



Ziyaretçi Perspektifiyle Bursa Hayvanat Bahçesi

Bursa Zoo From A Visitor Perspective

ÖZET

Hayvanat bahçeleri kentte yaşayan insanların doğayla bağ kurması için olanak sağlayan en önemli kentsel açık alanlardan biridir. Hayvanat bahçeleri sağladığı hizmetler sayesinde ziyaretçilerine hayvanları tanıma imkânı verir. Böylelikle doğaya karşı bilinç oluşur, toplum doğa ile bağdaşır ve hayvanları koruma bilinci güçlenmiş olur. Bu çalışmanın amacı; ziyaretçilerin Bursa Hayvanat Bahçesi hakkında TripAdvisor platformuna yaptıkları yorumların değerlendirilmesidir. Ziyaretçilerin değerlendirmeleri sayesinde sunulan deneyimin değerlendirilmesi ve iyileştirilmesi mümkün olacaktır. Ziyaretçi yorumlarının derlenmesi amacıyla dünya çapında en çok bilinen ve seyahat ve turizm alanında tüketiciler tarafından içerik, deneyim ve yorum paylaşımına olanak veren TripAdvisor platformundan faydalanılmıştır. Çalışmanın amacı doğrultusunda TripAdvisor üzerinden Bursa Hayvanat Bahçesi teması altındaki 177 Türkçe çevrimiçi yorum incelenmiştir. Araştırma kapsamında kullanılan yorumlar 2014-2024 yılları arasında olan tüm Türkçe yorumlardır. Doküman analiziyle derlenen veriler nitel araştırma yaklaşımı ile değerlendirilmiş, veri analizinde içerik analizi, betimsel analiz ve Kappa analizi tekniklerinden yararlanılmıştır. Verilerin incelenip analiz yapılmasında MAXQDA 2024 nitel veri analizi programı kullanılmıştır. Bursa Hayvanat Bahçesini ziyaret eden turistlerin TripAdvisor platformunda çevrimiçi yaptıkları söylemlerde toplamda 5 farklı ana tema ve 13 alt tema oluşturulmuştur. Ana temalar; olumlu düşünceler, olumsuz düşünceler, bilgilendirme, uyarı ve tavsiye olarak sıralanmıştır. Araştırma bulguları ziyaretçilerin Bursa Hayvanat Bahçesi'nden genel olarak memnun ayrıldıklarını, ziyaretçilerin ise büyük ölçüde yerli olduklarını göstermektedir. Yapılan analiz bulgularına dayanarak gerekli öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Hayvanat Bahçesi, Ziyaretçi Deneyimi, TripAdvisor, İçerik Analizi, Bursa

ABSTRACT

Zoos are one of the most important urban open spaces that allow urban dwellers to connect with nature. Thanks to the services they provide, zoos give visitors the opportunity to get to know animals. In this way, awareness of nature is created, society is connected with nature and the awareness of animal protection is strengthened. The aim of this study is to evaluate visitors' comments about Bursa Zoo on TripAdvisor platform. Thanks to visitors' reviews, it will be possible to evaluate and improve the experience offered. In order to compile visitor comments, TripAdvisor platform, which is one of the most well-known platforms worldwide and allows consumers to share content, experiences and comments in the field of travel and tourism, was utilized. For the purpose of the study, 177 Turkish online reviews under the theme of Bursa Zoo were analyzed on TripAdvisor. The comments used within the scope of the research are all Turkish comments between 2014 and 2024. The data collected through document analysis were evaluated with a qualitative research approach, and content analysis, descriptive analysis and Kappa analysis techniques were used in data analysis. MAXQDA 2024 qualitative data analysis program was used to examine and analyze the data. A total of 5 different main themes and 13 sub-themes were formed in the online discourses of tourists visiting Bursa Zoo on the TripAdvisor platform. The main themes are listed as positive opinions, negative opinions, information, warning and recommendation. The findings of the research show that visitors are generally satisfied with Bursa Zoo and that the visitors are mostly local. Based on the findings of the analysis, necessary recommendations were developed.

Keywords: Zoo, Visitor Experience, TripAdvisor, Content Analysis, Bursa

GİRİŞ

Geçmişten günümüze kadar tüm teknolojik unsurlarda olduğu gibi iletişim araçları da hızlı bir şekilde gelişim göstermiştir. Bu durum insanların bilgiye ulaşımı ve bilgi paylaşımı konusunda yeni olanaklar sunmaktadır. Günümüzde insanlar artık çevrimiçi platformlardan bilgi transferi ya da iletişim olanaklarını kolaylıkla ulaşabilmektedirler (Çuhadar, 2021). Bireyler duygu ve düşüncelerini elektronik platformlarda zahmetsizce yayabilmekte, yaydıkları bu düşünceler hızlıca başkaları tarafından algılanabilmekte (Yeşilyurt & Arıca, 2018: 62), sonuç olarak potansiyel tüketicilerin davranışları etkilenebilmektedir. Tüketiciler tarafından yapılan olumlu ve olumsuz yorumlar ya da tavsiye ve uyarılar özellikle soyut olan turizm hizmetleri açısından müşteri satın alma davranışı üzerinde önemli etkiler yaratabilmektedir (Narangajavana & Hu, 2008). Dolayısıyla, gerçekleşmiş deneyimleri içeren çevrimiçi tüketici yorumları işletmelerin hizmet pazarlaması yaklaşımları açısından daha fazla önem arz etmektedir (Çuhadar, 2024b).

Turistik ürünlerin deneyimsel açıdan doğası gereği tüketimden önce tecrübe edilememesi ve kalitesinin tam anlamıyla anlaşılmasından ötürü (Kim, vd., 2007) son kullanıcının turistik ürün hakkında tahminde ve tercihte

Yusuf Çuhadar¹

How to Cite This Article

Çuhadar, Y. (2025). "Ziyaretçi Perspektifiyle Bursa Hayvanat Bahçesi", *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 11(1): 52-62. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.14744742>

Arrival: 26 November 2024
Published: 30 January 2025

International Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

This journal is an open access, peer-reviewed international journal.

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Osmaniye Meslek Yüksekokulu, Otel Lokanta İkram Hizmetleri Bölümü Aşçılık Programı, Bilecik, Türkiye

bulunması oldukça güçtür. Bu sebeple nihai tüketiciler turizm ürünlerini satın almadan önce internet ortamında var olan çevrim içi yorumlara başvurumaktadırlar. Çevrim içi yorumlar hem nihai tüketici hem de turizm işletmecileri açısından önemli bir bilgi kaynağı haline gelmiştir. Bundan dolayı tüketici yorumlarının paylaşılmasına olanak sağlayan çevrim içi platformlardan turizmde oldukça sık bir biçimde yararlanılmaktadır (Şahin & Şad, 2018: 200).

Dünyanın en önde gelen seyahat platformlarından biri olan TripAdvisor için Son kullanıcılar tarafından turizm ve seyahat alanında çeşitli içeriklerin paylaşıldığı evrenin en çok bilinen internet sitesi olduğu söylenmektedir (Lu & Stepchenkova, 2015). Dolayısıyla turizm endüstrisinde de hem üreticiler hem de tüketiciler tarafından yaygın olarak kullanılmaktadır (Eröz & Doğdubay, 2012:145; Güzel, 2014: 199). TripAdvisor web sitesi ve bu sitede oluşturulan içerikler turizm araştırmaları açısından güvenilir veri toplama kaynağı olarak görülmektedir (Ayeh, Au & Law, 2013; Cenni & Goethals, 2017; Çuhadar, Özkan & Çaylıkoca, 2017; Xiang vd., 2018; Nilashi vd., 2018; Doğancili vd., 2019; Özen, 2021; Lee vd., 2022; Çuhadar, 2024a). Bu çalışmada da Bursa Hayvanat Bahçesi'ni ziyaret eden turistlerin TripAdvisor platformunda yapmış oldukları çevrimiçi yorumlar incelenmiştir. Araştırmanın izleyen bölümleri şöyle şekil almıştır: İkinci kısımda, hayvanat bahçesi kavramsal olarak ele alınmış ve işlenen konu ile ilgili literatür incelenmiştir. Üçüncü kısımda, çalışmanın yöntemi, çalışmada faydalanılan veriler ve yapılan analizler bağlamında bilgiler aktarılmıştır. Dördüncü kısımda, yapılan analizler sonucunda elde edilen bulgular aktarılmış, son kısımda ise sonuç ve önerilere değinilmiştir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Hayvanat Bahçesi ve İlgili Literatür

Hayvanat bahçeleri; doğaya ve yabani hayata yönelik bireylerin ilgi ve alakasını uyandırmaya çalışan, neslinin tükenmesi olasılığını gözeterek yabani hayvanları korumaya ve kurtarmaya yardım eden, bunun yanında da ekolojik eğitim veren kapalı kentsel rekreatif alanlardır (Norton vd.,1996). Dünya genelinde hayvanat bahçelerinin tarihi incelendiğinde gerek akvaryum gerek hayvanat bahçesi bağlamında yaklaşık 4.500 yıldır yaşamımızda yer aldığı bilinmektedir. İlk hayvan koleksiyonculuğu ortalama 3,5 milyon hayvanla ve yaklaşık 10 bin adet hayvanat bahçesiyle olduğu bilinmektedir. İlk başlarda ün ve zenginliğin bir göstergesi olarak algılandığı düşünülmektedir. Sonrasında davranış bilimi hakkında bilimsel bilgi elde etmek amacıyla hayvanat bahçeleri kurulmuştur (Browning, 2003).

İnsanoğlu yaratıldığı günden bugüne vahşi hayvanlara ilgi duymuştur. Hayvanlar, kral, kraliçe veya devletin önde gelen isimleri tarafından ya zenginlik ve güç göstergesi ya da eğlenmek ve merak duygularını gidermek amacıyla canlı koleksiyonlar olarak sergilenmiştir (Günergun, 2006). Eski çağlarda soylulara ya da hükümdarlara siyasal iradelerin bir nişanı olarak yabani hayvanların sunulduğu bilinmektedir (Yılmaz & Özbilen, 2011). İnsanlık tarihinde Mezopotamya kralları ve Mısır Firavunları tarafından hayvanat bahçeleri ile botanik bahçeleri oluşturulmuştur (Foster, 1999).

18. yüzyılın sonlarına doğru herkesin ziyaret edebileceği yani halka açık olarak hizmet eden hayvanat bahçeleri kurulmaya başlamıştır. Bu dönemde kurulan hayvanat bahçelerinin temel amacı insanları neşelendirmek ve eğlenmelerini sağlamaktır (Carr, 2016). Zaman içinde ise hayvanat bahçelerinin işlevleri değişmeye başlamıştır. Dünya genelinde doğal habitatın bozulmaya başlaması ve yabani hayvanların neslinin tükenmesi tehlikesi, canlıları koruma konusunda bir bilinç gelişmesini sağlamıştır (Reade & Waran, 1996). Bu bağlamda, hayvanları daha doğal atmosferde sergilemeye yönelik yeni ve farklı hayvanat bahçesi tasarımları 20. yüzyılda ön plana çıkmaya başlamıştır (Puan & Zakaria, 2007; Reade & Waran, 1996).

Hayvanat bahçeleri insanlar üzerinde geçmişten bugüne ilgi uyandırmaya devam etmektedir. Bu nedenle, ziyaretçi memnuniyetini sağlamak açısından insanların görüşlerini değerlendirmek önemlidir (Kabadayı & Sarıışık, 2020). Dolayısıyla bu araştırmanın sonuçlarının hayvanat bahçelerinin nasıl olması gerektiği, ziyaretçilerin ne istediği gibi konulara açıklık getirmesi açısından fayda sağlayacaktır. Bunun yanında, literatür incelendiğinde insanların bu denli ilgisini çeken, hemen her ülkede birden çok sayıda bulunan hayvanat bahçeleriyle alakalı çalışmaların sınırlı sayıda olması nedeniyle, çalışmanın alana da katkı vereceği düşünülmektedir.

Literatürde hayvanat bahçelerini ziyaret edenler ile alakalı yapılan çalışmalar farklı bakış açılarıyla ele alınmıştır. Bu çalışmalardan bazıları, ziyaretçiler tarafından en fazla ilgi çeken hayvanların hangileri olabileceği üstüne odaklanmıştır (Moss & Esson, 2010; Carr, 2016). Bazı çalışmalar ise ziyaretçiler ve hayvanların hayvanat bahçesindeki etkileşimine konsantre olmuştur (Davey, 2007; Fernandez, vd., 2009). Az sayıda çalışmada hayvanat bahçesini ziyaret eden bireylerin duygularını anlama ve deneyimlerle bağlantı kurma üzerine incelemelerde bulunulmuştur (Luecke & Matiassek, 2013; Packer vd., 2014). Ziyaretçi perspektifinden incelenen çalışma sayısı ise çok azdır. Örneğin; Yılmaz, vd. (2016), yaptıkları çalışmada farklı özellikteki sınır elemanlarını incelemişler ve Bursa hayvanat bahçesindeki ziyaretçi algılarına etkileri değerlendirmeye almışlardır. Hayvanların görülebildiği alanların

doğal yaşamdaki gibi atfedilmesinde; özgür olarak hayvanların dolaşmasında, sürdürülebilir doğallıktan yararlanılmasında sınır elemanları kayda değer tasarım elementlerinden biri olarak belirlenmiştir. Sürme ve Seyrek (2018) de yaptıkları çalışmada önem performans analizinden faydalanarak Gaziantep hayvanat bahçesini ziyaret eden kişilerin memnuniyet düzeylerini ölçmüşlerdir. Çalışmanın sonucunda genel olarak önem puanlarının performans puanlarının üstünde olduğu saptanmıştır. Kabadayı ve Sarıışık (2020) da yaptıkları çalışmada önem performans analizinden faydalanılarak Faruk Yalçın Hayvanat Bahçesi ve Botanik Parkını ziyaret eden kişilerin memnuniyet düzeylerini ölçmüşlerdir. Sürme ve Zeyrek (2018)'in çalışmasını benzer şekilde önem puanlarının performans puanlarının üstünde olduğu saptanmıştır. Literatürde yapılan çalışmalar incelendiğinde ziyaretçi perspektifiyle hayvanat bahçeleri üzerine yapılan çalışmaların sınırlılığı bu çalışmadaki gibi ele alınmaması hem çalışmanın özgünlüğünü hem de önemini ortaya koymaktadır. Ayrıca yazar tarafından çalışmanın literatürdeki bazı boşlukları dolduracağı düşünülmektedir.

YÖNTEM

Bu çalışmada nitel araştırma yaklaşımından yararlanılmıştır. Nitel araştırmada yaklaşımı, elde edilen verilerin sınıflandırıldığı, düzenlendiği, temaların yapıldığı ve yapılan yorumların bilimselleştirilip eser haline getirildiği bir süreçtir (Özdemir, 2010). Nitel araştırmalarda veriler değişikliğe uğramadan yani doğrudan aktarmayla betimsel olarak yansıtılabileceği gibi tema-alt tema ya da temalar arası ilişki kurularak sistematik bir çıkarım yapmak kaidesiyle (içerik analizi) de hazırlanabilir (Yıldırım & Şimşek, 2017). Böylelikle elde edilen veriler analiz edilmiş, betimlenmiş ve yorumlanmış olacaktır. İçerik analizi ile elde edilen verilerin içeriği yorumlanır ve kategorileştirilir böylelikle sistemli bir inceleme yapılmış olur. Başka bir deyişle içerik analizi, farklı türdeki yazıları kodlama yaparak deşifre etmek ve bazı çıkarımlarda bulunmaktır (Bilgin, 2014).

Bu çalışmada, Bursa Hayvanat Bahçesiyle alakalı TripAdvisor platformunda yapılan katılımcı yorumlarının içerik analizi yardımıyla çözümlenmesi hedef alınmıştır. Bu platformda yer alan Bursa Hayvanat Bahçesiyle alakalı yorumlar bu hedef doğrultusunda internet ortamında indirilerek Word dosyasına aktarılmıştır. Sonrasında bilgisayar vasıtasıyla Word dosyası düzenlenmiş, Maxqda nitel analiz paket programına aktarılmıştır. Bu program sayesinde çeşitli çözümlenmeler yapılmıştır. Bu çözümlemede ilk olarak yorumlar üzerinden temalar oluşturulmuş ve bu temalar yorumlar deşifre edilerek kod sistemine aktarılmıştır. Kod sistemi oluşturulurken saha çalışmalarında elde edilen veriler kapsamında açık kod sistemi yani tümevarımsal yöntem kullanılmıştır. Saha araştırmasına çıkmadan bir teoriye dayalı olarak ya da alanyazından yararlanılarak yapılandırılmış kod sistemini tümdengelimsel yöntem yani Kapalı kod sistemi olarak ifade edilir. Açık kodlama yapılırken Corbin ve Strauss (2014)'ün kodlama paradigmasından yararlanılmıştır. Creswell (2013)'ün eleştirisi dikkate alınarak çalışma kapsamında kodlamalar sahadan gelen verilerle birlikte alanyazından elde edilen bilgiler kullanılarak oluşturulmuştur.

Totalde 325 kod temalara aktarılmıştır. Sonrasında ise temaların sıklıklarına ve birbiri ile ilişkisine bakılmıştır. Ayrıca ele alınan yorumlar içinde sık geçen ifadelerden bir kelime bulutu yapılmıştır. Bursa Hayvanat Bahçesi'ni Haziran 2024'e kadar ziyaret etmiş ve TripAdvisor platformuna burayla ilgili yorum yapmış 177 ziyaretçi araştırmanın evrenini temsil etmektedir. Araştırma kapsamında kullanılan yorumlar 2014-2024 tarihleri arasında olan tüm Türkçe yorumlardır. Dil yeterliliği bağlamında sadece Türkçe yorumlar araştırmaya konu olmuştur.

TrippAdvisor platformunda üye olarak defalarca gezdikleri yerlere ithafen yorumda bulunan milyonlarca gezgin bulunmaktadır (Stoleriu vd., 2019). Birçok çalışmada bu yorumlar kullanılmıştır. Bundan dolayı da TrippAdvisor platformu turizm çalışmalarında güvenilir veri kaynağı olarak atfedilmiştir (Şahin ve Şad, 2018). Bu çalışmada ekstrasdan yapılan çalışmanın güvenilir olduğunu ölçmek amacıyla Kappa analizi uygulanmıştır. Bunun üzerine Cohen's katsayısı analizi yapılmıştır. Bu istatistikî yöntem iki ya da daha çok değerlendiricinin arasındaki karşılaştırmalı uyuşmanın güvenilirliğini test etmek amacıyla uygulanır (Landis & Koch, 1977). Yürütülen çalışma ile alakası olmayan iki akademisyen değerlendiriciye kodlamalar verilmiştir. Bu bağımsız değerlendirme sonucu Cohen's Kappa kodlamasıyla 0,73 olarak hesap edilmiştir. Landis ve Koch (1977)'a göre Cohen's Kappa katsayısının 0,61 ile 0,80 aralığında yer alması, kayda değer bir seviyede uyum yakaladığını göstermektedir. Bundan dolayı yapılan çalışmada değerlendiriciler arasında önemli düzeyde bir uyum olduğu görülmüş ve kodlama anahtarının güvenilir olduğuna karar verilmiştir.

BULGULAR

Bu bölümde Bursa Hayvanat Bahçesini ziyaret eden turistlerin TrippAdvisor platformunda yapmış oldukları online yorumlar; değerlendirme puanı, yazım dili, sıklıkla geçen sözcüklerin kelime bulutu ve kod sistemi, alt temalar, ana temalar ve tüketicilerin görüşlerinin dağılımını gösteren tek-vaka modeli ortaya konulmaktadır.

Şekil 1’de sunulan sözcük bulutu incelendiğinde; hayvanat, bahçesi, hayvan, güzel, Bursa, çocuklar, doğal, ailecek gibi öne çıkan sözcükler dikkat çekmektedir. Kelime bulutu oluşturulurken “bir, ama, için, lakin, ile, ve” gibi kapsamın dışında olan kelimeler analiz dışında tutulmuştur.

Çevrimiçi Yorumların Ana Temalarına Ait Bulgular

Bursa Hayvanat Bahçesini ziyaret eden turistlerin TripAdvisor platformunda çevrimiçi yaptıkları söylemlerde toplamda 5 farklı ana tema oluşturulmuştur. Bunlar; “olumlu düşünceler”, “olumsuz düşünceler”, “bilgilendirme”, “uyarı” ve “tavsiye” olarak sıralanmıştır. “Olumlu düşünceler” temasında, bireylerin Bursa Hayvanat Bahçesi ile ilgili pozitif yönde değerlendirmeleri, “olumsuz düşünceler” temasında Bursa Hayvanat Bahçesini ziyaret eden turistlerin negatif yönde yorumları, “bilgilendirme” temasında turistlerin Bursa Hayvanat Bahçesi ile alakalı ve gezileri boyunca yaptıkları etkinlikler bağlamında bilgi verici söylemleri, “uyarı” temasında turistlerin işletmelere yönelik uyarıları, “tavsiye” temasında ise gelecekteki potansiyel ziyaretçilere ve işletmecilere yönelik önerileri bulunmaktadır.

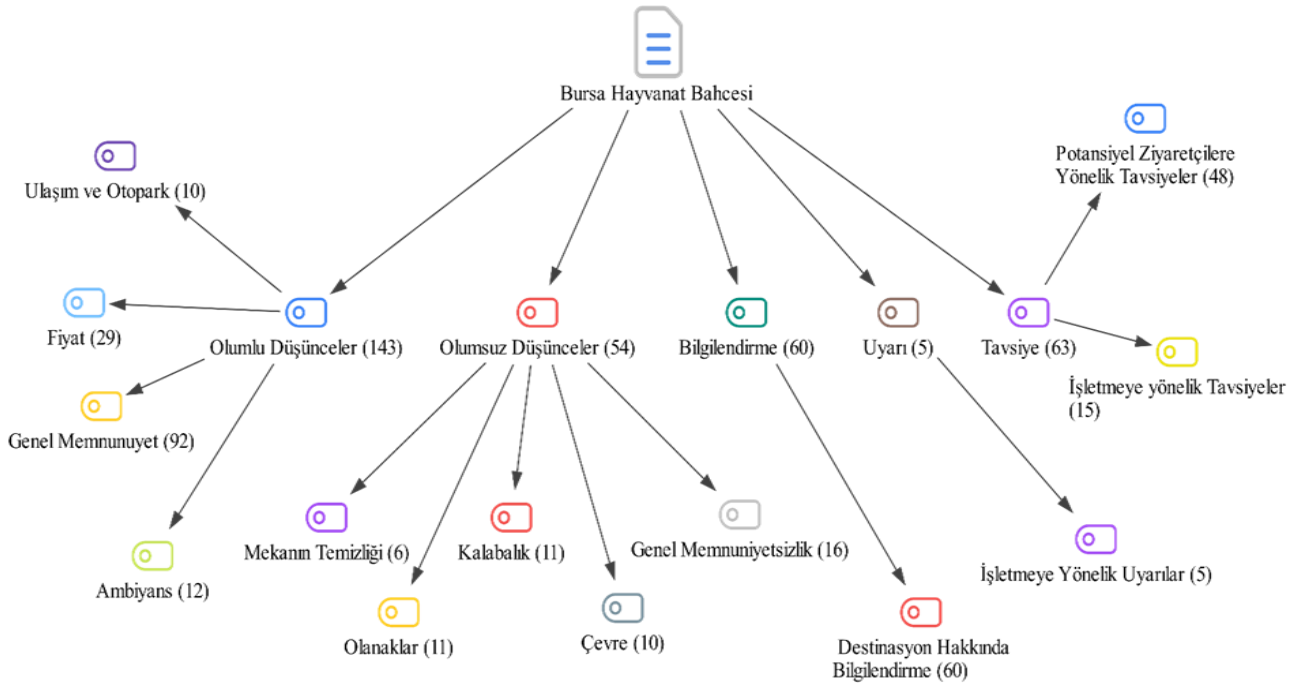
TripAdvisor platformundan elde edilen veriler çözümlenerek “MAXQDA Analytics Pro 2024” programında tanımlama yapılarak açık/kapalı kod sistemiyle elde edilmiş ve ana temalar, alt temalar, kodlar oluşturulmuştur. Creswell (2013)’ün yaptığı eleştiri kaideye alınarak araştırma ışığında kodlamalar hem saha hem de alanyazından elde edilen veriler ile beraber oluşturulmuştur. Bursa Hayvanat Bahçesi’ni deneyimleyen bireylerin online düşüncelerinin incelenmesiyle belirlenen 5 ana tema ve 13 alt temaya ait kod sistemi Şekil 2’de gösterilmiştir.

| Kodlar | 325 |
|---|-----|
| Olumlu Düşünceler | 0 |
| Ulaşım ve Otopark | 10 |
| Fiyat | 29 |
| Genel Memnuniyet | 92 |
| Ambiyans | 12 |
| Olumsuz Düşünceler | 0 |
| Mekanın Temizliği | 6 |
| Olanaklar | 11 |
| Kalabalık | 11 |
| Çevre | 10 |
| Genel Memnuniyetsizlik | 16 |
| Bilgilendirme | 0 |
| Destinasyon Hakkında Bilgilendirme | 60 |
| Uyarı | 0 |
| İşletmeye Yönelik Uyarılar | 5 |
| Tavsiye | 0 |
| İşletmeye yönelik Tavsiye | 15 |
| Potansiyel Ziyaretçilere Yönelik Tavsiyeler | 48 |

Şekil 2: Ana Tema, Alt Tema ve Kod Sayıları Bağlamında Kod Sistemi

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

Bursa Hayvanat Bahçesini deneyimleyen bireylerin online ortamdaki söylemlerinin incelenmesiyle ortaya çıkan 5 ana tema ve 13 alt tema ait kod sistemi Şekil 3’te sıklık, alt ve ana tema dağılımları ayrıntılı olarak Tek-Vaka modeli aracılığıyla yansıtılmıştır.



Şekil 3: Bursa Hayvanat Bahçesini Ziyaret Eden Bireylerin Görüşlerinin Dağılımını Gösteren Tek-Vaka Modeli

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

Kodlama sıklığını tespit etmek amacıyla Maxqda programından yararlanılarak Tek-Vaka modeli çıkartılmıştır. Buna istinaden alt tema ve alt tema sıklıkları oluşmuştur. Şekil 3'te de görüleceği üzere Bursa Hayvanat Bahçesine gitmiş bireylerin bu destinasyona yönelik söylemlerini kapsayan, alt ve ana temaların dağılımları gösterilmiştir. Bu bilgiler ışığında ziyaretçi yorumları ve kendine özgü açıklamaları aşağıda sunulmuştur. Bazı ziyaretçi yorumları Şekil 3'te tasarlanmış olan alt temaların ziyaretçi tecrübelerine etkisini açık bir biçimde göstermek gayesiyle, doğrudan alıntı yapılarak aktarılmıştır. Bu çevrimiçi yorumlar Z1 ile Z177 arasında kodlandırma yapılmış ve bu şekilde metne yansıtılmıştır.

Olumlu Düşünceler Temasına Ait Bulgular

Şekil 3'te gösterildiği gibi; olumlu düşünceler ana kategorisi içindeki alt kategoriler kodlama sıklığına göre sırasıyla; genel memnuniyet 92, fiyat 29, ambiyans 12, ulaşım ve otopark 10, olarak kodlanmıştır. Olumlu düşünceler ana kategorisi altındaki en çok sıklık genel memnuniyet alt temasında olmuştur. Bu bağlamda “Şehrin içerisinde bulunan hayvanat bahçesi ailece gidilebilecek, özellikle çocukların çok ilgisini çekecek güzel bir mekân” (Z174) ziyaretçi görüşünü beyan etmiştir. Yine bir başka alt kategori fiyat konusunda ziyaretçiler, “Fiyat olarak da çok uygun”, (Z3). “Giriş fiyatları uygun.” (Z49) ve “Giriş ücreti oldukça makul” (Z156) gibi görüş bildirmişler. Bu beyanlardan da anlaşılacağı üzere fiyat ziyaretçiler tarafından olumlu algılanmaktadır. Diğer alt kategori ise ambiyanstır. Bu kapsamda “Gerek doğası gerek hayvan çeşitliliği açısından Bursa Hayvanat Bahçesine bayıldık. Hayvanlara doğal bir ortam sunulmuş ve yeşillik çok geniş bir alana yayılmış. Sadece hayvanlar için değil yürüyüş için de gidilebilir. Ağaç çeşitliliği de çok fazla. Ortam temiz ve sakin” (Z31) ziyaretçi görüşünü sunmuştur. Son alt kategorisi olan ulaşım ve otopark konusunda ziyaretçiler, “Ulaşımı kolay park sıkıntısı olmayan bir yer” (Z35), “Ulaşımı rahat ve park yeri sorunu çok olmuyor” (Z89) gibi yorum yapmışlardır.

Olumsuz Düşünceler Temasına Ait Bulgular

Her ne kadar olumlu düşünceler daha fazla olsa da olumsuz düşünceler de vardır. Şekil 3'te gösterildiği gibi; olumsuz düşünceler ana kategorisi içindeki alt kategoriler kodlama sıklığına göre sırasıyla; genel memnuniyetsizlik 16, olanaklar 11, kalabalık 11, çevre 10, mekânın temizliği 6 olarak kodlanmıştır. Olumsuz düşünceler ana kategorisi altındaki en çok sıklık genel memnuniyetsizlik alt kategorisi olmuştur. Bu bağlamda “Buraya her geldiğimde resmen kayboluyorum. Gezdikten sonra a bu hayvanda varmış ama ben görmedim diyebiliyorsunuz. Biraz karışık bir yer. Ayrıca birçok yer yapılmış ama içerisinde hayvan yok. Ne zaman gittiysem hayvanlar ya uyuyor ya yatıyor oluyor” (Z73) ziyaretçi görüşünü beyan etmiştir. Yine bir başka alt kategori olanaklar konusunda ziyaretçiler, “Hayvan çeşitliliği da fazla olabilirdi, resim çekilmek için pek iyi bir yer bulamadık” (Z11), “Çocuklar için oyun parkı yetersiz ve eksikler var. Bayan tuvalette kuyruk vardı” (Z121) gibi görüş bildirmişler. Bu beyanlardan da anlaşılacağı üzere olanaklar ziyaretçiler tarafından olumsuz algılanmaktadır. Diğer alt kategori ise kalabalıktır. Bu kapsamda “hafta sonları çok kalabalık oluyor” (Z11), “muhteşem kalabalıktı, sadece bilet kuyruğunda tahminen 20 dakika bekledik” (Z28) ziyaretçiler görüşlerini sunmuşlardır. Bir başka olumsuz düşünce olarak alt kategori ise çevredir. Bu bağlamda

“Bursa hayvanat bahçesini bu kadar bakımsız göreceyim aklıma gelmezdi” (Z4), “Çevre düzenlemesi o kadar iyi değil” (Z165) ziyaretçiler görüş bildirmişlerdir. Son alt kategorisi olan mekânın temizliği konusunda ziyaretçiler, “Hayvanların yaşam alanlarının temizliğine biraz daha özen gösterilmeli, çoğunun havuzu veya su alanı çöp içinde” (Z66) gibi yorum yapmışlardır.

Bilgilendirme Temasına Ait Bulgular

Şekil 3’te gösterildiği gibi; bilgilendirme ana kategorisi içindeki alt kategoriler sadece destinasyon hakkında bilgilendirme 60, olarak kodlanmıştır. Bu kapsamda da bilgilendirme ana kategorisi altındaki en çok sıklık destinasyon hakkında bilgilendirme alt temasında olmuştur. Bu bağlamda “Botanik Park’la birlikte 1998 yılında hizmete açılan Bursa Hayvanat Bahçesi, hayvanların doğal yaşam ortamlarına uygun olarak düzenlenmiş barınaklara sahiptir. Botanik Park’ın hemen yanında hizmet veren Bursa Hayvanat Bahçesi’nde 55 türde 500 hayvan yaşamaktadır. Avrupa’nın, alanında sayılı parklarından biri olan Bursa Hayvanat Bahçesi’nde; ayı, kurt, aslan, leopar, yırtıcı kuşlar, lama, yaban eşeği, deve, maymun bölümlerinin yanı sıra deve kuşları ve zebraalarında bulunduğu Afrika Savağı bölümü yer almaktadır. Su kuşları için ayrılan bölümde dev bir kafes ve gölet bulunmaktadır. Çağdaş bir anlayışla kurulan Bursa Hayvanat Bahçesi, ziyaretçilerin hayvanları çok daha yakından görme imkânı sağlar. Bursa Hayvanat Bahçesi, yerli ve yabancı turistlerin en fazla ilgi gösterdikleri yerlerden biridir” (Z46), “Bursa Soğanlı semtinde kurulu hayvanat bahçesi Avrupa hayvanat bahçelerinden çeşitlilik olarak farkı yok. Yılanlardan Zürafalara çeşitli hayvanları görme tanıma şansınız var. Yaz aylarına doğru Penguenlerinde katılımıyla tam bir şölene dönüşecek. Aslan ve Kaplan ilgi çeken hayvanların başında. Ayıların su keyfini izlemek çok güzel. Bahçe içinde atıştırmalık aperiatifler ve yemek yenilecek mekanlar mevcut” (Z91) ziyaretçiler destinasyon hakkında görüşünü bildirmiştir.

Uyarı Temasına Ait Bulgular

Uyarı kategorisine ait bulgular Şekil 3’te gösterildiği gibi; sadece işletmeye yönelik uyarılar 5, olarak kodlanmıştır. Bu kapsamda da bilgilendirme ana kategorisi içindeki en çok sıklık sadece işletmeye yönelik uyarılar alt temasında olmuştur. Bu bağlamda “lütfen maymunların içindeki suları ve diğer hayvanların bulunduğu suları temizleyin o yosunlar pislikler kafe bölümünde bulunan suyun ve wc bölümü neden hiç temizlenmez birde hayvan getiriniz lütfen sürekli aynı” (Z4) ve “Hayvanların yaşam alanlarının temizliğine biraz daha özen gösterilmeli, çoğunun havuzu veya su alanı çöp içinde” (Z66) ziyaretçiler işletmeye yönelik uyarılarda bulunmuşlardır.

Tavsiye Temasına Ait Bulgular

Şekil 3’te gösterildiği gibi; tavsiye ana kategorisi altındaki alt kategoriler kodlama sıklığına göre sırasıyla; potansiyel ziyaretçilere yönelik tavsiyeler 48 ve işletmeye yönelik tavsiyeler 15 olarak kodlanmıştır. Olumlu düşünceler ana kategorisi içindeki en çok sıklık potansiyel ziyaretçilere yönelik tavsiyeler alt temasında olmuştur. Bu bağlamda “gideceklere tavsiyem erken gitmeleridir. Zira öğlen sıcaklığına ya da öğleden sonraya kaldığınızda hayvanlar sıcaktan dolayı barınaklarına geçiyorlar dolayısıyla göremiyorsunuz” (Z10), bir başka yorum “Bursa ya gidince gezilmesi gereken güzel bir yer tavsiye ediyorum” (Z20), “Bursa’ya geldiyseniz ve çocuğunuz varsa ziyaret edilmesi gereken yerler arasına mutlaka eklemelisiniz. Burası mutlaka güneşli olduğu için yanınıza şapka ve su almayı unutmayın. İçeride kafe var ihtiyaç duyarsanız buradan da temin edebilirsiniz. İçeride çok fazla hayvan ve gezilecek çok yer var. En az 2 saatinizi burası için ayırabilirsiniz eğer şehir dışından geldiyseniz ve sonraki planınız yemek yemek ise hemen yan tarafta bulunan botanik parktaki İskender Efendi konağını da tavsiye ederim. Fiyatlar biraz yüksek gelebilir ama buna değer” (Z48) olarak ziyaretçiler görüşlerini beyan etmişlerdir. Yine bir başka alt kategori işletmeye yönelik tavsiye konusunda ziyaretçiler, “park içi dolaşım güzergâhı daha verimli hale getirilerek ziyaretçilerin nereden geldik nereye gideceğiz ile uğraşmaktan çok parkın tadını çıkarmaları sağlanabilir. Bebek arabalı ziyaretçilerin çok az da olsa bazı yerlerde zorlanabileceğini düşünüyorum” (Z167) gibi görüşte bulunmuştur.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Hayvanat bahçeleri literatürden de anlaşılacağı üzere insanların hayvanları tanımasını sağlar, onlardan fikir edinilip, bilgi toplandığı alanlardır, insanların bakımını yapamayacağı hayvan türlerinin bakımını üstlenir, nesli tükenen hayvanlara ev sahipliği yapar, hayvanlara doğal ve bitkisel yaşam alanları sunulan yerlerdir.

Bu çalışmada Bursa Hayvanat Bahçesini ziyaret eden bireylerin çevrimiçi yorumlarının incelenmesi maksadıyla Tripadvisor platformunda yayınlanan 177 yorum irdelenmiştir. İlk etapta tek tek yorumlar bilgisayar ortamında bir dosyaya aktarılmış sonrasında MaxQDA yazılımı kullanılarak yorumlar içerik analizine tabi tutulmuştur. Yapılan çözümlenmeler sonucunda 5 ana tema ve 13 alt tema oluşturulmuştur. Ayrıca betimsel analizler yapılmış kelime bulutu çıkarılmıştır. En sonunda da tek vaka modeli oluşturulmuştur.

Bursa Hayvanat Bahçesini ziyaret eden turistlerin TripAdvisor platformunda yaptıkları çevrimiçi yorumlarda toplam 5 farklı ana tema 13 alt tema belirlenmiştir. Ana temalar; “olumlu düşünceler”, “olumsuz düşünceler”, “bilgilendirme”, “uyarı” ve “tavsiye” olarak sıralanmıştır. “Olumlu düşünceler” temasında, bireylerin Bursa Hayvanat Bahçesi ile ilgili pozitif yönde değerlendirmeleri yer almaktadır. Bu temalardan fiyat konusunda ziyaretçiler genel mana da fiyatların insanların alım gücünü aşmadıklarını söylemektedir, bu da sosyo-ekonomik açıdan toplumun tüm kesimlerinin bu hayvanat bahçesinden kolayca yararlanmasına olanak sağlamaktadır. Sonrasında Bursa hayvanat bahçesine ulaşımın kolay olması ve otopark alanının yeterli düzeyde olması turistik ürüne erişimi kolaylaştırıp motivasyon artışına sebep olmaktadır. Yani ziyaretçi memnuniyeti bu bağlamda bir kez daha sağlanmış olur. Akabinde bahsi geçen hayvanat bahçesinin doğal ortamı, temiz havası insanlar üzerinde hoş bir etki yaratmaktadır. Yani olumlu bir ambiyans olmaktadır. Genel anlamıyla bakıldığında insanlar bursa hayvanat bahçesini ziyaret ettiklerinde olumlu düşünceler sergilemektedir.

Olumsuz düşünceler destinasyon genelinde çok fazla yorumda karşılaşılsa da yine de yeteri kadar vardır. Bu söylemler ilk başta Bursa hayvanat bahçesinin kalabalık oluşuyla ilgilidir. Her zaman olmasa da hayvanat bahçesi özel günlerde ve tatil günlerinde ziyaretçi akımına maruz kalmaktadır. Aslında bu durum herkesin bu güzel destinasyondan faydalanmak istemesinden kaynaklanmaktadır. Hemen hemen insanoğlu benzer şeylerden mutlu oldukları için ve aynı zamanda hareket ettikleri için yoğunluk kaçınılmazdır. İkinci olarak olanaklar, temizlik ve çevre üzerinedir. İnsanların çevreyi temiz tutmadığı, çevrenin daha düzgün olması gerektiği ve olanakların daha fazla olmasını istedikleri anlaşılmaktadır. Son olarak da genel memnuniyetsizlikten bahsedilmiştir.

Bursa Hayvanat Bahçesini ziyaret eden turistlerin yapmış oldukları online yorumlarda potansiyel ziyaretçilere ve işletmeler yönelik sık sık tavsiyede bulunmaları dikkat uyandırmaktadır. Bu tavsiyeler, Bursa Hayvanat Bahçesini deneyimlemiş kişilerin gelecekte bu destinasyona seyahat edecek bireylere yönelik iletişimlerini içermektedir. Bu iletişim unsuru dahilinde bulunan yorumlarda Bursa Hayvanat Bahçesinin kesinlikle görülesi bir yer olduğu ve potansiyel ziyaretçilere de bu bağlamda özendirici yorumların olduğu anlaşılmıştır. Ayrıca destinasyonu ziyaret etmiş kişiler işletmeler açısından tavsiyelerde bulunmuşlardır. Bu da bu destinasyonun daha iyi işlenmesini ve insanların daha memnun bir biçimde ayrılmasını sağlayacak önemli yorumlar olduğu düşünülmektedir.

Çevrimiçi yorumlarda dikkat uyandıran bir diğer öge Bursa Hayvanat Bahçesini ziyaret eden kişilerin bilgilendirici mesajlarda bulunması durumudur. Bu tarz bilgilendirici mesajlar destinasyonun konumunu, özelliklerini, flora ve faunasının zenginliğini, ne zaman turizme açıldığını, hangi hayvanları barındırdığı, nelerin kişileri beklediği ve nelerden yararlanabilecekleri hakkında detaylı bilgilendirici yorumlar bulunmaktadır. Bu yorumlar ışığında Bursa Hayvanat Bahçesini ziyaret eden kişilerin sadece bu turistik bölgeyi gezip, görme gayesi gütmeyeceği, bunun yanı sıra seyahatleri esnasında karşılaştıkları tüm halleri aktarma bağlamında istekli oldukları ve online yorumlar aracılığıyla okuyucuların öğrenmesi bakımından destinasyona ait özelliklere yer verdiklerini anlatmak mümkündür. Bilgilendirici yorumlar sadece deneyimin aktarılması kapsamında değil, aynı anda öğretici bir özellik taşıması özelliği ile önem arz ettiği düşünülmektedir. Sözü geçen destinasyonu ziyarette bulunan bireyler çeşitli uyarılarda bulunmuşlardır, yeri geldiğinde dilekte bulunmuşlar yeri geldiğinde sitem etmişlerdir. Bu ve buna benzer öğeler aslında Bursa Hayvanat Bahçesini kalitesini artırıcı unsurlardır. Tabi ki bu yorumlar dikkatlice irdelenip hayata geçirildikçe önem kazanır.

Bursa hayvanat bahçesi ziyaretçi görüşlerinden çıkartılan sonuçlara istinaden geliştirilen öneriler aşağıda sıralanmıştır:

- ✓ Bursa Hayvanat Bahçesi hayvanları gezerken kullanılan yollar yenilenmeli daha düzgün yürüyüş yolları, özel beton veya asfalt olarak düzenlenmelidir. Böylelikle hem toz ve kirlilik olmaz hem de engelli ya da bebek sahibi kişiler rahat hareket etmiş olur.
- ✓ Eski evlerin olduğu sokak güzel düşünülmüş ama biraz özen ve bakım yapılırsa daha iyi olur. Bu sokakta yöresel yemekler verilebilir hem şehrin reklamı olmuş hem de yeni nesiller sağlıklı beslenmeyi öğrenebilirler. Dahası bu sokak bir etnografya müzesi haline de getirilebilir.
- ✓ Park içerisinde biraz daha peyzaja önem gösterilmeli, park sayısı ve dinlenme alanları arttırılmalıdır.
- ✓ Hayvanlar için seyir terası kurulabilir özellikle sıcak havalarda birçoğunu çocuklar görememektedir.
- ✓ Hayvanlar için de daha serin yaşam alanları temin edilmeli ve hayvanların yaşam alanlarının temizliğine biraz daha özen gösterilmelidir.
- ✓ Hayvanların beslenme saatlerinde ilginin artırılmalı ve diğer zamanlarda seyirci artışı çekmesi için şovlar yapılmalıdır.
- ✓ Hediyelik eşya mağazasının geliştirilip zenginleştirilmesidir.

- ✓ Küçük elektrikli araçlar ya da bir tren gibi taşıtlar yapılabilir. Ara ara insanları yönlendiren görevliler olması daha iyi olacaktır.

Ek olarak ileride yapılması planlanan farklı çalışmalarda TripAdvisor platformu dışında değişik güvenilir platformlar veya farklı uygulamalar ve siteler araştırma bağlamında incelenebilir. Diğer hayvanat bahçeleri ile ilgili benzer araştırmalar yapılabilir. Böylelikle farklılıklar ve benzerlikler üzerine araştırmalar yapılmış olur. Ayrıca ileride yapılması muhtemel çalışmalar için araştırmacılara sadece nicel yöntemlerle ya da karma (nitel ve nicel) yöntemlerle çalışmalar yapılabilir.

KAYNAKÇA

Ayeh, J. K., Au, N., & Law, R., (2013). Do we believe in tripadvisor?: examining credibility perceptions and online travelers' attitude toward using usergenerated content. *Journal of Travel Research*. 52(4), 437-452 <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0047287512475217>

Bilgin, N. (2014). *Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi*. Ankara: Siyasal Kitapevi.

Browning, B. (2003). *Animal Welfare*. Chicago: Raintree.

Carr, N. (2016). An analysis of zoo visitors' favourite and least favourite animals. *Tourism Management Perspectives*, 20, 70-76. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2016.07.006>

Cenni, I. & Goethals, P. (2017). Negative hotel reviews on TripAdvisor: A cross-linguistic analysis. *Discourse, Context & Media*, 16: 22-30. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2017.01.004>

Creswell, J. W. (2013). Nitel araştırma yöntemleri: Beş yaklaşıma göre nitel araştırma ve araştırma deseni. (Çev: M. B. Demir) Ankara: Siyasal Kitapevi.

Çuhadar, M., Özkan, A. & Çaylıkoca, A. (2017). Yiyecek içecek işletmelerine yönelik çevrimiçi müşteri değerlendirmelerinin incelenmesi: Isparta ili örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*,4(29): 33-48.

Çuhadar, Y. (2021). İznik'i ziyaret eden turistlerin kültürel deneyimleri üzerine bir araştırma, *Uygulamalı Sosyal Bilimler ve Güzel Sanatlar Dergisi*. 3(5): 38-53. <https://hdl.handle.net/11552/1956>

Çuhadar, Y. (2024a). Eskişehir Lületaş Müzesi Ziyaretçilerinin Deneyimlerinin İncelenmesi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 8(1), 154-175.

Çuhadar, Y. (2024b). Eskişehir'de Faaliyet Gösteren Çibörek Restoranlarına Yönelik Çevrimiçi Tüketici Şikayetlerinin İncelenmesi. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (46), 640-678. <https://doi.org/10.14520/adyusbd.1355820>

Davey, G. (2007). Visitors' effects on the welfare of animals in the zoo: a review. *Journal of Applied Animal Welfare Science*, 10 (2), 169-183. <https://doi.org/10.1080/10888700701313595>

Doğancılı, O. S., Karaçar, E. & Serkan, A. K. (2019). Göller Bölgesi'nde yer alan otel işletmelerinin TripAdvisor'daki tüketici değerlendirmeleri üzerine bir araştırma. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1): 96-106.

Eröz, S. S. & Doğdubay, M. (2012). Turistik Ürün Tercihinde Sosyal Medyanın Rolü ve Etik İlişkisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 27(1), 133-157.

Fernandez, E. J., Tamborski, M. A., Pickens, S. R. & Timberlake, W. (2009). Animal–visitor interactions in the modern zoo: conflicts and interventions. *Applied Animal Behaviour Science*, 120 (1), 1-8. <https://doi.org/10.1016/j.applanim.2009.06.002>

Foster, K. P. (1999). The earliest zoos and gardens. *Scientific American*, 281(1), 64-71. <https://www.jstor.org/stable/26058327>

Günergun, F. (2006), Türkiye'de Hayvanat Bahçeleri Tarihine Giriş. I. Ulusal Veteriner Hekimliği Tarihi ve Mesleki Etik Sempozyumu, 30 Mart-1 Nisan, Elâzığ, s. 185-218

Güzel, F. Ö. (2014). Deneyimsel kritik değer sürücülerinin elektronik ağızdan ağıza iletişimle seyahat 2.0 bilgi kanallarına yansımaları: tripadvisor.com üzerine bir içerik analizi. *Uluslararası Yönetim, İktisat ve İşletme Dergisi*, 10 (22), 193-210.

Kabadayı, M., & Sarıışık, M. (2020). Faruk Yalçın Hayvanat Bahçesi ve Botanik Parkı ziyaretçilerinin memnuniyet düzeylerinin değerlendirilmesi. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(3), 211-227.

- Kim, D. Y., Lehto, X. Y., & Morrison, A. M. (2007). Gender differences in online travel information search: Implications for marketing communications on the internet. *Tourism Management*, 28(2), 423-433. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.04.001>
- Landis, J. R. & Koch, G. G. (1977). The measurement of observer agreement for categorical data. *Biometrics*, 33, 159-174. <https://doi.org/10.2307/2529310>
- Lee, J., Benjamin, S. & Childs, M. (2022). Unpacking the emotions behind TripAdvisor travel reviews: The case study of Gatlinburg, Tennessee. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 23(2): 347-364. <https://doi.org/10.1080/15256480.2020.1746219>
- Lu, W. & Stepchenkova, S. (2015). User-generated content as a research mode in tourism and hospitality applications: Topics, methods, and software. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 24(2): 119-154. <https://doi.org/10.1080/19368623.2014.907758>
- Luebke, J. F. & Matiasek, J. (2013). An exploratory study of zoo visitors' exhibit experiences and reactions. *Zoo Biology*, 32 (4), 407-416. <https://doi.org/10.1002/zoo.21071>
- Moss A. & Esson M. (2010). Visitor interest in zoo animals and the implications for collection planning and zoo education programmes. *Zoo Biology*, 29 (6), 715-731.
- Narangajavana, Y. & Hu, B. (2008). The relationship between the hotel rating system, service quality improvement, and hotel performance changes: A canonical analysis of hotels in Thailand. *Journal of quality assurance in hospitality & tourism*, 9(1), 34-56. <https://doi.org/10.1080/15280080802108259>
- Nilashi, M., Ibrahim, O., Yadegaridehkordi, E., Samad, S., Akbari, E. & Alizadeh, A. (2018). Travelers decision making using online review in social network sites: A case on TripAdvisor. *Journal of Computational Science*, 28: 168-179. <https://doi.org/10.1016/j.jocs.2018.09.006>
- Norton, B.G., Hutchins, M., Maple, T. & Stevens, E. (1996). *Ethics On The Ark: Zoos, Animal Welfare, And Wildlife Conservation*. Wahington, DC: Smithsonian Books.
- Özdemir, M. (2010). Nitel veri analizi: sosyal bilimlerde yöntem bilim sorunsalı üzerine bir çalışma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), 323-343.
- Özen, İ. A. (2021). Evaluation of tourist reviews on TripAdvisor for the protection of the world heritage sites: Text mining approach. *Journal Of Multidisciplinary Academic Tourism*, 6(1): 37-46.
- Packer, J., Ballantyne, R. & Hughes, K. (2014). Chinese and Australian tourists' attitudes to nature, animals and environmental issues: implications for the design of nature-based tourism experiences. *Tourism Management*, 44, 101-107. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.02.013>
- Puan, C. L. & Zakaria, M. (2007). Perception of visitors towards the role of zoos: a Malaysian perspective. *International Zoo Yearbook*, 41 (1), 226-232. <https://doi.org/10.1111/j.1748-1090.2007.00009.x>
- Reade, L. S. & Waran, N. K. (1996). The modern zoo: how do people perceive zoo animals? *Applied Animal Behaviour Science*, 47, 109-118. [https://doi.org/10.1016/0168-1591\(95\)01014-9](https://doi.org/10.1016/0168-1591(95)01014-9)
- Stoleriu, O. M., Brochado, A., Rusu, A. & Lupu, C. (2019). Analyses of visitors' experiences in a natural world heritage site based on tripadvisor reviews. *Visitor Studies*, 22(2), 192-212
- Sürme, M., & Seyrek, İ. H., (2018). Gaziantep Hayvanat Bahçesi ziyaretçilerinin memnuniyet düzeylerinin önem-performans analiziyle ölçülmesi, *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 17 (2), 666-676,
- Şahin, S. & Şad, B. (2018). Müzelere yönelik e-yorumların içerik analizi yöntemi ile değerlendirilmesi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 14 (1), 199- 232
- Tripadvisor (2024). https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g297977-d4186900-Reviews-Bursa_Zoo-Bursa.html, Erişim Tarihi: 28.07.2024
- Yeşilyurt, H. & Arıca, R. (2018). Mutfak müzesi ziyaretçilerinin deneyimlerinin incelenmesi: Emine Gögüş Mutfak Müzesi Örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2 (1), 60- 70
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2017). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yılmaz, S., Düzenli, T., & Özkan, D. G. (2016). Sınır elemanlarının ziyaretçi üzerindeki etkilerinin belirlenmesi: Bursa Hayvanat Bahçesi Örneği. *Avrasya Sanat ve Medeniyet Dergisi*, 78-93. <https://doi.org/10.17740/eas.art.2016-V6-06>

Yılmaz, S. & Özbilen, A. (2011). Hayvanat bahçeleri tasarım ilkeleri ve tipolojileri. SDÜ Orman Fakültesi Dergisi, 12, 47-56.

Xiang, Z., Du, Q., Ma, Y. & Fan, W. (2018). Assessing reliability of social media data: Lessons from mining TripAdvisor hotel reviews. Information Technology & Tourism, 18(1): 43- 59.