

**Eskişehir Lületaşı Müzesi Ziyaretçilerinin Deneyimlerinin İncelenmesi**

Yusuf Çuhadar<sup>1\*\*</sup> 

<sup>1</sup> Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Osmaneli Meslek Yüksekokulu, Bilecik, Türkiye, yusuf.cuhadar@bilecik.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1765-9675

Öz

Turizm ürünlerinin soyut olmasından kaynaklı olarak onları önceden deneyimleyip değerlendirme imkânı yoktur. Buna karşın son yıllarda hızlı bir şekilde ilerleyen teknoloji sonucunda tüketici kullandığı bir ürünü çevrimiçi siteler aracılığı ile değerlendirebilir hale gelmiştir. Yani tüketicilerin satın aldıkları ürün hakkında deneyim ve düşüncelerini online ortamda paylaşabilmeleri kolaylaşmıştır. Bu kapsamda, çalışmanın amacı; ziyaretçilerin Lületaşı Müzesi hakkında TripAdvisor platformuna yaptıkları yorumların değerlendirilmesidir. Bu amaçla Lületaşı Müzesi ziyaretçilerinin müze deneyimi konusunda olumlu ve olumsuz etkileyen öğeleri tespit edilmiş olacaktır. Bu çalışmada doküman incelemesi nitel veri toplama tekniklerinden birisi olarak tercih edilmiştir. Araştırmanın örneklemini, TripAdvisor sitesinde yorumda bulunan tüketicilerin Eskişehir’de faaliyet gösteren Lületaşı Müzesine yapmış oldukları Türkçe yorumlar oluşturmuştur. Ziyaretçilerin 27.06.2016 – 29.05.2023 tarihleri aralığında yapmış olduğu toplam 190 yorum incelenmiştir. İncelenen bu yorumlara içerik analizi, betimsel analiz ve Kappa analizi yapılmıştır. Araştırmanın sonucunda, Lületaşı Müzesi’nin “mekânın temizliği, ilgili personel, çevredeki mekanlar, eserlerin niteliği, girişlerin ücretsiz oluşu, otantik atmosferin olması, alışveriş yerlerinin yeterliliği ve ulaşım kolaylığı” olmak üzere toplamda sekiz alt kategori olumlu deneyim olarak tespit edilmiştir. Bunun yanında “bilgilendirme hizmeti yetersizliği, alanın küçük olması, kalabalık oluşu ve imalathane havasında olması” totalde dört alt kategori olumsuz deneyim olarak saptanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Lületaşı Müzesi, Ziyaretçi Deneyimi, TripAdvisor, İçerik Analizi, Eskişehir

**Examination of the Experiences of Eskişehir Lületaşı Museum Visitors**

Abstract

Due to the fact that tourism products are intangible, it is not possible to experience and evaluate them beforehand. However, as a result of rapidly advancing technology in recent years, the consumer has become able to evaluate a product he uses through online sites. In other words, it has become easier for consumers to share their experiences and thoughts about the product they buy online. In this context, the purpose of the study is to evaluate the comments made by visitors to the TripAdvisor platform about the Lületaşı Museum. For this purpose, the elements that positively and negatively affect the museum experience of the visitors of the Lületaşı Museum will be determined. Document analysis has been preferred as one of the qualitative data collection techniques in this research. The sample of the research was formed by the Turkish comments made by consumers commenting on the TripAdvisor site to the Lületaşı Museum operating in Eskişehir. A total of 190 comments made by visitors between the dates December 27.06.2016 – 29.05.2023 were examined. Content analysis, descriptive analysis and Kappa analysis were performed on these comments. As a result of the research, a total of eight sub-categories were identified as positive experiences of the Lületaşı Museum, including “cleanliness of the space, relevant personnel, surrounding spaces, the nature of the artifacts, free admission, authentic atmosphere, adequacy of shopping places and ease of transportation”. In addition, “lack of information service, small space, overcrowding and being in the mood of the factory” were identified as four sub-categories of negative experience in total.

**Keywords:** Lületaşı Museum, Visitor Experience, TripAdvisor, Content Analysis, Eskişehir

**önerilen atıf/cite this article as**

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

\*\*Sorumlu yazar e-posta/ Corresponding author e-mail: yusuf.cuhadar@bilecik.edu.tr

**Araştırma Makalesi**

Cilt 8, Sayı 1, 2024  
ss. 154-175

Gönderim : 03.08.2023  
1. Düzeltme: 30.10.2023  
Kabul Tarihi: 26.01.2024

**Research Article**

Vol 8, No 1, 2024  
pp. 154-175

Received : 03.08.2023  
Revision1: 30.10.2023  
Accepted: 26.01.2024

## GİRİŞ

Günümüz şartlarında bilim, teknoloji ve buluşların hızla gelişmesiyle birlikte özellikle iletişim araçlarındaki kayda değer gelişmeler bireylerin bilgiye ulaşmasını kolay hale getirmiştir. Günden güne internet teknolojisinin yaygınlık göstermesiyle kişiler arasında var olan iletişim de eskiye yani geleneksellikten uzağa başkalaşım göstererek dijital platformlara taşınmıştır (Çuhadar, 2021). Eski yöntemlerle kıyaslandığında internet teknolojisi, bilgi aktarımının hızlı ve ücretinin çok düşük olduğu bir yoldur (Lee, Park & Han, 2008). Bu bağlamda internet daha fazla tercih edilmektedir. Bilgi edinmek amacıyla daha fazla miktarda tüketici yorum sitelerini, internet tabanlı tartışma forumlarını, sosyal ağları ve blogları kullanmaktadır (Güzel, 2017:535). Tripadvisor sitesi birçok birey için kayda değer öneme sahip olan çevrimiçi platformlardan birisidir (Ayeh, Au & Law, 2013; Çuhadar, Özkan & Çaylıkoca, 2017; Keates, 2007, Kladou & Mavragani, 2015; Sop, Ongun & Abalı, 2020; Stoleriu, Brochado, Rusu & Lupu, 2019).

Müze deneyiminde bulunacak bireyler satın alma öncesi Tripadvisor sitesinde bulunan çevrimiçi yorumları okuyarak buna göre tüketim tercihlerini gerçekleştirmektedir. (Aydın, 2016, s.14). Bu ve buna benzer platformlar üzerinden yapılan tüketici yorumları geniş bir kitleye ulaşmada etkin bir role sahiptir (Beneke, Mill, Naidoo & Wickham, 2015: 68). Birçok sebepten dolayı bireyler olumlu ya da olumsuz görüşlerini bu tür çevrimiçi platformlar aracılığıyla muhatabına iletebilmektedir. Yılın her mevsimi özellikle bireysel turların yoğun olarak gerçekleştiği Eskişehir lokasyonunu tercih eden ziyaretçilerin, destinasyondan olumlu bir şekilde, yani memnun olarak gitmesi için farklı özellikte olan müzelerin tüketici yorumlarını göz önünde bulundurarak kalite odaklı çalışılması gerekmektedir. Bu durumun anlam ve mahiyetinden yola çıkarak mevcut çalışmada, Lületaşı Müzesi ziyaretçilerin müze deneyimini konusunda olumlu ve olumsuz etkileyen öğelerin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu bağlamda ayrıca Tripadvisor platformunda var olan çevrimiçi temalı yorumların Lületaşı Müzesine yönelik çözüm önerileri sunmak gayesiyle neden kaynaklandığı belirlenmiş olur.

### Kavramsal Çerçeve

Günümüzde Türkçede kullanımda olan “Müze” kelimesi Antik Yunan Dilinde “Mouseion” sözcüğünden türetilmiş olup (Gerçek, 1999), Antik Yunan destanında “Musalar” olarak isimlendirilen tanrıçalara atfedilen tapınak ve Atina’da Musalara müteferrik tepe (Erhat, 1993), Grek pantheonun da ise, müzik ve şiir ilham eden esin perileri anlamına gelmektedir (Keleş, 2003). Kültür ve Turizm Bakanlığına göre müzeler; *“Kültür varlıklarını tespit eden, ilmi metotlarla açığa çıkaran, inceleyen, değerlendiren, koruyan, tanıtan, sürekli ve geçici olarak sergileyen, halkın kültür ve tabiat varlıkları konusundaki eğitimini, bedii zevkini yükselten, dünya görüşünü geliştirmede tesirli olan daimî kuruluştur”*. Aslında bakıldığında müzeler; geçmişten kalan kültürel değerleri sürdürülebilir bağlamda sergilemek ve korumak için oluşturulmuştur. Bu bağlamda müzeler; ülkeye ya da bölgeye ziyarette bulunan turist sayısını artırmak,

bireylerin kendi kültür mirasını tanıması ve sahiplenmesini sağlamak, kültürün başka uluslara duyurulmasında büyük katkı yaratmak kapsamında önemli bir unsurdur.

Gündelik yaşamımızda bireyler tarafından elde edilen, hafızaya atılan ve gelecek zamanda kullanılan tecrübeler olarak bilinen deneyimler; birçok düşünür ve akademisyen tarafından tarih boyunca tartışma konusu olarak ele alınmış ve her araştırmacı kendi disiplinine göre tanımlarda bulunmuştur. Türk Dil Kurumuna göre deneyim; *“bir kimsenin belli bir sürede veya hayat boyu edindiği bilgilerin tamamı, tecrübe, eksperyans”* olarak tanımlanır. Turizm açısından bakıldığında deneyim, bireylerin turizm ürününü satın alma kararını verirken ya da satın alma kararını verdikten sonra yapılan pazarlama uğraşları sonucu meydana gelmektedir. Deneyim, kişilerin birtakım olay örgüsüyle karşılaşması veya bazı faaliyetlere katılımı ile edinilmekte ve bireyin karakterini yansıtmaktadır (Schmitt, 1999: 60).

Vespestad & Lindberg (2011), göre deneyim; zihinsel bir olaydır ve bireylerin çevresi arasındaki etkileşimden ortaya çıkmıştır. Yapılan araştırma bağlamında deneyimler dört sınıfta toplanmıştır. Bu sınıflar; eğlence (entertainment), hakikat (the genuine), varoluş (state of being) ve sosyo-kültürel (socio-cultural) deneyimleridir. Eğlence deneyimindeki bireyler bilişsel veya olgusal bir proses yaşamak yerine eğlenceli kayda değer aktivite bulma uğraşındadır. Hakikat deneyiminde bireylerin gündelik hayatı dışında ve farklı olarak yenilik ve değişim arayışı içinde olduğu görülmektedir. Eğlence deneyiminde bireyler keşfedilmemiş ve otantik alanlarda romantik oldukları anlar yaşamaktadır. Varoluş deneyiminde bireylerin bazı statülere ulaşma maksadıyla farklı seviyelerde riske girmesi ve yetenekleri sayesinde bir varoluşsal statü elde etmesi kaçınılmazdır. Olağan dışı deneyimlerin yanında zihinsel bir varoluşa ulaşmak bu manada açıklanabilir. Sonuncu olan sosyo-kültürel deneyim incelendiğinde bireyin kültürel ve sosyal kapsamda bir ilişki içinde olduğu gözlenmektedir. Bu bağlamda deneyimler kültüre duyarlı, sosyo-kültürel simgelerin tefsir edildiği, uyarlanır ve dinamik sunular şeklinde açıklanabilir.

Fiziksel, sosyal ve kişisel faktörlerin etkisi ile ziyaretçilerin müze deneyimleri oluşmaktadır. Fiziksel faktörler; müzenin dokusu-mimari yapısı, müze içinde sergilenen eserler ve müzenin fiziksel unsurlarından oluşmaktadır. Sosyal faktörler, müze deneyiminin sosyal tarafını ele almaktadır. Kişisel faktörler ise; ziyaretçilere has hususlardır (Çelik Yetim & Umur, 2016). Müzeler mekân bağlamında ziyaretçilere eğitim deneyimi yaşatır. Mevzubahis mekanlara giden kişiler sergilenen şaheserler üzerine bilgilenir ve farkındalık yaratabilmektedir. Çoğu zaman müze deneyimleri eğlenceli bir ziyaret olgusu olarak da yorumlanabilir. Yine müze ziyaretleri insanların günlük hayatın rutininden uzaklaşma bir nevi kaçış noktası olarak da algılanabilir (Kaplan, Bardwell & Slaktel, 1993). Bunlara ek olarak müzeler, estetik olarak deneyimin bilhassa fazla yaşandığı otantik mekanlardır. Çünkü müze ziyaretçileri o otantik mekanlarda gösterimde olan eserleri incelerken müzenin genel atmosferini ve fiziksel çevresini de duyuşsal yönden derecelendirmektedir (Radder & Han, 2015).

Dirsehan (2011) çalışmasında müze deneyimi bağlamında müze ziyaretinde bulunan kişiler üzerinde İstanbul genelinde araştırma yapmıştır. Hedef olarak müze

deneyiminin boyutlarını ortaya çıkarmaya çalışmıştır. Sonuç olarak da müze deneyiminin boyutları olarak: bilişsel, duyuşsal, fiziksel ve duyuşsal olduğunu söylemiştir. Sheng & Chen (2012) yaptıkları çalışmada müzeyi ziyaret eden kişilerin müzeden beklentileri araştırma konusu olmuştur. Sonuç olarak; eğlence, kaçış, rahatlık, kültürel öğeler, tarihsel hatırlatıcılık ve kişisel özdeşim kurma gibi öğeler müze deneyiminin beklentileri olarak sunulmuştur. Altunel (2013) çalışmasında müze ziyaretinde bulunan bireylerin deneyimsel beklentilerini ortaya çıkarmak için Topkapı Sarayı'nı baz alarak araştırma yapmıştır. Sonuç olarak da müze deneyiminin beklentileri kaçış, tarihsel hatırlatıcılık, öğrenme ve kişisel kimlik olarak atfetmiştir. Harman & Akgündüz (2014) yaptıkları çalışmada yabancı turistlerin deneyim beklentilerini araştırma bağlamında Efes antik kentini örneklem almıştır. Sonuç olarak; ziyaretçilere kaçış, sunulan eserlerin özgünlükleri, kültürel eğlence, tarihsel hatırlatıcılık ve kişisel özdeşim kurma gibi öğeler müze deneyiminin beklentileri olarak sunulmuştur. Güzel, Şahin & Yetimoğlu (2015) yaptıkları çalışmada müze ziyaretinde bulunan bireylerin edinimlerinin belirlenmesi ve bunun yanında müzenin ziyaret edildikten sonra davranışlara etkisini ölçmeyi hedeflemişlerdir. Sonuç olarak müze deneyiminde bulunan kişiler eğlenceli vakit geçirmiş, bireylerin kültür algıları zenginleşmiş, daha fazla müze ziyaretinde bulunma ve çevresini bu eyleme ortak etme olgusu gelişmiştir. Korkmaz, Savaşçı & Aydın, (2019) yaptıkları çalışmada Troya Müzesi bağlamında algılanan müze deneyiminin belirlenmesi ve reklam çalışmalarının ne denli yürütüldüğünün saptanması gayesiyle çalışma yapmışlardır. Sonuç olarak; Troya Müzesi'nin kullanım kolaylığı olması, konumunun iyi ve kolay olması ve bilgilendirici özellikte olması yönleriyle olumlu deneyim sağladığı tespit edilmiştir. Ayrıca, müzenin 2018 yılına atfen Troya Yılı olarak belirlenmesi tanıtım bağlamında büyük rol oynamıştır. İşçi vd., (2020) yaptıkları çalışmada müze deneyimlerinin ziyaretçilerin ve yöneticilerin bakış açılarıyla değerlendirmeyi amaç edinmişlerdir. Sonuç olarak, araştırma kapsamındaki müzelerin estetik, eğlence ve kaçış deneyimlerini sunduğu ve ziyaretçiler tarafından bu deneyimin algılandığı yalnız teknolojinin kullanılması vb. gibi geliştirilmesi gereken alanlar olduğu tespit edilmiştir. Kozak & Güncan (2021) yaptıkları çalışmada oyuncak müzeleri üzerine bilgi sahibi olmayı ve müze ziyaretçilerinin deneyimlerini belirlemeyi hedeflemişlerdir. Bu bağlamda sonuç olarak; oyuncak müzelerinin çocuklarda (mutluluk ve oyuncaklar ile etkileşime girme) ve yetişkinlerde (çocukluğa dönme ve nostalji) farklı etki yaptığı anlaşılmıştır. Ayrıca, ziyaretçilerin neredeyse %75' inin oyuncak müzeleri hakkında olumlu düşündükleri ve yaşadıkları deneyimden memnun oldukları saptanmıştır. Aslan ve Gangal (2023) yaptıkları çalışmada okul öncesi öğretmeni olacak bireylerin müze deneyimlerinin neler olduğunu belirlemek hedef alınmıştır. Taşkın Müzesi bu amaç doğrultusunda kullanılmış. Sonuç olarak da öğretmen adaylarıyla gerçekleştirilen bu deneyimin, yaratıcı düşünmenin geliştirilmesi, somut öğrenmelerin olması ve okul harici öğrenme faaliyetlerinin planlanması gibi katkıları olduğu belirtilmiştir.

Lületaş, Eskişehir'in simgesi haline gelmiş bir madendir. Lületaş, dünyada sadece Eskişehir'de çıkartılmaktadır (Çevik, 2018). Bu maden, "Eskişehir Taşı", "Viyana

Taşı", "Aktaş", "Patal", "Beyaz Altın" gibi adlarla da bilinir. Yabancı dillerin neredeyse tamamında, Almanca' da "denizköpüğü" anlamına gelen "meerschaum" kelimesiyle anılır (Taşlıgil & Şahin, 2011). Erken Bronz Çağı'ndan itibaren arkeolojik araştırmalar gösteriyor ki insanlık tarafından lületaş ve bu taşla benzerlik gösteren diğer taşların kullanıldığı bilinmektedir (Köşker & Karacaoğlu, 2019). Eskişehir Valiliği tarafından 1998 yıllarından bu yana Lületaş El Sanatları yarışmaları ve Uluslararası Lületaş Festivalleri düzenlenmektedir. Lületaş Müzesi'nde bu etkinliklerde boy gösteren eserler sergilenmektedir. Bu bağlamda sözü geçen müze dünyadaki tek Lületaş Müzesi olma unvanına sahiptir (Özsöz, 2018). Kil minerali olan Lületaş, sepiolit grubuna aittir (Işık, 1995: 247). Genel anlamda çok açık sarı, beyaz ya da kırmızı- pembe gibi renklerde olan, oldukça zor şartlarda çıkarılan bir taştır (Algan, 2014). Mürekkep balığının parlak ve gözenekli kemiği "sepio" ya benzemesi sebebiyle madene sepiyolit adı atfedilmiştir (Özdemir & Dudaş, 2011).

Lületaş Türkiye'de çok miktarda bulunduğu ve Eskişehir'de işletilip burayla ödeştiğinden mütevellit "Eskişehir taşı" adıyla da isimlendirilmektedir (Bilim, 1997; Gümüşsoy, 2013; Taşlıgil & Güven, 2011; Tunçdilek, 2014). Bu eşsiz taş günümüzde coğrafi işaretler bağlamında tescillenmiş ve literatüre "Eskişehir Lületaş" olarak geçmiştir. Aslında bu bağlamda tescillenen lületaş Avrupa Birliği güvencesi altına girmiş olmakla beraber ülke tanıtımında büyük rol oynamaktadır (Taşlıgil & Güven, 2011: 439). Lületaş, Eskişehir ilinin tescil edilme adına coğrafi işaretli ilk ürünüdür ve Türkiye Cumhuriyeti'nin maden camiasındaki ilk coğrafi işaretidir Türk Patent ve Marka Kurumu, 2019 yılı itibarıyla lületaşını diğer ürünler grubu altına almıştır (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2019). Tescil belgesinde Eskişehir lületaşının diğerlerine göre ayırt edici yönleri ve nelerin yapımında kullanılabileceği hakkında bilgi yer almaktadır (Çevik, 2018: 26).

## YÖNTEM

Eskişehir'de faaliyet gösteren Lületaş Müzesine yönelik Tripadvisor platformunda yapılan ziyaretçi deneyimlerini incelenmesi, yorumlara konu olan kategorilerin belirlenmesi ve müze için çözüm önerilerinin geliştirilmesi maksadıyla gerçekleştirilen bu araştırmada nitel veri toplama tekniklerinden birisi olan doküman incelemesi tercih edilmiştir. Çevrimiçi turist tecrübeleriyle ilgili verilerin toplanmasında, [www.tripadvisor.com](http://www.tripadvisor.com) sitesinden faydalanılmıştır. Tripadvisor platformunda yapılan yorumlar, akademik araştırmalarda sıklıkla kullanılan ve çok sayıda turizm araştırmacısı tarafından güvenilir veri kaynağı olarak kabul edilen donelerdir. Potansiyel tüketiciler tarafından da bakıldığında Tripadvisor yorum platformu gibi siteler genel olarak güvenilir bir kaynak olarak görülmektedir (Nicoli & Papadopoulou, 2017; Pantelidis, 2010).

Çalışmanın kapsamını; Eskişehir destinasyonunda faaliyette bulunan, [www.tripadvisor.com](http://www.tripadvisor.com) web sitesinde yer alan Lületaş Müzesi için yapılan çevrim içi yorumlar oluşturmaktadır. Araştırmanın sınırlılıkları ise, Tripadvisor platformundaki sadece Türkçe olarak yapılan açıklamaların incelenmesidir. Dilsel geçerlilik bağlamında diğer dillerde yapılan açıklamalar araştırmadan hariç tutulmuştur. Bir

diğer sınırlılık ise Tripadvisor sitesinin dinamik bir yapıya sahip olması ve her an yeni bir yorumun eklenmesi durumunun olmasından dolayı Temmuz 2023 tarihine kadar yapılan yorumların dikkate alınmış olmasıdır.

Müze hakkında ziyaretçiler tarafından Tripadvisor 'da 27.06.2016 – 29.05.2023 tarihler arasında yapılmış olan 190 çevrimiçi Türkçe yorum araştırmanın analiz aşamasında kullanılmıştır. Filtreleme açısından toplamda 25 adet yabancı dildeki yorum, dilsel geçerlilik bağlamında araştırmadan hariç tutulmuştur. İçerik analizi tekniği çalışmada elde edilen donelerin değerlendirilmesinde kullanılmıştır. İçerik analizinde temel amaç, elde edilen verileri açıklayabilecek kavramalara ve ilişkilere ulaşmaktır (Yıldırım & Şimşek, 2016: 227). Bu kapsamda bu çalışmada birbiriyle uyuşan veriler, belirli temalar ve kavramlar çerçevesinde bir araya getirilerek ana kategoriler ve alt kategoriler oluşturulmuş, anlaşılabilir bir biçimde düzenlenip yorumlanmıştır. Bu şekilde olgu tüm yönleriyle, kapsamlı bir şekilde ele alınmaya çalışılmıştır (Çuhadar & Coşkun, 2022). Bununla ilgili içerik analizi sürecinde yorumlarda en çok tekrar eden sözcükler belirlenmiş, kelime bulutu çıkarılmış, bununla ilgili model geliştirilmiş ve kategoriler oluşturulmuştur. Analiz aşamasında MAXQDA 2022 yazılımından yararlanılmıştır. Araştırma bulguları, basit frekans analizi ve bu analizlere dayalı betimsel yorumlar ekseninde şekillendirilmiş, sonuçlara ilişkin çıkarım ve değerlendirmelerde bulunulmuştur.

Çalışmanın güvenilir olup olmadığını ölçmek için Kappa analizi yapılmıştır. Cohen's katsayısı iki veya daha fazla değerlendiricinin arasındaki karşılaştırmalı uyuşmanın güvenilirliğini test etmek amacıyla uygulanan istatistik bir yöntemdir (Landis ve Koch, 1977). Çalışmayla ilgisi olmayan iki değerlendiriciye kodlamalar verilmiştir. Cohen's Kappa katsayısı bağımsız değerlendiricinin kodlamasıyla 0,75 olarak hesaplanmıştır. Landis ve Koch (1977)'a göre Cohen's Kappa katsayısının 0,61 ile 0,80 arasında olması, önemli düzeyde bir uyumun olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla mevcut araştırmada değerlendiriciler arasında önemli düzeyde bir uyum olduğu görülmekte ve kodlama anahtarının güvenilir olduğuna karar verilmektedir.

## BULGULAR

Tablo 1'de araştırma bağlamında incelenen Eskişehir Lületaşı Müzesi ziyaretçilerinin Tripadvisor sitesi üzerindeki müze ile alakalı olumlu ya da olumsuz yorumda bulunan kişilerin demografik özelliklerine ilişkin bilgiler sunulmuştur. Tablo 1 incelemeye alındığında 81'i erkek (%42,64), 57'si kadın (%30) ve 52'si (%27,36) ile cinsiyeti belirli olmayan yorum yapan kişilerden oluşmaktadır (bu demografik malumat yorumda bulunan bireylerin Tripadvisor platformunda kullanmış oldukları profil resimleri ve mahlaslarına göre tefsir edilmiştir). Tripadvisor sitesine üye olmak için kayıt esnasında kişisel bilgileri verme mecburiyeti yoktur. Hali hazırdaki bu durum kişilerin tercihe bırakıldığı için olduğu düşünülmektedir. Yorumda bulunan bireylerin profillerine bakıldığında ele geçirilen bulgular ışığında en çok yorumda bulunan 57 kişinin (%30) İstanbul'da yaşamını sürdürdükleri anlaşılmaktadır. Sırasıyla diğer bireyler ise; Eskişehir 24 kişi (%12,63), Ankara 17 kişi (%8,94), İzmir 10 kişi (%5,26), Diğer şehirler 33 kişi (%17,39) ve Belirsizler 49 kişi (%25,78) ile

gelmektedir. Bu bilgiler ışığında yorumda bulunan kişilerin birçoğu büyük şehirlerden bu destinasyona geldiği ya da oralarda yaşadığı anlaşılmaktadır.

Tablo 1. Yorumda Bulunan Bireylerin Demografik Özelliklerine Göre Dağılımı

Değişken	Grup	Sıklık	Yüzde	Birikimli Yüzde
Cinsiyet	Kadın	57	30.00	30.00
	Erkek	81	42.64	72.64
	Belirtilmemiş	52	27.36	100
	Toplam	190	100	100
Yaşadığı Şehir	İstanbul	57	30.00	30.00
	Eskişehir	24	12.63	42,63
	Ankara	17	8.94	51,57
	İzmir	10	5.26	56,83
	Diğer	33	17.39	74,22
	Belirtilmemiş	49	25.78	100
Tripadvisor Katılım Düzeyi	Toplam	190	100	100
	1.Seviye	4	2.10	2.10
	2.Seviye	8	4.20	6.30
	3.Seviye	37	19.48	25.78
	4.Seviye	33	17.37	43.15
	5.Seviye	33	17.37	60.52
	6.Seviye	75	39.48	100

Yorumda bulunan bireyler, yaptıkları yorum sıklığı ve sayısına bakılarak Tripadvisor platformuna göre bir katılımcı düzeyine sahip olmaktadır. Bu katılımcı düzeyleri 1'den 6'ya kadar derecelendirilmiştir. En fazla yorum yazan birey 6. seviye iken en az yorum yapan birey ise 1. seviyedir. Bu kapsamda Tablo 2'de mevzubahis çalışmaya tabi olan yorumcular arasında 6. seviyedekiler 75 kişi (%39,48), 5. seviyedekiler 33 kişi (%17,37), 4. seviyedekiler 33 kişi (%17,37), 3. seviyedekiler 37 kişi (%19,48), 2. seviyedekiler 8 kişi (%4,2) ve 1. seviyedekiler 4 kişi (%2,1) dir.

Eskişehir Lületaş Müzesini Eylül 2015 ile Mayıs 2023 arasında ziyarette bulunmuş olan bireylerin bu müzeye yönelik olumlu ya da olumsuz paylaşımlarını içeren 190 Türkçe yorum yazılmıştır. Kayda geçen ziyaretçi deneyimleri sonrası Eskişehir Lületaş Müzesi gıyabında gerçekleştirilen genel değerlendirme sonuçları Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2. Lületaş Müzesi ile Alakalı Tripadvisor Değerlendirmelerinin Dağılımı

Değerlendirme Ölçütleri	Sıklık	Yüzde
Mükemmel	72	37,90
Çok iyi	72	37,90
Ortalama	40	21,05



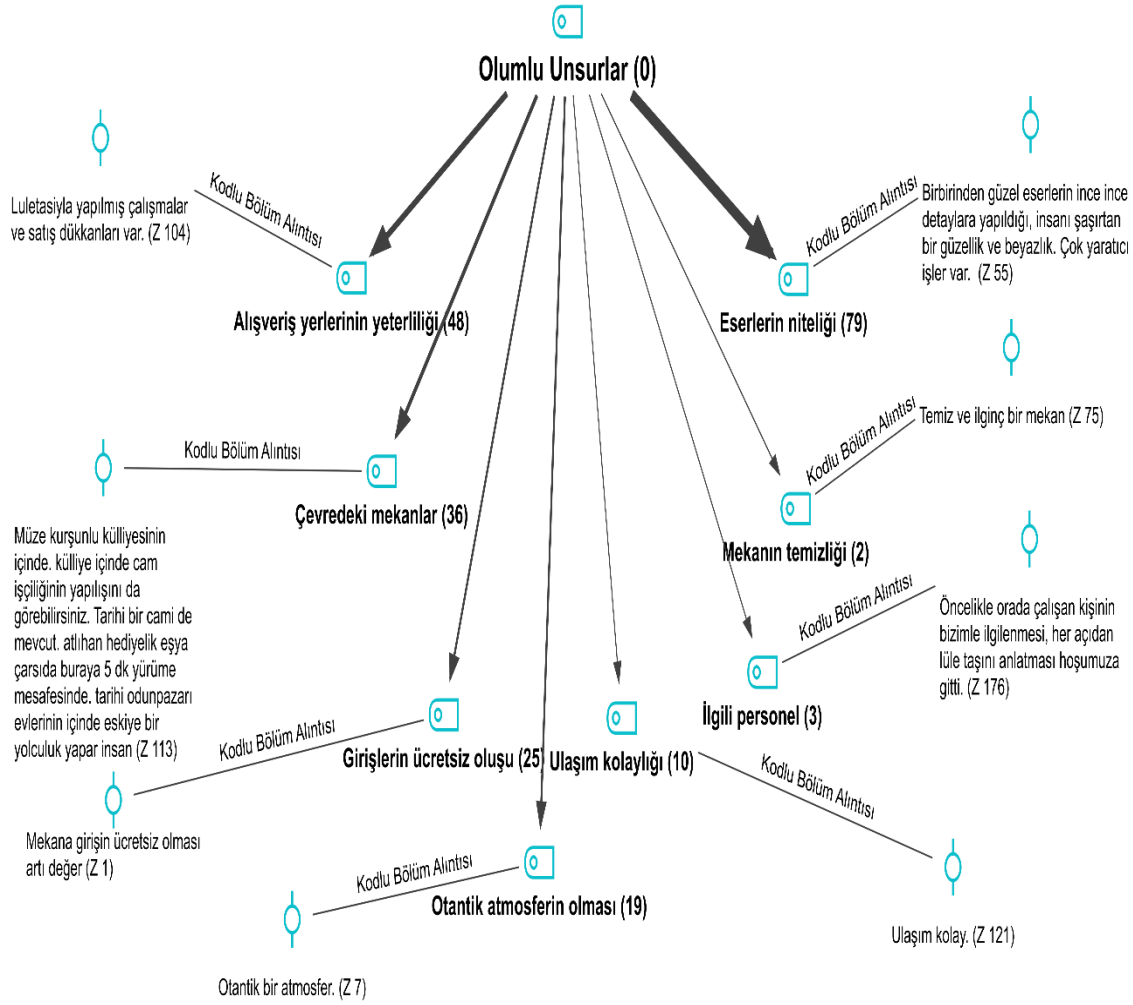


<b>Kod Sistemi</b>	<b>279</b>
✓ ●🟢 Olumlu Unsurlar	0
●🟢 Mekanın temizliği	2
●🟢 İlgili personel	3
●🟢 Çevredeki mekanlar	36
●🟢 Eserlerin niteliği	79
●🟢 Girişlerin ücretsiz oluşu	25
●🟢 Otantik atmosferin olması	19
●🟢 Alışveriş yerlerinin yeterliliği	48
●🟢 Ulaşım kolaylığı	10
✓ ●🔴 Olumsuz Unsurlar	0
●🔴 Bilgilendirme hizmeti yetersizliği	6
●🔴 Alanın küçük olması	24
●🔴 Kalabalık oluşu	8
●🔴 İmalatane havasında olması	19

Şekil 2. Ana Temalar, Alt Temalar ve Kod Sayılarına İlişkin Kod Sistemi

Araştırmada Tripadvisor sitesinden elde edilen veriler doğrultusunda oluşturulan olumlu unsurlar ana teması altında; mekânın temizliği, ilgili personel, çevredeki mekanlar, eserlerin niteliği, girişlerin ücretsiz oluşu, otantik atmosferin olması, alışveriş yerlerinin yeterliliği ve ulaşım kolaylığı olmak üzere 8 alt temada oluşturulmuştur. Olumsuz unsurlar ana teması altında ise 4 alt tema yer almaktadır. Bunlar; bilgilendirme hizmeti yetersizliği, alanın küçük olması, kalabalık oluşu ve imalathane havasında olmasıdır.

Kod-alt kod-bölümler modeli kullanılarak alt temaların kodlanma sıklığı tespit edilmiş ve katılımcıların alt temalara ilişkin görüşlerine yer verilmiştir. Olumlu unsurlar kodu ile ziyaretçilerin görüşlerinin dağılımını gösteren kod-alt kod bölümler modeli Şekil 3'te verilmiştir.



Şekil 3. Olumlu Unsurlar Kodu ile İlgili Ziyaretçi Görüşlerinin Dağılımını Gösterir Kod-Alt Kod Bölümler Modeli

Şekil 3'te görülebileceği gibi; olumlu unsurlar ana teması altındaki alt temalarda kodlama sıklığına göre sırasıyla; eserlerin niteliği 79, alışveriş yerlerinin yeterliliği 48, çevredeki mekanlar 36, girişlerin ücretsiz oluşu 25, otantik atmosferin olması 19, ulaşım kolaylığı 10, ilgili personel 3 ve mekânın temizliği 2 kez kodlanmıştır. Şekil 2'de oluşturulmuş olan alt kategorilerin ziyaretçi deneyimlerine etkilerini açıkça ortaya çıkarmak amacıyla, doğrudan alıntı yapma yöntemiyle bazı ziyaretçi yorumları kodlanarak aktarılmıştır. Ziyaretçi yorumlarına Z1 ile Z190 arasında kodlandırma yapılarak metne aktarılmıştır. Bu alt temalara ilişkin açıklamalar ve katılımcı görüşleri aşağıda değerlendirilmiştir.

### Eserlerin Niteliği

Şekil 2'ye göre Lületaşı Müzesi'nde gösterimde bulunan eserlerin niteliği ziyaretçiler üzerinde önemli bir etki ve çekicilik unsuru yaratmakta ve müze deneyimlerini olumlu yönde etkilemektedir. Bu bağlamda çevrimiçi yapılan yorumlardan hareketle, özellikle eserlerin el işçiliği olması, ustalık gerektirmesi ve zarafetle görsel şölene dönüşmesi gibi hususlar eser niteliği kapsamında değerlendirilmiştir. Ziyaretçilerin bu alt kategorideki yorumları göz önüne alındığında müzede lületaşısı üzerine sergilenen eserlerin müze deneyimine pozitif yönde etkide bulunduğu anlaşılmıştır.

*“Gelip görünce nasıl bir ince işçilik, ustalıkla sanata dönüştüğünü göreceksiniz.” (Z87)*

*“Sanat ve zanaat bu taşta vücut buluyor. Enfes işlemler değerli ellerden kıymetli taşta nakşoluyor. Sizler de gelin gezin huzur bulun.” (Z107)*

*“El işçiliğinin lületaş ile birleştiğinde ortaya çıkan mükemmel örneklerinin sergilendiği bir yer. El işçiliğinin küçük heykeller ve pipolar da ortaya koyduğu zarafet ve ustalık gerçekten takdir edilecek güzellikte.” (Z120)*

*“Bazı eserler zarafet ve estetik harikası.” (Z127)*

*“Güzel ve kültürel açıdan zengin bir yer. Her şekilde lületaş işleme bulmak mümkün. Özellikle koleksiyoncuların buraya uğramalarını tavsiye ederim.” (Z131)*

*“Öyle ki bazı esere bakarken rönesans dönemi sanatçıları üzerinde çalışmış sanırsınız.” (Z188)*

### **Alışveriş Yerlerinin Yeterliği**

Lületaş Müzesine gelen kişilerin yaptıkları çevrim içi yorumlardan yola çıkarak; alışveriş yerlerinin yeterli oluşu ziyaretçileri yeterince tatmin etmektedir. Müzeyi deneyimledikten sonra yapılan alışveriş müze deneyimini tamamladığı ya da olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir. Bu kapsamda ziyaretçilerin yaptığı yorumlar şu şekildedir:

*“Ustaların her birinin reyonları var ayrıca alışveriş yerleri var her türlü lüle taşını almak mümkün güzel pipolar hediyelik eşyalar harika.” (Z3)*

*“El emeği göz nuru hediyelikler, lüle taşından mamul envai çeşit ürün satan küçük dükkanlar için düzenlenmiş bir yer. El işi satın alabilirsiniz çok güzel şeyler var.” (Z50)*

*“Yine satın almak isterseniz bünyesinde alışveriş yapacağımız yerler var. Biz bayanları orada bırakırsanız hayatınızın yanışını yaparsınız. Gerçekten çok güzel takılar var.” (Z76)*

*“Lületaşıyla yapılmış çalışmalar ve satış dükkanları var.” (Z104)*

*“...yan tarafından hediyelikçiler çok iyi fiyatlara eşyalar satıyor.” (Z180)*

### **Çevredeki Mekanlar**

Çevrimiçi yapılan yorumlardan harekete geçerek; müzenin yakın çevresindeki farklı temalı müzeler, alışveriş yerleri, yiyecek içecek ya da dinlenme mekanları, farklı kültürel abideler, yapılar ve eserler müze deneyimini olumlu yönde etkilemektedir. Bu bağlamda özellikle müzenin kurşunlu külliyesinin içinde oluşu etrafında Ahşap Eserler Müzesi, Cam Sanatları Atölyesi, Tayfun Talipoğlu Daktilo Müzesi, Karikatür Müzesi, Kırım Tatar Müzesi, çeşitli özellikli konaklar, Çengel Çeşme ve Şeyh Şahabettin Hazretleri Türbesi gibi önemli tarihi ve kültürel yerlerin bulunması ziyaret motivasyonunun arttırdığı belirlenmiştir:

*“Kurşunlu külliyesi içindeki müze küçük bir alana konumlandırılmış. Külliyenin tamamını gezdik. Lületaş Müzesinde onlardan biriydi.” (Z68)*

*“...etrafında küçük kafeler mevcut. Kurtuluş külliyesi ve cam müzesi ile yan yana.” (Z111)*

*"Zaten müze kurşunlu külliyesinin içinde. Külliye içinde cam işçiliğinin yapılışını da görebilirsiniz. Tarihi bir cami de mevcut. Atlıhan hediyelik eşya çarşısında buraya 5 dk yürüme mesafesinde. Tarihi Odunpazarı evlerinin içinde eskiye bir yolculuk yapar insan."* (Z113)

*"...odunpazarın da müze ve yanında cam müzesi tarihi Odunpazarı evlerini gezip çarşısında alışveriş yapabilirsiniz. Mal hatunda çiğ börek tavsiye edebilirim. Birde helva seviyorsanız mutlaka oradan biraz eve götürün derim."* (Z143)

*"Odunpazarı bölgesinde Cam müzesi, şerbet evi ve karikatür müzesine yakın bir konumdadır."* (Z176)

### **Girişlerin Ücretsiz Oluşu**

Ziyaretçi yorumlarından çıkarılan sonuca göre; müzeye girişlerin ücretsiz oluşu müze deneyimini olumlu yönde etkilediğini, katılımı arttırdığı ve ziyaretçileri motive ettiği tespit edilmiştir. Bu bağlamda Lületaşı Müzesine gelen ziyaretçilerin yorumları şöyledir:

*"...giriş ücretsiz olan bir müze."* (Z18)

*"...gitmişken gezin bedava."* (Z72)

*"Kurşunlu külliyesindeki müze ücretsiz olarak geziliyor."* (Z108)

*"...girişi ücretsiz olan şirin müze."* (Z136)

*"...müzelere herhangi bir giriş ücreti ödemiyorsunuz."* (Z143)

### **Otantik Atmosferin Olması**

Müzenin otantik bir atmosferinin olması ziyaretçilerin bu durumu nasıl değerlendirildiği ve tasarım özelliklerinin ziyaret deneyimiyle ilişkisi incelendiğinde, tarihi bir külliye içinde olması, ney tınısıyla insanı rahatlatan, mistik bir dokuya kavuşan hale getirmesi ve son olarak da başarılı bir şekilde iç mekân tasarımı müze deneyimini olumlu yönde etkilediği anlaşılmıştır. Bu bağlamda ziyaretçi yorumları şöyledir:

*"Taşlara ve takılara meraklı olanlar için güzel bir yer tarihi dokusu insanı etkiliyor Odunpazarı na geldiyseniz uğrayın derim."* (Z81)

*"Kurşunlu Külliyesinin huzur dolu atmosferi bizleri sonunda bu müzeye taşıyor. Sanat ve zanaat bu taşta vücut buluyor."* (Z107)

*"Fonda gelen ney sesi ile mistik bir havası var."* (Z132)

*"Külliye içinde olması müthiş bit atmosfer sağlıyor."* (Z149)

*"İnsanın ruhunu rahatlatan bir mekân, lületaşı kolyeler, küpeler, pipolar harika, ortam çok güzel."* (Z172)

*"...hem de çok ilginç bir müze."* (Z180)

## Ulaşım Kolaylığı

Eskişehir Lületaş Müzesi'nin merkezi bir konumda olması, erişilebilirlik bağlamında aşağıdaki yapılan yorumlardan çıkarıldığı üzere ziyaretçiler açısından olumlu algılandığı görülmektedir. Bu bulgular ışığında, müze deneyimi açısından ulaşım kolaylığının önemli bir unsur olduğu tespit edilmiştir.

"...çok merkezi konumda etrafında gezilecek çok mekân var." (Z1)

"...konumu merkezi" (Z75)

"...merkezi konumda" (Z111)

"Ulaşım kolay." (Z121)

## İlgili Personel

Eskişehir Lületaş Müzesi iş görenlerinin ziyaretçi deneyimi üzerindeki etkisini anlamlandırmak kapsamında yapılan araştırmada, müzede çalışan iş görenin sergilediği ilgi-alaka, cana yakınlık ve yardımsever tavırlar gibi olumlu davranış özellikleri ziyaretçi motivasyon ve memnuniyetini önemli derecede arttırdığı belirlenmiştir. Bu bağlamdaki bazı ziyaretçi yorumları şöyledir:

"...personel yardımsever cana yakındı" (Z1)

"Görevliler yardımseverdi." (Z11)

"Öncelikle orada çalışan kişinin bizimle ilgilenmesi, her açıdan lüle taşını anlatması hoşumuza gitti." (Z176)

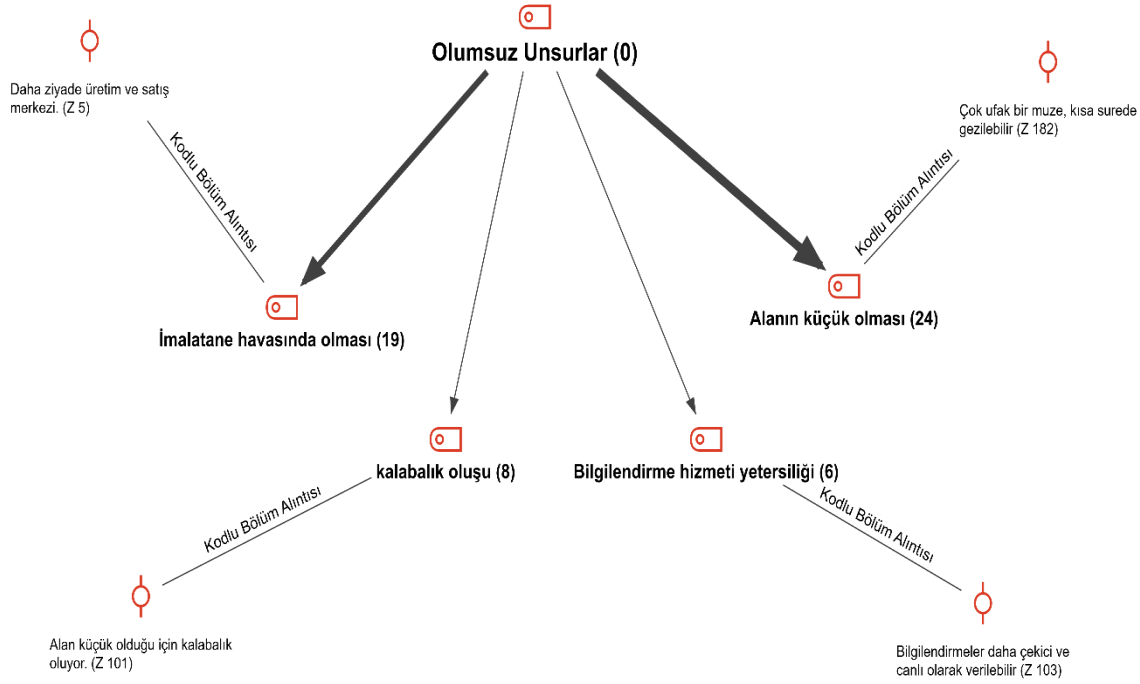
## Mekânın Temizliği

Ziyaretçilerin müzenin temiz, düzenli bir yer olduğunu ve genel ambiyans açısından temizliğinin tam olduğunu ve Eskişehir Lületaş Müzesi'ni bu kapsamda olumlu değerlendirdikleri anlaşılmıştır. Bu bağlamdaki bazı ziyaretçi yorumları şöyledir:

"...temiz düzenli bir yerdi. Işıklandırması havalandırması gayet güzel temizdi." (Z1)

"Temiz ve ilginç bir mekân." (Z75)

"...ailece gezebilecek bahçesinde temiz çam havası alabileceğiniz nezih bir yerdir." (Z189)



Şekil 4. Olumlu Unsurlar Kodu ile İlgili Katılımcı Görüşlerinin Dağılımını Gösterir Kod-Alt Kod Bölümler Modeli

Şekil 4'te görülebileceği gibi; olumsuz unsurlar ana teması altındaki alt temalarda kodlama sıklığına göre sırasıyla; alanın çok küçük olması 24, imalathane havasında olması 19, kalabalık oluşu 8, bilgilendirme hizmeti yetersizliği 6 kez kodlanmıştır. Şekil 2'de oluşturulmuş olan alt kategorilerin ziyaretçi deneyimlerine etkilerini açıkça ortaya çıkarmak amacıyla, doğrudan alıntı yapma yöntemiyle bazı ziyaretçi yorumları kodlanarak aktarılmıştır. Bu alt temalara ilişkin açıklamalar ve katılımcı görüşleri aşağıda değerlendirilmiştir.

### Alanın Çok Küçük Olması

Ziyaretçi düşüncelerine göre Lületaşı Müzesi'ni ziyaret eden bazı kişilerin müze alanının küçük olmasından muzdarip olduklarını bildirmişlerdir. Bu durumda ziyaretçilerin müze deneyimini olumsuz yönde etkilediği düşünülmektedir. Bu bağlamdaki bazı ziyaretçi yorumları şöyledir:

"Tahmin ettiğimden daha küçük bir alanda sergilenmiş." (Z7)

"Çok daha büyük bir yer hayal etmiştim ama sergilenen eserler çok az." (Z8)

"...daha şık, geniş ve çok ürünlü bir yer beklerdim doğrusu. İçerisi çok büyük değil." (Z11)

"...alan dar kalabalık küçük çocukla oldukça zor." (Z16)

"Bir mekânın içine sıkıştırılmış bir yer. O kadar güzel eserlerin böyle oldukça amatörce sergilenmesine üzüldüm." (Z34)

"...müze denecek kadar büyük bir yer değil. Küçük bir mekân. Koridor seklinde" (Z74)

### İmalathane Havasında Olması

Ziyaretçi yorumlarından çıkarılan sonuca göre; tam bir müze havasından uzak olduğu ve daha çok ürünlerin üretilip satıldığı mekân olarak zihinlerde yer edildiği

anlaşılmaktadır. Bu durumda maalesef ki müze deneyimini olumsuz yönde etkilediği düşünülmektedir. Bu kapsamda bazı ziyaretçi yorumları şöyledir:

*"...müzeden ziyade lületaşından yapılmış ürünlerin sergilendiği ve satıldığı bir yer."* (Z38)

*"Önce adını koyalım: müzemi yoksa kapalı çarşımı?"* (Z48)

*"Eskişehir denilince ilk lületaş aklımıza geldi merakla buraya gittik fakat sok olduk. Ne müzesi her yer turistik satıcı dükkân vardı. O yüzden müze mi? Diye başlık attım. Müze filan yok. Turistik dükkanlar var"* (Z49)

*"Eserler çok güzel ama müze olarak biraz zayıf. Daha çok hediyelik eşya dükkanları var."* (Z140)

*"Çarşı pazardan bir farkı yoktu. Hediyelik satan diğer mekanlardan sonra gitmek zaman kaybı oldu."* (Z148)

*"...müze beklentisi ile gittiğim için hayal kırıklığı yaşadım, hediyelik eşyaların satıldığı ticari bir mekân, gezerken bir müze geziyor gibi hissetmiyorsunuz."* (Z157)

### **Kalabalık Oluşu**

Şekil 4'de belirtildiği üzere, Lületaş Müzesini ziyaret eden bireylerin yaptıkları çevrimiçi yorumlardan çıkan sonuca göre, müzenin kalabalık olduğunu söylemektedirler; bu durumda da müze deneyimi olumsuz olduğu anlaşılmaktadır.

*"Aşırı kalabalıklarda yer yok. Mevsim dışı problem olmaz."* (Z5)

*"Ama çoğunlukla satış yapanların olduğu ve kalabalık bir müzeydi."* (Z18)

*"Rahat bakamadık. Ürünlere Emek veriliyor daha güzel sergilenmeyi hak ediyorlar."* (Z27)

*"...çarşı içi malum kalabalık"* (Z82)

*"Alan küçük olduğu için kalabalık oluyor."* (Z101)

*"...kalabalık bir gruba denk gelerseniz gezmek biraz zorlaşıyor."* (Z172)

### **Bilgilendirme Hizmeti Yetersizliği**

Ziyaretçi yorumlarına göre Lületaş Müzesi'ni ziyaret eden bazı kişiler eserlerin özellikle rehber eşliğinde bilgilendirme yapılmasının daha iyi olacağını söylemektedirler. Bu bağlamda, müzenin bilgilendirme hizmetinde aksaklıklar yaşandığı anlaşılmaktadır:

*"Bu geziyi yaparken kafama takılan bir şey oldu. Lületaşın serüveni nedir? Tarihsel süreçteki yeri ve modern sanata etkileri? Bu iş nasıl öğrenildi? Kim keşfetti. vs...Buraya bir rehberlik hizmeti gerekli. Gelenlere bu konular hakkında bilgiler veren görevli insanlar olmalıydı diye düşünüyorum. Bunları bir broşürden okumak yerine dinleyip soru sorabileceğimiz Kişiler olabilir diye düşündüm."* (Z61)

*"...lületaşın tarihi, çıkarılma serüveni, taşın özellikleri konusunda sunum yapan birileri olsa daha bilgilendirici olurdu."* (Z64)

*"Bilgilendirmeler daha çekici ve canlı olarak verilebilir."* (Z103)

*“Açıkçası lületaşu nedir? Nerelerde çıkarılır ve nasıl işlenir gibi konularda aydınlanacağımı düşünerek gittim. Ama sadece hazır ürünler var. Ve müzenin içinde başka eşyalar da satan dükkanlar var.” (Z116)*

## SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Ziyaretçilerin Lületaşu Müzesi hakkında TripAdvisor platformuna yaptıkları yorumların değerlendirilmesi maksadıyla, Eskişehir Lületaşu Müzesini ziyaret edip deneyimlerine ilişkin yorumlarını siteye yapan 190 kişinin değerlendirmesi incelenmiştir. Değerlendirme aşamasında MAXQDA 2022 yazılımından yararlanılmıştır. İlk başta kişilerin bu yorumları Word dosyasına sonrasında MAXQDA programına aktarılmıştır. En çok tekrar eden kelimeleri bulmak maksadıyla içerik analizi yapılmış ve sonrasında bununla ilgili kelime bulutu oluşturulmuş kelime bulutunda baskın kelimeler daha büyük ve daha kalın olarak yapılmıştır. Baskın kelimeler incelendiğinde konuyla alakalı olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca baskın kelimeler müze civarındaki diğer turistik çekicilikleri (odun pazarı evleri, kurşunlu cami) de işaret ettiği için Lületaşu Müzesi deneyiminin Eskişehir’deki diğer çekiciliklere yönelik tutumu güçlendirdiği sonucu tespit edilmiştir. Bunlara ek olarak Lületaşu Müzesi hakkında yorum yapan kişilerin tamamına yakını müzeyi çok iyi ya da mükemmel olarak yorumlamış, buna istinaden müzeye karşı olumlu bir atmosfer olduğu anlaşılmıştır.

Araştırmada Tripadvisor sitesinden elde edilen veriler doğrultusunda oluşturulan olumlu unsurlar ve olumsuz unsurlar olmak üzere 2 ana tema altında toplamda 12 alt tema oluşturulmuştur. Kod-alt kod-bölümler modeli kullanılarak alt temaların kodlanma sıklığı tespit edilmiş ve katılımcıların alt temalara ilişkin görüşlerine yer verilmiştir. Bu alt temalardan 8 tanesi deneyimi olumlu etkilemektedir. Bu bağlamda; Lületaşu Müzesi’nde gösterimde bulunan eserlerin niteliği ziyaretçiler üzerinde önemli bir etki ve çekicilik unsuru yaratmakta ve müze deneyimlerini olumlu yönde etkilemektedir. Bu bağlamda çevrimiçi yapılan yorumlardan hareketle, özellikle eserlerin el işçiliği olması, ustalık gerektirmesi ve zarafetle görsel şölene dönüşmesi gibi hususlar eser niteliği kapsamında değerlendirilmiştir. Eser (2021) yapmış olduğu çalışmada benzer bir şekilde müzede yer alan eser ve buluntuların müze deneyimi üzerinde olumlu bir etki yarattığı sonucuna ulaşmıştır. Alışveriş yerlerinin yeterli oluşu ziyaretçileri yeterince tatmin etmektedir. Müzeyi deneyimledikten sonra yapılan alışverişin müze deneyimini tamamladığı ya da olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir. Gökteş & Dinçer (2017) yaptıkları çalışmada çevrede restoran ve hediyelik eşya satan işletmelerin olması müze deneyimini olumlu yönde etkilediğini söylemişlerdir. Bu durum da araştırma sonucunu destekler niteliktedir. Müzenin yakın çevresindeki farklı temalı müzeler, alışveriş yerleri, yiyecek içecek ya da dinlenme mekanları, farklı kültürel abideler, yapılar ve eserler müze deneyimini olumlu yönde etkilemektedir. Bu bağlamda özellikle müzenin kurşunlu külliyesinin içinde oluşu etrafında Ahşap Eserler Müzesi, Cam Sanatları Atölyesi, Tayfun Talipoğlu Daktilo Müzesi, Karikatür Müzesi, Kırım Tatar Müzesi, çeşitli özellikli konaklar, Çengel Çeşme ve Şeyh Şahabettin Hazretleri Türbesi gibi önemli tarihi ve



kültürel yerlerin bulunmasının ziyaret motivasyonunu arttırdığı belirlenmiştir. Müzeye girişlerin ücretsiz oluşunun müze deneyimini olumlu yönde etkilediği, katılımı arttırdığı ve ziyaretçileri motive ettiği tespit edilmiştir. Ayrıca müzenin otantik bir atmosferinin olması tarihi bir külliye içinde olması, ney tınısıyla insanı rahatlatan mistik bir dokuya kavuşan hale getirmesi ve son olarak da başarılı bir şekilde iç mekân tasarımı müze deneyimini olumlu yönde etkilemektedir. Şahin & Şad (2018) yaptıkları çalışmada Türkiye’de en çok ziyaret edilen 10 adet müzeyi incelemişler ve araştırmanın sonuçlarına paralel olarak müzelere girişlerin ücretsiz oluşu olumlu müze deneyimi olarak saptamışlar. Ayrıca inceledikleri müzelerdeki tarihi doku, atmosfer ve mistik hava müze deneyimini olumlu yönde etkileyen bir unsur olduğu sonucuna varmışlar. Eskişehir Lületaş Müzesi’nin merkezi bir konumda olması, ulaşımın kolay olmasının erişilebilirlik bağlamında ziyaretçiler açısından olumlu algılandığı ve ziyaretçilerin deneyim kalitesini arttırdığı tespit edilmiştir. Müzede çalışan iş görenin sergilediği ilgi-alaka, cana yakınlık ve yardımsever tavırlar gibi olumlu davranış özelliklerinin ziyaretçi motivasyon ve memnuniyetini önemli derecede arttırdığı belirlenmiştir. Sarı Gök & Şalvarcı (2021) göre çalışanların olumlu tutum ve davranışları müzelere daha fazla ziyaretçi gelmesine katkı sağlamaktadır. Son olarak ziyaretçilerin müzeyi temiz, düzenli ve hijyenik bulması ziyaretçi deneyimini olumlu yönde etkilemektedir. Temme, 1992; Jeong & Lee, 2006; Brida, Disegna & Vachkova, (2013) yaptıkları çalışmalarda da benzer sonuçlar çıkmıştır. Bu çalışmada ki neredeyse tamamına yakın olumlu ya da olumsuz bulguların ziyaretçi deneyimi üzerinde önemli bir rol oynadığını söylemişlerdir.

Araştırmadaki bulgular ışığında; Eskişehir Lületaş Müzesi ziyaretçilerinin müze deneyimini olumsuz yönde etkileyen unsurlar dört alt kategoride toplanmıştır. Bunlardan ilki mekânın küçük olmasıdır. Müzeyi ziyaret eden bazı kişilerin müze alanının küçük olmasından muzdarip olduklarını bildirmişlerdir. Bu durumda ziyaretçilerin müze deneyimini olumsuz yönde etkilediği düşünülmektedir. Ayrıca ziyaretçi yorumlarından tam bir müze havasından uzak olduğu ve daha çok ürünlerin üretilip satıldığı mekân olarak zihinlerde yer edildiği anlaşılmaktadır. Bu durumda maalesef ki müze deneyimini olumsuz yönde etkilediği düşünülmektedir. Ek olarak müzenin kalabalık oluşu ve bilgilendirme hizmetlerinin hiç olmayışı bireylerin müze deneyiminin olumsuz değerlendirilmesine sebep olabilmektedir. Mevcut araştırmanın müze deneyimini olumsuz eden unsurları Köroğlu vd., (2017) ve Sop, Ongun & Abalı (2020) sonuçlarıyla kısmen örtüşmektedir.

Yapılan çalışmanın sonuçlarına dayanarak müze deneyiminin çok sayıda öğeden etkilendiği tespit edilmiştir. Bu bağlamda deneyimi olumlu yönde etkileyen öğeler müzenin güçlü tarafları denilirken, ziyaretçiler nezdinde olumsuz intiba bırakan öğeler ise müzelerin zayıf tarafları olarak değerlendirilebilir. Literatür incelendiğinde olumlu yönde müze deneyimi, ziyaretçi memnuniyetini artırır, bireyde tekrar deneyimleme niyeti doğmasına neden olur ve etrafına tavsiye etme gayesi üzerinde olumlu etkiler yaratmaktadır (Radder & Han, 2015; Sarı Gök & Şalvarcı, 2020). Bu kapsamda müze deneyimini olumsuz yönde etkileyen unsurları saptayıp bir an önce

bunları bertaraf etme yoluna gidilmesi müze yöneticileri için ehemmiyeti yüksek olan bir görevdir. Özellikle olumsuz yorumları baz alarak naçizane öneriler oluşturulmuştur. Bunlar; müzenin girişinde ya da müzenin değişik bölümlerinde bilgilendirici materyaller konulmalıdır. Bunlar elektronik ya da manüel olabilir. Var olan açıklamalar gözden geçirilmeli güncellenmelidir. Müzelere personel alımları dikkatle yapılmalı ve belirli periyotlarla müze personellerine gerekli eğitimler verilmelidir. Müzenin kalabalık olması veya küçük olması gibi durumlarına çözümler geliştirilmelidir. Müzenin taşıma kapasitesi kadar kişi içerde olmalıdır. Görevliler sayesinde bu durum düzene konulmalıdır. Ayrıca belirli kurallar aracılığıyla ziyaretçilerin birbirlerini rahatsız etmesinin önüne geçilmelidir. Randevulu ziyaret sistemi oluşturulmalı özellikle grup turizmi yapan kişilerden bu randevu sistemini kullanmaları istenmelidir.

Ayrıca ileride yapılacak başka çalışmalarda TripAdvisor dışındaki güvenilir sosyal platformlar ya da seyahat siteleri araştırma kapsamına alınabilir. Diğer özellikli müzeler ile ilgili benzer çalışmalar yapıp kıyaslamalar yapılarak farklı boyutlarda sonuçlara ulaşılabilir. Ek olarak dilsel geçerlilik açısından diğer dillerde yapılan yorumların çalışmaya dahil edilmemesi sadece Türkçe yorumların ele alınması çalışmanın başlıca sınırlılığını oluşturmaktadır. Gelecekte yapılan çalışmalar eğer ki dilsel yeterlilik sağlanırsa bütün dillerdeki yorumlar çalışmaya dahil edilebilir. Gelecekte yapılacak çalışmalar için yazarlara sadece nicel ve hem nitel hem de nicel yöntemin kullanıldığı karma yöntem önerilebilir.

**Hakem Değerlendirmesi:** Dış bağımsız.

**Teşekkür:** Katkılarından dolayı hakemlere teşekkür ederim.

**Destek Bilgisi:** Herhangi bir kurum ve/veya kuruluştan destek alınmamıştır.

**Etik Onayı:** Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Güncel Turizm Araştırmaları

Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.

**Bilgilendirilmiş Onam Formu:** Tüm taraflar kendi rızaları ile çalışmaya dâhil olmuşlardır.

**Etik Kurul Onayı:** Çalışma kamuya açık ikincil verilerin kullanılmasıyla oluşturulmuştur.

**Veri Kullanılabilirlik Beyanı:** Araştırma verileri paylaşılmamıştır.

## KAYNAKÇA

- Algan, E. (2014). Eskişehir'de lületaşı. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 5(8), 1-31.
- Altunel, M. C. (2013) Turistlerin beklenti ve deneyimleme kalitesinin tavsiye etme kararına etkisi: müze ziyaretçileri üzerine bir araştırma [Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi].
- Aslan, A. ve Gangal, M. (2023). Okul öncesi öğretmen adaylarının taşkın müzesi deneyimleri. *İnformal Ortamlarda Araştırmalar Dergisi*, 8(1), 21-41.
- Aydın, B. (2016). Sosyal medya'da restoran imajı: tripadvisor örneği. *Disiplinlerarası Akademik Turizm Dergisi*, 1(1), 13-30.

- Ayeh, J. K., Au, N., & 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.
- Beneke, J., Mill, J., Naidoo, K., & Wickham, B. (2015). The impact of willingness to engage in negative electronic word-of-mouth on brand attitude: a study of airline passengers in south africa. *Journal of Business And Retail Management Research*, 9 (2), 68-84.
- Bilim, C., (1997), Deniz köpüğü, lületaş. *Osmanlı Tarihi Araştırma ve Uygulama Merkezi Dergisi*, 8(8), 89-130.
- Brida, J. G., Disegna, M., & Vachkova, T. (2013). Visitor satisfaction at the museum: Italian versus foreign visitors. *BEMPS – Bozen Economics & Management Paper Series*, 2, 1-25.
- Creswell, J. W. (2013). Nitel araştırma yöntemleri: Beş yaklaşıma göre nitel araştırma ve araştırma deseni. (Çev: M. B. Demir) Ankara: Siyasal Kitapevi.
- Çelik Yetim, A. & Umur, M. (2016). Turist rehberleri bakış açısıyla müze deneyimi: göreme açık hava müzesi örneği. *Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 7(14), 599-618.
- Çevik, S. (2018). Coğrafi işaretli ürünlerin turizmdeki rolü: eskişehir turlarına ilişkin bir içerik analizi. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 5(4), 21-44
- Çuhadar, M., Özkan, A. & Çaylıkoca, A. (2017). Yiyecek içecek işletmelerine yönelik çevrimiçi müşteri değerlendirmelerinin incelenmesi: Isparta ili örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(29): 33-48.
- Çuhadar, Y. (2021). İznik'i ziyaret eden turistlerin kültürel deneyimleri üzerine bir araştırma. *Uygulamalı Sosyal Bilimler ve Güzel Sanatlar Dergisi*. 3(5), 38-53.
- Çuhadar, Y., & Coşkun, İ. O. (2022). Kırsal turizm faaliyetlerinin yöre halkının ekonomik refahına etkisi. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 5(2), 799-818
- Dirsehan, T. (2011). Romantic movement in marketing: The effects of customer experiences on post experience dimensions from the museum perspective, [Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi].
- Erhat, A. (1993). *Mitoloji sözlüğü*, Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Eser, S. (2021). Ziyaretçi deneyimleri üzerine nitel bir araştırma: Göbekli Tepe örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 18(2), 478-495.
- Gerçek, F., (1999). *Türk müzeciliği*. Türk Tarih Kurumu Yayınları, 1.Baskı, Ankara.
- Göktaş, L. S. & Dinçer, M. Z. (2017). İstanbul'da bulunan özel müzelere yönelik e-yorumların içerik analiziyle birlikte değerlendirilmesi. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 4(1), 328-342.

- Gümüşsoy, E., (2013). 1830-1914 arası Eskişehir lületaşı madeni ile ilgili bazı tespitler. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(Özel Sayı), 169-193.
- 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.
- Güzel F. Ö., Şahin İ. & Yetimoğlu, S. (2015). Düşünsel deneyim boyutu kapsamında kültür bilinci oluşturma aracı olarak müze ziyaretleri ve ziyaret sonrası davranışlara etkisi. *Akademik Bakış Dergisi*, 49, 562-580.
- Harman S. & Akgündüz, Y. (2014). Efes ören yeri ziyaretçilerinin müze deneyimi beklentilerini belirlemeye dönük bir araştırma. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(2), 113-133.
- Işık, İ. (1995). Lületaşı (Meerschaum) atıklarının pipo filtresi olarak kullanılabilirliği ve aktif karbon filtre ile karşılaştırılması. *Endüstriyel Hammaddeler Sempozyumu*, 21-22 Nisan, İzmir, 247-255.
- İşçi, C. & Güzel, B. & Maktal Canko, D. Y. & İşçi, T. & Moroğlu, F. (2020). Müze deneyimi: yönetim ve ziyaretçi perspektiflerinin karşılaştırılması. *Turizm Akademik Dergisi*, 7(1), 29-45.
- Jeong, J. H., & Lee, K. H. (2006). The physical environment in museums and its effects on visitors' satisfaction. *Building and Environment*, 41(7), 963-969.
- Kaplan, S., Bardwell, L. V., & Slakter, D. B. (1993). The museum as a restorative environment. *Environment and Behavior*, 25(6), 725-742.
- Keates, N. (2007). Deconstructing tripadvisor. *Wall Street Journal* <https://www.wsj.com/articles/SB118065569116920710>
- Keleş, V. (2003). Modern müzecilik ve Türk müzeciliği. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(1-2), 1-16
- Kladou, S. & Marabanı, E. (2015). Assessing destinizin image: An online marketing approach and the case of tripadvisor. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4(3), 187-193.
- Korkmaz, H., Savaşçı, U. & Aydın, B. (2019). Müze tanıtım faaliyetleri ve ziyaretçi deneyiminin değerlendirilmesi: Troya müzesi örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(4), 3156-3173.
- Kozak, M., & Güncan, Ö. (2021). Oyuncak müzeleri ve ziyaretçi deneyimleri. *Social Science Development Journal*, 6(24), 74-96.
- Koroğlu, Ö., Dumanlı, Ş., Şalk, S., İnanir, İ., Gürsoy, H., Karataş Bahar, A. & Özgöller, G. (2017). Müzelere yönelik olumsuz kullanıcı güdümlü içerik çözümü: Tripadvisor.com örneği. *Journal of Recreation And Tourism Research*, 4(3), 29-48.

- Köşker, H. & Karacaoğlu, S. (2019). Turizm bağlamında geleneksel türk el sanatı lületaş işlemeciliğinin değerlendirilmesi. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(18), 991-1014
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (1990). Müzeler İç Hizmetler Yönetmeliği, <https://teftis.ktb.gov.tr/TR-263865/muzeler-ic-hizmetler-yonetmeliği.html#:~:text=Madde%204%2D%20M%C3%BCze%20%3A%20K%C3%BClt%C3%BCr%20varl%C4%B1klar%C4%B1n%C4%B1,geli%C5%9Firme%20tesirli%20olan%20daimi%20kurulu%C5%9Ftur>
- Landis, J. R. & Koch, G. G. (1977). The measurement of observer agreement for categorical data. *Biometrics*, 33, 159-174.
- Lee, J., Park, D. H., & Han, I. (2008). The effect of negative online consumer reviews on product attitude: An information processing view. *Electronic Commerce Research And Applications*, 7(3), 340- 353
- Nicoli, N., & Papadopoulou, E. (2017). Tripadvisor and reputation: A case study of the hotel industry in Cyprus. *Euromed Journal of Business*, 12(3), 316-334.
- Özdemir, M. & Dudaş, N. (2011). Eskişehir ili'nde lületaş işletmeciliği ve üretilen ürünler. *Süleyman Demirel Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Hakemli Dergisi*, 4(7), 1-25.
- Özsöz, F. M. (2018). Şehir pazarlamasında bir marka şehir olarak Eskişehir'in incelenmesi. *Uluslararası Batı Karadeniz Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 2(1), 12-34
- Pantelidis, I. S. (2010). Electronic meal experience: A content analysis of online restaurant comments. *Cornell Hospitality Q*, 51(4), 483-491
- Radder, L. & Han, X. (2015). An examination of the museum experience based on pine and gilmore's experience economy realms. *Journal of Applied Business Research*, 31(2), 455-470.
- Sarı Gök, H. & Şalvarcı, S. (2020). Türkiye'deki gastronomi temalı müzelere yönelik çevrimiçi ziyaretçi deneyimlerinin incelenmesi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 18(1), 120-140.
- Schmitt, B. (1999). Experiential marketing. *Journal of Marketing Management*, 15, 53-67.
- Sheng C. W. & Chen M. C, 2012. A study of experience expectations of museum visitors. *Tourism Management* 33, 53-60.
- Sop, S. A., Ongun, U. & Abalı, R. (2020). Müze deneyimini etkileyen unsurlar: çevrimiçi yorumlar üzerine nitel bir araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 1123-1138
- Stoleriu, O. M., Brochado, A., Rusu, A. & Lupu, C. (2019). Analyses of visitors' experiences in a natural world heritage site based on tripadvisor reviews. *Visitor Studies*, 22(2), 192-212

- Şahin, S., & Şad, B. (2018). Müzelere yönelik e-yorumların içerik analizi yöntemi ile değerlendirilmesi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 14(1), 199-232
- Taşlıgil, N., & Şahin G. (Kış 2011). Doğal ve kültürel özellikleriyle lületaş. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(16), 45-46.
- Temme, J. E. V. (1992). Amount and kind of information in museums: its effects on visitors satisfaction and appreciation of art. *Visual Arts Research*, 18(2), 28-36.
- Tunçdilek, N. (1955). Lületaş. *Türk Coğrafya Dergisi*, 12(13-14), 91-106.
- Türk Dil Kurumu Sözlükleri (2023). Deneyim, <https://sozluk.gov.tr/>
- Türk Patent ve Marka Kurumu (2019). Eskişehir lületaş, <https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/26.pdf>
- Vespestad, M. K., & Lindberg, F. (2011). Understanding nature-based tourist experiences: an ontological analysis. *Current Issues in Tourism*, 14(6), 563-580
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2016). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.