Ziyaretçilerinin Deneyimlerinin İncelenmesi: Emine Göğüş Mutfak Müzesi Örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 60-70.

Arkadaş, A. R. ve Ayyıldız, T. (2020). Uludağ'da Faaliyet Gösteren 4 ve 5 Yıldızlı Konaklama İşletmelerinin Çevrimiçi Tüketici Yorumlarının İncelenmesi: "TripAdvisor.com" Üzerinden İçerik Analizi. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 16(30), 2633-2658.

Arslan, S., Yüksel, C., Yılmaz, H. ve Güreş, N. (2020). Turistlerin TripAdvisor Üzerinden Havayolu İşletmelerine Yönelik E-Şikâyetlerinin İncelenmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(1), 211-230.

Atsan, M. ve Çetinsöz, B. C. (2019). Factors motivating tourists of who prefer cave tourism: Content analysis about the cave of Aynaligöl (Gilindire). *Journal of Tourism Theory and Research*, 260-272.

Aylan, S. (2019). Ulubey Kanyonlarına Yönelik Sosyal Medyada Yapılan Ziyaretçi Yorumlarının İçerik Analizi: TripAdvisor.com Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(4), 2582-2598.

Balouchi, M., Aziz, Y., A., Rahman, A., Hasangholipour, T., Khanlari, A., Rahmani A., A. and Raja-Yusof, R., N. (2017). Explaining and predicting online tourists' behavioural intention in accepting consumer generated contents. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 8(2), 168-189.

Belli, S. ve Çolak, O. (2017). Şanlıurfa'nın Turistik Çekim Unsurlarına Yönelik Ziyaretçi E-

- Yorumlarının Analizi: Tripadvisor Örneği. *International Journal of Academic Value Studies*, 3(15), 444-457.
- Bilgin, N. (2014). *Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi*. Ankara: Siyasal Kitapevi.
- Cheng, X., Fu, S., Sun, J., Bilgihan, A., and Okumus, F. (2019). An investigation on online reviews in sharing economy driven hospitality platforms: A viewpoint of trust. *Tourism Management*, 71, 366-377.
- Cohen, S. A., Prayag, G. and Moital, M. (2014). Consumer behaviour in tourism: Concepts, influences and opportunities. *Current Issues in Tourism*, 17(10), 872-909.
- Çoban, E., Yetgin, D. ve Çoban, S. (2019). Şehir Turizmde Faaliyet Gösteren Otellere Yönelik E-Yorumların İncelenmesi: Eskişehir İli Örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 542-558.
- Dülğaroğlu, O. ve Atay, L. (2019). Troya Ören Yeri'nin Destinasyon Kişiliği. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 3(1), 147-161.
- Eren, R. ve Çelik, M. (2017). Çevrimiçi Gastronomi İmajı: Türkiye Restoranlarının Tripadvisor Yorumlarının İçerik Analizi. *Turizm Akademik Dergisi*, 4(2), 121-138.
- Ertek, G., Tapucu, D. and Arın, I. (2013). *Text Mining with RapidMiner*. In: Markus Hofmann, Ralf Klinkenberg (Eds.) *RapidMiner: Data Mining Use Cases and Business Analytics Applications*. Chapman & Hall/CRC Data Mining and Knowledge Discovery Series. Chapman and Hall/CRC.
- Fazzolari, M. and Petrocchi, M. (2018). A study on online travel reviews through intelligent data analysis. *Information Technology & Tourism*, 20(4), 37-58.
- Göral, R. (2015). E-WOM'a dayalı çok kriterli karar verme teknikleri ile en uygun otelin belirlenmesi ve bir uygulama. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 33, 1-17.
- Güneş, E., Pekerşen, Y. Alagöz, G. ve Sivrikaya, K. K. (2019). Müze Ziyaretçilerinin Hizmet Kalitesine Yönelik Algılamaları: Mevlâna Müzesi Örneği. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 11(21), 591-612.
- Güngör, O., Yücel Güngör, M. ve Doğan, S. (2019). Examining the Evaluations in Tripadvisor About Turkish Airlines. *Journal of Tourism Theory and Research*, (March), 282-291.
- Heyne, L. (2009). *Electronic word of mouth-A new marketing tool*. Master Thesis, Düsseldorf University of Applied Sciences.
- İmre, N. (2020). Turizm Sektöründe Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Bir Değerlendirme. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 1655-1670.
- Kaya, İ. ve Aylan, S. (2020). Bir Hüzün Turizmi Destinasyonu Olarak Ulucanlar Cezaevi Müzesi Ziyaretçilerinin Elektronik Yorumlarının İçerik Analizi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 488-504.
- Khammas, M. (2008). *Electronic word-of-mouth: Antecedents of reading customer reviews in online opinion platforms: A case from the UK market*, Doctor of Philosophy Dissertation, Faculty of Humanities, University of Manchester.
- Korkmaz, H. (2020). Troya müzesi elektronik ziyaretçi yorumlarının hizmet özellikleri, Memnuniyet ve tavsiye açısından incelenmesi. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 4(1), 43-56.
- Koroğlu, Ö., Cevizkaya, G., Kazoğlu, İ. H., Ar, H., Eraslan, O., Aydoğmuş, F. ve Açıksözlü, Ö. (2014). Arkeolojik SİT Alanlarına Yönelik E - Yorumların İçerik Analizi. VII. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi içinde (ss. 377-393).

- Köroğlu, Ö., Dumanlı, G., Şalk, S., İnanır, İ., Gürsoy, H., Karataş Bahar, A. ve Özgöller, G. (2017). Müzelere yönelik olumsuz kullanıcı güdümlü içerik çözümlemesi: TripAdvisor.com örneği. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 4(3), 29-48.
- Kurt, A. O. ve Göler, M. E. (2017). Anadolu'da İlk Tapınak: Göbeklitepe. *Cumhuriyet İlahiyat Dergisi*, 21(2), 1107-1138.
- Oğuzbalaban, G. (2020). Safranbolu Restoranlarına Yönelik Çevrimiçi Müşteri Şikâyetlerinin Analizi: Tripadvisor Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(4), 2898-2915.
- Ongun, U., Ballı, R. ve Sop, S. A. (2020). Müze Deneyimini Etkileyen Unsurlar: Çevrimiçi Yorumlar Üzerine Nitel Bir Araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 1123-1138.
- İnanır, A. ve Ongun, U. (2019). Yeşilova Salda'yı Ziyaret Eden Turistlerin Deneyimlerinin İncelenmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(4), 1028-1041.
- Özalp, H. (2016). İnsanlığın En Eski Tapınağı Göbeklitepe Teolojik Olarak Bize Ne Söyler? *Bilimname*, 1, 59-74.
- Özdemir, M. (2010). Nitel Veri Analizi: Sosyal Bilimlerde Yöntembilim Sorunsalı Üzerine Bir Çalışma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), 323-343.
- Özdemir, Ö., Akyürek, S. ve Kutukız, D. (2019). Tatuta Çiftliklerini Ziyaret Eden Turistleri Çevrimiçi Yorumlarını İncelenmesi. *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 8(1), 106-126.
- Özen, İ. A. (2021). Text Mining in Conservation of World Heritage Sites: Case of Göreme National Park and Cappadocia Rocky Sites. *Journal of Multidisciplinary Academic Tourism*, 6(1), 37-46.
- Schmidt, K. (2007). *Göbeklitepe: En Eski Tapınağı Yapanlar*, Arkeoloji ve Sanat Yayınları: İstanbul.
- Sert, A., N. ve Karacaoğlu, S. (2018). Müzelerdeki Hizmet Kalitesinin Memnuniyet Algısı ve Tavsiye Etme Niyeti Üzerindeki Etkisi: Anadolu Medeniyetleri Müzesi Örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(2), 103-122.
- Sop, S. A., Ongun, U. ve Abalı, R. (2020). Müze Deneyimini Etkileyen Unsurlar: Çevrimiçi Yorumlar Üzerine Nitel Bir Araştırma, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 1123-1138.
- Skov, M., Lykke, M., and Jantzen, C. (2018). Introducing walk-alongs in Visitor Studies: A mobile method approach to studying user experience. *Visitor Studies*, 21(2), 189-210. doi:10.1080/10645578.2018.1549396
- Stoleriu, O. M.; Brochado, A.; Rusu, A. and Lupu, C. (2019) Analyses of Visitors' Experiences in a Natural World Heritage Site Based on TripAdvisor Reviews, *Visitor Studies*, 22(2), 192-212, DOI: 10.1080/10645578.2019.1665390
- Şahin, H., Çolakoğlu, O. E., Kılıçdere, S. ve Atay, H. (2020). Kuşadası'nda bulunan 5 yıldızlı otel işletmelerine yönelik yapılan sosyal medya yorumlarının incelenmesi. *Tourism and Recreation*, 2(Ek 1), 103-110.
- Şahin, S. ve Şad, B. (2018). Müzelere Yönelik E-Yorumların İçerik Analizi Yöntemi ile Değerlendirilmesi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 14(1),199-202.
- Tengilimoğlu, E. ve Hassan, A. (2020). Applying flow theory to the online booking experience: The role of utilitarian and hedonic features. *Journal of Tourismology*, 6(1), 1-12.
- Tengilimoğlu, E. ve Öztürk, Y. (2020). Online yorumların faydalı bulunma durumunun incelenmesi: Konaklama işletmeleri üzerine bir araştırma, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 686-698.

- Topsakal, Y. (2019). Arslantepe Höyüğü TripAdvisor Çevrimiçi Yorumlarının İçerik Analizi İle İncelenmesi. *VIII. National IV. International Eastern Mediterranean Tourism Symposium* içinde
- Turker, N. ve Yaşar, Z. (2018). I. Uluslararası Turizm ve Mimarlık Konferansı 1 st International Conference on Tourism and Architecture 24-27 Ekim/ Safranbolu'nun Kültürel Culture values and Ethical Decision make View project Cultural Values View project. *I. Uluslararası Turizm ve Mimarlık Konferansı* içinde.
- Türkoğlu, T. ve Demir, M. (2020). Malatya ilinin turistik bölgelerinin çevrimiçi yorumlar kapsamında değerlendirilmesi: Tripadvisor örneği. *Sanat ve İnsan Dergisi*, 4(2), 66–85.
- Wight, A. C. (2020). Visitor perceptions of European Holocaust Heritage: A social media analysis *Tourism Management*, 81, 1-12. 104142. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104142>.
- Wong, C. U. I. and Qi, S. (2017). Tracking the Evolution of a Destination's Image by Text-Mining Online Reviews- The Case of Macau. *Tourism Management Perspectives*, 23, 19–29.
- Yavuz, C. (2020). Ordu İlinde Faaliyet Gösteren 4 ve 5 Yıldızlı Otellerin Trivago.Com Web Sitesindeki Puanlama ve Yorumlara Göre Değerlendirilmesi. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 7(4), 575–591.
- Yazıcıoğlu, İ., Alphan, E. ve Onur, M. (2020). Aşırı Turizm Kapsamında Tripadvisor Yorumları Üzerine Nitel Bir İnceleme: Salda Gölü Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(4), 505–522.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2017). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yiğit, S. ve Şahin Perçin, N. (2020). Tripadvisor da Yer Alan Yiyecek ve İçecek İşletmeleri Hakkındaki E-Şikayetlerin Değerlendirilmesi: Kapadokya Bölgesi Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(4), 2985–3001.