



## Doğa Turizmi Kapsamında Kaz Dağlarını Ziyaret Eden Turistlerin Yaptıkları Çevrimiçi Yorumların İncelenmesi: TripAdvisor Örneği

Öğr. Gör. Erge TÜR<sup>1</sup>

### ÖZET

Bu çalışmada doğa turizmi kapsamında Kaz Dağlarını ziyaret eden turistlerin destinasyon hakkındaki görüşlerinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda TripAdvisor.com isimli internet sitesinde Kaz Dağları başlığı altındaki 251 çevrimiçi yorum incelenmiştir. Çalışmada nitel araştırma yöntemi benimsenmiş olup veri toplama tekniği olarak doküman incelemesinden yararlanılmıştır. Araştırmadan elde edilen verilerin analizinde MAXQDA nitel veri analizi programından yararlanılarak içerik analizi gerçekleştirilmiştir. Araştırma bulgularına göre doğa turizmi kapsamında Kaz Dağlarını ziyaret eden turistlerin çoğunlukla Türkçe dilinde yorum yaptıkları, genel memnuniyet düzeylerinin yüksek olduğu, olumlu görüşlerde genellikle doğal ortama vurgu yaptıkları, olumsuz görüşlerde çevre kirliliğinin üzerinde durdukları, potansiyel ziyaretçilere yönelik tavsiye ve uyarılarda buldukları, yoğun olarak seyahat deneyimleri hakkında bilgilendirici mesajlar verdikleri ve genellikle destinasyonun sahip olduğu doğal güzelliklerin korunmasına yönelik temennilerde buldukları tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Doğa Turizmi, Kaz Dağları, Çevrimiçi Yorum, TripAdvisor

## Analysis of Online Reviews of Tourists Visiting Kaz Mountains as part of Nature Tourism: TripAdvisor Example

### ABSTRACT

In this study, it is aimed to examine the opinions of tourists visiting Kaz Mountains within the scope of nature tourism about the destination. For this purpose, 251 online reviews under the heading Kaz Mountains on the TripAdvisor.com website were reviewed. Qualitative research method was adopted in the study and document analysis was used as a data collection technique. In the analysis of the data obtained from the research, content analysis was carried out by using the MAXQDA qualitative data analysis program. According to the research findings, tourists visiting Kaz Mountains within the scope of nature tourism mostly comment in Turkish, have a high level of general satisfaction, generally emphasize the natural environment in positive opinions, emphasize environmental pollution in negative opinions, give advice and warnings for potential visitors, and have intense travel experiences. It has been determined that they give informative messages about the destination and generally make wishes for the protection of the natural beauties of the destination.

**Keywords:** Nature Tourism, Kaz Mountains, Online Review, TripAdvisor

<sup>1</sup> İstanbul Esenyurt Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, Seyahat-Turizm ve Eğlence Hizmetleri Bölümü, [ergetur@esenyurt.edu.tr](mailto:ergetur@esenyurt.edu.tr)

## GİRİŞ

Uluslararası turizm piyasasına yönelik ihtiyaç ve beklentilerin değişim göstermesiyle birlikte ülkelerin sahip oldukları potansiyel kaynakların avantajlı hale gelmesi, alternatif turizm faaliyetlerini desteklemelerine bağlı olmaktadır (Çolak, 2009: 1). Çünkü, turizmin kullanıldığı alanların çeşitlilik arz etmesi, turistik ürün özelinde de çeşitlilik oluşturulması gerekliliğini gün yüzüne çıkarmaktadır (Demir ve Demir, 2004: 95). Bu nedenle ülkeler, rekabet anlamında avantajlı konuma gelebilmek için sahip oldukları kaynakları kullanarak turistlerin farklı istek ve beklentilerini karşılayabilmek adına, çeşitli turistik ürünleri oluşturmaya yönelmişlerdir (Güzel, 2010: 87). Tüm bu çabaların sonucunda ortaya çıkan turizm türlerinden biri olan doğa turizmi de alternatif turizm türleri kapsamında öne çıkan turizm çeşitlerinden birisidir (Çalışkan ve Sevim, 2022: 425). Doğa turizmi, doğal alanlara gerçekleştirilen seyahatleri kapsayan bir turizm türü olarak ifade edilmektedir (Kiper ve Arslan, 2007: 166). Doğa turizminin temelinde doğanın değerinin bilinmesi, doğal kaynaklara ve çevreye duyarlı olunması ve yöre halkının sosyo-ekonomik yaşantısına katkı sağlanması gibi unsurlar yer almaktadır (Lascurain, 1996). Doğa turizmine katılan bireylerin de bu hassasiyete uymaları beklenmektedir.

Son yıllarda internetin gelişimine bağlı olarak sosyal medya kullanımının artış göstermesiyle birlikte tüketiciler, deneyimlerini çevrimiçi hizmetler aracılığı ile paylaşmaktadır. Elektronik ağızdan ağıza iletişimin bir parçası olarak kabul edilen çevrimiçi tüketici yorumları, tüketiciler nezdinde önemli etkilere sahiptir (Niu ve Fan, 2018). Bu etkiler, tüketicilerin yapmış olduğu olumlu veya olumsuz yorumların bir tezahürü olarak ortaya çıkan algılanan değer ve müşteri memnuniyeti açısından önem arz etmektedir (Narangajavana ve Hu, 2008). Çünkü, tüketiciler çevrimiçi platformlarda memnuniyet ve memnuniyetsizliklerini paylaşarak bu fikirleri ile potansiyel tüketicileri etkileyebilmektedir. Bu nedenle, çevrimiçi tüketici yorumlarının gerçekleşmiş deneyimleri içermesinden dolayı potansiyel tüketicilerin satın alma kararlarında etkili olduğunu ifade etmek mümkün olmaktadır.

Turizm alanında TripAdvisor.com isimli internet sitesinde turistik tüketicilerin çevrimiçi yorumlarına rastlamak mümkündür. TripAdvisor.com tüketiciler tarafından seyahat ve turizm alanında içeriklerin oluşturulduğu dünyanın en bilinen web sitesi olarak ifade edilmektedir (Lu ve Stepchenkova, 2015). Bu nedenle, TripAdvisor.com isimli internet sitesi ve bu sitede yer alan yorumlar turizm araştırmacıları için güvenilir veri toplama kaynağı olarak görülmektedir (Cenni ve Goethals, 2017; Doğançili vd., 2019; Kafa ve Demircioğlu, 2022; Lee vd., 2022; Nilashi vd., 2018; Özen, 2021; Xiang vd., 2018). Bu çalışmada da doğa turizmi kapsamında Kaz Dağlarını ziyaret eden turistlerin TripAdvisor.com isimli internet sitesinde yapmış oldukları çevrimiçi yorumlar incelenmiştir.

Alanyazın incelendiğinde genellikle destinasyonların doğa turizmi potansiyeline yönelik çalışmaların yürütüldüğü görülmektedir (Erken vd., 2019; Koday vd., 2018; Oktay vd., 2016; Zengin vd., 2019). Ayrıca, turistlerin seyahat motivasyonu (Kibrit, 2019) ve turist rehberlerinin rolleri (Koroğlu vd., 2012) üzerine doğa turizmi kapsamında akademik çalışmaların yapıldığı da dikkat çekmektedir. Ancak, en azından bu çalışmanın yürütülmesi esnasında doğa turizmine katılan turistlerin tatil deneyimlerini içeren çevrimiçi yorum değerlendirmelerine yönelik herhangi bir çalışmanın varlığına rastlanmamıştır. Dolayısıyla, bu çalışma ile turizm alanyazınındaki söz konusu eksikliğin giderilebileceği düşünülmektedir. Bu çalışmanın temel amacını, doğa turizmi kapsamında Kaz Dağlarını ziyaret eden turistlerin destinasyon hakkındaki görüşlerinin incelenmesi oluşturmaktadır. Bu amaç doğrultusunda, TripAdvisor.com isimli internet sitesinde Kaz Dağlarını ziyaret eden turistlerin yaptıkları 251 çevrimiçi yorum incelenmiştir. Bu araştırma, Kaz Dağlarını ziyaret eden turistlerin çevrimiçi

yorumlarının incelenerek destinasyon hakkındaki genel görüşlerinin tespit edilmesi açısından önem taşımaktadır.

## LİTERATÜR

### Doğa Turizmi

Doğa kavramı, insan eliyle büyük bir değişikliğe uğramamış, doğal yapısını muhafaza eden çevre, tabiat olarak tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu, 2022). Doğa turizmi ise milli parklar, koruma altına alınan özel bölgeler, hayvanat bahçeleri ve yaban hayatı gibi birtakım doğal ortamları temsil gücü olan bölgelere doğru yapılan seyahatler olarak tanımlanmaktadır (Mckercher ve Chan, 2005: 21). Doğal alanlara yönelik gerçekleştirilen turistik gezileri kapsayan doğa turizmi, diğer turizm türlerine göre nispeten doğa üzerinde daha az tahribata yol açan turizm türü olarak kabul görmektedir (Koday vd., 2018: 125). Doğa turizmi, korunan bölgelerin ve doğal ortam olarak ön plana çıkan alanların doğrudan keşfi niteliğindedir (Valentine, 1992). Ayrıca doğa turizmi, ekoturizm veya doğa temelli turizm olarak da ifade edilmektedir (Luzar vd., 1995: 544).

Doğa turizmi, turistik faaliyetlerin gerçekleştirilmesi esnasında doğal çevrenin korunarak bölge halkının sosyo-kültürel ve ekonomik açıdan gelişiminin yükseltmesini amaçlamaktadır (Kibrit, 2019: 6). Kitle turizminin aksine doğal ve kültürel kaynaklardan faydalanırken onların korunması ve bu kaynakların sürdürülebilirlik felsefesi ile gelecek kuşaklara aktarılması durumu, doğa turizmi için hedeflenen diğer bir olgudur (Kızılırmak vd., 2016: 206). Buradan hareketle; turistlerin çevreye karşı duyarlı olmalarının ve sürdürülebilir turizm ilkesinin ön plana çıkmasının amaçlanmasında doğa turizminin önem arz ettiğini ifade etmek mümkündür (Duffy, 2002).

Doğa turizmine katılan turistlerde merak unsurunun ön planda olmasının bir sonucu olarak; turistlerin bilgi edinme, görme ve öğrenme gibi ihtiyaçlara sahip olmaları doğa turizminin önemli bir özelliği olarak dikkate alınmaktadır (Walpole ve Goodwin, 2000). Buna ek olarak, doğa turizminin başka bir özelliğinde ise bu tür turistik hareketlere katılan bireylerin yöre halkının ekonomik gelişimlerine katkıda bulunmasına olanak sağlamaları vurgulanmaktadır (Erdoğan, 2010). Bununla birlikte, doğa turizminin motivasyon öğeleri de bu turizm türünün önemli özellikleri arasında yer almaktadır. Bu öğeler, günlük hayatın baskı ve stresinden kaçma, doğayla birlikte yalnız vakit geçirme isteği gibi duyguları barındırmaktadır (Blamey, 2001: 7). Ayrıca, doğa turizmi yüzünü doğaya dönmüş bir turizm çeşidi olmanın yanı sıra, birçok farklı turistik etkinliklerin çeşitliliğini artıran, bunun yanında hem çevresel taşıma kapasitesini yükselten hem de mevsimsel yoğunlaşmaları azaltan bir özellik taşımaktadır (Korkmaz, 2001: 16).

Doğa turizmi birçok amaç ve özelliğe sahip olmasına rağmen, Sandwith (1999: 23) söz konusu turizm türünün üç stratejik temel üzerine inşa edilmesi gerektiğini savunmaktadır. Bunlar; “biyo-çeşitlilik bileşenlerini yönetmek”, “sürdürülebilir kullanımı mümkün kılmak” ve “toplum nezdinde doğayı koruma bilincini aşılama” olarak ifade edilmektedir. Buna ek olarak; Orams (1996: 81) ise gerçekleştirilen turizm faaliyetinin bir doğa turizmi faaliyeti olarak kabul görmesi için dört önemli unsurun yer alması gerektiğini ifade etmektedir. Bu unsurlar şunlardır:

- Doğa turizmi daha önce el değmemiş doğal alanlara gerçekleştirilen bir seyahatin sonucu olarak yapılan turizm çeşidi olmalıdır.
- Doğa turizminde çevre herhangi bir tahribata uğramamış ve değerini kaybetmemiş olmalıdır.
- Doğa turizmi, doğal alanların sürdürülebilir şekilde muhafaza edilmesine ve yönetimine direkt olarak katkı sağlamalıdır.

- Doğa turizmi, doğal alanların muhafaza edilmesinde yeterli ve en uygun yönetim tarzını kabul etmeli ve bunu yürürlüğe koymalıdır.

Doğa turizmine yönelik faaliyetler, temelde doğal çevrenin birtakım unsurlarına sahip olan, doğal alanları muhafaza etmek amacıyla geliştirilen ve doğal ortamlarda gerçekleştirilen aktiviteleri kapsamaktadır (Hall ve Boyd, 2005). Bu sebeple doğa turizmi; kamp-karavan turizmi, mağara turizmi, akarsu turizmi, dağ turizmi, yayla turizmi gibi turizm türleri ile direkt olarak ilişkilidir (Kiper ve Yılmaz, 2008: 166). Buna benzer olarak, Özel (2010: 40) de doğa turizmine yönelik gerçekleştirilen turizm türlerini ve aktivitelerini; dağ turizmi, yayla turizmi, mağara turizmi, trekking/doğa yürüyüşü, tarım ve çiftlik turizmi, kuş gözlemciliği, karayolu seyahati, kano ve rafting turizmi, sıradışı doğa olaylarını izleme, buharlı lokomotif turizmi, yaban hayatı gözlemciliği, atlı doğa yürüyüşü, bisiklet turizmi, sualtı dalış turizmi, macera-spor turizmi, balon turizmi, yamaç paraşütü, bungee jumping, termal turizm, av turizmi, botanik turizmi olarak ifade etmektedir. Genel olarak, doğa turizminin doğal alanların korunması amacıyla geliştirilen faaliyetleri içerdiğini ve bununla birlikte birçok farklı turizm çeşidini barındırmasıyla birlikte doğa turizmine katılan bireylere çeşitli aktiviteleri sunduğunu ifade etmek mümkündür.

Doğa turizmine yönelik faaliyetlere katılan bireyler ise doğa turisti olarak nitelendirilmektedir. Doğa turistleri, keşfetmek, macera, rekabet, dostluk, doğa bilinci ya da iç dünyalarını geliştirmek amacıyla duyarlılık bilinciyle doğal niteliklerini nispeten koruyan alanları ziyaret eden kişiler olarak tanımlanmaktadır (Kiper ve Arslan, 2007: 166). Doğa turistleri, doğal kaynakları kullanırken bu tür alanlara karşı tüketici özellikte olmamaktadırlar (Bolton, 1997). Dolayısıyla, doğa turistlerinin doğayı keşfedici bir nitelik taşıdığı ve bu doğrultuda turistik ürün olan doğaya karşı tüketim eyleminde bulunmadığını belirtmek mümkün olmaktadır.

### **Çevrimiçi Tüketici Yorumları**

Çevrimiçi tüketici yorumları, bir ürün veya hizmet ile ilgili herhangi bir kişinin ya da eski müşterilerin yorumlarını kapsayan ve internet sitelerinde yayınlanan bir markanın ya da firmanın olumlu, tarafsız veya olumsuz değerlendirmesi olarak tanımlanmaktadır (Fileri vd., 2018:2). Çevrimiçi tüketici yorumları genel olarak, ürünü satın alan ve ürünü deneyimleyen tüketicilerin yapmış oldukları değerlendirmeleri kapsamaktadır (Lee vd., 2011: 467). Bahsi geçen değerlendirmeler çoğunlukla tüketicilerin ürün hakkındaki övgülerini, ürün ile ilgili şikayetlerini ya da belirli bir ürün veya hizmete yönelik bireysel deneyimlerini içermektedir (Stauss, 1997: 28). Ayrıca, bu tür yorumlar bilgi sunma ve tavsiye etme üzere iki önemli sosyal etkinin meydana gelmesinde önemli bir role sahiptir (Park vd., 2007). Bununla birlikte, söz konusu çevrimiçi platformlar deneyimlenen ürün veya hizmet hakkında tüketicilerin bu deneyimlerini paylaşma olanağı sunmaktadır (Gök ve Şalvarcı, 2020: 125).

Teknoloji alanında meydana gelen gelişmeler sosyal medya üzerinden tüketicilerin ürün veya hizmetler özelinde sahip oldukları olumlu ve olumsuz deneyimleri diğer tüketicilere aktarmalarına imkan tanımaktadır (Pollach, 2006; Sparks ve Browning, 2010). Teknoloji odaklı ilerlemelerin bir sonucu olarak ortaya çıkan çevrimiçi tüketici yorumları, ürün hakkında bilgi sahibi olmak isteyen ile bahsi geçen ürünü deneyimleyen ve bu deneyimi neticesinde edindiği bilgileri paylaşan tüketicileri bir araya getiren iletişim kanallarıdır (Yee, 2006: 11). Özellikle 1990'lı yılların sonu 2000'li yıllarında başında internet ve çevrimiçi alışveriş olanaklarının dünya çapında yaygınlık kazanması ile birlikte söz konusu iletişim kanalları pazarlama literatüründe elektronik ağızdan ağıza iletişim (ewom) olarak isimlendirilmiştir (Özbük ve Aksoy, 2017: 84). Elektronik ağızdan ağıza iletişim; potansiyel, gerçek ya da önceki müşteriler tarafından bir ürün, marka ya da firma hakkında yapılan ve internet aracılığı ile fazla kişi veya kurumlara ulaşabilen olumlu ya da olumsuz yorumlar olarak tanımlanmaktadır (Bahar, 2015:

64; Hennig-Thurau vd., 2004:39). Elektronik ağızdan ağıza iletişim ile hiçbir zaman bir araya gelemeyecek olan tüketiciler arasında sıkı bir iletişim kurulmaktadır (Jalilvand vd., 2011: 42). Bu sebeple, elektronik ağızdan ağıza iletişim için “internet üzerinde tüketici iletişimi” ifadesi kullanılmaktadır (Heyne, 2009:19).

Elektronik ağızdan ağıza iletişim, işletmelerin gerçekleştirdiği reklam, tanıtım, kampanya gibi bilgilere kıyasla tüketiciler tarafından daha güvenilir ve anlamlı görülmektedir (Bickart ve Schindler, 2001). Çünkü tüketiciler, çoğunlukla karar verme süreçlerinin bir parçası olarak önceki kullanıcıların deneyimlerinden faydalanmak için başkalarından gelen tavsiyeleri aramakta, ürün hakkında yazılan yorumlara güvenmekte ve bunlardan etkilenmektedirler (Khammash ve Griffiths, 2011: 83; Pekar ve Ou, 2008: 145). Buna ek olarak tüketiciler, riski azaltmak, bilgi elde etme sürecini kısaltmak, söz konusu ürün veya hizmetin nasıl kullanılacağına dair bilgiyi edinmek, yeni ürünler hakkında bilgi sahibi olmak ve satın alım sonrası potansiyel olumsuzlukları asgariye indirmek amacıyla da elektronik ağızdan ağıza iletişime başvurmaktadır (Nguyen, 2019). Dolayısıyla, tüketici satın alma kararlarında potansiyel etkiye sahip olan ve çevrimiçi tüketici yorumlarını içeren elektronik ağızdan ağıza iletişim, olumlu veya olumsuz yönleriyle kullanılmaya devam etmektedir (Sparks ve Browning, 2011).

### **Konu ile İlgili Çalışmalar**

Brochado (2019) yaptığı çalışmada, Kosta Rika’da yer alan ağaç evlerde konaklayan doğa turistlerinin TripAdvisor.com isimli internet sitesi üzerinde yaptıkları yorumları incelemiştir. Araştırma sonucunda, turistlerin ağaç evlerde konaklamalarından dolayı son derece memnun oldukları tespit edilmiştir. Ayrıca yazar, doğa turistlerinin ev sahibi ülke ile ilgili vahşi yaşam ve yağmur ormanları hakkında bilgi sahibi olduğu ve eğlenmenin yanı sıra öğrenme amacıyla da seyahatlerini gerçekleştirdiklerini ifade etmektedir.

İnanır ve Ongun (2019) TripAdvisor.com isimli internet sitesinde Salda Gölü’ne yönelik yapılan çevrimiçi değerlendirmeleri incelemiştir. Araştırma sonucunda ziyaretçilerin doğal yapı, sağlık turizmi olanakları, rekreatif faaliyetler, yerel halkın olumlu tutumu, coğrafi konum ve gastronomik ürünler konularında olumlu deneyimlere sahip oldukları; taşıma kapasitesinin aşılması sonucunda meydana gelen çevresel sorunlar, kanalizasyon, yol, telekomünikasyon gibi alt yapı ve yeme-içme, konaklama gibi üst yapı problemleri ile bilgilendirme ve hizmet yetersizliğinden dolayı ise olumsuz deneyimlere sahip oldukları tespit edilmiştir.

İnanır ve diğerleri (2019) yaptıkları çalışmada kırsal turizm kapsamında oldukça fazla çekiciliğe sahip olan ve sakin şehir ağına dahil olan Eğirdir ilçesini ziyaret eden turistlerin TripAdvisor.com isimli internet sitesinde yaptıkları yorumları incelemiştir. Araştırma sonucunda, turistlerin olumlu deneyim yaşamalarında yörenin eşsiz doğası ve manzarası, yörede bulunan göl, yörenin sakin ve huzur verici yapısı, yörenin yöresel ürünleri ve yemekleri, yörede oldukça fazla bulunan rekreatif olanaklar ve yörenin yerli halkı ile esnafının misafirperverlik anlayışının etkili olduğu; olumsuz deneyimlerin yaşanmasında ise yörenin yetersiz tanıtımı, yöredeki turizm işletmelerinin ihtiyacı karşılayacak kadar olmaması, yörede ziyaretçilere sunulan hizmetin kalitesinin düşük ve fiyatların yüksek olması gibi unsurların etkili olduğu tespit edilmiştir.

Özdemir ve diğerleri (2019) TA-TU-TA (tarım, turizm, takas) çiftliklerini ziyaret eden veya çiftliklerde konaklayan turistlerin çevrimiçi olumlu ve olumsuz yorumlarını incelemiştir. Araştırma sonucunda 11 TATUTA çiftlik evinin işletmesi için yapılan ziyaretçi yorumlarının %85,9’unun “olumlu”, %14,1’inin ise “olumsuz” yorumlardan oluştuğu saptanmıştır. TATUTA işletmeleri için ağırlıklı olarak “mükemmel, doğa ile iç içe, harika ve dinlendirici, köy hayatına farklı bir bakış, cennetten bir köşe, huzur” vb. gibi olumlu yorumlarda bulunduğu, olumsuz yorumlarda ise “çok özensiz bir işletme”, kesinlikle

gitmeyin, beklentilerin altında, rezillik-berbat” vb. gibi ifadelerin çoğunlukta olduğu tespit edilmiştir.

Akay (2020) son yıllarda kırsal turizm alanında gelişme gösteren Salda Gölü ve Lisinia Doğa’yı ziyaret eden turistlerin yaptıkları çevrimiçi yorumları incelemiştir. Araştırma sonucunda kırsal turizm deneyimlerinin “otantik (benzersiz) deneyim, aktivite deneyimi, yerel yiyecek-içecek deneyimi, konaklama deneyimi, yerel hediyelik eşya deneyimi, yaban hayatı rehabilitasyonu, ulaşım deneyimi ve olumsuz deneyim” temalarına dayalı olarak değişken, çok yönlü ve heterojen olduğu tespit edilmiştir. Yazar, bu temalar özelinde olumlu ve olumsuz yorumların yer aldığını ve turist deneyimlerinin aynı tema içerisinde olumlu ve olumsuz olarak farklılaşabildiğini ve bu nedenle çok yönlülük arz ettiğini ifade etmektedir.

Ongun ve diğerleri (2021) kültürel ve kırsal turizm açısından önemli bir destinasyon olan Şirince’yi ziyaret eden turistlerin çevrimiçi yorumlarını incelemiştir. Araştırma sonucunda Şirince’ye yönelik yapılan Türkçe çevrimiçi yorumların %80’inin olumlu, %20’sinin ise olumsuz olduğunu tespit etmişlerdir. Yazarlar, ziyaretçiler tarafından paylaşılan olumlu deneyimlerin Şirince evleri, kiliseler, Şirince şarapları, yöresel yiyecek ve içecekler olduğunu, olumsuz deneyimlerin ise kalabalık, trafik yoğunluğu ve pahalılık gibi unsurlardan meydana geldiğini saptamıştır.

Savaşkan ve Haliloğlu (2021) TripAdvisor.com isimli internet sitesinde Acarlar Longozu’na yönelik yapılan ziyaretçi yorumlarını incelemiştir. Araştırma sonucunda ziyaretçilerin longoz ile ilgili yorumlarında olumlu olarak değerlendirilen ifadelerin genellikle “Mutlaka görülmesi/gidilmesi gereken bir yer/görölmeye değer” ve “Doğal güzelliği büyüleyici/güzel/doğa harikası” şeklinde olduğu, olumsuz olarak değerlendirilen ifadelerin ise “Pet şişeler ve çöplerle alan boğulmak isteniyor/çevre kirliliği var” ve “Bakımsız” şeklinde olduğu tespit edilmiştir. Yazarlar, araştırma ile ilgili olarak ekolojik turizm potansiyeline sahip bir destinasyon olan Acarlar Longozu’nun çevre kirliliği tehdidi altında olduğunu ve bu nedenle çevresel değerlerin korunması ile sürdürülebilirliğin sağlanması hususunda tüm paydaşların daha fazla özen göstermesi gerektiğini ifade etmişlerdir.

## YÖNTEM

Kaz Dağları, Güney Marmara Bölgesi’nin batısında, Edremit Körfezi’nin kuzey kıyılarında yer almaktadır (Doğa Derneği, 2022). Biga Yarımadası’nın en yüksek yeri olarak bilinen Kaz Dağları, Türkiye’nin Çanakkale ve Balıkesir il sınırları içerisinde konumlanmaktadır (Cnn Türk, 2022). Kaz Dağları, Marmara Bölgesi’nin Uludağ’dan sonra en yüksek ikinci dağı konumunda olup, Karataş (1774 m), Babadağ (1765 m) ve Sarıkız (1726 m) gibi yüksek tepelere sahiptir. Ayrıca, bölgede 1994 yılında Bakanlar Kurulu kararı ile 20.935 hektarlık bir alan Milli Park olarak ilan edilmiş ve koruma altına alınmıştır (Edremit Belediyesi, 2022).

Kaz Dağları, havası ve yeşil doğası ile Türkiye’nin önemli doğal çekiciliğe sahip bölgelerinden biri olarak gösterilmektedir (Macaron Otel, 2022). Bölge içerisinde turizm kapsamında değerlendirilen destinasyonlar; Kaz Dağı Milli Parkı, Hasanboğuldu Göleti, Sütüven Şelalesi, Mıhlı Çayı, Şahinderesi Kanyonu, Darıdere Tabiat Parkı, Pınarbaşı Piknik Alanı, Zeus Altarı, Kızılkeçili Köyü, Çamlıbel Köyü, Yeşilyurt Köyü, Adatepe Köyü, Tahtakuşlar Köyü, Sarıkız Tepesi ve Antandros Antik Kenti olarak ifade edilmektedir (Gezimanya, 2022; Kazdağı Kamp, 2022). Ayrıca, Kaz Dağları’nda Jeep Safari turları, bisiklet turları, botanik geziler, trekking & doğa yürüyüşleri de gerçekleştirilebilmektedir (İda Natura, 2022). Kaz Dağları, Alp Dağları’ndan sonra dünyanın en yüksek oksijen oranına sahip bölgesi olmasının yanı sıra kendine özgü endemik bitki türleri ve şifalı otları ile farklı bir turist profilini de içermektedir. (Balıkesir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2022).

Bu çalışmanın amacı, doğa turizmi kapsamında Kaz Dağlarını ziyaret eden turistlerin destinasyon hakkındaki görüşlerinin incelenmesidir. Bu amaç doğrultusunda, bir çevrimiçi yorum sitesi olan TripAdvisor.com isimli internet sitesinde “Kaz Dağları” yazılarak arama yapılmış ve çıkan 253 yorum araştırmanın evrenini oluşturmuştur. Yapılan inceleme sonucunda 2 yorumun mükerrer olarak internet sitesinde yer aldığı tespit edilmiştir. Dolayısıyla, araştırmanın örnekleme 230 Türkçe, 19 İngilizce, 1 Yunanca ve 1 Portekizce olmak üzere toplam 251 çevrimiçi yorumdan meydana gelmiştir.

Bu araştırmada nitel araştırma yöntemi benimsenmiştir. Nitel araştırma, bireyin kendi sırlarını çözüme kavuşturmak ve bireysel çabası neticesinde şekillendirdiği toplumsal sistemlerin detayına inerek onları keşfetmek için geliştirdiği bilgi üretme yollarından birisi olarak tanımlanmaktadır (Özdemir, 2010: 326). Ele alınan konu ile ilgili derin bir kavrayışa ulaşma çabası içerisinde olan (Karataş, 2015: 63) bu tür araştırmalar, bireylerin ne söylediğini, ne yaptığını idrak etmek ve bir şeyi niçin söylediğini ya da niçin o şekilde davrandığını anlamak için yapılmaktadır (Myers, 2019). Nitel araştırmalarda, gözlem, görüşme ve doküman incelemesi gibi veri toplama yöntemleri kullanılmaktadır (Aydın, 2018: 61).

Nitel araştırma yönteminin benimsendiği bu çalışmada, veri toplama yöntemi olarak doküman incelemesinden yararlanılmıştır. Doküman incelemesi, önceden var olan ya da sonradan meydana gelen materyallerin kullanılması yöntemi olarak tanımlanmaktadır (Scott ve Morrison, 2005). Bu yöntem ile araştırma verilerinden oluşan bazı dokümanların elde edilmesi, incelenmesi, sorgulanması ve çözümlenmesi gerçekleştirilmektedir (Özkan, 2019). Bu şekilde, gerek basılı gerekse elektronik ortamdaki materyallerin sistematik yol ile incelenmesi söz konusu olmaktadır (Bowen, 2009). Doküman incelemesi yöntemi, nitel araştırmaların yapıldığı sosyal bilimler alanında yoğun şekilde kullanılmasının yanı sıra önemli bir bilgi kaynağı olarak da görülmektedir (Özkul ve Demirer, 2012).

Doküman incelemesinin veri toplama yöntemi olarak benimsendiği bu çalışmada, elde edilen verilerin analizinde içerik analizi tekniğinden faydalanılmıştır. İçerik analizinde, önceden belirlenen birtakım kriterler doğrultusunda belirli sayıda yazılı, görsel veya işitsel materyaller incelenebilmektedir (Nakip ve Yaraş, 2016: 126). Belirli kodlama kuralları doğrultusunda söz konusu materyaller, oluşturulan kategoriler yardımıyla özetlenebilir (Stemler, 2001: 137). İçerik analizi, nitel araştırmalarda sık olarak kullanılan veri analiz tekniğidir (Hsieh ve Shannon, 2005).

Bu araştırmaya ait veriler, 29.11.2022-08.12.2022 tarihleri arasında toplanmıştır. Toplanan araştırma verilerinin analiz ve çözümlenmesinde MAXQDA nitel veri analizi programından yararlanılmıştır. MAXQDA programıyla birlikte, verilerin sıklık ve yüzde oranları ortaya konulmuştur. MAXQDA, elde edilen verileri görselleştirme imkanı sağlamanın yanı sıra, aynı pencere üzerinde verilerin toplandığı metni ve kodları gösteren bir nitel veri analizi programıdır (Taşkın ve Akçay, 2019: 590). MAXQDA programı, 1989 yılından bu yana araştırmacıların kullandığı bir program olmakla birlikte halen daha nitel araştırmalar için daha uygun hale getirilmesi hedefiyle üzerinde emek verilen, önemli ve güncel bir yazılım konumundadır (Aylan ve Kaya, 2020: 497). Bu program ile görüşmeler, raporlar, tablolar, çevrimiçi anketler, odak grupları, videolar, ses dosyaları, literatür, görseller ve PDF dosyaları gibi çeşitli verilerin analizi gerçekleştirilebilmektedir (MAXQDA, 2022). Bu çalışmada MAXQDA programı ile Kaz Dağlarını ziyaret eden turistlerin yaptıkları çevrimiçi yorumların yazım diline, değerlendirme puanına, boyut ve alt boyutlara göre analizi gerçekleştirilmiştir. Ayrıca, çevrimiçi yorumlarda sık olarak geçen kelimeler ile bu yorumlarda sık olarak bahsedilen Kaz Dağı ve çevresindeki destinasyonlar MAXQDA programı kapsamındaki kelime bulutu analizi ile ortaya çıkarılmıştır. Kelime bulutu; MAXQDA programında bulunan boyutları ifade edilme sıklığına göre vurgulayan, sık olarak tekrar edilen

boyutları belirgin bir şekilde sunan ve bu boyutları kelime görseli olarak ifade eden bir yöntemdir (Tür, 2022: 406-407).

Nitel araştırmalarda geçerlilik kavramı, elde edilen araştırma verileri ve söz konusu verilerden ulaşılan sonuçların çeşitleme, katılımcı ve meslektaş onayı gibi teknikler doğrultusunda teyidinin gerçekleşmesi anlamında kullanılmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2013) Bu araştırmada toplam 251 yorum incelenerek, 954 kodlama yapılmıştır. Araştırmanın güvenilirliğini tespit etmek amacıyla turistlerin çevrimiçi yorumlarına yönelik gerçekleştirilen kodlamalar, alanında uzman iki turizm akademisyeni tarafından incelenmiştir. İncelenen kodlamalar, söz konusu turizm akademisyenleri tarafından iki form şeklinde geri dönüşü sağlanarak, nitel araştırmalarda güvenilirlik testlerinden biri olarak kabul gören Kappa testine tabi tutulmuştur. Kappa istatistiği, belirli sınıflandırma derecesiyle puanlama yapan iki puanlayıcı arasındaki uyum düzeyini belirleyebilmek için Cohen (1960) tarafından geliştirilen ve puanlayıcılar arasındaki güvenirliliğin tespit edilmesinde sıklıkla kullanılan bir testtir. Kappa istatistiği, 0.40 ile 0.75 arasında bir değer aldığında, bu değer makul bir aralık olduğu ifade edilmektedir (Şencan, 2005). Bu çalışma kapsamında MAXQDA programında gerçekleştirilen Kappa testi sonucunda, güvenirlilik katsayısı 0.71 olarak belirlenmiştir. Bu değer, Şencan (2005) tarafından belirlenen değer aralığında olduğu için güvenirlilik açısından yeterli görülmektedir.

Merriam (aktaran Türkmendağ vd., 2021), içerik analizi tekniğinin kullanıldığı çalışmalarda elde edilen veriler kapsamında kodların gruplandırılabilceğini, bu süreçte sürekli karşılaştırma, benzerlik ve farklılıklar dikkate alınarak verilere ilişkin kategorilerin oluşturulabileceğini belirtmektedir. Bu ifade dikkate alındığında, ilgili çalışmada örnekleme oluşturan her bir yorumun içeriği incelenmiş, sık olarak hangi konu ve kavramlara odaklanıldığı belirlenmiş ve bu konu veya kavramların nicelik olarak bir boyut oluşturabilecek düzeyde olup olmayacağı değerlendirilerek tüm bu süreçlerin sonucunda 6 ana boyut ve bu boyutlara ait toplam 22 alt boyut oluşturulmuştur. Söz konusu ana boyut ve alt boyutlara Tablo 1’de yer verilmektedir.

**Tablo 1. Araştırma Kapsamında Oluşturulan Boyutlar**

Ana Boyut	Alt Boyut
➤ <b>Olumlu Görüşler</b>	❖ Doğal Ortam
	❖ Genel Memnuniyet
	❖ Olanaklar
	❖ Yöre İnsanı
	❖ Ücret
➤ <b>Tavsiye</b>	❖ Potansiyel Ziyaretçilere Yönelik Tavsiyeler
	❖ Diğer Tavsiyeler
➤ <b>Bilgilendirme</b>	❖ Seyahat Deneyimi Hakkında Bilgilendirme
	❖ Destinasyon Hakkında Bilgilendirme
	❖ Konaklama İmkanları Hakkında Bilgilendirme
	❖ Ücretler Hakkında Bilgilendirme
	❖ Kişisel Bilgilendirme
➤ <b>Olumsuz Görüşler</b>	❖ Çevre
	❖ Genel Memnuniyetsizlik
	❖ Ulaşım
	❖ Ücret
	❖ Olanaklar
➤ <b>Uyarı</b>	❖ Potansiyel Ziyaretçilere Yönelik Uyarılar
	❖ Diğer Uyarılar
➤ <b>Dilekte Bulunma</b>	❖ Destinasyon Hakkında Dilekte Bulunma
	❖ Kişisel Dilekte Bulunma
	❖ Halk ile İlgili Dilekte Bulunma

Çevrimiçi yorumlar incelendiğinde bazı yorum içeriklerinde birden fazla boyutun kapsamına giren ifadelerin yer aldığı görülmüştür. Bu ifadeler, yorumlar içerisinde tespit



edilerek hangi boyutların kapsamına giriyorsa, MAXQDA programı üzerinden bu şekilde boyut-yorum eşleştirmesi yapılmıştır. Bu durumun daha iyi anlaşılabilmesi açısından aşağıdaki örnek yorumu incelemenin faydalı olabileceği düşünülmektedir.

#### Örnek Yorum

*“Kaz Dağları bayağı büyük bir alana sahip. Yeşilin her tonu var, ayrıca içinde şelaleler, göletler var. Kaz dağlarını çok beğendik.”*

Örnek yorum incelendiğinde, bu yorumu üç bölüme ayırmak mümkündür. “Kaz Dağları bayağı büyük bir alana sahip” ifadesinin yer aldığı birinci bölüm *bilgilendirme* boyutunun *destinasyon hakkında bilgilendirme* alt boyutuna dahil olmaktadır. “Yeşilin her tonu var, ayrıca içinde şelaleler, göletler var” ifadesinin yer aldığı ikinci bölüm *olumlu görüşler* boyutunun *doğal ortam* alt boyutu kapsamında değerlendirilmektedir. Son olarak, “Kaz dağlarını çok beğendik” ifadesinin yer aldığı üçüncü bölüm ise *olumlu görüşler* boyutunun *genel memnuniyet* alt boyutu kapsamına dahil olmaktadır. Dolayısıyla, bu yorum örneğinde 3 farklı alt boyut kapsamına giren ifadelerin yer aldığı görülmektedir. MAXQDA programı üzerinden boyut-yorum eşleştirmesi de bu doğrultuda yapılmıştır.

Doğa turizmi kapsamında Kaz Dağlarını ziyaret eden turistlerin TripAdvisor.com isimli internet sitesinde yapmış oldukları çevrimiçi yorumların incelenmesi için MAXQDA programında analizleri gerçekleştirilen birtakım araştırma soruları mevcuttur. Bu sorular şunlardır:

- Kaz Dağlarını ziyaret eden turistlerin yaptıkları çevrimiçi yorumların yazım diline göre dağılımı nasıldır?
- Kaz Dağlarını ziyaret eden turistlerin yaptıkları çevrimiçi yorumların değerlendirme puanına göre dağılımı nasıldır?
- Kaz Dağlarını ziyaret eden turistlerin yaptıkları çevrimiçi yorumların ana boyutlara (olumlu görüşler, tavsiye, bilgilendirme, olumsuz görüşler, uyarı, dilekte bulunma) göre dağılımı nasıldır?
- Kaz Dağlarını ziyaret eden turistlerin yaptıkları çevrimiçi yorumların olumlu görüşler boyutunun alt boyutlarına (doğal ortam, genel memnuniyet, olanaklar, yöre insanı, ücret) göre dağılımı nasıldır?
- Kaz Dağlarını ziyaret eden turistlerin yaptıkları çevrimiçi yorumların tavsiye boyutunun alt boyutlarına (potansiyel ziyaretçilere yönelik tavsiyeler, diğer tavsiyeler) göre dağılımı nasıldır?
- Kaz Dağlarını ziyaret eden turistlerin yaptıkları çevrimiçi yorumların bilgilendirme boyutunun alt boyutlarına (seyahat deneyimi hakkında bilgilendirme, destinasyon hakkında bilgilendirme, konaklama imkanları hakkında bilgilendirme, ücretler hakkında bilgilendirme, kişisel bilgilendirme) göre dağılımı nasıldır?
- Kaz Dağlarını ziyaret eden turistlerin yaptıkları çevrimiçi yorumların olumsuz görüşler boyutunun alt boyutlarına (çevre, genel memnuniyetsizlik, ulaşım, ücret, olanaklar) göre dağılımı nasıldır?
- Kaz Dağlarını ziyaret eden turistlerin yaptıkları çevrimiçi yorumların uyarı boyutunun alt boyutlarına (potansiyel ziyaretçilere yönelik uyarılar, diğer uyarılar) göre dağılımı nasıldır?
- Kaz Dağlarını ziyaret eden turistlerin yaptıkları çevrimiçi yorumların dilekte bulunma boyutunun alt boyutlarına (destinasyon hakkında dilekte bulunma, kişisel dilekte bulunma, halk ile ilgili dilekte bulunma) göre dağılımı nasıldır?
- Kaz Dağlarını ziyaret eden turistlerin yaptıkları çevrimiçi yorumlarda sık olarak geçen kelimeler hangileridir?
- Kaz Dağlarını ziyaret eden turistlerin yaptıkları çevrimiçi yorumlarda sık olarak ifade edilen Kaz Dağı ve çevresindeki destinasyonlar hangileridir?

## BULGULAR

Çalışmanın bu bölümünde Kaz Dağlarını ziyaret eden turistlerin TripAdvisor.com isimli internet sitesinde yaptıkları çevrimiçi yorumlar; yazım dili, değerlendirme puanı, ana ve alt boyut istatistikleri doğrultusunda değerlendirilmektedir. Buna ek olarak; çevrimiçi yorumlarda sık olarak geçen kelimeler ile çevrimiçi yorumlarda Kaz Dağları ve çevresinde sık olarak ifade edilen destinasyonlar kelime bulutu görseliyle ortaya konulmaktadır.

### Betimleyici Bulgular

Betimleyici bulgular başlığı altında Kaz Dağlarını ziyaret eden turistlerin yaptıkları çevrimiçi yorumların yazım diline ve değerlendirme puanına göre dağılımına yer verilmektedir. Bu dağılımlara yönelik istatistiki veriler tablolaştırılarak açıklanmaya çalışılmıştır.

Araştırma kapsamında, Kaz Dağlarını ziyaret eden turistlerin yaptıkları çevrimiçi yorumların yazım diline göre dağılımına Tablo 2’de yer verilmiştir.

**Tablo 2. Çevrimiçi Yorumların Yazım Diline Göre Dağılımı**

Yazım Dili	Yorum Sayısı	Yüzde (%)
Türkçe	230	91,6
İngilizce	19	7,6
Portekizce	1	0,4
Yunanca	1	0,4
<b>Toplam</b>	<b>251</b>	<b>100</b>

Tablo 2 incelendiğinde, çevrimiçi yorumların Türkçe, İngilizce, Portekizce ve Yunanca olmak üzere dört farklı dilde yapıldığı tespit edilmiştir. Yorumların %91,6 ‘sının (230 yorum) en fazla Türkçe dilinde yapıldığı görülürken, Portekizce ve Yunanca dillerinde ise yalnızca 1’er yorumun yapılması dikkat çekmektedir.

Araştırma kapsamında, Kaz Dağlarını ziyaret eden turistlerin yaptıkları çevrimiçi yorumların değerlendirme puanına göre dağılımı Tablo 3 yardımıyla ortaya konulmuştur.

**Tablo 3. Çevrimiçi Yorumların Değerlendirme Puanına Göre Dağılımı**

Değerlendirme Puanı	Yorum Sayısı	Yüzde (%)
5	184	73,3
4	45	17,9
3	15	6,0
2	5	2,0
1	2	0,8
<b>Toplam</b>	<b>251</b>	<b>100</b>

Tablo 3 incelendiğinde, 5 puandan oluşan çevrimiçi yorumların çoğunlukta olduğu görülmektedir. Bu puana sahip yorumlar, toplam yorumların %73,3 ‘ünü (184 yorum) oluşturmaktadır. Ayrıca, kötü puanlara sahip yorum sayısının da oldukça az olması dikkat çekmektedir. Çevrimiçi yorumların sadece %2’si (5 yorum) 2 puandan, %0,8’ i (2 yorum) ise 1 puandan oluşmaktadır. Buradan hareketle; turistlerin Kaz Dağlarını ziyaretlerinden memnuniyet düzeylerinin oldukça yüksek olduğu ifade edilebilir.

### Çevrimiçi Yorumların Ana Boyutlarına Ait Bulgular

Kaz Dağlarını ziyaret eden turistlerin TripAdvisor.com isimli internet sitesinde yaptıkları çevrimiçi yorumlarda toplam 6 farklı ana boyut belirlenmiştir. Bunlar; “olumlu görüşler”, “tavsiye”, “bilgilendirme”, “olumsuz görüşler”, “uyarı” ve “dilekte bulunma” boyutlarıdır. “Olumlu görüşler” boyutunda, turistlerin Kaz Dağları ile ilgili pozitif değerlendirmeleri, “tavsiye” boyutunda Kaz Dağları’nı ziyaret eden turistlerin gelecekteki ziyaretçilere, yöre insanına ve işletmecilere yönelik önerileri, “bilgilendirme” boyutunda turistlerin Kaz Dağları hakkında ve seyahatleri sırasında gerçekleştirdiği aktiviteler özelinde bilgilendirici ifadeleri, “olumsuz görüşler” boyutunda turistlerin Kaz Dağları hakkındaki

negatif düşünceleri, “uyarı” boyutunda turistlerin potansiyel ziyaretçilere, yöre insanına ve işletmelere yönelik uyarıları, “dilekte bulunma” boyutunda ise turistlerin Kaz Dağları, yöre insanı hakkındaki temennileri ve kişisel dilekleri yer almaktadır.

Kaz Dağlarını ziyaret eden turistlerin çevrimiçi yorumlarının incelenmesi sırasında belirlenen 6 farklı ana boyuta ait sıklık sayıları ve yüzde oranları Tablo 4 yardımıyla ortaya konulmuştur.

**Tablo 4. Ana Boyutlara Ait Sıklık Sayıları ve Yüzde Oranları**

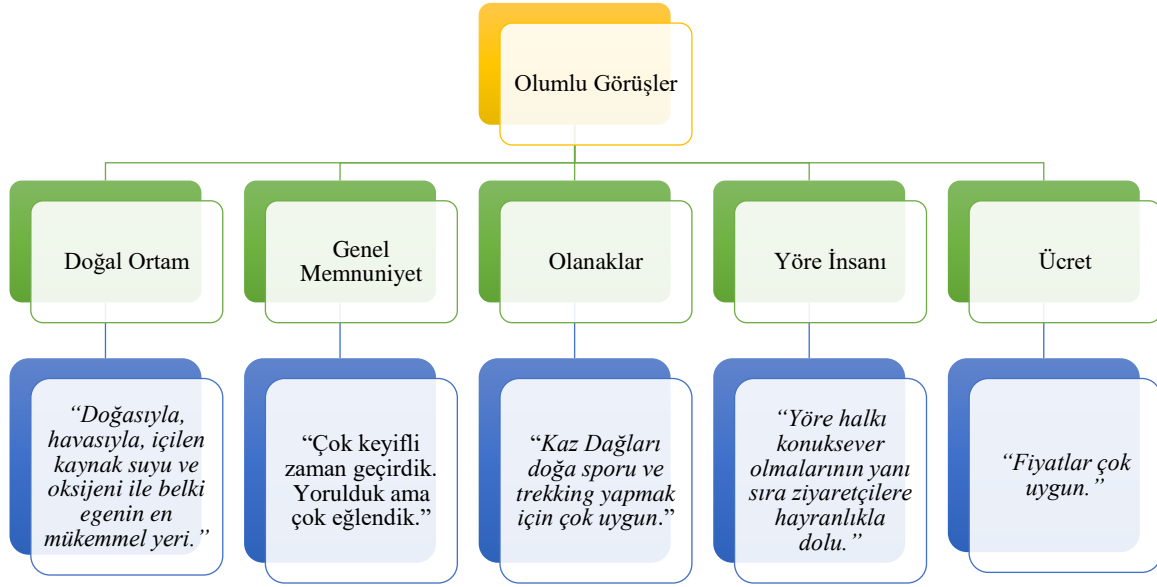
Ana Boyut	Sıklık (n)	Yüzde (%)
Olumlu Görüşler	438	45,9
Tavsiye	191	20,0
Bilgilendirme	138	14,5
Olumsuz Görüşler	100	10,5
Uyarı	68	7,1
Dilekte Bulunma	19	2,0
<b>Toplam</b>	<b>954</b>	<b>100</b>

Tablo 4 incelendiğinde, yorumların %45,9 (438 yorum) ile en fazla olumlu görüşler boyutu altında toplandığı görülmektedir. Olumlu görüşler boyutunu %20 (191 yorum) ile tavsiye boyutu, %14,5 (138 yorum) ile bilgilendirme boyutu takip etmektedir. Ayrıca, çevrimiçi yorumların %2 (19 yorum) ile en az “dilekte bulunma” boyutu kapsamına girmesi dikkat çekmektedir. Buradan hareketle, ziyaretçi yorumlarının neredeyse yarısına yakın bir kısmının olumlu görüşleri içerdiği ifade edilebilir.

#### **Olumlu Görüşler Boyutuna Ait Bulgular**

“Olumlu görüşler” boyutu kapsamına giren 5 alt boyut bulunmaktadır. Bu alt boyutlar; “doğal ortam”, “genel memnuniyet”, “olanaklar”, “yöre insanı” ve “ücret” olarak belirlenmiştir. “Doğal ortam” alt boyutunda turistler tarafından Kaz Dağlarının doğal güzelliklerine, “genel memnuniyet” alt boyutunda turistlerin Kaz Dağlarına ziyaretleri süresince deneyimledikleri aktivitelerden hoşnutluk düzeylerine, “olanaklar” alt boyutunda turistlerin kendilerine sunulan aktiviteler hakkındaki olumlu değerlendirmelerine, “yöre insanı” alt boyutunda turistlerin bölgede yaşayan insanlar hakkındaki olumlu görüşlerine, “ücret” alt boyutunda ise turistlerin bölgedeki fiyatlar hakkındaki olumlu yorumlarına vurgu yapılmıştır. “Olumlu görüşler” boyutunun alt boyutlarına yönelik yorum örnekleri Şekil 1’de yer almaktadır.

## Şekil 1. Olumlu Görüşler Boyutuna Ait Çevrimiçi Yorum Örnekleri



Kaz Dağlarını ziyaret eden turistlerin çevrimiçi yorumlarının incelenmesi sırasında "olumlu görüşler" boyutuna ait belirlenen 5 farklı alt boyutun sıklık sayıları ve yüzde oranları Tablo 5 yardımıyla ortaya konulmuştur.

**Tablo 5. Olumlu Görüşler Boyutunun Sıklık Sayıları ve Yüzde Oranları**

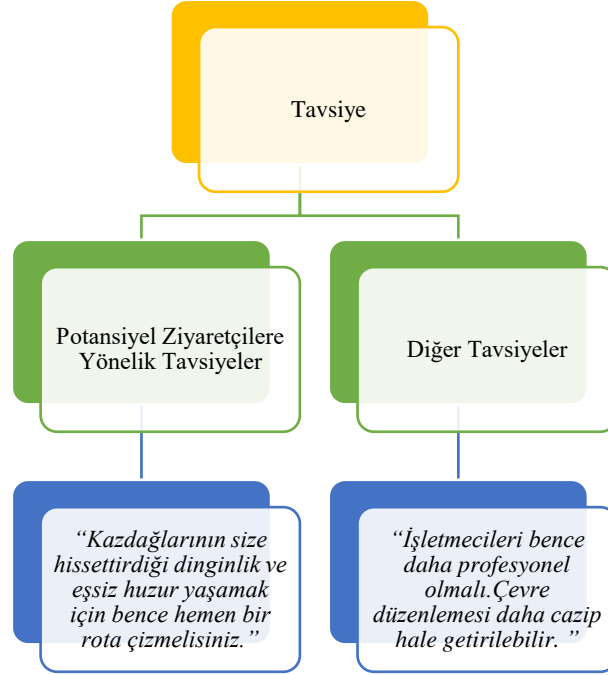
Alt Boyut	Sıklık (n)	Yüzde (%)
Doğal Ortam	246	56,2
Genel Memnuniyet	127	29,0
Olanaklar	57	13,0
Yöre İnsanı	7	1,6
Ücretler	1	0,2
<b>Toplam</b>	<b>438</b>	<b>100</b>

Tablo 5 incelendiğinde, turistlerin en fazla %56,2 (246 yorum) ile doğal ortam alt boyutu kapsamında yorumlarda bulunduğu saptanmıştır. Doğal ortam alt boyutunu ise %29 (127 yorum) ile genel memnuniyet alt boyutu takip etmektedir. Ayrıca, turistlerin en az %0,2 (1 yorum) ile ücret alt boyutu kapsamında yorum yaptıkları tespit edilmiştir. Buradan hareketle, turistlerin Kaz Dağları'nın doğal güzelliklerine yönelik görüşlerinin, olumlu yorumların büyük çoğunluğunu oluşturduğu ifade edilebilir.

### Tavsiye Boyutuna Ait Bulgular

Kaz Dağlarını ziyaret eden turistlerin çevrimiçi yorumlarının incelenmesinde belirlenen bir diğer ana boyut "tavsiye" boyutudur. Bu boyut, "potansiyel ziyaretçilere yönelik tavsiyeler" ve "diğer tavsiyeler" olmak üzere 2 farklı alt boyutu içermektedir. "Potansiyel ziyaretçilere yönelik tavsiyeler" alt boyutunda Kaz Dağları'nı ziyaret eden turistler, gelecekte bu bölgeyi ziyaret etmeleri için diğer kişilere tavsiye vermektedir. "Diğer tavsiyeler" alt boyutunda ise potansiyel ziyaretçilerin haricinde yöre halkına, tur düzenleyicilerine ve işletmecilere yönelik tavsiyeler yer almaktadır. "Tavsiye" boyutunun alt boyutlarına yönelik yorum örnekleri Şekil 2'de ortaya konulmuştur.

## Şekil 2. Tavsiye Boyutuna Ait Çevrimiçi Yorum Örnekleri



Kaz Dağlarını ziyaret eden turistlerin çevrimiçi yorumlarının incelenmesi sırasında “tavsiye” boyutuna ait belirlenen 2 farklı alt boyutun sıklık sayıları ve yüzde oranları Tablo 6 yardımıyla ortaya konulmuştur.

**Tablo 6. Tavsiye Boyutunun Sıklık Sayıları ve Yüzde Oranları**

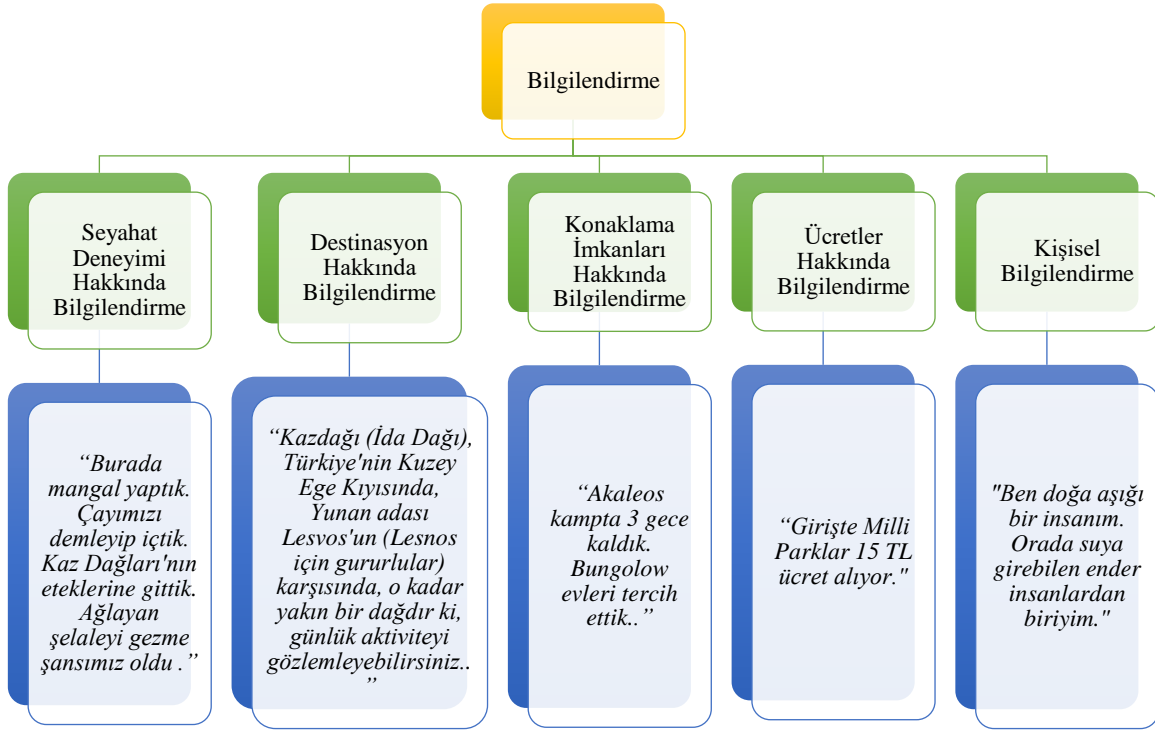
Alt Boyut	Sıklık (n)	Yüzde (%)
Potansiyel Ziyaretçilere Yönelik Tavsiyeler	188	98,4
Diğer Tavsiyeler	3	1,6
<b>Toplam</b>	<b>191</b>	<b>100</b>

Tablo 6 incelendiğinde, turistlerin büyük çoğunluğunun %98,4 (188 yorum) ile “potansiyel ziyaretçilere yönelik tavsiyeler” alt boyutu kapsamında yorumlarda bulunduğu tespit edilmiştir. “Diğer tavsiyeler” alt boyutu ise yalnızca %1,6 (3 yorum) ile oldukça düşük bir orana sahiptir.

### Bilgilendirme Boyutuna Ait Bulgular

Kaz Dağlarını ziyaret eden turistlerin çevrimiçi yorumlarının incelenmesinde belirlenen bir diğer ana boyut, “bilgilendirme” boyutudur. Bu boyut, “seyahat deneyimi hakkında bilgilendirme”, “destinasyon hakkında bilgilendirme”, “konaklama imkanları hakkında bilgilendirme”, “ücretler hakkında bilgilendirme” ve “kişisel bilgilendirme” olarak 5 farklı alt boyuttan meydana gelmektedir. “Seyahat deneyimi hakkında bilgilendirme” alt boyutu turistlerin Kaz Dağlarını ziyaretleri süresince gerçekleştirdikleri faaliyetler hakkındaki bilgi aktarımını, “destinasyon hakkında bilgilendirme” alt boyutu, turistlerin Kaz Dağları ile ilgili konum, yükseklik, yüzölçümü, sahip olduğu aktiviteler gibi genel bilgi aktarımını, “konaklama imkanları hakkında bilgilendirme” alt boyutu, turistlerin bölgede yaptıkları konaklamalar ile ilgili bilgi aktarımını, “ücretler hakkında bilgilendirme” alt boyutu, turistlerin bölge ile ilgili milli park giriş ücreti, otopark ve tur ücretleri gibi hizmetlerin parasal değeri hakkındaki bilgilendirmeyi, “kişisel bilgilendirme” alt boyutu ise, turistlerin kendileri hakkında verdiği bilgiyi içermektedir. “Bilgilendirme” boyutunun alt boyutlarına yönelik yorum örnekleri Şekil 3 yardımıyla ortaya konulmuştur.

### Şekil 3. Bilgilendirme Boyutuna Ait Çevrimiçi Yorum Örnekleri



Kaz Dağlarını ziyaret eden turistlerin çevrimiçi yorumlarının incelenmesi sırasında "bilgilendirme" boyutuna ait belirlenen 5 farklı alt boyutun sıklık sayıları ve yüzde oranları Tablo 7 yardımıyla ortaya konulmuştur.

**Tablo 7. Bilgilendirme Boyutunun Sıklık Sayıları ve Yüzde Oranları**

Alt Boyut	Sıklık (n)	Yüzde (%)
Seyahat Deneyimi Hakkında Bilgilendirme	63	45,7
Destinasyon Hakkında Bilgilendirme	59	42,8
Konaklama İmkanları Hakkında Bilgilendirme	8	5,8
Ücretler Hakkında Bilgilendirme	5	3,6
Kişisel Bilgilendirme	3	2,2
<b>Toplam</b>	<b>138</b>	<b>100</b>

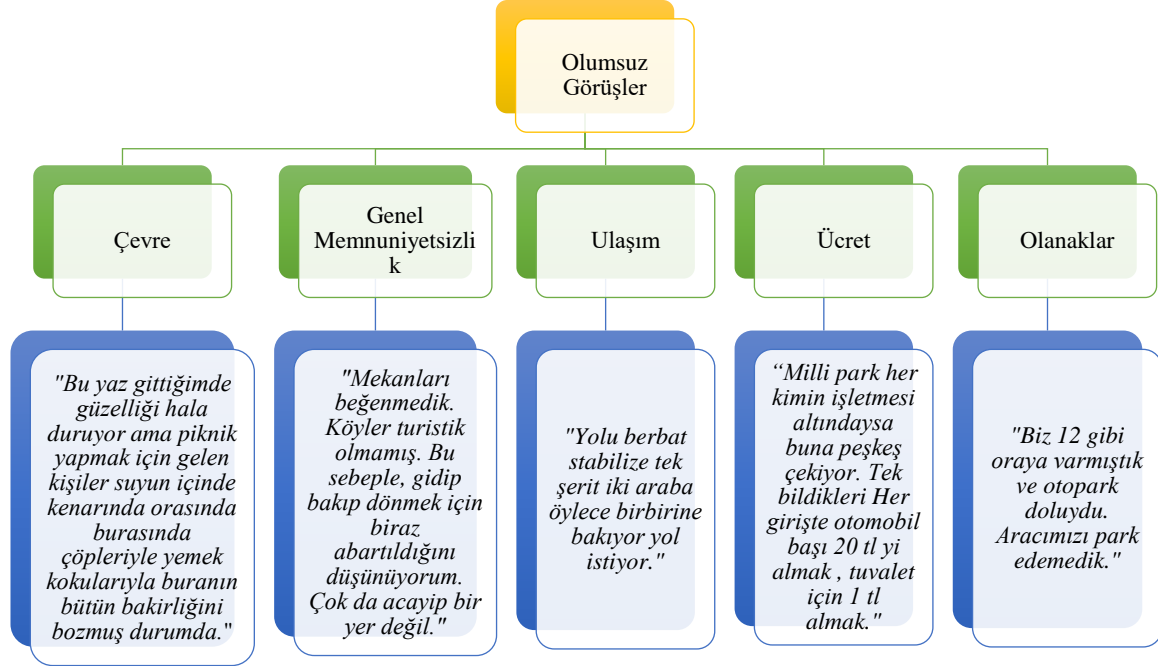
Tablo 6 incelendiğinde, turistlerin %45,7 (63 yorum) ile en fazla seyahat deneyimi hakkında bilgilendirme yaptıkları tespit edilmiştir. Buna ek olarak %42,8 (59 yorum) ile destinasyon hakkında yapılan bilgilendirmelerin ikinci sırada yer aldığı görülmektedir. Konaklama imkanları, ücretler ve kişisel bilgilendirmelerin oranları birbirlerine yakın olmakla birlikte, diğer alt boyutlara (seyahat deneyimi hakkında bilgilendirme, destinasyon hakkında bilgilendirme) göre ciddi oranda geride olmaları dikkat çekmektedir.

#### Olumsuz Görüşler Boyutuna Ait Bulgular

Kaz Dağlarını ziyaret eden turistlerin çevrimiçi yorumlarının incelenmesinde belirlenen bir diğer ana boyut, "olumsuz görüşler" boyutudur. Bu boyut, "çevre", "genel memnuniyetsizlik", "ulaşım", "ücret" ve "olanaklar" olmak üzere 5 farklı alt boyuttan oluşmaktadır. "Çevre" alt boyutunda Kaz Dağlarının doğal ortamını tehdit eden olumsuz çevre koşulları ve kirlilik unsurunu dikkate alan yorumlara, "genel memnuniyetsizlik" alt boyutunda turistlerin Kaz Dağları ile ilgili umdukları kadar kayda değer bir turistik bölge olmaması ve bu

konuda beklentilerinin karşılanmamasına yönelik yorumlara, “ulaşım” alt boyutunda bölgeye ait yolların kötü ve tehlikeli olmasına, “ücret” alt boyutunda milli park giriş ücretleri, otopark ve restoran ücretlerinin oldukça pahalı olmasına, “olanaklar” alt boyutunda ise bölgeye gelen turistler için sunulan imkanların (otopark, lavabo, yemek, konaklama vb) yetersiz olmasına vurgu yapılmaktadır. “Olumsuz görüşler” boyutunun alt boyutlarına yönelik yorum örnekleri Şekil 4 yardımıyla ortaya konulmuştur.

**Şekil 4. Olumsuz Görüşler Boyutuna Ait Çevrimiçi Yorum Örnekleri**



Kaz Dağlarını ziyaret eden turistlerin çevrimiçi yorumlarının incelenmesi sırasında “olumsuz görüşler” boyutuna ait belirlenen 5 farklı alt boyutun sıklık sayıları ve yüzde oranları Tablo 8’de yer almaktadır.

**Tablo 8. Olumsuz Görüşler Boyutunun Sıklık Sayıları ve Yüzde Oranları**

Alt Boyut	Sıklık (n)	Yüzde (%)
Çevre	31	31,0
Genel Memnuniyetsizlik	21	21,0
Ulaşım	20	20,0
Ücret	19	19,0
Olanaklar	9	9,0
<b>Toplam</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

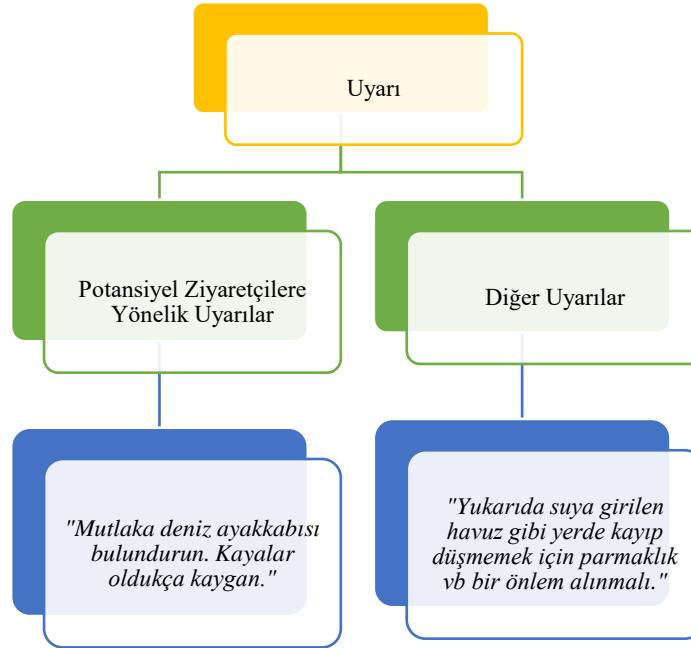
Tablo 8 incelendiğinde, turistlerin en fazla %31 (31 yorum) ile çevre alt boyutu kapsamında yorumlarda bulunduğu tespit edilmiştir. Çevre alt boyutunu %21 (21 yorum) ile genel memnuniyetsizlik alt boyutu, %20 (20 yorum) ile ulaşım alt boyutu, %19 ile (19 yorum) ücret alt boyutu takip etmektedir. Ayrıca, turistlerin en az %9 ile (9 yorum) olanaklar alt boyutu kapsamında yorum yaptıkları tespit edilmiştir. Tüm alt boyutların oranlarının birbirlerine yakın oldukları görülmektedir. Buna ek olarak, Kaz Dağlarını ziyaret eden turistlerin çevrimiçi yorumlarda, çoğunlukla çevre ile ilgili olumsuzlukları dile getirdikleri ifade edilebilir.

### Uyarı Boyutuna Ait Bulgular

Kaz Dağlarını ziyaret eden turistlerin çevrimiçi yorumlarının incelenmesinde belirlenen bir diğer ana boyut, “uyarı” boyutudur. Bu boyut, “potansiyel ziyaretçilere yönelik uyarılar” ve “diğer uyarılar” olmak üzere 2 farklı alt boyuttan meydana gelmektedir. “Potansiyel

ziyaretçilere yönelik uyarılar” alt boyutunda, Kaz Dağlarını ziyaret eden turistlerin gelecekte bu bölgeye ziyarette bulunacak bireylere yönelik karşılaşılabilecekleri olumsuzlukları dile getirdikleri ifadeler yer almaktadır. “Diğer uyarılar” alt boyutunda ise, söz konusu bölgeyi ziyaret eden turistlerin, yöredeki işletmecilere temizlik ve güvenlik odaklı uyarıları yer almaktadır. “Uyarı” boyutunun alt boyutlarına yönelik yorum örnekleri Şekil 5 yardımıyla ortaya konulmuştur.

Şekil 5. Uyarı Boyutuna Ait Çevrimiçi Yorum Örnekleri



Kaz Dağlarını ziyaret eden turistlerin çevrimiçi yorumlarının incelenmesi sırasında “uyarı” boyutuna ait belirlenen 2 farklı alt boyutun sıklık sayıları ve yüzde oranları Tablo 9 ‘da yer almaktadır.

Tablo 9. Uyarı Boyutunun Sıklık Sayıları ve Yüzde Oranları

Alt Boyut	Sıklık (n)	Yüzde (%)
Potansiyel Ziyaretçilere Yönelik Uyarılar	65	95,6
Diğer Uyarılar	3	4,4
<b>Toplam</b>	<b>68</b>	<b>100</b>

Tablo 9 incelendiğinde, turistlerin büyük çoğunluğunun %95,6 (65 yorum) ile “potansiyel ziyaretçilere yönelik uyarılar” alt boyutu kapsamında görüşlerini paylaştıkları saptanmıştır. “Diğer uyarılar” alt boyutu ise yalnızca %4,4 (3 yorum) ile oldukça düşük bir oranı oluşturmaktadır.

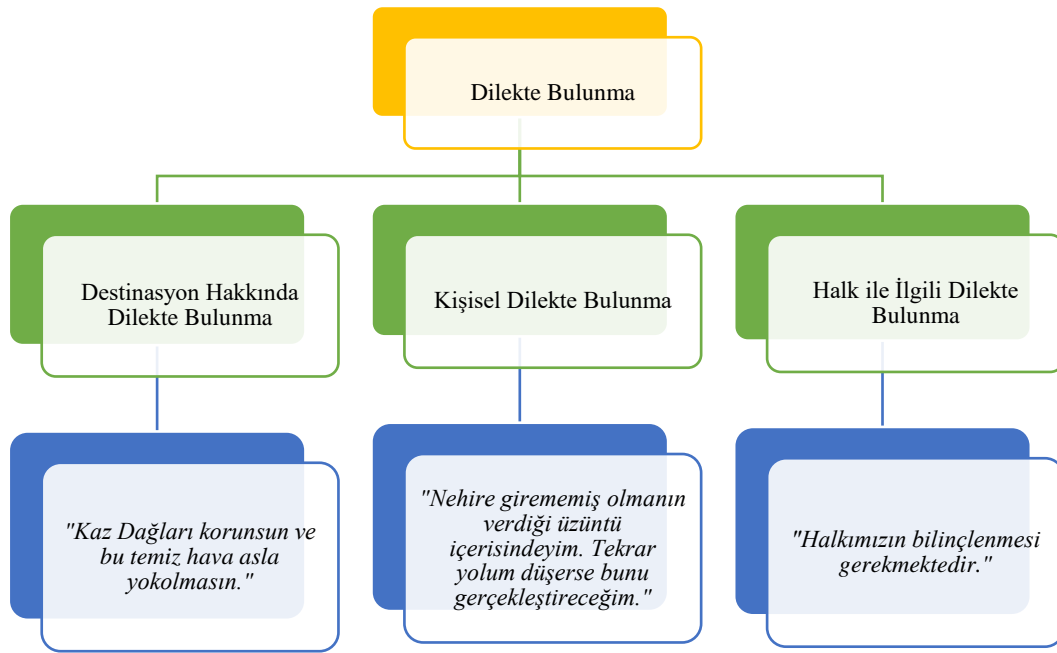
### Dilekte Bulunma Boyutuna Ait Bulgular

Kaz Dağlarını ziyaret eden turistlerin çevrimiçi yorumlarının incelenmesinde belirlenen bir diğer ana boyut, “dilekte bulunma” boyutudur. Bu boyut, “destinasyon hakkında dilekte bulunma”, “kişisel dilekte bulunma” ve “halk ile ilgili dilekte bulunma” olmak üzere 3 farklı alt boyuttan meydana gelmektedir. “Destinasyon hakkında dilekte bulunma” alt boyutunda, bölgenin doğal güzelliğinin korunması ve yörenin bulunduğu çevrenin kirletilmemesine, “kişisel dilekte bulunma” alt boyutunda, tatillerinden memnun kalan turistlerin gelecekte tekrar Kaz Dağları’nı ziyaret etmek istemelerine yönelik temennileri ve diğer turistleri dikkate alan iyi tatil dileklerine, “halk ile ilgili dilekte bulunma” alt boyutunda ise insanların daha bilinçli



olmasına yönelik temennilere vurgu yapılmaktadır. “Dilekte bulunma” boyutunun alt boyutlarına yönelik yorum örnekleri Şekil 6’da yer almaktadır.

**Şekil 6. Dilekte Bulunma Boyutuna Ait Çevrimiçi Yorum Örnekleri**



Kaz Dağlarını ziyaret eden turistlerin çevrimiçi yorumlarının incelenmesi sırasında “dilekte bulunma” boyutuna ait belirlenen 3 farklı alt boyutun sıklık sayıları ve yüzde oranları Tablo 10’da yer almaktadır.

**Tablo 10. Dilekte Bulunma Boyutunun Sıklık Sayıları ve Yüzde Oranları**

Alt Boyut	Sıklık (n)	Yüzde (%)
Destinasyon Hakkında Dilekte Bulunma	13	68,4
Kişisel Dilekte Bulunma	5	26,3
Halk ile İlgili Dilekte Bulunma	1	5,3
<b>Toplam</b>	<b>19</b>	<b>100</b>

Tablo 10 incelendiğinde, Kaz Dağlarını ziyaret eden turistlerin %68,4 (13 yorum) ile en fazla destinasyon hakkında dilekte buldukları tespit edilmiştir. Buna ek olarak kişisel dilekte bulunma alt boyutunun oranı %26,3 (5 yorum) iken, halk ile ilgili dilekte bulunma oranı ise yalnızca %5,3 (1 yorum) olarak dikkat çekmektedir.

### **Kelime Bulutuna İlişkin Bulgular**

Kaz Dağlarını ziyaret eden turistlerin TripAdvisor.com isimli internet sitesinde yaptıkları çevrimiçi yorumlarda sık olarak geçen kelimeler ile çevrimiçi yorumlarda sık olarak geçen Kaz Dağı ve çevresindeki destinasyonlar Şekil 7 ve Şekil 8’de yer almaktadır.



## SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada, doğa turizmi kapsamında Kaz Dağlarını ziyaret eden turistlerin TripAdvisor.com isimli internet sitesinde yapmış oldukları 251 çevrimiçi yorum incelenmiştir. Çalışmada, turistlerin Kaz Dağları destinasyonu ile ilgili görüşleri belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırma kapsamında, turistlerin çoğunlukla Türkçe dil seçeneğini kullanarak yorum yaptıkları tespit edilmiştir. Bu durum, Kaz Dağlarının genellikle iç turizm talebine cevap verdiğini ve Kaz Dağlarını ziyaret eden turist grubunun genellikle yerli turistten oluştuğu yönünde bir fikir edinilmesine yardımcı olabilir. Buna ek olarak, turistlerin Kaz Dağları ile ilgili değerlendirmelerinde çoğunlukla beş puan üzerinden not verdikleri ve destinasyonu ziyaretlerinden memnuniyet düzeylerinin yüksek olduğu saptanmıştır. Buradan hareketle; turistlerin Kaz Dağlarına yönelik tatil öncesi beklentilerinin seyahatleri süresince yoğun olarak karşılandığı ve bu durumun çevrimiçi yorumlara olumlu anlamda yansdığı sonucuna ulaşılabılır.

Araştırma kapsamında, Kaz Dağlarını ziyaret eden turistlerin yaptıkları çevrimiçi yorumların genellikle olumlu görüşleri yansıttığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum, Ongun ve diğerlerinin (2021) yaptıkları çalışmanın bulgularıyla benzer nitelik taşımaktadır. Yazarlar, kırsal turizm alanında önemli bir turistik destinasyon olan Şirince'yi ziyaret eden turistlerin yaptıkları çevrimiçi yorumları inceledikleri çalışmalarında, söz konusu yorumların çoğunlukla olumlu olduğunu ve dolayısıyla kırsal turizm faaliyetine katılan turistlerin destinasyondan yana memnun bir tavır takındıklarını ifade etmişlerdir. Bu çalışmada da Kaz Dağlarını ziyaret eden turistlerin olumlu görüşlerini yansıttıkları yorumlarının fazla olması ile Ongun ve diğerlerinin (2021) yapmış oldukları çalışmanın sonucunun örtüştüğü ifade edilebilir. Buradan hareketle; doğa turizmi kapsamında önemli destinasyonlar olan Şirince Köyü ve Kaz Dağlarının turistlerin memnuniyet beklentisini karşıladığını ifade etmek mümkün olmaktadır.

Turistlerin yaptıkları çevrimiçi yorumlarda olumlu görüşlerini çoğunlukla doğal ortam ile ilgili ifadelerine dayandırdıkları tespit edilmiştir. Bu durum, Savaşkan ve Haliloğlu'nun (2021) yaptıkları çalışmanın sonucuyla benzer özellik taşımaktadır. Yazarlar, doğa turizmi destinasyonu olan Acarlar Longozu'na yönelik ziyaretçi yorumlarını inceledikleri çalışmalarında, olumlu yorumların genellikle "doğa harikası ve doğal güzelliği ile büyüleyici" şeklinde vurgulandığını ifade etmişlerdir. Dolayısıyla, bu çalışmada da olumlu görüşlerin genellikle doğal ortam özelinde vurgulandığı düşünüldüğünde bu açıdan her iki çalışmanın sonucunun birbirine yakın olduğu çıkarımında bulunmak mümkün olabilir. Buna ek olarak, turistlerin doğal ortam ile ilgili olumlu görüşlerini sıkça dile getirmelerinde Kaz Dağlarının sahip olduğu doğal güzelliklerin bunda etkili olduğu, turistlerin bu duruma dikkat çekmek istediği ve çevrimiçi yorumlarında bu vurguyu yaptıkları ifade edilebilir.

Araştırma kapsamında, doğa turizmi faaliyeti olarak Kaz Dağlarını tercih eden turistlerin yaptıkları olumsuz çevrimiçi yorumlarda genellikle çevre unsuruna vurgu yapmaları dikkati çekmektedir. Bu vurgunun yapılması sırasında genellikle çevrenin kirletilmesinden duydukları hoşnutsuzluğu dile getirmişlerdir. Bu durumu literatürde destekleyen çalışmalar söz konusudur (İnanır ve Ongun, 2019; Savaşkan ve Haliloğlu, 2021). İnanır ve Ongun (2019), yaptıkları çalışmada ziyaretçilerin olumsuz çevrimiçi yorumlarda Salda Gölü'ne yönelik çevresel sorunlara vurgu yaptıklarını, Savaşkan ve Haliloğlu (2021) da Acarlar Longozu'nu ziyaret eden turistlerin olumsuz çevrimiçi yorumlarında çevre kirliliğini sık olarak dile getirdiklerini ifade etmişlerdir. Bu çalışmada da Kaz Dağlarını ziyaret eden turistlerin olumsuz çevrimiçi değerlendirmelerde çevre hakkında şikayetlerini yoğun olarak dile getirmeleri ve çevre kaynaklı sorunlara olumsuz görüşler boyutu altında daha fazla değinmeleri sebebiyle bahsi geçen çalışmaların ilgili bulgularıyla benzerlik taşıdığını ifade etmek mümkündür. Bu doğrultuda, her ne kadar Kaz Dağlarının sahip olduğu doğal güzelliğin önemli bir turistik çekicilik yaratmada avantajı olsa da bu doğal güzelliğe zarar verme potansiyeli yüksek olan

çevre kirliliği unsurlarının da bölge üzerindeki varlığı yadsınamaz bir gerçektir. Turistlerin bu yöndeki olumsuz görüşleri çevre kirliliğinden yana ne kadar şikayetçi olduklarını göstermektedir. Buna ek olarak; turistlerin bu olumsuz durumu Kaz Dağlarının sahip olduğu doğal güzele karşı bir tehdit unsuru olarak gördükleri yönünde değerlendirmede bulunmak mümkündür.

Kaz Dağlarını ziyaret eden turistlerin olumsuz değerlendirmelerinde genel memnuniyetsizlik, ulaşım sorunları ve pahalılık gibi unsurların da yer aldığı görülmektedir. Turistlerin yaptıkları ziyarette beklentilerinin kendileri açısından karşılanamamış olması sebebiyle destinasyonu genel olarak beğenmedikleri, beklentilerinin altında kalmış olmaları gibi değerlendirmelerde bulunmaları bu memnuniyetsizliklerini dile getirmelerinde kanıt niteliği taşımaktadır. Özdemir ve diğerlerinin (2019) yaptıkları çalışmada da bu duruma benzer bir sonuca ulaşılmıştır. Tarım, turizm, takas çiftliklerini ziyaret eden ve bu bölgedeki çiftlik evlerinde konaklayan turistlerin olumlu ve olumsuz yorumlarını inceleyen yazarlar, turistlerin çiftlik evleri ile ilgili olumsuz yorumlarında beklentilerinin altında kaldığını ifade eden görüşlerinin olduğunu vurgulamışlardır. Ayrıca Kaz Dağları bölgesinin özellikle yaz aylarında yoğun turist akımına uğraması ve yollarının bu akımı karşılayacak yeterlilikte olmamasından kaynaklı ulaşımında yaşanan aksaklıklar da turistler tarafından yorumlarda sıklıkla dile getirilmiştir. Bu duruma benzer bir sonuca İnanır ve Ongun (2019) yaptıkları çalışma sonucunda ulaşmışlardır. Yazarlar, Salda Gölü'ne yönelik yapılan çevrimiçi değerlendirmeleri inceledikleri çalışmalarında yol sorununun ziyaretçilerin olumsuz deneyim yaşamalarına sebep olan etkenlerden biri olduğunu ifade etmişlerdir. Bu çalışmada da turistlerin yaşadıkları ulaşım sorunları olumsuz görüşlerden birisi olarak dikkat çekmektedir. Bu doğrultuda, mevcut çalışma kapsamında Kaz Dağları destinasyonunun yol düzenlemesi konusunda yetersiz seviyede kaldığını ve turistlerin bu durumdan şikayetçi olduğunu ifade etmek mümkündür. Turistlerin şikayetçi oldukları bir diğer konu da pahalılıktan yanadır. Turistler, olumsuz yorumlarda ücret özelinde yorumlarına da sıkça vurgu yapmışlardır. Destinasyondaki otopark ücretleri, restoran fiyatları, milli park ücretleri ve lavabo ücretleri gibi unsurların oldukça pahalı olduğunu ve bu durumun düzeltilmesi gerektiğini ifade etmişlerdir. Ongun ve diğerleri (2021) yaptıkları çalışmada benzer sonuçlara ulaşmışlardır. Yazarlar, Şirince'yi ziyaret eden turistlerin çevrimiçi yorumlarında pahalılıktan yana şikayetçi olduklarını ifade etmişlerdir. Bu çalışmada da turistlerin olumsuz görüşlerinde pahalılık unsurunun yer aldığı düşünüldüğünde Ongun ve diğerlerinin (2021) yaptıkları çalışmanın sonucuyla örtüştüğünü ifade etmek mümkündür.

Kaz Dağlarını ziyaret eden turistlerin yaptıkları çevrimiçi yorumlarda potansiyel ziyaretçilere yönelik sık olarak tavsiye vermeleri dikkat çekmektedir. Bu tavsiyeler, Kaz Dağları tatilini deneyimleyen turistlerin gelecekte söz konusu bölgeye turistik seyahatte bulunacak diğer kişilere yönelik iletişimini içermektedir. Bu iletişim içerisinde yer alan tavsiyelerde Kaz Dağlarının mutlaka görülmesi gereken bir destinasyon olduğu ve potansiyel ziyaretçilere de bu yönde teşvik edici yorumların yer aldığı görülmektedir. Buradan hareketle, doğa turizmi faaliyetine katılan ve bu faaliyet alanı için Kaz Dağlarını tercih eden turistlerin, bu deneyimi yaşamaları için çoğunlukla potansiyel ziyaretçilere yönelik önerilerde buldukları yönünde çıkarımda bulunmak mümkün olmaktadır. Buna ek olarak; Kaz Dağlarını ziyaret eden turistlerin potansiyel ziyaretçilere yönelik uyarılarının da çevrimiçi yorumlarda yer aldığı görülmektedir. Söz konusu uyarılar genellikle potansiyel ziyaretçilerin Kaz Dağları destinasyonuna giderken yollarında bulundurmaları gereken birtakım eşyalar ile iklim koşulları ve ulaşım sorunları hakkında olmaktadır. Turistlerin, bu tür uyarılarda bulunması destinasyonu gelecekte ziyaret edecek bireylere kılavuz oluşturması bakımından önem arz etmektedir.

Çevrimiçi yorumlarda dikkat çeken bir diğer unsur Kaz Dağlarını ziyaret eden turistlerin bilgilendirici mesajlarının yer almasıdır. Bu tür bilgilendirici mesajlar turistlerin seyahat deneyimi, Kaz Dağları destinasyonu, bölgedeki konaklama olanakları, fiyat ve kişisel

bilgilendirme başlıkları altında yapılmıştır. Turistlerin ağırlıklı olarak seyahat deneyimleri ve destinasyon hakkında genel bilgilendirici mesajlar vermeleri dikkat çekmektedir. Örneğin; turistler çevrimiçi yorumlarda Kaz Dağlarında gerçekleştirdikleri aktiviteler, katıldıkları faaliyetler hakkında bilgilendirme yapma gereği duymuşlardır. Buna ek olarak, Kaz Dağının nerede bulunduğu, çevre şehirlere olan uzaklığı, tarihi ve mitolojisi hakkında bilgilendirici ve öğretici mesajlarda buldukları da tespit edilmiştir. Buradan hareketle Kaz Dağlarını ziyaret eden turistlerin yalnızca destinasyonu gezip, görme amacını gütmeye, bunun yanında seyahatleri sırasında karşılaştıkları tüm durumları aktarma konusunda hevesli oldukları ve çevrimiçi yorum vasıtasıyla okuyucuların öğrenmesi açısından destinasyona ait özelliklere yer verdiklerini ifade etmek mümkün olabilir. Bilgilendirici mesajlar yalnızca deneyimin aktarılması açısından değil, aynı zamanda öğretici bir nitelik taşıması açısından önem arz etmektedir.

Kaz Dağlarını ziyaret eden turistlerin çevrimiçi yorumlarında dilek mesajlarının da varlığı söz konusudur. Bu tür yorumlarda turistlerin temennilerine yer verdikleri görülmektedir. Söz konusu temennilerin destinasyon ve halk ile ilgili dilekleri içerdiği gibi kişisel temennilerin de varlığı söz konusudur. Bu noktada turistlerin çoğunlukla destinasyon özelinde dilekte buldukları tespit edilmiştir. Bu dileklerin daha çok Kaz Dağlarının doğal güzelliğinin korunması için temennilerden meydana geldiği saptanmıştır. Buradan hareketle turistlerin olumlu yorumlarda sıklıkla doğal güzelliklere, olumsuz yorumlarda ise çevre kirliliğine vurgu yaptıkları göz önünde bulundurulduğunda turistlerin Kaz Dağlarına ait doğal çevrenin korunmasına yönelik temennilerde bulunması muhtemel bir sonuç olarak görülebilir. Burada önemli olan, turistlerin yaptıkları olumsuz değerlendirmelerin neticesinde bu olumsuzlukların giderilmesi noktasındaki taleplerini içeren temenni mesajlarının dikkatle incelenerek gerekli tedbirlerin alınması hususunda çabaların sürdürülmesidir. Dolayısıyla, turistlerin bu tür temennilerini içeren mesajlar Kaz Dağlarının doğal güzelliğinin korunması ve çevre temizliğinin iyileştirilmesi açısından oldukça önemlidir.

Araştırma bulgularından elde edilen sonuçlara göre bazı öneriler geliştirilmiştir. Bu öneriler şunlardır:

- Kaz Dağlarını ziyaret eden turistlerin olumsuz yorumlarında çevre unsuruna sıklıkla vurgu yaptıkları ve çevre kirliliğine yönelik şikayet içeren yorumlarda buldukları tespit edilmiştir. Buradan hareketle, Kaz Dağları destinasyonunda çevre kirliliğini önleyici tedbirlerin alınması ve söz konusu tedbirlerin uygulanması hususundaki denetimlerin gerçekleştirilmesi öneri olarak sunulabilir. Bu uygulamaların gerçekleştirilmesi, doğal güzeleğe sahip olan Kaz Dağlarının bu yapısını koruyabilmesi açısından son derece önemlidir.

- Turistlerin çevrimiçi yorumlarında Kaz Dağları destinasyonunda sunulan imkanların pahalı olmasından yana şikayette buldukları saptanmıştır. Bu nedenle, destinasyondaki otopark, lavabo, milli park, restoran ücretlerinde iyileştirilmeye gidilmesi için çalışmaların yapılması önerilebilir. Bu yönde iyileştirmelerin yapılması söz konusu olumsuzluğun giderilmesinde önemli bir husus olacaktır.

- Turistler, Kaz Dağları destinasyonunun ulaşım alanındaki sorunlarına vurgu yapmışlardır. Özellikle yaz aylarında bölgenin yoğun turist akımına uğradığı düşünüldüğünde destinasyonun sahip olduğu trafik yoğunluğunu azaltacak daha geniş yolların yapılması ve ulaşım konforunu sağlayacak asfalt yolların inşası için çalışmaların gerçekleştirilmesi önerilebilir. Ulaşımın rahat olduğu bir destinasyona daha fazla kişinin ziyarette bulunma ihtimali vardır. Dolayısıyla bölgenin sahip olduğu ulaşım sorununun çözüme kavuşturulması bu açıdan önemlidir.

- Turistlerin yaptıkları çevrimiçi yorumlar incelendiğinde bu yorumların daha çok Türkçe dilinde yapıldığı tespit edilmiştir. Bu durumun sebebi, Kaz Dağları destinasyonunun daha çok iç turizm talebine cevap vermesi ve bunun sonucunda yerli turist ağırlıklı ziyaretçi grubuna

sahip olması olarak ifade edilebilir. Bu nedenle, önemli bir doğa turizmi destinasyonu olmasının yanı sıra oksijen oranıyla dünyanın önde gelen bölgelerinden biri olan Kaz Dağlarının dış turizm talebine cevap verebilen ve yabancı turist grubuna ev sahipliği yapan bir doğa turizmi destinasyonu olabilmesi için çalışmalar yapılabilir. Bu çalışmalarda Kaz Dağları; doğal güzellikleri, sunduğu olanaklar ve mitolojik unsurlarıyla etkili bir tanıtım aracı olarak kullanılabilir.

- Turistlerin yapmış oldukları yorumlar incelendiğinde destinasyon hakkında temennide buldukları ve bu temennilerinin genellikle Kaz Dağlarının doğal güzelliğinin korunması yönündeki isteklerinden meydana geldiği saptanmıştır. Bu doğrultuda; Kaz Dağlarının sahip olduğu doğal güzelliklerinin korunması yönünde politikaların geliştirilmesi ve çevreye zarar verebilecek herhangi bir aktiviteden kaçınılması için cezai yaptırımların daha caydırıcı şekilde uygulanması önerilebilir. Bu durum, Kaz Dağlarının doğasını koruyabileceği gibi turistlerin söz konusu dileklerinin gerçekleşmesini sağlayabilecek ve turistlerin bölgeyi tekrar ziyaret etmelerini mümkün kılacaktır.

Doğa turizmi kapsamında Kaz Dağlarını ziyaret eden turistlerin çevrimiçi yorumlarının incelenerek destinasyon hakkındaki genel görüşlerinin tespit edilmesiyle bu çalışmanın ulusal alanyazına katkı sağlaması beklenmektedir. Bu çalışmanın temel bir sınırlılığı bulunmaktadır. Bu çalışmada yalnızca TripAdvisor.com isimli internet sitesinde Kaz Dağlarını ziyaret eden turistlerin yaptığı çevrimiçi yorumlar incelenmiştir. Gelecek araştırmalarda; Ekşi Sözlük gibi platformlarda yer alan Kaz Dağları ile ilgili yorumların incelenmesiyle çalışmanın bulguları karşılaştırılıp farklı sonuçlar elde edilebilir. Bunun yanı sıra ziyaretçilerin Kaz Dağlarına yönelik memnuniyet, motivasyon ve ziyaret niyetlerinin nitel araştırma yöntemiyle belirlenebileceği çalışmaların yapılması ve buna ek olarak yerel halkın Kaz Dağlarına yönelik algılarının tespit edilmesi amacıyla olgu bilim deseniyle hazırlanan çalışmaların gerçekleştirilmesi önerilebilir.

## KAYNAKÇA

- Akay, B. (2020). Examining the rural tourism experiences of tourists in emerging rural tourism destination: Burdur province, Turkey. *Geo Journal of Tourism and Geosites*, 29(2): 534-544.
- Aydın, N. (2018). Nitel araştırma yöntemleri: Etnoloji. *Uluslararası Beşeri ve Sosyal Bilimler İnceleme Dergisi*, 2(2): 60-71.
- Aylan, S. ve Kaya, İ. (2020). Bir hüzün turizmi destinasyonu olarak ulucanlar cezaevi müzesi ziyaretçilerinin elektronik yorumlarının içerik analizi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1): 488-504.
- Bahar, B. (2015). Elektronik ağızdan ağıza iletişimin tüketici satın alma kararlarına etkisi. *Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar*, (609): 63-72.
- Balıkesir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, (2022). Turizm Potansiyelimiz. <https://balikesir.ktb.gov.tr/TR-90620/turizm-potansiyelimiz.html> (Erişim Tarihi: 22.11.2022).
- Bickart, B. ve Schindler, R. M. (2001). Internet forums as influential sources of consumer information. *Journal of Interactive Marketing*, 15(3): 31-40.
- Blamey, R. K. (2001). Principles of Ecotourism. The Encyclopedia of Ecotourism. New York: CAB International.
- Bolton, M. (1997). Loving Them and Leaving Them: Wildlife and Ecotourism. In Conservation and the Use of Wildlife Resources. Dordrecht: Springer.
- Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*, 9(2): 27-40.
- Brochado, A. (2019). Nature-based experiences in tree houses: Guests' online reviews. *Tourism Review*, 74(3): 310-326.
- Cenni, I. ve Goethals, P. (2017). Negative hotel reviews on TripAdvisor: A cross-linguistic analysis. *Discourse, Context & Media*, 16: 22-30.
- Cnn Türk, (2022). Kaz Dağları Nerede? Hangi Şehirde? Kaz Dağları'na Nasıl Gidilir? <https://www.cnnturk.com/seyahat/kaz-daglari-nerede-hangi-sehirde-kaz-daglarina-nasil-gidilir> (Erişim Tarihi: 13.12.2022).
- Çalışkan, G. ve Sevim, B. (2022). Doğa turizminde artırılmış gerçeklik teknolojileri kullanıma ilişkin turist rehberlerinin görüşlerinin belirlenmesi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 19(3): 423-443.
- Cohen, J. (1960). A coefficient of agreement for nominal scales. *Educational and Psychological Measurement*, 20(1): 37-46.
- Çolak, O. (2009). Turistik Ürün Çeşitlendirme Kapsamında Kırsal Turizm ve Kırsal Turizm İşletmeciliği: Şirince Örneği, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Demir, M. ve Demir, Ş. Ş. (2004). Turistik ürün çeşitlendirmesi kapsamında futbol turizmi: Antalya Bölgesinde bir araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(1): 94-116.

- Doğa Derneği, (2022). Kaz Dağları. [www.dogadernegi.org/kaz-daglari/](http://www.dogadernegi.org/kaz-daglari/) (Erişim Tarihi: 13.12.2022).
- Doğancılı, O. S., Karaçar, E. ve 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.
- Duffy, R.A. (2002). *Trip Too Far: Ecotourism, Politics and Exploitation*. London: Earthscan Publications.
- Edremit Belediyesi, (2022). Kaz Dağları. [www.edremit.bel.tr/kultur\\_turizm/kaz-daglari](http://www.edremit.bel.tr/kultur_turizm/kaz-daglari) (Erişim Tarihi: 13.12.2022).
- Erdoğan, N. (2010). Ekoturizm ve doğa temelli turizmin geldikleri noktadaki kavramsal çerçeve, *Ekoturizm Çalıştayı ve 10. Yılında Todeg*, 20-22 Mayıs 2010, Ankara, Türkiye.
- Erken, K., Atanur, G. ve Tanrıöver, A. A. (2019). Bursa florasının doğa turizmi potansiyeli. *Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 20(1): 92-101.
- Filieri, R., Hofacker, C. F. ve Alguezaui, S. (2018). What makes information in online consumer reviews diagnostic over time? The role of review relevancy, factuality, currency, source credibility and ranking score. *Computers in Human Behavior*, 80: 122-131.
- Gezimanya, (2022). Oksijen Deposu Kaz Dağlarında Gezilecek 10 Yer. [www.gezimanya.com/turkiye/kaz-daglarinda-gezilecek-yerler](http://www.gezimanya.com/turkiye/kaz-daglarinda-gezilecek-yerler) (Erişim Tarihi: 13.12.2022).
- Gök, H. S. ve Şalvarcı, S. (2020). Türkiye'deki gastronomi temalı müzelere yönelik çevrimiçi ziyaretçi deneyimlerinin incelenmesi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 18(1): 120-140.
- Güzel, Ö. (2010). Turistik ürün çeşitlendirmesi kapsamında yeni bir dinamik: İnanç turizmi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 2(2): 87-100.
- Hall, C. M. ve Boyd, S.W. (2005). *Nature-Based Tourism in Peripheral Areas: Development or Disaster?* Clevedon: Channel View Publications.
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G. ve 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.
- Hsieh, H. F. ve Shannon, S. E. (2005). Three approaches to qualitative content analysis. *Qualitative Health Research*, 15(9): 1277-1288.
- Ida Natura, (2022). Kaz Dağları Doğa ve Tabiat Turizmi. [www.idanatura.com/kazdaglari-doga-tabiat-turizmi](http://www.idanatura.com/kazdaglari-doga-tabiat-turizmi) (Erişim Tarihi: 13.12.2022).
- İnanır, A. ve Ongun, U. (2019). Yeşilova Salda'yı ziyaret eden turistlerin deneyimlerinin incelenmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(4): 1028-1041.
- İnanır, A., Uslu, A. ve Çaprak, D. (2019). Sakin şehir ve kırsal turizm: Eğirdir ilçesinde bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(3): 1711, 1726.
- Kafa, N. ve Demircioğlu, E. (2022). Gökçeada'daki konaklama işletmelerine yönelik çevrimiçi müşteri değerlendirmelerinin incelenmesi: Tripadvisor örneği. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 9(2): 52-69.
- Karataş, Z. (2015). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1(1): 62-80.



- Kazdağı Kamp, (2022). Kaz Dağları Gezilecek ve Görülecek Yerler. [www.kazdagikamp.com/kazdaglari-gezilecek-ve-gorulecek-yerler/](http://www.kazdagikamp.com/kazdaglari-gezilecek-ve-gorulecek-yerler/) (Erişim Tarihi: 13.12.2022).
- Khammash, M. ve Griffiths, G. H. (2011). ‘Arrivederci CIAO. com, Buongiorno Bing. com’— Electronic word-of-mouth (eWOM), antecedences and consequences. *International Journal of Information Management*, 31(1): 82-87.
- Kızılırmak, İ., Kaya, F., Yıldız, S. ve Kurtulay, Z. (2016). Yerel paydaşların bakış açısıyla Erzincan ili ekoturizm alanlarının değerlendirilmesi, I. *Ulusal Alternatif Turizm Kongresi*, 07-09 Nisan 2016, Erzincan, Türkiye.
- Kibrit, U. (2019). Doğa Temelli Turizm Faaliyetlerine Katılan Turistlerin Motivasyonlarına Yönelik Bir Araştırma: Kaz Dağları Örneği, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Batman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Batman.
- Kiper, T. ve Arslan, M. (2007). Anadolu’da doğa turizmi kapsamında doğa yürüyüşü güzergahlarının belirlemede örnek bir çalışma. *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 4(2): 165-174.
- Kiper, T. ve Yılmaz, E. (2008). Şarköy-Kumbağ arasında kırsal kalkınmayı destekleyici turizmin olabirliği ve yerel halkın rolü. *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 5(2): 159-168.
- Koday, S., Kaymaz, H. ve Kaya, G. (2018). Kuzalan Tabiat Parkı’nın doğa turizm potansiyeli (Dereli-Giresun). *Marmara Coğrafya Dergisi*, (37): 124-143.
- Korkmaz, M. (2001). Orman Kaynaklarında Doğa Turizmi ve Av Turizmi Etkinliklerinin Ekonomik Çözömlenmeleri, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Köroğlu, Ö., Köroğlu, A. ve Alper, B. (2012). Doğaya dayalı gerçekleştirilen turizm faaliyetleri içerisinde turist rehberlerinin rolleri üzerine bir inceleme. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2012(1): 131-139.
- Lascurain, C. H. (1996). *Tourism, Ecotourism and Protected Areas: The State of Nature-Based Tourism Around the World and Guidelines for its Development*. UK: IUCN, Gland, Switzerland and Cambridge.
- Lee, J., Lee, J. N. ve Shin, H. (2011). The long tail or the short tail: The category-specific impact of eWOM on sales distribution. *Decision Support Systems*, 51(3): 466-479.
- Lee, J., Benjamin, S. ve 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.
- Lu, W. ve 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.
- Luzar, E. J., Diagne, A., Gan, C. ve Henning, B. R. (1995). Evaluating nature-based tourism using the new environmental paradigm. *Journal of Agricultural and applied Economics*, 27(2): 544-555.
- Macaron Otel, (2022). Kaz Dağları ile İlgili Bilinmesi Gerekenler. [www.macaronotel.com/ayvalik-kesfet/Kaz-Dağları-ve-Madra-Dağı](http://www.macaronotel.com/ayvalik-kesfet/Kaz-Dağları-ve-Madra-Dağı) (Erişim Tarihi: 13.12.2022).
- MAXQDA, (2022). “MAXQDA.” <https://www.maxqda.com/tr#> (Erişim Tarihi: 21.12.2022).

- Mckercher, B. ve Chan, A. (2005). How special is special interest tourism? *Journal of Travel Research*, 44(1): 21-31.
- Myers, M. D. (2019). *Qualitative Research in Business and Management*. (3<sup>rd</sup> Edition) Thousand Oaks, California: Sage.
- Nakip, M. ve Yaraş, E. (2016). *Pazarlama araştırmalarına giriş*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Nguyen, T. T. (2019). Tüketicilerin İnternet Üzerinden Alışveriş Davranışlarının Oluşmasında Elektronik Ağızdan Ağıza İletişim Etkisi: Kültürel Farklılıkların İncelenmesi, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Nilashi, M., Ibrahim, O., Yadegaridehkordi, E., Samad, S., Akbari, E. ve Alizadeh, A. (2018). Travelers decision making using online review in social network sites: A case on TripAdvisor. *Journal of Computational Science*, 28: 168-179.
- Oktay, K., İşlek, E. ve Yaşar, U. (2016). Kastamonu'da doğa turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi. *Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi*, 9(2): 47-54.
- Ongun, U., Kervankıran, İ. ve Çuhadar, M. (2021). Kültür ve kırsal turizm destinasyonlarına yönelik çevrimiçi yorumlarının incelenmesi: Şirince Köyü örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1): 219-235.
- Orams, M. B. (1996). Using interpretation to manage nature-based tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 4(2): 81-94.
- Özbük, M. Y. ve Aksoy, Ş. (2017). Elektronik ağızdan ağıza iletişimin pazarlama literatüründeki önemi. *Akdeniz İİBF Dergisi*, 17(35): 81-100.
- Özdemir, M. (2010). Nitel veri analizi: Sosyal bilimlerde yöntem bilim sorunsalı üzerine bir çalışma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1): 323-343.
- Özdemir, Ö., Akyürek, S. ve Kutukız, D. (2019). Tatuta çiftliklerini ziyaret eden turistlerin çevrimiçi yorumlarının incelenmesi. *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 8(1): 106-126.
- Özel, M. A. (2010). *Turizmin Çeşitlendirilmesi Bağlamında Doğa Turizmi: Ankara Örneği*. Kültür ve Turizm Bakanlığı Uzmanlık Tezi, Ankara.
- 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.
- Özkan, U. B. (2019). *Eğitim Bilimleri Araştırmaları İçin Doküman İnceleme Yöntemi*. Ankara: Pegem Akademi.
- Özkul, E. ve Demirer, D. (2012). Şehirlerin turistik markalaşmasında kalkınma ajanslarının rolü, bölge planları üzerine bir doküman incelemesi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 4(4): 157-181.
- Pekar, V. ve Ou, S. (2008). Discovery of subjective evaluations of product features in hotel reviews. *Journal of Vacation Marketing*, 14(2): 145-155.
- Pollach, I. (2006). Electronic word of mouth: A genre analysis of product reviews on consumer opinion web sites, 39th Annual Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS'06), 04-07<sup>th</sup> January 2006, Hawaii.
- Sandwith, T. (1999). *Nature-Based Tourism: A Key Strategy For Sustaining Biodiversity in KwaZulu-Natal, South Africa*. Lothar Gundling, Horst Korn ve Rudolf Specht (Eds.),

- International Workshop: Case Studies on Sustainable Tourism and Biological Diversity* içinde (s. 23-43). German Federal Agency for Nature Conservation 2000.
- Savaşkan, Y. ve Haliloğlu, S. (2021). Ekolojik turizm çerçevesinde Acarlar Longozu'na yönelik e-yorumların analizi. *Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi*, 3(1): 6-20.
- Scott, D. ve Morrison, M. (2005). *Key Ideas in Educational Research*. A&C Black.
- Sparks, B. A. ve Browning, V. (2010). Complaining in cyberspace: The motives and forms of hotel guests' complaints online. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19(7): 797-818.
- Sparks, B. A. ve Browning, V. (2011). The impact of online reviews on hotel booking intentions and perception of trust. *Tourism Management*, 32(6): 1310-1323.
- Stauss, B. (1997). Global word of mouth: service bashing on the Internet is a thorny issue. *Marketing Management*, 6(3): 28.
- Stemler, S. (2001). An overview of content analysis. *Practical Assessment, Research and Evaluation*, 7(17): 137-146.
- Şencan, H. (2005). *Sosyal ve Davranışsal Ölçümlerde Güvenirlik ve Geçerlilik*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Taşkın, M. ve Akçay, S. (2019). Torunlarına bakan büyükannelerin deneyimlerine ilişkin nitel bir araştırma. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 30(2): 583-606.
- Tür, E. (2022). Çalışma yaşamı kalitesi konulu lisansüstü tezlerin bibliyometrik profilinin incelenmesi. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 8(4): 404-414.
- Türk Dil Kurumu, (2022). Doğa Nedir? [www.sozluk.gov.tr](http://www.sozluk.gov.tr) (Erişim Tarihi: 24.12.2022)
- Türkmendağ, T., Erdem, B. ve Akyürek, S. (2021). Güvenli turizm sertifikalı işletmelerin profilleri ve sertifikaya sahip konaklama işletmelerine yönelik çevrimiçi misafir yorumlarının değerlendirilmesi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi* 5(2): 455-476.
- Valentine, P. (1992). *Nature-based tourism*. Belhaven Press.
- Walpole, M. J. ve Goodwin, H. J. (2000). Local economic impacts of dragon tourism in Indonesia. *Annals of Tourism Research*, 27(3): 559-576.
- Xiang, Z., Du, Q., Ma, Y. ve Fan, W. (2018). Assessing reliability of social media data: Lessons from mining TripAdvisor hotel reviews. *Information Technology & Tourism*, 18(1): 43-59.
- Yee, N. (2006). The demographics, motivations, and derived experiences of users of massively multi-user online graphical environments. *Presence: Teleoperators and virtual environments*, 15(3): 309-329.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (9. Genişletilmiş Baskı). Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Zengin, B., Koç, D. E. ve Ulama, Ş. (2019). Kastamonu ilinin doğa turizmi potansiyelinin alternatif turizm kapsamında değerlendirilmesi. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(2): 251-274.