



Araştırma Makalesi (Research Article)

**YAŞAYAN OSMANLI KÖYÜ CUMALIKIZIK'A YÖNELİK NETNOGRAFIK BİR
ARAŞTIRMA (A NETNOGRAPHIC RESEARCH ON THE LIVING OTTOMAN VILLAGE
CUMALIKIZIK)****

Yusuf ÇUHADAR^{1*} (orcid.org/ 0000-0002-1765-9675)

¹Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Osmaneli MYO, Otel Lokanta İkram Hizmetleri Bölümü, Bilecik, Türkiye

Özet

Osmanlıların Bursa'da ilk yerleştikleri bölgelerden olan Cumalıkızık, günümüzde hala önemini yitirmemiştir. Osmanlı sivil mimarisinin en güzel örneklerini oluşturan ve halkın halen içlerinde yaşamlarını sürdürdükleri evlerin olduğu, özgün yapısıyla günümüze kadar gelen bir açık hava müzesi özelliği taşımaktadır. Bu bağlamda, yaşayan Osmanlı köyü Cumalıkızık'a yönelik çevrimiçi turist deneyimlerinin yani netnografik olguların nitel araştırma yöntemi olan içerik analizi ile incelenmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda Cumalıkızık'ı ziyaret eden kişiler TripAdvisor platformuna destinasyon hakkında çeşitli yorumlarda bulunmuşlardır. Bu yorumlar 2019-2024 tarihleri arasında toplamda 156 ziyaretçi tarafından oluşturulmuş olan tüm Türkçe yorumlardır. TripAdvisor platformundan yorumlar alınmış ve bilgisayar ortamına aktarılmış, sonrasında Maxqda 2024 analiz programında içerik analize ve Kappa analizine tabi tutulmuştur. Analizler sonucunda kod ve kod sistemi, kelime bulutu, ana ve alt temalar ve tek vaka modeli oluşturulmuştur. Sonuç olarak ziyaretçiler destinasyonun tarihi dokusundan etkilenip doğasına hayran kalmışlardır. Ancak hizmet anlayışının olmayışı, ticarethane havasında oluşu ve kalabalıktan dolayı muzdarip olduklarını belirtmişlerdir.

Anahtar Kelimeler: Turist Deneyimleri, TripAdvisor, İçerik Analizi, Netnografi, Cumalıkızık

Abstract

Cumalıkızık, one of the first regions where the Ottomans settled in Bursa, has not lost its importance today. It is an open-air museum that has survived to the present day with its original structure, which constitutes the most beautiful examples of Ottoman civil architecture and where the people can still continue their lives in them. In this context, it is aimed to examine the online tourist experiences of the living Ottoman village Cumalıkızık, i.e. netnographic phenomena, with content analysis, which is a qualitative research method. In this context, people who visited Cumalıkızık made various comments about the destination on the TripAdvisor platform. These comments are all Turkish comments created by 156 visitors in total between 2019 and 2024. The comments were taken from the TripAdvisor platform and transferred to the computer environment, then subjected to content analysis and Kappa analysis in Maxqda 2024 analysis program. As a result of the analysis, code and code system, word cloud, main and sub-themes and single case model were created. As a result, visitors were impressed by the historical texture of the destination and admired its nature. However, they stated that they suffered from the lack of service understanding, the commercial atmosphere and the crowd.

Keywords: Tourist Experiences, TripAdvisor, Content Analysis, Netnography, Cumalıkızık

Giriş

20. yüzyılın ortalarından günümüze değin turizm anlayışında seyahat güdülerinin değişmesi ve beklentilerin farklılaşması gerçekleşmiştir (Karacaoğlu ve Cankül, 2022). Eskilerde turizm sözü geçtiğinde ilk akla gelen şey kitle turizmi olmuştur. Günümüzde ise alternatif turizm çeşitleri ön plana çıkmıştır (Kodaş ve Eröz, 2012). Bu alternatif turizm çeşitleri yani yeni turizm trendleri tarih, doğa yürüyüşü, sağlık, kırsal ve kültür turizmi olarak sıralanmaktadır (Çeken, Dalgın ve Çakır, 2012). Kitle turizmine alternatif olarak farklı turizm deneyimleri yaşamak isteyen gezginler doğayı ve tarihi alanları ziyaret etmekte ve ziyaretlerine ilişkin deneyimlerini online ortamlarda paylaşmaktadır (Ongun, Kervankıran ve Çuhadar, 2021). Geçmişten günümüze teknolojik unsurlar hızlı bir şekilde gelişim göstermiştir (Çıtak, 2023). İletişim araçları da bu durumdan etkilenmiştir. Böylelikle insanlar bilgiye ulaşım konusunda sıkıntı çekmemektedirler. İnternet

*Sorumlu yazar: yusuf.cuhadar@bilecik.edu.tr

DOI: 10.33083/joghat.2024.473

teknolojisi dünya genelinde hızla yayılmıştır. Bu durumda da insanlar artık online platformlardan bilgi transferi ya da iletişim olanakları içine girmişlerdir (Çuhadar, 2021).

Çevrimiçi platformlarda yer alan tüketici yorumları turizm arz unsurları ve nihai tüketiciler arasında oldukça etkin bir iletişim aracı haline gelmiştir (Eşiyok ve Öztürk, 2021). Çevrim içi yorumlar yardımıyla nihai tüketiciler tecrübe ettikleri restoran seçimleri, konaklama yerleri, eğlence merkezleri ve destinasyonlar hakkında deneyimlerini paylaşırken potansiyel tüketicilerin de görebilecekleri yorumlar yapmaktadırlar (Türker ve Yaşar, 2018). Turistik hizmeti daha öncesinde deneyimlemiş bireylerin yapmış olduğu olumlu ve olumsuz yorumlar potansiyel tüketicilerin ürün ya da hizmeti satın alma düşüncelerini etkilemektedir (O'Connor, 2010). Bu manada çevrim içi platformlarda yapılan yorumları incelemek önem arz etmektedir.

Turizm olgusunda üretim ile tüketimin eş zamanlı olması (Çıtak ve Yılmaz, 2023) ve soyut olma özelliği nedeniyle nihai tüketicinin satın aldıkları veya satın alma niyetinde oldukları turizm ürünü ya da hizmeti önceden deneyimleme olanağı yoktur (Hacıoğlu ve Avcıkurt, 2011). Turizm ürünün belirtilen özellikleri neticesinde potansiyel turistler, satın alma davranışı öncesinde mal veya hizmetten haberdar olma gereksinimi duymaktadırlar. Seyahat deneyimini yapmadan önce bilgiye gereksinim duyan potansiyel turist, bu ihtiyacı gidermek için farklı kaynaklardan bilgi edinme teşebbüsünde bulunmaktadır (Liu vd., 2008). Bahsi geçen bilgi kaynaklarından bir tanesi de daha önce satın alma deneyimi yaşamış olan tüketicilerin fikirlerine başvurmadır (Çetin ve İstanbullu Dinçer, 2014).

Bilgi sağlamak amacıyla çok fazla sayıda tüketicilerin bulunduğu siteler, sosyal ağlar, tartışma formları ve bloglar kullanılmaktadır (Güzel, 2017). TripAdvisor bu online ortamlardan en yaygın bir biçimde kullanılanlardan birisidir. Birçok kullanıcı için TripAdvisor platformu ciddi manada önem arz eden ve güvenilir olan çevrimiçi ortamlardan biridir (Ayeş, Au and Law, 2013; Kladou and Mavragani, 2015; Cenni and Goethals, 2017; Stoleriu vd, 2019; Lee, Benjamin and Childs, 2022; Çuhadar, 2024). Bu platformda kullanıcılar ziyaret ettikleri destinasyon hakkında deneyimlerini en içten bir biçimde paylaşabilmektedir. Aynı zamanda başka kişilerin deneyimlerinden de yararlanabilmektedir. Sosyal medya, TripAdvisor ve benzeri siteler sayesinde turistik ürünler hakkında bilgi edinmeyi kolaylaştıran kayda değer bir öge haline almıştır (İmre, 2020).

Bu çalışmada yaşayan Osmanlı Köyü Cumalıkızık'ı ziyaret eden turistlerin TripAdvisor platformunda yapmış oldukları çevrimiçi yorumlar incelenmiştir. Araştırma alanı olarak buranın seçilmesinin sebebi Cumalıkızık'ın özgün yapıda olmasıdır. Çünkü bu köy yapısı ve tarihi zenginliklerle beraber gelenek/görenek, kültürel yaşantı ve örf/adetini günümüze değin koruyarak aktarmıştır. Bu özelliği ile aslında Cumalıkızık çok önemli bir mimari miras unsurudur. Yapısal zenginlikleri ile beraber Cumalıkızık, doğal güzellikleri, çevresi, Bursa'ya ve Uludağ'a ulaşılabilirliği ve iklim özellikleriyle çekicilik unsurlarını günümüzde de devam ettirmektedir. Ayrıca UNESCO tarafından 2014 senesinde Cumalıkızık Köyü, UNESCO Dünya Miras Listesinde yerini almıştır.

Yapılan bu çalışmada çevrimiçi yorumlar ile ilgili temaların belirlenmesinin ve destinasyon bağlamında sürdürülebilir çözüm önerilerinin atfedilmesinin önemli olduğu düşünülmektedir. Ayrıca yukarıda da bahsedildiği üzere turizm soyut olması, potansiyel tüketiciler için son kullanıcının çevrim içi platformlara yaptıkları yorumların önemli olması ve daha önce bu destinasyonda benzer bir çalışmanın yapılamaması bu çalışmanın yazar tarafından literatüre katkı sağlayacağı kanısına itmiştir. Son olarak Cumalıkızık'ı ziyaret eden bireylerin destinasyonla alakalı turistik deneyimlerinin incelenmesinin yöredeki kamu ile özel sektör yöneticileri, işletmeciler ve yörede yaşamını idame ettiren yerel halk için yol gösterici bir özelliğe sahip olması açısından önem arz etmektedir.

Kavramsal Çerçeve

Yaşayan Osmanlı Köyü Cumalıkızık

Tarihi destinasyonlar, bir uygarlığın düşünce yapısını, örf/adetini, gelenek/göreneklerini, sanata bakış açılarını ve kaidelerini, kültür yapılarıyla hem maddi hem de manevi değerlerini ortaklaşa barındıran varış yerleridir. Böyle yerler, geçmişten günümüze değin o bölgede yaşamını idame ettiren medeniyetlerin felsefi, mimari ve yapısal özelliklerini barındırmaktadır. Bu kapsamda, bu medeniyetlerin bu yerlerde bulunan yapılarda büyük maddi göstergeleri görülmektedir (Kiper, 2004). Bu bağlamda Cumalıkızık da var olduğu dönemin kalıntılarını, tarihi yapısını korumuş, aynı anda örf/adet, gelenek/göreneklerini günümüze değin ulaştırmıştır.

Cumalıkızık, Bursa'nın Yıldırım ilçesine yaklaşık 3 km. Bursa'ya ise 10 km mesafededir. Burada incir ve kestane ağaçlarıyla süslenmiş peş peşe dizilmiş cumbalı evleri ve parke taşlarıyla motiflenmiş dar sokakları

vardır. Ayrıca adeta renk cümbüşü yaratan boyanmış evleri ve turuncu kiremitten çatıları ile Osmanlı dönemine ait en iyi sivil mimari örneğidir. 700 yıllık bir vakıf köyü olan Cumalıkızık, Uludağ'ın güney eteklerine kurulmuş 5 Kızık köyünden biridir (Bursa Valiliği, 2024).

Osmanlı Beyliği Bursa civarında kurulmuştur ve kuruluşundan kısa bir süre sonra bulunduğu alanı hakimiyet altına almıştır. 1326 semesinde Bursa'yı, 1331 semesinde İznik'i işgal ederek o bölgede hüküm sürdüğünü tasdikletmiştir. Böylelikle Osmanlı soyundan gelenlerin bu yöreye yerleşerek burada koloni oluşturulması sağlanmıştır. Aslında Cumalıkızık vakıf köyü olarak kurulmuştur. Bu durum yaşam biçimi, konutların yapısı ve yerleşim dokusuna yansımıştır. Uludağ'ın dik kuzey yamaçlarıyla derin derbendinde sıkışan kırsal köylerin bu durumlarından ötürü "kızık" adı verilmiştir. Bu köyler birbirinden farklılaşması bağlamında dereye yakın olan köye Derekızık, fidyeye verme eğiliminde olana Fidyekızık ve Kızık yerleşmelerinden toplu bir şekilde hep birlikte cuma namazını kılmak için gidilen yere de Cumalıkızık isimleri atfedilmiştir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2024).

Özgünlük açısından bakıldığında Cumalıkızık Bursa'nın diğer yöreleri ile ayrılmaktadır. Çünkü bu köy yapısal ve tarihi zenginliklerle beraber gelenek/görenek, kültürel yaşantı ve örf/adetini günümüze değin koruyarak aktarmıştır. Bu özelliği ile aslında Cumalıkızık çok önemli bir mimari miras unsurudur. Yapısal zenginlikleri ile beraber Cumalıkızık, doğal güzellikleri, çevresi, Bursa'ya ve Uludağ'a ulaşılabilirliği ve iklim özellikleriyle çekicilik unsurlarını günümüzde de devam ettirmektedir (Taş ve Taş, 2009).

Cumalıkızık köyünde son senelerde restorasyon yapılan birçok mekân butik otel, restoran, pansiyon, çay bahçesi ve satış dükkanına dönüştürülmüştür. Lakin Cumalıkızık'ın geleneksel mamulleri meydana kurulan basit tezgahlarda sosyo-ekonomik yaşam içinde kayda değer bir öneme sahip olan kadınlar aracılığıyla ziyaretçilere takdim edilmektedir. Tamamıyla doğal olan mamullerden meydana gelen Cumalıkızık köyü kahvaltısı; çeşitli reçeller (böğürtlen, ahududu, kayısı, şeftali vb.), gözlemesi, köy eriştesi ve tarhanası oldukça meşhurdur. Her sene haziran ayında yapılan Ahududu Şenliği de büyük ilgi görmektedir. Şenlik, 2010 senesinden beri Kültür Bakanlığı'nın destekleriyle "Cumalıkızık Festivali" olarak düzenlenmektedir. (Bursa Valiliği, 2024).

Cumalıkızık doğal ambiyansı ve tarih kokan zenginliklerinin yanında, sosyo-kültürel yapısı ve kendine has ahşap evleri ile günümüze değin ulaşmış ve bozulmamış kültürel miras örneğidir. Köyde Cumalıkızık Etnografya Müzesi ve Sanat Evi, Cumalıkızık Evleri, Cumalıkızık Cami, Zekiye Hatun Çeşmesi, Cumalıkızık Hamamı ve Anıt Çınarlar yer almaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2024).

Cumalıkızık Köyü, Sultan Külliyesi ve Hanlar Bölgesi Bursa'nın tarihi mekanları bağlamında Unesco Dünya Miras çetelesine kabul edilmesine yönelik Müzeler Genel Müdürlüğü, Kültür ve Turizm Bakanlığı Kültür Varlıkları ve Bursa Büyükşehir Belediyesi katkılarıyla oluşturulan dosya; UNESCO Dünya Mirası Merkezi Sekreterliği'ne 1 Şubat 2013 tarihi itibarıyla, Dışişleri Bakanlığı vasıtasıyla nakledilmiştir. UNESCO tarafından 2014 senesinin haziran ayında Bursa'nın Sultan Külliyesi ve Hanlar Bölgesiyle birlikte Cumalıkızık Köyü, UNESCO Dünya Miras Listesinde yerini alması cazip görülmüştür (Türkiye Kültür Portalı, 2024).

Yöntem

Nitel analiz yöntemlerinden Netnografya tekniği bu çalışmada kullanılmıştır. Olguyu ya da durumları parçalayarak analiz etmenin aksine nitel araştırmalar, durum ya da olguları bütüncül (holistik) bir yaklaşımla incelemeyi gaye edinir (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Bazı kesimler tarafından çevrimiçi etnografi olarak da tanımlanana Netnografya, toplumun ya da bireyin online ortamda gerçekleştirdikleri sanal faaliyetleri gözlemleyen ve bunları nitel yöntemle yorumlayan bir çalışma olarak atfedilir (Sharma, Ahuja and Alavi, 2018:2). 20. yüzyılda Kozinets tarafından açığa çıkarılan ve tüketici davranışıyla pazarlamanın farklı araştırma mevzuları için kullanılmaya başlanan netnografi; (Sandlin, 2007: 288) bireysel anlatıları, etkileşim tarzlarını, uygulama ya da ritüelleri, ortak bir alışverişi, çevrimiçi kuralları, muasır organizasyon şekillerini veya söylemsel stilleri meydana çıkarma bağlamında olağanüstü bir tekniktir. Sanal ortamda oluşturulan online yorumların toplanıp analize tabi tutulmasına dayanan netnografik analizler, birçok araştırmacı açısından güvenilirdir (Yoo and Gretzel, 2008; Mkonon, 2011; Thanh and Kirova, 2018; Akyürek ve Kutukız, 2020). Bu sanal platformlar belli turizm olgularını araştırma bağlamında güvenilir ve kolay erişilebilir kaynaklar sunmaktadır. Bu kapsamda, yaşayan Osmanlı Köyü Cumalıkızık'a gelen ziyaretçi görüşlerinin incelenmesini konu edinen bu çalışmada amaca ulaşmada netnografya tekniğinin cazip bir yöntem olduğu anlaşılmaktadır. Yapılan çalışmada ikincil veriler setinden yararlanıldığı için ve TR Dizin'in yayınlamış olduğu etik kurul izni gerektirmeyen bir araştırma olmasından dolayı herhangi bir kurumdan etik izin raporu alınmamıştır.

Bu çalışmada, Cumalıkızık ile alakalı TripAdvisor platformunda yapılan katılımcı yorumlarının içerik analizi yardımıyla çözümlenmesi hedef alınmıştır. Bu platformda yer alan Cumalıkızık ile alakalı yazılanlar bu hedef doğrultusunda internet ortamında indirilerek Word dosyasına aktarılmıştır. Sonrasında bilgisayar vasıtasıyla Word dosyası düzenlenmiş, Maxqda 2024 nitel analiz paket programına aktarılmıştır. Bu program sayesinde açık ve kapalı kod sistemiyle elde edilmiş ve alt temalar, ana temalar, kodlar belirlenmiştir. Saha çalışmalarında elde edilen veriler kapsamında oluşturulan ana temalar, alt temalar ve kodların oluşturulması açık kod sistemi yani tümevarımsal yöntemle yapılmıştır. Saha araştırmasına çıkmadan bir teoriye dayalı olarak ya da alanyazından yararlanılarak yapılandırılmış kod sistemini tündengelimsel yöntem yani Kapalı kod sistemi olarak ifade edilir. Açık kodlama yapılırken Corbin and Strauss (2014)'ün kodlama paradigmasından yararlanılmıştır. Creswell (2013)'ün eleştirisi dikkate alınarak çalışma kapsamında kodlamalar sahadan gelen verilerle birlikte alanyazından elde edilen bilgiler kullanılarak oluşturulmuştur.

Bu çözümlenmede ilk olarak yorumlar üzerinden temalar oluşturulmuş ve bu temalar yorumlar deşifre edilerek kod sistemine aktarılmıştır. Toplamda 318 kod temalar aktarılmıştır. Sonrasında ise temaların sıklıklarına ve birbiri ile ilişkisine bakılmıştır. Ayrıca ele alınan yorumlar içinde sık geçen ifadelerden bir kelime bulutu yapılmıştır. Cumalıkızık'ı Mayıs 2024'e kadar ziyaret etmiş ve TripAdvisor platformuna burayla ilgili yorum yapmış 156 ziyaretçi araştırmanın evrenini temsil etmektedir. Araştırma kapsamında kullanılan yorumlar 2019-2024 tarihleri arasında olan tüm Türkçe yorumlardır. Dilsel yeterlilik bağlamında sadece Türkçe yorumlar araştırmaya konu olmuştur.

TripAdvisor platformunda üye olarak defalarca gezdikleri yerlere ithafen yorumda bulunan milyonlarca gezgin bulunmaktadır (Stoleriu vd., 2019). Birçok çalışmada bu yorumlar kullanılmıştır. Bundan dolayı da TripAdvisor platformu turizm çalışmalarında güvenilir veri kaynağı olarak atfedilmiştir (Lupu, Brochado and Stoleriu 2017). Bu çalışmada ekstradan yapılan çalışmanın güvenilir olduğunu ölçmek amacıyla Kappa analizi uygulanmıştır. Bunun üzerine Cohen's katsayısı analizi yapılmıştır. Bu istatistiki yöntem iki ya da daha çok değerlendiricinin arasındaki karşılaştırmalı uyuşmanın güvenilirliğini test etmek amacıyla uygulanır (Landis and Koch, 1977). Yürütülen çalışma ile alakası olmayan iki değerlendiriciye kodlamalar verilmiştir. Bu bağımsız değerlendirme sonucu Cohen's Kappa kodlamasıyla 0,71 olarak hesap edilmiştir. Landis and Koch (1977)'a göre Cohen's Kappa katsayısının 0,61 ile 0,80 aralığında yer alması, kayda değer bir seviyede uyum yakaladığını göstermektedir. Bundan dolayı yapılan çalışmada değerlendiriciler arasında önemli düzeyde bir uyum olduğu görülmekte ve kodlama anahtarının güvenilir olduğuna karar verilmektedir.

Bulgular

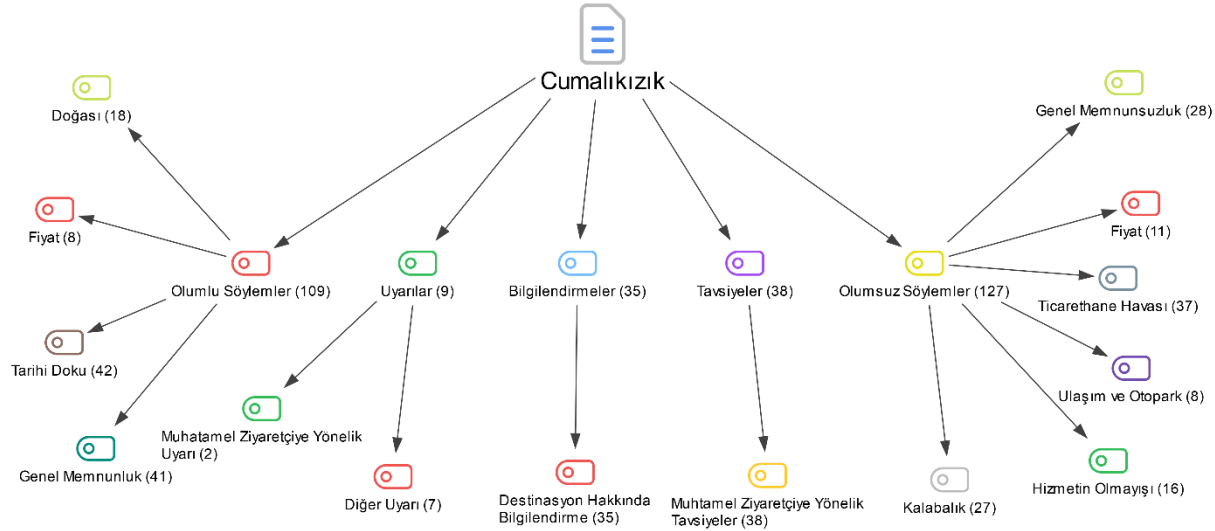
Bu bölümde Cumalıkızık'ı ziyaret eden turistlerin TripAdvisor platformunda yapmış oldukları online yorumlar; sıklıkla geçen sözcüklerin kelime bulutu, oluşturulmuş kod sistemi, alt temalar, ana temalar ve tüketicilerin görüşlerinin dağılımını gösteren tek-vaka modeli ortaya konulmaktadır.

Çalışma kapsamında TripAdvisor platformuna yapılan yorumların tamamı en fazla yinelenen sözcüklerin belirlenmesi amacıyla içerik analizine tabi tutulmuştur. Bu bağlamda Maxqda 2024 programında MAXDicto modülünden faydalanarak kelime bulutu oluşturulmuştur. Minimum karakter sayısı dört olarak belirlenmiş olup dört ve üstü tüm kelimelerin listelenmesi sağlanmıştır. Bu kapsamda, 156 ziyaretçini yorumlarından toplam sözcük sayısının 7024 olduğu, tespit edilmiştir. Şekil 1'de ki kelime bulutunda aynı kavramı ifade eden kelimeler birleştirilmiştir (örneğin, Cumalıkızık'ı + Cumalıkızık'a + Cumalıkızık'ın + ... = Cumalıkızık vb. gibi). En çok tekrar eden sözcük kelime bulutundan da anlaşılacağı üzere Cumalıkızık olmuştur.

TripAdvisor platformundan ele geçirilen datalar çözümlenerek “Maxqda Analytics Pro 2024” programı vasıtasıyla tanımlama yapılarak açık-kapalı kod sistemiyle oluşturulmuş ve ana temalar, alt temalar, kodlar oluşturulmuştur. Creswell (2013)’ün yaptığı eleştiri kaideye alınarak araştırma ışığında kodlamalar hem saha hem de alanyazından elde edilen veriler ile beraber oluşturulmuştur.

Cumalıkızık köyünü deneyimleyen bireylerin online ortamdaki söylemlerinin incelenmesiyle ortaya çıkan 5 ana tema ve 14 alt tema ait kod sistemi Şekil 3’te sıklık, alt ve ana tema dağılımları ayrıntılı olarak Tek-Vaka modeli aracılığıyla yansıtılmıştır.

Şekil 3. Cumalıkızık’ı ziyaret eden bireylerin görüşlerinin dağılımını gösteren tek-vaka modeli



Kodlama sıklığını tespit etmek amacıyla Maxqda programından yararlanılarak Tek-Vaka modeli çıkartılmıştır. Buna istinaden alt tema ve alt tema sıklıkları oluşmuştur. Şekil 3’te de görüleceği üzere Cumalıkızık destinasyonuna gitmiş bireylerin bu köye yönelik söylemlerini kapsayan, alt ve ana temaların dağılımları gösterilmiştir. Bu bilgiler ışığında ziyaretçi yorumları ve kendine özgü açıklamaları aşağıda sunulmuştur. Bazı ziyaretçi yorumları Şekil 3’te tasarlanmış olan alt temaların ziyaretçi tecrübelerine etkisini açık bir biçimde göstermek gayesiyle, doğrudan alıntı yapılarak aktarılmıştır. Bu çevrimiçi yorumlar Z1 ile Z156 arasında kodlandırma yapılmış ve bu şekilde metne yansıtılmıştır.

Olumlu Söylemler Temasına Ait Bulgular

Şekil 3’te gösterildiği gibi; olumlu söylemler ana teması içindeki alt temalar kodlama sıklığına göre sırasıyla; tarihi doku 42, genel memnunluk 41, doğası 18 ve fiyat 8 olarak kodlanmıştır. Olumlu söylemler ana teması altındaki en çok sıklık tarihi doku alt temasında olmuştur. Bu bağlamda “*Muhteşem bir tarihi dokusu var. Özgün halde ayakta kalabilmiş. Bozulmamış*” (Z3), “*Cumalıkızık köyü tarihi ve nostaljik evleri ve kaldırım taşları ile güzel bir yerdir*” (Z17), “*Tarihe doğru gidip geliyorsunuz. Mükemmel sokaklarda eski zamanlarda geziniyorsunuz*” (Z33) vb. gibi ziyaretçiler görüşlerini beyan etmişlerdir. Tarihi doku alt temasına ait diğer ziyaretçi yorumlarda benzer nitelikte olup, ziyaretçilerin açık bir şekilde Cumalıkızık’ın tarihi dokusundan etkilendikleri anlaşılmaktadır. Diğer olumlu söylemler ana teması altındaki alt tema olan genel memnunluk üzerine ziyaretçi görüşleri; “*Tarihi, doğası, insanı, doğal ortamı ve el emeği göz nuru ürünleriyle sıcacık bir hafta sonu yaşamak isteyenlerin kesinlikle uğraması gereken bir yer... Osmanlı mirası*” (Z32) diyerek ziyaretçi görüşünü sunmuştur. Yine bir başka alt tema doğası konusunda ziyaretçiler, “*Güzel ve yemyeşil bir doğası var*” (Z52), “*Otantik bir Osmanlı köyü. Uludağ eteklerinde temiz havası gerçekten harika*” (Z55), “*Gerçekten havası doğası mükemmel bir yer*” (Z81) gibi ifadelerde bulunmuşlardır. Son alt kategorisi olan fiyat konusunda ziyaretçiler, “*turistik eşyalar çok ucuz geldi bana*” (Z108), “*Yiyip içme imkanları güzel fiyatlar normal abartılı değil*” (Z111), “*Manzarası, temizliği ve fiyatı iyi*” (Z140) gibi yorum yapmışlardır.

Uyarı Temasına Ait Bulgular

Uyarı kategorisine ait bulgular Şekil 3’te görülebileceği gibi; muhtemel ziyaretçiye yönelik uyarı 2 ve diğer uyarı 7 olarak kodlanmıştır. Bu kapsamda da uyarı ana teması altındaki en çok sıklık diğer uyarı alt temasında olmuştur. Bu bağlamda “*çok büyük işporta tezgâhı kirliliği var. Mutlaka bunun önüne geçilmesi lazım*” (Z60) ve “*Bu gibi yerlere devlet el atmalı buna bir önlem almalı, köyün dışında yer mevcut oraya yer yapıp satışlar oradan olsa, gelen insanlarda o güzelim tarihi dokuyu rahat rahat görebilse keşke*” (Z77), “*ziyaretler, araç*

giriş çıkışları kontrollü olmalı artık” (Z129) ziyaretçiler çeşitli uyarılarda bulunmuşlardır. Bir başka uyarılar ana teması altındaki alt tema olan muhtemel ziyaretçiye yönelik uyarı üzerine ziyaretçi görüşleri; “Çok merak edip hevesle gittik engelliye kesinlikle uygun değil akülü tekerlekli sandalye taşlardan asla gitmiyor yazık böyle kültürel bir yere engelli iseniz gidemeyeceksiniz kızım aşırı üzüldü bir daha asla uğramam” (Z6), “Gitmeden önce hava durumuna bakmayı unutmayın. Yağmurlu havada sakın gitmeyin. Her yeri sel götürüyor eğimden dolayı” (Z15) diyerek ziyaretçi görüşlerini sunmuşlardır.

Bilgilendirme Temasına Ait Bulgular

Şekil 3’te görüldüğü gibi; bilgilendirme ana kategorisi içindeki alt kategoriler sadece destinasyon hakkında bilgilendirme 35, olarak kodlanmıştır. Bu kapsamda da bilgilendirme ana kategorisi altındaki en çok sıklık destinasyon hakkında bilgilendirme alt temasında olmuştur. Bu bağlamda “Osmanlıların Bursa’da ilk yerleştikleri bölgelerden olan Cumalıkızık, 180’i halen kullanılan, bazılarında ise koruma ve restorasyon çalışmalarının yapıldığı toplam 270 ev ile Osmanlı dönemi konut dokusunu günümüze taşımaktadır. Cumalıkızık yerleşiminin güneydoğusunda, Uludağ eteklerindeki ihlamuru Mevkii’nde, Bizans devrine ait bir kilise kalıntısı 1969 yılında tespit edilmiştir. Kilise kalıntısının yüzeyde rastlanan bazı mimari parçaları Bursa Arkeoloji Müzesi’nde saklanmaktadır. Bursa yakınlarında kurulan Osmanlı beyliği, kuruluşundan kısa zaman sonra bölgeye hâkim olmayı başarmış, 1326 yılında Bursa’yı, 1331 yılında İznik’i fethederek yörede varlığını kesin olarak kabul ettirmiştir. Böylece Osmanlı halkının bu topraklara yerleşerek kentler ve köyler oluşturması sağlanmıştır. Cumalıkızık vakıf köyü olarak kurulmuştur ve bu özelliğini yerleşim dokusu, konut mimarisi ve yaşam biçimine yansıtmıştır. Uludağ’ın kuzeyindeki dik etekler ile vadilerin arasında sıkışıp kalan yöre köylerine bu konumlardan dolayı “kızıl” adı verilmiştir. Köylerin birbirlerinden ayrılması için de dereye yakın olanına derekızık, fideye verene fidyekızık ve kızık köylerinden topluca gidilerek cuma namazı kılınan köye de Cumalıkızık adları verilmiştir. Bursa’nın tarihi alanlarından hanlar bölgesi, sultan külliyesi ve Cumalıkızık köyü’nün, Unesco dünya mirası listesine alınmasına yönelik bursa büyükşehir belediyesi, kültür ve turizm bakanlığı kültür varlıkları ve müzeler genel müdürlüğü çalışmalarıyla hazırlanan dosya; 1 Şubat 2013 tarihi itibarıyla, Unesco dünya mirası merkezi sekreterliği’ne dışişleri bakanlığı aracılığıyla iletilmiştir. Cumalıkızık köyü, Unesco tarafından Haziran 2014 tarihinde Bursa’nın hanlar bölgesi, sultan külliyesi ile birlikte Unesco dünya miras listesinde yer alması uygun görülmüştür.” (Z4), “Tarihi evlerin olduğu bir belde. Cadde gibi bir yerde tezgahlar var alışveriş yapılabilir eğlenceli bir gezi. Çevrede yerli halkın işlettiği kafeler var” (Z146) ziyaretçiler destinasyon hakkında görüşünü bildirmiştir.

Tavsiye Temasına Ait Bulgular

Şekil 3’te görüldüğü gibi; tavsiye ana kategorisi içindeki alt kategoriler sadece muhtemel ziyaretçiye yönelik tavsiyeler 38 olarak kodlanmıştır. Bu bağlamda “Bebek arabasıyla gidecek olan varsa dikkat etsin. Arnavut kaldırımı olan yollara sahip. Bebek arabası gitmiyor ve çocuğu kucakta götürüyorsunuz” (Z52), “Eğer kalabalık tan hoşlanmıyorsanız, hafta içi gitmenizi öneririm. Zira hafta sonları çok kalabalık oluyor. Hediyelik eşya dükkanları oldukça çok. Karnınızı doyurabileceğiniz mekanlar mevcut. Bursa’ya gittiğiniz de mutlaka uğrayabileceğiniz bir yer” (Z67), “Bursa’ya gelipte burayı gezmeden gitmek olmaz kesinlikle gezmeniz ve kahvesinden içmeniz lazım şayet kahvaltı yapacaksanız her yerde değil mekan yorumlarına bakarak kahvaltı yapacağınız yeri seçmenizi tavsiye ederim ayrıca köylülerin yaptığı hediyelik eşyalar güzel ve ev yapımı doğal ürünlerde bulabilirsiniz Not: en az 2 saat ayırmanız lazım gezmeniz ve keyfini sürmeniz için” (Z105) olarak ziyaretçiler görüşlerini beyan etmişlerdir.

Olumsuz Söylemler Temasına Ait Bulgular

Her ne kadar olumlu düşünceler daha fazla olsa da olumsuz düşünceler de vardır. Şekil 3’te görüldüğü gibi; olumsuz düşünceler ana kategorisi içindeki alt kategoriler kodlama sıklığına göre sırasıyla; ticarethane havası 37, genel memnunsuzluk 28, kalabalık 27, hizmetin olmayışı 16, fiyat 11, ulaşım ve otopark 8 olarak kodlanmıştır. Olumsuz söylemler ana teması altındaki en çok sıklık ticarethane havası alt teması olmuştur. Bu bağlamda “700 yıllık bir geçmişe sahip olduğu söylenen bir köy yerine; her alanı, tarihi yapıları ve konakları ticarethaneye dönmüş bir sıkışık alan karşılıyor insanı. Her kapının önünde bir şeyler satmak için sizi içeri çağıran insanlar...” (Z89) ziyaretçi görüşünü beyan etmiştir. Farklı olarak bir başka ziyaretçi, “Her şey iyi güzel de esnaf veya esnafçılık bu tip yerlerde fırsatçılık seklene dönüşüyor” (Z140) yorumunda bulunmuştur. Yine bir başka alt tema genel memnunsuzluk konusunda ziyaretçiler, “Köyü büyük bir ticarethaneye çevirmişler, ilk girdiğim andan itibaren her yerde satıcılar ve açık olan bütün evler kafeye çevrilmiş. Köyün o tarihini ve havasını hissedemedik. Her yerde Çin malı oyuncak ve bundan dolayı da çocukla gezmek için uygun bir yer değil. Unesco’dan yetkililer tekrar gelip köyü incelemeli” (Z21), “Geçmişe yönelimin revaçta olduğu şu günlerde köy ve köylü ilgili kültürün canlı örneklerini bulunabilecek gayet güzel bir köy fakat ismi sizi

şaşırtmasın gittiğimizde çok fazla bir şeyle karşılaşmayacaksınız hediyelik eşya satanların köylü teyzelerin uğrak mekânı olmuş açıkçası hayal kırıklığı yaşattı.” (Z137) gibi görüş bildirmişler. Diğer alt kategori ise kalabalıktır. Bu kapsamda “hafta sonu çok turla gelen olduğu için adım atılmıyor, insan seli her yer” (Z10), “Bence artık aşırı yoğun bir turist dalgasına maruz kalıyor. Özellikle orta doğulu taarruzu mevcut.” (Z57) ziyaretçiler görüşlerini sunmuşlardır. Bir başka olumsuz söylem alt kategori ise hizmetin olmayışıdır. Bu bağlamda “Temizlik genel görünüm hijyen tam bir felaket zaman kaybı tavsiye etmiyorum” (Z25), “amaç sadece para kazanmak olmuş, ama karşılığında verilen hizmet kötü” (Z92) ziyaretçiler görüş bildirmişlerdir. Bir başka alt tema fiyat konusunda ziyaretçiler, “boğazda yapacağınız kahvaltı fiyatına kahvaltı yapıyorsunuz ama bomboş hizmet 0” (Z1), “Fiyatlar çok çok abartılı.” (Z2) görüş sunmuşlardır. Son alt teması olan ulaşım ve otopark konusunda ziyaretçiler, “Trafik gidiş ayrı dert geliş ayrı dert” (Z2), “gerilmeye otoparktan itibaren başlayabilirsiniz” (Z137) gibi yorum yapmışlardır.

Sonuç, Tartışma, Öneriler

Cumalıkızık’ı ziyaret eden turistlerin TripAdvisor platformunda yaptıkları çevrimiçi yorumlarda toplam 5 farklı ana tema 14 alt tema belirlenmiştir. Ana temalar; “olumlu söylemler”, “uyarı”, “bilgilendirme”, “tavsiye” ve “olumsuz söylemler” olarak sıralanmıştır. “Olumlu söylemler” temasında, bireylerin Cumalıkızık’ı ile ilgili pozitif yönde değerlendirmeleri yer almaktadır. Olumlu söylemler ana teması altındaki en çok sıklık tarihi doku alt temasında olmuştur. Bu bağlamda ziyaretçiler tarihi dokudan etkilenmişler ve otantik bir atmosferde olduklarını hissetmişlerdir. Çuhadar (2021) yapmış olduğu çalışmada benzer bir şekilde işlediği destinasyonun adeta açık hava müzesi gibi tarihi eserlerle dolu olması turizm deneyimini bariz bir şekilde olumlu yönde etkilediğini beyan etmiştir. Fiyat konusunda ziyaretçiler genel manada fiyatların insanların alım gücünü aşmadıklarını söylemektedir bu da toplumda yaşamını idam ettiren tüm kesimin Cumalıkızık’ı kolayca yararlanmasına olanak sağlamaktadır. Yetim, Dursun ve Argan (2021) yapmış oldukları çalışmada da benzer bir şekilde fiyatların uygun olmasının tüketicilere ekonomik anlamda avantaj sağladığını söyleyerek çalışmadaki sonucu destekler nitelikte olduğu anlaşılmaktadır. Sonrasında Cumalıkızık’a gelen ziyaretçilerin genellikle memnun ayrılmaları turistik ürününü olumlu yönde pazarlaması açısından önem arz etmektedir. Yani ziyaretçi memnuniyeti bu bağlamda bir kez daha sağlanmış olup yeni bireylerin kolayca gelmesinin yolu açılmış olmaktadır. Akabinde bahsi geçen Cumalıkızık’ın doğal ortamı, temiz havası insanlar üzerinde hoş bir etki yaratmaktadır. Yani olumlu bir ambiyans olmaktadır. Genel anlamıyla bakıldığında insanlar bursa Cumalıkızık’ı ziyaret ettiklerinde olumlu düşünceler sergilemektedir.

Uyarı temasında muhtemel ziyaretçiye yönelik uyarı ve diğer uyarı olarak kodlanmıştır. Bu kapsamda da uyarı ana teması altındaki en çok sıklık diğer uyarı alt temasında olmuştur. Bu bağlamda ziyaretçiler destinasyondaki işletmelerin durumu, tarihi dokuya tahribat olgusu, alt yapı üst yapı olanakları hakkında uyarılarda bulunmuştur. Bilgilendirme ana kategorisi içindeki alt kategoriler sadece destinasyon hakkında bilgilendirme olarak kodlanmıştır. Bu kapsamda da bilgilendirme ana kategorisi altındaki en çok sıklık destinasyon hakkında bilgilendirme alt temasında olmuştur. Bu bağlamda destinasyon hakkında özellikle köyün nasıl kurulduğu, nasıl isminin aldığı nasıl bir yapıda olduğu ve Unesco miras listesine girdiği hakkında bilgilendirmeler yapılmıştır. Tavsiye ana kategorisi içindeki alt kategoriler sadece muhtemel ziyaretçiye yönelik tavsiyeler olarak kodlanmıştır. Bu bağlamda genel anlamda destinasyon nezdinde alt yapı üst yapı olanakları, hangi mekanlardan daha çok yararlanılabileceği ve hangi zaman aralığında bu destinasyonu ziyaret edilebileceği konusunda tavsiyelerde bulunulmuştur. Tür (2023) yapmış olduğu çalışmada benzer biçimde çalışmasında incelediği destinasyonu ziyaret eden turistlerin yaptıkları çevrimiçi yorumlarda potansiyel ziyaretçilere yönelik sık olarak tavsiye vermeleri dikkat çekmektedir. Potansiyel ziyaretçilerin turistik deneyimlerinin olumlu yönde gelişmesinde katkı sağlanacağı düşüncesindedir. Aynı çalışmada destinasyonun nerede bulunduğu, çevre şehirlere olan uzaklığı, tarihi ve mitolojisi hakkında bilgilendirici ve öğretici mesajlarda buldukları da tespit edilmiştir. Bu bağlamda benzer şekilde destinasyonu ziyaret eden bireylerin sadece bu varış noktasını gezip, görme gayesinde bulunmadığı, bunun yanı sıra seyahatleri esnasında karşılaştıkları tüm olayları aktarma kapsamında istekli oldukları anlaşılmaktadır. Bilgilendirici yorumlar sadece deneyimlerin bir başkasına aktarılması yönüyle değil, aynı anda öğretici bir özellik taşıması bakımından önem arz ettiği düşünülmektedir.

Olumsuz söylemler temasında, bireylerin Cumalıkızık’ı ile ilgili negatif yönde değerlendirmeleri yer almaktadır. Bu söylemler ilk başta Cumalıkızık’ın ticarethane havasına bürünmesi olayıdır. Her yerde bir işletme olması ve bu işletmelerdeki kişilerin oraya gelen kişileri yürüyen para olarak algılamaları ziyaretçi motivasyonunu ve olumlu algısını geri çekmektedir. Akabindeki sorun kalabalık oluşuyla ilgilidir. Her zaman olmasa da Cumalıkızık özel günlerde ve tatil günlerinde ziyaretçi akımına maruz kalmaktadır. Aslında bu durum herkesin bu güzel destinasyondan faydalanmak istemesinden kaynaklanmaktadır. Hemen hemen

insanoğlu benzer şeylerden mutlu oldukları için ve aynı zamanda hareket ettikleri için yoğunluk kaçınılmazdır. Üçüncü olarak olanaklar, temizlik ve çevre üzerinedir. İnsanların çevreyi temiz tutmadığı, çevrenin daha düzgün olması gerektiği ve olanakların daha fazla olmasını istedikleri anlaşılmaktadır. Verilen paranın karşılığının alınmadığı düşüncesi destinasyon pazarlamasında olumsuz olacaktır. Özellikle kahvaltı fiyatına takılan ziyaretçiler beklentisinin üstünde fiyatlama olduğunu ve hizmet konusunda mağdur olduklarını söylemektedirler. Son olarak da ziyaretçiler otopark ve trafikten şikâyetçi olduklarını söylemektedirler. Ogun, Kervankıran ve Çuhadar (2021) yapmış oldukları çalışmada benzer bir biçimde olumsuz deneyimler arasında destinasyonun kalabalık olması, otopark sorunu, fiyatların pahalı oluşu ve otopark sorunundan bahsetmiştir. Bu olumsuz deneyimler genel manada destinasyonun taşıma kapasitesinin aşılmasından kaynaklandığına vurgu yapmışlardır. Destinasyonu ziyaret eden kişilerin beklentilerinin karşılanamamış olması nedeniyle mevcut turistik destinasyonu beğenmedikleri ve genel anlamda olumsuz tavır sergilediklerini söylemişlerdir. Bu sonuçlar da yapılan araştırmaların sonuçlarını destekler niteliktedir.

Cumalıkızık ziyaretçi görüşlerinden çıkartılan sonuçlara istinaden öneriler geliştirilmiş bunlar sırasıyla:

- Yapılan araştırma ve gözlemler sonucu köyün başlıca sorunları arasında yolların dar oluşu, içeriye araç girişinin olması ve otopark sorunu olduğu anlaşılmaktadır. Bu sorunlar kısa vadede çözüme kavuşturulmasa da uzun vadede bunlarla alakalı çalışmalar yapılması gereklilik arz etmektedir. Köyün girişine büyük bir otopark yapılmalı ve köy tamamen araç girişine kapatılmalıdır. Ayrıca Bursa'dan Cumalıkızık'a giden yollar genişletilmelidir. Sözbilen vd. (2023) göre bir destinasyonun başarılı bir şekilde lanse edilmesi konumu, ulaşım olanakları ve turistik imkânları ile olur demesi bu öneriyi destekler niteliktedir.
- Cumalıkızık 'da dernek, kooperatif veya halkın dayanışma ve iş birliği içinde olacağı kayda değer bir kuruluş tespit edilmemiştir. Çeşitli dernek veya kırsal örgütler kurulup iş birliği ve dayanışma sağlanmalı, ürünler için standartlar geliştirilmeli ve sabit satış fiyatları belirlenmelidir. Böylelikle satın alma eğiliminde olan ziyaretçilerin kafası karışmaz, kandırılma hissiyatına kapılmazlar. Ayrıca ürünlerini satmaya çalışan yerel halk arasında da fiyat farklılığından dolayı tartışma ya da olumsuz davranışlar gelişmez.
- Hizmetin gerektiği kadar sağlamadığı ve ziyaretçilerin bu durumdan muzdarip oldukları bilinmektedir. Bu bağlamda çeşitli servis, sunum, diksiyon, satış-pazarlama vb. gibi eğitimler verilmesi hizmet anlayışını güçlendirebilir. Ayrıca bunların yanında kırsal turizm bağlamında özellikle bu konuda çalışmaları olan öğretim üyelerinden ciddi bir eğitim sağlanmalıdır.

Bu yazılanlara ek olarak ileride yapılması planlanan farklı çalışmalarda TripAdvisor platformu dışında değişik güvenilir platformlar veya farklı uygulamalar ve siteler araştırma bağlamında incelenebilir. Diğer benzer destinasyonlar ile ilgili benzer araştırmalar yapılabilir. Böylelikle farklılıklar ve benzerlikler üzerine araştırmalar yapılmış olur.

Kaynakça

- Akyürek, S. ve Kutukız, D. (2020). Gastro turistlerin deneyimleri: Gastronomi turları kapsamında nitel bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(4), 3319 – 3346. Türkçe: 10.21325/jotags.2020.764
- Ayeh, J. K., Au, N. and Law, R., (2013). Do we believe in tripadvisor?: Examining credibility perceptions and online travelers' attitude toward using user-generated content. *Journal of Travel Research*. 52(4), 437–452. 10.1177/0047287512475217
- Bursa Valiliği (2024). Yaşayan Osmanlı Köyü Cumalıkızık Erişim tarihi (17.07.2024): <http://www.bursa.gov.tr/yasayan-osmanli-koyu-cumalikizik>
- Cenni, I. and Goethals, P. (2017). Negative hotel reviews on TripAdvisor: A cross-linguistic analysis. *Discourse, Context & Media*, 16: 22-30. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2017.01.004>
- Corbin, J. and Strauss, A. (2014). *Basics of qualitative research techniques and procedures for developing grounded theory (Fourth Edition)*. Los Angeles, USA: Sage.
- Creswell, J. W. (2013). *Nitel araştırma yöntemleri: Beş yaklaşıma göre nitel araştırma ve araştırma deseni*. (Çev: M. B. Demir) Ankara: Siyasal Kitapevi.

- Çeken, H., Dalgın, T. ve Çakır, N. (2012). Bir alternatif turizm türü olarak kırsal turizmin gelişimini etkileyen faktörler ve kırsal turizmin etkileri. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 2(2), 11-16.
- Çetin, G. and İstanbullu Dinçer, F. (2014). Electronic word of mouth among hotel guests: Demographic and tripographic factors. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, IX(II), 35-41.
- Çıtak, B. (2023). Yeni restoran konseptleri: sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik deneyimi sunan restoranlar, C. GÜNDÜZ içinde, *Turizmde Dijital Gelecek: Seyahat, Konaklama, Rehberlik ve Gastronomide Teknolojik Trendler ve Yenilikçi Uygulamalar* (s. 277 -290) Ankara: Detay Yayıncılık
- Çıtak, B. ve Yılmaz, E. (2023). Turizm işletmelerinde dönüşümcü liderlik, O. TÜRK içinde, *Turizm İşletmelerinde Güncel Liderlik Yaklaşımları* (s. 103 -128) Çanakkale: Paradigma Akademi
- Çuhadar, Y. (2021). İznik’i ziyaret eden turistlerin kültürel deneyimleri üzerine bir araştırma, *Uygulamalı Sosyal Bilimler ve Güzel Sanatlar Dergisi*. 3(5): 38-53.
- Çuhadar, Y. (2024). Eskişehir’de faaliyet gösteren çibörek restoranlarına yönelik çevrimiçi tüketici şikayetlerinin incelenmesi. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (46), 640-678. <https://doi.org/10.14520/adyusbd.1355820>
- Eşiyok, H. ve Öztürk, Y. (2021). 5 yıldızlı konaklama işletmelerine yönelik çevrimiçi yorumların incelenmesi: Ankara örneği. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 9(5), 232-249.
- Güzel, S. Ö. (2017). Birinci sınıf restoran işletmelerindeki fiziksel çevre unsurlarının müşteri yorumları açısından değerlendirilmesi: Tripadvisor örneği. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(62), 534-542. 10.16992/ASOS.13258
- Hacıoğlu, N. ve Avcıkurt, C. (2011), Turistik ürün çeşitlendirmesi. (2.basım), Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- İmre, N. (2020). Turizm sektöründe sosyal medya kullanımı üzerine bir değerlendirme. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 1655–1670.
- Karacaoğlu, S. ve Cankül, D. (2022). Turizm fakültesinde eğitim alan öğrencilerin çevresel tutumlarının “yeni çevresel paradigma” bağlamında değerlendirilmesi: Eskişehir örneği. *Journal of humanities and tourism research (Online)*, 12(2), 347-363., DOI: 10.14230/johut1243
- Kiper, P. (2004). Küreselleşme sürecinde kentlerimize giren yeni tüketim mekanları ve yitirilen kent kimlikleri. *Planlama*, 4: 14-18.
- Kladou, S. and Mavragani, E. (2015). Assessing destinizin image: An online marketing approach and the case of tripadvisor. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4(3), 187–193. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2015.04.003>
- Kodaş, D., ve Eröz, S. S. (2012). Kırsal turizm ile kültürel turizmin bütünleşmesi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2012(1), 169-174.
- Kozinets, R. V. (2015). *Netnography: Redefined*. Sage Publications.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2024). Cumalıkızık Erişim tarihi (17.07.2024): <https://tanitma.ktb.gov.tr/TR-22596/cumalikizik.html>
- Landis, J. R. and Koch, G. G. (1977). The measurement of observer agreement for categorical data. *Biometrics*, 33, 159-174. <https://doi.org/10.2307/2529310>
- Lee, J., Benjamin, S. and Childs, M. (2022). Unpacking the emotions behind TripAdvisor travel reviews: The case study of Gatlinburg, Tennessee. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 23(2): 347-364. <https://doi.org/10.1080/15256480.2020.1746219>
- Liu, Y., Huang, X., An, A. and Yu, X. (2008). Modeling and predicting the helpfulness of online reviews. *2008 Eighth IEEE International Conference on Data Mining*, 2008, 443-452. DOI: 10.1109/ICDM.2008.94
- Lupu, C., Brochado, A. and Stoleriu, O. M. (2017). Experiencing Dracula's homeland. *Tourism Geographies*, 19(5), 756-779. <https://doi.org/10.1080/14616688.2017.1336786>

- Mkono, M. (2011). The othering of food in touristic eatertainment: A netnography. *Tourist Studies*, 11(3), 253–270. <https://doi.org/10.1177/1468797611431502>
- 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.
- O'Connor, P. (2010). Managing a hotel's image on TripAdvisor. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19(7), 754–772.
- Sandlin, Jennifer A.; (2007), Netnography as a Consumer Education Research Tool, *International Journal of Consumer Studies*, 31, 288–294. <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2006.00550.x>
- Sharma, R., Ahuja, V. And Alavi, S. (2018). The future scope of netnography and social network analysis in the field of marketing. *Journal of Internet Commerce*, 1-20. <https://doi.org/10.1080/15332861.2017.1423533>
- Sözbilen, G., Erdoğan, T., Karakaya, K. ve Aydemir, D. A. (2023) Yöresel restoran ve yiyecekler açısından tüketicilerin memnuniyet düzeylerini belirlemeye yönelik bir araştırma. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 6(4), 1491-1503 DOI: 10.33083/joghat.2023.349
- Stoleriu, O. M., Brochado, A., Rusu, A. and Lupu, C. (2019). Analyses of visitors' experiences in a natural world heritage site based on tripadvisor reviews. *Visitor Studies*, 22(2), 192-212 <https://doi.org/10.1080/10645578.2019.1665390>
- Taş, N. ve Taş, M. (2009). Yönetimsel iş birliği: 3. Bin yılda yaşayan Osmanlı köyü- Cumalıkızık projesi, 5. Yapı İşletmesi/ Yapım Yönetimi Kongresi, Eskişehir: TMMOB İnşaat Mühendisleri Odası 223-23 Ekim 2009. ss. 61-70.
- Thanh, T. V. ve Kirova, V. (2018). Wine tourism experience: A netnography study. *Journal of Business Research*, 83, 30–37. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.10.008>
- Tür, E. (2023). Doğa turizmi kapsamında kaz dağlarını ziyaret eden turistlerin yaptıkları çevrimiçi yorumların incelenmesi: TripAdvisor örneği. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 1-27.
- Türker, N. ve Yaşar, Z. (2018). Safranbolu'nun kültürel çekiciliklerine yönelik ziyaretçi e-yorumlarının değerlendirilmesi: TripAdvisor örneği, *I. Uluslararası Turizm ve Mimarlık Konferansı*, 24-27 Ekim 2018, Safranbolu, Türkiye.
- Türkiye Kültür Portalı, (2024). Cumalıkızık Köyü- Bursa Erişim tarihi (17.07.2024): <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/bursa/gezilecekyer/cumalikizik-koyu>
- Yetim, G., Dursun, M. T. ve Argan, M. (2021). Boş zaman seyahatleri temelinde AIRBNB deneyimlerine netnografik bir bakış. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 20(3), 1524-1540. <https://doi.org/10.21547/jss.867009>
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H., (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yoo, K. H. and Gretzel, U. (2008). What motivates consumers to write online travel reviews? *Information Technology & Tourism*, 10(4), 283–295. 10.3727/109830508788403114