

# Müze Deneyimine Yönelik Bibliyometrik Bir Analiz

Necla Şeker

## ÖZET

Kültür turizmi adı altında önemli bir yere sahip olan müzelerin günümüzde değişime uğradıkları görülmektedir. Önceki dönemlerde müzelerde daha çok ürüne yönelik çalışmalar yapılırken günümüzde ise ziyaretçilere yönelik çalışmalar ve iyileştirmeler yapılmaktadır. Bu çalışma ve iyileştirmeler müzelerde müze deneyimi adı altında yer almaktadır. Müze deneyimi ile ziyaretçilerin müzelere katılımı sağlanarak veya ziyaretçi ile müze, müzede sergilenen eserler, müze çalışanları ve müzede bulunan diğer ziyaretçiler ile sosyal etkileşim amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda ise müze ziyaretçi memnuniyeti oluşturularak müze deneyimi ortaya çıkmaktadır. Müze deneyimi, ziyaretçilerin sosyal ve bireysel deneyimleri ve bağımsız ziyaretleri ile var olmaktadır. Bu çalışmanın amacı, müze deneyimi konusunda yapılan çalışmaların incelenmesidir. Turizm açısından önemli çekim merkezleri olan müzelerde yaşanan deneyimler, turiste keyifli ve öğretici deneyimler sunması açısından fayda sağlamaktadır. Yaşanan bu deneyimlerin turistin müzeyi tekrardan ziyaret edip çevresindeki kişilere önermesi açısından ise önem teşkil etmektedir. Araştırma kapsamında 1991 yılından itibaren günümüze kadar yapılan çalışmalar analize dahil edilmiştir. 2023 yılı mayıs ayında yapılan tarama sonucunda 981 çalışmaya ulaşılmıştır. 614 makale, 208 bildiri, 82 kitap incelemesi, 71 kitap bölümü bulgusu ortaya konulmuştur. Bu çalışmalar yıllara, yazarlara, ülkelere, türlerine, alanlarına, dillerine ve anahtar kelimelerine göre incelenmiştir. Çalışmada müze deneyimi alanında yapılan çalışmalar Web of Science veri tabanından çekilerek Vosviewer programı aracılığıyla analiz edilmiştir. 2000'li yıllardan sonra çalışmalarda artış olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Araştırmanın bulgularına göre VOSviewer ağ analizinde ortak yazarlık ağ analizi yapılarak en fazla çalışması olan yazarın Vanessa Cesario olduğu ve konuyla ilgili en fazla makale türünde çalışmaların olduğu tespit edilmiştir. Çalışma sonucunda konuyla ilgili durum tespiti yapılarak eksiklikler belirlenmiş ve bu doğrultuda öneriler sunulmuştur. Gelecek çalışmalar müze deneyimi kapsamında Türkiye'de ön plana çıkmış ve değerini koruyan müzeler üzerinde incelenerek müze deneyimi çalışmalarına katkıda bulunulması önerilmektedir.

**Anahtar Kelime:** Müze memnuniyeti, Müze beklentisi, Müze eğlencesi, Vosviewer  
Gönderilme Tarihi:13.11.2023; Kabul Tarihi:29.12.2023. Araştırma Makalesi

## A Bibliometric Analysis of The Museum Experience

### ABSTRACT

It is seen that museums, which have an important place under the name of cultural tourism, have changed today. In the previous periods, more product-oriented studies were carried out in museums, but today studies and improvements are made for visitors. These studies and improvements are included in museums under the name of museum experience. The museum experience enables visitors to participate in museums and social interaction between the visitor and the museum, the works exhibited in the museum, museum staff and other visitors in the museum. In line with this purpose, museum visitor satisfaction is created and the museum experience emerges. The museum experience exists through the social and individual experiences of the visitors and their independent visits. The aim of this study is to examine the studies in the field of Museum experience. Experiences in museums, which are important centers of attraction in terms of tourism, are beneficial in terms of providing pleasant and instructive experiences to tourists. These experiences are important for the tourist to visit the museum again and recommend it to the people around him. Within the scope of the research, studies conducted since 1991 to the present day were included in the analysis. As a result of the screening conducted in May 2023, 981 studies were reached. 614 articles, 208 papers, 82 book reviews and 71 book chapters were found. These studies were examined according to years, authors, countries, genres, fields, languages and keywords. In this study, studies in the field of museum experience were pulled from the Web of Science database and analyzed through the Vosviewer program. It was found that there was an increase in studies after the 2000s. According to the findings of the research, co-authorship network analysis was performed in VOSviewer network analysis and it was found that Vanessa Cesario was the author with the most studies. It was found that there are studies in the highest number of article types on the subject. As a result of the study, it was determined that there were deficiencies in the subject and suggestions were presented in this direction. It is recommended to contribute to museum experience studies by examining the museums that have come to the fore in Turkey and preserve their value.

**Keywords:** Museum satisfaction, Museum expectation, Museum entertainment, Vosviewer  
Submitted: 13.11.2023; Accepted: 29.12.2023. Research Paper

## Giriş

Müzeler her yıl çok sayıda kişi tarafından ziyaret edildiği için turizm sektöründe mihenk taşı olma özeliği bulunmaktadır. Müzeler bünyesinde birçok alandan eserleri ve belgeleri taşımaktadır. Hem geçmişteki hem de şimdiki kültürü yerli ve yabancı turistlere sunmaktadır (Kandemir ve Uçar, 2015). Farklı kültürlerden birçok kişiyi bir araya getiren müzeler, toplumlararası iletişimi, birlik ve beraberliği sağlar. Bunlara ek olarak günümüzde birçok müze tur programlarında yer alarak, miras ve sit alanlarıyla ilişkilendirilmektedir. Müzelerde hem turizm hem de müze deneyimleri yaşanmaktadır. Bu iki deneyim ile yabancı turistlerin bölgenin tarihini, kültürünü ve sanatını görmelerinin sağlanmasıyla müzelerde hareketlilik oluşturarak turizme katkı sağlaması açısından önemlidir (Koroğlu, vd., 2020). Müze deneyimi, ziyaretçilerin müze ziyaretleri sırasında mekandaki eserlerin gözlemlenmesiyle rutinden kaçmayı, eğlenmeyi, keyif almayı ve öğrenmeyi beraberinde getiren bir süreçtir (Chan, 2009). Müze deneyimlerini eğitim, estetik, eğlence ve kaçış boyutları oluşturmaktadır. Eğitim deneyiminde ziyaretçi etrafındaki nesnelere anlamlandırmaya çalışmaktadır. Eğlence deneyimi, müze binasının ve eserlerin çekiciliğini kapsamaktadır (Güzel vd., 2020: 39). Estetik deneyim, müze ve sanat galerilerinin keşfedilmesi olabilir. Kaçış deneyimi ise ziyaretçilerin müze ortamında sergilenen eserlere yoğunlaşmasıyla gündelik hayattan uzaklaşma şeklinde düşünülebilir (Çiçek, 2022). Bu deneyimler müzeyi ziyaret eden konukların isteklerinde farklılık oluşturmaktadır. Bazı konuklar sadece eğitim amaçlı ziyarette bulunurken, diğerleri ise eğitim, estetik, eğlence ve kaçış için ziyarette bulunabilirler (Sop vd.,2020). Bu deneyimler konukların mekâna gelmesinden çok daha önce başlar ve ziyaretten çok daha sonra da devam eder. Konukların bir müzeyi ziyaret etmenin iyi bir fikir olabileceği düşüncesinin akıllarına geldiği andan, ziyaretin kendisi aracılığıyla, deneyimin günler, haftalar ve hatta yıllar sonra hatırlanmasına kadar, deneyimin bütünü oluşturulmaktadır (Falk ve Dierking, 2016: 23).

Müze deneyimleri üzerine yapılan çalışmalarda ziyaretçi memnuniyeti, müze ziyaretlerindeki motivasyonlar, ziyaretçilerin müze gezisi sonrası beklentileri, tekrar ziyaret etme eğilimi ve bununla birlikte çevrelere tavsiyede bulunma niyeti üzerine çalışmalar bulunmaktadır (Kırcova ve Erdoğan, 2017; Sop vd., 2020). Bu çalışmalara ek olarak son yıllarda müze deneyiminde dijitalleşme üzerine yapılan çalışmalarda artış olmuştur. Yapılan çalışmalarda, müzelerde ziyaretçi davranış ve tutumları incelenmiştir. Somut (hizmetlerin niceliği ve kalitesi) ve soyut (turist duyguları ve motivasyonu) deneyimler sonrası ziyaretçide memnuniyetin arttığını, tekrarlanan ziyaretlerin gerçekleştiği ve bunun ise kültürel deneyimle sonuçlandığı ortaya çıkmıştır (Kofi ve Gyepi, 2021). Ziyaretçilerin genel memnuniyetleri için ihtiyaç ve isteklerin karşılanması, motivasyonlarının artırılması, boş zaman aktivitelerinin çoğaltılması ve duygusal etki düzeylerinin iyi olmasıyla birlikte memnuniyet düzeylerinin de o denli yüksek olduğu belirlenmiştir (Del Chiappa, vd., 2014; Del Chiappa, vd., 2013). Yapılan çalışmalarda müze ortamlarındaki ziyaretçilerin beklentilerini kolaylık ve eğlence, tarihi anımsama, gerçeklerden kaçış ve kişisel kimlik beklentilerinin olduğu belirtilmiştir. Bu beklentiler arasında ziyaretçilerin en çok deneyimlemek istedikleri beklenti, kolaylık ve eğlence beklentisidir (Luo ve Ye, 2020; Sheng ve Chen, 2012). Yapılan çalışmalar sonucunda müze deneyimi ile ilgili yapılan çalışmaların yetersiz olduğu ve müze deneyimi ile ilgili daha fazla çalışmanın yapılması gerektiği düşünülmektedir. (Harman ve Akgündüz, 2014; Bideci ve Albayrak, 2018).

Bu çalışmanın amacı müze deneyimi kapsamında yapılan çalışmaların bibliyometrik analizini oluşturmaktır. Çalışmanın önemi ise son yıllarda müze deneyimi kapsamında yapılan çalışmalar da bir artış olmasına rağmen çalışmaların çok boyutlu bir şekilde olmadığı gözlemlenmiştir. Çalışmalarda bir konuya

yönelik farklı açılardan araştırmaların olmadığı ve bunların gelecek araştırmalar da eksikliklerin giderilmesine katkı sağlaması bakımından önemlidir.

### **Kavramsal Çerçeve**

Bibliyometri, ölkelerde, kurumlarda, üniversitelerde ve dergilerde bilimsel çalışmaları incelemek, derlemek ve ölçmek için önemli bir unsurdur. Bibliyometrik çalışmalar ile belli bir alanda yapılan çalışmaların derlenerek ilerleyen çalışmalara ve bilimin ilerlemesine katkıda bulunulabilir (Martínez vd., 2015). Müze, sosyal ve tarihsel olarak inşa edilip zaman ve mekân fark etmeksizin kendilerini devamlı yenileyerek bilim, sanat, tarihi ve kültürel eserleri bünyesinde barındırıp bu eserleri sergileyen kurumlardır (McCarthy, 2020). Müzeler çok yönlü mekanlardır. Tarihi ve kültürel eserleri içinde barındırarak bu alana ilgisi olan kişileri kendine çekip bir sirkülasyon gelişir. Örneğin arkeoloji müzesine ilgi duyan bir turistin gittiği müzelerdeki ortamı paylaşabileceği, bağlantı kurabileceği arkadaşlarından veya ailesinden belli kişiler ile boş zamanlarını değerlendirebilecekleri bir sosyal etkinlik oluşturur. Zamanla bu ortamı birlikte paylaşacak kişi sayısı artmaya başlayarak arkeoloji müzesine ilgi duyan bir grup meydana gelir (Aksel, 2023). Bunun sonucunda kültürel turizm adı altında müzelerin önemi her geçen gün artmış olur. Müzelerde gelişim gerçekleştikçe müzeye yapılan ziyaretlerde artış olduğu görülmüştür (Kervankiran, 2014). Turizm ve müze bir bütünü oluşturur. Turistik bir destinasyonda turizm ne kadar çok gelişirse müzelere olan talep o kadar çok artar ve müzeler yerli ve yabancı turistler elde etmeye devam eder. Turizm ile müzeler farklı destinasyon alanlarını meydana getirir ve ekonomik getirisi olur (Kervankiran ve Eryılmaz, 2015).

Müze deneyimi, ziyaretçilerin gittikleri destinasyonlardaki müzelerde kültürel, tarihi ve sanatsal objeler ile edindikleri bilgi ve becerilerin tümüdür (Yılmaz ve Yetiş, 2016). Müzelerde ziyaretçilerin yaşadıkları deneyimler birbirinden farklılık gösterebilmektedir. Bazı ziyaretçiler eğitim, estetik ve eğlence gibi deneyimler edinirken diğer ziyaretçiler ise gerçeklerden kaçış ve tarihi çağrışım gibi deneyimler edinebilmektedirler. Örneğin Gaziantep'te bulunan kurtuluş müzesini ziyaret eden ziyaretçiler daha çok tarihi çağrışım deneyimini edinirken yine Gaziantep'te bulunan Emine Göğüş Mutfak müzesini ziyaret eden ziyaretçiler ise daha çok eğitim deneyimini edinmektedirler (Yeşilyurt ve Arica, 2018).

Luo ve Ye (2020), yaptıkları çalışmada ziyaretçilerin müzelerdeki deneyimlerini ziyaretçilerin müzeyi ziyaret ederken yaşadıkları motivasyonları, beklentilerini ziyaret amacı ile ele almışlar ve ziyaretçiler üzerinde olumlu bir izlenim yarattığı bulunulmuştur. Kofi ve Gyepi (2021), yaptıkları çalışmada müze deneyiminin ziyaretçiler üzerindeki memnuniyetini ve sadakatini gösterdiği üzerine bir çalışma yapılmıştır. Memnuniyet ve sadakat etkisinin ziyaretçilerin duygusal ve bilişsel uyarılarını etkilediği ortaya koyulmuştur. Chan (2019), yaptığı çalışmada müze ziyaretçilerinin farklı deneyimler edindikleri gözlemlenmiştir. Bunların daha çok öğretici olduğu ve müze ziyaretlerinin öğretici bağlamında bir eğitim turu niteliğinde olduğu ortaya koyulmuştur. Sheng ve Chen (2012), yaptıkları çalışmada müze ziyaretçilerinin deneyim beklentileri ele alınmıştır. Bu deneyimlerin tarihi anılar, kolaylık ve eğlence, kültürel eğlence beklentisi, kişisel kimlik ve gerçeklerden kaçış beklentileri olduğu ortaya koyulmuştur. Eğitim derecesi yüksek olan bayanların müzeleri ziyaret ederken kolaylık ve eğlence beklentisinin olmasını daha çok istedikleri bulunmuştur; yaşlı ve evli katılımcılar ise tarihi anıları daha çok beklendikleri ortaya koyulmuştur. Kuo ve Yang (2015), yaptıkları çalışmada tarafından gerçekleştirilen bir araştırmada müze çalışmaları literatürünün bibliyometrik analizi incelenmiştir. Çalışmaya 1955-2014 yılları arasında yapılan çalışmalar dahil edilmiştir. Bu çalışma sosyal bilimler, mimarlık, sanat ve beşerî bilimler alanlarını baz almaktadır. İngilizce yazar sayısının Fansızca yazar

sayısından fazla olduğu bulunmuştur. Müze çalışmalarına yönelik alıntılar her yıl artsa da literatürde büyük eksiklikler bulunmaktadır. Yapılan bu alıntıların diğer konu alanlarına etkilerinin olduğu gözlemlenmiştir. Sonuç olarak müze çalışmalarına yönelik yapılan incelemelerin az olduğu bulunmuştur. Wei ve Zong (2022), yaptıkları çalışmada tarafından yapılan bir araştırmada, müze sanat terapisi potansiyelinin bibliyometrik analizi yapılmıştır. Müze sanat terapisi çalışmalarının daha çok ilgi gördüğü ve ilerleyen yıllarda ülkeler arasında ortak çalışmaların artacağı bulunulmuştur. Müze ve sanat terapisi arasındaki bağ bu çalışmada onaylanmıştır. Müze ve sanat terapisinin ruh sağlığı üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Psikolojik problemleri olan bireyler tedavi olmaktan uzaklaştıkları için müzelerde sanat terapisi ile bu kötü ruhsal durumlardan kurtulmak teşvik edilebilir. Yulifar vd. (2021), tarafından yapılan bir araştırmada Müzelerin dijitalleşmesi üzerine bibliyometrik bir çalışma yapılmıştır. Dijital müzeciliğin gelişimi bilgisayar bilimi alanının gelişmesiyle birlikte anlam kazanmıştır. Teknoloji geliştikçe müzelerde dijitalleşme de artmıştır. Dijitalleşen müzeler kültürel çeşitliliği olumlu yönde etkilemiştir. Dijital müze kapsamındaki çalışmalar 1999 yılında başlamıştır. 1996-2021 yılları arasında bu kapsamda en fazla makalenin Çin’de yapıldığı bulunmuştur. Dijital müzeyle ilgili öne çıkan anahtar kelimeler; sanal gerçeklik teknolojisi, beşerî bilimler ve artırılmış gerçekliktir. Günümüzde sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik uygulamaları hız kazanmaya başlayarak sanat müzelerinde yerlerini almaktadırlar. Dijital unsurlar ile ziyaretçilerin müze deneyimlerinin artırılması hedeflenmektedir (Ergin, 2022). Müzelerde eserlerin sergilenme şekillerinde farklılıklar meydana gelmiştir. Bir x müzesinde koleksiyon olarak sergilenen eserler bir sanal müze veya web siteye aktarılarak ziyaretçilere sunulmaktadır. Ziyaretçilere sunulan çevrimiçi oyunlar (dijital araçlar, hikâye anlatımları) ve bilgi sistemleri ile müzelerde dijitalleşmelerin sağlanması hedeflenmektedir. Türkiye’de bazı müzelerde örneğin Gaziantep Zeugma müzesi, Konya müzesi ve Eskişehir Eti Arkeoloji müzesinde 3 boyutlu bilgi uygulamaları, canlı tablo uygulamaları ve dijital kitaplar ile müze deneyimi oluşturulmaktadır (Karadeniz, 2020).

## Yöntem

Günümüzde müzeler bir eserin sergilenme biçiminden çok ziyaretçiye yoğunlaşmaktadır. Ziyaretçiler müzeleri kişisel deneyim veya bağımsız ziyaret biçiminde gezerek müze deneyimi oluştururlar. Bu deneyimi ne kadar çok iyi değerlendirirlerse müze deneyiminin turist memnuniyeti üzerindeki etkisi ve mekânı tekrardan ziyaret etme eğilimi o kadar çok artar (Sezgin vd., 2011). Bu kapsamda çalışma, müze ziyaretçi deneyimleri bakımından önemlidir. Bu çalışmanın amacı ise müze deneyimi konusunda yapılan çalışmaların bibliyometrik analiz yöntemi ile incelenerek müze deneyiminin hangi alanlarda daha fazla araştırmasının yapıldığı, bu kapsamda müzelerde ziyaretçilerin deneyimleri üzerindeki memnuniyet düzeylerinin nasıl ele alındığı, müze deneyiminin ziyaretçiler üzerindeki etkilerinin nasıl arttırılacağı, teknolojinin gelişmesiyle müzelerdeki deneyim alanının nasıl değiştiği gibi unsurlar elde edilmeye çalışılmıştır. Gelecek çalışmalarda ise müze deneyimleri spesifik duruma getirilerek belli başlı önemli müzeler kapsamında ele alınarak bilimsel çalışmalara katkıda bulunması önem taşımaktadır.

**Tablo 1. Araştırma Stratejisi**

Anahtar Kelimeler	Müze deneyimi, Müze memnuniyeti, Müze beklentisi, Müze eğlencesi.
Kategori	Başlık
Konu Alanı	Hepsi
Belge Türü	Makale
Zaman Aralığı	1991-2023
Dil	İngilizce
Sorgu Dizisi	“Müze deneyimi” ya da “Müze memnuniyeti” ya da “Müze beklentisi” ya da “Müze eğlencesi”
Arama Tarihi	5 Mayıs

Veri Tabanı	Web of Science
-------------	----------------

**Kaynak:** Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Bibliyometrik analiz, belirli bir alanda yapılan çalışmaların istatistiksel ve matematiksel olarak incelenmesidir (Boğan vd., 2018). Bibliyometrik analiz bir alandaki belli çalışmalara ilişkin bilimsel yayınların yazar, ülke, konu, anahtar kelimeler vb. bilgilerinin incelenmesini içerir. Literatürde bir konu veya alana ilişkin yapılmış çalışmaları, bu çalışmaların hangi düzeyde oldukları, konu veya alanda meydana gelen değişimlerin, ilerlemelerin görülmesi bakımından önemlidir. Bibliyometrik analizde yayınlar arasındaki etkileşimler ile konu veya alandaki gelişmeler kolaylıkla takip edilebilir (Çakır, 2022). Bu çalışmadaki veriler Web of Science veri tabanından alınmıştır. Çalışma için Web of Science veri tabanının kullanılma amacı birçok farklı akademik alanın detaylı atıf verilerini bünyesinde bulundurmasından ve güncel bilimsel yayınlara erişimin mümkün olduğu bir veri tabanı olmasıdır. Bu çalışma da başlık kategorisi kullanılarak müze deneyimine ilişkin “Museum experience” (Müze deneyimi) or (ya da) “Museum satisfaction” (Müze memnuniyeti) or (ya da) “Museum entertainment” (müze eğlencesi) or (ya da) “Museum expectation” (Müze beklentisi) şeklinde arama yapılmış ve toplam 981 çalışmaya ulaşılmıştır. Çalışmalar yıl bazında sınırlandırılarak 1991-2023 yılları arasındaki çalışmalar dahil edilmiştir. Web of Science üzerindeki “yazarlar” verileri ağ verilerine dayalı haritaların oluşturulduğu ve haritaların görselleştirildiği bir yazılım olan VOSviewer’a eklenerek ortak yazarlık analizi yapılmıştır. Çalışmada aratılan anahtar kelimeler haricinde VOSviewer yardımıyla makalelerde en çok kullanılan anahtar kelimeler üzerinden de ağ analizi yapılmıştır. Bu ağ analizleriyle birlikte birbiriyle bağlantılı olan yazarlar ve anahtar kelimeler tespit edilmiştir.

- Çalışmaların incelenmesi ile şu sorulara cevap aranmıştır:
- Çalışmalar hangi yıllar arasında yayımlanmıştır?
- Çalışmaların yazarlara göre dağılımı nedir?
- Çalışmaların ortak yazarlık ağ analizi nedir?
- Çalışmaların ülkelere ve bölgelere göre dağılımı nedir?
- Çalışmaların türlerine göre dağılımı nedir?
- Çalışmaların dillerine göre dağılımı nedir?
- Çalışmaların alanlarına göre dağılımı nedir?
- Çalışmaların anahtar kelimelerine göre ağ analizi nedir?

Traditional ratios have been used for many years but not enough to measure financial performance. Investors and other stakeholders need to have a beneficial information about a company’s financial position. So cash flow based ratios were suggested instead of traditional ratios to measure companies’ financial statement more sensitive. In light of this information, the aim of this study is to measure and compare the cash flow based financial performance of tourism companies listed on BIST in the context of cash flow based ratios by Entropy-MAIRCA hybrid model.

## Bulgular

Müze deneyimi ile ilgili yapılmış çalışmalara ilişkin araştırma kapsamında elde edilen bulgular tablolar halinde bu bölümde verilmektedir.

**Tablo 2. Çalışmaların Yıllara Göre Dağılımı**

Yıllar	Yayın Sayıları	Yıllar	Yayın Sayıları
2022	78	2008	0
2021	83	2007	15
2020	71	2006	14
2019	80	2005	20

2018	80	2004	0
2017	71	2003	0
2016	54	2002	9
2015	69	2001	11
2014	47	2000	14
2013	40	1999	9
2012	9	1997	10
2011	21	1998	7
2010	25	1991	7
2009	21		

**Kaynak:** Web of science veri tabanından derlenmiştir.

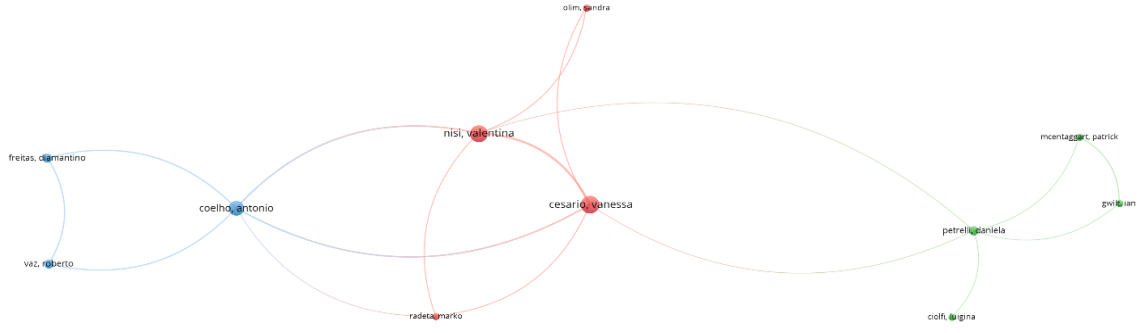
Görüldüğü üzere tablo 1’de çalışmaların yıllara göre dağılımları yer almaktadır. Araştırma kapsamında 1991 yılından 2022 yılına kadar yapılan çalışmalar dahil edilmiştir. Konu kapsamında en fazla artış 2013 yılından sonra olmuştur. 2021 yılı 83 çalışma ile birinci sırada yer alırken, 2019 ve 2018 yılları 80 çalışma şile ikinci sırada, 2017 yılı ise 71 çalışmayla üçüncü sırada yer almaktadır. 1991 ve 1998 yıllarında ise 7 çalışma yapılarak en son sırada yer almıştır. 1997 ve 1991 yılları arasında bu çalışma kapsamında herhangi bir çalışma yapılmamıştır.

**Tablo 3. Çalışmaların Yazarlara Göre Dağılımı**

Yazar	Yayın Sayıları	Yazar	Yayın Sayıları
Cesario V	11	Kirk E	4
Nisi V	10	Pagano A	4
Anonymous	8	Pallud J	4
Coelho A	8	Pietroni E	4
Falk J.H	7	Uttal DH	4
Dierking L.D	6	Agostino D	3
Benford S	5	Amenduni F	3
Eardley AF	5	Braga JLM	3
Latham KF	5	Brida JG	3
Bedford L	4	Calvi L	3
Buckingham W	4	Campana S	3
Hadem CA	4	Del Bambo A	3
Hutchinson R	4		

**Kaynak:** Web of science veri tabanından derlenmiştir.

Tablo 2, çalışmaların yazarlara göre dağılımını göstermektedir. Müze deneyimi kapsamında yazarlar arasında Cesario 11 çalışması ile Nisi ise 10 çalışması ile en fazla çalışmalara sahip yazarlar olarak yer almaktadır. Diğerlerine nispeten daha az yani toplamda 3 çalışmaya sahip olan yazarlar ise Agostino, Amenduni, Braga, Brida, Calvi, Campana ve Del Bimbo’dur.



Şekil 1. Ortak Yazarlık Ağ analizi

Şekil 1, ortak yazarlık ağ analizini göstermektedir. Bu şekilde 3 kümenin kendi arasında ayrıştığını ve bunların içerisinde 11 ögenin olduğunu 17'sinin birbirleriyle bağlantılı olduğu bulunmuştur. En fazla çalışmayı kırmızı kümede olan yazarların daha sonra mavi kümede yer alan yazarlar ve bunlardan daha az olarak da yeşil kümede yer alan yazarlar yapmışlardır.

Tablo 4. Çalışmaların Ülkelere ve Bölgelere Göre Dağılımı

Ülkeler	Yayın Sayıları	Ülkeler	Yayın Sayıları
ABD	189	Tayvan	22
İtalya	101	Hollanda	21
İngiltere	99	Japonya	21
İspanya	56	Türkiye	18
Çin	50	Malezya	15
Avustralya	41	Danimarka	12
Fransa	39	Avusturya	12
Brezilya	32	İsveç	11
Kanada	31	İskoçya	9
Almanya	30	Arjantin	8
Portekiz	29	Yeni Zelanda	8
Güney Kore	28		
Yunanistan	24		
Rusya	22		

**Kaynak:** Web of Science veri tabanından derlenmiştir.

Tablo 3' de çalışmaların ülkelere ve bölgelere göre dağılımı yer almaktadır. Çalışmaların en fazla Amerika Birleşik Devletleri'nde 189 çalışmanın yapıldığı yer almıştır. ABD'den sonra en fazla çalışmanın

İtalya'da 101 çalışma ve İngiltere'de 99 çalışmanın yapıldığı ortaya koyulmuştur. İskoçya 9, Arjantin ve Yeni Zelanda ise 8 çalışmalarıyla en son sıralarda yerlerini almışlardır.

**Tablo 5. Çalışmaların Yayın Türlerine Göre Dağılımı**

Yayın Türü	Yayın Sayısı	Yayın Türü	Yayın Sayısı
Makale	614	Erken erişim	15
Bildiri	210	Makale özeti	12
İnceleme	82	Sanat sergisi inceleme	9
Kitap bölümü	71	Kitap	7
Editoryal	44	Derleme Makale	6

**Kaynak:** Web of Science veri tabanından derlenmiştir.

Tablo 4'te çalışmaların yayın türlerine göre dağılımı yer almaktadır. Diğer türlere göre en fazla 614 makale yer almaktadır. En az ise 7 kitabın ve 6 derleme makalesinin olduğu görülmektedir.

**Tablo 6. Çalışmaların Yayın Dillerine Göre Dağılımı**

Yayın Dilleri	Yayın Sayıları
İngilizce	843
İspanyolca	39
İtalyanca	21
Portekizce	19
Rusça	18

**Kaynak:** Web of Science veri tabanından derlenmiştir.

Tablo 5'te çalışmaların dillere göre dağılımı yer almaktadır. En fazla dilde yazılan 843 İngilizce çalışmanın, 39 İspanyolca çalışmanın ve en az ise 18 çalışma ile Rusça dilinde yapılan çalışmaların olduğu ortaya koyulmuştur.

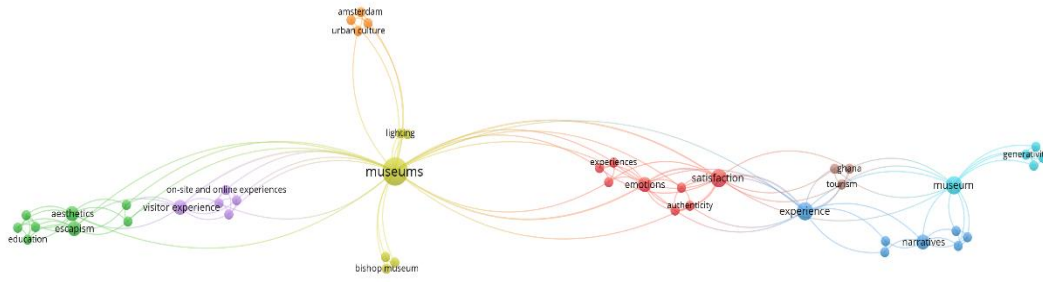
**Tablo 7. Çalışmaların Konu Alanlarına Göre Dağılımı**

Araştırma Alanı	Yayın Sayısı	Araştırma Alanı	Yayın Sayısı
Beşeri Bilimler	193	Sosyal Bilimler	35
Sanat	122	Mimari	34
Eğitim Araştırması	95	İşletme	30
Rekreasyon	87	Yönetim	30
Bilgisayar Bilimi	75	Çevre Bilimleri	26
Tarih	61	Arkeoloji	16
Mühendislik	41	Görüntüleme Bilimi	10
Bilgi Bilimi	41		

**Kaynak:** Web of Science veri tabanından derlenmiştir.

Tablo 6'da çalışmaların alanlarına göre dağılımı yer almaktadır. En fazla 193 çalışmanın beşerî bilimler alanında yapıldığını 122 çalışmanın sanat alanında yapıldığını en az çalışmaların ise 16 çalışma ile arkeoloji ve görüntüleme bilimi fotoğraf teknolojisinde yapıldığı ortaya koyulmuştur.





Şekil 2. Çalışmaların Anahtar Kelimelere Göre Ağ Analizi

Şekil 2’de çalışmaların anahtar kelimelere göre dağılımı yer almaktadır. 8 kümenin, 46 ögenin ve 135’inde birbiriyle bağlantılı olduğu görülmektedir. Çalışmada en fazla kullanılan kelimelerin sırasıyla Müze, memnuniyet, deneyim ve duygular olduğu sonucuna varılmıştır.

## Sonuç ve Öneriler

Ziyaretçilerin boş zamanlarında bireysel ya da grup halinde müzeleri ziyaret ederek ortamdaki eserler ile aralarında bağ kurarak bilgi ve tecrübe edinmeleri müze deneyimini oluşturur. Müze deneyimi müze ve ziyaretçi arasındaki bağlantılar ile oluşmaktadır. Müze deneyiminin oluşmasını sağlayan etkenler ise kültürel merak ve sosyalleşme isteğidir (Bideci ve Albayrak, 2018). Kültürel merak ve sosyalleşme isteği ile ziyaretçinin müze deneyimi müzeyi ziyaret etmeden önce başlar. Önceki müze deneyimleri ile şimdiki müze deneyim beklentisini bağdaştırarak yeni bir deneyim yaratmak ister. Bu deneyim ise eğitim, estetik, eğlence ve kaçış boyutları ile meydana gelir. Eğitim deneyiminde ziyaretçi müzedeki eserleri tanımaya çalışır, estetik deneyiminde bir yapının dış görünümünü örnek olarak gösterebiliriz. Örneğin Azerbaycan halı müzesi bir kısmı açılmış kıvrık bir halı şeklinde yapılmıştır. Bu estetik olma özelliğini oluşturur ve müzeyi ziyaret eden ziyaretçiler estetik deneyimi içerisinde bulunmuş olurlar. Eğlence deneyiminde ziyaretçi içerisinde bulunduğu müze ortamından keyif almaya çalışır. Örneğin Gaziantep Emine Gögüş Mutfak müzesinde ziyaretçiler Gaziantep yöresine yönelik yemeklerin tariflerini müzede bulabilirler ve aynı zamanda yöreye ait yemekleri tadabilirler. Bu durumda ziyaretçi müze gezisini keyifli hale getirebilir. Son olarak kaçış deneyiminde ise

ziyaretçi müzede sergilenen eserlerde kendinden bir parça bularak gündelik hayatından uzaklaşabilir. Müze deneyimini boyutlar anlamlı hale getirirken diğer taraftan müzelerin en önemli bir parçası olan turist rehberleri ve müze rehberleridir. Turist rehberleri ülkesinin kültür elçisi rolünde olup ülkesindeki eserleri tanıtan, koruyan ve reklamını yapan turizm hizmet elemanıdır. Turist rehberi ülkesindeki tüm tarihi ve doğal eserleri turiste aktarır. Aynı zamanda müzelerde de bir nevi müze rehberliği yapar fakat alanında uzmanlaşmış, müzelerin vazgeçilmez çalışanlarından birisi olan müze rehberleri müzelerde eğitim, eğlence, kaçış ve estetik alanlarda yaşanan deneyimleri ziyaretçiye aktarır. Müze deneyimi müzelerde görev yapan müze rehberleri ve turist rehberleri ile daha kıymetli hale gelir. Tüm bu bilgiler ışığında bu çalışmanın amacı müze deneyimi alanında daha önceden yapılmış çalışmaları derleyerek literatüre katkı sağlamak ve gelecek çalışmalara ışık tutmaktır. Bu çalışmada bibliyometrik analiz yapılarak çalışmaların yıllara, yazarlara, ülkelere ve bölgelere, türlere, dillere, alanlara ve anahtar kelimelerine göre dağılımı incelenmiştir (Boğan vd., 2018). Müze deneyimi alanında yapılan çalışmalarda son yıllarda bir artış olmuştur. Yıllar bazında yapılan çalışmalarda müze deneyiminin daha çok ziyaretçiler üzerindeki deneyiminin incelendiği bulunmuştur. Yazarlar bazında çoğu yazar hemen hemen aynı sayıda çalışma üretirken Cesario ve Nisi diğer yazarlara göre daha çok sayıda yayın yaparak özellikle teknoloji alanında çalışmalar üretmişlerdir. Çalışmaların ülkelere ve bölgelere göre dağılımında ABD’de yapılan çalışma konularının daha çok müzelerin tekrardan ziyaret edilme eğilimleri, müze beklentileri, memnuniyetleri ve müzelerin ziyaretçiler ile değerlendirilmeleri üzerine çalışmalar bulunmaktadır. Amerika müzeciliğinin gelişimi göz önüne alınarak ABD’nin müze deneyimi kapsamında daha uygun olacağı düşünülmüş olabilir. Bunun haricinde Türkiye’de müze deneyimi alanında yapılan 18 çalışmanın olduğu ve yetersiz sayıda olduğu görülmektedir. Çalışmaların dillere göre dağılımında çalışmaların çoğunluğu ABD’de yapıldığı için en fazla İngilizce dilinde çalışmalar yapılmıştır. Çalışmaların anahtar kelimelere göre ağ analizi incelendiğinde Müze, memnuniyet, deneyim ve duygular kelimeleri ön plana çıkmaktadır. Öne çıkan bu anahtar kelimeler ile müze deneyiminin özünü ziyaretçi memnuniyetinin oluşturduğunu aynı zamanda deneyim üzerindeki memnuniyetin etkisinin duygular aracılığıyla bir anlam kazandığı sonucuna varılabilir.

Tüm bu bilgiler doğrultusunda çalışmanın amacı müze deneyimi alanında yapılmış çalışmaları bir araya getirerek bibliyometrik yöntemlerle incelenmesini yapmaktır. Müze kapsamında daha önceden yapılan bibliyometrik analizler bulunmaktadır. Bunlar müze çalışmaları literatürünün bibliyometrik analizi, müze sanat terapisi potansiyelinin bibliyometrik analizi ve müzelerin dijitalleşmesi üzerine bibliyometrik analiz çalışmaları yapılmıştır. Bu çalışmalardan farklı olarak çalışmada araştırma kapsamı genişletilerek müze deneyimi alanında yapılmış çalışmaların bibliyometrik analizi ortaya koyularak literatüre katkı sağlanması amaçlanmıştır. Daha önceki çalışmalarda müze deneyimi kapsamında bu şekilde bir çalışma ortaya koyulmamıştır. Bu çalışmayla müze deneyimi alanında yapılan çalışmalarda eksiklikler olduğu bu eksikliklerin belirlenmesiyle önerilerin sunulması gerektiğinin sonucuna varılmıştır. Türkiye’de bulunan müzelerin özellikle kültür turizmi altında önemli bir yere sahip olması bakımından çalışmaların arttırılması gerekmektedir. Turistler tarafından çok ilgi gören, çekici unsur haline gelen Türkiye’deki müzelerin çalışmalara daha fazla dahil edilerek ziyaretçiler üzerindeki deneyimleri arttırılabilir Müze deneyimi alanında yapılan çalışmaların dağınık olduğu sonucuna varılmıştır. Bir konuya yönelik yapılan çalışmaların farklı alanlarda sayısı arttırılabilir. Bu çalışmada sınırlılık olarak Web of Science veri tabanının kullanılması bulunmuştur.

## Kaynakça

- Aksel, İ. (2023). Evaluation of identity, meaning-making, and visitor satisfaction in industrial heritage areas renovated as museums: The case of Müze Gazhane (Doctoral dissertation, Bilkent University).
- Bideci, M., & Albayrak, T. (2018). An investigation of the domestic and foreign tourists' museum visit experiences. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*.
- Boğan, E., Çalışkan, C., & Dedeoğlu, B.B. (2018). Turizm yazınında kurumsal sosyal sorumluluk: Türkiye'de yapılan çalışmaların bibliyometrik analizi. *Turizm Akademik Dergisi*, 5(2), 47-62.
- İşci, C., Güzel, B., Canko, D. M., İşci, Türker., & Moroğlu, F. (2020). Müze Deneyimi: Yönetim ve Ziyaretçi Perspektiflerinin Karşılaştırılması. *Turizm Akademik Dergisi*, 7(1), 29-45.
- 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.
- Chan, B. Y., & Ismail, Z., (2019). Augmented Reality Mobile Application: Enhancing Visitor Experience İn Labuan Museum. *International Journal Of Advanced Research İn Technology And Innovation*, 1(2), 40-49.
- Çakır, S. (2022). A bibliometric analysis of women's employment (Master's thesis, Middle East Technical University).
- Çiçek, M. (2022). Müze deneyiminde interaktif uygulamaların tekrar ziyaret etme niyeti üzerine etkisi: Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi ve Göbeklitepe örenyeri örneği (Master's thesis, Batman Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü).
- Del Chiappa, G., Andreu, L., & Gallarza, M. G., (2014). Emotions and visitors' satisfaction at a museum. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 8(4), 420-431.
- Del Chiappa, G., Ladu, M. G., Meleddu, M., & Pulina, M. (2013). Investigating the degree of visitors' satisfaction at a museum. *Anatolia*, 24(1), 52-62.
- Erdoğan, H., & Kırcova, İ. (2017). Müze deneyimi boyutları: İstanbul oyuncak müzesi örneği, *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 649-664.
- Ergin, G. (2022). Müze deneyiminin dijital teknolojilerle oyunlaştırılması. *IDA: International Design and Art Journal*, 4(2), 200-213.
- Falk, J. H., & Dierking, L. D. (2016). *The museum experience revisited*. Routledge.
- Kandemir, Ö., & Uçar, Ö. (2015). Değişen müze kavramı ve çağdaş müze mekânlarının oluşturulmasına yönelik tasarım girdileri. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 5(2), 17-47.
- Karadeniz, C. (2020). Müzede Dijital Teknolojilerin Kullanımı ve Salgın Sürecinde Dijital Katılım. *İdil Sanat ve Dil Dergisi*, 9(70), 975-984.
- Kervankiran, İ., & Eryılmaz, A. G. (2015). Müzelerin Türkiye Turizmindeki Yeri Nedir? Türkiye'de Müze Turizminin Mekânsal Dağılımına Genel Bir Bakış.
- Kervankiran, İ. (2014). Dünyada Değişen Müze Algısı Ekseninde Türkiye'deki Müze Turizmine Bakış. *Electronic Turkish Studies*, 9(11).
- Kofi, A., & Gyepi, T. F. (2021). Museum experience and satisfaction: moderating role of visiting frequency in national museum of Ghana.
- Koroğlu, Ö. Balıkcıoğlu, A. Köksalanlar, Ayşen. Türkmen, M.T. (2020). Müzecilik ve Müze Rehberliği. Detay Yayıncılık
- Kuo, C. W., & Yang, Y. H. (2015). The bibliometric analysis of literature on museum studies. *ISPRS Annals of the Photogrammetry, Remote Sensing and Spatial Information Sciences*, 2, 159-164.
- Luo, J. M., & Ye, B. H. (2020). Role of generativity on tourists' experience expectation, motivation and visit intention in museums. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 43, 120-126.
- Martínez, M. A., Cobo, M. J., Herrera, M., & Herrera-Viedma, E. (2015). Analyzing the scientific evolution of social work using science mapping. *Research on social work practice*, 25(2), 257-277.
- McCarthy, C. (2020). From histories of museums to museum history: approaches to historicising colonial museums in Aotearoa New Zealand. *Museum History Journal*, 13(1), 95-110.
- Sezgin, M., Haşiloğlu, S. B., & İnal, M. E. (2011). Müze pazarlamasında müşteri ilişkileri ve deneyimleri üzerine bir araştırma. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 7(13), 201-220.
- Sheng, C. W., & Chen, M. C. (2012). A study of experience expectations of museum visitors. *Tourism management*, 33(1), 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.
- Wei, Z., & Zhong, C. (2022). Museums and art therapy: A bibliometric analysis of the potential of museum art therapy. *Frontiers in Psychology*, 13, 1041950.
- Harman, S., & 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.
- Yeşilyurt, H., & Arıca, R. (2018). Mutfak müzesi ziyaretçilerinin deneyimlerinin incelenmesi: Emine Göğüş Mutfak Müzesi örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 60-70.
- Yılmaz, İ., & Yetiş, Ş. A. (2016). Göreme Açık Hava Müzesi'ne gelen ziyaretçilerin müze deneyiminin demografik özelliklerine göre değişmesi. *Disiplinlerarası Akademik Turizm Dergisi*, 1(1), 43-59.
- Yulifar, L., Widiaty, I., Anggraini, D. N., Nugraha, E., Minggra, R., & Kurniaty, H. W. (2021). Digitalizing museums: A bibliometric study. *Journal of Engineering Science and Technology*, 16, 16-26.



## Etik Kurul Kararı ile ilgili beyan

Araştırmanız etik kurul **izni gerektiriyorsa**, aşağıdaki bilgileri doldurunuz.

Lütfen beyanı yaptığınızı belirtmek için kutucuğu işaretleyin.	<input checked="" type="checkbox"/> Yazar(lar) Beyanı: Bu çalışmanın yazarı(ları) olarak, insan katılımcıların yer aldığı çalışmalarda gerçekleştirilen tüm prosedürlerin, kurumsal ve/veya ulusal araştırma komitesinin etik standartlarına ve 1964 Helsinki bildirgesine ve daha sonraki değişikliklerine veya karşılaştırılabilir etik standartlara uygun olduğunu beyan ederim(iz).
--	---

Etik kurul kararı veren kurum

Etik kurul karar tarihi

Etik kurul karar sayı no

Araştırmanız etik kurul **izni gerektirmiyorsa**, nedenini aşağıdaki seçeneklerden birini tercih ederek belirtiniz.

Bu çalışmanın yöntemi için etik kurul izni gerekmemektedir.

Bu çalışmadaki veri toplama süreci 1 Ocak 2020 tarihinden önce gerçekleşmiştir.

## Yazar Katkısına İlişkin Bilgi

Yazar(lar) beyanı	<input checked="" type="checkbox"/> Bu çalışmadaki bulunan yazarların katkı oranlarının aşağıda belirtilen şekilde olduğunu beyan ederim(iz).
-------------------	---

1. Yazar katkı oranı	% 100
----------------------	-------