



Yeni Nesil Rekreasyon Deneyimi: Ankara Dijital Hayvanat Bahçesi'nin Ziyaretçi Görüşleri Bağlamında Değerlendirilmesi

New Generation Recreation Experience: Evaluation of Visitor Opinions in the Context of Ankara Digital Zoo

DOI: 10.38155/ksbd.1856843

Araştırma Makalesi /
Research Article

Makale Geliş Tarihi /
Article Arrival Date
05/01/2026

Makale Kabul Tarihi /
Article Accepted Date
12/05/2026

Makale Yayım Tarihi /
Article Publication Date
25/06/2026

KARADENİZ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ

Dr. Öğr. Üyesi Nazik ÇELİKKANAT
PASLI
Giresun Üniversitesi
Turizm Fakültesi
Rekreasyon Yönetimi Bölümü
nazik.celikkanat@giresun.edu.tr
ORCID: 0000-0003-2606-3088

Etik Kurul Beyanı: Bu çalışma, insanlardan veri ve örnek toplamayı gerektiren, anket, inceleme, alan çalışması ve deney içeren araştırmalar kapsamına girmediğinden etik kurul onay belgesi gerektirmemektedir.

*Çelikkanat Paslı, N. (2026). Yeni nesil rekreasyon deneyimi: Ankara dijital hayvanat bahçesinin ziyaretçi görüşleri bağlamında değerlendirilmesi. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, 18 (34), 271-285.

Öz

Teknolojik gelişmeler, insanların boş zaman değerlendirme alışkanlıklarını değiştirerek farklı deneyimler yaşamalarına zemin hazırlamaktadır. Dijital hayvanat bahçeleri, söz konusu değişimin önemli örneklerinden biridir. Bu çalışmanın amacı, ziyaretçilerin yeni nesil rekreasyon deneyimlerinden biri olan dijital hayvanat bahçesi deneyimleri hakkındaki görüşlerinin değerlendirilmesidir. Araştırma verileri, Ankara Dijital Hayvanat Bahçesi'ni ziyaret eden 514 kişinin Google Haritalar üzerinden paylaştığı çevrim içi yorumlarından oluşmaktadır. Elde edilen veriler, içerik analizi sonucunda "Teknoloji", "Organizasyon", "Fiyat ve Değer Algısı" ve "Fiziki Koşullar" olmak üzere dört ana tema altında toplanmıştır. Araştırma sonucuna göre, Ankara Dijital Hayvanat Bahçesi'nin "Görüntü Kalitesi", "Randevu Sistemi", "Ücretsiz Olması", "Ulaşım Kolaylığı" ve "Etik Yaklaşım" alt kategorileri, ziyaretçiler tarafından memnuniyetle karşılanmıştır. Dijital hayvanat bahçelerinin, hayvan refahının sağlanması açısından oldukça önemli olduğu tespit edilmiştir. Dijital hayvanat bahçelerinin gelecekte hayvanat bahçelerinin yerini alabileceği veya iyi bir alternatif olacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Rekreasyon, Dijital Rekreasyon, Dijital Hayvanat Bahçesi

Abstract

Technological advancements have paved the way for diverse experiences by transforming people's leisure habits. Digital zoos are one of the significant examples of this transformation. The aim of this study is to evaluate the opinions of visitors regarding their experiences at digital zoos, which are a new generation of recreational experiences. The research data consist of online comments shared on Google Maps by 514 people who visited the Ankara Digital Zoo. The obtained data were grouped under four main themes as a result of content analysis: "Technology," "Organization," "Price and Value Perception," and "Physical Conditions." According to the research findings, the subcategories of "Image Quality," "Reservation System," "Being Free of Charge," "Transportation Convenience," and "Ethical Approach" were received with satisfaction by visitors. It has been determined that digital zoos are very important in terms of ensuring animal welfare. It is thought that digital zoos may replace traditional zoos in the future or become a good alternative.

Keywords: Recreation, Digital Recreation, Digital Zoo

Giriş

Rekreasyon kelimesi, Latince “recreate” sözcüğünden türemiş olup bu sözcük “yeniden yaratmak” ya da “yeniden doğuş” anlamına gelmektedir (Jensen ve Guthrie, 2006: 9). Literatürde rekreasyon kavramı; keyif alınan etkinlikler, boş zaman etkinlikleri, verimli zaman geçirme gibi farklı boyutlar çerçevesinde ele alınmaktadır. Mobily (1989: 22), rekreasyon kavramının “keyif veren şeyleri yapma eylemi” ile yakından ilişkili olduğunu belirtmiştir. Leitner ve Leitner (2004: 5), rekreasyon kavramının eş anlamlısının “boş zaman etkinliği” olduğunu ifade etmiştir. Karaküçük ve Akgül (2016: 44), rekreasyonun Türkçe karşılığının “boş zamanları değerlendirme” olduğunu belirtirken Çelik (2020: 2) ise rekreasyonu; “verimli zaman geçirme sanatı” olarak ifade etmiştir.

Tarih boyunca insanlar ve topluluklar, tamamen kendilerine ait bir zaman dilimine (boş zamana) sahip olmuş ve bu zamanı içinde buldukları kültürün özelliklerine göre değerlendirmişlerdir (Göral ve Karaküçük, 2016: 9). Günümüzde ise Dijitalleşme Çağı’nda teknolojik gelişmelerin ulaştığı düzey, bireylerin boş zamanlarını değerlendirme biçimlerini önemli ölçüde etkilemiş; katılım gösterdikleri faaliyetlerin çeşitlenmesine ve katılım şekillerinin değişmesine yol açmıştır. Nitekim 20. yüzyılda gerçekleştirilen pek çok rekreatif faaliyet, 21. yüzyılda teknolojinin yaşamın her alanında etkisini göstermesiyle birlikte dijital faaliyetlere dönüşmüştür (Çelikkanat Paslı, 2023: 87). Bu faaliyetlerde fiziksel mekânlar yerlerini dijital ortamlara bırakmıştır. Artık bireyler, dijital ortamlarda ilgileri doğrultusunda spor yapabilmekte, seyahat edebilmekte ve doğayı, hayvanları keşfedebilmektedir. Bu gelişimin bir sonucu olarak, hayvanların ve doğal alanlarının dijital ortamlara aktarılmasıyla dijital hayvanat bahçesi fikri ortaya çıkmıştır. Ankara Dijital Hayvanat Bahçesi söz konusu fikir ile Ankara’da kurulmuş, Türkiye’deki ilk dijital hayvanat bahçesidir.

Dijital hayvanat bahçeleri, hem yeni nesil rekreasyon deneyimi açısından teknolojik bir yenilik hem de hayvan haklarının korunmasına yönelik önemli bir adım olarak nitelendirilebilir. Bu yönüyle araştırmanın hem trend dijital rekreasyon deneyimlerine hem de etik açıdan hayvan refahına katkı sunması beklenmektedir.

Araştırma kapsamında, “Ziyaretçilerin Ankara Dijital Hayvanat Bahçesi’ne yönelik genel memnuniyet düzeyi, çevrim içi yorumlara nasıl yansımaktadır?” sorusuna yanıt aranmıştır. Bu doğrultuda, dijital rekreasyon kapsamında etkinliğin değerlendirilmesi ve ziyaretçi memnuniyetini artırmaya yönelik öneriler sunulacak olması, araştırmayı önemli kılmaktadır.

Kavramsal Çerçeve

Hayvanat Bahçeleri

Hayvanat bahçeleri, insanların hayvanları tanmasına olanak sağlayan, özellikle insanların bakımını üstlenemeyeceği birçok hayvan türüne ev sahipliği yapan doğal ve bitkisel alanlar olarak ifade edilmektedir (Çuhadar, 2025: 58). Gülgün, Özkan ve Yazici (2013: 85), hayvanat bahçesini; “insanları kentsel mekândan soyutlayan, onları doğayla buluşturan, diğer canlıların yaşamlarını tanıma ve izleme olanağı sunan yer” şeklinde tanımlamaktadır.

İnsanlar, özellikle çocuklarının hayvanlar hakkında bilgi sahibi olması, hayvan türlerini keşfetmesi ve güzel zaman geçirmesi amacıyla hayvanat bahçelerini ziyaret etmektedir (Kabadayı ve Sarıışık, 2020: 212). Her yaş grubunun ilgisini çeken hayvanat bahçeleri, destinasyonlar için önemli bir çekicilik unsuru olarak konumlanabilmektedir. Hayvanlar, bazı destinasyonların başlıca turistik simgelerini oluşturmakta ve hatta bölgenin turistik çekim merkezi olmasında etkin rol oynamaktadır (Cohen, 2009: 100-101). Avustralya’da kangurular, Hindistan’da filler ve Bengal kaplanı, Çin’de pandalar turistler için çekicilik unsuru oluşturmaktadır. Türkiye’de ise Anadolu parsı, Van kedisi gibi hayvanlar oldukça ilgi çekmektedir.

Hayvanat bahçeleri dünyada ve Türkiye’de birçok ziyaretçinin ilgi gösterdiği alanlardır. Örneğin, Berlin Hayvanat Bahçesi, 2024 yılında yaklaşık 3,7 milyon ziyaretçi sayısı ile Avrupa’nın en fazla ziyaret edilen hayvanat bahçelerinden biri olmuştur (Aquarium Berlin, 2025). Türkiye’de ise binlerce hayvana ev sahipliği yapan Gaziantep Doğal Yaşam Parkı, 2024 yılında yaklaşık 5 milyon ziyaretçiyi ağırlamıştır (Gaziantep Belediyesi, 2025). Doğa temelli alanlar olan bu merkezler; koruma, eğitim ve eğlence gibi birbiriyle çatışma potansiyeli taşıyan amaçları bir denge içerisinde yürütmek zorundadır. Hayvanat bahçelerinin bir kısmı, ziyaretçileri bilgilendirmek ve hayvan refahını sağlamak için etkili ve yeni teknikler geliştirirken diğerleri, hayvanları yalnızca insan tatmini için suistimal etmektedir (Frost, 2011: 1). Bu yönüyle turizm sektöründe de, birçok hayvanın bu süreçte istismar edildiği ve kötü muameleye maruz kaldığı; bu durumun ise ciddi etik sorunlar yarattığı ifade edilmektedir (Winter, 2020: 2). Eleştirel nitelikteki araştırmaların; hayvanat bahçelerinin ziyaretçileri eğlendirmek amacıyla hayvanları esaret altında tutmasının etik olup olmadığını, hayvan refahını, eğitsel işlevini ve çevresel farkındalık yaratma kapasitesini ve gelecekte dijital deneyimlerle yer değiştirme olasılığını sorguladığını belirtmektedir (Mason 2000: 337).

Dijitalleşme ve Yeni Nesil Deneyimler

Her yeni dijital kavram, gündelik pratikleri dönüştürmekte ve bireylerin mevcut düzenlerini farklı bir perspektiften görmelerine imkân tanımaktadır. Günümüzde toplumsal düzeyde bir ülkenin gelişmişlik düzeyi, yalnızca sahip olduğu teknolojiyle değil, aynı zamanda bu teknolojiye ne ölçüde uyum sağladığıyla da tanımlanmaktadır. Dijital gelişime uyum sağlayan ülkeler günümüzde gelişmiş ülkeler olarak kabul edilirken dijital gelişime entegre olamayan ülkeler ise gelişmemiş ülkeler arasında değerlendirilmektedir (Özçelik Baloğlu, 2023: 1191). Dolayısıyla ülkeler, dijitalleşen dünyada geride kalmamak ve gelişim göstermek için teknolojiye yatırım yapmaktadır.

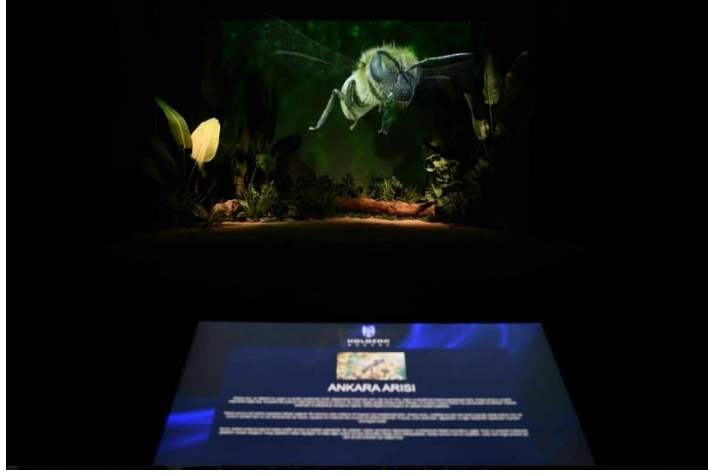
Hızla gelişen yapısıyla teknoloji, toplumların ve ticari işletmelerin yaşamında önemli bir yere sahiptir. Teknolojinin gelişimiyle yaratılan yeni iletişim kanalları ve fikirler, pek çok sektörde uygulanmaya başlanmıştır. Örneğin, son yıllarda sanal ve artırılmış gerçeklik uygulamalarının turizm sektöründe tercih edildiği görülmektedir (Göktaş, 2021: 243). Sanal ve artırılmış gerçeklik uygulamalarının sıklıkla kullanıldığı bir diğer alan ise rekreasyon etkinlikleridir. Günümüzde teknolojik değişimlerin bir sonucu olarak fiziksel alanlarda gerçekleştirilen birçok rekreasyon etkinliği dijital ortamlarda veya fiziksel ile dijitalin birlikte kullanıldığı ortamlarda gerçekleştirilmektedir (Aylan ve Aylan, 2020: 2752). Bu etkinlik alanlarından biri de dijital hayvanat bahçesi projesidir. İstanbul'da "Digital Zoo" ve Ankara'da "Ankara Dijital Hayvanat Bahçesi" isimleriyle faaliyete geçen dijital rekreasyon alanları, ziyaretçilerin ilgisini çekmektedir. Ankara Dijital Hayvanat Bahçesi'ne ait görseller Resim 1 ve Resim 2'de yer almaktadır.



Resim 1. Ankara Dijital Hayvanat Bahçesi

Kaynak: Yazar Tarafından Çekilmiştir.

Yeni Nesil Rekreasyon Deneyimi: Ankara Dijital Hayvanat Bahçesi'nin Ziyaretçi Görüşleri Bağlamında Değerlendirilmesi



Resim 2. Ankara Dijital Hayvanat Bahçesi

Kaynak: Ankara Büyükşehir Belediyesi, 2025

Dijital hayvanat bahçeleri, hayvan refahını merkeze alan etik bir yaklaşım sergileyerek ziyaretçilere etkileşimli ve eğitici deneyimler sunmayı hedeflemektedir. Bu modellerde gerçek hayvanların sergilenmesi zorunluluğu ortadan kalkarken hologram, AR (Artırılmış Gerçeklik) ve VR (Sanal Gerçeklik) gibi teknolojiler sayesinde doğa ve yaban hayatı hakkındaki bilgiler hem etik açıdan sorumlu hem de çevresel olarak sürdürülebilir çerçevede ziyaretçilere aktarılmaktadır (Doğan ve Atal, 2025: 1). Araştırmanın uygulama alanını oluşturan Ankara Dijital Hayvanat Bahçesi, Ankara Atatürk Orman Çiftliği içerisindeki doğal yaşam parkında bulunan 5000 m² kapalı alanda faaliyet göstermektedir. Nesli tükenen ve hiçbir hayvanat bahçesinde bulunmayan hayvan türleri dâhil olmak üzere 150’den fazla hayvan türü, üst düzey teknoloji kullanılarak sergilenmektedir. Bu alanda kullanılan “AR Cloud” teknolojisi sayesinde birden fazla kişi, eş zamanlı dijital içerikleri deneyimleyebilmektedir. Ankara Dijital Hayvanat Bahçesi’nde 8K 3D teknolojisi ve Hyper 3D sistemler kullanılarak ziyaretçilere canlılarla temas ediyormuş duygusu verilmek istenmektedir (Ankara Büyükşehir Belediyesi, 2025). Sunulan teknolojik yeniliklerin ziyaretçiler tarafından nasıl algılandığı oldukça önemlidir. Bu nedenle dijital hayvanat bahçelerinin, ziyaretçi deneyimlerini zenginleştirmek için çevrim içi yorumları dikkate alması gerekmektedir. Yapılan araştırmalarda, ürün veya hizmetlere yönelik çevrim içi yorumların tüketicilerin karar verme sürecindeki belirsizliği azalttığı ve yorumlarda yer alan bilgilerin tüketicilerin davranışlarını yönlendirdiği belirlenmiştir (Hu, Liu ve Zhang, 2008: 202). Çevrim içi incelemelerin tüketici güveni üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu; olumlu incelemelerin hizmet kalitesini doğruladığı, tüketici güvenini güçlendirdiği ve satın alma kararlarını yönlendirdiği tespit edilmiştir (Rachmiani, Oktadinna ve Fauzan, 2024: 514). Bu araştırmada ise Ankara Dijital Hayvanat Bahçesi'nin ziyaretçi yorumları analiz edilerek olumlu

ve olumsuz yorumlar sonucunda öneriler geliştirilmiştir.

Yöntem

İçerik analizi; metinlerden (veya diğer anlamlı materyallerden) kullanıldıkları bağlamlara ilişkin tekrarlanabilir ve geçerli çıkarımlar yapılmasını sağlayan bir araştırma tekniğidir (Krippendorff, 2004: 18). Konuşmalar, diyaloglar, çeşitli kayıtlar, internet sayfaları ve siteleri gibi herhangi bir iletişim aracı, içerik analizi kapsamında incelenebilmektedir (Seggie ve Bayyurt, 2015: 254). Bu çalışmada Ankara Dijital Hayvanat Bahçesi hakkında yapılan ziyaretçi yorumları içerik analizi tekniğiyle incelenmiş; elde edilen kodlar ve kategoriler aracılığıyla belirli temalar altında sınıflandırılmıştır.

Araştırma verilerini, 30 Haziran 2025 ile 30 Eylül 2025 tarihleri arasında Google Haritalar uygulamasında Ankara Dijital Hayvanat Bahçesi'ne yapılan çevrim içi yorumlar oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında 514 ziyaretçi yorumu incelenmiş olup konuyla ilgisi olmayan ifadeler değerlendirmeye alınmamıştır. Birden fazla temaya değinen ifadeler ise içerdikleri her bir farklı konu için ayrı ayrı kodlanmıştır. Dolayısıyla araştırma kapsamında kodlanan ifade sayısı toplamda 772'ye ulaşmıştır. Araştırmanın kapsamı, veri toplama tarihindeki Türkçe dilinde yapılmış çevrim içi ziyaretçi yorumları ile sınırlandırılmıştır.

Araştırmalarda içerik analizi kategorilerinin araştırmanın amacı, konusu ve verileriyle eş güdümlü olarak oluşturulması ve konu hakkında uzman incelemesine başvurulması, araştırmanın geçerlilik ve güvenilirlik düzeyini artırmaktadır (Alanka, 2024: 78; Creswell, 2017: 202). Bu bilgiler dikkate alınarak ilgili literatür ve araştırmanın kuramsal çerçevesi kapsamında bulgular arasında uyum sağlanmış; araştırma verileri değerlendirilirken kapsamlı bir literatür taraması yapılmış ve elde edilen bilgiler doğrultusunda hazırlanan ana temalar ile kodlamalar alanında uzman iki akademisyen tarafından değerlendirilmiştir. Ayrıca tema, kategori ve kodlar arasında mantıksal tutarlılık sağlanmış, her başlık doğrudan alıntılarla desteklenerek araştırmanın geçerliliği ve güvenilirliği bu yöntemlerle sağlanmaya çalışılmıştır.

Bulgular

Ankara Dijital Hayvanat Bahçesi hakkında yapılan çalışmada, içerik analizi sonucunda teknoloji, organizasyon, fiyat ve değer algısı ile fiziksel koşullar olmak üzere dört ana tema belirlenmiştir. Bu temalar, ziyaretçilerin Ankara Dijital Hayvanat Bahçesi deneyimine ilişkin değerlendirmelerini yansıtmaktadır.

Yeni Nesil Rekreasyon Deneyimi: Ankara Dijital Hayvanat Bahçesi'nin Ziyaretçi Görüşleri Bağlamında Değerlendirilmesi

Teknoloji Teması

Bu araştırmada, teknoloji temasının alt kategorilerini olumlu yönde görüntü kalitesi, simülasyon içeriği oluştururken; olumsuz yönde ise görsel-dijital kalite sorunları, arızalı-bozuk cihazlar alt kategorileri oluşturmaktadır. Tablo 1’de, bu alt kategorilerle ilgili istatistiki bilgiler gösterilmektedir.

Tablo 1. Teknoloji Teması Ziyaretçi Memnuniyet Tablosu

TEKNOLOJİ					
Olumlu	f	%	Olumsuz	f	%
Görüntü Kalitesi	108	37,5	Görsel-Dijital Kalite Sorunları	70	24,3
Simülasyon İçeriği	69	23,96	Arızalı-Bozuk Cihazlar	41	14,24
Toplam	177	61,46		111	38,54

Teknoloji temasına ait ziyaretçi memnuniyetleri incelendiğinde, görüntü kalitesi %37,5, simülasyon içeriği ise %23,96 oranıyla ziyaretçilerin olumlu yorumlarını oluşturmuştur. Görsel-dijital kalite sorunları %24,3, arızalı-bozuk cihazlar ise %14,24 oranında ziyaretçilerin olumsuz yorumlarını oluşturmuştur. Genel olarak tablo incelendiğinde, teknoloji temasında ziyaretçilerin olumlu yorumları (%61,46), olumsuz yorumlara (%38,54) oranla daha fazladır. Teknoloji teması kapsamında dijital hayvanat bahçesine ilişkin ziyaretçi yorumlarında; görüntü kalitesi ve simülasyon içeriğine yönelik olumlu, görsel-dijital kalite sorunları ve arızalı-bozuk cihazlar içeriğine yönelik olumsuz ziyaretçi yorum örnekleri şu şekildedir:

K3- “.... Görsellerin kalitesi yüksek, ses ve ışık efektleri de gayet başarılı... Teknolojiyi eğlenceyle buluşturan güzel bir konsept, kesinlikle görülmeye değer.”

K13- “... Gerçek hayvanları görmek yerine, interaktif ekranlar ve dijital projeksiyonlarla çeşitli hayvanları çok detaylı ve eğlenceli bir şekilde tanıyabiliyorsunuz. Çocuklar ve aileler için oldukça eğitici ve ilgi çekici bir ortam yaratılmış.”

K84- “Gerçeği kadar güzel değil, çok karanlık; amatör videolar bile daha gerçekçi.”

K18- “Çocuklar için çoğu alet bozuk veya ekranları kırık ...”

Organizasyon Teması

Organizasyon teması kapsamında randevu sistemi, personel ilgisi, ikram ve ek hizmetler olumlu yönde alt kategorileri oluştururken; bilgilendirme eksikliği, randevu sistemi, genel işleyiş ve personel kategorileri ise olumsuz yönde alt kategorileri oluşturmaktadır. Elde edilen ilgili bulgular Tablo 2’de gösterilmektedir.

Tablo 2. Organizasyon Teması Ziyaretçi Memnuniyet Tablosu

ORGANİZASYON					
Olumlu	f	%	Olumsuz	f	%
Randevu Sistemi	68	40	Bilgilendirme Eksikliği	11	6,47
Personel İlgisi	40	23,53	Randevu Sistemi	13	7,65
İkram ve Ek Hizmetler	28	16,47	Genel İşleyiş ve Personel	10	5,88
Toplam	136	80		34	20

Organizasyon temasına ait ziyaretçi memnuniyetleri incelendiğinde, randevu sistemi %40, personel ilgisi %23,53, ikram ve ek hizmetler ise %16,47 oranıyla ziyaretçilerin olumlu yorumlarını oluşturmuştur. Bilgilendirme eksikliği %6,47, randevu sistemi %7,65, genel işleyiş ve personel ise %5.88 oranında ziyaretçilerin olumsuz yorumlarını oluşturmuştur. Genel olarak tablo incelendiğinde, organizasyon temasında ziyaretçilerin olumlu yorumları (%80), olumsuz yorumlara (%20) oranla daha fazladır. Organizasyon teması kapsamında dijital hayvanat bahçesine ilişkin ziyaretçi yorumlarında; randevu sistemi, personel ilgisi, ikram ve ek hizmetler içeriğine yönelik olumlu, bilgilendirme eksikliği, randevu sistemi, genel işleyiş ve personel içeriğine yönelik olumsuz ziyaretçi yorum örnekleri şu şekildedir:

K54- “Gitmeden önce rezervasyon alın mutlaka. Unutursanız personel yardımcı oluyor ve kendi telefonunuz ile 2 dk. içinde rezervasyon alabiliyorsunuz”

K73- “Personel ilgili ve güler yüzlü”

K30- “Güzel hizmet... Çay, su, üç boyutlu gözlük hepsi ücretsiz. Emeği geçenlere teşekkürler.”

Yeni Nesil Rekreasyon Deneyimi: Ankara Dijital Hayvanat Bahçesi'nin Ziyaretçi Görüşleri Bağlamında Değerlendirilmesi

K21- "... İnternette açık yazmasına rağmen gittiğimizde kapalı diyerek bizi içeri bile almadan geri gönderdiler. Cidden en azından kapalı yazabilirsiniz internete. Berbat bir sistemi var."

K294- "... Saat 17.00'ye randevu almıştık, meğer 17.30'da kapanıyormuş... Evet, mekânın bir kapanma saati vardır ancak madem bu şekilde davranacaksınız en son randevuyu 16.00'ya verin. Yarım saatte gezilecek kadar ufak bir yer değil..."

K103- "... Personeller kaba... Ters konuşuyorlar ..."

Fiyat ve Değer Algısı Teması

Fiyat ve değer algısı temasının alt kategorilerini olumlu yönde ücretsiz olması, etik yaklaşım oluştururken; olumsuz yönde ise karşılaştırma (gerçek hayvanat bahçeleri, belgeseller vb.), verimsizlik (fayda-değer-zaman algısı), yetersizlik alt kategorileri oluşturmaktadır. Tablo 3'te bu alt kategorilerle ilgili istatistiki bilgiler gösterilmektedir.

Tablo 3. Fiyat ve Değer Algısı Teması Ziyaretçi Memnuniyet Tablosu

FİYAT VE DEĞER ALGISI					
Olumlu	f	%	Olumsuz	f	%
Ücretsiz Olması	56	31,46	Karşılaştırma	34	19,1
Etik Yaklaşım	46	25,84	Verimsizlik	28	15,73
			Yetersizlik	14	7,87
Toplam	102	57,3		76	42,7

Fiyat ve değer algısı temasına ait ziyaretçi memnuniyetleri incelendiğinde, ücretsiz olması %31,46, etik yaklaşım ise %25,84 oranıyla ziyaretçilerin olumlu yorumlarını oluşturmuştur. Karşılaştırma %19,1, verimsizlik %15,73, yetersizlik ise %7,87 oranında ziyaretçilerin olumsuz yorumlarını oluşturmuştur. Genel olarak tablo incelendiğinde, fiyat ve değer algısı temasında ziyaretçilerin olumlu yorumları (%57,3), olumsuz yorumlara (%42,7) oranla daha fazladır. Fiyat ve değer algısı teması kapsamında dijital hayvanat bahçesine ilişkin ziyaretçi yorumlarında; ücretsiz olması ve etik yaklaşım içeriğine yönelik olumlu, karşılaştırma, verimsizlik ve yetersizlik içeriğine yönelik olumsuz ziyaretçi yorum örnekleri şu şekildedir:

K490- "... Böyle bir tesisin ücretsiz olması gerçekten inanılmaz."

K397- "... Bence hayvanları insanlarla tanıştırmamanın iyi bir yolu. Ne hayvan haklarına ne de sakinlerine ve besin zincirine zarar veriyor."

K467- “... Başkentte gerçek hayvanat bahçesi olmaması çok büyük bir ayıp ve eksiklik bundan başlamak gerekli...”

K3- “Güzel ama uzaktan gelmek için değmez”

K330- “Çocuklar için gidilebilir ancak yetişkinlere çok hitap etmeyen bir yer. Evde televizyonda izlenecek belgeseller daha dikkat çekici...”

Fiziki Koşullar Teması

Fiziki koşullar temasının alt kategorilerini olumlu yönde ulaşım kolaylığı, mekânın fiziksel özellikleri oluştururken; olumsuz yönde ise ulaşım zorluğu, fiziksel mekân eksiklikleri, diğer alt kategorileri oluşturmaktadır. Elde edilen ilgili bulgular Tablo 4’te gösterilmektedir.

Tablo 4. Fiziki Koşullar Teması Ziyaretçi Memnuniyet Tablosu

FİZİKİ KOŞULLAR					
Olumlu	f	%	Olumsuz	f	%
Ulaşım Kolaylığı	49	36,03	Ulaşım Zorluğu	15	11,03
Mekânın Fiziksel Özellikleri	26	19,12	Fiziksel Mekân Eksiklikleri	33	24,26
			Diğer	13	9,56
Toplam	75	55,15		76	44,85

Tablo 4 incelendiğinde ulaşım kolaylığı %36,03 ile olumlu yönde, ulaşım zorluğu %11,03 ile olumsuz yönde ziyaretçi yorumlarında yer almıştır. Mekânın fiziksel özellikleri %19,12 ile olumlu yönde yorum alınırken fiziksel mekân eksiklikleri %24,26, diğer ise %9,56 ile olumsuz yönde yorum almıştır. Genel olarak tablo incelendiğinde ise fiziki koşullar temasında ziyaretçilerin olumlu yorumları (%55,15), olumsuz yorumlara (%44,85) oranla daha fazladır. Ziyaretçi yorum örnekleri şu şekildedir:

K146- “Çocuklar için iyi düşünülmüş bir yer. Ulaşımı kolay...”

K473- “... Geniş, rahat, ferah bir alan. Çocukların da hayvanları kafese koymaktansa dijital bir şekilde tanınmasına yardımcı oluyor...”

K511- “Öncelikle içerisi inanılmaz havasız ve sıcaktı. Bu yaz günlerinde o kadar kalabalık içinde havasızlık tahammülü çok zor. Gezen herkes ter içinde kalarak geziyordu.”

Yeni Nesil Rekreasyon Deneyimi: Ankara Dijital Hayvanat Bahçesi'nin Ziyaretçi Görüşleri Bağlamında Değerlendirilmesi

K34- "... Bu kadar emek verilmiş güzel bir yerde sigara izmaritleri çok çirkin bir görüntü oluşturuyor..."

Tablo 5. Genel Ziyaretçi Memnuniyet Tablosu

GENEL MEMNUNİYET		
	f	%
Olumlu	490	63,47
Olumsuz	282	36,53
Toplam	772	100

Ziyaretçilerin tüm yorumları incelendiğinde (Tablo 5) olumlu yönde yapılan yorumların (%63,47), olumsuz yorumlara (%36,53) oranla daha fazla olduğu görülmektedir. Tablo 5'e göre genel ziyaretçi memnuniyetinin olumlu yönde olduğu tespit edilmiştir.

Sonuç

Bu araştırmada, Ankara Dijital Hayvanat Bahçesi'ne yönelik ziyaretçi yorumları analiz edilerek memnuniyet düzeyleri ortaya konulmuştur. Elde edilen veriler sonucunda "Teknoloji", "Organizasyon", "Fiyat ve Değer Algısı" ve "Fiziki Koşullar" olmak üzere dört ana tema belirlenmiştir.

Teknoloji teması genelinde olumlu ziyaretçi değerlendirmelerinin daha yüksek olduğu; ancak görsel-dijital kalite sorunları ve arızalı-bozuk cihazlar hususlarının da memnuniyetsizliği önemli ölçüde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu bilgiler doğrultusunda, teknolojik iyileştirmelerin yapılması ve teknik sorunlu cihazların giderilmesi söz konusu memnuniyetsizlikleri azaltacaktır.

Organizasyon teması genelinde ziyaretçilerin olumlu değerlendirmelerinin daha baskın olduğu; özellikle randevu sistemi, personel ilgisi ile ikram ve ek hizmetler hususlarının memnuniyet oluşturduğu tespit edilmiştir. Ankara Dijital Hayvanat Bahçesi'nin özellikle rezervasyon sistemiyle ziyaretçi kabul etmesi ve rezervasyonla gelen ziyaretçilerin karekodlarını okutarak sıra beklemeden kolay bir şekilde hizmet alabilmeleri olumlu görüş olarak ön plana çıkmıştır. Personelin ilgili tutumu ve ücretsiz ikramların sunumu da olumlu algıyı desteklemiştir. Buna karşın, belirtilen çalışma saati ile ziyaretçi kabul edilen saat aralığının farklı olması ve benzer bazı önemli bilgi eksikliklerinin bulunması, olumsuz yorumlarda dikkat çeken hususlardır.

Fiyat ve değer algısı teması genelinde olumlu ve olumsuz ziyaretçi değerlendirmeleri birbirine yakın düzeyde çıkmıştır. Ücretsiz olması ve etik yaklaşım hususları, olumlu görüşleri desteklerken; karşılaştırma, verimsizlik ve yetersizlik hususları ise olumsuz algıyı artırmaktadır. Ulaşımında ücretsiz ring servisi bulunması, ücretsiz otopark imkânı sunulması ve girişin ücretsiz olması, söz konusu temada ziyaretçiler tarafından memnuniyetle karşılanmıştır. Bununla birlikte, hayvanların esaret altında tutulmadığı, zarar görmediği, dijital yöntemlerle sunulup tanıtıldığı bu platform, hayvan haklarının korunmasına destek olduğu düşüncesiyle takdir toplamıştır. Bu durum, ziyaretçilerin sadece kendilerine sunulan hizmete değil, aynı zamanda etik değerlere de önem verdiğini göstermektedir. Öte yandan, ziyaretçilerin dijital içerikleri gerçek hayvanat bahçeleriyle kıyaslaması ve tesisin konumunu gidilen mesafeye göre verimsiz bulması, fiyat ve değer algısı temasındaki eleştirilerin odağını oluşturmuştur.

Fiziki koşullar teması genelinde fiyat ve değer algısı temasındaki gibi, olumlu ve olumsuz değerlendirmelerin birbirine oldukça yakın olduğu saptanmıştır. Bazı ziyaretçiler, tesise ulaşımın kolay olduğunu ve iç mekânın geniş ve ferah bir yapıya sahip olduğunu belirtirken; bazıları ise tesisin uzak olduğunu, iç mekânın bakımsız olduğunu, havalandırma ve aydınlatmanın yetersiz kaldığını, ziyaretçilerin kullanımına sunulan makinelerin küçük çocuklar için uygun olmadığını ifade etmiştir. Bu doğrultuda, tesis donanımının gözden geçirilmesi ve şikâyetlerin uygun şekilde çözüme kavuşturulması, olumsuz yorumları azaltacaktır.

İlgili araştırmalar incelendiğinde, Doğan ve Atal (2025) çalışmasında, Ankara Dijital Hayvanat Bahçesi deneyimini PACT modeli (İnsanlar, Etkinlikler, İçerikler, Teknolojiler) çerçevesinde analiz etmiştir. Söz konusu çalışmanın bulgularına göre, dijital hayvanat bahçelerinin çevre bilincini artıracığı, geleneksel hayvanat bahçelerine alternatif olabileceği; ancak Ankara Dijital Hayvanat Bahçesi özelinde ise teknolojik eksiklikler (düşük çözünürlüklü görseller vb.) ve mekânsal tasarım eksiklikleri (fiziksel erişilebilirlik sorunları, yaşa uygun içerik sunumunun eksikliği vb.) bulunduğu tespit edilmiştir. Bu doğrultuda, Doğan ve Atal'ın çalışması ile mevcut bu araştırma arasında paralellik olduğu görülmektedir. Scollen ve Mason (2024) çalışmasında, Avustralya'daki Shark Dive ve Hologram Zoo deneyimleri, sürdürülebilir yaban hayatı turizmine model olmak üzere iki farklı vaka olarak incelenmiştir. Çalışma sonuçlarında, Hologram Zoo'nun uygun fiyatlı olmasının ve kentte kolay ulaşılabilen bir alışveriş merkezi içerisinde yer almasının avantajlı olduğu vurgulanmıştır. Bu bağlamda, Scollen ve Mason'un araştırması ile bu çalışma arasında, Ankara Dijital Hayvanat Bahçesi'nin ücretsiz olmasıyla ilgili benzer sonuçlar görülürken; konumunun şehir merkezinden uzak olması nedeniyle ortaya çıkan şikâyetler açısından farklılık göstermektedir. Ankara'nın çeşitli

Yeni Nesil Rekreasyon Deneyimi: Ankara Dijital Hayvanat Bahçesi'nin Ziyaretçi Görüşleri Bağlamında Değerlendirilmesi

ilçelerinden servis hizmetleri verilerek Ankara Dijital Hayvanat Bahçesi'nin daha ulaşılabilir hale getirilmesi sağlanabilir. Gelecekte dijital hayvanat bahçesi kurmak isteyen kamu veya özel sektör yatırımcıları mekânsal konuma dikkat ederek yaşanabilecek memnuniyetsizlikleri engelleyebilir.

Ankara Dijital Hayvanat Bahçesi'nin eğitim amaçlı kullanımının yanı sıra farkındalık yaratmak amacıyla kullanılması da ziyaretçi sayısını artırarak kamuoyu önünde hayvan haklarının öne çıkarılmasında etkin bir rol oynayacaktır. Bu konu hakkında aşağıdaki uygulamalar hayata geçirilebilir:

- Ankara Dijital Hayvanat Bahçesi'nde hayvan haklarına yönelik farkındalık gösterileri gerçekleştirilebilir. Örneğin, 10 Aralık Dünya Hayvan Hakları Günü'nde hayvan haklarına yönelik; 4 Nisan Sokak Hayvanları Günü'nde sokak hayvanlarına yönelik sergiler, konferanslar, eğitimler verilebilir.
- Ankara Dijital Hayvanat Bahçesi'nde hayvanlara ait özel günlerde, o günün konseptine ait gösteriler düzenlenerek eğitim gezileri yapılabilir. Örneğin, 26 Ağustos Dünya Köpekler Günü vb. günlerde, günün anlam ve önemine yönelik dijital gösteriler gerçekleştirilebilir.
- Hayvan bakımı, hayvan sahiplenme, rehber hayvan ve hayvanlarla terapi gibi konuları içeren özel bölümler oluşturularak yetişkinlerin ilgisi ve bilgisi artırılabilir.

Dünyada bu alandaki ilk örnekler arasında yer alan Ankara Dijital Hayvanat Bahçesi'nin ziyaretçi genel memnuniyet oranının yüksek olduğu görülmektedir. Gelecekte hayvanat bahçelerinin yerini dijital hayvanat bahçelerinin alabileceği ihtimali bulunmaktadır. Bu ihtimal hayvanların esaret altında tutulması, istismar edilmesi ve diğer birçok etik ihlalin önüne geçilmesini sağlayabilir.

Ankara Dijital Hayvanat Bahçesi, 08.09.2025 tarihinde kapsamlı bir tadilata alınmıştır. Tadilat sonrasındaki aynı veya farklı platformlardaki yorumların karşılaştırılması ilgili alan yazına katkı sağlayabilir. Ayrıca gelecekte dijital ortamlarda yapılan yorumlar, Ankara Dijital Hayvanat Bahçesi personeli tarafından yanıtlanarak ziyaretçi memnuniyet oranları artırılabilir.

Yazar Katkıları: Bu makale tek yazarlı olarak yazılmıştır

Çıkar Beyanı: Bu makalede herhangi bir çıkar çatışması yoktur.

Kaynaklar

- Alanka, D. (2024). Nitel bir araştırma yöntemi olarak içerik analizi: Teorik bir çerçeve. *Kronotop İletişim Dergisi*, 1(1), 64-84.
- Ankara Büyükşehir Belediyesi. (2025). *Dijital hayvanat bahçesi*. Erişim Tarihi: 10.07.2025, Erişim Linki: <https://dhhb.ankara.bel.tr/>
- Aquarium Berlin. (2025). *Çeşitliliğin değerlendirilmesi*. Erişim Tarihi: 10.12.2025, Erişim Linki: https://www.aquarium-berlin.de/en/news/aquarium-news/article/bilanz-der-vielfalt-ein-jahrzehnt-des-wandels-in-den-zoologischen-gaerten-berlin?utm_source.
- Aylan, F. K., Aylan, S. (2020). Sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik uygulamalarının rekreatif faaliyetlere yansması: Dijital rekreasyon. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 2746-2760.
- Cohen, E. (2009). The wild and the humanized: Animals in Thai tourism. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 20(1), 100-118.
- Creswell, J. W. (2017). *Araştırma deseni. Nitel, nicel ve karma yöntem yaklaşımları*. Eğiten Kitap.
- Çelik, S. (2020). Rekreasyona giriş. S. Özer (Ed.), *Turizm işletmelerinde rekreasyon ve animasyon içinde* (s. 1-15). Akademisyen Kitabevi.
- Çelikkanat Paslı, N. (2023). Dijital rekreasyon hizmetleri. B. Çal & İ. Cebeci (Ed.), *21. yüzyılda hizmet sektörüne yeni bir bakış içinde* (s. 88-105). Nobel Bilimsel Eserler.
- Çuhadar, Y. (2025). Ziyaretçi perspektifiyle Bursa hayvanat bahçesi. *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 11(1), 52-62.
- Doğan, D., Atal, D. (2025). Beyond the cage: A PACT analysis of digital zoo experiences. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 1-18.
- Frost, W. (2011). Rethinking zoos and tourism. In W. Frost (Ed.), *Zoos and tourism: Conservation, education, entertainment?* (pp. 1-8). Channel View.
- Gaziantep Belediyesi. (2025). *Gaziantep doğal yaşam parkı*. Erişim Tarihi: 10.12.2025, Erişim Linki: <https://dogalyasam.gaziantep.bel.tr/tr>.
- Göktaş, L. S. (2021). Turizm sektöründe sanal ve artırılmış gerçeklik. A. Ülkü (Ed.), *Dijital dönüşüm ve turizm içinde* (s. 231-248). Nobel Bilimsel Eserler.
- Göral, Ş., Karaküçük, S. (2016). Boş zaman tarihi. S. Karaküçük (Ed.), *Rekreasyon bilimi içinde* (s. 5-42). Gazi Kitabevi.
- Gülğün, B., Özkan, Ç., Yazıcı, K. (2013). Geleneksel hayvanat bahçelerinden doğal yaşam parklarına. *Selçuk Tarım Bilimleri Dergisi*, 27(2), 84-91.
- Hu, N., Liu, L., Zhang, J. (2008). Do online reviews affect product sales? The role of reviewer characteristics and temporal effects. *Information Technology and Management*, 9(3), 201-214.
- Jensen, C. R., Guthrie, S. P. (2006). *Outdoor recreation in America*. Sixth Edition. Human Kinetics.
- 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.

Yeni Nesil Rekreasyon Deneyimi: Ankara Dijital Hayvanat Bahçesi'nin Ziyaretçi Görüşleri Bağlamında Değerlendirilmesi

- Karaküçük, S., Akgül, B. M. (2016). *Ekorekreasyon: Rekreasyon ve çevre*. Gazi Kitabevi.
- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Sage Publications.
- Leitner, M. J., Leitner, S. F. (2004). *Leisure enhancement*. Third Edition. The Haworth Press.
- Mason, P. (2000). Zoo tourism: The need for more research. *Journal of Sustainable Tourism*, 8(4), 333-339.
- Mobily, K. E. (1989). Meaning of Recreation and leisure among adolescents. *Leisure Studies*, 8, 11-23.
- Özçelik Baloğlu, Ö. (2023). Teknolojik bir dönüşüm olarak dijitalleşme kavramı ve etkileri. *Neşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(2), 1189-1210.
- Rachmiani, R., Oktadina, N. K., Fauzan, T. R. (2024). The impact of online reviews on consumer purchasing decisions on E-commerce Platforms. *International Journal of Management Science and Information Technology*, 4(2), 504-515.
- Scollen, R., Mason, A. (2024). Shark dive and hologram zoo: Two case studies of virtual animal encounters as possible models for sustainable wildlife tourism. *Animals*, 14(6), 926.
- Seggie, F. N., Bayyurt, Y. (2015). *Nitel araştırma: Yöntem, teknik, analiz ve yaklaşımlar*. Anı Yayıncılık.
- Winter, C. (2020). A review of research into animal ethics in tourism: Launching the annals of tourism research curated collection on animal ethics in tourism. *Annals of Tourism Research*, 84, 102989.