



Çevrim İçi Yorumların Destinasyon Deneyimine Etkisi, Turistik Deneyim Kalitesi ve Memnuniyetinin Araştırılması: Çatalhöyük ile Göbeklitepe Kıyaslaması (The Effect of Online Reviews on Destination Experience, Investigation of Touristic Experience Quality and Satisfaction: A Comparison of Çatalhöyük and Göbeklitepe)

Mete SEZGİN^a , * Bilge ARICAN^b 

^a Selcuk University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Management, Konya/Türkiye

^b Selcuk University, Institute of Social Sciences, Department of Tourism Management, Konya/Türkiye

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 19.12.2022

Kabul Tarihi: 20.03.2023

Anahtar Kelimeler

Destinasyon deneyimi
Çevrim içi yorumlar
Çatalhöyük
Göbeklitepe

Öz

İnternet kullanımının yaygınlaşması ile birlikte çevrim içi yorumlar, turistlerin destinasyon deneyiminde önemli bir rol oynamaya başlamıştır. Araştırmada, metin madenciliği yöntemi kullanılarak içerik analizi yapılmıştır. Çatalhöyük ve Göbeklitepe ile ilgili elde edilen yorumların destinasyon deneyimlerine etkisi, turistik deneyim kalitesi ve memnuniyet durumu araştırılmıştır. Her iki destinasyonun da eski çağlara tarihlenmesi, bu destinasyonların tercih edilmesinde bir etkidir. Yorumların elde edilmesinde WebHarvy 6.5 uygulaması kullanılmıştır. Çok kriterli karar verme yöntemiyle destinasyonların ön plana çıkan kriterleri, "Otopark-Güvenlik, Ulaşım, Çevre-Bakım, Hizmet, Görünüş, Tarihi Anlam" şeklinde belirlenmiştir. Belirlenen ağırlıklara ilişkin destinasyonların frekans tabloları ve grafikleri oluşturulmuştur. Çevrim içi yorumların destinasyon deneyimine etkileri, deneyim kalitesini ve memnuniyet durumunu araştırmak için duygu analizi kullanılmıştır. Göbeklitepe'nin Çatalhöyük'ten daha çok ziyaret edilmek istendiği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca; ziyaretçilerin Çatalhöyük ören yeri için üç (3) kriterle dikkat ettiği ve memnun kaldığı görülmüştür. Bunlar; sırasıyla "Tarihi Anlam", "Çevre-Bakım", "Görünüş" kriterleridir. Göbeklitepe ören yeri için belirlenen altı (6) kriterin tamamının dikkat çektiği görülmüştür. Bunlar; sırasıyla "Tarihi Anlam", "Çevre-Bakım", "Hizmet", "Otopark-Güvenlik", "Ulaşım", "Görünüş" kriterleridir.

Keywords

Destination experience
Online comments
Çatalhöyük
Göbeklitepe

Abstract

With the widespread use of the Internet, online comments have begun to play an important role in the destination experience of complaints. In the research, content analysis was carried out using the text mining method. The effect of the comments about Çatalhöyük and Göbeklitepe on destination experiences, touristic experience quality and satisfaction were investigated. The dating of both destinations to ancient times is a factor in the preference of these destinations. With the multi-criteria decision-making method, the prominent criteria of the destinations are aimed as "Parking-Safety, Transportation, Environment-Maintenance, Service, Appearance, Historical Meaning". Frequency tables and graphic values of determinations related to determined weights. It has been understood that Göbeklitepe is desired to be visited more than Çatalhöyük. Moreover; that they paid attention to three (3) criteria for Çatalhöyük ruins and they were satisfied. These; respectively, "Historical Meaning", "Environment-Care", "Appearance" criteria. All six (6) criteria defined for Göbeklitepe ruins draw attention. These; respectively, "Historical Meaning", "Environment-Care", "Service", "Car Park Security", "Transportation", "Appearance" criteria.

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: azracigdem10@gmail.com (B. Arıcan)

DOI: 10.21325/jotags.2023.1203

GİRİŞ

Dünya’da ve Anadolu’da insanların yaşam hikayelerinin ortaya çıkmasından bu zamana; ilk yerleşim yerlerine baktığımızda öncelikle göçebe hayat süren bir yaşam tarzı görülmektedir. (Mellaart, 2003, s.39-45). IV. Jeolojik Zamanın getirmiş olduğu oluşumlarla buzulların erimesi, Dünya’nın ısınması, kara parçalarının meydana gelmesi ile doğal yaşam topraklarının insanın yaşam şartlarına uygun hale gelmesi, daha yaşanılabilir bir doğanın var olmasına imkan tanımıştır (Crawford, 2010, s.11). Bilhassa yerleşik yaşama geçişte ve Neolitik Dönem’in getirdiği imkanlarda iklim değişikliğinin önemli bir etkisi olmuştur. Mağaralarda yaşamdan sonra, kendi evlerini ve tapınaklarını inşa etmişler, kendi ev mimarilerini ilerleterek bu evlerde yaşamlarını sürdürmeye başlamışlardır. Paleolitik Dönemde avcılık-toplayıcılık yaparak besinlerini tedarik ederken; Neolitik Dönemde toprağı işleyerek, tarımla uğraşarak besinlerini sağlamışlardır. Böylece hayatta kalma mücadelelerinin tarzı değişmiştir. Dolayısıyla tarımsal etkinliklerle açığa çıkan tahıl üretimi, insanoğlu için bir dönüm noktası niteliğinde olmuştur (Tekerkaya, 2021, s.25).

Çağımızda internetin gelişme göstermesi, yaygın bir şekilde kullanılması sebebi ile geniş ve aktif kullanım oranına ulaşan sosyal medya, gün geçtikçe ağıni genişleten web sitelerini de içine alan bir yapıya sahiptir (Ateş, Sunar & Bilge, 2019, s.753). Günümüzde ekonominin geleneksel üretim tarzlarının önemi azalırken, bilgi ve teknoloji kullanımı giderek artış göstermekte ve önemli bir güç durumuna gelmektedir (Sunar, 2021, s.47). Bu araştırmada; bahsedilen coğrafya içerisinde yer alan ve Dünyadaki en eski inanç merkezlerinden biri olan Göbeklitepe ve yine Bereketli Hilal sınırları içerisinde yer alan insanoğlunun ilk yerleşik yaşama geçtiği yerleşimlerden olan Çatalhöyük’ün günümüz insanının hala dikkatini çekmesi ve o dönemlere gitme arzusunu yansıtan etkileşimlerinden elde edilen yorumlar aracılığı ile duygularının analiz yöntemleri ile ölçülmesi literatüre katkı sağlayacaktır. Araştırmadaki amaç; ziyaretçilerin karar vermede etkilendikleri kriterleri tespit ederek, seçilen her iki destinasyonun deneyimlenme sebeplerini belirlemektir. Ayrıca seçilen destinasyonlarda bir diğ erinin hangi kriterlerde neden daha çok deneyimlenmek istendiğini ortaya koymaktır ve araştırmanın ana problemini oluşturmaktadır. Ayrıca Çatalhöyük ve Göbeklitepe ö ren yerleri üzerinden duygu analizi ile kıyaslama yaparak çevrim içi yorumların destinasyon deneyim etkilerini ölçmektir. Böylece turistlerin, turistik deneyim kalitesi ve memnuniyet durumunun araştırılması da sağlanacaktır. Alanyazında çokça gerçekleştirildiği gibi çevrim içi yorumlar üzerinden turistik deneyimler araştırılmıştır. Ancak bu çalışmada diğ erlerinden farklı olarak metin madenciliği yöntemi ile çok daha fazla yorum ile kapsayıcı değerlendirmelerde bulunulmuştur. Seçilen her iki destinasyon tarihi anlam ve eşsiz özellikleri bakımından tercih edilmiştir ve kavramsal çerçeve başlığı altında detaylandırılmıştır.

Kavramsal Çerçeve

Bu araştırmada, çok kriterli karar verme yöntemlerinden AHP yöntemi ve duygu analizi uygulanmaya çalışılmıştır. Diğ er çalışmalardan farklı olarak Eski Çağ’a ait iki destinasyon tercih edilmiştir. Bu destinasyonların tercih edilmesinde en büyük etken hemen hemen aynı dönemlere tarihlenmeleri, tapınma-inanış ve tarihi anlam bakımından uç özelliklere sahip olmalarıdır. Çatalhöyük’ün Anadolu’da İnsanoğlu’nun ilk yerleşik yaşama geçtiği yer olması, Ana Tanrıça Kibele’ye tapınmaları ve tek tanrılı inanca sahip olmaları, o dönemlerde böyle bir inanç sisteminin olduğunu ortaya koymuş ve diğ er topluluklardan farklı olduklarını göstermişlerdir. İlk tarım faaliyetlerini gerçekleştirerek, avcı toplayıcılıktan toprağı işlemeye geçen, ilk ev mimarisini uygulayarak mağara yaşamı ve göçebe hayattan yerleşik yapıya geçen özellikleri ile eşsiz bir tarihi değ ere sahiptir. Bu özelliklere sahip olması sebebi ile Çatalhöyük yerleşimi birinci destinasyon olarak tercih edilmiştir.

Göbeklitepe'nin ise Anadolu'nun ilk tapınağının bulunduğu yer olması, bir kült merkezi ve gökyüzü sembolizminin vurgulandığı ve halen gizemini koruyan işaretlerin yer alıyor olması, Göbeklitepe'nin eşsiz ve benzeri bulunmayan bir yapıda olduğunu göstermektedir. İnsanoğlu varoluşundan bu yana gökyüzüne karşı büyük bir hayranlık ve saygı duymuştur. Göbeklitepe tapınakları genellikle sonsuzluğu, bütünlüğü ve evreni simgeleyen daire formunda inşa edilmiştir. Bu formlar, sonraki dönemlerde inşa edilen tapınaklara model olmuştur. Bu eşsiz özelliklere sahip olması sebebi ile Göbeklitepe kült merkezi ikinci destinasyon olarak tercih edilmiştir. Her iki destinasyonun Bereketli Hilal olarak bahsedilen Mezopotamya sınırları içerisinde yer alması, UNESCO Dünya Miras Listesi Kalıcı Listesi'nde yer almaları ise diğer bir tercih sebebidir.

Çatalhöyük

Arkeoloji literatüründe “Bereketli Hilal” olarak adlandırılan Mezopotamya, bu değişime sahne olan ilk bölge olarak kabul edilmektedir. Mezopotamya, verimli toprakları sayesinde çağlar boyu topluluklara ev sahipliği yaparak uygarlıkların doğduğu coğrafya olarak nitelendirilmiştir. Bu bölge; Medeniyetin Şafağı olarak da bilinir. İlkel dinlerden tek tanrılı dinlere kadar tüm dinler bu bölgede ortaya çıkmıştır. İlk tarım uygulamaları bu bölgede yapılmış ve yazı da bu bölgede icad edilmiştir (W. Luckert, 2013, s.28-29). Çatalhöyük Antik Kenti, Bereketli Hilal kapsamında yer alan yerleşimlerden biridir. Çatalhöyük, olağanüstü gizemli duvar resimleri, sanatsal ve beslenme hayatını kolaylaştıran silahları, hayret verici sembolleri ile 10.000 yıllık kültürel ve tarihsel kalıntılarla bugünün araştırmacılarına veriler sağlamaktadır. Geçmişten bugüne ortaya çıkarılmış en eski ve en büyük neolitik şehirlerden biri Çatalhöyük'tür (Hodder, 2013, s.27). Çatalhöyük, son derece gelişmiş bir sosyal yapıya sahiptir. Konya Ovası içinde Ankara'nın 250 km. güneybatısında bulunan Çatalhöyük, tarih öncesi arkeolojik alanların en mühimlerinden biridir (Hodder, 2014a, s.108). Çatalhöyük, Konya şehrinin 52 km. güney doğusunda Çumra ilçesi sınırları içinde bulunan bir yerleşim yeridir. Kuzey ucundaki çatallanan yoldan adını almıştır (Temel Britannica Ansiklopedisi, 2008, s.260).

Kazı ve araştırmaların yoğunlaştığı yerleşim büyüklüğü ile etkileyici buluntularıyla tarihe ışık tutan Çatalhöyük yerleşmesi deniz seviyesinden 980 metre yükseklikteki Konya Ovası'nı sulayan Çarşamba Nehri'nin kıyısına kurulmuştur. İlk Çatalhöyük sakinleri hafif yüksekçe bir alanda az sayıda kerpiç evle ilk yerleşimi oluşturmuşlar ve zamanla yerleşimi geliştirerek büyük bir nüfusu barındıracak bir yaşam merkezi haline getirmişlerdir (Hodder, 2014b, s.57). Çatalhöyük ilk olarak 1958 yılında James Mellaart, David French ve Alan Hall tarafından keşfedilmiştir. James Mellaart, Çatalhöyük'ten çok etkilenmiş ve ekibiyle 1961-1965 yılları arasında kazı çalışmaları yapmıştır. Bu çalışmalarla birlikte çok sayıda duvar resimleri, figürler, çanak-çömlekler ve çeşitli buluntular ortaya çıkartılmıştır. Arkeolojik kazılarda ortaya çıkan kalıntılar ve sürdürülen bilimsel çalışmalarla birlikte dünya çapında tanınan Çatalhöyük 2012 yılında Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın girişimleriyle UNESCO Dünya Miras Listesi'ne eklenmiştir (Altuntaş, 2013, s.3-4).

Çatalhöyük yerleşiminde pek çok kutsal mekan ya da tapınak bulunmaktadır. Bu tapınakların Neolitik Çağ dinine hizmet ettiği bilinmektedir. Neolitik Dönem'de tarımda ekim dikimin çoğalması, tahıl üretimindeki verim ve hayvanlardaki çoğalmaya da önem verilmiştir. Bu sebeple bir “Toprak Ana” kavramı oluşmuştur. Bununla birlikte bazı dinsel törenler meydana gelmeye başlamıştır. Burada bulunan Tanrıça Kibele figürü; doğanın, canlılığın, toprağın bereketin sembolize edilmişidir. Çatalhöyük arkeolojik çalışmalarında ortaya çıkan heykelcikler; ana tanrıça kültürünün (tapınma) başlangıcı ve o dönemin inançları hakkında bilgi vermektedir (Altuntaş, 2013, s.5-7).

Çatalhöyük evlerinin iç duvarlarında yer alan ilk şehir planı niteliğindeki duvar resmi bu yerleşimin şehir planını günümüze taşıyan önemli bir işarettir. Ayrıca kabartmalar şeklinde odalardaki platformlar üzerine boynuzlar ve boğa başları yerleştirilmiştir. Bu odalar kutsal mekân (tapınak) olarak değerlendirilmiştir (Tuncer & Bulut, 2019, s.284).

Çatalhöyük yerleşimi; ev mimarisi ve yaşam tarzları, inanış tarzları, buluntuları ve sanat yapıları, tarihe ışık tutan ve insanoğlunun hayatını kolaylaştıran kendine has tarım ve hayvancılık faaliyetleri, beslenme ve gıda çeşitleri, gıdalarını pişirme yöntemleri, yemek hazırlama ve sunum araçları, gıda depolama yöntemleri, avlanma tarzları ve av aletleri, özel törenlerdeki ziyafetleri ve paylaşımları ile tarihe adını yazdırmıştır. Çatalhöyük ve Çatalhöyük insanı; halen önemini korumakta ve her yıl binlerce turist ziyaret etme eğiliminde bulunmaktadır.

Göbeklitepe

Göbeklitepe'nin içinde yer aldığı Şanlıurfa ili, uygarlığın doğduğu (dawn of civilization) diyar olarak belirtilmektedir. Arkeoloji literatüründe "Bereketli Hilal" olarak isimlendirilen bölgenin sınırları içerisinde yerini almaktadır. İlkel dinlerden tek tanrılı dinlere kadar tüm dinler Bereketli Hilal topraklarında meydana gelmiştir. İlk tarım uygulamaları bu bölgede gerçekleştirilmiş ve yazı da bu bölgede icat edilmiştir. Günümüzde Urfa Müzesi'nde sergilenen Urfa Adamı (Urfa Man) olarak adlandırılan erkek heykel figürü, arkeoloji literatüründe en eski natüralist gerçek boyutlu insan heykeli olarak adlandırılmaktadır (Okladnikova, 2014, s.49-51). Bu heykel, Urfa şehir merkezindeki Balıklıgöl ve çevresinin yaklaşık 12.000 yıl öncesine (M.Ö.10.000) dayandığını kanıtlamaktadır. Bu çağın sonunda insanoğlu avcı ve göçebe yaşam tarzını bırakarak yerleşik hayata geçmiştir. İlk köyleri kurmuş ve ilk kez tarımsal faaliyetleri başlatmışlardır. Böylece üretici toplumlar haline gelmişlerdir. Bu çağ, ilkel dinlerin ilk ortaya çıktığı çağ olarak da bilinmektedir (Luckert, 2013, s.17 ve Collins, 2014, s.28).

Kent merkezine yakın mesafede bulunan Göbeklitepe'de, Prof. Dr. Klaus Schmidt başkanlığında yürütülen arkeolojik kazılarda 12.000 yıl öncesine (M.Ö. 10.000) tarihlenen Paleolitik Çağ'ın sonlarına ait Dünya'nın en eski tapınağı ortaya çıkarılmıştır. Böylece bu keşif, Şanlıurfa'nın Dünya'da inananların en eski merkezi olduğunu kanıtlamıştır (Bengisu, 2020, s.1-10). Göbeklitepe; Neolitik Döneme ait ve Anadolu'da inşa edilen ilk tapınak olma özelliğine sahiptir. Arkeologlara göre burası insanlığın en eski tapınaklarından biridir. Göbeklitepe, yerleşik hayattan ve tarımsal üretimden uzak olan avcı-toplayıcı toplulukların dinsel inanışları hakkında çok önemli bilgiler sunmaktadır. Göbeklitepe, arkaik insanların dinden ve inançtan uzak ilkel bir yaşam sürmediklerini, bunun aksine bir inanca sahip olduklarını, inançlarını yaşayabilmek amacıyla tapınak inşa ettiklerini ve zengin bir dinî sembol kullandıklarını göstermektedir (Kurt & Göler, 2017, s.1110).

Anadolu ve Mezopotamya'da tapınakların zengin ve derin bir dünya görüşü ve inanç sistemiyle yapılması, Göbeklitepe'nin yerleşim yerlerinin dışında, yüksek bir konumda ve ihtişamlı bir şekilde inşa edilmesinin rastlantı olmadığını göstermektedir. Çünkü insanoğlu varoluşundan bu yana gökyüzüne karşı büyük bir hayranlık ve saygı duymuştur (Schmidt, 2007, s.107-113). Göbeklitepe tapınakları genellikle sonsuzluğu, bütünlüğü ve evreni simgeleyen daire formunda inşa edilmiştir ve tapınak alanındaki kaya yüzeylerinde çok sayıda daire sembolü yer almaktadır. Daire biçiminde tapınak formlarını Göbeklitepe'den sonra inşa edilmiş birçok tapınakta da görülmektedir (Cirlot, 1971, s.123). T biçimindeki dikili taşların üzerinde el ve kol tasvirlerinin bulunması ve birçok yönden insanı andıran özelliklere sahip olması, bunların taştan yapılmış insan biçimli anıtlar olduğunu göstermektedir. Yüz hatları belli olmayan, insan biçimindeki bu dikili taşların tam olarak neyi simgelediği bilinmemektedir. Bu dikili taşların

tanrıları, ataları veya ruhları sembolize ettiği ile ilgili bilgiler olsa da, bu kent için bu taşların tanrıları sembolize ettiği görüşü desteklenmektedir (Schmidt, 2007, s.116-117).

Diğer uygarlıkların mitolojilerinde, dinsel inanışlarında ve mimarilerinde görülen yoğun ve güçlü bir hayvan sembolizminin temellerinin Göbeklitepe’de atıldığı düşünülmektedir. T şeklindeki dikili taşların üzerindeki hayvan sembollerinin avcı-toplayıcı toplulukların inandıkları tanrılar ve sahip oldukları mitolojik dünya ile bağlantılı olduğu belirtilmektedir (Kurt & Göler, 2017, s.1123). Hayvan figürleri yanında, yüksek bilinç düzeyinin göstergesi olan soyut semboller ve hayvan figürlerinin; tanrıların sembolü, tanrıların kutsal hayvanı, öteki dünyanın tasviri veya o dönem insanının anlatmaya çalıştığı mitolojik hikâyeler olduğu düşünülmektedir (Eliade, 2003, s.51). Tapınakların, yıldız ve gezegenlerle bağlantılı olduğu ve gök cisimlerinin hareketlerini izlemek ve konumlarını belirlemek için kullanıldığı görüşü, neredeyse bütün antik tapınaklar için dile getirilmiştir. Tapınakların, gök cisimleri (Ay, Güneş, gezegenler, yıldızlar ve takımyıldızları) ile önemli bağlantılarının olduğu ortaya konulmuştur (Etili, 2014, s.26-35).

Sirius yıldızı, Göbeklitepe ile ilgili araştırmalarda yoğun olarak bahsedilmektedir. Yalnızca antik çağlarda, şamanlarda ya da diğer uygarlık ve inanışlar da değil İslamiyet’te de Sirius ile ilgili gizemlerden bahsedilmektedir. "Sirius (Arapça adıyla Şi'ra), Güneş hariç tutulursa, Kur'an'da adı ile bahsedilen tek yıldızdır ve Necm (Arapça'daki anlamı yıldız) suresinde yer almaktadır. "Şüphesiz Şi'râ 'nın Rabbi de O'dur." (53/49) şeklinde bahsedilmektedir. Şira yani Sirius'un 49. Ayette bahsedilmesi, Sirius-A ve Sirius-B'nin halkaların sırayla birbirlerini takip etmelerinden oluşan bir halkayı anımsatarak çift yaylar çizmeleri, 9. ayette iki tane yaydan bahsedilmesi dikkat çeken bir unsurdur. Bu yayların birbirleri etrafında dolanma süresinin astronomlarca 49,9 yıl olarak hesaplanması halen gizem ve işaretlerle insanoğluna mesajlar vermeye çalışması da, yüzyıllardır olduğu gibi gelecekte de sırrını koruyacağını göstermektedir. Birçok kutsal metinde geçen tek yıldız olması, yeryüzündeki birçok uygarlık için de en kutsal yıldız olduğunu göstermektedir (www.wikipedia.org, 2022).

Göbeklitepe'nin tarih boyunca inanç merkezi olan ve peygamberler şehri olarak bilinen Şanlıurfa'da ortaya çıkması, ülkemiz için önemli ekonomik ve kültürel fırsat oluşturmuştur. Anadolu'nun ne kadar zengin bir kültürel dokuya sahip olduğunu gösteren bu kült, ortaya çıktığı günden bu yana yerli ve yabancı araştırmacıların ele aldığı konular arasına girmiştir. İnanç turizminin merkezinin ortaya çıkarılıp ziyarete açılmasından kısa süre içerisinde gözde destinasyonlardan biri olması; bu tapınak yapısının ülkemize çok ciddi katkısının olacağını bir kanıttır.

Turizmde Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri, Veri Madenciliği Yöntemi ve Duygu Analizi Kullanılarak Yapılan Örnek Araştırmalar

Çok alternatifli problemlerin çözümlenmesinde karşılaşılan kaotik durumlarda tercih edilen ÇKKV yöntemleri, sorunların türlerine göre çeşitli tarzlarda çözüm üreten karar sağlama teknikleri olarak tanımlanmaktadır. Bu tekniklerde kriterler veya çoklu alternatifler arasından tercihler yapılarak çözümlenmeler ortaya konulmaktadır. Her bir tercih, metodolojisini sağlayan kendine has bir yaklaşım ve kullanım tarzına sahiptir (Karahana & Peşmen, 2020, s.277). Araştırmalarda genellikle ÇKKV yöntemleri olarak; Analitik Hiyerarşi Prosesi (AHP), Ağırlıklı Toplam Metodu (ATM), Ağırlıklı Çarpım Metodu (AÇM), TOPSIS, VIKOR, ELECTRE ve PROMETHEE yöntemleri kullanılmaktadır (Sezgin ve Yurtlu, 2021, s.1762). Alanyazında ÇKKV yöntemlerinin turizm alanında kullanıldığı bazı çalışmalar yer almaktadır.

Kapadokya bölgesinde 5 yıldızlı 4 farklı otelin tercih edilmesinde 5 kriter temel alınarak AHP yöntemiyle değerlendirmelerde bulunulmuştur. Çalışmada tercih kriterlerinin ağırlıklandırılması yapılırken seyahat acenteleri yetkilileri üzerinden anketler yapılarak çalışma yürütülmüştür (Doğan & Gencan, 2013, s.79). Otel çevrim içi yorumları üzerinden ve anketlerle otel tercih sebepleri saptanmaya çalışılmıştır.

Konya'da yer alan 9 çeşit otelin TripAdvisor'da bulunan puanlamasına istinaden 6 kriter baz alınarak değerlendirmelerde bulunulmuştur. Araştırmada AHP yöntemi kullanılarak kriter ağırlıkları ve TOPSIS yöntemiyle en makul otellerin sıralamaları belirlenmiştir (Göral, 2015). Genel anlamda otel kıyaslaması yapılarak çevrim içi yorumlar üzerinden otel tercih sıralamaları elde edilmeye çalışılmıştır.

Gödemir ve Eren'nin çalışmalarında, Profesyonel Turist Rehberi tercihinde AHP yönteminden yararlanılarak 7 farklı profesyonel turist rehberi arasından en makul turist rehberi, 7 kriter bakımından değerlendirilerek sonuca ulaşılmıştır (Gökdemir & Eren, 2020). Bu araştırmada ise, profesyonel turist rehberlerinin tercih kriterleri çevrim içi yorumlar üzerinden belirlenmek istenmiştir. Hangi rehberin hangi kriter ile tercih edildiği belirtilmiş ve diğer rehberlere turistlerin tercih kriterleri belirtilerek mesleki gelişim alanları hakkında öneriler sunulmuştur.

Uğur ve Uğur çalışmalarında; "farklı destinasyonlar arasında, çok sayıda kritere göre karar almada AHP'nin kullanılabilirliğini" araştırmışlardır. Araştırmada, beş destinasyondan her birini en az bir kez ziyaret etmiş 80 katılımcı ele alınmıştır. Anket yöntemiyle veri toplanmıştır. Katılımcılardan, Türkiye'deki beş destinasyon (Ayvalık, Çeşme, Kuşadası, Bodrum, Alanya) arasından, belirlenen yedi kritere göre karşılaştırma yapmaları talep edilmiştir. Katılımcıların destinasyonları değerlendirirken kullandıkları kriterler; önem sırasına göre "fiyat, ulaşım, kalite, eğlence, tarihi/doğal güzellikler, alışveriş ve imaj" olarak belirlenmiştir. Ayrıca katılımcıların beş destinasyon için tercih sıralaması, Bodrum, Kuşadası, Ayvalık, Alanya ve Çeşme şeklindedir (Uğur & Uğur, 2021). Farklı kriterlerin ortaya çıktığı destinasyon seçiminde AHP ile değerlendirmenin, karar vermede kolaylaştırıcı olduğu ve objektiflik sağladığı ortaya konulmuştur.

Polat ve Ağca'nın araştırmalarında; TripAdvisor kullanıcılarının Türkçe ve İngilizce yorumlarındaki duygusal eğilimlerin belirlenmesi ve kategorilendirilmesinde yararlanılan duygu analizi yöntemlerini kıyaslamışlardır. Veriler, TripAdvisor üzerinden web kazıma tekniği ile toplanmıştır. Veriler, duygu analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. Veri analizi yapılırken KNİME veri madenciliği programından faydalanılmıştır. Verilerin analizinde veri madenciliği yöntemlerinden biri olan metin madenciliğinden faydalanılmıştır. Araştırmada, metin madenciliği kapsamında duygu analizi tekniğinden yararlanılmıştır (Polat & Ağca, 2022). Araştırmada, duygu analizi yönteminden faydalanılmıştır. Yorumlar üzerinden tercih sebepleri ve memnuniyet durumları ortaya konmaya çalışılmıştır.

Özen, Karadeniz ve Zaro'nun araştırmasında, Kapadokya Bölgesi'nde kadın girişimcilerin işlettiği ve yöresel yemeklerin yapıldığı restoranlarda turistlerin seçimlerini değiştiren etkenlerin belirlenmesini hedeflemişlerdir. Kapadokya'da faaliyet gösteren ve Google Map uygulamasında bulunan hem işletmecilerinin veya hem de çalışanlarının kadınlardan oluştuğu 4 restorana ait 139 adet İngilizce yorum, araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Web kazıma tekniği uygulanarak ve metin madenciliği yöntemlerinden konu çıkarımı ve birliktelik teknikleri kullanılarak analizler yapılmıştır (Özen, Karadeniz & Zaro, 2022). Bu araştırmada ise; çevrim içi yorumlar üzerinden belirlenen restoranların tercih sebepleri belirlenmek istenmiştir.

Özen'in yaptığı araştırma kapsamında; 2021 yılında TripAdvisor'ın belirlediği ve Kapadokya'da bulunan en iyi 14 lüks mağara otelleri için yapılan 3430 adet İngilizce yorumun incelenmesi hedeflenmiştir. Araştırma verisi metin madenciliği yöntemlerinden konu çıkarımı tekniğinden yararlanılarak yapılmıştır (Özen, 2022). Çalışmada, seçilen mağara otellerle ilgili yapılan çevrim içi yorumlar üzerinden tercih kriterleri sunulmuştur.

İşler ve Akyurt çalışmalarında; seyahat acenta yöneticilerinin algılarında ekoturizme etki eden kriterlerden hangilerinin daha önemli olduğunu belirlemeyi amaçlamışlardır. Ekoturizme etki eden kriterler ve destinasyonların önemli unsurları tespit edilmiştir. Doğu Karadeniz bölgesinde ekoturizm çalışmalarının biçimlendirilmesi bakımından önemli görülen turistik faaliyetler dikkate alınmıştır. Veriler, bu faaliyetleri gerçekleştiren seyahat acenta yöneticilerinden toplanmıştır. Ekoturizm destinasyonlarından biri olan Giresun ilindeki seyahat acentalarının yöneticileri, araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Çalışmada, çok kriterli karar verme yöntemlerinden AHP yöntemi tercih edilmiştir. Seyahat acenta yöneticilerinden elde edilen verilerden, Giresun ili ekoturizm destinasyonları için önem derecesine göre kriterler belirlenmiştir. Önem sırasına göre; "güvenlik, turizm tesisleri, doğal yaşam, kültürel yapı, ulaşım, coğrafi özellikler, altyapı, iklim ve fiyat" şeklinde kriterler elde edilmiştir. Ekoturizm destinasyonlarını etkileyen en önemli kriterin "güvenlik" olduğu sonucuna ulaşılmıştır (İşler ve Akyurt, 2021).

Bu bölümde; çok kriterli karar verme yöntemlerinden biri olan AHP yöntemi ile ilgili turizm alanında yapılan akademik çalışmalardan bazı örnekler sunulmuştur. Çevrim içi yorumlar kullanılarak çoklu seçenekler içerisinde karar vermenin zorlaştığı, internet erişiminin kolaylaştığı çağımızda alınmak istenilen hizmetlere kolaylıkla ulaşılabildiği bilinmektedir. Kolay erişim çoklu seçenekleri bulmamızı sağlarken farklı seçenekler nedeni ile seçimlerde kararsızlık oluşturmaktadır. Literatür incelemesinde, duygu analizleri sonuçlarında kaliteli seçeneklerin ve kriterlerinin belirlenmesi ile seçimler daha kolay ve hızlı yapılabilmektedir. Ayrıca araştırmalarda; oteller, restoranlar, profesyonel turist rehberleri, hem tek başına hem de çoklu olarak turistik destinasyonlar ve öğren yerleri, gibi sektör unsurları ele alınarak çok kriterli karar verme yöntemleri uygulanmaya çalışılmıştır.

Bu araştırmada, çok kriterli karar verme yöntemlerinden AHP yöntemi ve duygu analizi uygulanmaya çalışılmıştır. Diğer çalışmalardan farklı olarak Eski Çağ'a ait iki destinasyon tercih edilmiştir. Bu destinasyonların tercih edilmesinde en büyük etken hemen hemen aynı dönemlere tarihlenmeleri, tapınma-inanış ve tarihi anlam bakımından uç özelliklere sahip olmalarıdır. Çatalhöyük'ün Anadolu'da İnsanoğlu'nun ilk yerleşik yaşama geçtiği yer olması, Ana Tanrıça Kibele'ye tapınmaları ve tek tanrılı inanca sahip olmaları, o dönemlerde böyle bir inanç sisteminin olduğunu ortaya koymuş ve diğer topluluklardan farklı olduklarını göstermişlerdir. İlk tarım faaliyetlerini gerçekleştirerek, avcı toplayıcılıktan toprağı işlemeye geçen, ilk ev mimarisini uygulayarak mağara yaşamı ve göçebe hayattan yerleşik yapıya geçen özellikleri ile eşsiz bir tarihi değere sahiptir. Bu özelliklere sahip olması sebebi ile Çatalhöyük yerleşimi birinci destinasyon olarak tercih edilmiştir.

Göbeklitepe'nin ise Anadolu'nun ilk tapınağının bulunduğu yer olması, bir kült merkezi ve gökyüzü sembolizminin vurgulandığı ve halen gizemini koruyan işaretlerin yer alıyor olması, Göbeklitepe'nin eşsiz ve benzeri bulunmayan bir yapıda olduğunu göstermektedir. İnsanoğlu varoluşundan bu yana gökyüzüne karşı büyük bir hayranlık ve saygı duymuştur. Göbeklitepe tapınakları genellikle sonsuzluğu, bütünlüğü ve evreni simgeleyen daire formunda inşa edilmiştir. Bu formlar, sonraki dönemlerde inşa edilen tapınaklara model olmuştur. Bu eşsiz özelliklere sahip olması sebebi ile Göbeklitepe kült merkezi ikinci destinasyon olarak tercih edilmiştir. Her iki

destinasyonun Bereketli Hilal olarak bahsedilen Mezapotamya sınırları içerisinde yer alması, UNESCO Dünya Miras Listesi Kalıcı Listesi'nde yer almaları ise diğer bir tercih sebebidir.

Tarihe ilk uygulamaları getiren toplumların yaşam ve inanış tarzlarını yansıtan bu destinasyonların neden ziyaret edilmek istendikleri, çevrim içi yorumların turistlerin destinasyon deneyimine etkileri, ziyaret sonrasında turistik deneyim kalitesi, turistlerin memnuniyet durumları ve edinimleri araştırmanın konusunu oluşturmaktadır. Çevrim içi yorumlar üzerinden AHP yönetimi ve duygu analizi ile öne çıkan kriterler belirlenmiştir. Yorumlar ele alındığında bu eşsiz özellikler destinasyonun çekim gücünü oluşturmaktadır. Fakat hangi destinasyon hangi kriterle ön plana çıkmaktadır sorusuna cevap aranmıştır.

Araştırma Yöntemi

Araştırmada; Eski Çağlara ait Anadolu'nun ilk yerleşim yeri olan Çatalhöyük ile Anadolu'nun ilk tapınağı olan Göbeklitepe'nin destinasyonları ziyaret etmede çevrim içi yorumlarının destinasyon deneyimlerine etkisi, turistlerin turistik deneyim kalitesi ve memnuniyet durumu araştırılmıştır. Seçilen destinasyonlarla ilgili çevrim içi yorumlar elde edilerek yorumlar üzerinden kriterler belirlenmiştir. Araştırma kriterleri olarak her bir destinasyon için yapılan yorumlarda en çok vurgulanan durumlar öncelikle ayrıştırılmıştır. "Otopark-Güvenlik, Ulaşım, Çevre-Bakım, Hizmet, Görünüş, Tarihi Anlam" şeklinde kriterler belirlenmiştir. Kriterlerin önem ağırlıklarının belirlenmesinde alanında uzman 5 profesyonel turist rehberinin uzman görüşüne yüz yüze görüşmeler yoluyla başvurulmuştur.

Bu araştırmada; metin madenciliği yöntemi kullanılarak içerik analizi yapılmıştır. Metin madenciliği, metin verilerinde doğrudan fark edilemeyen anlamların elde edilebilmesi amacıyla kullanılan yöntem olarak tanımlanmaktadır (Dolgun, vd., 2009, s.50). Metin madenciliği ile elde edilen metinler, veri olarak kabul gören bir veri madenciliği uygulaması olarak belirtilmiştir. Verilerin toplanması, metin işleme, filtreleme, yapılandırılmış veri toplamak amacıyla veri dönüştürme; metin madenciliği basamakları olarak açıklanmaktadır (Akbiyık, 2019, s.88).

Verilerin elde edilmesinde WebHarvy uygulaması kullanılmıştır. Bu uygulama web sitelerinden kolaylıkla veri elde edebilmek amacıyla kullanılan görsel bir web kazıma programıdır. WebHarvy; metin, HTML, görseller, URL'ler ve E-postaları web sitelerinden kolayca toplayabilen ve toplanan içeriği çeşitli şekillerde kaydedebilen bir programdır. Birden çok sayfa, kategori ve anahtar kelimedenden veri ayıklama özelliği bulunmaktadır. Bu uygulama ile seçilen destinasyonlar ile ilgili elde edilen tüm yorumlar, anahtar kelimeler girilerek ayıklanmıştır. Seçilen anahtar kelimeler ışığında yorumlar üzerinden çok kriterli karar verme yöntemi yolu ile destinasyonların ön plana çıkan özellikleri belirlenmiştir. Kriterlerin ağırlıklandırılmasında Analytical Hierarchy Process-AHP (Analitik Hiyerarşi Süreci-AHS) yöntemi kullanılmıştır. Araştırma kapsamında WebHarvy uygulaması ile Google yorumlar ve Tripadvisor web sayfası üzerinden alınan her iki yerleşim için yorumlar çekilmiştir. Belirlenen kriterlere göre IBM SPSS Statistic 29.0 uygulaması üzerinden her bir yorum ayrılmış ve frekans tablolarıyla değerlendirilmiştir. Bu kapsamda kriterler; "otopark-güvenlik, ulaşım, çevre-bakım, hizmet, görünüş, tarihi anlam" olarak belirlenmiş, 5 farklı başlıkta incelemeye alınmıştır.

Çeşitli seçeneklerin yer aldığı şartlarda veya rekabet ortamının baskın olduğu durumlarda en makul kararların karar verme yöntemleriyle desteklenerek ortaya konması önem arz etmektedir (Göral, 2015, s.4). ÇKKV tekniklerinden en çok tercih edilenlerden biri olan Analitik Hiyerarşi Prosesi (AHP) yöntemi ilk kez Mysers ve Albert tarafından 1968 yılında ortaya çıkarılmıştır (Gündüz & Güler, 2015, s.208). AHP yöntemi; karar verme

değişkenlerine istinaden muhtemel karmaşık alternatiflere yönelik sistemsal bir şekilde çözümlenerek çabuk karar verilebilmesine imkan sağlamaktadır (Güler, 2008, s.782). AHP yöntemi aracılığı ile modelleme basamakları sırasıyla; problemin tanımı, kriterlerin ortaya konulması, alternatiflerin belirlenmesi, hiyerarşik yapının çizilmesi, kriter ağırlıklarının hesaplanması, alternatiflerin her kritere göre değerlendirilmesi, her alternatifin çok kriterli puanının belirlenmesi, genel puanların karşılaştırılması ve en iyi alternatiflerin belirlenmesi şeklinde belirtilmektedir (Aydın, 2007, s.358).

Bu araştırmada; belirlenen ağırlıklara ilişkin destinasyonların fonksiyonel frekans tablolarının oluşturulmasında ise IBM SPSS Statistic 29.0 programından yararlanılmıştır. Son olarak turistleri ziyarete iten etmenleri, çevrim içi yorumların destinasyon deneyimine etkisini, turistlerin turistik deneyim kalitesi ve memnuniyet durumunu araştırmak için ise metin madenciliğinin tekniklerinden biri olan duygu analizi kullanılmıştır. Sosyal ağlarda yer alan verilerden istenilen bilgileri elde etmek amacıyla doğal dil işleme ve metin analitiği tekniklerinden yararlanan duygu analizi (fikir madenciliği), üreticiler ve tüketiciler için öğrenilmek istenilen duygusal yönelimlerin öğrenilmesinde kullanılan bir teknolojidir. Fikir madenciliğindeki ana gaye bir metindeki duyguların kategorilendirilmesidir. Bu araştırmada, turistlerin destinasyonları tercih etme eğilimleri, çevrim içi yorumların destinasyon deneyimine etkisi, turistik deneyim kaliteleri ve memnuniyet durumunları yorumlar üzerinden kriterler belirlenerek değerlendirmeye alınmış, tercih oranları yorum sayıları üzerinden belirlenerek yorumlamalar yapılmıştır.

Oldukça karmaşık bir süreç içeren duygu analizi; dilbilim, psikoloji ve doğal dil işleme gibi alanlardan yararlanmaktadır (Lin vd., 2020, s.1). Bir sınıflandırma aşaması içeren duygu analizi; belge, cümle ve özellik olmak üzere üç basamakta kategorilendirilmektedir. Belgenin tamamının bir birim olarak değerlendirilerek duyguların kategorize edilmesi belge düzeyinde bir sınıflandırma iken; her bir cümlenin bir birim olarak değerlendirilmesini ve duyguların cümle seviyesinde sınıflandırılmasını sağlamaktadır (Medhat vd., 2014, s.1094). Python 3.11 programında işlenen veriler Microsoft Visual Code Studio ile özelleştirilmiş Anaconda (Jupyter Notebook) ile kontrolü sağlanmıştır. Duygu analizi modelleri ise IBM SPSS MODELER Subscription programı kullanılarak yapılmıştır. Python3.11 programındaki sözlükler yardımı ile de kelime bulutları oluşturulmuştur.

Duygu Analizi Değerlendirmesi

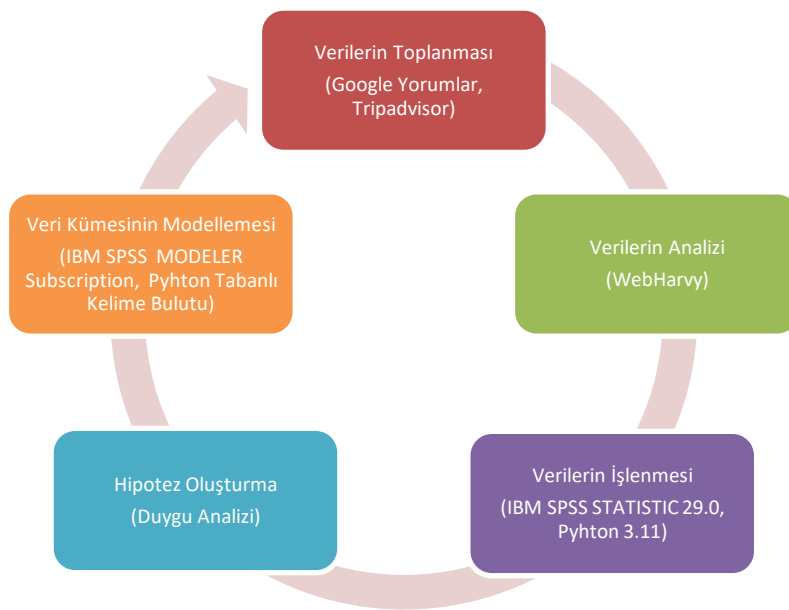
Çatalhöyük ve Göbeklitepe yerleşim yerlerinin WebHarvy 6.5 programından çekilen yorumlar, Python 3.11 programında işlenip Microsoft Visual Code Studio ile özelleştirilmiş ve Anaconda (Jupyter Notebook) üzerinden adım adım kodlama kontrolleri sağlanmıştır. En pratik ve en detaylı kazıma yöntemi olduğu için WebHarvy 6.5 tercih edilmiştir. WebHarvy uygulamasından çekilen yorumlar fonksiyonel işlem olarak en fazla sonuçlandırma seçeneğine sahip olan IBM SPSS Istatistic 29.0 uygulamasına aktarılmıştır. SPSS sistemine işlenen veriler duygu analizi yapmak amacıyla kodlama adına en donanımlı en çeşitli ve en pratik olan Python 3.11 uygulamasına aktarılmıştır. Python'a aktarılan veriler çeşitli editörlerle tanımlanarak duygu analizi gerçekleştirilmiştir. Doğal dil işleme aracı olan Python 3.11 sürümü üzerinde bulunan sözlük tanımlama editörü olan Pycharm ve İngilizce yorumları analiz edip işlemede kullanılan TextBlob editörleri Python 3.11 üzerinde aktif hale getirilmiştir. Veriler IBM SPSS MODELLER Subscription uygulaması üzerinden modellenmiştir. Duygu analizinin en önemli kriterlerinden birisi de kişilerin tercihlerine göre verilen duygu durumlarındaki değişimlerin dengesidir. Bu dengede ise IR (Imbalanced Ratio) Kat Sayısı formülü kullanılır.

Bu formül; aşağıda verilmiştir.

$$IR = \frac{\sum \text{NEGATİF SINIF ÖRNEK SAYILARI}}{\sum \text{POZİTİF SINIF ÖRNEK SAYILARI}}$$

Formülde bulunan sembol toplam sembolüdür. IR kat sayısı sıfır (0) ile bir (1) arasında değerler alır. IR katsayısını elde edilebilmesi için duygu veri setine ihtiyaç duyulur. Bu bağlamda kişilerin yorumları üzerindeki duygu durumunu ortaya koyabilmek için 38 farklı duygu durumunu çıkarabilen NAYALex duygu sözlüğü kullanılmıştır. Türkçe metinlerdeki duygu analizi için ZEMBEREK sözlüğü de kullanılmıştır.

Her iki yerleşim yeri için yapılmış kullanıcı değerlendirmeleri farklı analizlerle incelenmiştir. Bu incelemeler sonucunda duygu analizi yöntemine başvurulmuştur. IBM SPSS Statistic 29.0 uygulaması üzerinden işlenen veriler Python 3.11 sistemine aktarılarak duygu analizi yapılmaya başlanmıştır. Pandas, Pycharm ve TextBlob editörleri aktif hale getirilip duygu analizi verileri işlenmiştir.



Şema 1. Veri Analiz Süreci Şeması

Bulgular

Araştırma kapsamında, Antik Çağların Anadolu'da en gözde çekim merkezlerinden olan Çatalhöyük ve Göbeklitepe ören yerleri seçilmiştir. Bu destinasyonlarla ilgili çevrim içi yorumlar ele alınarak ziyaretçilerin duygu durumları, nasıl etkilendikleri ya da hangi durumlardan etkilendikleri ile ilgili tespitler yapılmak istenmiştir. Bu bağlamda; Göbeklitepe ve Çatalhöyük ile ilgili Google yorumlar ve Tripadvisor üzerinde bulunan ziyaretçilerin yaptıkları yorumlar, araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. 29.11.2022 tarihine kadar Göbeklitepe ile ilgili toplam 24.481 yorum, Çatalhöyük ile ilgili toplam 31.644 yorum, her iki yerleşim için toplam 56.125 yorum elde edilmiştir.

Araştırmanın örneklemini ise; Göbeklitepe ve Çatalhöyük ile ilgili son 5 yıl içerisinde Google ve Tripadvisor üzerindeki ziyaretçilerin yaptıkları yorumlar oluşturmaktadır. 01 Ocak 2018 tarihinden 29 Kasım 2022 tarihine kadar yaptıkları toplam yorumlardan amaca uygun olan araştırma için kullanılabilir içerikte yorumlar seçilmiştir. Bu ziyaret yerleri ile ilgili yorumlar, son 5 yıl ile kısıtlanmak istenmiştir. Bunun sebebi; seçilmiş destinasyonların özellikle son zamanlardaki ziyaretçi etkileşimlerini tespit edebilmektir. Ayrıca çok fazla yorum içeriği bulunması nedeni ile

araştırmanın kapsayacağı zaman dilimini daraltmaktır. Böylece, çok hızlı gelişen ve değişen internet aktivasyonları, zamanında ilgili araştırmacılarına katkı sağlayabilecektir.

Yorumlar WebHarvy programı aracılığı ile çekilmiş ve ayıklanmış olup, araştırmanın amacı kapsamında faydalanılabilecek yorumlar, kriterlere uygunluk açısından Python algoritması ile ayrıştırılmıştır. Bu bağlamda Çatalhöyük için 16.900 yorum, Göbeklitepe için 16.825 yorum, toplamda 33.725 yorum değerlendirmeye alınmış ve Tablo 1’de belirtilmiştir. Elde edilen ve değerlendirmeye alınan bu yorumlar üzerinden duygu analizleri gerçekleştirilmiş tablolar ve şekiller üzerinden değerler ve modeller belirtilmiş ve açıklamaları yapılmıştır.

Ayrıca Konya Müzeler Müdürlüğü’nün resmi kayıtlarından elde edilen verilere göre; 2018 yılında 4.725, 2019 yılında 31.964, 2020 yılında 13.979, 2021 yılında 26.841, 2022 yılında Ekim ayı dahil 38.551 turist, son 5 yılda toplam 116.060 turist Çatalhöyük’ü ziyaret etmiştir. Bununla birlikte araştırmada son 5 yılda Çatalhöyük ile ilgili toplam 31.644 yoruma ulaşılmıştır. Aynı zamanda Şanlıurfa Müzeler Müdürlüğü’nden elde edilen verilere göre; 2018 yılında 70.420, 2019 yılında 400.195, 2020 yılında 136.144, 2021 yılında 567.182, 2022 yılında Ekim ayı dahil 582.797 turist, son 5 yılda toplam 1.756.738 turist Göbeklitepe’yi ziyaret etmiştir. Ayrıca araştırmada son 5 yılda Göbeklitepe ile ilgili toplam 24.481 yoruma ulaşılmıştır.

Çatalhöyük ve Göbeklitepe ile ilgili son 5 yılın ziyaretçi sayıları değerlendirildiğinde; her iki destinasyonu toplam 1.872.798 kişi ziyaret etmiştir. İnternet ortamında her iki yerleşim için toplam 56.125 yorum yapılmıştır. Ziyaret durumuna oranla yorum sayısı oldukça az olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 1. Destinasyonları Ziyaret Eden Turistlerin Çevrim İçi Yorum Sayılarının Frekans Değerleri

Destinasyonlar	Yorum Sayıları(N)	Yüzdeler (%)
Çatalhöyük	16.900	% 51
Göbeklitepe	16.825	% 49
TOPLAM	33.725	% 100

Araştırma kapsamında destinasyonları ziyaret eden turistlerin çevrim içi yorumları WebHarvy 6.5 uygulaması ile çekilmiş ve IBM SPSS Statistic 29.0 uygulaması ile veri girişi yapılarak frekans tabloları oluşturulmuştur. Ziyaretçilerin çevrim içi yorumlarının frekans dağılımları, Tablo 1’de verilmiştir. Bu bağlamda Çatalhöyük ören yerini ziyaret edip değerlendirmede bulunan ziyaretçi sayısı 16.900 kişi, Göbeklitepe ören yerini ziyaret edip değerlendirmede bulunan ziyaretçi sayısı 16.825 kişi olarak saptanmıştır. Tablo 1’de verilen yüzdeler oranlar kısıtlarına göre sistemsel olarak yuvarlanarak hesaplamaya dahil edilmiştir. Bu durumda yaklaşık %2’lik bir oranla Çatalhöyük destinasyonu için daha çok yorum yapıldığı görülmektedir. Çatalhöyük destinasyonu ile ilgili kazılarının uzun yıllar öncesinden başlamış ve kalıntıların gün yüzüne çıkartılmış olması, ayrıca Çatalhöyük ile ilgili birçok akademik çalışma ve bilginin ulaşılabilir olması, yorum sayısının Göbeklitepe’den fazla olmasına neden olduğu düşünülmektedir.

Tablo 2. Çatalhöyük'ü Ziyaret Eden Turistlerin Yıldız Ölçeğiyle Çevrim İçi Yorum Değerlendirmeleri

ÇATALHÖYÜK	Çok Kötü	Kötü	Orta	İyi	Çok İyi	TOPLAM
	(*)	(**)	(***)	(****)	(*****)	
Otopark-Güvenlik	3.700	1.750	3.432	4.251	3.767	16.900
Ulaşım	2.600	4.850	3.432	2.351	3.667	16.900
Çevre-Bakım	3.193	4.236	2.554	3.758	3.159	16.900
Hizmet	3.945	2.452	3.626	4.432	2.445	16.900
Görünüş	1.671	2.785	4.521	5.478	2.445	16.900
Tarihi Anlam	557	2.458	2.755	4.547	6.583	16.900

Tablo 3. Göbeklitepe'yi Ziyaret Eden Turistlerin Yıldız Ölçeğiyle Çevrim İçi Yorum Değerlendirmeleri

GÖBEKLİTEPE	Çok Kötü	Kötü	Orta	İyi	Çok İyi	TOPLAM
	(*)	(**)	(***)	(****)	(*****)	
Otopark-Güvenlik	2.657	1.254	752	6.704	5.458	16.825
Ulaşım	2.236	2.254	4.477	3.445	4.413	16.825
Çevre-Bakım	3.415	4.557	3.254	2.141	3.458	16.825
Hizmet	2.457	3.552	2.752	3.025	5.039	16.825
Görünüş	1.514	2.145	3.459	5.458	4.249	16.825
Tarihi Anlam	1.710	1.152	4.458	3.478	6.027	16.825

Destinasyonları ziyaret eden turistlerin yapmış olduğu 33.725 çevrim içi yorum, kriter bazında yıldız ölçeği ile değerlendirmeye alınmıştır. WebHarvy 6.5 uygulaması üzerinden web kazıma yolu ile çekilen yorumlar IBM SPSS Statistic 29.0 uygulamasında analiz edilerek tablo haline getirilmiştir. Tablo 2'de yıldız ölçeğine göre Çatalhöyük değerlendirmeleri, Tablo 3'te ise yıldız ölçeğine göre Göbeklitepe değerlendirmeleri yer almaktadır. Bu tablolara göre; destinasyonları ziyaret eden turistlerin yorumlarının, Çatalhöyük için çoğunluk olarak en çok yorumu (6.583 yorumla) "Tarihi Anlam" kriterinde "Çok İyi" değerlendirmesiyle, Göbeklitepe'yi ziyaret eden turistlerin ise çoğunluk olarak en çok yorumu (6.704 yorumla) "Otopark-Güvenlik" kriterinde "İyi" değerlendirmesiyle yaptığı saptanmıştır. Ayrıca destinasyonları ziyaret eden turistlerin yorumlarının, Çatalhöyük için en az yorumu (557 yorumla) "Tarihi Anlam" kriterinde "Çok Kötü" değerlendirmesiyle, Göbeklitepe'yi ziyaret eden turistlerin ise en az yorumu (752 yorumla) "Otopark-Güvenlik" kriterinde "Orta" değerlendirmesiyle yaptığı saptanmıştır.

Çatalhöyük destinasyonu için çoğunluk olarak "Hizmet" kriterinde 3.945 yorumla "Çok Kötü" değerlendirmesinde bulunulmuştur. Göbeklitepe destinasyonu için ise çoğunluk olarak "Çevre-Bakım" kriterinde 3.415 yorumla "Çok Kötü" değerlendirmesinde bulunulmuştur. Bu veriler ışığında, "Çok Kötü" değerlendirmesinde Çatalhöyük destinasyonu "Hizmet" kriteri ile ön plana çıkarken, Göbeklitepe destinasyonu "Çevre-Bakım" kriteri ile ön plana çıkmaktadır. Çatalhöyük (3.945) "Çok Kötü" değerlendirmesinde Göbeklitepe'ye (3.415) göre daha çok yorum almıştır.

Çatalhöyük destinasyonu için çoğunluk olarak "Ulaşım" kriterinde 4.850 yorumla "Kötü" değerlendirmesinde bulunulmuştur. Göbeklitepe destinasyonu için ise çoğunluk olarak "Çevre-Bakım" kriterinde 4.557 yorumla "Kötü" değerlendirmesinde bulunulmuştur. Bu veriler ışığında, "Kötü" değerlendirmesinde Çatalhöyük destinasyonu "Ulaşım" kriteri ile ön plana çıkarken, Göbeklitepe destinasyonu "Çevre-Bakım" kriteri ile ön plana çıkmaktadır. Çatalhöyük (4.850) "Kötü" değerlendirmesinde Göbeklitepe'ye (4.557) göre daha çok yorum almıştır.

Çatalhöyük destinasyonu için çoğunluk olarak "Görünüş" kriterinde 4.521 yorumla "Orta" değerlendirmesinde bulunulmuştur. Göbeklitepe destinasyonu için ise çoğunluk olarak "Ulaşım" kriterinde 4.477 yorumla "Orta" değerlendirmesinde bulunulmuştur. Bu veriler ışığında, "Orta" değerlendirmesinde Çatalhöyük destinasyonu

"Görünüş" kriteri ile ön plana çıkarken, Göbeklitepe destinasyonu "Ulaşım" kriteri ile ön plana çıkmaktadır. Çatalhöyük (4.521) "Orta" değerlendirmesinde Göbeklitepe'ye (4.477) göre daha çok yorum almıştır.

Çatalhöyük destinasyonu için çoğunluk olarak "Görünüş" kriterinde 5.478 yorumla "İyi" değerlendirmesinde bulunulmuştur. Göbeklitepe destinasyonu için ise çoğunluk olarak "Otopark-Güvenlik" kriterinde 6.704 yorumla "İyi" değerlendirmesinde bulunulmuştur. Bu veriler ışığında, "İyi" değerlendirmesinde Çatalhöyük destinasyonu "Görünüş" kriteri ile ön plana çıkarken, Göbeklitepe destinasyonu "Otopark-Güvenlik" kriteri ile ön plana çıkmaktadır. Göbeklitepe (6.704) "İyi" değerlendirmesinde Çatalhöyük'e (5.478) göre daha çok yorum almıştır.

Çatalhöyük destinasyonu için çoğunluk olarak "Tarihi Anlam" kriterinde 6.583 yorumla "Çok İyi" değerlendirmesinde bulunulmuştur. Göbeklitepe destinasyonu için ise çoğunluk olarak "Tarihi Anlam" kriterinde 6.027 yorumla "Çok İyi" değerlendirmesinde bulunulmuştur. Bu veriler ışığında, "Çok İyi" değerlendirmesinde Çatalhöyük destinasyonu "Tarihi Anlam" kriteri ile ön plana çıkarken, aynı şekilde Göbeklitepe destinasyonu da "Tarihi Anlam" kriteri ile ön plana çıkmaktadır. Çatalhöyük (6.583) "Çok İyi" değerlendirmesinde Göbeklitepe'ye (6.027) göre daha çok yorum almıştır.

Tablo 4. Destinasyonların Kriter Bazında Varyans Analizleri

Destinasyonlar	Otopark-Güvenlik	Ulaşım	Çevre-Bakım	Hizmet	Görünüş	Tarihi Anlam
Çatalhöyük	,806	,911	1,033	,779	,796	,862
Göbeklitepe	1,074	,702	,747	,693	,812	,767

Araştırma kapsamında değerlendirmeye alınmış olan yorumların birbiri ile tutarlılığını ölçmek amacıyla ilk adım olarak izlenen varyans analizi sonuçları, Tablo 4'te verilmiştir. Tabloya göre IBM SPSS Statistic 29.0 uygulaması ile hesaplanan varyans sonuçları ile her bir kriterin varyans değerinin %50 üzeri olduğu tespit edilmiştir. Varyans değerlerinin %50 ve üzeri olduğu durumlarda çok faktörlü analizlerde örneklem güvenilirliğinin yüksek olduğu gözlemlenmektedir.

Tablo 5. Destinasyonları Ziyaret Eden Turistlerin Çevrim İçi Yorumlarının Kriterlere Göre Standart Hata Oranları

Destinasyonlar	Otopark-Güvenlik	Ulaşım	Çevre-Bakım	Hizmet	Görünüş	Tarihi Anlam
Çatalhöyük	,00516	,00548	,00584	,00507	,00506	,00534
Göbeklitepe	,00410	,00544	,00492	,00334	,00421	,00514

IBM SPSS Statistic 29.0 uygulaması üzerinden hesaplanan standart hata oranları Tablo 5'te verilmiştir. Hesaplanan değerlere bakıldığında hata oranının düşük olması ölçek güvenilirliği açısından önem arz etmektedir. Verilen değerlerin, teorik hata oranı standardı aralığında olduğu belirlenmiştir. Bu sonuç ölçeğin tutarlı olduğunu göstermektedir.

Tablo 6. Destinasyonlara İlişkin Analizlerin Yorumlarıyla Tutarlılık Ölçeği (Cronbach Alpha)

Destinasyonlar	Cronbach Alpha Tutarlılık Katsayısı	Örneklem Sayısı (N)
Çatalhöyük	,880	6
Göbeklitepe	,790	6
Karşılaştırma	,830	12

Çatalhöyük ve Göbeklitepe ören yeri için WebHarvy 6.5 uygulaması ile çekilen yorumlar IBM SPSS Statistic 29.0 uygulaması aracılığıyla tutarlılık katsayıları ölçülmesi için işlenmiştir. Tutarlılık katsayıları sonucunda

Çatalhöyük ören yeri için yapılan yorumların analizlere yansıyan tutarlılığı Göbeklitepe ören yerine göre %9'luk bir farkla daha tutarlı olduğu saptanmıştır. Cronbach Alpha Tutarlılık Katsayıları her iki ören yeri için Tablo 6'da belirtilmiştir.

Tablo 7. Destinasyonlara İlişkin Çok Kriterli Karar Verme Yöntemi Ağırlıklandırma Değerleri

Çatalhöyük/Göbeklitepe	Otopark-Güvenlik	Ulaşım	Hizmet	Çevre-Bakım	Görünüş	Tarihi Anlam
Otopark-Güvenlik	1	0,75	0,37	0,73	0,45	0,56
Ulaşım	0,36	1	0,45	0,54	0,78	0,48
Hizmet	0,45	0,38	1	0,26	0,56	0,58
Çevre-Bakım	0,57	0,33	0,25	1	0,75	0,67
Görünüş	0,49	0,75	0,38	0,41	1	0,66
Tarihi Anlam	0,43	0,74	0,45	0,47	0,48	1

Araştırma kapsamında destinasyonlarla ilgili elde edilen çevrim içi yorumların duygu analizinde kullanılabilmesi adına IBM SPSS Statistic 29.0 uygulaması üzerinden oluşturulmuş kriterler arası ağırlıklandırılmış ortalamaları Tablo 7'de verilmiştir. Tablo 7'ye göre ziyaretçilerin Çatalhöyük ören yeri için en çok tercih sebebi "Ulaşım" kriteri iken, Göbeklitepe ören yeri için "Görünüş" kriterinin tercih sebebi olduğu görülmüştür.

Tablo 8. Çatalhöyük Ören Yeri İçin Oluşturulmuş Anahtar Kelimelerin Frekans Tablosu

ANAHTAR KELİMELER	FREKANS	YÜZDELİK GÖSTERİMİ
Otopark	7.285	%9
Ücret	6.457	%8
Yol	2.556	%3
Araç	450	%0
Engelli	152	%0
Servis	4.214	%5
Kolaylık	3.456	%4
Konum	4.714	%6
Köy	1.510	%1
Cafe	5.896	%7
Personel	3.556	%4
Karşılama	5.708	%7
Rehber	1.588	%2
Tarih	5.256	%6
Bakımsız	2.126	%2
Çevre	2.356	%3
Çoban	1.283	%1
İlgisiz	1.625	%2
Tarihi	4.254	%5
Neolitik	3.558	%4
İnsan	5.478	%7
Ören Yeri	1.459	%1
Düzen	2.758	%3
Mesafe	7.554	%10

Araştırma kapsamında Çatalhöyük ören yeri için Python 3.11 uygulaması tabanlı sözlükler yardımıyla oluşturulmuş anahtar kelimelerin yorumlarda ne sıklıkla tekrar ettiği Tablo 8'de gösterilmiştir. Tabloya bakıldığında ziyaretçilerin yorumlarında "Mesafe" kelimesinin öne çıktığı tespit edilmiştir.

Tablo 9. Göbeklitepe Ören Yeri İçin Oluşturulmuş Anahtar Kelimelerin Frekans Tablosu

ANAHTAR KELİMESİ	FREKANS	YÜZDELİK GÖSTERİM
Pahalı	6.125	%8
Ücret	5.317	%7
Müze Kart	4.256	%5
Otopark	478	%0
Gişe	649	%1
Yol	3.145	%4
Engelli	3.425	%4
Araba	1.488	%2
Tepe	752	%1
Eksik	1.567	%2
Cafe	5.557	%7
Personel	3.152	%4
Hediyelik	2.541	%3
Rehber	1.158	%1
Dükkan	1.254	%1
Servis	3.163	%4
Tarih	5.414	%7
Urfa	2.673	%3
Çevre	4.264	%5
Gerekli	1.758	%2
Karışık	1.462	%1
Tarihi	1.254	%1
Eski dönem	2.425	%3
İnsan	3.254	%4
Din	1.325	%1
Sirius	2.189	%2
Köy	4.798	%7
Ulaşım	4.789	%7
Felsefe	1.520	%2
Tapınak	1.756	%1

Araştırma kapsamında Göbeklitepe ören yeri için Python 3.11 uygulaması tabanında bulunan sözlükler yardımıyla oluşturulmuş anahtar kelimelerin ziyaretçi yorumları içerisinde ne sıklıkla tekrar edildikleri Tablo 9’da verilmiştir. Tabloya göre ziyaretçilerin yorumlarında en çok "Pahalı" kelimesinden bahsedildiği görülmüştür.

Tablo 10. Çatalhöyük Ören Yerinin Kriterlerine Göre Duygu Analizine İlişkin Duygu Durumlarının Frekans Tablosu

KRİTERLER/ÇATALHÖYÜK	OLUMLU	NÖTR	OLUMSUZ	
Otopark-Güvenlik	5.142	4.259	7.499	
Ulaşım	4.258	5.452	7.190	
Hizmet	6.485	152	10.263	
Çevre-Bakım	9.148	1.522	6.230	
Görünüş	7.655	1.545	2.425	
Tarihi Anlam	13.225	254	3.421	
TOPLAM	45.913	13.184	37.028	96.125

Tablo 10’da Çatalhöyük ören yeri ziyaretçilerinin IBM SPSS Statistic 29.0 ve Python 3.11 uygulamaları ile yapılmış olan duygu analizi sonucu verilmiştir. Çatalhöyük ören yeri için genel anlamda "Tarihi Anlam" kriterinde hem en çok yorumu hem de en çok olumlu (13.225) yorumu aldığı görülmektedir. "Hizmet" kriterinde ise hem bir alt basamakta en çok yorumu hem de en çok olumsuz (10.263) yorumu aldığı tespit edilmiştir. Çatalhöyük için belirlenen kriterler olumlu, nötr, olumsuz olarak genel toplamda 96.125 kez bahsedilmiştir.

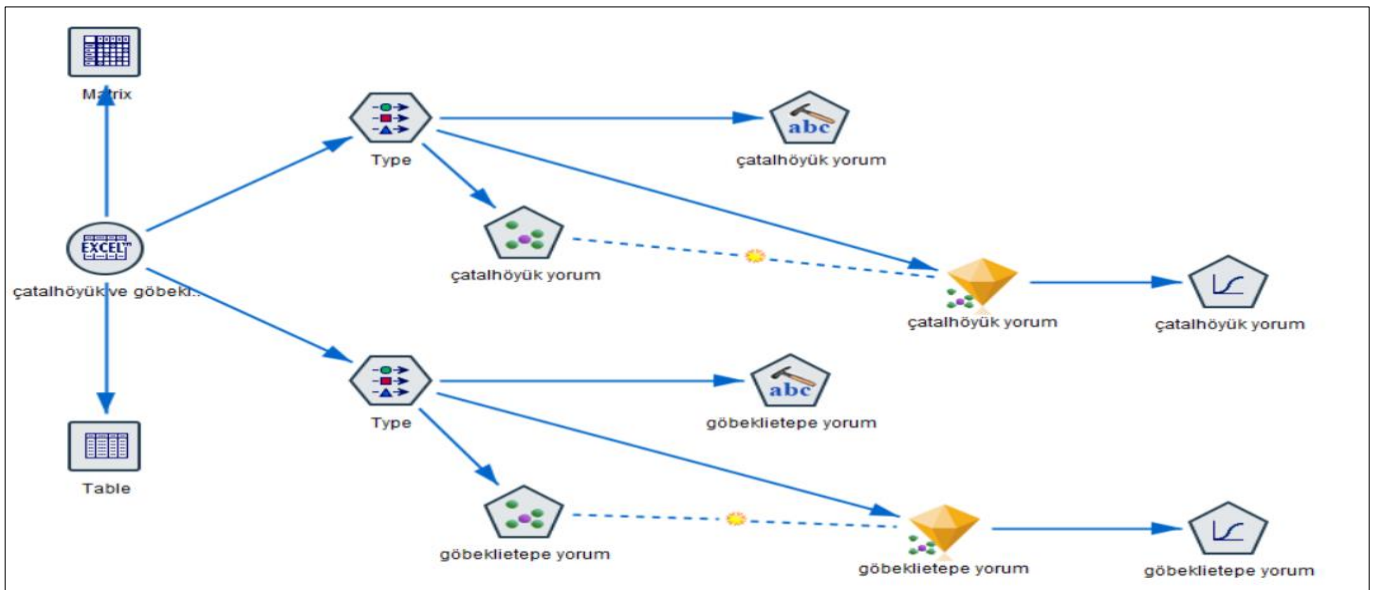
Tablo 11. Göbeklitepe Ören Yerinin Kriterlerine Göre Duygu Analizine İlişkin Duygu Durumlarının Frekans Tablosu

KRİTERLER/GÖBEKLİTEPE	OLUMLU	NÖTR	OLUMSUZ	
Otopark-Güvenlik	8.625	158	9.010	
Ulaşım	7.558	257	8.042	
Hizmet	9.364	432	7.029	
Çevre-Bakım	11.655	125	5.045	
Görünüş	7.548	12	4.426	
Tarihi Anlam	14.254	25	2.546	
TOPLAM	59.004	1.009	36.098	96.111

Tablo 11’de Göbeklitepe ören yeri ziyaretçilerinin IBM SPSS Statistic 29.0 ve Python 3.11 uygulaması üzerinden yapılmış olan duygu analizi sonucunda, Göbeklitepe ören yeri için genel anlamda "Tarihi Anlam" kriterinde hem en çok yorumu hem de en çok olumlu (14.254) yorumu aldığı görülmektedir. "Otopark-Güvenlik" kriterinde ise en çok olumsuz (9.010) yorumu aldığı tespit edilmiştir. Göbeklitepe için belirlenen kriterler olumlu, nötr, olumsuz genel toplamda 96.111 kez bahsedilmiştir.

Duygu Analizi Değerlendirmesi

Çatalhöyük ve Göbeklitepe ören yerlerini karşılaştırmak amacıyla gerçekleştirilen analizler sonucunda turistlerin ziyaret eğilimlerini, çevrim içi yorumların destinasyon deneyimine etkisi, turistik deneyim kalitesini ve memnuniyet durumunu ölçmek için IBM SPSS Statistic 29.0 uygulaması ile işlenen veriler kullanılarak Python 3.11 uygulaması ile duygu analizi yapılmıştır. Yorumlarda bulunan sözcükleri analiz edip tanımlayabilmek adına Python 3.11 uygulaması tabanında bulunan NAYALex ve ZEMBEREK sözlükleri kullanılmıştır. Sözlüklerden alınan sözcükler ile çeşitli kodlamalar kullanılarak ziyaretçilerin ziyaret eğilimleri ölçülmüştür. İşlenen kodlamalar, kod özelleştirme uygulaması olan Microsoft Visual Code Studio ile araştırma adına özelleştirilmiş ve kodlama kontrol uygulaması Anaconda (JupyterNotebook) ile kontrol edilip şematize edilmiştir.

**Şema 2.** Destinasyonların Duygu Analizi Veri Şeması

Duygu Analizi ile birlikte ziyaretçilerin iki alternatif(destinasyonlar) arasında destinasyon deneyim etkilerini, turistik deneyim kalitesini, memnuniyet durumlarını ve eğilimlerinin hangi destinasyona olduğunu ölçmek amacıyla IBM SPSS MODELER SUBSCRIPTION ile veriler hazırlanmıştır. Elde edilen bilgiler ışığında AHP Analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonucunda ziyaretçilerin Çatalhöyük ören yeri için üç (3) kritere dikkat ettiği ve memnun kaldığı görülmüştür. Bunlar; sırasıyla "Tarihi Anlam", "Çevre-Bakım", "Görünüş" kriterleridir. Göbeklitepe ören yeri için belirlenen altı (6) kriterin tamamının dikkat çektiği görülmüştür. Bunlar; sırasıyla "Tarihi Anlam", "Çevre-Bakım", "Hizmet", "Otopark-Güvenlik", "Ulaşım", "Görünüş" kriterleridir.

Sonuç, Değerlendirme ve Öneriler

Turistlerin destinasyon seçimlerinde ilerleme gösteren internet teknolojileriyle beraber turist deneyimlerinin önemi artış göstermiştir. Bu durumda aktif turistlerin destinasyonlarda geçmiş turizm edinimlerine internet aracılığıyla erişimlerinin gün geçtikçe artması büyük bir etki ivmesi kazandırmıştır. Bu araştırmada internet sitelerine uygulanan içerik analizi ve literatür taramalarında turistlerin büyük çoğunluğunun çevrim içi internet sitelerini ve uygulamalarını kullandıkları gözlemlenmektedir. Bu analizler; destinasyon tercihlerini, çevrim içi yorumların destinasyon deneyimine etkisini, turistik deneyim kalitesini ve memnuniyet durumlarını göstermek için yapılmıştır.

Literatür değerlendirmesinin yapıldığı bölümde; çok kriterli karar verme yöntemlerinden biri olan AHP yöntemi ile ilgili turizm alanında yapılan akademik çalışmalardan bazı örnekler belirtilmiştir. Çevrim içi yorumlar kullanılarak çoklu seçenekler içerisinde karar vermenin zorlaştığı, internet erişiminin kolaylaştığı çağımızda alınmak istenilen hizmetlere kolaylıkla ulaşılabildiği bilinmektedir. Kolay erişim çoklu seçenekleri bulmamızı sağlarken farklı seçenekler nedeni ile seçimlerde kararsızlık oluşturmaktadır. Literatür incelemesinde, duyu analizleri sonuçlarında kaliteli seçeneklerin ve kriterlerinin belirlenmesi ile seçimler daha kolay ve hızlı yapılabilmektedir. Ayrıca araştırmalarda; oteller, restoranlar, profesyonel turist rehberleri, hem tek başına hem de çoklu olarak turistik destinasyonlar ve ören yerleri gibi sektör unsurları ele alınarak çok kriterli karar verme yöntemleri uygulanmaya çalışılmıştır. Rastlanılan örneklerle istinaden, bu araştırmada zaman dilimi genişletilmiş ve daha çok yorum analiz edilmiştir. Destinasyonların gelişimi ve tanınırlığı arttıkça, internet erişimi ve kitlelere ulaşımı arttıkça o oranda değerlendirmeler artmıştır.

Araştırma kapsamında ele alınan Göbeklitepe ve Çatalhöyük destinasyonlarının UNESCO tarafından Dünya Miras listesine alınması, kültürel değer ve tarihi anlam bakımından uluslararası alanda büyük bir önem ve değere sahip olduğunun göstergesidir. Bunun bir sonucu olarak her yıl binlerce ziyaretçi tarih öncesi dönemlere ait olan bu iki antik kenti ziyaret etmeye eğilim göstermektedir. Araştırmada çevrim içi yorumlarla, seçilen destinasyonların ziyaret etme eğilimi açısından neden tercih edildikleri ve destinasyon deneyim etkisi incelenmiştir. Ayrıca turistlerin turistik deneyim kaliteleri ve memnuniyet durumları çevrim içi yorumlar üzerinden araştırılmıştır. Ziyaret yeri açısından tercih edilme kriterleri de ziyaretçi yorumları üzerinden belirlenmiştir.

Çatalhöyük ve Göbeklitepe ile ilgili son 5 yılın ziyaretçi sayıları değerlendirildiğinde; seçilen destinasyonları toplamda 1.872.798 kişi ziyaret etmiştir. İnternet ortamında her iki destinasyon için toplam 56.125 yorum yapılmıştır. Ziyaretçi sayılarına oranla yorum sayılarının oldukça az olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu kapsamda, ziyaretçilerin çoğunluğunun gerçek izlenimlerinin elde edilebilmesi için ören yerlerinde destinasyonlar için turistlerin görüşlerinin alınması için hatırlatma ya da teşvikler yapılmalıdır. Böylece, turistik deneyimler yaşandığı an itibari ile kayıt altına alınmış olurlar. Buna ek olarak, etkiler canlıken, unutulmadan, tam anlamıyla bir geri dönüş yaşanmış olacak ve bu

daha çok verinin elde edilmesini sağlayacaktır. Ayrıca bu destinasyonlarla ilgili yapılması planlanan araştırmalar için verilerin hızlı temin edilmesini sağlayacak, araştırmacılara kolaylıklar sunacaktır. Turistik mekanlarda veri elde etmek için yapılmak istenen anket çalışmaları ile deneyimler verisel anlamda sağlanmaya çalışılırken, bazı kısıtlayıcı durumlarla karşı karşıya kalılabilmektedir. Bu durumlar, turistlerin tur esnasında olmaları ve destinasyonu ziyaret etmek için zaman sınırlılıklarının olmasından kaynaklanmaktadır. Bunun sonucu olarak, yapılmak istenen araştırmanın veri teminini zorlaştırmaktadır. Bu nedenle çevrim içi olarak yapılan yorumlar veri teminini kolaylaştırdığı gibi kısa zamanda daha çok veriye ulaşılmasını sağlamaktadır. Çevrim içi yorumlar, çok kriterli karar verme yöntemlerinden özellikle AHP ve Duygu Analizi yöntemlerinde kullanıldığında ortaya dikkat çekici ve fayda sağlayacak sonuçlar çıkabilmektedir.

Araştırmada her iki destinasyon değerlendirildiğinde; UNESCO Dünya Miras Listesi'ne 2018'de alınmasına rağmen ve ziyaretçi girişleri ücretli (100 TL.) olmasına rağmen son 5 yılda ziyaretçi verileri doğrultusunda en çok ziyaret edilen destinasyon açık arayla Göbeklitepe sonucuna ulaşılmıştır (1.756.738 ziyaretçi ile).

Bunun yanı sıra Çatalhöyük yerleşim yeri açısından değerlendirildiğinde; UNESCO Dünya Miras Listesi'ne 2012 yılında alınmış olmasına rağmen ve ören yeri girişlerinin de ücretsiz olmasına rağmen son 5 yılda ziyaretçi verileri doğrultusunda Göbeklitepe'ye göre çok daha az ziyaret edildiği sonucuna ulaşılmıştır (116.060 ziyaretçi ile).

Araştırmanın amacı dahilinde; turistlerin destinasyon seçimi kriterlerinin Analitik Hiyerarşi Prosesi (AHP)Yöntemi ile değerlendirilmesinde, Çatalhöyük ile Göbeklitepe Kıyaslamasında, "Otopark-Güvenlik, Ulaşım, Çevre-Bakım, Hizmet, Görünüş, Tarihi Anlam" şeklinde kriterler belirlenmiştir.

Yıldız ölçeği ile destinasyonların çevrim içi yorumlarının değerlendirme sonuçlarına göre;

Destinasyonları ziyaret eden turistlerin yorumlarının, Çatalhöyük için çoğunluk olarak en çok yorumu "Tarihi Anlam" kriterinde "Çok İyi" değerlendirmesiyle, Göbeklitepe'yi ziyaret eden turistlerin ise çoğunluk olarak en çok yorumu "Otopark-Güvenlik" kriterinde "İyi" değerlendirmesiyle yaptığı saptanmıştır. Ayrıca destinasyonları ziyaret eden turistlerin yorumlarının, Çatalhöyük için en az yorumu "Tarihi Anlam" kriterinde "Çok Kötü" değerlendirmesiyle, Göbeklitepe'yi ziyaret eden turistlerin ise en az yorumu "Otopark-Güvenlik" kriterinde "Orta" değerlendirmesiyle yaptığı saptanmıştır. Bu bulgular ışığında, Çatalhöyük'ün "Tarihi Anlam" kriterinde en çok yorumla "Çok İyi" değerlendirmesiyle, aynı zamanda aynı kriterle en az yorumu "Çok Kötü" değerlendirmesi ile alması Çatalhöyük bakımından sonuçların anlamlı olduğunu göstermektedir. Ek olarak, Göbeklitepe'nin "Otopark-Güvenlik" kriterinde en çok yorumla "İyi" değerlendirmesiyle, aynı zamanda aynı kriterle en az yorumu "Orta" değerlendirmesiyle alması Göbeklitepe bakımından da sonuçların anlamlı olduğunu göstermektedir. Ayrıca "Tarihi Anlam" kriteri bakımından Çatalhöyük'ün Göbeklitepe'den daha çok dikkat çektiği ifade edilebilir. "Otopark-Güvenlik" kriteri bakımından da Göbeklitepe'nin Çatalhöyük'ten daha çok dikkat çektiği ifade edilebilir.

"Çok Kötü" değerlendirmesinde Çatalhöyük destinasyonu "Hizmet" kriteri ile ön plana çıkarken, Göbeklitepe destinasyonu "Çevre-Bakım" kriteri ile ön plana çıkmaktadır. Çatalhöyük (3.945) "Çok Kötü" değerlendirmesinde Göbeklitepe'ye (3.415) göre daha çok yorum almıştır. Çatalhöyük'ün "Hizmet" kriterinde "Çok Kötü" değerlendirmesi ile en çok yorumu alması, hizmet anlamında düzenlemelere gidilmesi ve yeniden yapılandırmaların yapılması gerekliliğini göstermektedir. Göbeklitepe'nin ise "Çevre-Bakım" kriterinde "Çok Kötü" değerlendirmesi

ile en çok yorum alması, Göbeklitepe için çevre düzenlemesi ve bakımı ile ilgili girişimlerde bulunulması gerekliliğini göstermektedir.

"Kötü" değerlendirmesinde Çatalhöyük destinasyonu "Ulaşım" kriteri ile ön plana çıkarken, Göbeklitepe destinasyonu "Çevre-Bakım" kriteri ile ön plana çıkmaktadır. Çatalhöyük (4.850) "Kötü" değerlendirmesinde Göbeklitepe'ye (4.557) göre daha çok yorum almıştır. Çatalhöyük'ün "Ulaşım" kriterinde "Kötü" değerlendirmesi ile en çok yorum alması, ulaşım anlamında turistlerin kolaylıkla, konforla, güvenle destinasyona ulaşmalarını sağlayabilmeleri için yolların düzenlenmesi ve bakımı ile ilgili girişimlerde bulunulması gerekmektedir. Göbeklitepe'nin ise "Çevre-Bakım" kriterinde "Kötü" değerlendirmesi ile en çok yorum alması, Göbeklitepe için bir alt yıldız değerlendirmesi sonucunda da vurgulandığı gibi çevre düzenlemesi ve bakımı ile ilgili girişimlerde bulunulması gerekliliğini göstermektedir.

"Orta" değerlendirmesinde Çatalhöyük destinasyonu "Görünüş" kriteri ile ön plana çıkarken, Göbeklitepe destinasyonu "Ulaşım" kriteri ile ön plana çıkmaktadır. Çatalhöyük (4.521) "Orta" değerlendirmesinde Göbeklitepe'ye (4.477) göre daha çok yorum almıştır. Turistler, "Orta" değerlendirmesinde ciddi bir çoğunlukla her iki destinasyon için yorum yapmışlardır. Birbirlerine çok yakın oranla yorum sayıları ile "Görünüş" kriterinde Çatalhöyük için biraz daha gelişim gösterilmesi beklenirken, "Ulaşım" kriterinde ise Göbeklitepe için biraz daha gelişim gösterilmesi beklenmiştir. Çatalhöyük'ün görünüşü bakımından genel hatları ile destinasyonda düzenlemelerin yapılması gerekmektedir. Göbeklitepe için ise ulaşım bakımından ören yerine ulaşım sağlanırken yol yapım-düzenleme gibi beklentilerin giderilmesi gerekmektedir.

"İyi" değerlendirmesinde Çatalhöyük destinasyonu "Görünüş" kriteri ile ön plana çıkarken, Göbeklitepe destinasyonu "Otopark-Güvenlik" kriteri ile ön plana çıkmaktadır. Göbeklitepe (6.704) "İyi" değerlendirmesinde Çatalhöyük'e (5.478) göre daha çok yorum almıştır. Bu durumda Çatalhöyük'ün "Görünüş" kriterinde "İyi" değerlendirmesinde Göbeklitepe'den daha fazla beğeni aldığı, Göbeklitepe'nin ise "Otopark-Güvenlik" kriterinde "İyi" değerlendirmesinde daha fazla beğeni aldığı göstermektedir.

"Çok İyi" değerlendirmesinde Çatalhöyük destinasyonu "Tarihi Anlam" kriteri ile ön plana çıkarken, aynı şekilde Göbeklitepe destinasyonu da "Tarihi Anlam" kriteri ile ön plana çıkmaktadır. Çatalhöyük (6.583) "Çok İyi" değerlendirmesinde Göbeklitepe'ye (6.027) göre daha çok yorum almıştır. Her iki destinasyonun da tarihi anlam bakımından dikkat çekici bir geçmişe sahip olması ve bu destinasyonlardan çıkan kalıntıların ve sembollerin halen gizemini koruması turistler için ciddi bir çekim etkisi yaratmakta olduğu, veriler doğrultusunda gösterilmektedir.

Duygu Analizi sonuçlarına göre; Çatalhöyük ören yeri için genel anlamda "Tarihi Anlam" kriterinde hem en çok yorumu hem de en çok olumlu (13.225) yorumu aldığı görülmektedir. "Hizmet" kriterinde ise hem bir alt basamakta en çok yorumu hem de en çok olumsuz (10.263) yorumu aldığı tespit edilmiştir. Göbeklitepe ören yeri için ise, genel anlamda "Tarihi Anlam" kriterinde hem en çok yorumu hem de en çok olumlu (14.254) yorumu aldığı görülmektedir. "Otopark-Güvenlik" kriterinde ise en çok olumsuz (9.010) yorumu aldığı tespit edilmiştir.

Kriterlere göre Yıldız Ölçeği ve Duygu Analizi sonuçları birlikte değerlendirildiğinde;

"Otopark-Güvenlik" kriterinde; Göbeklitepe yerleşimi için yüksek çoğunluğun "İyi" ve "Çok İyi" değerlendirmesinde bulunduğu görülmüş ve bu kategoride en çok olumlu yorumu alarak ilk sırada tercih edilmiştir.

"Ulaşım" kriterinde; Göbeklitepe yerleşimi ziyaretçilerin çoğunluğu tarafından yapılan "Orta" değerlendirmesiyle ve en çok olumlu yorumu alarak ilk sırada tercih edilmiştir.

"Çevre-Bakım" kriterinde; Göbeklitepe yerleşimi, ziyaretçilerin çoğunluğunun "Çok İyi" değerlendirmeleriyle ve en çok olumlu yorumu alarak ilk sırada tercih edilmiştir.

"Hizmet" kriterinde; çoğunluk olarak Göbeklitepe "Çok İyi" değerlendirmesiyle ve en çok olumlu yorumu alarak ilk sırada tercih sebebi olmuştur.

"Görünüş" kriterinde; "İyi" değerlendirmesiyle ve en çok olumlu yorum alan Çatalhöyük ören yeri olmuştur. Bu kriterde, Göbeklitepe "İyi" değerlendirmesinde ve olumlu yorumlar bakımından Çatalhöyük'ten daha az değerlendirme alarak ikinci sırada tercih sebebi olmuştur.

"Tarihi Anlam" kriterinde; Çatalhöyük yerleşimi ile ilgili ziyaretçilerin çoğunluğunun "Çok İyi" şeklinde değerlendirmelerde bulunduğu belirlenmiştir. Aynı şekilde Göbeklitepe "Tarihi Anlam" kriteri bakımından çoğunluğun "Çok İyi" değerlendirmesiyle yorum almış olduğu tespit edilmiştir. Çatalhöyük "Çok İyi" değerlendirmesiyle en çok yorumu alarak ilk sırada, Göbeklitepe ise ikinci sırada tercih sebebi olmuştur. Fakat bu kriterde en çok olumlu yorumu Göbeklitepe yerleşimi almıştır.

AHP Analizi sonuçlarına göre; ziyaretçilerin Çatalhöyük ören yeri için üç (3) kritere dikkat ettiği ve memnun kaldığı görülmüştür. Bunlar; sırasıyla "Tarihi Anlam", "Çevre-Bakım", "Görünüş" kriterleridir. Göbeklitepe ören yeri için belirlenen altı (6) kriterin tamamının dikkat çektiği görülmüştür. Bunlar; sırasıyla "Tarihi Anlam", "Çevre-Bakım", "Hizmet", "Otopark-Güvenlik", "Ulaşım", "Görünüş" kriterleridir.

Her iki tarihi antik kente tarihi değer bakımından çok önem verildiği açıktır. Fakat Çatalhöyük'ün kazı çalışmaları ve alan ziyaretleri yıllar öncesine dayandığından ve uzun yıllardır akademik çalışmalara konu olduğundan bilinirliği fazladır. Ancak Göbeklitepe'nin 2018 Dünya Miras Listesi'ne geçmesi ile akademik çalışmaların hızlandığı, çevre düzenleme ve tanıtım faaliyetlerinin bu dönemden sonra başlamış olması nedeni ile Çatalhöyük'ten daha az oranda 'Çok İyi' değerinde olumlu yorum almıştır. Çatalhöyük ile ilgili çok fazla değer ve tarihi bilgi kazı çalışmaları ile gün yüzüne çıkmış fakat Göbeklitepe'nin halen gizemini koruması bilinirliği bakımından Çatalhöyük'e göre daha az oranda çıkmasına neden olmuştur. Fakat bunun tam tersi etkisi değerlendirildiğinde Göbeklitepe'nin gizemini koruması ve yakın tarihte ziyarete açılması son yıllar baz alındığında ziyaret edilirliğini ciddi oranda arttırmıştır. Göbeklitepe'nin ziyaret edilebilirliğindeki bir başka neden ise yer aldığı şehir Şanlıurfa şehir merkezine yakın olmasıdır (18 km). Çatalhöyük ise bulunduğu şehir olan Konya merkeze 52 km. mesafededir. Bu durum Çatalhöyük'ün ziyaret edilebilirliğini zorlaştırmaktadır.

Seçilen her iki destinasyonun çevrim içi yorumları ele alınarak duygu analizi ile kıyaslanması açısından literatürde örneğine rastlanmamıştır. Ayrıca, her iki destinasyon için destinasyon deneyim etkileri, turistlerin turistik deneyim kalitesi ve memnuniyet durumlarının çevrim içi yorumlar bazında araştırılması ve kıyaslanması da çalışmaya değer katmış ve literatürde örneği ile karşılaşılmamıştır. Araştırmanın diğer araştırmalara kaynak niteliğinde olacağı düşünülmektedir. Bu araştırma, seçilen ören yerlerinin daha çok verimli hale getirilebilmesi, ziyaretçilere daha iyi kalitede hizmet sunulabilmesi ve küresel anlamda rekabet edilebilirliğinin artırılabilmesi için ilgili kurum ve kuruluşlara öneri mahiyetindedir.

Beyan

Makalenin tüm yazarlarının makale sürecine verdikleri katkı eşittir. Yazarların bildirmesi gereken herhangi bir çıkar çatışması yoktur.

KAYNAKÇA

- Akbıyık, A (2019). *Sosyal Bilimlerde Metin Madenciliği*, 1. Baskı, Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Ateş, A., Sunar, H. & Bilge, F. A. (2019). Analysis of İstanbul airport with online passenger comments: The case of google maps, The Third International Congress on Future of Tourism: Innovation, Entrepreneurship and Sustainability, Mersin, Türkiye. *Bildiriler Kitabı*, 753-756.
- Altuntaş, Y. S. (2013). *Eskiçağ'da Çatalhöyük*. Yüksek Lisans Tezi. Necmettin Erbakan Üniversitesi Ahmet Keleşoğlu Eğitim Fakültesi. Konya.
- Aydın, U. (2007). *Yöneylem Araştırması, İşletmecilik Uygulamalı Bilgisayar Destekli Modelleme*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Bengisü, E. (2020). Human History and Göbeklitepe, *International Journal of Social, Political and Economic Research*, Sayı: 7, Sıra: 1, 2020, 1-10 ISSN: 2667-8810 (Online) ijosper.uk.
- Cirlot, J. E. 1971. *A Dictionary of Symbols*, translated by Jack Sage (London: Routledge and Kegan Paul Publisher), Sayfa: 123.
- Collins, A. (2014). *Gözcüler Tapınağı ve Cennet Bahçesinin Keşfi, Göbekli Tepe Tanrılarının Doğuşu*, Ankara: Alfa Yayıncılık.
- Crawford, H. (2010). *Sümer ve Sümerler*, Çev: Nihal Uzan. Ankara: Arkadaş Yayınevi.
- Doğan, N. & Gencan, S. (2013). Seyahat Acentası yöneticilerinin bakış açısıyla en uygun otel seçimi: Bir analitik hiyerarşi prosesi (AHP) uygulaması. *Erciyes Üniversitesi İİBF Dergisi* (41), 69-88.
- Dolgun, M. Ö., Özdemir, T. G., & Oğuz, D. (2009), Veri madenciliğinde yapısal olmayan verinin analizi: Metin ve web madenciliği, *İstatistikçiler Dergisi: İstatistik ve Aktüerya*, 2(2), Sayfa: 48-58.
- Eliade, M. (2003). *Dinsel İnançlar ve Düşünceler Tarihi: Taş Devrinden Eleusis Mysteria'larına*. Çev: Ali Berktaş. İstanbul: Kabalcı Yayınevi, Sayfa: 51.
- Etlı, Ö. B. (2014). Dünyanın ilk gözlemevi: Göbeklitepe Tapınağı. *Popüler Bilim Dergisi*, 229, Sayfa: 26-35.
- Fairbairn, A., Asouti, E., Near, J. & Martinoli, D. (2002). Macro-Botanical evidence for plant use at Neolithic Çatalhöyük South-Central Anatolia, Turkey, *Vegetation History and Archaeobotany*, Sayfa: 41-54.
- Gökdemir, S. & Eren, D. (2020). Turist rehberi seçiminin analitik hiyerarşi süreci ile belirlenmesi: Tripadvisor örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(2), 1510-1526.
- 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), Sayfa: 1-17.

- Güler, M. E. (2008). Incorporating multi-criteria considerations into supplier selection problem using analytical hierarchy process: A case study. *Journal of Yasar University*, 3(12), 775-798.
- Gündüz, H. & Güler, M. E. (2015). Termal turizm işletmelerinde çok ölçütlü karar verme teknikleri kullanılarak uygun tedarikçinin seçilmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 30(1), 203-222.
- Hodder, I. (2013). Humans and landscapes of Çatalhöyük: Reports from The 2000-2008 seasons, Çatalhöyük research project series Sayı: 8, British Institute at Ankara Monograph No: 7, Monumenta Archaeologica 30, Los Angeles: Cotsen Institute of Archaeology Press.
- Hodder, I. (2014a). Çatalhöyük Excavations: The 2000-2008 Seasons, Çatalhöyük Research Project Series Volume 7, Cotsen Institute of Archaeology Press, Los Angeles.
- Hodder, I. (2014b). Integrating Çatalhöyük: Themes from The 2000-2008 Seasons, Çatalhöyük Research Project Series Volume 10, Cotsen Institute of Archaeology Press, Los Angeles.
- İşler, H. & Akyurt, H. (2021). AHP Yöntemi ile Seyahat Acentalarının Ekoturizm Kriterleri Algılarının Tespiti: Giresun Örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, Sayı: 5(2), Sayfa: 1103-1121.
- Karahan, M. & Peşmen, S. (2020). İllerarası Rekabet Gücünün Promethee Gaia Yöntemiyle Analizi. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2, 272-287.
- Kurt, AO-Göler, M. E. (2017). Anadolu'da İlk Tapınak: Göbeklitepe-The first temple in minor Asia: Göbeklitepe. *Cumhuriyet İlahiyat Dergisi*, Sayı: 2 (Aralık/December 2017): 1107-1138.
- Lin, H. C. K., Wang, T. H., Lin, G. C., Cheng, S. C., Chen, H. R. & Huang, Y. M. (2020), Applying sentiment analysis to automatically classify consumer comments concerning marketing 4Cs Aspects, *Applied Soft Computing*, 97, Sayfa:1-9. <https://doi.org/10.1016/J.ASOC.2020.106755>
- Medhat, W., Hassan, A. & Korashy, H. (2014), Sentiment analysis algorithms and applications: A survey, *Ain Shams Engineering Journal*, 5(4), 1093–1113.
- Mellaart, J. (2003). *Çatalhöyük Anadolu'da Bir Neolitik Kent*, (Çev: G.Bike Yazıcıoğlu), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Okladnikova, E, A. (2014). Fantastic Predator of Kalbak-Tash (High Altai Mountains): Göbekli Tepe Parallels (Kalbak'ın Fantastik Yırtıcısı-Tash (Yüksek Altay Dağları): Göbekli Tepe Paralellikleri), *Procedia Social and Behaviour Sciences(Procedia - Sosyal ve Davranış Bilimleri)*, Cilt: 120, Sayfa: 133-141.
- Özen, İ. A., Karadeniz, G. & Zaro, E. (2022). Kadın Girişimci Restoranlar ve Turist Tercihlerinin Belirlenmesi: Kapadokya Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10 (3), Sayfa: 2314-2326.
- Özen, İ. A. (2022). Lüks turizm kapsamında butik otellerin değerlendirilmesi: Kapadokya örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 24-39.
- Polat, H. & Ağca, Y. (2022). Tripadvisor kullanıcılarının Türkçe ve İngilizce yorumları kapsamında duygu analizi yöntemlerinin karşılaştırmalı analizi. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(2), 901-916. doi: 10.11616/asbi.1103992.

- Sahinbas, K. & Doguc, Ö. (2022). Otel rezervasyon iptal tahmin modelinin veri madenciliği algoritmaları ile uygulanması. *Selcuk Tourism and Information Technology Research Journal*, 1(2),15-24.
- Schmidt, K. (2007). *Göbekli Tepe En Eski Tapınağı Yapanlar*. trc. Rüstem Aslan. İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları.
- Sezgin, M. & Yurtlu, M. (2021). Selecting the optimum hotel from the perspective of digital marketing managers: Analytical Hierarchy Process (AHP) and PROMETHEE Approach, *Journal of Turkish Tourism Research*, 5(3), 1756-1784. Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.
- Sirius Hakkında <https://tr.wikipedia.org/wiki/Sirius> sitesinden bilgi edinilmiştir (Erişim Tarihi: 22.11.2022).
- Sunar, H. (2021). Çevrimiçi değerlendirmelere yönelik inceleme: Uzungöl örneği, *Çatalhöyük International Journal of Tourism and Social Research*, Sayı: 7, Sayfa: 47.
- Teker kaya, U. (2021). *Boncuklu Höyük ve Çatalhöyük 10.000 Yıllık Mutfak Kültürü*, Konya: Karatay Belediyesi Kültür Yayınları.
- Temel Britannica Ansiklopedisi, (2008). *Çatalhöyük Adının Nereden Geldiği ile İlgili*, Sayfa: 260, Cilt: 4, İstanbul: Hürriyet Yayınları.
- Tuncer, B. & Bulut, İ. (2019). *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi (The Journal of International Social Research)*, Cilt:12, Sayı: 64, Yayın No: 1307-9581, Doi Number: <http://dx.doi.org/10.17719/jisr.2019.3351>.
- Uğur, U. & Sarıoğlu Uğur, S. (2021). Tatilde nereye gitsek? Turizmde Analitik Hiyerarşi Süreci Yöntemi ile Destinasyon Seçimi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, Sayı: 3(3), 261-270.
- W. Luckert, K. (2013). *Avcılıktan Evcilleştirme, Savaş ve Uygarlığa Dek Taşçağında Kültür ve Din Üzerine Gözlemler*, Göbekli Tepe. Ankara: Alfa Yayıncılık.

The Effect of Online Reviews on Destination Selection: Comparison of Çatalhöyük and Göbeklitepe**Mete SEZGİN**

Selçuk University, Faculty of Tourism, Konya/Türkiye

Bilge ARICAN

Selçuk University, Faculty of Tourism, Konya/Türkiye

Extended Summary

Social media, which has reached a wide and active usage rate due to the development and widespread use of the internet in our age, has a structure that includes websites that expand its network day by day (Ateş, Sunar and Bilge, 2019, p.753). Today, while the importance of traditional production styles of the economy is decreasing, the use of information and technology is increasing and becoming an important power (Sunar, 2021, p.47). In this study; Göbeklitepe, one of the oldest belief centers in the world, and Çatalhöyük, one of the first settlements where human beings lived within the borders of the Fertile Crescent, still attracts the attention of today's people and their feelings through the comments obtained from the interactions reflecting the desire to go to those periods. Measurement with analytical methods will contribute to the literature. The purpose of the research; is to identify and reveal the criteria by which visitors are affected in decision making. In addition, it is to measure the effects of online comments on visiting destinations by making comparisons with sentiment analysis on Çatalhöyük and Göbeklitepe ruins.

In the research; The effect of online comments on destination choices of Çatalhöyük, the first settlement of ancient Anatolia, and Göbeklitepe, the first temple of Anatolia, on visiting destinations were investigated. Online comments about the selected destinations were obtained and criteria were determined based on the comments. As research criteria, the most emphasized situations in the comments made for each destination were first separated. Criteria such as "Parking-Security, Transportation, Environment-Maintenance, Service, Appearance, Historical Meaning" were determined. In determining the importance weights of the criteria, the expert opinion of 5 professional tourist guides who are experts in their fields was consulted through face-to-face interviews.

In this study; Content analysis was carried out using the text mining method. Text mining is defined as the method used to obtain meanings that cannot be recognized directly in text data (Dolgun, et al., 2009, p.50). The texts obtained by text mining are specified as a data mining application that is accepted as data. Data collection, text processing, filtering, data transformation to collect structured data; are explained as text mining steps (Akbiyık, 2019).

WebHarvy application was used to obtain the data. This application is a visual web scraping program used to easily extract data from websites. WebHarvy; It is a program that can easily collect text, HTML, images, URLs and E-mails from websites and save the collected content in various ways. It has the feature of extracting data from multiple pages, categories and keywords. With this application, all the comments about the selected destinations were extracted by entering keywords. In the light of the selected keywords, the prominent features of the destinations were determined through the multi-criteria decision-making method over the comments. The Analytical Hierarchy Process-AHP (Analytical Hierarchy Process-AHS) method was used to weight the criteria. Within the scope of the research, comments were taken for both placements received from the WebHarvy application, Google comments and Tripadvisor web page. According to the determined criteria, each comment was separated on the IBM SPSS Statistic

29.0 application and evaluated with frequency tables. In this context, the criteria are; It was determined as "parking-security, transportation, environment-maintenance, service, appearance, historical meaning" and was examined under 5 different titles.

It is important that the most reasonable decisions are supported by decision-making methods in conditions where there are various options or when the competitive environment is dominant (Göral, 2015, p.4). The Analytical Hierarchy Process (AHP) method, which is one of the most preferred MCDM techniques, was first revealed by Mysers and Albert in 1968 (Gündüz and Güler, 2015, p.208). AHP method; Based on decision-making variables, it enables quick decision-making by systematically analyzing possible complex alternatives (Güler, 2008, p.782). Modeling steps through the AHP method are respectively; It is stated as the definition of the problem, the identification of the criteria, the determination of the alternatives, the drawing of the hierarchical structure, the calculation of the criterion weights, the evaluation of the alternatives according to each criterion, the determination of the multi-criteria score of each alternative, the comparison of the general scores and the determination of the best alternatives (Aydın, 2007, p.358).

In this study; IBM SPSS Statistic 29.0 program was used in the creation of the functional frequency tables of the destinations related to the determined weights. Finally, sentiment analysis, one of the techniques of text mining, was used to investigate the factors that push tourists to visit. Sentiment analysis (opinion mining), which uses natural language processing and text analytics techniques to obtain the desired information from the data in social networks, is a technology used to learn the emotional orientations desired to be learned for producers and consumers. The main purpose of opinion mining is to categorize the emotions in a text. In this research, tourists' preferences for destinations were evaluated by determining criteria based on comments, and interpretations were made by determining their preference rates based on the number of comments.

Sentiment analysis, which includes a very complex process; linguistics, psychology, and natural language processing (Lin et al., 2020, p.1). Sentiment analysis including a classification step; document, sentence and feature are categorized in three steps. While the categorization of emotions by evaluating the entire document as a unit is a document-level classification; It ensures that each sentence is evaluated as a unit and that the emotions are classified at the sentence level. (Medhat et al., 2014: 1094). The data processed in Python 3.11 program was controlled with Anaconda (Jupyter Notebook) customized with Microsoft Visual Code Studio. Sentiment analysis models were made using the IBM SPSS MODELER Subscription program. Word clouds were created with the help of dictionaries in the Python3.11 program.

According to the analysis results,

In the "Parking-Security" criteria; It was seen that the majority of Göbeklitepe settlement was evaluated as "Good" and "Very Good", and it was preferred in the first place with the most positive comments in this category.

In the "Transportation" criterion; Göbeklitepe settlement was chosen in the first place with the "Medium" evaluation made by the majority of the visitors and receiving the most positive comments.

In the "Environment-Care" criterion; Göbeklitepe settlement was chosen in the first place with the "Very Good" reviews of the majority of the visitors and the most positive comments.

In the "Service" criterion; Göbeklitepe was preferred in the first place with the "Very Good" evaluation and the most positive comments.

In the "Appearance" criterion; Çatalhöyük has been the site with the "good" rating and the most positive comments. In this criterion, Göbeklitepe received less evaluation than Çatalhöyük in terms of "Good" evaluation and positive comments, and became the reason for preference in the second place.

In the "Historical Meaning" criterion; It has been determined that the majority of the visitors regarding the Çatalhöyük settlement have evaluated it as "Very Good". In the same way, it has been determined that Göbeklitepe received a comment with the "Very Good" evaluation of the majority in terms of the "Historical Meaning" criterion. Çatalhöyük received the highest number of comments with its "Very Good" rating, and Göbeklitepe was preferred in the second place. However, Göbeklitepe settlement received the most positive comments in this criterion.

According to the results of AHP Analysis; It has been observed that visitors pay attention to three (3) criteria for Çatalhöyük ruins and are satisfied. These; respectively, "Historical Meaning", "Environment-Care", "Appearance" criteria. It has been observed that all six (6) criteria determined for Göbeklitepe ruins attract attention. These; respectively, "Historical Meaning", "Environment-Care", "Service", "Parking-Security", "Transportation", "Appearance" criteria.

No example has been found in the literature in terms of comparing the online comments of both selected destinations with sentiment analysis. It is thought that the research will be a source for other researches. This research is in the nature of a recommendation to the relevant institutions and organizations in order to make the selected ruins more efficient, to provide better quality service to the visitors and to increase their competitiveness in the global sense.