

T.C.
SİNOP ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
REKREASYON YÖNETİMİ ANA BİLİM DALI



SİNOP DESTİNASYONUNA İLİŞKİN TURİSTİK
ZİYARETÇİLERİN YORUMLARININ
DEĞERLENDİRİLMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

DEVİRİM ALİ KAYA

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN
DOÇ. DR. AYDIN ÜNAL

SİNOP- 2025

TEZ KABUL

Devrim Ali KAYA tarafından hazırlanan “**SİNOP DESTİNASYONUNA İLİŞKİN TURİSTİK ZİYARETÇİLERİN YORUMLARININ DEĞERLENDİRİLMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA**” başlıklı bu çalışma, 28.03.2025 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak, jürimiz tarafından oy birliği ile **YÜKSEK LİSANS tezi** olarak kabul edilmiştir.

Başkan	Dr. Öğr. Üyesi Alpay TIRIL Sinop Üniversitesi / Turizm Fakültesi	İmza
---------------	---	------

Üye (Danışman)	Doç. Dr. Aydın ÜNAL Sinop Üniversitesi / Turizm Fakültesi	İmza
---------------------------	--	------

Üye	Dr. Öğr. Üyesi Hülya ERASLAN Harran Üniversitesi / Turizm Fakültesi	İmza
------------	--	------

Enstitü Müdürü

Prof. Dr. Hüseyin Turan ARAT

.....

ETİK BEYAN

Tez yazım kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmasında; tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, tez çalışmasında yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

Devrim Ali KAYA



ÖZET

YÜKSEK LİSANS TEZİ

SİNOP DESTİNASYONUNA İLİŞKİN TURİSTİK ZİYARETÇİLERİN YORUMLARININ DEĞERLENDİRİLMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

DEVİRİM ALİ KAYA

SİNOP ÜNİVERSİTESİ LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
REKREASYON YÖNETİMİ ANABİLİM DALI

DANIŞMAN: DOÇ. DR. AYDIN ÜNAL

Günümüzde turistlerin destinasyon seçim süreçleri dijital platformlarda paylaşılan yorumlarla ve değerlendirmelerle doğrudan şekillenmektedir. Özellikle seyahat öncesi bilgi arayışında olan potansiyel turistler bu platformlar aracılığıyla gitmeyi planladıkları destinasyonlar hakkında ön izlenim edinmektedirler. Bu durum turistik destinasyonların tanıtımı ve destinasyon pazarlaması açısından çevrimiçi kullanıcı yorumlarının önemini artırmaktadır. Sinop, Karadeniz Bölgesi'nin kuzeyinde yer alan, doğası ve tarihi dokusu ile bilinen önemli turistik destinasyonlardan biridir. Bu çalışmada Sinop destinasyonunu ziyaret eden turistik ziyaretçilerin Google yorumları incelenerek destinasyona dair görüşlerinin tematik bir çerçevede değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Google platformunda yapılan yorumların incelenmesi ile turistlerin destinasyona yönelik algılarını, beklentilerini ve deneyimlerini derinlemesine anlamak mümkün olacaktır. Böylelikle destinasyonun güçlü ve zayıf yönleri belirlenerek, Sinop'un turizm stratejilerine katkı sunabilecek bilgiler ortaya konulmuştur. Bu kapsamda içerik analizi yöntemi kullanılarak Sinop destinasyonu hakkındaki yorumlar temalar ve kategoriler halinde değerlendirilmiştir. Araştırma kapsamında öne çıkan sonuçlar ise şu şekildedir; Sinop'un doğal güzellikleri, tarihi mekanları ve sakin atmosferi, ziyaretçilerin büyük bir bölümü tarafından olumlu bir şekilde değerlendirilmiştir. Sinop Kalesi, Hamsilos Koyu ve İnceburun gibi turistik alanlar, ziyaretçiler tarafından özellikle beğenilen ve sıklıkla önerilen yerler arasında bulunmaktadır. Ziyaretçiler, Sinop'un özellikle stresli yaşamdan uzaklaşmayı düşünenler için cazip bir atmosferi olduğunu vurgulamaktadırlar. Ziyaretçi yorumlarında bazı olumsuz geri bildirimler de bulunmaktadır. Özellikle yaz aylarında artan kalabalık, ziyaretçilerin deneyimlerini olumsuz etkilemiştir. Yoğun kalabalıkların, doğal güzelliklerin keyfini çıkarma konusunda engel oluşturduğu ve Sinop destinasyonunun kalabalığa cevap verebilecek hizmet potansiyelinin olmadığı analiz edilmiştir. Ayrıca özellikle doğa ile iç içe olunan alanlarda karşılaşılan sivrisinek problemi, ziyaretçilerin olumsuz deneyim yaşamalarına neden olmuştur.

ANAHTAR KELİMELE: Turizm; Destinasyon; Google Yorumlar; Sinop.
Mart 2025, 74 Sayfa

ABSTRACT

MSC THESIS

A RESEARCH ON THE EVALUATION OF TOURIST VISITORS' COMMENTS ABOUT SİNOP DESTINATION

DEVİRİM ALİ KAYA

**SINOP UNIVERSITY INSTITUTE OF GRADUATE PROGRAMS
DEPARTMENT OF RECREATION MANAGEMENT**

SUPERVISOR: ASSOCIATE PROF. DR. AYDIN ÜNAL

Today, tourists' destination selection processes are directly shaped by comments and evaluations shared on digital platforms. Especially potential tourists who are searching for information before their travels get a preliminary impression about the destinations they plan to visit through these platforms. This situation increases the importance of online user comments in terms of the promotion of touristic destinations and destination marketing. Sinop is one of the important touristic destinations known for its nature and historical texture, located in the north of the Black Sea Region. This study aims to evaluate the opinions of touristic visitors who visited the Sinop destination in a thematic framework by examining the Google comments. By examining the comments made on the Google platform, it will be possible to understand the perceptions, expectations and experiences of tourists about the destination in depth. Thus, the strengths and weaknesses of the destination will be determined and information that can contribute to Sinop's tourism strategies will be presented. In this context, the comments about the Sinop destination will be evaluated in themes and categories using the content analysis method. The prominent results within the scope of the research are as follows; Sinop's natural beauties, historical sites and calm atmosphere have been evaluated positively by a large portion of visitors. Tourist areas such as Sinop Castle, Hamsilos Bay and İnceburun are among the places that are particularly liked and frequently recommended by visitors. Visitors emphasize that Sinop has an attractive atmosphere, especially for those who want to get away from a stressful life. There is also some negative feedback in visitor comments. The increasing crowds, especially in the summer months, have negatively affected the visitors' experiences. It has been analyzed that dense crowds prevent the enjoyment of natural beauties and that Sinop destination does not have the service potential to respond to the crowds. In addition, the mosquito problem encountered especially in areas intertwined with nature has caused visitors to have negative experiences.

KEYWORDS: Tourism, Destination, Google Comments, Sinop.

March 2025, 74 Pages

TEŞEKKÜR

Bu tez çalışmasında bana sağladığı değerli rehberlik, bilgiler ve deneyimler için çok değerli saygıdeğer danışmanım Sayın Doç. Dr. Aydın ÜNAL'a; desteğini hiçbir zaman esirgemeyen canım ANNEM'e sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Devrim Ali KAYA



İÇİNDEKİLER

	Sayfa
TEZ KABUL	ii
ETİK BEYAN	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT.....	v
TEŞEKKÜR	vi
İÇİNDEKİLER.....	vii
GÖRSELLER DİZİNİ	ix
SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ.....	x
1. GİRİŞ.....	1
1.1 Araştırmanın Amacı.....	1
1.2 Araştırmanın Önemi	1
1.3 Araştırmanın Soruları	2
1.4 Araştırmanın Yöntemi	2
1.5 Araştırmanın Varsayımları	3
1.6 Araştırmanın Sınırlıkları	4
1.7 Araştırmanın Tanımları.....	5
2. GENEL BİLGİLER.....	6
2.1 Turizm.....	6
2.2 Turist Kavramı	7
2.3 Turizmde Ziyaretçi Yorumlarının Önemi.....	8
2.4 Turizmde Ziyaretçi Yorumu Yapılan Araçlar	9
2.4.1 Google My Business.....	9
2.4.2 TripAdvisor.....	10
2.4.3 Booking.....	11
2.4.4 Airbnb	11
2.4.5 Yelp.....	12
2.4.6 Facebook.....	13
2.4.7 Instagram	14
2.4.8 Expedia ve Agoda.....	14
2.4.9 Foursquare	15
2.4.10 Turizm Siteleri ve Bloglar	15
2.4.11 Google Haritalar (Google Maps)	16
2.4.12 Destinasyon Değerlendirmelerinde Google Haritalar Yorumlarının Önemi	16
2.4.13 Ziyaretçi Yorumlarının Turizmde Tüketici Davranışları Üzerindeki Etkisi	17
2.4.14 İşletmeler İçin Çevrimiçi Yorum Yönetiminin Önemi.....	18
2.5 Bir Turistik Destinasyon Olarak Sinop.....	19

2.6 Konu Kapsamında Yapılmış İlgili Çalışmalar	20
3. YÖNTEM	23
3.1 Araştırmanın Amacı	23
3.2 Araştırmanın Önemi	23
3.3 Araştırmanın Yöntemi	24
3.4 Araştırmanın Veri Toplama Süreci ve Analizleri	25
4. BULGULAR.....	26
4.1 Hamsilos Tabiat Parkı.....	26
4.2 İnceburun	29
4.3 Sinop Tarihi Cezaevi	31
4.4 Pervane Medresesi	36
4.5 Sinop Kalesi.....	40
4.6 Sinop Paşa Tabyaları	44
4.7 Kamp Alanları.....	47
5. SONUÇLAR,TARTIŞMA VE ÖNERİLER.....	52
KAYNAKLAR	57
ÖZGEÇMİŞ	64

Görsel 4.1 Hamsilos Tabiat Parkı	26
Görsel 4.2 Hamsilos Tabiat Parkı	27
Görsel 4.3 Hamsilos Tabiat Parkı Kelime Bulutu	28
Görsel 4.4 İnceburun.....	29
Görsel 4.5 İnceburun	30
Görsel 4.6 İnceburun Kelime Bulutu.....	31
Görsel 4.7 Sinop Tarihi Cezaevi.....	32
Görsel 4.8 Sinop Tarihi Cezaevi.....	33
Görsel 4.9 Sinop Tarihi Cezaevi Kelime Bulutu	36
Görsel 4.10 Pervane Medresesi.	37
Görsel 4.11 Pervane Medresesi	37
Görsel 4.12 Pervane Medresesi Kelime Bulutu.....	40
Görsel 4.13 Sinop Kalesi	41
Görsel 4.14 Sinop Kalesi	41
Görsel 4.15 Sinop Kalesi Kelime Bulutu	44
Görsel 4.16 Sinop Paşa Tabyaları.....	44
Görsel 4.17 Sinop Paşa Tabyaları.....	45
Görsel 4.18 Sinop Paşa Tabyaları Kelime Bulutu	47
Görsel 4.19 A Kamp Alanı Kelime Bulutu.....	49
Görsel 4.20 B Kamp Alanı Kelime Bulutu.....	50
Görsel 4.21 C Kamp Alanı Kelime Bulutu.....	51

SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

Kısaltmalar

GMB	: Google My Business
KUZKA	: Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı
mm	: milimetre
MÖ	: Milattan Önce
MS	: Milattan Sonra
TDK	: Türk Dil Kurumu
UNWTO	: United Nations World Tourism Organization (Dünya Turizm Örgütü)
vb.	: ve benzeri
vd.	: ve diğerleri

1. GİRİŞ

1.1 Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı Sinop destinasyonuna yönelik turistik ziyaretçilerin Google platformunda paylaştıkları yorumların içerik analizi yöntemiyle incelenmesidir. Bu kapsamda turistik ziyaretçilerin Sinop hakkındaki algıları, deneyimleri, şikayetleri ve önerileri daha net anlaşılmıştır, destinasyonun güçlü ve zayıf yönleri ortaya konmuştur. Ayrıca yorumların analiz edilmesiyle Sinop destinasyonundaki yerel yönetimlere, destinasyon yönetim örgütlerine ve turizm işletmelerine yönelik önerilerin oluşturulması amaçlanmıştır.

1.2 Araştırmanın Önemi

Bu çalışma Sinop destinasyonuna yönelik turistik ziyaretçilerin Google platformunda paylaştıkları yorumların analiz edilmesi yoluyla alanyazına, yerel turizme ve yerel yönetimlere çeşitli katkılar sağlamayı amaçlamaktadır. Araştırma Google kullanıcı yorumlarının analiz edilerek, destinasyonların güçlü ve zayıf yönlerini ortaya konulmasına (Munar & Jacobsen, 2014) katkı sunarken, Sinop destinasyonu ile ilgili yapılmış benzer bir çalışmanın bulunmaması nedeniyle alanyazındaki boşluğu dolduracağı ve Sinop destinasyonu ile ilgili daha sonra yapılacak olan akademik ve yerel düzeydeki turizm ile ilgili çalışmalara katkı sağlayacağı öngörülmektedir.

Günümüzde dijital ortamlarda yapılan kullanıcı yorumları destinasyonların tanıtımı ve ziyaretçi memnuniyeti açısından önemli bir yol haritası niteliğindedir (Litvin vd., 2008). Bu araştırma Sinop'un turistik potansiyeline dair dijital yorumları içerik analizine tabi tutarak, ziyaretçilerin olumlu ve olumsuz deneyimlerini ve önerilerini anlamaya yönelik değerli ve önemli bilgiler sunmaktadır. Bu yaklaşım destinasyonların ziyaretçi beklentilerini karşılamasına ve deneyimlerini farklılaştırıp genişleterek farklı açılardan gelişimlerine ve değişmelerine katkıda bulunacaktır (Liu vd., 2021).

Turistik destinasyonların yeterli ve eksik taraflarını bilmek, güçlü ve zayıf yönlerini belirlemek, yerel yönetimlerin ve turizm işletmelerinin destinasyonun cazibesini artıracak girişimler ve politikalar geliştirmeleri için temel oluşturmaktadır. Yapılacak içerik analizi yöntemi ile destinasyon yönetimi ve pazarlaması alanında turistlerin ihtiyaçlarına göre belirlenecek verilerin elde edilmesi amaçlanmaktadır (Xiang vd., 2015). Özellikle destinasyonların iyileştirilmesi gereken eksik yönlerinin yanısıra öne çıkan güçlü yönlerinin de vurgulanması, turistik açıdan uygulanacak politikaların ziyaretçi beklentilerini daha iyi karşılamasına katkı sağlayabilir (Dolnicar, 2019).

Bu araştırmanın alanyazındaki benzer çalışmalardan en belirgin farkı; Sinop destinasyonunun önemli turistik çekim merkezlerini kapsayan, doğal güzellikleri, tarihi yerleri ve üç özel kamp alanını da dâhil ederek kapsamlı bir içerik analizi sunmasıdır. Ayrıca çalışmanın hem olumlu hem de olumsuz geri bildirimleri temalar halinde ayırarak iki yönlü bir analiz sunması, destinasyon yönetim stratejilerinin ve yol haritasının çok boyutlu bir bakış açısıyla değerlendirilmesine ve şekillendirilmesine yardımcı olacaktır. Sinop destinasyonuna ilişkin yorumların analiz edilmesiyle elde edilen veriler, tüketicilerin gerçek deneyim ve duygularına dayalı güvenilir bilgiler sunacağı için destinasyon pazarlamasında hedef ziyaretçi kitlesine yönelik daha etkili stratejiler geliştirilmesine katkı sağlayacaktır. Sonuç olarak bu araştırmanın Sinop destinasyonunun turistik potansiyelinin geliştirilmesi için turizm işletmelerine, yerel yönetimlere ve şehir yöneticilerine yol haritası bağlamında katkı sunacağı hem Sinop destinasyonunun tanıtılmasına hem de ziyaretçi memnuniyetini artırılmasına yönelik öneriler sunarak alanyazına katkı sağlayacağı öngörülmektedir.

1.3 Araştırmanın Soruları

Bu çalışmada Sinop destinasyonuna yönelik turistik ziyaretçilerin Google platformunda paylaştıkları yorumlar içerik analizi yöntemiyle incelenerek destinasyonun turistik potansiyeli, ziyaretçi deneyimleri ve destinasyon algıları anlaşılmasına çalışılmaktadır. Bu bağlamda aşağıdaki araştırma sorularına yanıt aranmıştır;

- Sinop destinasyonuna yönelik ziyaretçi yorumlarında hangi temalar öne çıkmaktadır?
- Ziyaretçiler Sinop destinasyonunun güçlü/olumlu ve zayıf/olumsuz yönlerini nasıl ifade etmektedirler?
- Sinop'un turistik çekim gücüne ilişkin ziyaretçilerin algıları ve deneyimleri hangi olumlu ve olumsuz geri bildirimlerle şekillenmektedir?
- Sinop'ta ziyaret edilen turistik alanlar hakkında yapılan yorumlarda hangi özellikler öne çıkmaktadır?
- Sinop'un kamp alanlarına yönelik yorumlarda öne çıkan ana unsurlar ve ziyaretçi beklentileri nelerdir?
- Ziyaretçiler yorumlarında, Sinop'un turizm potansiyelini artırmaya yönelik hangi önerileri sunmaktadırlar?

1.4 Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada Sinop destinasyonuna yönelik turistlerin paylaştıkları dijital yorumların incelenmesi amacıyla nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi yöntemi

kullanılmıştır. Metne dayalı verilerin anlamlandırılarak belirli temalar ve kategoriler altında sınıflandırılmasına olanak tanıyan içerik analizi yöntemi (Krippendorff, 2018) özellikle dijital platformlardaki kullanıcı yorumlarının analiz edilmesinde bireylerin olumlu ve olumsuz deneyimlerinin, algılarının ve önerilerinin sistematik bir çerçevede değerlendirilmesini mümkün kılmaktadır (Neuendorf, 2017).

Araştırmanın birincil veri kaynağını Google platformunda Sinop destinasyonuna ilişkin paylaşılan kullanıcı yorumları oluşturmaktadır. Dijital kullanıcı yorumları, ziyaretçilerin destinasyon ile ilgili doğrudan ve samimi görüşlerini yansıtarak destinasyonun güçlü ve zayıf yönlerinin anlaşılmasına katkıda bulunmaktadır (Mayring, 2014). Çalışma kapsamında 2020-2024 yılları arasında Google platformunda paylaşılmıştır, Sinop destinasyonunun farklı turistik cazibe noktalarına dair en güncel yüz yorum rastgele örnekleme yöntemiyle seçilmiştir.

İçerik analizi süreci; veri toplama, temalara ayırma ve verilerin yorumlanması şeklinde tasarlanmıştır. Analiz sürecinde ilk olarak; her bir yorum dikkatlice okunarak veriler toplanmıştır ve anlamlı temalar oluşturulmuştur. Ardından bu temalar içerik açısından benzerliklerine göre gruplandırılmıştır. Analizin son aşamasında ise “*Doğal Güzellik ve Manzara*”, “*Ziyaretçi Memnuniyeti*” ve “*Hizmet Kalitesi*” gibi ana temalar belirlenmiştir. Yorumların farklı zaman dilimlerinden seçilerek güncel ve kapsamlı bir bilgi girişi oluşturulması sağlanmıştır.

Sonuç olarak Google platformunda ziyaretçiler tarafından yapılan Sinop destinasyonu hakkındaki yorumların içerik analizi yöntemi ile değerlendirilmesinin, Sinop destinasyonuna ilişkin ziyaretçi deneyimlerinin derinlemesine incelenmesini sağlayarak destinasyon yönetimi için yol gösterici bilgiler sunacağı, destinasyonla ilgili beklentilerin ve memnuniyetlerin detaylandırılmasıyla destinasyon pazarlaması ve turizm politikalarının geliştirilmesine yönelik öneriler oluşturulmasına katkı sağlayacağı öngörülmektedir.

1.5 Araştırmanın Varsayımları

Araştırmanın kapsamını belirlemede ve sonuçların yorumlanmasında dikkate alınan temel varsayımlar aşağıda sıralanmıştır;

- Araştırmada kullanılan Google yorumlarının, ziyaretçilerin destinasyon hakkındaki kişisel deneyimlerini, algılarını ve önerilerini doğrudan yansıttığı kabul edilmektedir. Bu platformda paylaşılan yorumların ziyaretçilerin gerçek gözlemlerine ve yaşadıkları deneyimlere dayalı olduğu varsayılmaktadır.
- Ziyaretçi yorumlarında tekrar eden temaların destinasyonun güçlü ve zayıf yönlerini

anlamada en temel etken olduğu varsayılmaktadır.

➤ Araştırmaya dâhil edilen Google yorumlarının olumlu geri bildirimleri ile destinasyonun güçlü yönlerini ortaya çıkaracağı ve olumsuz geri bildirimleri ile destinasyonun iyileştirilmesi gereken yönlerini net bir şekilde ortaya koyacağı varsayılmaktadır.

➤ Google ziyaretçi yorumlarının destinasyona yönelik ziyaretçi deneyimlerini daha derinlemesine analiz etmek için uygun bir araç olduğu varsayılmaktadır.

➤ Araştırmada kullanılan içerik analizi yöntemi, kullanıcı yorumlarındaki anlamlı temaları ortaya çıkarmak ve bu temaların destinasyon yönetimi için uygulanabilir sonuçlara dönüştürülmesini sağlamak amacıyla etkili bir yöntem olarak varsayılmaktadır.

➤Kullanıcıların yorumlarında ifade edilen önerilerin yerel yönetimler ve destinasyon yöneticileri için değerli bir rehber oluşturacağı varsayılmaktadır.

1.6 Araştırmanın Sınırlıkları

Araştırma kapsamında Sinop destinasyonuna yönelik yorumların incelenmesi için sadece Google platformundaki kullanıcıların yorumları değerlendirmeye alınmıştır. Diğer dijital platformlardaki (örneğin; TripAdvisor, Instagram, YouTube) yorumlar değerlendirme kapsamına alınmamıştır. Bu durum elde edilen bulguların genellenebilirliğini ve veri çeşitliliğini sınırlandırabilir.

Dijital platformları kullanmayan, bu tarz platformlardan bilgisi olmayan ziyaretçiler ile yalnızca Google platformunu kullanmayan diğer platformları da kullanan ziyaretçilerin deneyimleri ve düşünceleri bu çalışmaya dâhil edilememiştir. Bu durum ziyaretçilerin bütününe destinasyona yönelik değerlendirmelerinin incelenmesi imkanını sınırlandırabilir.

Çalışma belirli bir zaman dilimi içinde Google platformunda toplanan yorumları analiz etmektedir. Bu nedenle araştırma sonuçları yalnızca bu dönemde yapılan yorumları yansıtmaktadır ve geniş bir zaman dilimini içermemektedir.

Çalışmanın veri toplama süreci sadece Türkçe yazılmış olan kullanıcı yorumları ile sınırlandırılmıştır. Bu durum yabancı turistlerin veya yabancı dilde yorum yapan ziyaretçilerin değerlendirmelerinin yorumlanmamasına neden olmuştur. Ayrıca bazı yorumların kısa ve yüzeysel ifadelerden oluşması derinlemesine bir analiz yapılmasını sınırlandırmıştır.

Araştırma kapsamında Sinop'un turistik cazibesini oluşturan belirli mekânlar (örneğin; Hamsilos Tabiat Parkı, Sinop Cezaevi, Sinop Kalesi, İnceburun, Paşa Tabyaları,

Pervane Medresesi) ve özel kamp alanları ele alınmıştır. Ancak destinasyonun tamamını kapsayan bir inceleme yapılmamıştır. Bu durum destinasyonun tamamı hakkında genel bilgi verilmesini sınırlandırabilir.

1.7 Araştırmanın Tanımları

Turizm: *“İnsanların sürekli yaşadıkları yerler dışında başka bir yere seyahat etmeleri ve bu süreçte konaklama, yeme-içme, eğlence gibi ihtiyaçlarını karşılamalarıyla ortaya çıkan olay ve ilişkiler bütünü olarak tanımlanmaktadır”* (Kozak & Bahçe, 2009: 3).

Destinasyon: turizm sektörünün önemli bileşenlerinden biridir. Kelime anlamı olarak *“Varış yeri”* veya *“gidilecek yer”* anlamına gelir. Turizm bağlamında destinasyon, turistlerin ziyaret ettikleri, doğal ve kültürel zenginliklere sahip, konaklama, ulaşım ve iletişim altyapısı bulunan, yiyecek-içecek hizmetlerinin sunulduğu ve kamusal hizmetlerin de mevcut olduğu coğrafi alanları ifade eder (Bahar & Kozak, 2005: 78).

Yorum: *“Bir yazının veya bir sözün, anlaşılması güç yönlerini açıklayarak aydınlığa kavuşturma; tefsir.”* ve *“Bir olayı belli bir görüşe göre açıklama, değerlendirme”* (TDK, 2025) olarak tanımlamaktadır.

2. GENEL BİLGİLER

2.1 Turizm

Turizm, bireylerin yaşadıkları yerlerden geçici bir süreliğine ayrılarak başka bölgeleri ziyaret etmeleri ve bu süreçte çeşitli hizmetlerden faydalanmalarıyla ortaya çıkan çok yönlü bir olgudur (Mathieson & Wall, 1982). Bu olgu; bireylerin tatil, dinlenme, kültürel deneyim, sağlık, iş veya spor gibi farklı amaçlarla seyahat etmelerini kapsamaktadır ve sosyal, ekonomik, kültürel ve çevresel birçok boyutu içinde barındırmaktadır (Kozak vd., 2010). Turizm; bireylerin boş zaman faaliyetleri, iş veya diğer nedenlerle yaptıkları seyahatler ve bu süreçte aldıkları hizmetler olarak tanımlanır. Bu tanım, turizmin yalnızca bir ekonomik faaliyet değil, aynı zamanda bireylerin kişisel ve toplumsal bağlarını geliştiren sosyal bir süreç olduğunu da ortaya koymaktadır (UNWTO, 2020).

Turizm olgusu üzerine yapılan tanımlar, bireylerin seyahat motivasyonlarını ve bu motivasyonların sonuçlarını anlamak açısından önemli bir temel oluşturmaktadır (Mathieson & Wall, 1982; Kozak vd., 2010). Guyer-Feuler'in 1905 yılında yaptığı tanım turizmin yalnızca bir seyahat faaliyeti olmadığını; bireylerin doğayı ve sanatı keşfetme, dinlenme ihtiyacını giderme ve diğer insanlarla bağ kurma aracı olduğunu vurgulamıştır. Bu yaklaşım turizmi hem bireysel hem de toplumsal düzeyde bir iletişim ve etkileşim aracı olarak ele almaktadır. Benzer şekilde Meyer, turizmi bireylerin rutin yaşamlarından uzaklaşma ve yeni deneyimler edinme isteğiyle ilişkilendirerek daha psikolojik bir perspektif sunmaktadır (Kozak vd., 2010).

Turizmin yalnızca ekonomik bir olgu olmadığı, aynı zamanda bireyler ve toplumlar arasında kültürel ve sosyal bağlar kurduğu da açıktır (Middleton, 2001). Turistik faaliyetler, yerel halk ile ziyaretçiler arasında etkileşim sağlayarak kültürel alışverişi teşvik etmektedir ve toplumlar arasındaki anlayışı güçlendirmektedir (Mathieson & Wall, 1982). Ancak bu süreç her zaman olumlu sonuçlar doğurmayabilir. Örneğin; aşırı turizm (overtourism) olarak adlandırılan olgu; çevresel bozulmalara, yerel halk üzerinde ekonomik baskılara ve kültürel deformasyona neden olabilmektedir (UNWTO, 2020). Bu tür olumsuz etkiler turizmin planlanması ve yönetiminde sürdürülebilir yaklaşımların benimsenmesini zorunlu kılmaktadır (Kozak vd., 2010).

Turizmin bireylerin ihtiyaçlarına göre çeşitlenmesi de dikkat çekicidir. Kitle turizmi, geniş kitlelere ekonomik fiyatlarla seyahat fırsatı sunarken; ekoturizm, çevrenin korunmasını ve yerel halkın kalkınmasını teşvik eden bir yaklaşım benimsemektedir (Middleton, 2001; Kahraman & Türkay, 2006). Kültürel turizm, ziyaretçilere yerel

kültürleri tanıma ve deneyimleme fırsatı sunarken; sağlık turizmi ve spor turizmi gibi özel ilgi turizmleri, bireylerin fiziksel ve zihinsel ihtiyaçlarını karşılamayı hedeflemektedir (Kahraman & Türkay, 2006). Bu çeşitlilik turizmin bireylerin beklentilerine ve motivasyonlarına göre şekillenen dinamik bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir.

Turizm aynı zamanda bireylerin psikolojik ve duygusal tatminlerini de etkileyen bir süreçtir. Günlük yaşamın stresinden uzaklaşma, yeni yerler keşfetme, farklı kültürlerle etkileşim kurma ve dinlenme gibi deneyimler, bireylerin yaşam kalitesini arttırmaktadır (Kozak vd., 2010; Middleton, 2001). Bu bağlamda turizm yalnızca ekonomik bir faaliyet değil; bireylerin ruhsal ve fiziksel iyilik halini destekleyen bir araç olarak da değerlendirilebilir (UNWTO, 2020).

Sonuç olarak turizm çok boyutlu bir olgu olarak bireylerin kişisel tatmininden toplumların ekonomik kalkınmasına kadar geniş bir yelpazede etkiler yaratmaktadır (Mathieson & Wall, 1982; Middleton, 2001). Bu etkilerin olumlu bir şekilde sürdürülebilmesi için turizm faaliyetlerinin planlanmasında sürdürülebilirlik, çevresel hassasiyet ve yerel halkın ihtiyaçlarına duyarlılık temel alınmalıdır (UNWTO, 2020). Gelecekte turizmin ekonomik, sosyal ve kültürel faydalarını artırmak için yenilikçi ve katılımcı yaklaşımlar geliştirilmesi gerekmektedir (Kahraman & Türkay, 2006).

2.2 Turist Kavramı

Modern toplumların ekonomik ve sosyal yapılarının ayrılmaz bir parçası haline gelen turizm sektörünün ana aktörü olan turist; destinasyonlardaki hizmet kalitesini belirleyen, yerel ekonomiye yön veren ve kültürel etkileşimi şekillendiren temel unsurlardan biri olarak bu çok yönlü sürecin merkezinde yer almaktadır (Kozak vd., 2010). Genel anlamda turist; geçici olarak yaşadığı yerden başka bir yere seyahat eden ve bu süreçte ekonomik, sosyal ve kültürel etkileşimlerde bulunan birey olarak tanımlanabilir (Mathieson & Wall, 1982). Turist kavramı ayrıca 24 saatten az olmamak şartıyla bir yıl içinde turistik, eğlence, iş veya diğer amaçlarla seyahat eden kişi olarak tanımlanmaktadır (UNWTO, 2020).

Turist kavramı ilk olarak 19. yüzyılın başlarında Sanayi Devrimi ve ulaşım olanaklarının gelişmesiyle birlikte şekillenmeye başlamıştır (Middleton, 2001). Turistin seyahat etme şekli ve motivasyonlarına göre Cohen (1972) turistlerin geleneksel olarak; örgütlü kitle turisti ve bireysel kitle turisti şeklinde iki kategoriye ayrılabilirliğini ileri sürmektedir. Örgütlü kitle turistleri genellikle önceden planlanmış ve organize edilmiş turlara katılırken, bireysel kitle turistleri daha bağımsız seyahat etmeyi tercih

etmektedirler. Plog (1974) ise turist davranışlarını anlamak ve turizmde pazarlama stratejilerini kavramak açısından turistleri evcil ve güvenli bölgeleri tercih eden ve yeni yerler keşfetmeyi seven şeklinde kategorize etmiştir.

Turist kavramının gelişimi 20. yüzyılda turizmin kitleleşmesi ile hız kazanmıştır. Özellikle bireylerin artan gelir düzeyleri ve ulaşım imkânlarının genişlemesiyle İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra küresel ölçekte turist sayısında önemli bir artış sağlamıştır (Kozak vd., 2010). MacCannell (1976) turistlerin sadece tatil yapmak için seyahat ettiklerini değil, aynı zamanda dünyada bir anlam arayışı içinde olduklarını bu nedenle modern toplumlarda gündelik hayatın sıradanlığından kaçış arayışında olduklarını ve başka kültürleri ve coğrafyaları deneyimleme ihtiyacı hissettiklerini ileri sürmektedir.

Turist kavramı, tarihsel süreç içinde değişen sosyal, ekonomik ve teknolojik koşullara bağlı olarak farklı anlamlar kazanmıştır. Modern toplumlarda turistlerin beklentileri ve motivasyonları çeşitlenmiştir, değişmiştir ve bireysel istekler ön plana çıkmıştır. Günümüzde turistler sadece seyahat eden bir birey olmaktan öte tüketim toplumunun bir parçası olarak da değerlendirilmektedir. Bu bağlamda turistlerin destinasyonlara olan bakış açıları, küreselleşmenin ve özellikle medyanın etkisiyle yeniden şekillenmektedir (Middleton, 2001; UNWTO, 2020).

2.3 Turizmde Ziyaretçi Yorumlarının Önemi

Teknoloji çağının getirdiği yenilikler her sektörde olduğu gibi seyahat ve turizm sektöründe de büyük değişimlere yol açmıştır. İnternetin yaygınlaşmasıyla birlikte çevrimiçi platformların sık kullanılır olması potansiyel tüketicilerin seyahat öncesindeki planlama süreçlerine önemli ölçüde dâhil olmuştur. Günümüzde seyahat eden bireyler; konaklama, restoran, turistik faaliyetler ve destinasyonlar hakkındaki bilgileri edinmek için çevrimiçi yorumları giderek daha fazla dikkate almaktadırlar (Sparks & Browning, 2011; Xiang vd., 2015).

Bir yandan işletmelerin çevrimiçi itibarlarını şekillendirirken diğer yandan potansiyel tüketicilerin tercihlerini belirlemede kritik bir kaynak haline gelen çevrimiçi kullanıcı yorumları turizm işletmeleri için çift yönlü bir etkiye sahiptir. Çevrimiçi platformları kullanan ziyaretçiler, seyahat ettikleri yerler hakkında olumlu veya olumsuz yorum yaparak deneyimlerini paylaşmaktadırlar ve bu yorumlar diğer ziyaretçilerin kararlarını doğrudan etkileyebilmektedir.

Google My Business ve Google Haritalar gibi platformlar, turistlerin destinasyonlar hakkında bilgi edinmesini ve diğer kullanıcı yorumlarını incelemesini kolaylaştırmaktadır (Filieri & McLeay, 2014; Banerjee & Chua, 2016).

Tüketicilerin geleneksel pazarlama yöntemlerinin aksine gerçek kullanıcı deneyimlerine dayanan bilgileri edinme ve daha güvenilir bulma eğilimleri artmaktadır. Bu bağlamda yapılan araştırmalar olumlu yorumların bir destinasyon veya işletmenin çekiciliğini artırırken, olumsuz yorumların ise tüketici tercihlerinde caydırıcı bir etkisi olduğunu ortaya koymaktadır (Sotiriadis & van Zyl, 2013).

Dijital platformlar aracılığıyla paylaşılan yorumlar, işletmelerin hizmet kalite ve standartlarını geliştirmelerine katkı sağlarken, tüketicilere de daha bilinçli ve faydalı seçimler yapma fırsatı sunmaktadır. Bu nedenle turizm işletmeleri çevrimiçi yorumları etkili bir şekilde yönetmelidirler ve ziyaretçi memnuniyetini artırmak için olası riskleri veya fırsatları önceden değerlendirip ona göre tedbirler almalıdırlar (Litvin vd., 2008).

2.4 Turizmde Ziyaretçi Yorumu Yapılan Araçlar

2.4.1 Google my business

Yerel işletmelerin çevrimiçi varlıklarını oluşturmalarına ve yönetmesine olanak tanıyan Google My Business (GMB) Google'ın sunduğu ücretsiz bir hizmettir. Bu hizmet ile işletmeler Google arama sonuçları ve Google Haritalar üzerindeki görünürlüklerini artırarak daha fazla müşteri çekmelerine ve çevrimiçi etkileşimlerini artırmalarını olanaklı hale gelmektedir. Google My Business; işletmelerin adı, adresi, telefon numarası, çalışma saatleri, web sitesi bağlantıları ve kullanıcı yorumları gibi temel bilgileri içermesinin yanı sıra fotoğraf ve video ekleme, sunulan hizmetler hakkında detaylı bilgi paylaşma ve kullanıcı yorumlarına yanıt verme imkânı sunmaktadır (Google, 2020). İşletmeler kullanıcı yorumlarına cevap vererek müşteri memnuniyetini artırabilmektedirler (Kim, 2021). İşletmelerin, müşteri güvenini kazanabilmesi için doğru ve güncel bilgiler ile geri bildirimler sağlaması büyük önem taşımaktadır (Smith & Johnson, 2021).

GMB, dijital pazarlama stratejilerinin merkezinde yer almaktadır. Özellikle Arama Motoru Optimizasyonu açısından işletmelerin Google'daki sıralamalarını iyileştirmelerine yardımcı olmaktadır. GMB profilinde doğru ve eksiksiz bilgi sunan bir işletme Google arama sonuçlarında daha üst sıralarda yer almaktadır. Ayrıca Google Haritalar üzerinde yapılan aramalarda da işletmelerin görünürlüğü artmaktadır (Chen, 2022).

Yerel işletmeler için birçok avantajı olan Google My Business'in müşteri etkileşimini artırması ve daha geniş bir müşteri kapasitesine ulaşma imkânı tanınması en belirgin faydalarından biridir (Google, 2020). Faydalarının yanı sıra işletme sahipleri GMB profilini düzenli olarak güncellemedikleri takdirde yanlış bilgi yayılmasıyla birlikte

potansiyel müşteriler kaybedilebilirler, olumsuz yorumlar doğru şekilde ele alınmadığında da işletmenin itibarına zarar verebilmektedir (Johnson, 2021). Yorumlar ve puanlamalar ziyaretçi memnuniyetinin bir yansıması olarak görülmektedir ve işletmelerin itibarını doğrudan etkilemektedir (Huang vd., 2020a).

2.4.2 TripAdvisor

TripAdvisor, dünya genelinde seyahat ve konaklama alanında faaliyet gösteren işletmeler için önemli bir dijital pazarlama platformudur. Kullanıcıların oteller, restoranlar, turistik aktiviteler ve diğer seyahat hizmetleri hakkında yorumlar bıraktıkları TripAdvisor işletmelerin çevrimiçi görünürlüklerini artırmalarına ve müşterilerle doğrudan etkileşime geçmelerine olanak sağlamaktadır (TripAdvisor, 2020).

Kullanıcıların seyahat deneyimlerini paylaşımlarına imkân tanıyan bir platform olmasının yanı sıra işletmelerin kendi profillerini oluşturup yönetmeleri imkânını sunmaktadır. İşletme sahipleri, profillerinde işletmelerinin adı, adresi, iletişim bilgileri, fotoğraflar ve menüler gibi bilgileri paylaşabilirler. Ayrıca kullanıcı yorumlarını ve puanlarını düzenli olarak takip edebilirler ve müşterilere yanıt vererek etkileşimde bulunabilirler (TripAdvisor, 2020). Kullanıcıların bıraktıkları yorumların işletmelerin itibarını doğrudan etkileyebilmekte olması sebebiyle işletmeler olumlu yorumlarla daha fazla dikkat çekerken, olumsuz yorumlarda potansiyel müşterilerin kararlarını etkileyebilirler. Bu yüzden işletme sahiplerinin yorumları dikkatle izlemeleri ve yapılan yorumlara doğru geri bildirimlerle müdahale etmeleri büyük önem taşımaktadır.

TripAdvisor ayrıca işletmelere özel kampanyalar ve promosyonlar düzenleme imkânı vermektedir. Özellikle otel işletmeleri, belirli dönemlerde sundukları indirimleri ve özel fırsatları TripAdvisor üzerinden duyurarak daha fazla dikkat çekebilirler. Bu tür stratejiler, işletmelerin daha geniş bir müşteri kitlesine ulaşmasını sağlamaktadır.

TripAdvisor, işletmelerin çevrimiçi itibarlarını yönetmek ve potansiyel müşteri kitlesiyle daha fazla etkileşime geçmek için güçlü bir araçtır. Bu platformun en büyük yararlarından biri, işletmelere dünyanın dört bir yanından gelen kullanıcı yorumlarına dayalı olarak geri bildirim alabilmesidir (TripAdvisor, 2020). Bu geri bildirimler müşteri memnuniyetini artırmaya yönelik stratejiler geliştirilmesine yardımcı olabilir. Ayrıca yorumların manipülasyonu veya sahte yorumlar gibi etik sorunlar da TripAdvisor'ın karşılaştığı zorluklar arasında yer almaktadır (Smith & Tang, 2023).

2.4.3 Booking

Booking, dünya çapında konaklama sektörü için en büyük ve en popüler çevrimiçi rezervasyon platformlarından biridir. Otel, tatil köyü, apartman dairesi ve diğer konaklama seçeneklerinin tanıtılmasına olanak tanıyan bu platform, kullanıcıların otellerin ve diğer konaklama birimlerinin fiyatlarını, konumlarını, imkânlarını ve müşteri yorumlarını karşılaştırebilmelerine olanak tanımaktadır (Booking.com, 2020). Booking, işletmelere çevrimiçi rezervasyon alma ve konaklama hizmetlerini dünya çapında tanıtma imkânı sunmaktadır. Platform, özellikle otel ve tatil köyleri gibi konaklama işletmeleri için önemlidir, çünkü potansiyel müşteriler farklı seçenekleri kolayca karşılaştırarak en uygun olanı seçebilirler (Chen & Lee, 2021). Birçok dil seçeneği, uluslararası ödeme yöntemleri ve milyonlarca kullanıcısıyla Booking işletmelerin uluslararası piyasada daha geniş bir müşteri kitlesine ulaşmalarına yardımcı olmaktadır (Kim & Park, 2021).

En önemli zorluklardan biri, platformun yüksek komisyon oranlarıdır. Booking, işletmelerle yapılan her rezervasyon üzerinden bir komisyon almaktadır, bu da bazı işletmeler için kâr marjlarını etkileyebilmektedir (Chen & Lee, 2021). Yoğun rekabet ortamı ise diğer zorluklarından biridir. Booking üzerinde binlerce konaklama işletmesi bulunmakta olup, bu da her işletmenin fark edilmesini zorlaştırmaktadır. Bu nedenle rezervasyonlarının olumsuz etkilenmesini ve itibarının zedelenmesini istemeyen işletmeler bu platform üzerinde daima kendilerini güncel tutmak, hizmetlerini kaliteli sunmak yapılan yorumlara zamanında geri dönüş sağlamak zorundadırlar (Brown & Davis, 2022).

2.4.4 Airbnb

Airbnb, ev veya apartman sahiplerinin ve diğer konaklama sağlayıcılarının, dünya genelinde konaklama imkânı sağlayan bir çevrimiçi platformdur. 2008 yılında kurulan Airbnb, geleneksel otelcilik sektörüne alternatif olmuştur ve dijitalleşmenin gücünden yararlanan küçük konaklama işletmeleri için büyük fırsatlar yaratmıştır. Bu platform yalnızca bireysel ev sahiplerinin değil, küçük ve büyük ölçekli konaklama işletmelerinin de dijital alandaki varlıklarını yönetmelerine ve global bir müşteri kitlesine ulaşmalarına olanak tanımaktadır. Airbnb, ev sahiplerinin veya işletme sahiplerinin, kiraya verdikleri mülkleri çevrimiçi olarak fotoğraflar, kullanıcı yorumları ve detaylı açıklamalar yaparak tanıtımını sağladıkları bir platformdur. Kullanıcılar, Airbnb üzerinden konaklama yerlerini arayabilirler, fotoğraflar ve kullanıcı yorumları üzerinden seçim yapabilirler (Airbnb, 2020). Platform, farklı bütçelere hitap eden seçenekler sunarak, her türden

müşteri için cazip konaklama imkânları yaratmaktadır. Ayrıca Airbnb konaklama yerlerinin bulunabilirliğini ve müşteri deneyimini optimize etmek için algoritmalar kullanmaktadır. İyi yorumlar ve yüksek puanlar bir konaklama yerinin arama sonuçlarında üst sıralarda yer almasına yardımcı olmaktadır (Chen & Wang, 2022).

Konaklama işletmeleri için önemli fırsatlar sunan Airbnb bazı zorlukları da beraberinde getirmektedir. En büyük avantajlarından biri, dünya çapında milyonlarca potansiyel müşteriyle doğrudan iletişim kurabilmesidir. Ayrıca düşük komisyon oranları, küçük işletmelerin büyük platformda yer alma şansı sağlamaktadır (Airbnb, 2020). Rekabetin yüksek olması ve popüler destinasyonlarda birçok konaklama işletmesinin benzer fiyatlarla hizmet vermesi işletmelerin tamamının dikkat çekmesini zorlaştırmaktadır (Jones & Lee, 2023). Yerel yasal düzenlemelere uyum sağlamak, yasal uyumsuzluklarla faaliyetlerin kısıtlanması ve cezalar da işletmelerin gelirlerini kısıtlayan zorlukları arasındadır (Kim & Park, 2021).

2.4.5 Yelp

Turistlerin seyahat planlamasında çevrimiçi platformlara duydukları güven dijitalleşmenin hız kazanmasıyla birlikte artmıştır. Özellikle kullanıcı yorumlarına dayalı web siteleri, modern gezginlerin karar alma süreçlerinde önemli ve kritik bir rol oynamaktadır (Gretzel & Yoo, 2008). Instagram, Booking ve Airbnb gibi platformlar; kullanıcıların oteller, restoranlar ve turistik destinasyonlar hakkındaki deneyimlerini paylaşmalarına olanak tanırken, Yelp ise özellikle restoranlar, kafeler ve yerel işletmeler hakkında kapsamlı geri bildirim sağlayan önemli bir platformdur (Xiang vd., 2014). 2004 yılında kurulan Yelp, kullanıcıların gittikleri mekânlar hakkında yorum yapmalarını, puan vermelerini ve fotoğraf paylaşmalarını sağlayarak, diğer kullanıcılar için önemli bir bilgi kaynağı oluşturmaktadır (Luca, 2016). Platform, beş yıldızlı derecelendirme sistemi ve doğrulanmış kullanıcı yorumları ile hem mevcut turistler hem de potansiyel turistler için güvenilir bir rehber niteliğindedir (Filieri vd., 2018).

Algoritmalar aracılığıyla en faydalı yorumları öne çıkarması ve potansiyel ziyaretçiler için mekân seçim süreçlerini kolaylaştırması Yelp'in en değerli özelliklerinden biridir. Bu tür kullanıcı odaklı sistemler, turistlerin hizmet kalitesi hakkında önceden fikir edinmelerine olanak tanırken, işletmeler için de müşteri memnuniyeti ve güvenilirliği artırma noktasında değerli geri bildirimler sunmaktadır (Park vd., 2019). Yelp, aynı zamanda işletmelerin müşteri yorumlarına doğrudan yanıt vermesine olanak tanıyan bir sistem sunarak ve iki yönlü iletişim kurarak, müşteri yorumlarının dikkate alınması ve istenilen talebin yerine getirilmesi yönünde etkilidir. Bu özelliğiyle müşteri

memnuniyetine önem veren işletmelerin büyük bir avantaj elde etmesini sağlamaktadır (Zhang vd., 2020).

2.4.6 Facebook

2004 yılında kurulan, 2006 yılında yaygınlaşan ve dünya genelinde milyarlarca aktif kullanıcıya sahip olan bir sosyal medya platformu olan Facebook, işletmeler için güçlü bir sosyal medya pazarlama aracı haline gelmiştir. Facebook özellikle hedef kitlelere yönelik reklamcılık ve etkileşim stratejileriyle öne çıkmıştır. İşletmeler, Facebook'u kullanarak markalarını tanıtabilmektedirler, müşteri ilişkilerini güçlendirebilmektedirler ve dijital pazarlama stratejilerini çeşitlendirebilmektedirler. Facebook, işletmelerin sayfalarına ürün fotoğrafları, hizmet açıklamaları, blog yazıları ve videolar ekleyerek potansiyel müşterilerle etkileşimine olanak sağlamaktadır (Facebook, 2020).

Facebook hedeflenmiş olan potansiyel müşterilere ulaşabilme özelliğine sahiptir. Kullanıcıların yaşadığı şehir, yaşı ve cinsiyeti gibi özelliklerini ilgi alanları ve sosyal medya üzerindeki davranışlarını analiz ederek işletmelere ayrıntılı ve hassas seçenekler sunmaktadır. İşletmelerin potansiyel müşterilere ulaşmasını sağlayan Facebook reklam gelirlerinin de doğru yönde verimli şekilde kullanılmasını sağlamaktadır (Lee & Chen, 2021).

Müşterilerin hizmetler veya ürünler hakkında yorum yapabilme özelliği de bulunmakla birlikte, beğeniler ve yorumlar gibi sosyal kanıt niteliğindeki mekanizmalar işletmelerin güvenilirliklerini arttırmaktadır ve potansiyel müşterilere marka hakkında olumlu izlenimler bırakmaktadır (Johnson & Williams, 2023). Facebook, aynı zamanda ücretli reklamcılık için de güçlü bir sosyal medya platformudur. Kullanıcılar hakkında ilgi alanları, lokasyon bilgileri, yaş ve cinsiyet gibi bilgileri analiz edebilen Facebook hedeflenen kitleye yönelik özel reklamlar sunulabilmesine olanak tanımaktadır (Lee & Chen, 2021). Milyonlarca kullanıcı kitlesiyle işletmelere geniş bir kitleye ulaşabilme imkânı sağlayan ve birçok dijital pazarlama avantajı sunan Facebook detaylı analiz araçları sayesinde işletmelerin reklam kampanyalarının etkinliğini ölçme ve eğilimlerini bu yönde ayarlama imkânı sunmaktadır (Facebook, 2020).

Geniş kullanıcı tabanı ile işletmelere sağladığı avantajlar yanında bazı zorlukları da bulunmaktadır. En önemli zorluklardan biri, platformdaki doğrudan erişimin giderek azalmasıdır. Facebook, algoritmasını zaman içinde değiştirerek ücretsiz içeriklerin daha az kullanıcıya ulaşmasını sağlamaktadır ve bunun yerine işletmeleri ücretli reklamlara yönlendirmektedir (Lee & Chen, 2021). Ayrıca kullanıcılar, aşırı reklam içerikleriyle

karşılaştıkça reklamları göz ardı etme eğiliminde olabilmektedirler. Bu nedenle işletmelerin yaratıcı ve özgün içerikler üretmeleri gerekmektedir.

2.4.7 Instagram

Başlangıçta fotoğraf paylaşımı ve filtreler sunan bir mobil uygulama olarak tasarlanan Instagram 2010 yılında Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından kurulmuş bir sosyal medya platformudur (Instagram, t.y.). 2012 yılında Facebook (şimdiki adıyla Meta), Instagram'ı bir milyar dolar karşılığında satın almıştır (Constine, 2012). Instagram zamanla kullanıcı kitlesini artırmış kullanıcıların seyahat deneyimlerini paylaşımlarıyla turizm sektöründe destinasyonların tanıtımında önemli bir araç haline gelmiştir. Görsel ağırlıklı içeriğiyle platform, turistik destinasyonların çekiciliğini artırmaktadır ve kullanıcıların seyahat planlarını şekillendirmektedir (Leung vd., 2013). Platform, özellikle genç yetişkinler arasında popülerdir. Statista'nın verilerine göre, Instagram kullanıcılarının büyük bir kısmını 18-34 yaş aralığındaki bireyler oluşturmaktadır. Bu durum markaların ve destinasyonların pazarlama stratejilerini belirlerken genç kuşağı hedeflemelerine olanak tanımaktadır (Statista, 2023).

2.4.8 Expedia ve Agoda

Expedia, 1996 yılında Microsoft tarafından kurulan bir çevrimiçi seyahat platformudur. Uçak bileti rezervasyonları yapmak için bir platform olarak tasarlanmış olan bu platform daha sonra otel rezervasyonları, araç kiralama, tatil paketleri ve seyahat deneyimleri gibi geniş bir hizmet yelpazesi sunmaya başlamış, halen dünya genelinde milyonlarca kullanıcıya hizmet vermektedir (Expedia Group, 2023). Expedia, özellikle otel ve uçuşlarda sunduğu indirimler, fiyat karşılaştırma özellikleri ile bireysel ve grup gezginleri için ekonomik çözümler sunmaktadır. Turizm endüstrisindeki teknolojik yenilikleriyle artırılmış gerçeklik ve yapay zekâ gibi araçları kullanarak kullanıcı deneyimini geliştirmeyi amaçlamaktadır (Huang vd., 2020b).

Agoda, 2005 yılında Michael Kenny ve Robert Rosenstein tarafından kurulan bir çevrimiçi seyahat rezervasyon platformudur. Şirket, 2007 yılında Booking Holdings Inc. (eski adıyla Priceline Group) tarafından satın alınarak küresel bir ağın parçası haline gelmiştir (Agoda, t.y.). Platform, Asya-Pasifik bölgesindeki güçlü varlığıyla tanınmaktadır ve dünya genelinde milyonlarca kullanıcıya konaklama ve uçuş rezervasyonu hizmeti sunmaktadır (Booking Holdings, 2023). Ayrıca Agoda'nın sunduğu müşteri değerlendirmeleri ve puanlama sistemi kullanıcıların güvenilir seyahat kararları almasını sağlamaktadır (Chan & Guillet, 2011).

2.4.9 Foursquare

Konum tabanlı bir sosyal medya platformu olan Foursquare, 2009 yılında Dennis Crowley ve Naveen Selvadurai tarafından kurulmuştur. Başlangıçta bir mobil uygulama ile kullanıcıların yer bildirimi yapmasına (check-in) olanak tanırken, zamanla büyük bir veritabanına dönüşmüştür ve kullanıcılara restoranlar, kafeler ve turistik yerler gibi mekânlar hakkında öneriler sunan bir rehber haline gelmiştir (Foursquare, t.y.). Foursquare 2014 yılında iki ayrı uygulamaya ayrılmıştır: "Foursquare City Guide", mekân keşfetme ve önerilerde bulunmak için kullanılırken, "Swarm" yer bildirimlerine odaklanmıştır (Perez, 2014). Bu ayrım, platformun kullanıcı ihtiyaçlarına daha iyi yanıt vermesini sağlamıştır.

Foursquare ayrıca şirketlere yer bildirim özelliği ile coğrafi veri analitiği sunarak, turizm ve perakende sektörlerinde önemli karar alma süreçlerine katkı sağlamaktadır (Lomba vd., 2020). Özellikle genç seyahat severler Foursquare'i yeni yerler keşfetmek ve öneriler almak için aktif bir şekilde kullanmaktadır (Chang & Caneday, 2011).

2.4.10 Turizm siteleri ve bloglar

Dünyanın dijitalleşmede hızlanmasıyla birlikte turizm siteleri ve bloglar, modern gezginler için vazgeçilmez birer kaynak haline gelmiştir. Turistlerin %81'i bir destinasyonu ziyaret etmeden önce çevrimiçi incelemelere başvurmaktadır (TripBarometer, 2023). Bloglar genellikle görseller, hikayeler ve ipuçları sunarak destinasyonların kültürel, tarihi ve sosyal yönlerini öne çıkarmaktadır. Yapılan bir araştırmaya göre turistlerin %46'sı seyahat kararlarını verirken blogları ve influencer içeriklerini dikkate almaktadırlar (GlobalWebIndex, 2022). "Gezgin blogger" olarak bilinen kişiler, sosyal medya ve blog platformları aracılığıyla milyonlarca kişiye ulaşmaktadırlar ve turizm destinasyonlarının pazarlanmasında önemli bir araç olarak kullanılmaktadırlar (Kaplan & Haenlein, 2010). Bloggerlar ile okuyucular arasında zamanla duygusal bir bağ oluşması destinasyonların tanıtımında etkili bir rol oynamaktadır (Gretzel, 2006). Blog okuyucularının %63'ü gördükleri içeriklerin seyahat planlarına doğrudan etki ettiğini belirtmişlerdir (GlobalWebIndex, 2022).

Profesyonel turizm siteleri kullanıcıların otel rezervasyonu, uçak bileti satın alma, tur paketleri oluşturma gibi hizmetlere erişmesini sağlamaktadır. Örneğin; TripAdvisor, 2022 itibarıyla dünya genelinde bir milyardan fazla kullanıcı yorumu ve değerlendirmesiyle turistlerin güvenilir kararlar almasına katkıda bulunmuştur (Statista, 2023). Gelecekte yapay zekâ ve büyük veri analizlerinin bu platformlara entegre

edilmesiyle daha kişiselleştirilmiş ve güvenilir deneyimler sunulması beklenmektedir (Buhalis & Law, 2008).

2.4.11 Google haritalar (google maps)

Google Haritalar, dünya genelinde milyonlarca kullanıcı tarafından kullanılan 2005 yılında Google tarafından geliştirilen ve piyasaya sürülen çevrimiçi bir haritalama hizmetidir (Google, t.y.). Başlangıçta bir web tabanlı haritalama aracı olarak tasarlanan platform, 2008 yılında mobil uygulamasını tanıtarak daha geniş bir kullanıcı kitlesine ulaşmıştır (TechCrunch, 2008). 2022 itibarıyla Google Haritalar'ın aylık aktif kullanıcı sayısı bir milyarı aşmıştır ve bu hizmeti dünyanın en popüler haritalama uygulaması haline getirmiştir (Statista, 2023). Google Haritalar, gerçek zamanlı trafik bilgileri, toplu taşıma seçenekleri ve sokak görünümü (Street View) gibi özellikler sunarak kullanıcıların çeşitli ihtiyaçlarını karşılamasıyla yalnızca bir navigasyon aracı olmaktan öteye geçmiştir (Goodchild, 2007). Google ayrıca yapay zekâ ve artırılmış gerçeklik teknolojilerini kullanarak yaya yönlendirmelerinde yenilikler sunmaktadır (Google AI Blog, 2021).

Kullanıcıların destinasyonları keşfetmesi, seyahat planlaması ve ulaşım seçeneklerini değerlendirmesi için vazgeçilmez bir araç haline geline gelen Google Haritalar turistlerin %67'sinin seyahat planlamasında kullandığı uygulama haline gelmiştir (Euromonitor International, 2020). Platform, kullanıcıların otel, restoran ve turistik yerler hakkında yorum ve puanlama yapmasına olanak tanıyarak sosyal etkileşim ve potansiyel gezginler için destinasyon seçimi üzerinde doğrudan bir etki yaratmaktadır (Kim & Fesenmaier, 2015). Google Haritalara her gün yirmi milyondan fazla kullanıcı yorumu eklenmektedir ve işletmelerin %91'i platformun kendileri için hayati bir öneme sahip olduğunu belirtmişlerdir (Statista, 2023). Faydalarının yanı sıra olumsuz yönleri de olan Google Haritalar hassas veri analitiği ve büyük veriye erişimiyle gizlilik endişeleri yaratmaktadır ve verilerinin ticari amaçla kullanımı gibi eleştirilere de maruz kalmaktadır (Zuboff, 2019).

2.4.12 Destinasyon değerlendirmelerinde google haritalar yorumlarının önemi

Dijital çağın getirdiği teknolojik yenilikler, seyahat ve turizm sektöründe büyük değişimlere katkı sağlamaktadır. Özellikle internetin yaygınlaşması ve çevrimiçi platformların gelişimi, seyahat planlama süreçlerinde tüketicilerin alışkanlıklarını önemli ölçüde etkilemektedir. Bu dönüşümün en belirgin unsurlarından biri çevrimiçi kullanıcı yorumlarının turizm sektöründeki rolüdür. Google, dünya genelinde en çok kullanılan arama motoru ve hizmet sağlayıcılarından biri olarak bu dönüşümde merkezi

bir rol oynamaktadır. Google My Business ve Google Haritalar gibi platformlar aracılığıyla kullanıcılar, seyahat ettikleri yerler hakkında yorum yapabilmektedirler ve bu yorumlar diğer potansiyel ziyaretçilerin kararlarını doğrudan etkileyebilmektedir (Sparks & Browning, 2011; Xiang vd., 2015).

Google Haritalar, dünya genelinde milyarlarca kullanıcıya ulaşan bir platform olarak turistlerin seyahat ettikleri destinasyonlar hakkında bilgi edinmesi için önemli bir araç haline gelmiştir. Özellikle Google Haritalar'ın sunduğu ziyaretçi yorumları, tüketicilerin işletmeler ve destinasyonlar hakkında gerçek kullanıcı deneyimlerine dayalı bilgilere ulaşmasını sağlamaktadır. Bu kullanıcı yorumları ve puanlamalar, ziyaretçilerin daha bilinçli tercih yapmalarına olanak tanımaktadır (Yoo & Gretzel, 2011a). Google ziyaretçi yorumlarının turizmdeki önemini anlamak hem akademik çalışmalar için hem de sektördeki profesyonellerin stratejik kararları için büyük bir öneme sahiptir.

2.4.13 Ziyaretçi yorumlarının turizmde tüketici davranışları üzerindeki etkisi

Birçok akademik çalışmada dijital medya üzerinde çevrimiçi platformlar yoluyla yapılan ziyaretçi yorumlarının tüketici davranışları üzerindeki etkisi incelenmiştir. Bu çalışmalarda özellikle Google Haritalar gibi çevrimiçi yorum platformlarının tüketicilerin karar alma süreçlerini fazlasıyla etkilediği vurgulanmaktadır. Bu konu üzerinde yapılan önemli çalışmalardan bazıları şunlardır:

Ergin & Alkış (2024) çalışmalarında dijital pazarlamanın tüketicilerin satın alma davranışları üzerindeki etkisini araştırmışlardır. Araştırmacılar çalışmalarında dijital pazarlama algısının, tüketicilerin kompulsif ve hedonik satın alma davranışlarını pozitif yönde etkilediğini belirtmişlerdir. IPSOS'un 2024 yılına ait raporunda, e-ticaret harcamalarındaki artışın nedenleri incelenmiştir. Raporda, online alışverişçilerin harcamasının geçen yılın aynı dönemine kıyasla %96 arttığı ve bu artışın bir alışverişte daha fazla harcama yapılmasından kaynaklandığı belirtilmiştir. Özkan & Ulukan (2023) çalışmalarında; Z kuşağındaki tüketicilerin çevrimiçi yorum ve değerlendirme puanlarına yönelik tutumlarının çevrimiçi tüketici davranışlarını nasıl etkilediği incelemişlerdir. Araştırmada çevrimiçi yorumların ve değerlendirme puanlarının tüketici davranışını etkilediği ve bu durumun hem tüketiciler hem de çevrimiçi ticaret yapan işletmeler için önemli olduğu belirtilmiştir.

Filieri & McLeay (2014) yaptıkları çalışmalarında; çevrimiçi yorumların turizm sektöründeki tüketicilerin kararlarını büyük ölçüde etkilediği, kullanıcıların deneyimlerini paylaşmasıyla potansiyel ziyaretçilere güven veren bir bilgi kaynağı olduğu ve yorumların potansiyel ziyaretçilerin tercihlerinin şekillenmesinde kritik bir

rol oynadığı belirtilmektedirler. Çalışma çevrimiçi yorumların tüketici tercihlerinde önemli bir belirleyici faktör olduğunu göstermektedir.

Sparks & Browning (2011) yaptıkları çalışmalarında; ziyaretçi deneyimlerine dayalı olarak yapılan özellikle olumlu yorumların potansiyel ziyaretçiler için güven duygusunu artırarak karar verme aşamasında yönlendirici etkisi olduğunu ortaya koymaktadırlar. Çalışma ziyaretçilerin deneyimlerine dayalı olarak yapılan olumlu yorumların, potansiyel alıcılar için bir güven testi işlevi gördüğünü ve ziyaretçi sayısını artırabileceğini göstermektedir.

Park & Kim (2008) yaptıkları çalışmalarında; çevrimiçi olumsuz yorumların bile ürün ya da hizmetle ilgili potansiyel tüketicilerin algıları ve kararları üzerinde doğrudan belirgin bir etkisi olduğunu belirtilmişlerdir. Çalışma tüketicilerin çevrimiçi yorumlar sayesinde daha bilinçli ve dikkatli seçimler yaptıklarını ortaya koymaktadır.

Chevalier & Goolsbee (2003) yaptıkları çalışmalarında; tüketicilerin her geçen gün daha fazla çevrimiçi değerlendirmelere dayalı kararlar aldıklarını ve bu durumun pazar dinamiklerini değiştirdiğini ifade etmişlerdir. Çalışma dijital platformların gücünün arttığı günümüzde artık işletmelerin çevrimiçi yorumları göz ardı edemeyeceklerini göstermektedir.

Ziyaretçi yorumlarının tüketici davranışı üzerindeki etkisi üzerinde yapılan bu çalışmalar; çevrimiçi yorumların sadece turizm sektörü değil, diğer birçok sektörde de tüketici algılarını, davranışlarını ve kararlarını şekillendirmekle birlikte tüketiciler için önemli bir güven testi işlevi gördüğünü, tüketiciler için sadece olumlu yorumların değil aynı zamanda olumsuz yorumların da karar verme süreçlerinde önemli bir rolü olduğunu ve bu nedenlerle artık işletmelerin her geçen gün gelişmekte ve yenilenmekte olan teknoloji çağında bundan böyle çevrimiçi yorumları göz ardı etmesinin mümkün olmadığı göstermektedir.

2.4.14 İşletmeler için çevrimiçi yorum yönetiminin önemi

Dijital çağda internetin yaygınlaşmasıyla birlikte tüketicilerin satın alma ve karar verme süreçleri önemli ölçüde değişmiştir. Bu değişimde özellikle çevrimiçi yorumların etkisi çok büyüktür. İnternet üzerinde paylaşılan tüketici yorumları, bir ürün ya da hizmet hakkında potansiyel müşterilerin algısının değişmesinde önemli bir rol oynamaktadır (Cheung & Thadani, 2012). Bu nedenlerle şirketler ve markalar için çevrimiçi yorum yönetimi kurumsal itibara yön vermek ve müşteri memnuniyetini sağlamak açısından hayati önem taşımaktadır (Filieri, 2015). Çevrimiçi yorum yönetimi, işletmelerin dijital platformlarda paylaşılan geri bildirimleri takip etmesi, analiz etmesi ve bunlara yanıt

vermesi sürecini kapsamaktadır. Yapılan araştırmalara göre tüketicilerin satın alma süreçlerindeki kararlarını olumlu yorumların olumlu yönde, olumsuz yorumların ise olumsuz yönde etkilediği bilinmektedir (Sparks & Browning, 2011). Bu nedenle olumsuz yorumlara hızlı bir şekilde doğru bir yaklaşımla yanıt vermek ve müşteri memnuniyetini sağlamak, işletmeler için büyük bir avantaj sunmaktadır (Xie vd., 2014). Günümüzde çok sayıda işletme, sosyal medya dinleme araçları ve yapay zekâ destekli analiz sistemleri kullanarak tüketici geri bildirimlerini değerlendirmektedir ve öngörüler oluşturmaktadır (Hennig-Thurau vd., 2004).

Gerçek kullanıcı deneyimlerine dayanan Google Haritalar ziyaretçi yorumları ise turizm sektöründe işletmeler ve tüketiciler arasında önemli bir köprü oluşturmaktadır, tüketicilerin daha bilinçli kararlar vermelerine olanak tanırken, işletmeler için de hizmet kalitesini artırma ve mevcut ve potansiyel müşteri ilişkilerini geliştirme fırsatı sunmaktadır (Filieri vd., 2015). Bu nedenle işletmeler, sürdürülebilirliğini ve itibarlarını yönetmek için bu yorumları dikkatle izlemelidirler ve hem olumlu hem de olumsuz yorumlara yapıcı şekilde yanıt vermelidirler (Lappas vd., 2016).

2.5 Bir Turistik Destinasyon Olarak Sinop

Doğal ve kültürel zenginlikleriyle öne çıkan Sinop, Türkiye'nin Karadeniz kıyısında yer bir turizm destinasyonudur. Tarihi dokusu ve benzersiz doğası ile dikkat çeken bu destinasyon hem yerli hem de yabancı turistlerin ilgisini görmektedir. Tarihi Sinop Cezaevi, Hamsilos Koyu ve Erfelek Şelaleleri gibi önemli turistik noktalarıyla destinasyon ziyaretçilerine geniş bir turizm yelpazesi sunmaktadır. Sinop, antik çağlardan bu yana önemli bir liman kenti olarak bilinmektedir. Destinasyonun tarihi MÖ 7. yüzyıla kadar uzanmakta olup, Hititler, Kimmerler, Persler, Romalılar, Bizanslılar ve Osmanlılar gibi birçok farklı medeniyete ev sahipliği yapmıştır (Demirel & Ünal, 2024). Bu tarihi geçmişi Sinop'u arkeolojik ve kültürel turizm açısından cazip hale getirmektedir. Destinasyonun en önemli yapılarından biri olan Sinop Kalesi, tarihte şehrin savunması için kullanılmış olup günümüzde turistlerin ilgisini çeken önemli bir yapı olarak ziyaret edilmektedir. Sinop Cezaevi ise destinasyonun en bilinen tarihi mekânlarından biridir. 1999 yılına kadar cezaevi olarak hizmet veren bu yapı, Sabahattin Ali gibi önemli isimlerin mahkûm edildiği bir yer cezaevi olarak bilinmektedir. Her yıl binlerce ziyaretçinin ziyaret ettiği cezaevi günümüzde müze olarak kullanılmaktadır.

Destinasyon yalnızca tarihi yapılarıyla değil, aynı zamanda doğal güzellikleriyle de ön plana çıkmaktadır. Hamsilos Koyu, doğal yapısı ve coğrafi özellikleriyle ziyaretçileri

kendine çekmektedir. Deniz severler, doğa yürüyüşçüleri ve fotoğrafçılar için ilgi çekici bir bölge olan Hamsilos, doğa turizmi açısından önemli bir destinasyondur. Ayrıca Sinop'taki Erfelek Şelaleleri de doğaseverlerin uğrak noktalarından biridir. Toplam 28 şelaleden oluşan bu bölge, trekking ve piknik gibi doğa aktiviteleri için oldukça elverişlidir (Demirel & Ünal, 2024).

Sinop'un turizm potansiyeli tarih ve doğa turizminin yanı sıra deniz turizmi açısından da oldukça yüksektir. Karadeniz kıyısında yer alan bu liman kenti, deniz turizmine önemli katkılarda bulunmaktadır ve sahilleriyle dikkat çekmektedir. Ayrıca şehirdeki yerel kültür, el sanatları ve mutfak kültürü de gastronomi turizmi açısından büyük bir potansiyel sunmaktadır. Ancak Sinop'un turistik altyapısının güçlendirilmesi ve tanıtım çalışmalarının artırılması kentin turizmdeki potansiyelini daha da yukarılara taşıyacaktır (Ustaoğlu, 2024).

Sonuç olarak, Sinop hem tarihi hem de doğal zenginlikleriyle Karadeniz'in önemli turistik destinasyonlarından biri olarak öne çıkmaktadır. Tarihi Cezaevi, kaleleri, doğal koyları ve şelaleleri ile ziyaretçilerine pek çok farklı deneyim sunan destinasyon sürdürülebilir turizm uygulamaları sayesinde hem yerel halka hem de ülke ekonomisine önemli katkılar sağlayabilecek bir potansiyele sahiptir.

2.6 Konu Kapsamında Yapılmış İlgili Araştırmalar

Son yıllarda dijital platformların yaygınlaşması ile birlikte turizm sektörü çevrimiçi kullanıcı yorumlarının etkisi altında önemli bir dönüşüm yaşamaktadır. Kullanıcıların seyahat ettikleri destinasyonlar hakkında bıraktıkları çevrimiçi yorumlar turizm işletmelerinin hizmet kalitesini iyileştirmelerine yardımcı olurken potansiyel ziyaretçilerin de destinasyon seçiminde önemli bir rehber niteliği taşımaktadır (Litvin vd., 2008; Yoo & Gretzel, 2011b). Çevrimiçi yorumlar dijitalleşen dünyada tüketici davranışlarını anlamak ve analiz etmek adına önemli bir araştırma konusu olmuştur. Turizm sektöründe çevrimiçi yorumların etkisi özellikle destinasyon seçimleri ve ziyaretçi memnuniyeti üzerinde büyük rol oynamaktadır. Bu alandaki yerli ve yabancı araştırmalar dijital platformlarda paylaşılan kullanıcı yorumlarının turizm işletmeleri ve destinasyonlar için ne denli kritik bir yer tuttuğunu gözler önüne sermektedir. Bu yazıda, çevrimiçi yorumların turizm sektörü üzerindeki etkilerini inceleyen önemli yabancı ve yerli çalışmalar kronolojik olarak özetlenmiştir. Çevrimiçi yorumlar üzerine yabancı alan yazınındaki çalışmalar şu şekildedir;

Litvin vd., (2008) çalışmalarında; çevrimiçi yorumların turizm sektöründeki etkilerini ilk kez sistematik bir şekilde ele alan araştırmaların öncülerindendir. Litvin ve diğerleri

çevrimiçi yorumların tüketicilerin seyahat kararları üzerindeki etkisini inceledikleri çalışmalarında çevrimiçi yorumların tüketiciler için güvenilir bir kaynak oluşturduğunu ve dolayısıyla seyahat tercihlerinde belirleyici bir rol oynadığını ortaya koymuşlardır.

Gretzel & Yoo (2008) çalışmalarında; çevrimiçi yorumların yalnızca karar süreçlerini değil aynı zamanda destinasyonların marka imajını da şekillendirdiğini vurgulamışlardır. Özellikle TripAdvisor gibi platformlarda yer alan kullanıcı yorumlarının, destinasyonların görünürlüğünü artırarak ziyaretçi akışını olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir. Bu çalışma çevrimiçi yorumların destinasyonların dijital pazarlama stratejilerindeki önemini ortaya koymuştur.

Sparks & Browning (2011) çalışmalarında; çevrimiçi yorumların ziyaretçilerin daha önceki deneyimlerinden faydalananarak karar verme süreçlerini iyileştirdiğini ve yorumların şeffaflık sağlayarak güven oluşturan bir mekanizma işlevi gördüğünü belirtmişlerdir.

Yoo & Gretzel (2011b) çalışmalarında; çevrimiçi yorumların turizm sektörü üzerindeki etkisinin daha kapsamlı bir şekilde ele alındığı bir diğer çalışmayı gerçekleştirmişler. Çalışmada, çevrimiçi yorumların turistlerin kararlarını etkileyen ana faktörlerden biri olarak belirlendiği, aynı zamanda bu yorumların ziyaretçi memnuniyetini artırma yönünde de önemli bir işlev üstlendiği ifade edilmiştir.

Ayeh vd., (2013) çalışmalarında; çevrimiçi yorumların destinasyonların görünürlüğünü artırdığı ve bu sayede turist akışını olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Aynı zamanda kullanıcı yorumlarının doğruluğu ve güvenilirliğine dair bir analiz yaparak, çevrimiçi yorumların neden güvenilir bir bilgi kaynağı olarak kabul edildiğini incelemiştir.

Çevrimiçi yorumlar üzerine yerli alan yazınındaki çalışmalar ise şu şekildedir;

Aksoy & Şimşek (2016) çalışmalarında; kullanıcıların çevrimiçi yorumlar üzerinden, seyahat ettikleri yerlerin hizmet kalitesi, fiyat, mekân temizliği ve çevre düzenlemesi gibi unsurları değerlendirdiğini tespit etmişlerdir. Araştırmacılar çalışmalarında bu yorumların ziyaretçilerin destinasyon algılarını şekillendirdiği ve potansiyel turistlerin karar süreçlerine etki ettiğini vurgulamışlardır.

Çoban & Deniz (2017) çalışmalarında; Türkiye'nin popüler turistik destinasyonlarına yönelik çevrimiçi yorumların turizm sektörüne olan etkisini analiz etmişlerdir. Araştırmacılar çalışmalarında; çevrimiçi yorumların ziyaretçilerin memnuniyetini ve tekrar ziyaret etme olasılıklarını artırmada önemli bir rol oynadığı, ayrıca yorumların

etkisinin yalnızca bireysel kararlarla sınırlı kalmayıp, genel turizm imajı üzerinde de belirleyici olduğu belirtilmişlerdir.

Sonuç olarak yabancı ve yerli alanyazındaki araştırmalar evrimii yorumların turizm sektöründeki etkisini kapsamlı bir şekilde ortaya koymaktadırlar. Büyük ve dikkat çeken destinasyonlara yapılan evrimii yorumların turistlerin karar verme süreçlerini ciddi oranda etkilediği ve daha az tanınan destinasyonlar için de bu tür yorumların rolü büyük önem taşıyabileceği düşünölürse Sinop gibi küçük destinasyonlar için evrimii yorumların etkin bir pazarlama aracı olarak kullanılması gerektiği anlaşılmaktadır.



3. YÖNTEM

3.1 Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, Sinop destinasyonuna yönelik turistik ziyaretçilerin Google platformunda paylaştıkları yorumların içerik analizi yöntemiyle incelenmesidir. Bu kapsamda turistik ziyaretçilerin Sinop hakkındaki algıları, deneyimleri, şikayetleri ve önerileri daha net anlaşılacaktır ve destinasyonun güçlü ve zayıf yönleri ortaya konacaktır. Yorumların analiz edilmesiyle Sinop destinasyonundaki yerel yönetimlere, destinasyon yönetim örgütlerine ve turizm işletmelerine yönelik önerilerin oluşturulması amaçlanmaktadır.

3.2 Araştırmanın Önemi

Günümüzde dijital platformlar, turizm sektöründe ziyaretçi algısını anlamak için önemli bir veri kaynağı haline gelmiştir (Sigala, 2018). Bu durum destinasyon pazarlaması ve yönetimi açısından büyük bir dönüşümü beraberinde getirmiştir ve turistik deneyimlerin dijital ortamda paylaşılan yorumlar üzerinden şekillendiğini ortaya koymuştur (Xiang & Gretzel, 2010). Bu bağlamda Sinop destinasyonuna ilişkin Google yorumlarının analiz edilmesi hem destinasyonun mevcut turistik cazibesini anlamak hem de geliştirilmesi gereken alanları belirlemek için önemli bir adımdır.

Bu araştırmanın farklılığı, Sinop destinasyonunun dijital yorumlar üzerinden detaylı bir içerik analiziyle incelenerek yerel yönetimlere ve turizm stratejilerine özel çıkarımlar sunmasıdır. Özellikle dijital yorum analizlerinin turizm alanyazınına katkısının vurgulanmasıyla, öznellik ve nesnelliğin birleştirildiği bir yaklaşım geliştirilmektedir. Daha önceki çalışmalarda benzer analizler genellikle genel destinasyonlar üzerine yoğunlaşırken (Ye vd., 2009) bu araştırma Sinop gibi nispeten daha az incelenmiş bir destinasyonu öne çıkarmasıyla fark yaratmaktadır.

Turistik deneyimlerin çeşitliliği, ziyaretçilerin algısı ve beklentileri arasındaki farklılıkları görüntülemek için dijital yorumlar çok önemli bir kaynak sunmaktadır (Luo & Zhong, 2015). Bu yorumlar bir destinasyonun sadece fiziksel özelliklerini değil, aynı zamanda hizmet kalitesi, doğal çevre ve ziyaretçi memnuniyeti gibi çok boyutlu unsurlarını da ortaya koymaktadır (Jeong & Jang, 2011). Bu bağlamda araştırma ile Sinop destinasyonunun bu unsurlarını ayrıntılı bir şekilde incelenerek destinasyonun güçlü ve zayıf yönlerini belirlenmesi sağlanacaktır.

Ayrıca bu çalışma ziyaretçilerin dijital platformlarda yaptıkları yorumların sosyal ve ekonomik etkilerini de irdelemektedir. Dijital platformlarda paylaşılan yorumların destinasyon yönetimindeki stratejik kararları önemli ölçüde etkilediği bilinmektedir

(Müller & Wöber, 2010). Bu nedenle araştırma bulgularının Sinop destinasyonunun turizm potansiyelini artırmaya yönelik politikalar geliştirilmesine katkı sağlaması beklenmektedir. Sinop destinasyonunun şu ana kadar turistik cazibesine ilişkin sınırlı sayıda bilimsel çalışma bulunmaktadır. Bu durum özellikle bu çalışmayı daha da anlamlı hale getirmektedir. Araştırmada Sinop destinasyonuna yönelik dijital kullanıcı yorumları çerçevesinde turistik değerleri daha iyi anlamaya katkıda bulunarak hem alanyazına hem de uygulamaya yönelik öneriler sunmaktadır. Bu yönüyle çalışma yalnızca turistik bir destinasyonu analiz etmekle kalmayıp aynı zamanda turizm araştırmalarına yönelik yeni bir metodolojik yaklaşımı da ortaya koymaktadır.

3.3 Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırmada Sinop destinasyonuna yönelik ziyaretçi yorumlarının değerlendirilmesi amacıyla nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İçerik analizi; metinlerde yer alan temalar, ifadeler ve anahtar kavramların belirlenmesi yoluyla verilerin anlamlandırılmasını sağlayan bir yöntemdir (Krippendorff, 2018). Bu yöntem özellikle sosyal medya ve dijital platformlarda paylaşılan kullanıcı yorumlarının analizinde oldukça yaygın kullanılmakta olup bireylerin deneyimlerini, algılarını ve önerilerini sistematik bir çerçevede incelemeye olanak tanımaktadır (Neuendorf, 2017). Araştırma kapsamında Google platformunda Sinop destinasyonuna ilişkin paylaşılan yorumlar birincil veri kaynağı olarak kullanılmıştır. Dijital platformlardan elde edilen bu yorumlar turistlerin bireysel görüşleri doğrultusunda Sinop'un turistik cazibesine dair olumlu ve olumsuz geri bildirimleri detaylandırmak için incelenmiştir. Google yorumları ziyaretçilerin destinasyona dair doğrudan ve samimi bir görüş sunmasını sağladığından Sinop'un güçlü ve zayıf yönlerinin anlaşılmasında değerli bilgiler sunmaktadır.

Çalışmada içerik analizi süreci kodlama ve tema geliştirme aşamaları izlenerek yürütülmüştür. İlk olarak veri setindeki her yorum dikkatle okunmuştur, anlamlı parçalar (kodlar) olarak ayrıştırılmıştır ve belirli temalar altında sınıflandırılmıştır. Bu aşamada, *“Doğal Güzellik ve Manzara”*, *“Turistik Çekim Alanları”* ve *“Ziyaretçi Memnuniyeti”* gibi ana temalar belirlenmiştir. Kodlama süreci içerik analizinde güvenilirliği artırmak adına tekrarlayıcı bir okuma yöntemiyle gerçekleştirilmiştir ve anlam birliği taşıyan veriler temalar halinde gruplanmıştır (Elo & Kyngäs, 2008). Çalışmanın güvenilirliğini sağlamak amacıyla veri kaynaklarının çeşitliliğine ve temaların tutarlılığına özen gösterilmiştir. Araştırmada kullanılan yorumlar farklı dönemlerden seçilerek güncel ve tutarlı bir veri seti oluşturulmuştur. Bu yöntem sayesinde Sinop

destinasyonuna yönelik kullanıcı deneyimlerinin derinlemesine analizi yapılmıştır ve ziyaretçilerin beklentileri ve algıları anlaşılmasına çalışılmıştır. Elde edilen bulgular Sinop'un turistik cazibesinin yönetilmesi ve geliştirilmesi için yol gösterici veriler sunmakta olup destinasyon pazarlaması ve turizm stratejilerine katkı sağlayacağı öngörülmüştür.

3.4 Araştırmanın Veri Toplama Süreci ve Analizleri

Bu araştırmada, Sinop destinasyonuna yönelik turistik ziyaretçilerin deneyimlerini ve algılarını analiz etmek amacıyla Google platformunda paylaşılan kullanıcı yorumları incelenmiştir. Dijital ortamda erişilebilir olan bu yorumlar ziyaretçilerin doğrudan deneyimlerini yansıttığı için nitel veri kaynağı olarak değerlendirilmiştir. Araştırma kapsamında her bir turistik nokta için yüz yorum toplanmıştır ve bu yorumlar detaylı bir içerik analizi sürecine tâbi tutulmuştur. Yorumlar belirli bir tarih aralığında paylaşılmış olup Sinop'un turistik cazibesine dair kapsamlı bir inceleme elde etmek için değerlendirilmiştir. Bu kapsamda öncelikle Sinop'un turistik cazibesini değerlendirmek adına Sinop Kalesi, Hamsilos Tabiat Parkı, İnceburun, Sinop Cezaevi, Sinop Müzesi, Balatlar Kilisesi, Paşa Tabyaları, Etnografya Müzesi ve Pervane Medresesi gibi önemli turistik noktalar belirlenmiştir. Ayrıca sürece Sinop'taki üç özel kamp alanı da dâhil edilmiştir. Araştırma verileri ile ilgili olarak yeterli uzunlukta ve açıklayıcı nitelikte olan yorumlar özellikle dikkate alınmıştır. Bu yorumların kullanıcıların turistik deneyimlerini, memnuniyet düzeylerini ve önerilerini yansıttığı varsayılmaktadır. Toplanan veriler nitel içerik analizi yöntemiyle kategorize edilmiştir. Öncelikle yorumlar içerdikleri temalara göre sınıflandırılmıştır ve olumlu, olumsuz ve nötr değerlendirmeler olarak ayrıştırılmıştır. Örneğin; Sinop Kalesi'ne yönelik yorumlar, genellikle tarihi ve manzarası hakkında yapılan olumlu yorumlar ile birlikte altyapı eksikliklerine dair olumsuz eleştiriler içermektedir. Hamsilos Tabiat Parkı ise doğallığı ve huzur veren atmosferiyle öne çıkarken ulaşım ve tanıtım eksiklikleri olumsuz yönler arasında yer almıştır. Daha sonra belirlenen temalar çerçevesinde detaylı analiz gerçekleştirilmiştir. Bu süreçte Maxqda veri analiz programından destek alınmıştır.

Bu araştırma, dijital platformlarda paylaşılan kullanıcı yorumlarının destinasyon pazarlaması ve yönetimi açısından nasıl stratejik bir araç olabileceğini de göstermektedir.

4. BULGULAR

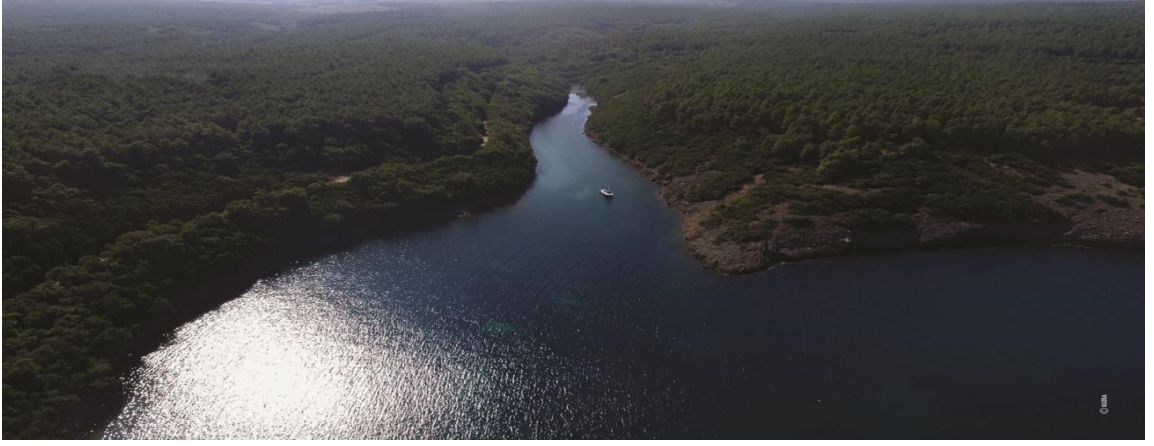
4.1 Hamsilos Tabiat Parkı

Hamsilos Tabiat Parkı, doğal güzellikleri ve kültürel zenginlikleriyle dikkat çeken Sinop'un önemli cazibe merkezlerinden biridir. 2873 sayılı Milli Parklar Kanunu'nun 3. maddesi gereği ve Bakanlık Makamının 24.08.2007 gün, B.18.0.DMP.0.02.01/256 sayılı OLUR'u ile "Tabiat Parkı" olarak ilan edilmiştir (Tarım ve Orman Bakanlığı, t.y.). Park, Hamsilos Koyu ve Aklıman Koyu gibi Türkiye'nin en iyi ria tipi kıyı oluşumlarına ev sahipliği yapmaktadır. Çeşitli ekosistemleriyle (bataklık, kumul, deniz ve ormanlık alanlar) dikkat çekmektedir. Özellikle Karadeniz'e özgü kayın, meşe, dişbudak, gürgen gibi ağaç türleri; bunun yanında endemik bitki türleri, yabani karanfil ve Sinop çiğdemi gibi bitki türleriyle zengin bir biyolojik çeşitlilik sunmaktadır. Sinop Yarımadası'nın kuzeydoğusunda bulunan Hamsilos Tabiat Parkı, yüksek oksijen seviyesi bakımından Türkiye'nin en önemli bölgeleri arasında yer almaktadır ve bu özelliğiyle çevre sağlığı açısından da önem taşımaktadır. Ayrıca parkın çevresinde balıkçılık ve taze deniz ürünleriyle yerel gastronomi deneyimi de sunulmaktadır. Bölgede yapılan yüzey araştırmalarında eski dönemlere ait seramik parçaları, denizcilere ait mezarlar ve fosil olduğu düşünülen buluntulara rastlanmıştır. Hamsilos Tabiat Parkı'nın tarihsel ve kültürel kaynaklarıyla da zengin alana sahip olduğu görülmektedir. Ayrıca yerel inanışlara göre Amazon kadınlarının yıkandığına inanılan "Kadınlar Hamamı" gibi kültürel öğeler de bulunmaktadır (Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü, 2024).



Görsel 4.1 Hamsilos Tabiat Parkı. Erişim: 19.01.2025 <https://www.kulturportali.gov.tr>

Doğal akıntılarla şekillenen Hamsilos Koyu'nun fiziki yapısı, her ne kadar fiyort benzeri bir görüntü sunsa da bilimsel olarak Hamsilos'un bir fiyort değil, deniz seviyesinin yükselmesiyle oluşmuş doğal bir ria olduğu bilinmektedir (Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü, 2024).



Görsel 4.2 Hamsilos Tabiat Parkı. Erişim: 26.01.2025 <https://www.kulturportali.gov.tr>

Hamsilos Tabiat Parkı Google Yorumlarından Örnekler ve Yorum Analizi

Doğal Güzellik ve Manzara

Hamsilos Koyu, doğanın muhteşem bir eseri olarak kabul edilmektedir. Manzarası ve doğal yapısı ziyaretçiler tarafından yorumlarda sıkça övülmektedir. Örnek yorumlar;

K1: *"Hamsilos Koyu, muhteşem bir manzara sunuyor. İçeriye girişte kişi başı yirmibeş Türk lirası ücreti var. Girdikten hemen sonra geniş manzaralı alana geliyorsun."* (2024)

K2: *"Hamsilos Koyu, tam bir doğa harikası. Akdeniz bölgesindekileri aratmayacak özellikte. Manzarası çok güzel."* (2024)

Etkinlik ve Aktiviteler

Ziyaretçiler, yürüyüş parkurları, tekne turları ve piknik olanakları gibi çeşitli etkinliklerin mevcut olduğundan yorumlarda sıkça bahsetmektedirler. Örnek yorumlar;

K1: *"Yürüyüş parkuru olan manzarası güzel, yüzülebilecek alanı da mevcut."* (2024)

K2: *"Ziyaretçilerin şahane manzara eşliğinde, doğayla iç içe piknik yapabileceği harika bir mekân."* (2024)

Giriş Ücreti ve Tesisler

Ziyaretçi yorumlarında giriş ücretinin 25 TL olması ve tesislerin durumu üzerine yorumlara sıkça rastlanmaktadır ve bu durum bazı ziyaretçiler için olumsuz bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Örnek yorumlar;

K1: *"Giriş 25 TL, otopark sorunu yok. Ancak içerideki tesislerin durumu yetersiz."* (2024)

K2: *"Giriş ücreti oldukça makul ancak hizmetler yetersiz. Doğru düzgün gölgelikli masa bile koyulmamış."* (2024)

Bazı ziyaretçiler alanın temizliği ve bakımının yetersiz olduğundan sıklıkla bahsetmektedir. Örnek yorumlar;

K2: “Muhteşem bir doğa, deniz ve havası var. Buna rağmen tesis vasat ve tesis dışındaki alanlar çok kirli. Çöpler etrafa atılmış, ne belediye, ne de özel idare durumla ilgilenmiyor gibi görünüyor. Çok yazık ” (2024)

Ziyaretçi yorumlarında sivrisinekler ziyaretçilerin deneyimlerini olumsuz etkileyen bir faktör olarak öne çıkmaktadır. Örnek yorumlar;

K2: “Sivri sineklerle mücadele etmeyi göze almalısınız. 15 dakika koyda kaldık, bir hafta kaşındık.” (2024)

Ziyaretçi yorumlarında Hamsilos Koyu'na ulaşım ile ilgili yorumlar da önemli bir tema oluşturmaktadır. Örnek yorumlar;

K2: *"Eğer istenirse küçük gemilerle koyda tekne turu yapılabilir."* (2024)



4.2 İnceburun

İl merkezine 20 kilometre uzaklıkta bulunan İnceburun Türkiye'nin en kuzey noktasında yer almaktadır. İnceburun hem coğrafi hem de önemli bölgesel konumuyla ziyaretçiler açısından dikkat çeken bir konumdadır (Vikipedi, t.y.). İnceburun'un jeolojik yapısı, Üst Kretase Dönemi'ne (yaklaşık 136-65 milyon yıl önce) kadar uzanan lavlar ve aglomeralardan oluşmaktadır. Bölgedeki katılaşmış lavların sütun biçiminde ve çok çatlamış bazaltlardan meydana gelmesi, bu bölgeyi jeolojik açıdan benzersiz kılmaktadır. Aynı zamanda bu oluşumlar, kuzey ve kuzeybatıya doğru eğimli bir tabakalanma sergilemektedir. Bu özellik İnceburun'un Karadeniz kıyısındaki diğer alanlardan ayrışmasını sağlamaktadır (Demirel & Ünal, 2024).

İnceburun Feneri 1863 yılında inşa edilmiştir ve tarih boyunca denizcilere yol göstermiştir. Yerden 9 metre, deniz seviyesinden ise 26 metre yükseklikte bulunmakta olup yaklaşık 18 millik bir görünüş mesafesine sahip olan İnceburun Feneri hem bölgenin coğrafi önemini hem de kültürel zenginliğini yansıtmaktadır (KUZKA, 2022). İnceburun, dik falezli kıyılar ve kıyı boyunca uzanan kayalık alanlarıyla doğal bir cazibe merkezidir. Bölgenin açıklarında yer alan Davşan Adası, Türkiye'nin en kuzey noktası olarak kabul edilmektedir. Ayrıca yakındaki Kurtkuyusu mezarası, bölgedeki en yakın yerleşim alanı olarak bilinmektedir. Bu unsurlar, İnceburun'u coğrafi ve turistik açıdan önemli bir destinasyon haline getirmektedir (Vikipedi, t.y.; KUZKA, 2022). İnceburun, Türkiye'nin en kuzey noktası olmasının yanı sıra jeolojik yapısı, tarihi deniz feneri ve doğal güzellikleriyle hem tarihi hem de doğal bir öneme sahiptir. Bölgede yapılan çalışmalar, İnceburun'un turizm potansiyelini ve akademik önemini ortaya koyarak korunması gerektiğini vurgulamaktadır (Demirel & Ünal, 2024).



Görsel 4.4 İnceburun. Erişim: 19.01.2025 <https://www.kuzka.gov.tr/>



Görsel 4.5 Inceburun. Erişim: 26.01.2025 <https://www.kiyiemniyeti.gov.tr/>

İnceburun Google Yorumlarından Örnekler ve Yorum Analizi

Manzara ve Doğal Güzellikler

Ziyaretçi yorumlarının çoğunda bölgenin muhteşem manzarası, gün batımı ve deniz manzarası sıkça vurgulanmaktadır. Ziyaretçilerin bu doğal güzellikleri keşfetme istekleri ise oldukça belirgindir. Örnek yorumlar:

K1: “Gün batımını izlemek için mükemmel bir yer.” (2023)

K2: “Şehirden yaklaşık 30-40 dakika gidiyorsunuz. Vardıktan sonra eşsiz manzara ile karşılaşıyorsunuz.” (2024)

Erişim ve Ulaşım Sorunları

Birçok ziyaretçi yorumunda yolun dar, bozuk ve çukurlarla dolu olduğu sıklıkla belirtilmektedir ve bu durum ulaşımı zorlaştırmaktadır. Örnek yorumlar:

K1: “Yol biraz sıkıntılı, zemin derin çukurlar var.” (2024)

K2: “Kesinlikle görülesi bir yer. Yolu için o kadar iyi şeyler söyleyemeyeceğim.” (2024)

Hizmet ve Tesis Yetersizliği

Ziyaretçilerin çoğu yorumlarında bölgede yeterli tesis ve hizmet olmadığını belirtmektedirler. Ziyaretçiler özellikle tuvalet ve kafe gibi olanakların eksikliği dikkat çekmektedirler. Örnek yorumlar;

K1: “Bir çay içilebilecek yer bile yok.” (2023)

K2: “Türkiye'nin en ucuna gidiyorsun tuvalet bile yok... Çok daha iyi değerlendirilebilir burası.” (2024)

Yerel İhtiyaçlar ve Potansiyel Gelişim

Ziyaretçiler yorumlarında bölgenin turizm potansiyelinin değerlendirilmesi gerektiğini ve daha iyi tesisler yapılmasını önermektedirler. Örnek yorumlar;

K1: “Neden harika tesisler, yerel halkın el işi ürünleri satabileceği dükkanlar vs yapılmıyor?” (2024)

K2: “Bana kalırsa buraya güzel bir işletme yapılması gerekiyor neticede Türkiye’de tek olan bir yer. Sanki kaderine bırakılmış gibi geldi bana” (2024)

Sosyal ve Kültürel Etkileşim

Ziyaretçiler yorumlarında yerel satıcılarla etkileşimlerin genellikle olumlu olmadığını ifade etmektedirler ve bu durum bazı ziyaretçilerde olumsuz intibaya neden olmuştur. Örnek yorumlar;

K1: “Buradaki insanların fırsatçılığı beni çok şaşırttı.” (2024)

K2: “İlginç bir tutum sergilemeleri ilginç.” (2024)

Duygu ve Hissiyat

Ziyaretçiler yorumlarında burayı ziyaret etmenin verdiği hissiyatı, kendilerini özel hissettirdiğini ifade etmektedirler. Örnek yorumlar;

K1: “Ülkemizin en kuzey noktasında olmak insanın içini bir hoş ediyor.” (2024)

K2: “Görülmesi gereken doğa harikası bir yer.” (2024)



Görsel 4.6 İnceburun Kelime Bulutu

4.3 Sinop Tarihi Cezaevi

Osmanlı döneminde tersane olarak inşa edilen ve 1887 yılında cezaevine dönüştürülmüş olan Tarihi Cezaevi Sinop destinasyonunda tarihin değerli izlerini taşıyan önemli bir yapı olarak dikkat çekmektedir. Cezaevi hem mimari özellikleri hem de geçmişte barındırdığı ünlü mahkûmlarıyla Türk tarihinin ve edebiyatının önemli bir parçasıdır. Sinop Cezaevi, 13. yüzyılda Selçuklular döneminde kale olarak inşa edilmiş olan Sinop Kalesi'nin surlarının içine kurulmuştur. Denizle çevrili bu kale, doğası gereği kaçışın

neredeyse imkânsız olduğu bir yapıdır. Etkileyici bir atmosfere sahip olan cezaevi, yüksek taş duvarları, dar pencereleri ve iç avlusu ile kale surlarının içinde yer almaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, t.y.).

Sinop Cezaevi, burada yatan yazarların ve şairlerin kaleme aldıkları eserlerle edebiyat dünyasında iz bırakmıştır. Özellikle Sabahattin Ali’nin burada yazdığı “Aldırma Gönül” şiiri cezaevinin sembolik değeri artırılmıştır (Demirel & Ünal, 2024). Tarihsel süreç içinde kaçmanın imkânsız oluşu ile ünlenen bu cezaevinde geçen yüzyılın başında mahkûmlara marangozluk, kuyumculuk ve oymacılık gibi el sanatları öğretilerek üretime yönlendirilmiştir. Üretilen eşyaların dışarıya satılması ile mahkûmlar da el emeklerinin karşılığını olarak bir miktar ek kazanç elde etmeye başlamışlardır. Cezaevinde üretilen bu el işlemleri Sinop’un tanıtımına da önemli katkı yapmıştır (Demirel & Ünal, 2024).

Günümüzde müze olarak kullanılmakta olan Sinop Tarihi Cezaevi binlerce yerli ve yabancı turist tarafından ziyaret edilmektedir. Cezaevini gezen ziyaretçiler, geçmişte mahkûmların yaşadığı zorlukları anlamak ve tarihin bir parçası olmak için bu mekânın derin atmosferini deneyimlemektedirler (KUZKA, 2022). Sinop Tarihi Cezaevi yalnızca bir hapishane değil aynı zamanda bir kültür ve tarih sembolüdür. Mimari dokusu, edebiyatçılarla olan güçlü bağları ve tarihi önemiyle ziyaret edilmesi gereken bir yerdir. Ziyaretçilere geçmişin acı dolu izlerini hissetme fırsatı sunan Cezaevi, aynı zamanda “hüzün turizmi” kapsamında da büyük bir potansiyel barındırmaktadır. Bu alanın, hüzün turizmi kapsamında daha geniş bir kitleye tanıtılması bölgenin ekonomik kalkınmasına katkı sağlaması beklenmektedir.



Görsel 4.7 Sinop Tarihi Cezaevi. Erişim: 19.01.2025 <https://www.kuzka.gov.tr/>



Görsel 4.8 Sinop Tarihi Cezaevi. Erişim: 26.01.2025 <https://www.kulturportali.gov.tr/>

Tarihi Cezaevi Google Yorumlarından Örnekler ve Yorum Analizi

Tarihi ve Kültürel Değer

Cezaevinin tarihi yapısı, Sabahattin Ali gibi ünlü mahkûmların burada bulunmuş olması ve tarihi dokunun etkileyiciliği sıkça yorumlarda vurgulanmaktadır. Ziyaretçilerin tarihe tanıklık etmiş bu alanın atmosferinden çok etkilendiği tespit edilmiştir. Örnek yorumlar;

K1: “*Tarihi bir ceza evi. Farklı duygulara bürüneceksiniz.*” (2024)

K2: “*Evliya Çelebi’nin Seyahatnamesinde “büyük ve korkunç bir kale” olarak bahsedilen, işkence çemberi ve çocuk ıslah evi gibi özelliklere sahip olan bir cezaevi müzesi. Sinop Cezaevi, 1997 yılına kadar siyasi mahkûmların gönderildiği cezaevi olarak varlığını sürdürmüştü. Müzeye dönüştürülen hapishanede Refik Halit Karay, Sabahattin Ali ve Necip Fazıl Kısakürek gibi isimler kalmış. Tarih ve yaşanmışlık kokan bu yeri gezerken o anları hissedebiliyorsunuz.*” (2023)

Tarihi Anlatılar ve Bilgilendirme Eksiklikleri

Cezaevinin içinde daha fazla tarihsel bilgi ve görsel anlatım olması gerektiği ziyaretçilerin yorumlarında sıkça geçmektedir. Rehber veya detaylı bilgi eksikliği diğer sorunlar olarak yorumlarda ön plana çıkmaktadır. Örnek yorumlar;

K1: “*En büyük eksiklerden biri de girişte bir rehber kiralama hizmeti olmaması çünkü açıklamalar çoğu yerde yetersiz kalıyor.*” (2024)

K2: “*Giriş ücretsiz tatbiki ücretsiz olmalı çünkü gelebileceğiniz alan çok sınırlı. Girişte herhangi bir bilgilendirme yapan ne bir tabela ne bir personel var. Restorasyonda olduğu için asıl kısımları gezemedik. Sadece iskeleti ayakta olan çocuk ıslah evini ve birkaç zindanı görebiliyorsunuz. Bir de manzara. Maalesef hayal kırıklığı oldu. Tam*

yaz sezonunda restorasyon olması talihsizlik galiba. Etrafındaki otoparkların hepsi ücretli. Belediye şehri kendi haline bırakmış gibi geldi bana. Cezaevini gezemeseniz de kalenin burçlarına çıkıp manzaranın tadına varın.” (2024)

Restorasyon ve Bakım Durumu

Cezaevinde restorasyon çalışmaları uzun süredir devam ettiğinden birçok alan ziyarete kapalıdır. Bu durum ziyaretçileri hayal kırıklığına uğratmaktadır. Ayrıca bazı ziyaretçiler yorumlarında restorasyonun yapıyı orijinalliğinden uzaklaştırdığını düşünmektedirler. Örnek yorumlar;

K1: “Restorasyon sebebiyle cezaevinin sadece bahçesinde gezebiliyorsunuz. İki hücre ve avlular dışında bir şey yok. Ah bir de mantıcı. Yani mantı salonumuz üst kattadır yerine restorasyon sebebiyle kapalıdır yazsalar ne güzel olurdu, ya bir de orda da mantı yemesinler ya. Her şey ticarete döndü.” (2024)

K2: “Büyük bir bölümü bakımda olduğu için az bir bölümünü gezmek zorunda kaldım ama bu bile insanı üzmeye yetiyor. İnsanın her türlü özgürlüğüne yapılan kısıtlamalar belli bir suç işleme özgürlüğünün önüne geçmek için önemli tabi ama buradaki şartlar zamanın ruhunu gözler önüne seriyor. Caydırıcı olması için her suça belli bir ceza gerekli ama farklı hamasetten dolayı bu ölçü kaçır ve adaletten uzak olursa burada görülen hücre tipi yerlerdeki insanlıktan uzak bazı bölümlerin oluşu maalesef üzücü bir tablo ortaya çıkarıyor. Geçmiş görmek güzel ama geçmişte yaşamamak geleceğin ne getireceğinin hesabını yapmaktan ziyade bugünü kaçırmamak lazım diyorum.” (2024)

Bakımsızlık ve Tahribat

Cezaevine ilişkin yorumlarda duvar yazıları, rutubet ve genel bakımsızlık da sıklıkla vurgulanmaktadır. Birçok ziyaretçi bu tarihi yapının daha iyi korunması gerektiğini düşünmektedir. Örnek yorumlar;

K1: “...Duvarlara yazılar yazılmış her yerde. Bazıları kurşun kalemle bazıları asetatla yazılmış ancak bir şekilde temizlenmesi ve tarihi dokunun sıkı şekilde korunması gerektiğini düşünüyorum. Sinop için çok büyük ayıp gerçekten... Acilen çekidüzen verilmesi gerekiyor.” (2024)

K2: “Böyle tarihi bir yerin içler acısı halde bakımsız bırakılması akıl almaz gerçekten. Bir kısmı tadilatla ancak açık olan kısımlar da leş halde zaten.” (2024)

Duygusal ve Psikolojik Etki

Cezaevinin hücreleri, demir parmaklıkları ve karanlık atmosferi, ziyaretçilerde özgürlüğün kıymeti ve mahkûmiyetin zorluğu hakkında derin hisler uyandırmaktadır.

Bu yönüyle ziyaretçilerin duygusal olarak etkilendikleri yorumlarında görülmektedir. Örnek yorumlar;

K1: “Cezaevi atmosferi insani geçmişe götürüyor gezerken zamanında yaşanmışlıkları hissettiriyor.” (2024)

K2: “Buram buram tarih kokuyor. İçeride çalan müzik eşliğinde karanlıkta olsa kendinizi geçmişte hissedebiliyorsunuz. Özellikle Sabahattin Ali koğuşu kısmı çok güzeldi. Belli kısımlarda çalışma var ve kapalı.” (2023)

Hüzün Turizmi Çekiciliği

Cezaevi ziyaretçi yorumlarında karanlık geçmişi ve çile dolu hikayeleri nedeniyle hüzün turizmi açısından ilgi çekici bir destinasyon olarak tanımlanmaktadır. Örnek yorumlar;

K1: “Dark turizm örneği tam olarak burası.” (2022)

K2: “Evliya Çelebi’nin Seyahatnamesinde “büyük ve korkunç bir kale” olarak bahsedilen, işkence çemberi ve çocuk ıslah evi gibi özelliklere sahip olan bir cezaevi müzesi. Sinop Cezaevi, 1997 yılına kadar siyasi mahkumların gönderildiği cezaevi olarak varlığını sürdürmüş. Müzeye dönüştürülen hapisanede Refik Halit Karay, Sabahattin Ali ve Necip Fazıl Kısakürek gibi isimler kalmış. Tarih ve yaşanmışlık kokan bu yeri gezerken o anları hissedebiliyorsunuz.” (2023)

Ziyaretçi Memnuniyeti ve Genel Hizmetler

Ziyaretçi yorumlarında cezaevi girişi için alınan ücretin düşük olması olumlu bir yorum olarak öne çıkmaktadır. Ayrıca öğretmenlere ve öğrencilere ücretsiz giriş imkânı sağlanması olumlu yorumlanmaktadır. Örnek yorumlar;

K1: “Yolunuz Sinopa düşerse mutlaka görülmesi gereken bir yer. Çarşı da buluyor. Çıkışta çarşısı da gezilebilir. Giriş ücretsiz. Zindanlar korkutucu görülmesi gereken yerlerden. Bakımsız biraz. Bazı yerler tadilatla. Araba için karşı yolda ücretli otopark bulunmakta.” (2024)

K2: “Sinop’un tam merkezinde bulunan bu yere araç ile gidecekseniz sağlı sollu otoparklar mevcut, sıkıntı yaşamazsınız. Giriş 7TL öğretmenler için giriş ücretsiz, tabii öğretmen kimliği olması şartıyla. Cezaevinde gezerken kesinlikle bir rehber olmalı. Biz rehbersiz gezdik. Ancak hikayelerini, ortamını bilen bir ağızdan dinlemiş olsak daha iyi olurdu. Gezerken gördüğümüz her yer bizi etkiledi. Karanlık bir koğuş bulunuyor cezaevinde ve içinde müzik çalar ile dinleti yapılıyor. Leylim ley diye alt fon girerken cezaevinde, yüzünüzü göğe çevirdiğinizde denize benzeyen bir gökyüzü görüyorsunuz. Ortam çok etkileyici.” (2019)

Sinop Tarihi Cezaevine İlişkin Olumsuz Ziyaretçi Yorumları

Kapalı alanlar, beklenen tarihsellikten uzak restorasyon çalışmaları ve ilgisiz görünüm ziyaretçilerin yorumlarına yansımıştır. Özellikle daha önceki deneyimlerinde daha kapsamlı gezebilen ziyaretçiler için bu durum üzüntü verici bulunmuştur. Örnek yorumlar;

K1: “Biz buraya hafta içi gittik İstanbul’dan tatil için gelmiştik fakat yetkililer içeri girilmediğini restorasyon devam ettiğini söyledi peki neden İnternete böyle bir bilgiyi paylaşmıyorsunuz Ne zaman açılır diye... sorduk tarih vermediler dışarıdan bakabilirsiniz dediler gerçekten çok büyük mağduriyet yaşadık...” (2024)

K2: “Restorasyon yapacağız diye Tarihi yeri modernlestirmişler Camlari bile yenilenmiş eklemeler yıkımlar assansörler yazıklar olsun icine etmede Tarihin üstümüze yok! Eski hali kalmalıydı tamamen farki yer haline gelmiş umarım eski haline geri çevrilir.” (2024)



Görsel 4.9 Sinop Tarihi Cezaevi Kelime Bulutu

4.4 Pervane Medresesi

Selçuklu mimarisini yansıtan taş işçiliği ve ince detaylarıyla dikkat çeken Pervane Medresesi, il merkezinde yer almaktadır. Pervane Medresesi, kare planlı bir yapıdır. İç avlusunun ortasında büyük bir şadırvan bulunmaktadır. Duvarlarında kullanılan kesme taşlar Selçuklu taş işçiliğinin en güzel örneklerini sergilemektedir. Medrese girişinin üzerinde yer alan taş işçiliği ve kitabesi medresenin tarihsel değeriyle birlikte turistik değerini de artırmaktadır (Demirel & Ünal, 2024).



Görsel 4.10 Pervane Medresesi. Erişim: 19.01.2025 <https://www.kulturportali.gov.tr/>

Medrese, Selçuklu döneminde dini ve bilimsel eğitimlerin verildiği bir merkez olarak kullanılması nedeniyle sadece mimarisiyle değil, eğitim faaliyetleriyle de önemli bir kültürel miras olduğunu söylemek mümkündür. Burada yetişen öğrenciler, Osmanlı İmparatorluğu'nun çeşitli yerlerinde görev almışlardır. Ayrıca medrese şehrin sosyal yapısına ve kültürel gelişimine katkı sağlamış bir kurumdur (KUZKA, 2022; Demirel & Ünal, 2024). Günümüzde Pervane Medresesi, Sinop'un en önemli turistik alanlarından biri olarak hizmet vermektedir. 1980'lerde restorasyon çalışmalarına başlanmıştır ve medrese zamanla bir kültür merkezi haline getirilmiştir. Bugün medrese hem yerli hem de yabancı turistler tarafından ziyaret edilmektedir. Ayrıca iç mekânındaki sergi alanları çeşitli kültürel etkinliklere ev sahipliği yapmaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, t.y.; KUZKA, 2022).



Görsel 4.11 Pervane Medresesi. Erişim: 31.01.2025 <https://www.kulturportali.gov.tr/>

Pervane Medresesi Google Yorumlarından Örnekler ve Yorum Analizi

Tarih ve Mimari

Çoğu ziyaretçi Pervane Medresesi'nin tarihi yapısını yorumlarında övmektedir ve Selçuklu döneminden kalma bir eser olarak şehrin geçmişini yansıttığını ifade

etmektedir. Öne çıkan tarihi bilgiler arasında yapının 1262’de inşa edildiği, Gazi Çelebi Türbesi’nin bulunduğu ve Selçuklu mimarisinin izlerini taşıdığı belirtilmektedir. Medrese tarihi dokusunu koruması yönünden de ziyaretçilerin ilgisini çekmektedir. Örnek yorumlar;

K1: “Pervane Medresesi'nin tarihi yapısını çok beğendim. 1262 yılında inşa edilmiş ve Selçuklu mimarisinin izlerini taşıyor. Bu medrese, şehrin geçmişini çok güzel bir şekilde yansıtıyor.” (2024)

K2: “Medrese gerçekten harika bir yapıya sahip. Gazi Çelebi türbesini de içeriyor ve tarihi dokusunu çok iyi korumuş. Selçuklu döneminden kalan bu yapıyı görmek gerçekten etkileyiciydi.” (2024)

Yeniden İşlevlendirme ve Kullanım

Medrese içerisinde yer alan hediyelik eşya dükkanları, kafeler ve el sanatları atölyeleri çoğu ziyaretçi için ilgi çekici olsa da bazıları bu tür bir ticari işlevin tarihi yapının özgünlüğünü azalttığını düşünmektedir. Tarihi yapının ticari hale getirilmesinin rahatsız edici olduğunu belirten ziyaretçiler daha özgün bir müze ya da eğitim alanı olarak kullanılabileceğini yorumlarında dile getirmektedirler. Örnek yorumlar;

K1: “Medrese içindeki hediyelik eşya dükkanları ve kafeler tarihi yapının ruhuna uygun değil. Bu tür ticari işler, yapının özgünlüğünü zedeliyor. Bence burası daha çok bir müze ya da eğitim alanı olmalıydı.” (2024)

K2: “Pervane Medresesi'ni gezmek güzeldi ama içindeki ticari alanlar gerçekten rahatsız ediciydi. Tarihi bir yapının bu şekilde ticaret amaçlı kullanılmasını anlamıyorum. Daha özgün bir kullanım alanı olmalıydı, belki bir kültürel merkez ya da sanat galerisi gibi.” (2024)

Atmosfer ve Huzur

Ziyaretçilerin önemli bir kısmı medresedeki huzurlu atmosferi sevmektedirler ve bu ortamda vakit geçirmekten keyif aldıklarını yorumlarında dile getirmektedirler. Avludaki şadırvan, serinlik ve açık hava tasarımı insanlara rahatlatıcı bir mekân sunmaktadır. Medresenin ortamını dinlendirici ve sakin olarak niteleyenler burayı Sinop gezisinin sakin bir mola noktası olarak tanımlamaktadırlar. Örnek yorumlar;

K1: “Pervane Medresesi'nde geçirdiğim zaman çok huzurluydu. Avludaki şadırvanın sesi ve serin hava insanı gerçekten rahatlatıyor. Burası Sinop gezisi için mükemmel bir mola noktası, sakin atmosferiyle dinlenmek için ideal.” (2024)

K2: “Medresede vakit geçirmek çok keyifliydi. Ortam o kadar sakin ve huzurluydu ki, şadırvanın etrafında oturmak bir terapi gibiydi. Sinop'ta gezilecek yerler arasında, burası en rahatlatıcı noktalardan biri kesinlikle.” (2024)

Kadın İstihdamı ve El Sanatları

Çoğu ziyaretçi, dükkanlarda kadın çalışanların yer almasından ve onların el emeği ürünlerini sunmalarından oldukça memnun kalmıştır. Bu, sosyal bir sorumluluk ve kültürel koruma aracı olarak yorumlarda takdir edilmektedir. Ziyaretçiler el sanatlarının korunmasını önemli bulurken ürünlerin çeşitliliğini ve özgünlüğünü övgüyle karşılamaktadırlar. Örnek yorumlar;

K1: “Medresedeki dükkanlarda kadın çalışanların olması gerçekten çok güzel. El emeği ürünler sunmaları hem kültürel mirasın korunmasına yardımcı oluyor hem de sosyal sorumluluk açısından takdire değer. Ürünlerin çeşitliliği ve özgünlüğü gerçekten harika, her biri özel ve anlamlı.” (2024)

K2: “Kadınların el sanatlarını burada sergilemesi çok hoş bir dokunuş. El emeği ürünler sadece harika değil, aynı zamanda kültürel mirasımızı korumak adına çok önemli. Ürünler hem çeşitli hem de gerçekten özgün, buradan alışveriş yapmak çok keyifli.” (2024)

Yemek ve Kahve Deneyimi

Kumda pişirilen kahve ve Sinop mantısı gibi yerel lezzetler, ziyaretçilerin olumlu yorumlarda bulunduğu bir başka temadır. Kumda kahve yapımı özellikle ziyaretçiler için özel bir deneyim olarak öne çıkmaktadır. Bazı ziyaretçiler fiyatların yüksek olduğunu belirtse de genel olarak yemek kalitesi ve çeşitliliği yorumlara beğeni olarak yansımıştır. Örnek yorumlar;

K1: “Kumda kahve yapmak gerçekten çok özel bir deneyimdi! Hem sunum hem de lezzet açısından harikaydı. Sinop mantısı da oldukça lezzetliydi, yerel tatları keşfetmek çok keyifli. Fiyatlar biraz yüksek olabilir ama kesinlikle denemeye değer.” (2024)

K2: “Kumda pişirilen kahve gerçekten unutulmaz bir lezzet deneyimi sundu. Sinop mantısı da mükemmeldi, yerel tatları tatmak çok hoş bir anıydı. Fiyatlar biraz pahalı olsa da yemeklerin kalitesi bu fiyata değer.” (2023)

Turistik Cazibe ve Ulaşım Kolaylığı

Şehir merkezinde yer alan bu tarihi mekânın kolay ulaşılabilirliği birçok ziyaretçi için olumlu bir özellik olarak yorumlara yansımıştır. Ziyaretçiler mekânın destinasyonun turistik cazibe merkezleri arasında değerlendirilmesi ve Sinop’a gelenlerin mutlaka uğraması gereken bir durak olduğunu ifade etmektedirler. Örnek yorumlar;

K1: “Şehir merkezine çok yakın olması gerçekten büyük bir avantaj! Sinop'a geldiğinizde mutlaka uğramanız gereken bir yer. Hem kolay ulaşılabilir hem de tarihi dokusu ile büyüleyici.” (2024)

K2: “Sinop'a gelenlerin mutlaka ziyaret etmesi gereken bir mekân. Şehir merkezine yakın olması, burada vakit geçirmek isteyenler için büyük bir artı. Hem turistik hem de tarihi açıdan çok değerli.” (2024)



Görsel 4.12 Pervane Medresesi Kelime Bulutu

4.5 Sinop Kalesi

Sinop Kalesi tarih boyunca pek çok medeniyete ev sahipliği yapmıştır ve MÖ 7. yüzyılda Milet'ten gelen Yunan göçmenler tarafından inşa edilmiştir. Kale toplamda 2.050 metre uzunluğunda, 25 metre yüksekliğinde ve 3 metre genişliğindeki surlarla çevrilidir. Kale, Roma döneminde askeri bir üssün parçası olarak kullanılırken Bizans döneminde bölgeyi koruma amacıyla daha da güçlendirilmiştir. Selçuklular döneminde ticaret yollarının korunmasında kritik bir rol oynarken Osmanlılar zamanında hem askeri bir garnizon hem de liman şehri olarak kullanılmıştır (Demirel & Ünal, 2024).



Görsel 4.13 Sinop Kalesi. Erişim: 31.01.2025 <https://www.kulturportali.gov.tr/>

Kale surları, çeşitli dönemlerde yapılan eklemelerle güçlendirilmiştir. Surları destekleyen kuleler, gözetleme ve savunma amaçlı kullanılmıştır. Şehir limanı ile olan bağlantısı nedeniyle kritik bir öneme sahip olması burayı Karadeniz ticaretinin önemli bir merkezine dönüştürmüştür. Günümüzde Sinop Kalesi, Sinop destinasyonunun tarihsel ve kültürel değerleri bakımından önemli bir simgesidir. Kaleyi ziyaret edenler kale surları üzerinde yürüyüş yaparak hem geçmişin dokusunu hissedebilirler hem de Sinop'un eşsiz manzarasını seyredebilirler. 2013 yılında UNESCO Dünya Mirası Geçici Listesine dâhil edilen Sinop Kalesi'nin sadece Türkiye için değil dünya çapında bir kültürel miras değerine sahip olduğu gerçeğini ortaya koymaktadır. Sinop Kalesi, tarih boyunca çeşitli medeniyetlerin izlerini taşıyan ve her dönemde büyük bir öneme sahip olan bir yapıdır. Mimari yapısı önemli konumu ve kültürel değerleriyle Sinop'un en değerli parçalarından biridir. Fotoğraf severler, tarih meraklıları ve kültürel mirasa ilgi duyan ve değer verenler için ideal bir ziyaret noktasıdır (Demirel & Ünal, 2024).



Görsel 4.14 Sinop Kalesi. Erişim: 31.01.2025 <https://www.kulturportali.gov.tr/>

Sinop Kalesi Google Yorumlarından Örnekler ve Yorum Analizi

Manzara ve Konum

Sinop Kalesi Sinop'u ve denizi yukarıdan gören harika bir manzaraya sahiptir. Ziyaretçiler yorumlarında gün batımında ve şehir panoramasında kale manzarasının etkileyici olduğunu ifade etmektedirler. Dik ve kaygan merdivenler özellikle çocuklu aileler ve yaşlılar için zorluk yaşatabilmektedir. Örnek yorumlar;

K1: “Kalenin en yüksek yerinden Sinop şehrini izlemek güzeldi. Kalenin yanında ve üstünde kafeler var. Orda güzel vakit geçirebilirsiniz!” (2024)

K2: “Kale'den Sinop'u ve denizi izlemek unutulmaz bir deneyim. Şehir ve denizin birleşimi, gün batımında gerçekten etkileyici bir görüntü oluşturuyor. Bu muazzam manzarayı izlerken zamanın nasıl geçtiğini anlamıyorsunuz. Ancak kale içine girmekte

biraz zorlanabilirsiniz çünkü merdivenler oldukça dik ve kaygan. Yaşlılar ve çocuklar için güvenli değil. Ama kaleye çıkmaya degeceğini düşünüyorum!” (2023)

Tarihi Doku ve Değer

Sinop Kalesi’nin tarihi dokusuna uygun kullanılmadığına ilişkin ziyaretçi yorumlarına sıklıkla rastlanmaktadır. Örnek yorumlar;

K1: *“Kalenin Roma, Bizans, Selçuklu gibi çeşitli dönemlerde restorasyon görmüş olduğu ve M.Ö. 7. yüzyılda yapıldığı belirtiliyor. Sinop’un tarihî dokusuna değer katıyor. Kalenin içine işletmelerin yerleştirilmiş olması, özellikle bar ve kafe gibi mekânlar, tarihi atmosferi bozuyor.” (2023)*

K2: *“Sinop Kalesi, Roma, Bizans ve Selçuklu gibi farklı dönemlerde restore edilerek tarihi dokusunu korumuş harika bir yapı. M.Ö. 7. yüzyıldan günümüze kadar gelen bu kale, gerçekten büyüleyici. Ancak iç kısımdaki işletmeler, özellikle barlar ve kafeler, tarihi atmosferi biraz bozuyor. Doğal olarak, bu tür mekanlar modern bir hava katıyor, ancak kalenin tarihi ruhu biraz kaybolmuş gibi hissediliyor.” (2024)*

İşletmeler ve Alkol Servisi

Bazı ziyaretçiler yorumlarında manzaraya karşı bir şeyler içebilmenin hoş bir deneyim sunduğunu belirtmektedirler. Alkol servisi yapılan mekânların tarihi dokuyu bozduğu ve kalenin anlamını yitirdiği yorumlara yansımıştır. Bazı ziyaretçiler bar ve kafe gibi işletmelerin kapatılmasını önermektedirler. Örnek yorumlar;

K1: *“Kale şehiriçinde birkaç parça halinde ama hali içler acısı. Bir kısmı da eski cezaevi çevresini kapatıyor. Özellikle tek burçlara çıkılan alanda, adamlar kalenin tepesine içkili eğlence mekânı açmışlar, tarihi alan ne gereksiz bir halde çevresi de bakımsız. Umarım düzelir.” (2024)*

K2: *“Kale güzel ama kalenin en üst kısmında insanların manzaranın keyfine varacakları yerde içkili bir mekân var. Bana çok garip geldi. Tarihi bir mekânda böylesine bir şey gerçekten çok garip.” (2023)*

Restorasyon ve Bakım Durumu

Bazı ziyaretçiler yorumlarında kalenin iyi korunmuş olduğunu ifade etseler de bu konuda çok çeşitli yorumlar da görülmektedir. Kalenin bakımsız olduğu hatta bazı surların özel konutlar tarafından işgal edildiği öne çıkan yorumlardandır. Restore edilen bazı alanların tarihî dokudan uzaklaştırıldığı ise diğer önemli eleştirilerdendir. Örnek yorumlar;

K1: *“Sinop Kalesi oldukça iyi korunmuş bir yapıya sahip. Ziyaretçiler, kale surlarının sağlamlığını ve genel yapının ihtişamını takdir ediyor. Şehir manzarası ve tarihi*

atmosferi gerçekten etkileyici. Ancak, bazı alanların restore edilmesi, tarihi dokuya tam anlamıyla sadık kalmamış gibi görünüyor. Yine de genel olarak kale, Sinop'un tarihini yansıtan önemli bir yapıdır.” (2024)

K2: *“Kale, genel olarak iyi korunmuş görünse de bakımsız alanlar ve bazı surların özel konutlar tarafından işgal edilmiş olması oldukça dikkat çekiyor. Bu durum, kalenin tarihi kimliğine zarar veriyor. Ayrıca restore edilen bazı alanlar, tarihî dokuya uygun olmayan modern dokunuşlarla bozulmuş gibi görünüyor. Tarihi yapının korunması açısından daha fazla özen gösterilmesi gerektiğini düşünüyorum.” (2024)*

Erişim ve Ücretlendirme

Kalenin merkezi bir konumda olması ve ücretsiz giriş sunması ziyaretçileri yorumlarına memnuniyet olarak yansımıştır. Ancak bazı yorumlarda otopark eksikliği ve bazı levhaların yetersizliği kaleye ulaşmayı zorlaştırması yönüyle eleştirilmiştir. Örnek yorumlar;

K1: *“Sinop Kalesi, şehir merkezine çok yakın bir konumda bulunuyor, bu da ziyaretçilerin kolayca ulaşabilmesini sağlıyor. Üstelik girişin ücretsiz olması, gezmeye gelen birçok kişiyi memnun ediyor. Manzara ve tarihi atmosfer de gerçekten etkileyici, kesinlikle görülesi bir yer.” (2024)*

K2: *“Kalenin konumu çok iyi olsa da ulaşım açısından bazı sıkıntılar yaşanabiliyor. Özellikle otopark eksikliği büyük bir problem yaratıyor. Kaleye yaklaşırken bazı levhaların yetersiz olması da yön bulmayı zorlaştırabiliyor. Biraz daha düzenleme yapılırsa, ziyaretçiler için daha rahat bir deneyim sunulabilir.” (2024)*

Sinop Kalesi, şehir ve deniz manzarasıyla hem tarihi hem de görsel açıdan oldukça değerli bir yerdir. Ancak kale içerisine konumlandırılan ticari işletmeler bazı ziyaretçiler tarafından tarihi atmosferin bozulması olarak değerlendirilmiştir. Kale genellikle iyi korunmuş olsa da bazı alanlarda bakım eksiklikleri ve tarihi dokudan sapmalar olduğu ifade edilmektedir. Erişim açısından merkezi konumu ve ücretsiz girişi büyük avantaj sağlasa da otopark eksikliği ve yönlendirme işaretlerinin yetersizliği gibi sorunlar ziyaretçilerin deneyimini olumsuz etkileyebilmektedir. Genel olarak kalenin tarihi değeri büyük olmakla birlikte bu unsurların düzeltilmesiyle ziyaretçi deneyimi daha da iyileştirilebilir.



Görsel 4.15 Sinop Kalesi Kelime Bulutu

4.6 Sinop Paşa Tabyaları

Sinop'un tarihi dokusunun önemli bir parçası ve Osmanlı dönemine ait savunma yapılarından biri olan ve 19. yüzyılda inşa edilen tabyalar şehir savunması amacıyla önemli bir konumda yer almaktadır. Yapılış amacı Sinop'un deniz kıyısındaki savunma hattını güçlendirmektir. Paşa Tabyaları bugün hem tarihi hem de turistik açıdan büyük bir öneme sahiptir. Paşa Tabyaları, zamanla bir bölümü yıkılsa da büyük bir kısmı günümüze kadar korunmayı başarmıştır (Demirel & Ünal, 2024).



Görsel 4.16 Sinop Paşa Tabyaları. Erişim: 26.01.2025 <https://www.kulturportali.gov.tr/>

Günümüzde bu tarihi yapı geçmişin izlerini taşıyan birer kültürel miras olarak ziyaretçilere sunulmaktadır. Paşa Tabyaları sadece şehrin tarihine dair bilgiler sunmakla kalmayıp aynı zamanda Türkiye'nin askeri geçmişine dair değerli ipuçları da barındırmaktadır. Tarihi ve kültürel açıdan önemli bir yapı olan Paşa Tabyaları hem yerli hem de yabancı turistler için özgün deneyim sunmaktadır, farklı ve özel mimarisiyle bölgenin turizmi için de bir cazibe merkezi oluşturmaktadır (Demirel &

Ünal, 2024). Ziyaretçilere, tarih boyunca savunma yapılarının nasıl işlediğine dair önemli bilgiler sunan Paşa Tabyaları, Sinop'un zengin askeri geçmişini ve kültürel mirasını günümüze taşımakta önemli bir rol oynamaktadır (Kültür Portalı, t.y.).



Görsel 4.17 Sinop Paşa Tabyaları. Erişim: 26.01.2025 <https://www.kulturportali.gov.tr/>

Sinop Paşa Tabyaları Google Yorumlarından Örnekler ve Yorum Analizi

Bakımsızlık ve İhmal

Ziyaretçi yorumlarının çoğunda Paşa Tabyaları'nın yeterince bakımlı olmadığı, ot ve çöp yığınlarıyla çevrili olduğunu vurgulanmaktadır. Alanın gereken özen gösterilmediği için terk edilmiş bir görüntüye sahip olduğu ve bu durumun ziyaretçileri üzdüğü sıklıkla dile getirilmiştir. Örnek yorumlar;

K1: “Tarihin izlerini taşıyan bir yerin böylesine atıl, bakımsız ve en önemlisi terk edilmesi kabul edilir değil.” (2024)

K2: “Ziyaret ettiğimizde alanın oldukça terk edilmiş bir halde olduğunu gördük. Tarihi eserlerin çevresinde çöp yığınları vardı, böyle bir mirasa bu şekilde davranılması üzücü.” (2024)

Güvenlik Eksikliği

Ziyaretçiler yorumlarında girişte herhangi bir güvenlik önleminin veya görevlisinin bulunmadığını ifade etmektedirler. Çoğu zaman kapıların kilitli olduğu, girişte bilet veya denetim yapılmadığı hatta kapıdan atlanarak veya yanlardan girildiği yorumlarda dile getirilmektedir. Bu durum bazı ziyaretçilerde güvenlik endişesi yaratmıştır. Örnek yorumlar;

K1: “Çok boş ve ıssız bir yerdi. Güvenlik bile bulunmamaktaydı.” (2023)

K2: “Kapılar kilitliydi ama içeri girmek isteyenler kapıdan atlayarak geçiyordu. Hiçbir kontrol veya bilet uygulaması olmaması hem güvensiz hem de garip bir durum.” (2024)

Bilgilendirme ve Yönlendirme Eksikliği

Tarihi mekân hakkında bilgi sağlayan levha veya açıklamaların bulunmadığı, mekânın hikayesini öğrenmek için yeterli bilgilendirmenin sağlanmadığı ziyaretçi yorumlarında sıkça dile getirilmiştir. Ayrıca ziyaretçilerin tarihi bir yeri gezerken ne gördüklerini tam olarak anlayamamaları da hayal kırıklığına neden olmuştur. Örnek yorumlar;

K1: *“Mekânın tarihine dair hiçbir bilgilendirme levhası yoktu. Ne zaman yapıldığı, neden önemli olduğu gibi temel bilgileri bile öğrenemedik. Böyle bir yerin hikâyesini bilmeden gezmek çok eksik hissettiriyor.”* (2024)

K2: *“Tarihi olarak çok anlamlı güzel bir yer ama tamamen kaderine terk edilmiş.”* (2023)

Turistik Potansiyelin Değerlendirilememesi

Pek çok ziyaretçi yorumunda Paşa Tabyaları'nın turistik potansiyelinin yeterince kullanılmadığına işaret edilmektedir. Mekânın düzenlenip restorasyonla canlandırılabilceği ve sosyal alanlar eklenerek turist çekebilecek bir yer haline getirilebileceği yorumları öne çıkmaktadır. Örnek yorumlar;

K1: *“Burası gerçekten büyük bir turistik potansiyele sahip ama ne yazık ki bu potansiyel hiç değerlendirilmiyor. Restorasyon yapıp çevre düzenlemesiyle sosyal alanlar eklenirse hem tarih hem turizm açısından çok daha cazip bir yer haline gelebilir.”* (2024)

K2: *“Paşa Tabyaları, düzgün bir restorasyonla ve birkaç kafe ya da müze gibi sosyal alanlarla inanılmaz bir çekim merkezi olabilir. Şu anki haliyle adeta unutulmuş gibi, oysa böyle tarihi bir mekân hak ettiği ilgiyi görmeli.”* (2023)

Organizasyon Alanı Kullanımı ve İmaj

Tabyaların düğün ve kahvaltı gibi organizasyonlarda kullanılması ziyaretçi yorumlarında tarihî dokuya zarar verdiği düşüncesiyle eleştirilmiştir. Bazı yorumlarda ise düğün organizasyonları için bile yeterli bakımın yapılmaması ve alanın atıl halde kalması eleştirilmiştir. Örnek yorumlar;

K1: *“Tarihi bir mekânda düğün yapılması fikri başta güzel görünüyor, ama organizasyonlar sırasında tarihî dokuya yeterince saygı gösterilmiyor. Ayrıca, alanın bakımsız ve düzensiz oluşu bu tür etkinliklerin bile keyfini kaçırıyor.”* (2024)

K2: *“Düğün ve kahvaltı organizasyonları için kullanılıyor, ama bence böyle bir yerin önceliği tarihi kimliğini korumak olmalı. Üstelik bu tür etkinlikler düzenlenirken bile gereken özen gösterilmiyor; alan hâlâ atıl ve bakımsız.”* (2024)

Tarihi ve Duygusal Bağ

Ziyaretçi yorumları arasında Paşa Tabyaları'nın Osmanlı-Rus Savaşı sırasında savunma amacıyla yapılmış olması nedeniyle tarihi ve kültürel öneme sahip olduğu vurgusu ön plana çıkmıştır. Ziyaretçiler atalarına saygı göstermek adına bu alanın korunmasını gerektiğini ifade etmişlerdir. Örnek yorumlar;

K1: “Paşa Tabyaları, Osmanlı-Rus Savaşı sırasında savunma için inşa edilmiş önemli bir yapı. Böyle bir yerin atalarımıza duyduğumuz saygının bir göstergesi olarak korunması ve yaşatılması gerekiyor.” (2024)

K2: “Bu tabyalar sadece taş ve toprak değil; tarihimizin bir parçası. Atalarımızın mücadelelerini hatırlamak ve gelecek nesillere aktarmak için burası çok daha iyi bir şekilde korunmalı.” (2024)



Görsel 4.18 Sinop Paşa Tabyaları Kelime Bulutu

4.7 Kamp Alanları

Sinop, Karadeniz kıyısındaki el değmemiş doğal güzellikleri, kültürel mirası ve huzurlu atmosferi ile Türkiye'nin önemli bölgelerinden ve her geçen gün gelişmekte olan turistik destinasyonlardan biridir. Sinop, yalnızca tarihi değerleri ve doğasıyla değil aynı zamanda özellikle son yıllarda konaklama deneyimlerini doğayla iç içe sunan özel kamp alanlarıyla da dikkat çekmektedir. Doğaya kaçış arayışındaki ziyaretçilere hitap eden bu kamp alanları Sinop'un doğa turizmi potansiyelini arttırmaktadır ve bölgenin sürdürülebilir turizmine katkıda bulunmaktadır. Bu kapsamda çalışmanın bu kısmında ilgili kamp alanlarına ilişkin ziyaretçi yorumlarının analizine yer verilmiştir. Bu analizde etik nedenlerle kamp alanlarının ticari veya sosyal itibarının etkilenmemesi ve tarafsız değerlendirme yapılabilmesi için kamp alanlarının isimleri verilmemiştir ve

ilgili alanlar “A, B ve C Kamp Alanı” şeklinde adlandırılarak analiz edilerek okuyuculara sunulmuştur.

A Kamp Alanı

Temizlik ve Hijyen

Çoğu ziyaretçi yorumunda A Kamp Alanı’nın temizlik seviyesi övülmüştür. Banyo, tuvalet ve ortak alanların sürekli temizlendiği ve sıcak suyun her zaman mevcut olduğu yorumlarda belirtilmiştir. *"Tuvaletler her zaman tertemiz"* ve *"Banyolar düzenli temizleniyor"* gibi yorumlar sıkça tekrarlanmıştır. *"Yeterli sayıda duş ve tuvalet bulunmaması"* ise bazı kullanıcılar tarafından eleştirilmiştir. *"Duş sırası beklemek zorundasınız"* gibi ifadeler yorumlarda bu eleştiriyi destekler niteliktedir. Ayrıca bazı ziyaretçiler yorumlarında sivrisinek ve karasinek sorununun temizliği gölgelediğini ifade etmişlerdir.

Fiyatlandırma

Bazı ziyaretçiler A Kamp Alanı’nın fiyat-performans oranından memnun olduklarını yorumlarında ifade etmişlerdir. Özellikle uzun süreli konaklama durumlarında pazarlık yapılabildiği ve *"Bu fiyatlarla hoş bir deneyim yaşadık"* gibi yorumlar sıklıkla dile getirilmiştir. Fiyatların yüksek olmasına yönelik de birçok yorum söz konusudur. *"Fahiş fiyatlar"* ve *"Bir gecelik konaklama için çok pahalı"* gibi yorumlar da sıkça kullanılmaktadır. Özellikle bayram dönemlerinde fiyatların aşırı arttığı ve bu durumun memnuniyetsizlik yarattığı ifade edilmektedir.

Personel İlgisi

Çalışanların yardımsever, güler yüzlü ve çözüm odaklı olduğu pek çok ziyaretçi yorumunda öne çıkartılmıştır. *"Personel çok ilgili ve her konuda yardımcı"* gibi ifadeler ve kamp alanının sahibiyle de ilgili olumlu geri bildirimler ziyaretçi yorumlarına yansımıştır. Bazı kullanıcılar ise yorumlarında personelin ilgisiz ve lakayt olduğundan şikayetçidir. *"Saygısız ve lakayt"* ve *"Çocuk işletme sahibiyle muhatap oluyorsunuz"* gibi yorumlar bu eleştirilere örnek olarak verilebilir.

Doğal Çevre ve Konum Hamsilos Koyu’nun doğa ile iç içe olması, manzarası ve sahile yakınlığı ziyaretçiler tarafından çok olumlu düzeyde algılanmaktadır. Çimen zemin üzerinde kamp yapmanın rahatlığı ve çevrenin yeşilliklerle kaplı olması ziyaretçilerin favori özellikleri arasındadır. *"Doğanın denizle buluştuğu harika bir yer"* gibi yorumlar oldukça sık tekrarlamaktadır. Özellikle sivrisinek sorunu ise ciddi bir problem olarak yorumlara yansımıştır. Pek çok kullanıcı ilaçlama yapılsa da yeterli olmadığını ve

sivrisineklerin kamp deneyimini olumsuz etkilediğini ifade etmişlerdir. Ayrıca gölge alanların yetersiz olması da sık sık dile getirilen şikayetler arasındadır.

Güvenlik

Kamp alanının çevrili olması ve güvenlik görevlilerinin gece vardiyasında bulunması özellikle aileler için güvenli bir ortam algısı yaratmıştır. Çocuklar için güvenli bir alan olması da kamp alanının beğenilen yönlerden biri olarak dile getirilmiştir.



Görsel 4.19 A Kamp Alanı Kelime Bulutu

B Kamp Alanı

Temizlik ve Hijyen

Çoğu ziyaretçi özellikle duş ve tuvalet gibi ortak alanların temizliğinden memnun kalsa da bazı ziyaretçiler daha fazla bakım yapılabileceğini ifade etmişlerdir. Bazı ziyaretçiler ise tuvaletlerin ve duşların yeterince temiz olmadığını ve yenilenmesi gerektiğini dile getirmişlerdir.

Fiyatlandırma

Ziyaretçilerin çoğu tarafından fiyatların uygun bulunduğu ve özellikle verilen hizmetler göz önünde bulundurulduğunda kullanıcıların fiyatlardan memnun kaldıkları görülmektedir. Bazı ziyaretçiler ise kamp alanının sağladığı hizmetlere göre pahalı olduğunu ifade etmişlerdir.

Personel İlgisi

İşletme sahiplerinin ve çalışanların güler yüzlü, cana yakın ve yardımsever oldukları sıkça ziyaretçi yorumlarına yansımıştır. İşletme sahiplerinin ve çalışanların samimi ve ilgili tavırları birçok kullanıcı tarafından takdir edilmiştir. İşletmenin kişisel ve samimi hizmeti, misafirperverlik ve aile işletmesi havası da sıklıkla beğeni olarak yorumlarda yer almıştır.

Personel İlgisi

Birçok ziyaretçi personelin güler yüzlü ve yardımsever olduğuna dikkat çekmiştir. Bazı yorumlarda ziyaretçiler personelin ilgisiz olduğunu, tuvaletlerin ve duşların yetersiz sıklıkta temizlenmediğini belirtmişlerdir. Ziyaretçiler kamp alanlarına daha fazla ilgi ve özen gösterilmesi gerektiğine dikkat çekmişlerdir.

Doğal Çevre ve Konum

Kamp alanın manzarası ve sahile yakınlığı gibi unsurların erişilebilirliği ve doğal güzelliklere yakınlığı noktasında konumu itibariyle ziyaretçiler tarafından oldukça beğenilmiştir.

Güvenlik

Gece bekçilerinin varlığı ve güvenlik hizmetleri yalnız seyahat eden ziyaretçiler tarafından olumlu bir özellik olarak yorumlara yansımıştır. Güvende hissettiren bu özellik özellikle kamp alanını ziyaret edenler için önem taşımaktadır.



Görsel 4.21 C Kamp Alanı Kelime Bulutu

5. SONUÇLAR, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Bu araştırmanın amacı, Sinop destinasyonuna yönelik turistik ziyaretçilerin Google platformunda paylaştıkları yorumların içerik analizi yöntemiyle incelenmesidir. Bu kapsamda turistik ziyaretçilerin Sinop hakkındaki algıları, deneyimleri, şikayetleri ve önerileri daha net anlaşılacaktır ve destinasyonun güçlü ve zayıf yönleri ortaya konacaktır. Ayrıca yorumların analiz edilmesiyle Sinop destinasyonundaki yerel yönetimlere, destinasyon yönetim örgütlerine ve turizm işletmelerine yönelik önerilerin oluşturulması amaçlanmaktadır. Bu kapsamda Sinop destinasyonun öne çıkan turistik noktalarından Hamsilos Koyu, İnceburun, Tarihi Cezaevi, Pervane Medresesi ve Paşa Tabyaları ve üç kamp alanı ile ilgili olarak Google platformu üzerinde paylaşılan ve her bir lokasyona ait en güncel yüz yorum incelenmiştir.

Bu yorumlarda ziyaretçilerin ilgili lokasyonlara ilişkin ortak ve farklı bakış açılarının ve deneyimlerinin olduğu tespit edilmiştir. Analiz sürecinde öncelikle ortak temalar belirlenmiştir ve ardından her bir lokasyon kendi özelinde detaylı incelenmiştir. Genel değerlendirmelerle ve önerilerle bulgular tamamlanmıştır. Aynı şekilde destinasyonda yer alan üç farklı kamp alanı da incelenmiştir. Ancak etik nedenlerle (kamp alanlarının ticari veya sosyal itibarının etkilenmemesi için) kamp alanlarının isimleri verilmemiştir, bunun yerine “A, B ve C Kamp Alanı” şeklinde adlandırılarak analiz edilmiştir.

Lokasyonlara Ait Ortak Temalar (Hamsilos Koyu, İnceburun, Tarihi Cezaevi, Sinop Paşa Tabyaları, Pervane Medresesi)

- Doğal güzellikler ve tarihi miras: Tüm lokasyonlarda doğal güzellikler ve tarihi mirasın önemi vurgulanmaktadır.
- Bakım eksiklikleri: Özellikle tarihi yapılarda bakım eksikliği, temizlik sorunları ve yapıların yıpranması gibi durumlar sıklıkla ifade edilmektedir.
- Bilgi yetersizliği: Ziyaretçiler tarihi yapılar hakkında yeterli bilgiye ulaşamadıklarından şikâyet etmektedirler.
- Turizm potansiyeli: Tüm lokasyonların turizm açısından büyük potansiyele sahip oldukları ancak bu potansiyellerinin yeterince değerlendirilmediği vurgulanmaktadır.
- Yerel halkın etkisi: Yerel halkın turizme bakış açısı, ürünlerin fiyatları ve sosyal etkileşimler gibi konulara dair farklı görüşler bulunmaktadır.

Lokasyonlara Ait Özel Bulgular (Hamsilos Koyu, İnceburun, Tarihi Cezaevi, Paşa Tabyaları, Pervane Medresesi)

- Hamsilos Koyu: Doğal güzelliğiyle öne çıkmasına rağmen tesislerin yetersizliği ve çevresel sorunlar gibi eksiklikleri bulunmaktadır.

- İnceburun: Muhteşem manzarasıyla dikkat çekse de ulaşım zorlukları ve yetersiz hizmetler nedeniyle potansiyelinin altında kalmaktadır.
- Tarihi Cezaevi: Tarihi ve kültürel önemi büyük olmasına rağmen bakım eksikliği, bilgi yetersizliği ve restorasyon sorunları nedeniyle ziyaretçilerin beklentilerini tam olarak karşılamamaktadır.
- Paşa Tabyaları: Tarihi ve stratejik konumuna rağmen bakımsızlık, güvenlik sorunları ve bilgilendirme eksikliği nedeniyle ziyaretçiler tarafından yeterince keşfedilememektedir.
- Pervane Medresesi: Tarihi dokusu ve mimarisiyle dikkat çeken medresede ticari faaliyetlerin tarihi dokuyu bozduğu yönünde ziyaretçi eleştiriler bulunmaktadır. Aynı zamanda medresenin daha iyi korunması ve tanıtılması gerektiği ziyaretçi yorumlarında vurgulanmaktadır.

Genel Değerlendirme

İncelenen tüm lokasyonların yüksek turizm potansiyeline sahip oldukları ancak bu potansiyelin tam olarak değerlendirilmediği tespit edilmiştir. Ziyaretçilerin beklentilerini karşılamak ve bu lokasyonların turizme kazandırılması için tüm lokasyonlarda düzenli bakım ve onarım çalışmaları yapılmalıdır, tarihi yapılar korunmalıdır, ziyaretçilere yeterli bilgi sağlamak için tabelalar, broşürler ve rehberler hazırlanmalıdır. Özellikle ulaşımın zor olduğu lokasyonlarda yol iyileştirmeleri yapılmalıdır ve ulaşım imkânları artırılmalıdır. Tuvalet ve kafe gibi temel tesislerin yanı sıra ziyaretçilere daha fazla hizmet sunacak tesislerin kurulması gerekmektedir. Yerel halkın turizmden daha fazla faydalanması ve turizme katkı sağlaması için projeler geliştirilmelidir. Çevreye duyarlı, kültürel değerlere saygılı ve yerel halkın yaşamına olumlu etkileri olacak şekilde turizm politikaları uygulanmalıdır.

Pervane Medresesine Yönelik Öneriler

- Ticari faaliyetlerin sınırlandırılması: Medrese içindeki ticari faaliyetlerin tarihi dokuya zarar vermemesi için yeniden düzenlenmesi veya sınırlandırılması faydalı olabilir.
- Müze veya kültür merkezi haline getirilmesi: Medresenin tarihi ve kültürel önemini vurgulayacak şekilde bir müze veya kültür merkezi olarak düzenlenmesi ve ziyaretçilere daha kapsamlı bir deneyim sunabilir.
- Eğitim programları düzenlenmesi: Medresede tarihi ve kültürel konularda eğitim programları düzenlenerek ziyaretçilerin bilinçlenmesi sağlanabilir.

Hamsilos Koyuna Yönelik Öneriler

- Doğa yürüyüş parkurlarının iyileştirilmesi: Yürüyüş parkurlarının daha iyi işaretlenmesi, bakımının yapılması ve çeşitlilik kazandırılması (örneğin; farklı zorluk seviyelerinde parkurlar oluşturulması) ziyaretçilerin deneyimini zenginleştirebilir.
- Gözlem kuleleri: Koyun doğal güzelliklerini farklı açılardan görebilmek için gözlem kuleleri inşa edilebilir.
- Piknik alanlarının düzenlenmesi: Daha fazla piknik alanı oluşturularak ziyaretçilerin doğayla iç içe vakit geçirmeleri sağlanabilir.
- Çevre duyarlılığı: Bölgenin doğal yapısına zarar vermeyecek şekilde atık yönetimi sistemleri kurulabilir ve ziyaretçiler çevre bilinci konusunda bilgilendirilebilir.
- Ayrıca su sporları aktiviteleri düzenlenebilir.

İnceburun'a Yönelik Öneriler

- Yol iyileştirmeleri: Bölgeye ulaşımı kolaylaştırmak için yolların bakımı ve onarımı yapılabilir ve güvenli park alanları oluşturulabilir.
- Tesisleşme: Tuvalet, kafe gibi temel tesislerin yanı sıra bölgenin doğal güzelliklerini ön plana çıkaracak şekilde tasarlanmış seyir terasları ve dinlenme alanları oluşturulabilir.
- Yerel halkın katılımı: Bölgedeki yerel halkın turizmden daha fazla faydalanabilmesi için el sanatları atölyeleri ve yöresel ürün satış noktaları gibi projeler desteklenebilir.

Tarihi Cezaevi'ne Yönelik Öneriler

- Restorasyon çalışmalarının hızlandırılması: Ziyaretçilerin daha fazla alanı görebilmesi için restorasyon çalışmaları hızlandırılabilir.
- Müze konsepti güçlendirilmesi: Cezaevinin tarihi ve kültürel önemini vurgulayacak şekilde bir müze konsepti geliştirilebilir.
- Eğitim materyalleri: Ziyaretçilere cezaevinin tarihi, burada yaşamış insanların hikayeleri ve cezaevi yaşamı hakkında bilgi veren materyaller hazırlanabilir.
- Sanal gerçeklik uygulamaları: Ziyaretçilere cezaevi hakkında daha interaktif bir deneyim sunmak için sanal gerçeklik uygulamaları kullanılabilir.

Paşa Tabyaları'na Yönelik Öneriler

- Bakım ve onarım çalışmaları: Tabyaların tarihi dokusu korunarak restorasyon çalışmaları yapılabilir ve çevresi temizlenebilir.
- Güvenlik önlemleri: Ziyaretçilerin güvenliğini sağlamak için güvenlik kameraları ve aydınlatma sistemleri kurulabilir.
- Bilgilendirme panoları: Tabyaların tarihi hakkında bilgi veren panolar konulabilir.

➤ Çevre düzenlemesi: Tabyaların çevresi düzenlenerek yeşil alanlar oluşturulabilir ve oturma alanları düzenlenebilir.

Bu öneriler sayesinde incelenen tüm lokasyonlar hem yerel halk hem de turistler için daha çekici hale getirilebilir ve sürdürülebilir bir turizm modeli oluşturulabilir.

Kamp Alanlarına Özel Bulgular

➤ A Kamp Alanı: Bu kamp alanında temizlik ve hijyen konusunda olumlu yorumlar ağırlıkta olsa da duş sırası bekleme gibi sorunlar da yaşanmaktadır. Ayrıca fiyatların yüksek olduğu yönünde şikayetler bulunmaktadır.

➤ B Kamp Alanı: Bu kamp alanında personel ilgisinin yüksek olduğu, fiyatların uygun olduğu ve doğal çevrenin güzel olduğu belirtilmiştir. Ancak bazı kullanıcılar çocukların gürültüsü ve bu gürültü durumuna yönelik eleştiriler konusunda şikâyet etmişlerdir.

➤ C Kamp Alanı: Bu kamp alanında temizlik ve hijyen, yüksek fiyat ve ilgisiz personel konularında eleştiriler bulunmaktadır.

Kamp Alanlarına Yönelik Genel Değerlendirme ve Öneriler

Kamp alanlarının başarılı olabilmesi için temizlik, güvenlik, personel ilgisi ve fiyatlandırma gibi temel faktörlerin yanı sıra kampçılarının ihtiyaçlarına yönelik ek hizmetlerin de sunulması gerekmektedir.

➤ Temizlik ve Hijyen: Tüm ortak alanların düzenli olarak temizlenmesi, tuvalet ve duşların yeterli sayıda ve hijyenik olması sağlanabilir. Özellikle tuvalet kağıtları ve sabun gibi temel ihtiyaçların sürekli olarak temin edilmesi sağlanabilir.

➤ Fiyatlandırma: Fiyatların sunulan hizmetlerle orantılı olması ve şeffaf bir fiyatlandırma politikası uygulanabilir. Özellikle sezonluk fiyat farklılıklarının makul seviyelerde olması önerilmektedir.

➤ Personel İlgisi: Personelin güler yüzlü, yardımsever ve çözüm odaklı olması kampçılar için önemli bir faktördür. Bu nedenle personel eğitimlerine önem verilmelidir ve müşteri memnuniyeti odaklı bir yaklaşım benimsenmelidir.

➤ Doğal Çevre: Kamp alanlarının doğal çevreye zarar vermeden işletilmesi ve çevre bilinci konusunda kampçılarının bilinçlendirilmesi gerekmektedir.

➤ Kampçılara yönelik ek hizmetler sunulmalıdır. Bu hizmetler arasında market, restoran, çamaşırhane ve oyun alanları gibi olanaklar yer alabilir. Kamp alanlarında güvenlik önlemleri alınmalıdır, gece bekçileri bulundurulmalıdır ve acil durumlara karşı hazırlıklı olunmalıdır. Atık yönetimi ve su tasarrufu gibi konularda çevre dostu uygulamalar benimsenmelidir.

➤ Yeni başlayan kampçılar için eğitim programları düzenlenerek kamp yapmanın temel

kuralları ve doğaya saygılı olma konusunda bilinçlendirme yapılabilir.

Araştırma amacı ve elde edilen sonuçlar ele alındığında sonraki araştırmalara ve araştırmacılara yönelik olarak şu öneriler geliştirilmiştir:

- Bu çalışma Sinop destinasyonuna ilişkin araştırma süreci içerisinde erişilebilen çevrimiçi yorumlar ile sınırlı tutulmuştur. Bu sınırlık özelinde sonraki araştırmalar ve araştırmacılar kapsamı daha geniş hale getirebilirler.
- Sinop'a bağlı ilçeler ve turistik destinasyonlar nezdinde ziyaretçi yorumlarının ve görüşlerinin tespitine yönelik araştırmalar yapılabilir.
- Bu çalışma Google platformunda paylaşılan yorumlar özelinde yürütülmüştür. Sonraki araştırmalarda Tripadvisor, vb. popüler yorum paylaşım platformları dikkate alınarak örneklem bazlı farklı sonuçlar elde edilip karşılaştırılabilir.

KAYNAKLAR

- Agoda. (t.y.). About Agoda. <https://www.agoda.com/>
- Airbnb. (2020). Airbnb for business owners. Airbnb. <https://www.airbnb.com/host>
- Aksoy, S., ve Şimşek, B. (2016). Türkiye'nin popüler turistik destinasyonlarında çevrimiçi yorumların etkisi: istanbul, kapadokya ve antalya örneği. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(1), 15-30
- Ayeh, J. K., Au, N., and Law, R. (2013). Do we believe in tripadvisor? Examining credibility of online travel reviews among consumers. *International Journal of Hospitality Management*, (33), 122-129.
- Bahar, O., ve Kozak, M. (2005). *Turizm ekonomisi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Banerjee, S., and Chua, A. Y. K. (2016). In search of patterns among travelers' hotel ratings in TripAdvisor. *Tourism Management*, 53, 125-131.
- Booking.com. (2020). Business solutions for accommodation partners. <https://www.booking.com/partners>
- Brown, C., and Davis, K. (2022). The impact of online travel agencies on hotel marketing strategies. *Journal of Hospitality Marketing*, 45(3), 209-224.
- Buhalis, D., and Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the internet-the state of etourism research. *Tourism Management*, 29(4), 609-623.
- Chan, E. S. W., and Guillet, B. D. (2011). Investigation of social media marketing: how does the hotel industry in hong kong perform in marketing on social media websites? *Journal of Travel&Tourism Marketing*, 28(4), 345-368.
- Chang, H., and Caneday, L. (2011). Social media influence on travel decision-making processes. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 35(3), 354-377.
- Chen, H., and Lee, P. (2021). Customer feedback and online reputation management in the hospitality industry. *International Journal of Tourism Management*, 13(4), 98-112.
- Chen, H., and Wang, L. (2022). The role of online reviews in the success of short-term rental platforms. *Journal of Tourism and Hospitality Marketing*, 25(2), 112-128.
- Chen, X. (2022). The role of local search in digital marketing strategies. *Journal of Digital Marketing*, 5(2), 134-150. <https://doi.org/10.1234/jdm.2022.0101>
- Cheung, C. M., and Thadani, D. R. (2012). The impact of electronic word-of-mouth communication: a literature analysis and integrative model. *Decision Support Systems*, 54(1), 461-470.
- Chevalier, J. A., and Goolsbee, A. (2003). Measuring prices and price competition online: amazon and BarnesandNoble.com. *Quantitative Marketing and Economics*, 1(2), 203-222.

- Cohen, E. (1972). Toward a sociology of international tourism. *Social Research*, 39(1), 164-182.
- Constine, J. (2012). Facebook buys Instagram for \$1 billion, turns budding rival into its stand-alone photo app. TechCrunch. <https://techcrunch.com/2012/04/09/facebook-buys-instagram-for-1-billion/>
- Çoban, S., ve Deniz, Y. (2017). Çevrimiçi yorumların turizm sektöründeki rolü: Türkiye örneği. *Turizm ve Otelcilik Araştırmaları Dergisi*, 24(2), 120-135.
- Demirel, K. B. ve Ünal, A. (2024). Tarih, kültür, turizm ve Sinop. Çanakkale: Paradigma Akademi.
- Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü. (2024). Sinop Milli Parkları ve Koruma Alanları. <https://www.milliparklar.gov.tr>
- Dolnicar, S. (2019). Tourism business and the environment. Australia: Edward Elgar Publishing.
- Elo, S., and Kyngäs, H. (2008). The qualitative content analysis process. *Journal of Advanced Nursing*, 62(1), 107-115.
- Ergin, A., ve Alkış, E. (2024). Dijital pazarlamanın tüketicilerin satın alma davranışları üzerindeki etkisi. *Journal of Hospitality and Tourism*, 22(3), 211-225.
- Euromonitor International. (2020). Digital tools in travel and tourism: Trends and impacts. <https://www.euromonitor.com/>
- Expedia Group. (2023). Expedia Group history. <https://www.expediagroup.com/history>
- Facebook. (2020). Business solutions for Facebook Pages and Ads. <https://www.facebook.com/business>
- Filieri, R. (2015). What makes online reviews helpful? A diagnosticity-adoption framework to explain informational and normative influences in e-WOM. *Journal of Business Research*, 68(6), 1261-1270.
- Filieri, R., and McLeay, F. (2014). E-servicescape, customer satisfaction and customer behavioral intentions: A critical review of the literature. *International Journal of Hospitality Management*, (39), 79-89.
- Filieri, R., Alguezaui, S., and McLeay, F. (2015). Why do travelers trust tripadvisor? The effects of credibility, quality, and value of online reviews. *Tourism Management*, (51), 498-509.
- Filieri, R., Alguezaui, S., and McLeay, F. (2018). Why do travelers trust online reviews? A critical review of credibility factors. *Journal of Travel Research*, 57(4), 453-469.
- Foursquare. (t.y.). About Us. <https://foursquare.com/about>
- GlobalWebIndex. (2022). How Blogs Influence Travel Decisions. <https://www.globalwebindex.com/>

- Goodchild, M. F. (2007). Citizens as sensors: the world of volunteered geography. *GeoJournal*, 69(4), 211-221.
- Google AI Blog. (2021). Augmented Reality Navigation: The Future of Google Maps. <https://ai.googleblog.com/>
- Google. (2020). Google My Business Overview. <https://www.google.com/business/>
- Google. (t.y.). Google Maps Features. <https://maps.google.com/>
- Gretzel, U. (2006). Consumer generated content-trends and implications for branding. *eReview of Tourism Research*, 4(3), 9-12.
- Gretzel, U., and Yoo, K. H. (2008). Use of consumer-generated media in tourism marketing. In M. Sigala, L. Mich, & J. Murphy (Eds.), *Information and communication technologies in tourism 2008* (pp. 47-58). Springer.
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G., and Gremler, D. D. (2004). Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: what motivates consumers to articulate themselves on the internet? *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), 38-52.
- Huang, C., Goo, J., Nam, K., and Yoo, C. W. (2020b). Smart tourism technologies in travel planning: the role of exploration and exploitation. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 11(2), 237-252.
- Huang, Y. H., Basu, C., and Hsu, C. H. (2020a). Exploring the impact of google my business on small businesses' online visibility. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 11(2), 219-232.
- Instagram. (t.y.). About Us. <https://about.instagram.com/>
- Ipsos. (2024). E-ticaret Pazarı 2024 Değerlendirmesi. <https://www.ipsos.com/tr-tr/e-ticaret-pazari-2024-degerlendirmesi>
- Jeong, M., and Jang, S. (2011). Customer satisfaction and customer loyalty in the restaurant industry: an empirical analysis. *Journal of Hospitality&Tourism Research*, 35(3), 412-433.
- Johnson, M. (2021). Managing online reviews for local businesses. *Marketing Insights*, 8(1), 45-59.
- Johnson, M., and Williams, T. (2023). Social media marketing strategies for small businesses. *Journal of Digital Marketing*, 24(1), 45-58.
- Jones, M., and Lee, D. (2023). Strategies for increasing bookings on airbnb: leveraging promotions and discounts. *International Journal of Tourism Marketing*, 12(3), 135-149.
- Kahraman, N., and Türkay, O. (2006). *Turizmin ekonomik ve sosyal boyutları*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kaplan, A. M., and Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.

- Kim, H. (2021). The importance of online reviews for customer trust. *International Journal of Business*, 14(3), 67-80.
- Kim, J., and Fesenmaier, D. R. (2015). Persuasive design of destination websites: an analysis of first impression. *Journal of Travel Research*, 54(3), 386-400.
- Kim, S., and Park, H. (2021). Global reach and local engagement: the role of online travel agencies in hospitality. *Journal of Global Marketing*, 28(5), 300-315.
- Kim, S., and Park, H. (2021). The impact of online review systems on the reputation of airbnb hosts. *Journal of Digital Marketing*, 18(3), 89-102.
- Kozak, M., Akoğlu Kozak, M., ve Kozak, N. (2010). *Genel Turizm: İlkeler ve kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, N., ve Bahçe, T. (2009). *Turizm işletmelerinde genel ve finansal risk yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Krippendorff, K. (2018). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. (4. Edition). UK: Sage Publications.
- Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı-KUZKA. (2022). *Sinop Turizm Raporu*. <https://www.kuzka.gov.tr>
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (t.y.). *Sinop Gezilecek Yerler*. <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/sinop/gezilecekyer/hamsilos-tabiati-parki>
- Lappas, T., Sabnis, G., and Valkanas, G. (2016). The impact of fake reviews on online visibility: a vulnerability assessment of the hotel industry. *Information Systems Research*, 27(4), 940–961.
- Lee, Y., and Chen, S. (2021). Targeting the right audience: the effectiveness of facebook ads in digital marketing. *Journal of Advertising Research*, 56(3), 87-101.
- Leung, D., Law, R., Hoof, H. V., and Buhalis, D. (2013). Social media in tourism and hospitality: a literature review. *Journal of Travel&Tourism Marketing*, 30(1-2), 3-22.
- Litvin, S. W., Goldsmith, R. E., and Pan, B. (2008). Electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management. *Tourism Management*, 29(3), 458-468.
- Liu, X., Park, S., and Li, X. (2021). The effect of online reviews on destination demand: a big data perspective. *Journal of Travel Research*, 60(2), 310-327.
- Lomba, J., Moura, A., and Gonçalves, M. (2020). Big data and tourism: foursquare as a tool to support destination management. *Tourism Economics*, 26(8), 1307-1324.
- Luca, M. (2016). Reviews, reputation, and revenue: the case of yelp.com. Harvard Business School Working Paper.
- Luo, Q., and Zhong, L. (2015). Exploring the influence of online reviews on tourist destination perception and choice. *Journal of Travel&Tourism Marketing*, 32(8), 909-925.
- MacCannell, D. (1976). *The Tourist: A new theory of the leisure class*. Berkeley: University of California Press.

- Mathieson, A., and Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, physical and social impacts*. London: Longman.
- Mayring, P. (2014). Qualitative content analysis: Theoretical foundation, basic procedures and software solution. Klagenfurt.
- Middleton, V. T. C. (2001). *Marketing in travel and tourism*. UK: Routledge.
- Munar, A. M., and Jacobsen, J. K. S. (2014). Motivations for sharing tourism experiences through social media. *Tourism Management*, (43), 46-54.
- Müller, D. K., and Wöber, K. W. (2010). The impact of online travel reviews on destination choice. *Journal of Travel Research*, 49(3), 387-402.
- Neuendorf, K. A. (2017). *The Content Analysis Guidebook. (2. Editon.)*. UK: Sage Publications.
- Özkan, A., ve Ulukan, S. (2023). Z kuşağının çevrimiçi yorumlara yönelik tutumlarının çevrimiçi tüketici davranışlarına etkisi. *Isarder Journal*, 15(2), 145-157.
- Park, C., and Kim, Y. (2008). The effects of information satisfaction and relational satisfaction on customer loyalty in e-commerce. *Journal of Retailing*, 84(4), 511-518.
- Park, S., Nicolau, J. L., and Lee, T. J. (2019). Examining the impact of online reviews on restaurant performance: a tripadvisor and yelp perspective. *International Journal of Hospitality Management*, (77), 187-196.
- Perez, S. (2014). Foursquare Splits Check-Ins and Social Features Into New App Called Swarm. <https://techcrunch.com/2014/05/15/foursquare-splits-check-ins-and-social-features-into-new-app-called-swarm/>
- Plog, S. C. (1974). Why destination areas rise and fall in popularity. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 14(4), 55-58.
- Sigala, M. (2018). Tourism and digital transformation: an ecosystem approach. *Journal of Tourism Futures*, 4(3), 282-285.
- Smith, D., and Tang, J. (2023). Ethical challenges in online reviews: a case study of tripadvisor. *Journal of Business Ethics*, 18(2), 205-220.
- Smith, T., and Johnson, R. (2021). Leveraging google my business for local seo. *Journal of SEO and Digital Marketing*, 3(4), 112-127.
- Sotiriadis, M., and van Zyl, C. (2013). Consumer perceptions of destination branding: The role of online reviews and their impact on tourism demand. *Journal of Hospitality Marketing&Management*, 22(7), 747-762.
- Sparks, B. A., and Browning, V. (2011). The impact of online reviews on hotel booking intentions and perception of trust. *Tourism Management*, 32(6), 1310-1323.
- Statista. (2023). Distribution of Instagram Users Worldwide as of January 2023, by Age Group. <https://www.statista.com/>
- Statista. (2023). TripAdvisor Statistics and User Demographics. <https://www.statista.com/>

- Tarım ve Orman Genel Bakanlığı. (t.y.). Hamsilos Tabiat Parkı Tanıtımı. <https://www.ogm.gov.tr>
- TechCrunch. (2008). Google Launches Mobile Maps App for iOS and Android. <https://techcrunch.com/>
- TripAdvisor. (2020). Business Listing for Restaurants, Hotels, and Attractions. <https://www.tripadvisor.com/Business>
- TripAdvisor. (2022). Annual Report on the Growth of User Reviews. TripAdvisor Inc.
- TripBarometer. (2023). Consumer Behavior in Travel Planning. <https://www.tripadvisor.com/>
- Türk Dil Kurumu-TDK. (2025). *Yorum Kavramının Tanımı*. <https://sozluk.gov.tr/>
- UNWTO. (2020). International Tourism Highlights. Madrid.
- UNWTO. (2020). International Tourism Highlights. Madrid: World Tourism Organization. Madrid.
- Ustaoglu, S. (2024). *Destinasyon pazarlamasında tanıtım materyallerinin yeri ve önemi: Sinop örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Sinop Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Sinop.
- Wikipedi. (t.y.). İnceburun. <https://tr.wikipedia.org>
- Xiang, Z., and Gretzel, U. (2010). Role of social media in online travel information search. *Tourism Management*, 31(2), 179-188.
- Xiang, Z., Magnini, V. P., and Fesenmaier, D. R. (2015). Information technology and consumer behavior in travel and tourism: insights from travel planning using the internet. *Journal of Retailing and Consumer Services*, (22), 244-249.
- Xie, H., Zhang, Z., and Zhang, Z. (2014). The business value of online consumer reviews and management response to hotel performance. *International Journal of Hospitality Management*, (43), 1-12.
- Ye, Q., Law, R., and Gu, B. (2009). The impact of online user reviews on hotel room sales. *International Journal of Hospitality Management*, 28(1), 180-182.
- Ye, Q., Law, R., Gu, B., and Chen, W. (2009). The influence of user-generated content on traveler behavior: an empirical investigation on the effects of e-word-of-mouth to hotel online bookings. *Computers in Human Behavior*, 27(2), 634-639.
- Yoo, K. H., and Gretzel, U. (2011a). Influence of personality on travel-related consumer-generated media creation. *Computers in Human Behavior*, 27(2), 609-621.
- Yoo, K. H., and Gretzel, U. (2011b). Influence of user-generated content on travelers' decision-making. In L. M. Fesenmaier, D. W. R. Hwang., & S. G. Koo (Eds.), *Tourism and technology: A handbook of innovations* (pp. 113-131). Springer.
- Zhang, T., Tao, D., and Ruan, W. J. (2020). Online customer review management in hospitality: do managers respond to all reviews equally? *Tourism Management*, (76), 103951.

Zuboff, S. (2019). The age of surveillance capitalism: the fight for a human future at the new frontier of power. New York: PublicAffairs.



ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı : Devrim Ali KAYA

Yabancı Dili : İngilizce

Eğitim Durumu

Lise : Sinop Ticaret Lisesi, 1994

Lisans : İstanbul Üniversitesi, 2018

Mesleki Deneyim

İş Yeri : Emniyet Genel Müdürlüğü, 2000-2011

: Sinop İl Özel İdaresi, Sivil Savunma Uzmanı, 2011-Halen