

Müzelerdeki Eser Sergileme Politikasının Ziyaretçi Deneyimi ve Öğrenme Motivasyonuna Etkisi*

Ahmet Yavuzkır^{1**}  Volkan Genç² 

¹ Şanlıurfa Müzesi, Müze Araştırmacısı, Şanlıurfa, Türkiye, ahmetyavuzkır@gmail.com, ORCID: 0000-0001-9686-8207

² Batman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Batman, Türkiye, volkangnc@yahoo.com, ORCID: 0000-0001-5887-0568

Öz

Müzeler, kültür turizminin önemli bir enstrümanı olmuş ve kültür turlarının önemli bir durağı haline gelmiştir. Bir müzeyi mümkün kılan parametreler içerisinde her ne kadar sahip olduğu koleksiyon ve koleksiyonun niteliği var olsa da düşünsel arka planında zamansal, mekânsal, eser ve tematik kurgular bulunmaktadır. Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi özelinde yapılan bu çalışmanın amacı müzelerdeki eser sergileme politikasının ziyaretçi deneyimi ve öğrenme motivasyonu üzerinde etkisinin olup olmadığını araştırmaktır. Aynı zamanda bu boyutların ziyaretçi deneyiminde aracılık rolünün olup olmadığı bu çalışma kapsamında araştırılmıştır. Çalışma kapsamında Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi'ni ziyaret eden ve kolayda örneklem yöntemi ile seçilen 511 ziyaretçiye anket formu uygulanmıştır. Aynı zamanda müzelerin eser sergileme boyutlarına ilişkin ölçek geliştirilmiştir. Çalışma sonucunda elde edilen verilere bakılarak araştırmada ortaya konan hipotezler doğrulanmış olup müzelerdeki eser sergileme boyutlarının ziyaretçi deneyimine ve öğrenme motivasyonuna olumlu katkısı olduğu saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Eser Sergileme Politikası, Müze, Öğrenme Motivasyonu, Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi, Ziyaretçi Deneyimi

The Effect of Exhibition Policy of Artifacts in Museums on Visitor Experience and Learning Motivation

Abstract

Museums have been an essential instrument of cultural tourism and have become a necessary stop of cultural tours. Although the collection and the quality of the collection are among the parameters that make a museum possible, there are temporal, spatial, artifacts, and thematic fictions in its intellectual background. The aim of this study, which was carried out specifically for the Şanlıurfa Archeology Museum, is to investigate whether museums' exhibition policy affects visitor experience and learning motivation. At the same time, whether these dimensions have a mediation role in the visitor experience was investigated in this study. In the study, a questionnaire was applied to 511 visitors who visited Şanlıurfa Archeology Museum and were selected with the convenience sampling technique. At the same time, a scale was developed regarding the exhibition dimensions of museums. By looking at the data obtained as a result of the study, the hypotheses put forward in the research were confirmed. It was determined that exhibiting artifacts in museums positively contributed to the visitor experience and learning motivation.

Keywords: Art Exhibition Policy, Museum, Learning Motivation, Şanlıurfa Archeology Museum, Visitor Experience

Önerilen Atıf/Suggested Citation

Yavuzkır, A. ve Genç, V. (2022). Müzelerdeki Eser Sergileme Politikasının Ziyaretçi Deneyimi ve Öğrenme Motivasyonuna Etkisi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 422-446.

*Bu çalışma, Batman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Sanat Tarihi Anabilim Dalında "Kurgusal Söylemden Söylemsel Kurguya: Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi'ndeki Eser Sergileme Politikasının Ziyaretçi Deneyimi ve Öğrenme Motivasyonu Üzerine Etkisi" adlı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

**Sorumlu yazar e-posta: volkangnc@yahoo.com

Araştırma Makalesi

Cilt 6, Sayı 2, 2022
ss. 422-446

Gönderim : 07.12.2021
1. Düzeltme: 14.03.2022
Kabul Tarihi: 22.05.2022

Research Article

Vol 6, No 2, 2022
pp. 422-446

Received : 07.12.2021
Revision1: 14.03.2022
Accepted: 22.05.2022

GİRİŞ

1970'li yıllardan itibaren müzeler, geleneksel işlevlerinin (nesne toplama, nesne koruma, nesne sergileme ve eğitim gibi) yanı sıra merkezine insanı alarak toplumun kalkınması ve bireyin psikolojik sağlığından ekolojik duyarlılığına kadar bir dizi kavramın yeni müzebilim literatürüne girmesini sağlamıştır (Hooper-Greenhill, 1994; (Hooper-Greenhill, 2000). Bu durum müzelerin bir çeşit forum, agora veya kültür merkezi olarak birer deneyim sahası olarak sivrilmesini olanaklı kılmıştır (Hooper-Greenhill, 1992; Onur, 2014). Bu etkiler sonucunda kurumların/kuruluşların sahip olduğu koleksiyonları (arkeolojik, jeolojik, biyolojik nesne gibi) sergileyen müzeler ve onları inşa eden sergi küratörleri (arkeologlar, antropologlar, sanat tarihçileri, pedagoglar vb.) belirli kurgusal boyutlar üzerinden ve belirli niyetlerle kodlanan bir çeşit sergileme politikası aracılığıyla müzeleri inşa etmeye başlamışlardır (Falk ve Dierking, 1992; Artun, 2017).

Son yıllarda, müzeler üzerinde bütçelerin azalması nedeniyle daha geniş ve daha çeşitli bir ziyaretçi kitlesini çekmek için artan bir baskı bulunmaktadır (Vesci, Conti, Rossato ve Castellani, 2021). Müzelerin odağı koleksiyonlardan izleyicilere (Kotler ve Kotler, 2000) ve müze çalışmaları da müze ortamının öneminden tatmin edici deneyimleri kolaylaştırmaya doğru kaymıştır (Sheng ve Chen, 2012). Müze ziyaretçileri, kültürel miras unsurlarını bilişsel deneyimin yanında duygusal ve sosyal deneyimler de aramaktadır (Del Chiappa vd., 2014). Bu nedenle, müzeler, rekabet edebilmek ve daha fazla ziyaretçi çekebilmek amacıyla ziyaretçi temelli olmaları gerekmektedir.

Postmodern dönemde ziyaretçiler artık sadece hizmetin sunumunu veya kalitesini satın almamakta; bunun yanında benzersiz ve akılda kalıcı deneyimler aramaktadırlar (Jin, Xiao ve Shen, 2020). Müzeler bu dönemde koleksiyon, araştırma ve sergileme işlevlerinin yanında eğitim ve rekreasyon işlevlerine de hizmet etmektedir (Karadeniz, 2018). Uluslararası Müzeler Komisyonu (ICOM) müzenin *"toplumun ve toplumsal gelişimin hizmetinde halka açık, insana ve yaşadığı çevreye tanıklık eden materyaller üzerinde araştırmalar yapan, toplayan, koruyan, bilgiyi paylaşan, inceleyen ve bu materyali eğitim amacı ile topluma estetik zevkler kazandırmak için sergileyen kar düşüncesinden bağımsız, sürekliliği olan bir kuruluş"* olduğunu vurgulamıştır (akt. Karadeniz, 2018: 65). Semper (1990) de müzenin okul dışı öğrenmenin ve eğlenmenin gerçekleştiği kent fuarı olduğunu ifade etmiştir. Bu bağlamda, müzelerin ziyaretçi temelli roller edindiği görülmüş ve böylelikle ziyaretçi çalışmalarına duyulan ihtiyaç ortaya çıkmıştır (Weil, 2000).

Bu çalışmada zamansal, mekânsal, arkeolojik eser ve tematik kurguların arkeolojik anlamda ürettiği mesajın müze ziyaretçilerine temas etme noktasındaki işlevselliği sorgulanmaktadır. Müze veya müzecilikle ilgili olarak yapılacak muhtemel her çalışma, zaman kavramını hesaba katmak zorundadır (Artun, 2017; Falk, Koran, Dierking ve Dreblow, 1985; Yazıcı Yakın, 2002). Hafıza taşıyıcısı olarak zaman içerisinde kamusal bir niteliğe bürünen müzeler aracılığıyla bir hikâye anlatıcılığı bulunmaktadır. Müzelerin somut mevcudiyetinin temel şartı olan arkeolojik eserler;

zaman ve eserler aracılığıyla belirlenmiş bir akışı sağlamak adına tasarılanmış mekânsal kurgu; gelişim/gelişme kavramını belirlenmiş bir hikâye, bir anlatıyı somut anlamda görünür kılan tematik kurgu, müzelerdeki belirgin boyutlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından son yıllarda inşa edilen arkeoloji müzeleri, böylesi boyutları daha görünür, daha işlevsel kılan, ziyaretçinin ve arkeolojik bilginin birbirine temasını kolaylaştıran bir paradigma dönüşümünün fotoğrafını net bir şekilde ortaya koymaktadır. Bu fotoğrafın bir parçası olarak tanımlanan Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi'nin araştırma öznesi olarak seçilmesinin gerekçesi ise geleneksel müzeciliğin dayattığı kavramsal ızgaranın aksine arkeoloji müzelerindeki kurgusal boyutların (ister fiziksel ister düşünsel) çok daha belirgin görüldüğü, mesaj-temas aktüalitesinin amacına uygun olarak yapılanmasıdır.

Arkeolojik kazılarda ortaya çıkarılıp müze vitrinlerine gelene kadar belirlenmiş ve kurgulanmış bir kariyere sahip olan arkeolojik nesnelerin ürettiği bilginin, toplumsal dolaşımda hızlandırıcı, “normalleştirici” bir rol oynamasını kolaylaştıran kurgusal boyutların ne olduğunu ve bu boyutların ziyaretçi deneyimine olan etkisini saptamaya dönük bir ölçek geliştirme ve model üretme bu çalışmanın amacıdır.

Kuramsal Çerçeve

Heterotopya

Heterotopya kavramı Foucault'un kuramsal dizgesinde doğrudan mekânla ilgili bir kavram olup etimolojik olarak Latince hetero (farklı), topia (farklı yerler) sözcüklerinin birleşiminden meydana gelmiş ötekilik ile ilintili mekânları çağrıştırmaktadır (Selvi, 2014). Sözcüğün ilk kullanımı tıbbi kökenlidir. Heterotopya kavramı tıbbi kökeninden farklı olarak, Michel Foucault tarafından ilk kez 1966 yılında “Kelimeler ve Şeyler” (The Order of Things) adlı çalışmasında kullanılmıştır. 14 Mart 1967 tarihinde Michel Foucault, mimarlar için verdiği konferansta Heterotopyalar hakkında ilk kez zamansal-mekânsal alan olarak bahsetmiştir. Bu konferansta Foucault, 19. yüzyılı “zaman merkezli”, 20. yüzyılı ise “mekân merkezli” olarak tanımlamıştır. Foucault (2000: 291-292) “dünyanın kendini, zaman boyunca gelişen uzun bir ömürden ziyade, noktaları birbirine bağlayan ve kendi yumağını ören bir ağ gibi hissettiği bir dönemdeyiz” zaman deneyimini lineer/çizgisel olarak değil örüntüsel olarak tanımlamıştır.

Foucault, ütopya ve heterotopya olmak üzere mevkileri ikiye ayırmaktadır. Ütopyalarda gerçek dışı mekân olarak kavramsallaştırılmıştır (Karaman, 2018). Foucault (2001: 15), gerçek bir mekânı olmayan ütopyalarda “şeyler o kadar farklı yerlere yatırılmış, konulmuş, yerleştirilmişler ki onları kabul edecek bir mekân bulmak olanaksız hale gelmiştir” diye belirtmiş olup salt somut bir mekânı mümkün kılmadığı için büyü ve düz bir mekânda büyüyen yeşeren ütopyalara; geniş caddeli, bakımlı bahçeleri olan kentler, ulaşımı kolay, hayali ülkeler olarak tasarlamıştır. Bütün kültür ve uygarlıklarda fiili olarak rastlanan heterotopyalar ise ütopyaların yeryüzüne inmiş hali, mekânsal olarak somutlaşmış, aynı zamanda toplumun kurumsallaşmasında da yer almış ve bir çeşit karşı-mevki olarak tanımlanmıştır (Karadeniz, 2018). Bu bağlamda “heterotopyalar, kültürün içinde bulunabilecek diğer tüm gerçek mevkileri kendi içinde temsil etmekte,

tartışmakta ve kendine çevirmektedir. Bu özellikleri nedeniyle gerçek bir yeri işaret edecek şekilde kodlansa da heterotopyalar kültürün içinde bulunabilecek diğer tüm gerçek yerlerden farklı ve onların dışında öteki olan yerlerdir” (Selvi, 2014: 13-14). Bu niteliğiyle heterotopyalar ütopyanın karşısında konumlandırılmıştır. Müze farklı zamanlarda farklı nesnelere bir araya getiren bir heterotopya olarak değerlendirilmektedir (Karadeniz, 2018). Bu bağlamda, müze sergileri önemli bir rol oynamaktadır.

Müzedede Eser Sergileme Politikası

Serim (display) terimi müze nesnelere ziyaretçilerin tüketimine sunulması ve yorumlanması anlamına gelmekte; içerik olarak tasarım, grafik, metin gibi yazılı, görsel ve işitsel materyali kapsamaktadır (Onur, 2012). Belcher (1991) sergiyi bir çeşit gösteri, izleyiciyi önceden belirlenmiş bir amaç çerçevesinde etkileme amacının güdümesi olarak tanımlamıştır. Yine sergiler, ziyaretçilerin koleksiyonlarda en azından temsili bir nesne seçimi görebileceklerini beklemelerini ve gösterim, eğitim, araştırma ve yayın gibi çeşitli alanları kapsayacak şekilde yorumlamalar yapıldığını kabul etmeyi amaçlamaktadır (Belcher, 1991). Böylelikle sergiler ziyaretçi ile nesnenin karşılaşmasını, buluşmasını kolaylaştıran, nesne ile kontrollü bir temasın sağlandığı alanlar olarak ön plana çıkmaktadır (Ertürk, 2020). Bu bağlamda sergiler, gerçek objelerle ziyaretçileri bir araya getirmesi sonucunda ortaya çıkan zevk, eğlence, memnuniyet ve bilgi edinme fırsatı ile çok heyecan verici birçok duyuşsal deneyim sağlamaktadır (Belcher, 1991).

1970’lerden sonraki epistemolojik kırılma, müzelerin geleneksel işlevlerinin (nesne toplama, nesne koruma, nesne sergileme ve eğitim gibi) yanı sıra merkezine insanı alarak toplumun kalkınması ve refahını sorunsal alanı kılan, bireyin psikolojik sağlığından ekolojik duyarlılığına kadar bir dizi kavramın yeni müzebilim literatürüne girmesini sağlamış, müzelerin bir çeşit forum, agora veya kültür merkezi olarak birer deneyim sahası olarak sivrilmelerini olanaklı kılmıştır (Onur, 2014).

Doğa bilimleri metodolojisiyle çalışan arkeoloji disiplininin bilimsel çıktısı insanlığın geçmişine dair anlatımların ampirik olgulara (dokunulabilir, görülebilir maddi kalıntılar) dayandırılmasıdır (Boren, 2019). Koleksiyoner ve nesne tüccarlarından farklı olarak arkeologlar; nesnelere estetik, duyuşsal veya ticari değeri ile değil de daha ziyade nesnelere enformasyon yönü ile ilgilenir (Boren, 2019). Nesnelere geçmiş hakkında söyledikleri, dolayısıyla geçmişin “doğru” anlaşılmasını sağlamaya dönük çalışan arkeologların teorik pozisyonu kabul edildiği gibi ikincil değil birincildir. Çünkü nesnelere sınıflanmasını, değerlendirmesini ve kayıt altına alınmasını sağlayan arkeolog esasta bir “kurma”, “inşa etme” (construction) pratiği sergilemektedir (Boren, 2019). Bu inşa etme pratiği nesnelere kayıt altına alınma süreci, bilimsel ön kabuller ve bir dizi sosyo-politik etkilerin altında sergilenmektedir. Bu etkiler sonucunda kamunun sahip olduğu koleksiyonları (arkeolojik, jeolojik, biyolojik nesne gibi) sergileyen müzeler ve onları inşa eden sergi küratörleri (arkeologlar, antropologlar, sanat tarihçileri, pedagoglar vs.) belirli kurgusal boyutlar üzerinden ve belirli niyetlerle kodlanan bir çeşit sergileme politikası aracılığıyla

müzeleri inşa etmektedirler. Bu sergileme politikası temelde eser, zamansal, mekânsal ve tematik olmak üzere dörtte ayrılabilir. Bunlar:

Eser Kurgusu: Kültürel miras inşası temelde iki süreç üzerinden yapılanmaktadır. Öncelikli olarak kazı, satın alma, zorla alma veya hibe yoluyla müzeler aracılığıyla edinilen arkeolojik nesnelere kayıt altına alınıp olası yerel ve toplumsal-kültürel anlam ve kullanımından soyutlanmakta, nesne “dünya mirası” olmaya hazır hale getirilmekte, bir bakıma evrensel bir bağlam içine yerleştirilmektedir (Boren, 2019). Bu sürece eser kurgusu denilmektedir.

Zamansal/Kronolojik Kurgu: Antik Yunanca’da zaman anlamına gelen “kronos” ve bilim anlamına “logia” sözcüklerinin birleşiminden meydana gelen kronoloji terimi, Latince’de “chronologia” olarak geçmekte olup Türk Dil Kurumu bahsi geçen terimi “zaman bilimi, zaman dizimi, zamanın bölümlere ayrılması” olarak tanımlamaktadır (Tekin, 2017: 34). Dünyadaki tüm arkeoloji müzeleri, envanterindeki nesnelere temel alınarak doğrusal bir zaman kurgusu üzerine şekillendirilmişlerdir.

Mekânsal/Mimari Kurgu: Bir müze tasarılırken müze mimarisinin içerikten bağımsız olarak düşünülmemeyeceğini, müze mimarisi ziyaretçiye hep bir sonraki köşeyi dönünce ne göreceğini merak ettirmesi gerektiğini ifade eden Wallisser, müze küratörlerinin senaryoyu yazdığını mimarların ise bu senaryonun filmi çektiğini ifade etmiştir (Anonim, 2014). Mekânsal ve tematik bağlamda iyi bir kurgunun insanları bilgilendirmesi ve heyecanlandırması gerektiğini ifade eden Uwe Brückner ise bu hedefe nasıl ulaşılacağını şu şekilde ifade etmektedir: “İçerik biçimi oluşturur ve mekân haline gelir. Biz içerikten oluşan sahnelemeler geliştiriyoruz ve bunun sayesinde ziyaretçi, gözlemci ve müşteriler bizim dikkate aldığımız konuların bir parçası haline gelebiliyor. Misyonumuzu anlatmakla yükümlü olduğumuz içerikten tutarlı mekânsal kavramlar üretilmesi olarak görüyoruz” (Anonim, 2014). Sonuç olarak mekânsal kurgu, ürettiği bilgi aracılığıyla bireyin davranışlarının ve zihinsel kodlarının belirlenmesinde önemli bir rolü üstlenmektedir (Akgün, 2011).

Canlandırma/Tematik Kurgu: Arkeoloji müzelerinin kendisi salt verili bir bilişsel kabulün dışavurumu değil belirli kurguların/boyutların bir araya gelerek oluştuğu anlam üreten kurumlardır. Dolayısıyla müzelerde belirli niyetlerle kodlanan ve tüketime sunulan bu kurgusal boyutlar, ziyaretçilerin ziyaret edilen mekâna dönük deneyimlerini (estetik, eğlence, kaçış ve zevk alma gibi) doğrudan etkileyen unsurlar olarak görülmektedir.

Müze Deneyimi

Postmodern dünyada ziyaretçiler sadece hizmet sunumunu veya kalitesini almanın yanında benzersiz ve akılda kalıcı deneyimler aramaktadırlar (Ruiz-Alba, Nazarian, Rodríguez-Molina ve Andreu, 2019). Böylece ziyaretçiler sadece bilişsel değil, aynı zamanda duygusal ve sosyal deneyimlere de ulaşmayı beklemektedir (He, Wu ve Li, 2018). Bu nedenle, müzelerin çağdaş ziyaretçilerin ihtiyaçlarını ve isteklerini karşılaması (Trunfio, Campana ve Magnelli, 2020) ve kültürel mirası korumaya devam ederken çeşitli izleyicileri memnun etmek için farklı türde deneyimler yaratması

beklenir (Del Chiappa, Andreu ve Gallarza, 2014). Chan (2009) müze deneyimlerini, bir hizmet karşılaşması sırasında katılımcılar tarafından hissedilen öznel zihinsel durum olarak ele almaktadır. Bu nedenlerden dolayı birçok araştırmacı müze deneyimlerini farklı bakış açılarından analiz etti. Örneğin, bazı çalışmalar deneyimlerin tanımlarını ve tipolojilerini incelemiştir (Falk ve Dierking, 1992; Conti, Vesci ve Pencarelli, 2017). Del Chiappa vd. (2014) ziyaretçilerin eğlence, kültür, eğitim ve sosyal etkileşim dahil olmak üzere küresel bir deneyim aradıklarını doğrulamışlardır. Bu çalışma, Pine ve Gilmore'un (1999), müze ziyareti deneyimlerinin tamamlayıcı boyutlarını içeren kapsamlı bir şema olarak kabul edilen dört deneyim alanı olan estetik, zevk alma, eğlence ve kaçış iyi bilinen modeline odaklanmaktadır. Müze iç mekân tasarımları (vitrinlerin seçimi ve konumu, ışıklandırma, çizim rekonstrüksiyonları, yönlendirme tasarımı, bilgilendirme yazıları ve tasarımları, renk seçimleri ve uyumu vb.) veya arkeolojik eser sunma biçimi (replika alanların birebir oluşturulması, eseri merkeze alan enstalasyon uygulamaları) müzelerdeki estetik deneyime vurgu yapmaktadır. Eğlence deneyimi, turizm faaliyetinde bulunan bireylerin iyi vakit geçirme ve deneyim sürecinde eğlenmesi olarak tanımlanmaktadır (Pine ve Gilmore, 1999). Kaçış deneyimi, turist bireysel rutininden gündelik rutinden sıyrılma durumudur. Son boyut olan zevk alma deneyimi ise turizm deneyimi esnasında "kişiyi heyecanlandıran zevkli duygular" olarak tanımlanmakta ve ürün veya hizmet değerinin önemli bir bölümünü kapsamaktadır (He vd., 2018). Aynı zamanda bu boyut hedonik duygulara vurgu yapmaktadır.

Öğrenme Motivasyonu

Kültürel miras turizminin (müzeler, sit alanları vb.) en önemli çıktısı ziyaretçiyi eğitmek ve bu konuda onları bilgilendirmek olarak tanımlanabilir (Hooper-Greenhill, 2004; Masberg ve Silverman, 1996). Bu bağlamda "müzedeki öğrenme" ve "öğrenme modelleri" kavramları ön plana çıkmaktadır (Hooper-Greenhill, 2007). Bilginin yapılandırılarak sunulma konusunda müzeler özelinde yapılandırıcı öğrenme kuramını kavramsallaştıran George E. Hein, bilgiyi tüketen insanların bilginin basit pasif alıcıları değil aksine bilgiyi kuran ve bu sürece dahil olan aktörler olarak tanımlamaktadır (Hooper-Greenhill, 2007; Onur, 2012). Bu araştırma kapsamında öğrenme motivasyonundan kastedilen şey; müze yapımcıları tarafından kurgulanan salonlarda tüketime sunulan bilginin belirli bir arka plan gözetilerek bir bağlam içerisinde bilgiyi yapılandırdığı, yapılandırılan bilginin ziyaretçi tarafından nasıl "kurulduğunu" anlamak amacı taşımaktadır. Çünkü tüm müzelerde aslında bilginin kendisi yapılandırılarak (sıralama, tasnifleme, vb.) sunulmaktadır.

Araştırma Hipotezleri

Bu çalışmada zamansal, mekânsal, arkeolojik eser ve tematik kurguların arkeolojik anlamda ürettiği mesajın müze ziyaretçilerine temas etme noktasındaki işlevselliği sorgulanmaktadır. Müze veya müzecilik ile ilgili olarak yapılacak her muhtemel çalışma, zaman kavramını hesaba katmak zorundadır. Hafıza taşıyıcısı olarak zaman içerisinde kamusal bir niteliğe bürünen müzeler aracılığıyla meşrulaşan ilerlemeci

zaman kavramı; teknik ve tipolojik ayırım sonucunda müzenin somut mevcudiyetinin temel şartı olan arkeolojik eserler; zaman ve eserler aracılığıyla belirlenmiş bir akışı sağlamak adına tasarılanmış mekânsal kurgu; gelişim/gelişme kavramını belirlenmiş bir hikâyeye, bir anlatıyı somut anlamda görünür kılan tematik kurgu, müzelerdeki belirgin boyutlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından son yıllarda inşa edilen arkeoloji müzeleri, böylesi boyutları daha görünür daha işlevsel kılan, ziyaretçinin ve arkeolojik bilginin birbirine temasını kolaylaştıran bir paradigma dönüşümünün fotoğrafını net bir şekilde ortaya koymaktadır. Bu fotoğrafın bir parçası olarak tanımlanan Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi'nin araştırma öznesi olarak seçilmesinin gerekçesi ise geleneksel müzeciliğin dayattığı kavramsal ızgaranın aksine arkeoloji müzelerindeki kurgusal boyutların (ister fiziksel ister düşünsel) çok daha belirgin görüldüğü, mesaj-temas aktüalitesinin amacına uygun olarak yapılanmasıdır.

Müze turizmi deneyiminin yönetimi, dikkati ve ilgiyi uyandırarak girdilerin sağlanmasına dayanmaktadır (Goulding, 2000). Müze deneyiminin yönetimine bakmanın iki temel yöneliminden biri "sergileme" ve "yerleştirme" kavramlarıdır (Falk vd. 1985). Sergilemede, bir serginin doğasının müze deneyiminin arkasındaki baskın itici güç olduğu savunulmaktadır. Yerleştirme ise daha bütünseldir; müzeyi, bireylerin fiziksel alanlar tarafından öngörülebilir bir şekilde estetik açıdan değerlendirmesini öngörmektedir (Hyun, Park, Ren ve Kim, 2018). Bu nedenle, çeşitli sergilere ve sergilere ek olarak, ziyaretçilerin tepkileri sosyal ve fiziksel ortamlar tarafından şekillendirilebilir. Her iki bakış açısından da önceki anlayışa dayanarak, müzelerin çok sayıda sergi ve ortam aracılığıyla turistleri estetik deneyimlerin birlikte yaratılmasına başarılı bir şekilde katılması için zorlayıcı uyaranlar üretmeleri çok önemlidir (He vd., 2018). Falk vd. (1985), müze ziyaretçi davranışının incelenmesine uygulanabilecek üç temel çerçeve olduğunu iddia etmektedir. Bunlar;

- Serginin doğasının baskın, motive edici olduğunu ve bu nedenle uygun bir sergi perspektifi oluşturulması,
- Deneyim bakış açısı,
- "Ortam" perspektifidir.

Bu bağlamda müzelerde ziyaretçi deneyimi üzerinde rol oynayacak unsurlardan birinin sergileme politikası olduğu değerlendirilmektedir. Çünkü, müzede oluşturulan kurgu unsurları (zamansal, mekânsal, eser ve tematik) bir ziyaretçinin deneyimini farklılaştırabilir. Semper (1990) müzenin okul dışı öğrenmenin ve eğlenmenin gerçekleştiği kent fuarı olduğunu vurgulamıştır. Önceki çalışmalarda (Del Chiappa vd., 2014; He vd., 2018; Ruiz-Alba vd., 2019) deneyimin boyutları çoğunlukla memnuniyet veya davranışsal niyet üzerine kurgulanmıştır. Ancak müzelerin, öğrenme motivasyonu üzerinde de rol oynadığı düşünülmekte ve araştırmanın bağımlı değişkenini oluşturmaktadır. Buna göre;

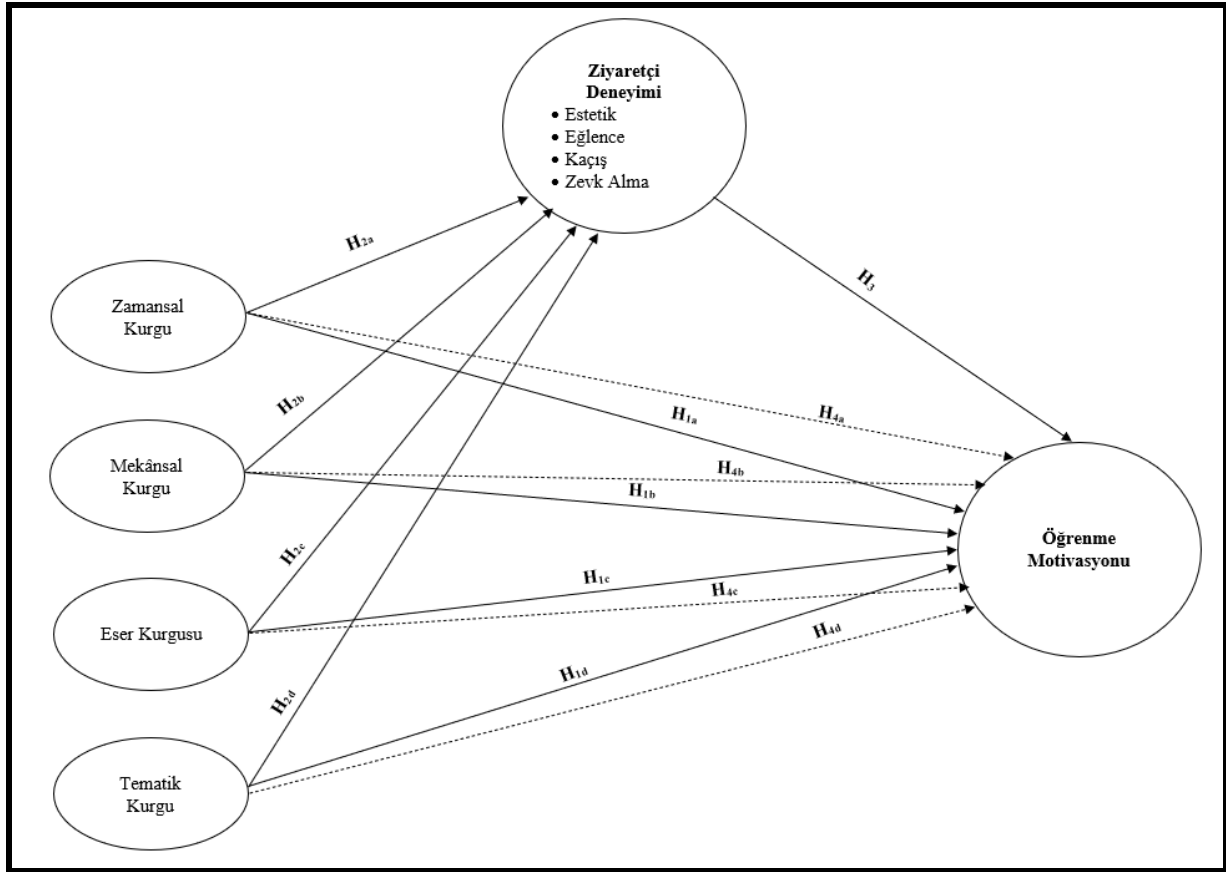
- H₁: Müze sergileme politikasının öğrenme motivasyonu üzerinde etkisi vardır.
- H_{1a}: Zamansal kurgunun öğrenme motivasyonu üzerinde etkisi vardır.

- H_{1b}: Mekânsal kurgunun öğrenme motivasyonu üzerinde etkisi vardır.
- H_{1c}: Eser kurgusunun öğrenme motivasyonu üzerinde etkisi vardır.
- H_{1d}: Tematik kurgunun öğrenme motivasyonu üzerinde etkisi vardır.

Müze deneyiminin önemi pek çok araştırma sonucu desteklenmiştir (Conti vd., 2017; Kuo, Cheng, Chang ve Hu, 2018; He vd., 2018; Tezgel Çoban, 2018; Bideci ve Albayrak, 2018; Roederer ve Filser, 2018). Falk vd.'nin (1985) belirttiği sergileme önemine dayanarak ikinci ve üçüncü hipotezler şu şekilde kurulmuştur:

- H₂: Müze sergileme politikasının ziyaretçi deneyimi üzerinde etkisi vardır.
- H_{2a}: Zamansal kurgunun ziyaretçi deneyimi üzerinde etkisi vardır.
- H_{2b}: Mekânsal kurgunun ziyaretçi deneyimi üzerinde etkisi vardır.
- H_{2c}: Eser kurgusunun ziyaretçi deneyimi üzerinde etkisi vardır.
- H_{2d}: Tematik kurgunun ziyaretçi deneyimi üzerinde etkisi vardır.
- H₃: Ziyaretçi deneyiminin öğrenme motivasyonuna etkisi vardır.

Şekil 1. Araştırma Modeli ve Hipotezler



Falk vd. (1985) ileri sürdüğü çerçeveler ve ICOM'un yaptığı müze tanımına dayanarak müze sergileme politikasının, ziyaretçi deneyiminin ve öğrenme motivasyonunun bir bütün olarak incelenmesi gerektiği düşünüldü ve bu bağlamda dördüncü hipotez şu şekilde kurulmuştur:

- H₄: Müze sergileme politikasının öğrenme motivasyonu üzerindeki etkisinde, ziyaretçi deneyiminin aracılık rolü (etkisi) vardır.

- H_{4a}: Zamansal kurgunun öğrenme motivasyonu üzerindeki etkisinde, ziyaretçi deneyiminin aracılık rolü (etkisi) vardır.
- H_{4b}: Mekânsal kurgunun öğrenme motivasyonu üzerindeki etkisinde, ziyaretçi deneyiminin aracılık rolü (etkisi) vardır.
- H_{4c}: Eser kurgusunun öğrenme motivasyonu üzerindeki etkisinde, ziyaretçi deneyiminin aracılık rolü (etkisi) vardır.
- H_{4d}: Tematik kurgunun öğrenme motivasyonu üzerindeki etkisinde, ziyaretçi deneyiminin aracılık rolü (etkisi) vardır.

YÖNTEM

Örnekleme ve Veri Toplama

Çalışma evreni olarak da Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi'ni ziyaret eden yerli ziyaretçiler olarak belirlenmiştir. Söz konusu araştırma kapsamında Türkiye'deki müzeciliğin kurgusal ve kavramsal ızgarasının en iyi yansıtıldığı yerlerin başında gelen Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi, Paleolitik Dönem (MÖ. 2.000.000- MÖ. 9.800), Neolitik Dönem (MÖ.9.800-MÖ.6.000), Kalkolitik Dönem (MÖ. 6.000- MÖ. 3.100), Tunç Dönemi (MÖ. 3.100-MÖ. 1.200), Demir Dönemi (MÖ. 1.200-MÖ. 330), Helenistik Dönem (MÖ.330-MS. 244), Roma Dönemi (MS. 244- MS. 1031), Doğu Roma Dönemi (MS. 1031- MS.1086) ve İslami Dönem olmak üzere 9 salondan oluşmaktadır (Karul, Kozbe ve Yavuzkır, 2017). Müze gezi güzergâhı Paleolitik Dönem salonundan başlayıp sırasıyla Neolitik, Kalkolitik, Tunç, Demir, Helenistik, Roma, Doğu Roma ve İslami Dönem olarak devam etmektedir.

Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi'ni 2019 yılında 204.192 kişi (biletli giriş: 67.789, acente girişi: 1.010, kartlı giriş: 43.865, diğer kart girişi: 3.055) ziyaret etmiştir. Söz konusu kişilerin yerli veya yabancı olması ile ilgili herhangi bir veri tabanı bulunmamakla beraber, anket uygulaması sayıca fazla olan yerli ziyaretçileri merkeze alarak yapılmıştır. Toplamda 511 adet anket müzeyi ziyaret eden ziyaretçilere uygulanmıştır. Bu çalışmada kolayda örnekleme yöntemi ile veriler toplanmış olup bu metodun seçilmesinin nedeni, ana kütleden en hızlı ve en ekonomik şekilde verilerin alınmasıdır. Covid-19 salgını nedeniyle Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı müzeler bulaş riskini azaltmak için bir süre kapalı bulundurulmuş olup müzelere ziyaretçi kabul edilmemiştir. Normalleşme sürecine paralel olarak müze ve öğrenyerleri kademeli olarak açılmış olup anketteki veriler bu kademeli normalleşme süreci zamanında toplanmıştır.

Ortak Yöntem Varyansı ve Normal Dağılım Testi

Anket tekniğinden faydalanılarak gerçekleştirilen çalışmalarda ortak yöntem varyansı (common method variance) ortaya çıkabilecek sorunlar arasındadır (Kinicki, Prussia, Wu ve McKee-Ryan, 2004). Bu sorunu çözmek için araştırmada gönüllülük temeline göre ankete katılımın sağlanmasına ve onları yönlendirici herhangi bir eylemde bulunmamaya dikkat edilmiştir.

Hatalı veya uygun olmayan veriler sonucunda elde edilen analizlerin hatalı olma durumu göz önüne alındığında, bu çalışma kapsamında uygulanan anket verilerinden

geçerli sonuçların elde edilebilmesini mümkün kılmak adına verilerdeki hataların ayıklanması ve verilerin normal dağılım göstermesi gerekmektedir (Genç, 2018). Bu çerçevede anket verileri SPSS programına aktarıldıktan sonra her bir değişken için betimsel analizler gerçekleştirilmiş olup veri kütesinde varsa eksik veya fazla veri girişi, işlem hatası ve hatalı indeksleme, aralık dışı ve mükerrer kodlama gibi sorunlar hem kontrol edilmiş hem de düzeltilmiştir. Hata ayıklama periyodundaki ikinci düzenleme ise kayıp değer kontrolü ve bu kayıp değerlerin yerine veri atamasıdır. Kayıp veri analizi sonucunda veri kütesindeki verilerin tesadüfi olarak (rastsal) dağıldığı tespit edilmiş olup araştırmadaki değişkenlerin yapısal bütünlüğünü bozmayacak şekilde ortalama değer ataması yapılmıştır. Covid-19 Pandemi sürecinde yapılan bu çalışmada, müze ziyaretçilerinin ciddi anlamda azalması da göz önüne alındığında örneklem sayısının korunması önemli görülmektedir. Bu bağlamda ortalama değer atanması örneklem sayısının azalmamasını sağlamaktadır. Normal dağılıma ilişkin çarpıklık (skewness) ve basıklık değerleri (kurtosis) değerinin uygun aralıkta olduğu ($\pm 1,5$) ve verilerin normal dağılım gösterdiği söylenebilir (Tabachnick ve Fidell, 2001).

Veri Toplama Araçları

Bu çalışmaya dair hazırlanan anket formu dört farklı bölümden oluşan otuz iki sorunun ziyaretçilere yöneltildiği Likert tipi bir ölçüm aracıdır. Anketin birinci bölümü ziyaretçilerin demografik bilgileri, ikinci bölümü Şanlıurfa Müzesi'ndeki sergileme politikası, üçüncü bölümü ziyaretçilerin deneyimleri, dördüncü bölümü ise ziyaretçilerin öğrenme motivasyonu ile ilgilidir.

Müzelerde sergileme politikasını ölçmek için ölçek geliştirilmiştir. Bu çalışmanın ihtiyaçlarına uygun başka bir ölçek olmadığı için müzelerdeki sergileme politikasına yönelik bir ölçek geliştirme yöntemi seçilmiştir. Bu kapsamda madde havuzu oluşturulmuş olup "Müzelerdeki Sergileme Politikası"nu konu alan ve otuz beş maddeden oluşan bir madde havuzu oluşturulmuş, devamında birbirine benzeyen maddelerin elimine edilmesiyle birlikte on altı soruluk ölçek, ilgili alanda herhangi bir çalışma bulunmamasından kaynaklı olarak, müzelerde yapılan gözlemler ve çalışmalar bağlamında oluşturulmuştur (Falk ve Dierking, 2000; Gouldin 2000; Jeong ve Lee 2006; Dirsehan, 2012; Forrest, 2013; Buonincontri, Marasco ve Ramkissoon, 2017;Roederer ve Filser 2018; Hyun vd., 2018). Bu bağlamda bu ölçek, müze ve ziyaretçi ilişkisini konu edinen çalışmalar için yeni bir perspektif sunma potansiyeli bakımından önemlidir. Lawshe tekniğinden yararlanılmıştır. Bu teknik çalıştığı alanda yeterli mesleki uzmanlık ve teknik bilgiye sahip olan en az beş en çok kırk uzmandan oluşan bir "alan uzmanları grubunun" belirlenmesini gerektirmekte olup alan uzmanlarının görüşlerinin ve alanyazından alınan veriler neticesinde oluşturulmuş bir aday ölçek havuzunun oluşturulmasını gerektirmektedir (Genç, 2018). Bu teknik ışığında, kurgusal boyutlara dönük hazırlanan on altı soruluk anket formu, Şanlıurfa Müzesi'ni ziyaret eden ve alanında uzman olan kişilere (akademisyenler, müze uzmanları, arkeologlar vb.) değerlendirmek üzere yollanmıştır. Toplam on iki kişiden oluşan uzman grubu bu çalışma kapsamında kurgusal boyutları belirlemek üzere

oluşturulan anket formunu değerlendirmiş olup tavsiye edilen düzenlemeler sonucunda ankete son hali verilmiştir. Kurgusal boyutları belirlemek üzere oluşturulan anket formunun kapsam geçerliliği yapılmış olup tüm maddelerin kabul edildiği tespit edilmiştir.

Anket formunun üçüncü bölümü olan “Ziyaretçi Deneyimi”, He vd. (2018) tarafından yapılan çalışmadaki ölçekten uyarlanmıştır. Bu çalışma için Türkçeye çevrilmiştir. İlk olarak, ölçeğin kültürlerarası bir değerlendirmesi yapılmıştır. Literatür taraması, ölçeğin hem kaynak hem de hedef kültürlerdeki uzmanların görüşlerinden yararlanılarak farklı kültürel bağlamlara uyarlanabileceğini göstermiştir. Böylece ölçek maddeleri İngilizceden Türkçeye çevrilmiş ve hem İngilizce hem de Türkçe bilen dört akademisyene (iki Doçent ve iki Dr. Öğr. Üyesi) danışılmıştır. Daha sonra orijinal ve uyarlanmış ölçekler arasında karşılaştırma yapabilmek için ölçek geri çevrilmiştir. Son olarak da pilot çalışma yapılmış ve anketin nihai hali oluşturulmuştur. Anketin son kısmındaki “Öğrenme Motivasyonu”na dönük ölçek Pine ve Gilmore’un (1999) çalışmasından yararlanarak oluşturulmuştur.

Ölçeklerin Geçerliliği ve Güvenirliliği

Modelin uygunluk analizinin etkinliğini ve hipotez testinin geçerliliğini sağlamak için geçerlilik ve güvenilirlik testleri yapılmıştır. Ziyaretçi deneyimi doğrulayıcı faktör analizi (DFA) kullanılarak test edildi. Estetik, eğlence, kaçış ve zevk alma gizil değişkenleri ve t-değerlerinin $p < 0.01$ ($t > 2.576$) için anlamlı olduğu bulundu. Modelin iyi uyum sağladığı açıkta ($\chi^2/df = 4.016$, CFI = 0.97, GFI = 0.94, RMSEA = 0.077, NFI = 0.97). Gözlenen değişkenlere karşılık gelen gizil değişkenler üzerindeki standartlaştırılmış faktör yüklerinin (0.50’nin üzerinde) yeterli yakınsak geçerliliğe sahip olduğu ve ölçeğin üç faktörlü yapıyı koruduğu görülmüştür (Tablo 1).

Müze sergileme politikası için ölçek geliştirilmiştir. İlk olarak müze sergileme politikası boyutlarına yönelik ölçeğin faktör yapısını belirlemek için keşfedici faktör analizi (KFA) ve DFA yapılmıştır. 511 ziyaretçiden toplanan veri rastgele ikiye bölündü ve biri KFA için diğeri DFA için olmak üzere iki ayrı veri setinde kullanıldı. Fokkema ve Greiff (2017) aynı veriler üzerinde KFA ve DFA yapılamayacağını belirtmişler ve bu istatistiksel olarak kanıtlanmıştır.

Tablo 1. Müze Deneyimine İlişkin Doğrulayıcı Faktör Analiz İndeksleri

Müze Ziyareti Deneyimi Modelinin Faktör ve İfadeleri	Standardize Edilmiş Faktör Yüklere	t-Değerleri	Standart Hata	R ²	Yapı Güvenirliği	Açıklanan Varyans
Müze Ziyareti Deneyimi						
<i>Estetik Boyut</i>					0,888	0,725
1. Bu müzedeki eserlerin sergilenme biçimi çekicidir.	0,864	22,696	0,25	0,746		
2. Bu müzedeki deneyim süreci beni cezbetti.	0,879	23,209	0,23	0,773		
3. Bu müzenin genel atmosferini sevdim.	0,810	1'e sabitlenmiştir.	0,34	0,656		
<i>Eğlence Boyutu</i>					0,904	0,759
4. Bu müze sergisinin çok eğlenceli olduğunu düşünüyorum.	0,863	23,363	0,26	0,744		
5. Bu müzenin coşkusu (heyecanı) beni cezbetti.	0,890	26,752	0,21	0,792		
6. Bu müze sadece arkeolojik eserleri sergilemekle kalmadı, aynı zamanda beni eğlendirdi.	0,860	1'e sabitlenmiştir.	0,26	0,740		
<i>Kaçış Boyutu</i>					0,919	0,791
7. Bu müzede böyle bir deneyim yaşadığım için çok heyecanlıyım.	0,913	30,580	0,17	0,834		
8. Bu müze deneyimi gerçekten hoşuma gitti.	0,873	27,850	0,24	0,762		
9. Bu müze deneyimi heyecan vericidir.	0,883	1'e sabitlenmiştir.	0,22	0,780		
<i>Zevk Alma Boyutu</i>					0,878	0,707
10. Böyle bir müze deneyimine sahip olmak beni gerçek hayatın sıkıntılarında bir an için uzaklaştırdı.	0,800	20,353	0,35	0,646		
11. Bu müzedeki deneyim beni başka bir dünyadaymışım gibi hissettirdi.	0,903	23,434	0,18	0,815		
12. Bu müzedeki deneyime kendimi o kadar kapırdım ki gezi dışında kalan her şeyi unuttum.	0,812	1'e sabitlenmiştir.	0,34	0,659		

Maddelerin saflaştırılması için KFA ve DFA'nın ayrı veriler üzerinde yapılmıştır (Hair, Black, Babin ve Anderson, 2010). 200 kişilik bir örneklem büyüklüğü KFA için yeterli kabul edilmektedir (Hair vd., 2010). KFA, 0.947'lik bir KMO değeri gösterdi ve

Bartlett'in küresellik testinden χ^2 değeri 0.000 olarak bulundu. 0,60'tan büyük bir KMO değeri ve Bartlett'in küresellik testi için 0,05'ten küçük bir χ^2 değeri, bir faktör analizi için uygun veriler olduğunu gösterir. Müze sergileme politikası ölçeğinin teorik yapısı dört faktörlü bir yapıya işaret ettiğinden, faktör yapısı dört ile sınırlandırılmış, KFA temel bileşenler tekniği ve Varimax döndürme uygulanarak yapılmıştır. Analiz sonucunda tüm faktör yüklerinin 0.50'nin üzerinde olduğu oluşturulan modelin toplam varyansın %81.574'ünü açıkladığı tespit edilmiştir.

Tablo 2. Müze Sergileme Politikası Doğrulayıcı Faktör Analiz Değerleri

Sergileme Politikası Modelinin Faktör ve İfadeleri	Standardize Edilmiş Faktör Yükleri	t-Değerleri	Standart Hata	R ²	Yapı Güvenirliği	Açıklanan Varyans
Sergileme Politikası						
<i>Zamansal/Kronolojik Kurgu</i>					0,911	0,72
1. Bu müzedeki tarihsel sıralama müzeyi gezmemi kolaylaştırdı.	0,801	15,529	0,36	0,642		
2. Bu müzede tarihsel dönemlerin nasıl ilerlediğini kolayca takip edebildim.	0,852	17,243	0,27	0,726		
3. Bu müzede geçmişten günümüze doğru bir yolculuk yaptığımı hissettim.	0,887	15,529	0,21	0,787		
4. Müzedeki zaman kurgusu tarihi bir bütün olarak kavramama olanak sağladı.	0,852	1'e sabitlenmiştir.	0,27	0,726		
<i>Mekânsal/Mimari Kurgu</i>					0,862	0,677
5. Müzedeki sergi salonlarını kolayca bulabildim.*						
6. Müzenin mimari tasarımı insanlığın gelişimine ışık tutacak şekilde oluşturulmuştur.	0,799	14,864	0,36	0,638		
7. Müzedeki sergi salonları arasındaki tarihsel bağlantıyı kolayca takip edebildim.	0,894	15,214	0,2	0,799		
8. Müzedeki mimari tasarım müzeyi gezmemi kolaylaştırdı.	0,77	1'e sabitlenmiştir.	0,59	0,593		
<i>Arkeolojik Eser Kurgusu</i>					0,936	0,784

9. Bu müzedeki eserler ilkel teknolojiden modern teknolojiye doğru belirli bir sıra ile sergilenmiştir.	0,886	20,01	0,22	0,785
10. Bu müzedeki eser sıralaması tarihsel dönemler arasında bağlantı kurmama olarak sağladı.	0,938	22,46	0,12	0,880
11. Bu müzedeki eserler insanlığın gelişimi ile ilgili bilgi edinmemi kolaylaştırdı.	0,847	20,64	0,28	0,717
12. Bu müzedeki eser kurgusu dönemsel farklılıkları takip etmemi kolaylaştırdı.	0,869	1'e sabitlenmiştir.	0,24	0,755
<i>Canlandırma/Tematik Kurgu</i>			0,901	0,752
13. Müzedeki heykel ve canlandırmalar arkeolojik dönemleri anlamama olarak sağladı.	0,841	18,19	0,29	0,707
14. Müzedeki canlandırma alanları eserlerin nasıl ve hangi amaçlarla kullanıldığını görmemi kolaylaştırdı.*				
15. Müzedeki canlandırma alanları arkeolojik devirleri görsel bir hikâyeye dönüştürmüştür.	0,864	19,167	0,25	0,746
16. Arkeolojik eserlerin nasıl kullanıldığını görmek onları daha iyi hatırlamama olarak sağladı.	0,896	1'e sabitlenmiştir.	0,2	0,803

KFA'nın ardından, ölçüm modeli DFA kullanılarak test edildi. "Mekânsal/Mimari kurgu" boyutundaki "Müzedeki sergi salonlarını kolayca bulabildim." ve "Canlandırma/Tematik Kurgu" boyutundaki "Müzedeki canlandırma alanları eserlerin nasıl ve hangi amaçlarla kullanıldığını görmemi kolaylaştırdı." maddelerin faktör yükleri 0.50'nin altında olması ve uyum iyiliklerini bozması nedeniyle ölçekten çıkarılmıştır. Daha sonra analiz tekrar yapılmıştır. Söz konusu modifikasyon işleminin uygulanması sonucunda DFA veri setindeki gizil değişkenler olarak tanımlanan zamansal kurgu, mekânsal kurgu, eser kurgusu ve tematik/canlandırma kurgularını açıkladığı görülmüş olup t değerlerinin $p < 0.01$ düzeyinde anlamlı olduğu görülmüştür ($t > 2.576$). Yine 14 maddelik ifadelerin faktör katsayıları 0,50'den büyük, hata katsayılarının ise 0,90'dan küçük olduğu görülmüştür (Tablo 2). Uyum iyilikleri ($\chi^2/df = 3.222$, CFI = 0.96, GFI = 0.90, RMSEA = 0.094, NFI = 0.94) kabul edilebilir sınırlılıklar içerisinde olduğu görülmüştür (Fokkema ve Greiff, 2017).

Tablo 3. Ayırt Edici Geçerlilik Değerleri

	Zamansal	Mekânsal	Eser	Tematik
Zamansal	0,849			
Mekânsal	0,793**	0,823		
Eser	0,809**	0,804**	0,885	
Tematik	0,693**	0,706**	0,807**	0,867
	Estetik	Eğlence	Kaçış	Zevk Alma
Estetik	0,851			
Eğlence	0,772**	0,871		
Kaçış	0,781**	0,793**	0,890	
Zevk Alma	0,632**	0,685**	0,734**	0,841

Ayırt edici geçerliliğini değerlendirmek için Fornell ve Larcker (1981), ölçümün ayırt edici geçerliliğinin de tatmin edici olduğunu belirtmek için AVE değerinin karekökünün faktörler arası korelasyonlardan daha yüksek olmasını önermiştir. Modelin ziyaretçi deneyimi (dört boyut) ve müze sergileme politikası (dört boyut) için ayırt edici geçerlilik kriterlerini karşıladığı görülmüştür (Tablo 3).

Daha sonra boyutların güvenilirlik analizi sonuçları incelenmiş ve müze sergileme politikası için Cronbach's α katsayıları 0.965 ile 0.969 arasında değiştiği belirlenmiştir. Müze ziyaretçi deneyimi için 0.947 ile 0.951 arasında değerler almıştır. Öğrenme motivasyonu için ise 0.881 ile 0.916 arası değerler almıştır. Bu bağlamda, tüm sonuçların güvenilir olduğu tespit edilmiştir.

BULGULAR

Katılımcılara İlişkin Bulgular

Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi'ni ziyaret eden ziyaretçilerin demografik özellikleri tablo 4'te detaylı olarak verilmiştir. Tablo 4'te 511 ziyaretçi incelendiğinde erkek cinsiyeti lehine bir sivrilmeye olduğu görülmektedir. Ziyaretçilerin medeni durumuna ilişkin bulguda ise bekâr sayısının daha yüksek olduğu görülmektedir. 470 ziyaretçinin yaş kategorisine bakıldığında aralığın 21-29 yaş grubunda yığıldığı bu aralığı 30-39 yaş grubunun takip ettiğini görülmektedir. Eğitim durumunda ise lisans mezunu kategorisinin belirgin bir biçimde sivrildiği görülmektedir. Gelir düzeyinde ise yığılmanın iki uç değerde toplandığı, müzeyi ziyaret sıklığında ise ziyaretçilerin %77,3'ünün bu müzeyi ilk defa ziyaret ettiği görülmektedir.

Tablo 4. Ziyaretçilerin Demografik Özellikleri

Cinsiyet	Sıklık	% Oran	Medeni Durum	Sıklık	% Oran
Kadın	205	40.1	Evli	237	46.6
Erkek	306	59.9	Bekâr	272	53.4
Toplam	511	100.0	Toplam	509	99.6
Kayıp Değer	0	0.0	Kayıp Değer	2	0.4
Toplam	511	100.0	Toplam	511	100.0
Yaş	Sıklık	% Oran	Eğitim Durumu	Sıklık	% Oran
20 Yaş ve Altı	43	8.4	İlköğretim	21	4.1
21-29	191	37.4	Lise	99	19.4
30-39	152	29.7	Önlisans	64	12.5
40 +	84	16.4	Lisans	252	49.3
Toplam	470	92.0	Lisansüstü	75	14.7
Kayıp Değer	41	8.0	Toplam	511	100.0
Toplam	511	100.0	Kayıp Değer	0	0.0
			Toplam	511	100.0
Gelir Düzeyi	Sıklık	% Oran	Ziyaret Sıklığı	Sıklık	% Oran
2.500 TL ve Altı	128	25.0	İlk Ziyaret	395	77.3
2.501-3.500 TL	54	10.6	İkinci Ziyaret	60	11.7
3.501-4.500 TL	89	17.4	Üçüncü Ziyaret	20	3.9
4.501-5.500 TL	97	19.0	Dört ve Üstü	36	7.0
5.500 TL ve Üstü	124	24.3	Toplam	511	100.0
Toplam	492	96.3	Kayıp Değer	0	0.0
Kayıp Değer	19	3.7	Toplam	511	100.0
Toplam	511	100.0			

Müze kavramının gündelik hayatta çok daha fazla görünür olmaya başlaması ve bunun kültür turizminin bir enstrümanı olarak yapılanmaya başlaması, eğitim durumu ile doğru orantılı olarak görülmektedir. 511 ziyaretçiden % 49.3'ün lisans mezunu olması eğitim durumunun artmasına paralel olarak müze ziyareti gerçekleştirme oranının artmasını sağlamıştır. Gelir düzeyinin görünüm sıklığı ise demografik veri setinin en ilginç boyutunu oluşturmaktadır. "2.500 TL ve Altı" ile "5.500 TL ve Üstü" kategorileri oransal anlamda birbirine çok yakın (% 25.0 - % 24.3) olduğu görülmektedir. Gelir durumu başlığında "2.500 TL ve Altı" kategorisinin veri kütleminin %25.0'ini oluşturduğu (ki en yüksek oransal değerdir) görülmektedir. Bu değer Uluslararası Müzeler Konseyinin (ICOM) müzeleri "gelişimin hizmetinde olan kurumlar" olarak tanımlamasını doğrular niteliktedir. Çünkü ziyaretçilerin bilet satın alarak bu müzeyi ziyaret ettiği göz önüne alındığında, ziyaret talebinin en alt gelire sahip olan bireylerce daha çok gerçekleştirildiği, bireyin sınırlı bütçesinin bir kısmını müze ziyareti deneyimine ayırdığı, bu deneyimi "önemsediği" görülmektedir. Her deneyimin bir çeşit öğrenmeyi/gelişmeyi (olumlu veya olumsuz) mümkün kılması,

araştırmanın merkezinde bulunan Şanlıurfa Müzesi'nin "gelişimin hizmetinde olan bir kurum" niteliğini ve bu bağlamdaki işlevselliğini göstermekte olup alt gelir grubuna sahip bireylerdeki "kültürel sermaye" oluşturma durumunu da daha çok yapılandırmaktadır.

Araştırma hipotezlerini test etmeye dönük Hayes (2018) tarafından geliştirilen SPSS Process Macro 3.3 programı kullanılmış olup yine Hayes (2018) tarafından geliştirilen 4. Model kullanılmıştır. Bu modelde bağımsız değişken, bağımlı değişken ve aracı değişken kullanılmış olup hem doğrudan hem de aracılık etkisine sahip hipotezler test edilmiştir. Analizi yapılan hipotezler aşağıda tablo 5'te yer almaktadır. Buna göre zamansal kurgunun öğrenme motivasyonu üzerindeki etkisi incelendiğinde katsayı değerinin 0,27 ($p<0,05$) olduğu görülmektedir. Buna göre, "H1a: Zamansal kurgunun öğrenme motivasyonu üzerinde etkisi vardır" hipotezi desteklenmiştir. Mekânsal kurgunun ziyaretçi deneyimi üzerindeki 0,22'lik ($p<0,05$) bir etkiye sahip olduğu görülmüştür ve H1b hipotezi de desteklenmiştir. H1c hipotezinde ise eser kurgusunun öğrenme motivasyonu üzerindeki etkisi incelenmiştir. Eser kurgusunun öğrenme motivasyonu üzerinde 0,37'lik ($p<0,05$) bir etkisi tespit edilmiş ve H1c hipotezi desteklenmiştir. H1d hipotezinde de tematik kurgunun öğrenme motivasyonu üzerindeki etkisi incelenmiştir. Buna göre tematik kurgunun öğrenme motivasyonu üzerinde 0,30'luk ($p<0,05$) bir etki söz konusudur. Dolayısıyla H1d hipotezi desteklenmiştir. Sergileme politikasının öğrenme motivasyonu üzerindeki en büyük etkisinin eser kurgusunda olduğu görülmektedir.

Sergileme politikasının ziyaretçi deneyimi üzerindeki etkisi ile ilgili H2 hipotezi oluşturulmuş ve bu bağlamda dört alt hipotez test edilmiştir. Bu hipotezlerden ilki zamansal kurgunun öğrenme motivasyonu üzerindeki etkisine yöneliktir. Buna göre zamansal kurgunun ziyaretçi deneyimi üzerinde 0,51'lik ($p<0,05$) bir etkisi söz konusudur ve H2a hipotezi desteklenmiştir.

H2b hipotezinde mekânsal kurgunun ziyaretçi deneyimi üzerindeki etkisi incelenmiştir ve 0,58'lik ($p<0,05$) bir etki tespit edilmiştir. Dolayısıyla, H2b hipotezi desteklenmiştir. Eser kurgusunun ziyaretçi deneyimi üzerindeki etkisi H2c hipotezi ile test edilmiştir. Buna göre, eser kurgusunun ziyaretçi deneyimi üzerinde 0,65'lik ($p<0,05$) bir etkisi söz konusudur ve bu hipotez de desteklenmiştir. H2d hipotezinde ise tematik kurgunun ziyaretçi deneyimi üzerindeki etkisi incelenmiş ve 0,64'lük ($p<0,05$) bir etki tespit edilmiştir ve bu hipotez desteklenmiştir. H3 hipotezinde ziyaretçi deneyiminin öğrenme motivasyonuna etkisi incelenmiş ve 0,56'lık ($p<0,05$) bir etki tespit edilmiştir Buna göre, H3 hipotezi de desteklenmiştir.

Tablo 5. Hipotezlere İlişkin Bulgular

Hipotezler	β	Boot SE	t	p	BootLLCI	BootULCI
H1a: Zamansal Kurgu>>Öğrenme Motivasyonu	.2680	.0271	99.050	.000	.2148	.3211
H1b: Mekânsal Kurgu>>Öğrenme Motivasyonu	.2209	.0307	7.2007	.000	.1606	.2812
H1c: Eser Kurgusu>>Öğrenme Motivasyonu	.3702	.0316	11.7075	.000	.3081	.4324
H1d: Tematik Kurgunun>>Öğrenme Motivasyonu	.3017	.0322	9.3692	.000	.2384	.3650
H2a: Zamansal Kurgu>>Ziyaretçi Deneyimi	.5094	.0327	155.752	.000	.4451	.5736
H2b: Mekânsal Kurgu>>Ziyaretçi Deneyimi	.5826	.0314	18.5748	.000	.5210	.6443
H2c: Eser Kurgusu>>Ziyaretçi Deneyimi	.6519	.0327	19.9397	.000	.5877	.7162
H2d: Tematik Kurgu>>Ziyaretçi Deneyimi	.6406	.0309	20.7261	.000	.5799	.7013
H3: Ziyaretçi Deneyimi >>Öğrenme Motivasyonu	.5612	.0302	185.989	.000	.5019	.6205
H4a: Zamansal Kurgu>>Ziyaretçi Deneyimi>>Öğrenme Motivasyonu	Dolaylı Etki= 0.286 %95 CI [.2182,-.3560]					
H4b: Mekânsal Kurgu>>Ziyaretçi Deneyimi>>Öğrenme Motivasyonu	Dolaylı Etki=0.337 %95 CI [.2576,-.4236]					
H4c: Eser Kurgusu>>Ziyaretçi Deneyimi>>Öğrenme Motivasyonu	Dolaylı Etki=0.314 %95 CI [.2451,-.3833]					
H4d: Tematik Kurgu>>Ziyaretçi Deneyimi>>Öğrenme Motivasyonu	Dolaylı Etki= 0.3302 %95 CI [.2622,-.3968]					

Aracılık etkisine yönelik analizler H4 hipotezi ile test edilmiştir. Buna göre zamansal kurgunun öğrenme motivasyonu üzerindeki etkisinde ziyaretçi deneyiminin aracılık etkisi 0,29 CI [.2182,-.3560] olarak tespit edilmiş ve hipotez H4a desteklenmiştir. H4b hipotezi ile mekânsal kurgunun öğrenme motivasyonu üzerindeki etkisinde ziyaretçi deneyiminin aracılık etkisi tespit edilmiş ve 0,34'lük CI [.2576,-.4236] bir dolaylı etki tespit edilmiştir ve hipotez desteklenmiştir. H4c hipotezi ile eser kurgusunun öğrenme motivasyonu üzerindeki etkisinde ziyaretçi deneyiminin aracılık etkisi incelenmiş ve 0.31'lik CI [.2451,-.3833] dolaylı etki tespit edilmiştir. Buna göre H4c hipotezi desteklenmiştir. Son hipotezde ise tematik kurgunun öğrenme motivasyonu üzerindeki etkisinde ziyaretçi deneyiminin aracılık etkisi tespit edilmiş ve 0,33'lük CI [.2622,-.3968] bir dolaylı etkisi olduğu bulunmuştur. Buna göre H4d hipotezi de desteklenmiştir.

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Bu çalışmada Türkiye’de UNESCO Dünya Mirası listesinde yer alan destinasyonların Geçtiğimiz yüzyılda müze sergileme tasarımları, nesnelerin aracısız bir biçimde gösterilmesinden, yorumlayıcı ortamların yaratılmasına doğru evrilmiş olup bu değişimin temel tetikleyicisi müze ziyaretçilerinin merkeze alınması, yüksek izleyici kitlesine ulaşma çabası ve tasarımın salt bir dekorasyon çıktısı olarak tanımlanmadığı şeklinde ifade edilebilir (Forrest, 2013: 201). Bu nedenle günümüzde yapılması düşünülen müzelerin mimari iç planı, inşası ve eser sunumlarında müze sergilerinin belirlenmiş bir temaya sahip olması, sürükleyici olması ve çok daha teatral unsurlara sahip bir sergileme politikası geliştirmeye dönük hem düşünsel hem de ekonomik kaynaklar harcanmaktadır. Forrest’in (2013) de belirttiği üzere kültürel miras turizminin bir enstrümanı olarak tanımlanabilecek müzeler hakkındaki algı için sergi ortamı önemli bir ana unsur olarak tanımlanabilmektedir.

Arkeoloji müzeleri ziyaretçilerde belirli bir duygusal etki yaratma çabasına ek olarak insanlığın geçmişine dönük buluntular aracılığıyla bir bilgi yapılanmasını mümkün kılmaktadır. Bu bağlamda arkeoloji müzelerindeki atmosfer, ziyaretçiyi belirli bir bağlam içerisine sokma çabası olarak da görülebilir. Bu bağlam ziyaretçilerin hem duygusal hem de bilişsel boyutlarından oluşmaktadır. Falk ve Dierking (2000), Gouldin (2000), Jeong ve Lee (2006), Dirsehan (2012), Forrest (2013), Buonincontri vd., (2017), Roederer ve Filser (2018), Hyun vd., (2018), Kuo vd., (2018) tarafından yapılan çalışmalar incelendiğinde müze veya miras alanlarındaki fiziksel özelliklerin/atmosferin ziyaretçi deneyimini olumlu/olumsuz anlamda etkileyip etkilemediğini ölçmeye yöneliktir. Ancak yapılan bu çalışmalarda sergilerdeki fiziksel özellikler, farklı bağlamsal unsurlar göz önüne alınıp değerlendirilmiş olup (ki bu unsurlar doğal-salt verili olarak kabul edilmiştir) bu bağlamsal unsurların düşünsel arka planı göz ardı edilmiştir. Yukarıdaki çalışmalardan farklı olarak bu çalışmada müzelerdeki düşünsel ve fiziksel boyutlar, belirgin bir biçimde tanımlanmış olup bu boyutların bir-aradalığı, aynı-andalığının (tek başına bir bağlamı olmayan ancak bir araya geldiğinde bir bütün oluşturan yapboz parçaları gibi) öğrenme motivasyonunu konu edinen H_{1a}, H_{1b}, H_{1c} ve H_{1d} hipotezlerinin doğrulanması ile kanıtlandığı; yine bu boyutların aynı-andalığının ziyaretçi dönük etkilerini konu edinen H_{2a}, H_{2b}, H_{2c} ve H_{2d} hipotezlerinin doğrulanması ile kanıtlandığı yapılan analizlerden anlaşılmaktadır.

Kültürel faaliyetlere dönük yapılan gezilerin turizmin bir enstrümanı olarak algılanmaya başlamasıyla birlikte miras turizminin bileşenleri bir çeşit deneyim ekonomisi alanında faaliyet geliştirmek zorunda kalmış ve ziyaretçilerin gezilen alana tekrar geri gelmesini sağlamak için deneyimler hazırlamalarını zorunlu kılmıştır. Bu miras turizmini tüketici tercihlerine ve deneyimlerine vurgu yaparak daha ziyaretçi odaklı olmaya doğru gelişim göstermesini sağlamıştır (Genç, 2020). Dolayısıyla, ziyaretçilerin algıladığı kalite, miras tarafından sunulan hizmetlerden ziyade, ziyaret sürecinde yaşadıkları deneyimlerle çok daha fazla ilişkili (Chen ve Chen, 2010: 29) olup bu alanda ziyaretçi deneyimini ölçmeye dönük Otto ve Ritchie, (1996), Masberg ve Silverman (1996), Beeho ve Prentice (1997), McIntosh (1999), Chronis (2005), Jeong

ve Lee (2006), Chen ve Chen (2010), Sheng ve Chen (2012), Altunel (2013), Lee (2013), Chen ve Chen (2013), Harman ve Akgündüz (2014), Faizan (2015), Yılmaz ve Ardıç Yetiş (2016), Kırcova ve Erdoğan (2017), Buonincontri vd., (2017), Conti vd. (2017), Bideci ve Albayrak, (2018) Hyun vd. (2018), Tezgel Çoban (2018), He vd. (2018), Cavlak ve Cop (2019), Piramanayagam, Rathoreve ve Seal (2020) tarafından ziyaretçi deneyim boyutu farklı kategorilerde (estetik, eğlence, kaçış, tarihsel hatırlatıcılık vb.) ele alınmış olup çalışmanın bu bölümünde yararlanılan bu çalışmalarını doğrulayıcı bulgular elde edilmiştir.

Sonuç olarak; Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi'ndeki eser sergileme politikası boyutlarının (zamansal, mekânsal, eser ve tematik) öğrenme motivasyonunu etkilediğini ve ziyaretçi deneyiminin de aracılık rolü bulunduğu tespit edilmiştir. Merak kabinelerinden kamusal binalara doğru hem düşünsel hem de fiziksel anlamda değişim geçiren müzeler, geçmişten günümüze örtük anlamda birer informal eğitim alanı olma niteliğinin sivrilmeye başladığı temel alanlardan biri olmuştur. Bu alan, vaat ettiği kültürel ve bilimsel aktarıcılık nosyonunu temel hareket noktası olarak belirlerken tamamen sahip olduğu koleksiyona bağımlı bir manevra sahasını kullanmaktadır. Uzunca bir süredir müzeler, sahip olduğu koleksiyonların/eserlerin salt kendi-başınalığına bir anlam taşıdığı, disiplinci, kasvetli ve dar bir topluluğa hitap eden kurumlar olarak tanımlanmıştır. Ancak kültürel materyallerin belirli bir meblağ karşılığında tüketilebilir-izlenebilir hale gelmesi ve bunun sektörel bir gerçekliğe dönüşmesi müzelerin bir tüketim alanı olarak sivrilmesini, deneyim ekonomisinin merkezinde olmasını beraberinde getirmiştir. Böylesi verimli bir alanda ziyaretçi profili artık "pasif katılımcılar" olmaktan ziyade "kültürel katılımcılar"a dönüşmeye başlamış olup müzelere ilişkin algılanan imaj hem tüketici kitlesinin niceliksel anlamda artmasını hem de kurumsal bağlamda bu hizmetin sürdürülebilir kılınmasını sağlamıştır.

Bu çalışma bağlamında birçok teorik ve pratik öneriler sunulabilir. Öncelikli olarak müzelerdeki eser sergileme politikasına yönelik ölçek, ilk defa bu çalışma kapsamında kullanılmıştır. Müzebilim ve turizm çerçevesinde çalışma yapacak birçok araştırmacı, ortaya konan bu ölçeği farklı bölgelerdeki müzelerde test ederek çalışmanın ortaya konan bulguları ile karşılaştırma imkânına sahip olabilirler. Bu çalışmanın bu bağlamda yol gösterici bir niteliğe sahip olduğu söylenebilir. Buna ek olarak araştırmacılar ortaya koyacakları farklı modeller ile de çalışmanın test edilmesi ile ölçeğin teorik alt yapısını zenginleştirilebilir.

Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü ile bu kuruma bağlı müzeler bu çalışma sonuçlarından yola çıkarak bu ve bundan sonraki müze yapımlarında çalışmanın bulgularından yararlanabilir, çalışmada ortaya konan bulguları dikkate alabilirler. Yine sergileme politikasının ve denetimin ziyaretçilerin öğrenme motivasyonu bağlamında rolü düşünüldüğünde müzecilik alanında ilgili bölümlerde çalışanlara ve eğitim görenlere buna yönelik bilgiler sunulmalıdır. Dolayısıyla, böylesi bir tavır müzelerin disiplinler arası olma yönüne daha fazla dikkat çekmeyi mümkün kılabilen, bu alana çok farklı zihinsel kodların olumlu anlamda katkı sağlama

potansiyelini arttırmaktadır. Çünkü müzelerin disiplinler arası yapısı (antropoloji, arkeoloji, kültürel miras, müzecilik, sanat tarihi, turizm vb.) ziyaretçi deneyiminin ve müzeciliğin gelişmesine olanak sunmaktadır.

Bu çalışmanın sınırlılıkları göz önüne alındığında eser sergileme politikasına ilişkin ölçeğin arkeoloji müzeleri özelinde geliştirildiği ve farklı nitelikli müzelere genellenemeyeceği göz önüne alınmalıdır. Yine pandemi sürecinde veri toplama işleminin gerçekleştiği, bu süreçte birçok müzenin ziyarete kapalı olması, ziyaretçilerin anket, kalem gibi eşyalara dokunmaktan kaçınmalarının veri sayısını düşürmesi, araştırmanın diğer bir sınırlılığı olarak tanımlanabilir.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Teşekkür: Katkılarından dolayı hakemlere teşekkür ederiz.

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

Çıkar Çatışması: Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

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: Batman Üniversitesi Etik Kurulundan 07.07.2020 tarih ve 2020/03 sayılı karar numarası ile izin alınmıştır.

Araştırmacıların Katkı Oranı: Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

Veri Kullanılabilirlik Beyanı: Araştırma verileri paylaşılmamıştır.

KAYNAKÇA

- Akgün, Ü. E. (2011). Müzelerde Mekan Kurgusunun Algı ve Yön Bulmadaki Etkisinin İncelenmesi, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Altunel, M. C., (2013). Turistlerin Beklenti ve Deneyimleme Kalitesinin Tavsiye Etme Kararına Etkisi: Müze Ziyaretçileri Üzerine Bir Araştırma, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Anonim, MMKD. (2014). Mekan ve Olasılıklar: "Müze ve Sergilemede Kurgu". [URL: <http://mmkd.org.tr/muze-ve-sergilemede-kurgu/>](ErişimTarihi:15.03.2020).
- Artun, A. (2017). *Mümkün Olmayan Müze, Müzeler ne gösteriyor?*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Beeho, J. A. ve Prentice, R. C. (1997). Conceptualizing the experiences of heritage tourists: A case study of New Lanark World Heritage Village. *Tourism Management*, 18(2), 75-87.
- Belcher, M. (1991). *Exhibitions in Museum*. Leicester and London: Leicester University Press.
- Bideci, M. ve Albayrak, T. (2018). An investigation of the domestic and foreign tourists' museum visit experiences. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 12(3), 366-377.
- Boren, A. (2019). *Arkeoloji: Tarihin ve Kültürün Yapılandırılması*. İstanbul: İletişim Yayınevi.
- Buonincontri, P., Marasco, A. ve Ramkissoon, H. (2017). Visitors' experience, place attachment and sustainable behaviour at cultural heritage sites: A conceptual framework. *Sustainability (Switzerland)*, 9(7), 1112.

- Cavlak, N. ve Cop R. (2019). Yerli ve yabancı turist deneyimi: Gelibolu yarımadası tarihi milli parkı milliyet temelinde bir analiz. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*. 30(3), Güz, 163-173.
- Chan, J.K.L. (2009). The consumption of museum service experiences: benefits and value of museum experiences. *Journal of Hospitality Marketing & Management*. 18 (2-3), 173-196.
- Chen, C. F. ve Chen F. S. (2013). Another look at the heritage tourism experience. *Annals of Tourism Research*. 41, 236-240.
- Chen, C. F. ve Chen, F. S. (2010). Experience quality, perceived value, satisfaction and behavioral intentions for heritage tourists. *Tourism Management*. 31, 29-35.
- Chronis, A. (2005). Our byzantine heritage: Consumption of the past and its experiential benefits. *Journal of Consumer Marketing*. 22(4), 213-222.
- Conti, E., Vesci, M. ve Pencarelli, T. (2017). Museum Visitors' Profiling in the Experiential Perspective, Value Co-Creation and Implications for Museums and Destinations: An Exploratory Study from Italy. *Heritage, Tourism and Hospitality International Conference HTHIC*, 21-34.
- Del Chiappa, G., Andreu, L. ve Gallarza, M. (2014). Emotions and visitors' satisfaction at a museum. *Int. J. Cult. Tour. Hosp. Res.* 8(4), 420-431.
- Dirsehan, T. (2012). Analyzing museum visitor experiences and post experience dimensions using SEM. *Boğaziçi Journal Review of Social, Economic and Administrative Studies*. 26(1), 103-125.
- Ertürk, N. (2020). Preservation of digitized intangible cultural heritage in museum storage. *Milli Folklor*, 16, 100-110.
- Faizan, A. (2015). Heritage tourist experience, nostalgia, and behavioural intentions. *Anatolia-An International Journal of Tourism and Hospitality Research*. 37-41.
- Falk, J. H. ve Dierking, L. D. (1992). *The Museum Experience*. Washington, DC: Whalesback Books,
- Falk, J. H. ve Dierking, L. D. (2000). *Visitor Experiences and The Making of Meaning*. Walnut Creek: Altamira Press.
- Falk, J. H., Koran, J.J. Jr, Dierking, L. D. ve Dreblow, L. (1985). Predicting visitor behavior. *Curator: The Museum Journal*, 28(4), 249-258.
- Fokkema, M. ve Greiff, S. (2017). How performing PCA and CFA on the same data equals trouble. Overfitting in the assessment of internal structure and some editorial thoughts on it. *European Journal of Psychological Assessment*. 33(6), 339-402
- Fornell, C. ve Larcker, D. F. (1981). Structural equation models with unobservable variables and measurement error: Algebra and statistics. *J. Mark. Res.* 382-388.
- Forrest, R. (2013). Museum atmospherics: The role of the exhibition environment in the visitor experience. *Visitor Studies*, 16(2), 201-216.
- Foucault, M. (2000). *Özne ve İktidar*, Çev. Işık Ergüden-Osman Akınhay. İstanbul: Ayrıntı Yayınevi.

- Foucault, M. (2001). *Kelimeler ve Şeyler: İnsanbilimlerinin Bir Arkeolojisi*, Fransızca Aslından Çev. Mehmet Ali Kılıçbay, Ankara: İmge Yayınevi.
- Genç, V. (2018). Duygusal ve Sosyal Yetkinliklerin Estetik Emek Üzerine Etkisi: Bir Restoran Zinciri Örneği, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Genç, V. (2020). Kültürel Miras Turizm İlişkisi. Gümüş, M. ve Dilek, S. E. (Ed.), içinde *Kültürel Miras ve Turizm (Disiplinlerarası Yaklaşım)* (s. 5-22), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Goulding, C. (2000). The museum environment and the visitor experience. *European Journal of Marketing*, 34(3/4), 261-278.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. ve Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Harman, S. ve Akgündüz Y. (2014). Efes örenyeri ziyaretçilerinin müze deneyimi beklentilerini belirlemeye dönük bir araştırma. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 16(2), 113-133.
- He, Z., Wu, L. ve Li, X. (2018). When art meets tech: The role of augmented reality in enhancing museum experiences and purchase intentions. *Tourism Management*, 68, 127-139.
- Hooper-Greenhill, E. (2007). *Museums and Education: Purpose, Pedagogy, Performance*, New York: Routledge.
- Hooper-Greenhill, E. (2004). Measuring learning outcomes in museums, archives and libraries: The learning impact research project (lirp). *International Journal of Heritage Studies*, 10(2), 151-174.
- Hooper-Greenhill, E. (2000). *Museums and the Interpretation of Visual Culture*, New York: Routledge.
- Hooper-Greenhill, E. (1994). *Museums and Their Visitors*, New York: Routledge.
- Hooper-Greenhill, E. (1992). *Museums and the Shaping of Knowledge*, New York: Routledge.
- Hyun, H., Park, J., Ren, T. ve Kim, H. (2018). The role of ambiances and aesthetics on millennials' museum visiting behavior. *Arts and the Market*, 8(2), 152-167.
- Jeong, J. H. ve Lee, K.H. (2006). The physical environment in museums and its effects on visitors' satisfaction. *Building and Environment*, 41(7), 963-969.
- Jin, L., Xiao, H. ve Shen, H. (2020). Experiential authenticity in heritage museums. *Journal of Destination Marketing & Management*, 18, 100493.
- Karadeniz, C. (2018). *Müze Kültür Toplum: Çağdaş Müze ve Müzenin Toplumsal İşlevleri*. Ankara: İmge Yayınevi.
- Karaman, Y. (2018). Benjamin, Foucault ve heterotopya. *FLSF elsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(26), 267-286.
- Karul, N., Kozbe, G. ve Yavuzkır, A. (Eds.) (2017). Şanlıurfa Müzesi Arkeolojik Eser Kataloğu, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü. Şanlıurfa.

- Kırcova, İ. ve Erdoğan, H. H. (2017). Müze deneyimi boyutları: İstanbul oyuncak müzesi örneği. *International Journal of Economic and Administrative Studies* (16. UİK Özel Sayısı), 649-664.
- Kinicki, A. J., Prussia, G. E., Wu, B. J. ve McKee-Ryan, F. M. (2004). A covariance structure analysis of employees' response to performance feedback. *Journal of Applied Psychology*, 89(6), 1057-1069.
- Kotler, N. ve Kotler, P. (2000). Can museum be all things to all people?. *Journal of Museum Management and Curatorship*, 18(3), 271-287.
- Kuo, N. T., Cheng, Y. S., Chang., K. C. ve Hu., S. M. (2018). Assessing the asymmetric impact of interpretation environment service quality on museum visitor experience and post-visit behavioral intentions: a case study of the national palace museum. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(7), 714-733.
- Lee, H. M. (2013). A Visitor Experience Scale: Historic Sites and Museums, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Department of Recreation and Leisure Studies at the University of Waterloo, Canada.
- Masberg, B. A. ve Silverman, L. H. (1996). Visitor experience at heritage sites: A phenomenological approach. *Journal of Travel Research*, 34, 20-25.
- McIntosh, A. J. (1999). Into the tourist's mind: Understanding the value of the heritage experience. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 8(1), 41-46.
- Onur, B. (2012). *Çağdaş Müze Eğitim ve Gelişim Müze Psikolojisine Giriş*. Ankara: İmge Yayınevi.
- Onur, B. (2014). *Yeni Müzebilim: Demokratik Toplumu Yaratmak*. Ankara: İmge Yayınevi.
- Otto, E. T. ve Brent Ritchie, J. R. (1996). The service experience in tourism. *Tourism Management*, 17(3), 165-174.
- Pine, J. B. ve Gilmore, J. H. (1999). *The Experience Economy*. Boston: Harvard Business School Press.
- Piramanayagam, S., Rathore, S. ve Seal, P. P. (2020). Destination image, visitor experience, and behavioural intention at heritage centre. *Anatolia An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 31(2), 211-228.
- Roederer, C. ve Filser, M. (2018). Revisiting the museum experience. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 21(4), 567-587.
- Ruiz-Alba, J. L., Nazarian, A., Rodríguez-Molina, M. A. ve Andreu, L. (2019). Museum visitors' heterogeneity and experience processing. *International Journal of Hospitality Management*, 78, 131-141.
- Selvi, Y. (2014). Heterotopya Üzerine Görsel Çözümlemeler, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, Ankara.
- Semper, R. J. (1990). Science museums as environments for learning. *American Institute of Physics*, 43(11), 50-56.
- Sheng, C. W. ve Chen, M. C. (2012). A study of experience expectations of museum visitors. *Tourism Management*, 53-60.

- Tabachnick, G. B. ve Fidell, S. L. (2001). *Using Multivariate Statistics*. Boston, USA: Pearson.
- Tekin, H. (2017). *Tarihöncesinde Mezopotamya: Yeni Yaklaşımlar, Yeni Yorumlar ve Yeni Kronoloji*. Ayşe Tuba Ökse (Ed.), Ankara: Bilgin Kültür Sanat Yayınları, 32-34.
- Tezgel Çoban, E. (2018). Müze Ziyaretçilerinin Profillerinin ve Deneyimlerinin Belirlenmesi: Zeugma Müzesi Örneği, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Trunfio, M., Campana, S. ve Magnelli, A. (2020). Measuring the impact of functional and experiential mixed reality elements on a museum visit. *Current Issues in Tourism*, 23(16), 1990-2008.
- Vesci, M., Conti, E., Rossato, C. ve Castellani, P. (2021). The mediating role of visitor satisfaction in the relationship between museum experience and word of mouth: Evidence from Italy. *The TQM Journal*, 33(1), 141-162.
- Weil, W. E. (2000). Transformed Form a Cemetery of Bric-a-Brac. B. Sheppard (Ed.), içinde *Perspectives on Outcome Based Evaluation for Libraries and Museums* (s. 4-12). Washington, D.C.: Institute of Museum and Library Services.
- Yazıcı Yakın, A. (2002). Batı düşüncesinde koleksiyon zamanı. *Doğu Batı Düşünce Dergisi*, Oryantalizm II, 4(20), 197-207.
- Yılmaz, İ. ve Ardıç Yetiş, Ş. (2016). Göreme Açık Hava Müzesi'ne gelen ziyaretçileri müze deneyiminin demografik özelliklerine göre değişmesi. *Disiplinlerarası Akademik Turizm Dergisi*, 1(1), 44-59.