

Genç Yetişkinlerde Rekreatyonel Bir Etkinlik Olarak Sanal Müze Sanal Tur Faaliyetlerine Yönelik Memnuniyetin İncelenmesi

*İbrahim Hakkı Kaynak 

**Filiz ARSLAN 

ORJİNAL ARAŞTIRMA

Özet

Dijitalleşme bugünkü süreçte yaşamın ayrılmaz bir parçasıdır ve günlük yaşamın etkili olduğu birçok alanda varlığını sürdürmektedir. Dijitalleşme kültürlerin ve tarihlerin anlaşılmasına ve tanıtılmasında da etkili bir yapıya sahiptir. Sanal müze sanal tur gibi kavramlar dijitalleşmenin etkisiyle ortaya çıkmış ve kültürün, tarihin aktarımını daha geniş kitlelere ulaşmasını kolaylaştırmıştır. Özellikle genç bireyler medeniyetlere ait hususları incelemek ve kültürel birikimini artırmak isteyen bireyler sanal müze sanal tur faaliyetlerine katılım sağlayabilmektedir. Dijital rekreasyon kavramı sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik, çevrimiçi oyun ve dijital sosyal etkileşimler gibi bilgi ve iletişim teknolojileri tarafından desteklenen hususları içerebilmektedir (Schultz ve McKeown, 2018; Sintas ve ark., 2015). Bundan dolayı dijital rekreasyon biçimi olarak sanal müzecilik gibi kavramlar dikkat çekmektedir. Dijital rekreasyon genç yetişkinlerin gelişen tercihlerini ve beklentilerini karşılayabilir, etkileşim olanağı sunabilir ve genel olarak memnuniyet düzeylerini artırabilmektedir. Bundan dolayı bu çalışmada genç yetişkinlerin rekreatyonel bir faaliyet olarak sanal müze sanal tur etkinliklerine yönelik memnuniyet düzeylerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırma nicel yöntem esaslarına göre dizayn edilmiş olup betimsel tarama modeline göre yürütülmüştür. Araştırmaya daha önce sanal müze, sanal tur faaliyetlerine erişim sağlamış toplam 326 kişi katılım sağlamıştır. Araştırmacılar tarafından oluşturulmuş demografik bilgi formuna ek olarak katılımcıların sanal müze sanal tur faaliyetlerine yönelik memnuniyet düzeylerini ölçmek amacıyla “Sanal Müze Sanal Tur Memnuniyet Ölçeği” kullanılmıştır. Verilerin analizi SPSS 22 paket programında yapılmış olup parametrik testler gerçekleştirilmiştir. Araştırma bulgularına göre cinsiyet değişkeni, yıllık ortalama tarihi ve kültürel mekanlara ziyaret değişkeni açısından anlamlı farklılık tespit edilirken algılanan gelir ve son iki ay içerisinde müze ziyareti gerçekleştirme değişkeni açısından anlamlı bir farklılık belirlenmemiştir. Sonuç olarak kadın, gelir düzeyi yüksek, son iki ayda müze ziyareti gerçekleştiren ve yılda ortalama altı ve daha fazla kez kültürel ve tarihi mekanları ziyaret eden kişilerin sanal müze sanal tur memnuniyetlerinin daha yüksek olduğu söylenebilir.

Anahtar kelimeler: Sanal müze, Sanal tur, Memnuniyet, Rekreasyon.

*Dr. Öğr. Üyesi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Konya-Türkiye. E-posta: ihkaynak@erbakan.edu.tr

**Yüksek Lisans Öğrencisi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm Rehberliği Anabilim Dalı, Konya-Türkiye. E-posta: filizarslan551@gmail.com

Investigation of Satisfaction Towards Virtual Museum Virtual Tour Events as a Recreational Activity in Young Adults

Abstract

Digitalization is an inseparable part of life today and continues to exist in many areas where daily life is effective. Digitalization also has an effective structure in understanding and introducing cultures and histories. Concepts such as virtual museums and virtual tours have emerged with the effect of digitalization and have facilitated the transfer of culture and history to wider audiences. Especially young individuals who want to examine issues related to civilizations and increase their cultural accumulation can participate in virtual museum virtual tour activities. The concept of digital recreation can include issues supported by information and communication technologies such as virtual reality, augmented reality, online gaming, and digital social interactions (Schultz and McKeown, 2018; Sintas et al., 2015). Therefore, concepts such as virtual museums attract attention as a form of digital recreation. Digital recreation can meet the evolving preferences and expectations of young adults, provide interaction opportunities, and increase their overall satisfaction levels. Therefore, this research aims to examine the satisfaction levels of young adults towards virtual museum virtual tour activities as a recreational activity. The research was designed according to the principles of quantitative method and was conducted according to the descriptive scanning model. A total of 326 people who had previously accessed virtual museums and virtual tour activities participated in the research. In addition to the demographic information form created by the researchers, the "Virtual Museum Virtual Tour Satisfaction Scale" was used to measure the satisfaction levels of the participants towards virtual museum virtual tour activities. The data were analyzed using the SPSS 22 package program and parametric tests were performed. According to the research findings, while a significant difference was found in terms of gender variable, annual average historical and cultural places visit variable, no significant difference was found in terms of perceived income and museum visit variable in the last two months. As a result, it can be said that virtual museum virtual tour satisfaction is higher in women, people with high income perception, people who visited museums in the last two months and people who visited cultural and historical places on average six or more times a year.

Keywords: Virtual museum, Virtual tour, Satisfaction, Recreation.

Giriş

Teknolojinin gelişimi, kültürel mirasın korunması ve geniş kitlelere ulaştırılması açısından müzecilik anlayışında önemli değişimlere yol açmıştır (Lim ve ark., 2021). Geleneksel müzeciliğin fiziksel sınırlamalarını aşan sanal müzeler, dijital platformlar aracılığıyla kültürel ve sanatsal içeriklere erişimi mümkün kılan önemli bir araç hâline gelmiştir (Giannini, 2022). Eğitimden eğlenceye, sosyal yaşamdan kültürel deneyimlere kadar pek çok alan, dijital dönüşümle birlikte yeni bir boyut kazanmış ve fiziksel kısıtlamalar ortadan kalkmıştır (Islam ve Bhuiyan, 2022). Özellikle kültürel mirasın korunması ve geniş kitlelere ulaştırılması açısından müzeciliğin dijitalleşmesi, önemli bir yenilik sağlamıştır (Massari ve ark., 2024). Müzeler, geçmişin izlerini taşıyan ve kültürel değerlerin korunmasında, aktarılmasında büyük bir rol oynamaktadır (Marovah ve Ncube, 2024). Bununla birlikte, dünyada yalnızca fiziksel müzeler değil, dijital müzeler de önemli bir yer edinmiştir (Afridi ve Rasheed, 2025). Sanal müzeler, internetin sunduğu olanaklarla, fiziksel kısıtlamaların ortadan kalkmasıyla, sanat, tarih ve kültürle ilgili değerlerin daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlayan önemli bir araç haline gelmiştir (Pergantis ve ark., 2022).

Sanal müzecilik, dijital teknolojilerin hızla gelişmesiyle birlikte şekillenmiş bir olgudur (Li ve ark., 2024). İlk sanal müze deneyimlerinin temelleri 1990'ların başlarında atılmış ve internetin yaygınlaşmasıyla müzeler, koleksiyonları dijital ortamda toplanmaya başlanmıştır (Povroznik, 2024). Jeffrey Shaw'ın 1990 yılında Landes Müzesi'ni sanal taşıma ortamı, sanal müzeciliğin ilk adımlarından biri olarak kayda değer geçmiştir (Willkens ve ark., 2024). 1993 yılında Museum of Computer Art ve 1994 yılında kurulan Webblouvre gibi projeler, dijital müzeciliğin zenginleştirilmesi ve sanal müzelerin uluslararası alanda daha geniş bir kitleye hitap edilmesi sağlanmıştır (Kahraman, 2021). 1999 yılında, sanal gerçeklik (VR) teknolojisiyle kurulan ilk sanal müze olan VOMA, dijital müzeciliğin dönüm noktalarından biri olmuş ve müzeciliğin dijital dünyada nasıl şekilleneceği belirlenmişti (Yakışkan, 2024). Bu gelişmeleri, müzeciliği sadece fiziksel bir alan olarak ortaya çıkarmak, dijital ortamda erişilebilir olmayı başarmayı başarmıştır (Alabau ve ark., 2024). Türkiye'de sanal müzeciliğin temelleri erken dönemde atılmaya başlanmıştır. 1990 yılında Topkapı Sarayı'nın koleksiyonlarının CD ortamına aktarılması, Türkiye'de sanal müzeciliğin ilk örneklerinden biridir (Ünal ve Çelen, 2024). Bu girişim, dijital müzeciliğin Türkiye'de ilgi odağı oldu ve hızla yayıldığını gösteren önemli bir adımdır (Guneröz, 2024). 1993 yılında İstanbul Resim ve Heykel Müzesi'nin eserlerinin dijital ortamda ve sonrasında Rahmi Koç Müzesi'nin sanal müze oluşturması, bu alandaki çalışmaları hızlandırmıştır (Karadaş, 2024). Bu süreçte, 1999 yılında Eczacıbaşı Sanal Müzesi gibi projeler, Türkiye'deki dijital müzeciliğin yönetimine öncülük etmiştir (Karakurt, 2024). Özellikle COVID-19 pandemisi ile birlikte fiziksel müzelerin kapanması, sanal müzelerin kültürel deneyimlere ulaşması isteyen bireyler için daha önemli bir alternatif haline

gelmesine yol açmıştır (Tinker, 2024). İnsanlar, evden çıkmadan sanal turlar yaparak kültürel bilgiyi keşfetmeye devam etmiştir (Komarac ve Dosen, 2024). Ayrıca sanal müzeciliğin hızla çoğalmasına katkı sağlayan Kültür ve Turizm Bakanlığı, dijital dönüşüm kapsamında 53 farklı sanal müze ile zengin bir kültürel miras deneyimi sunmaktadır (Koçkaya, 2023).

Dijital dünyaya hızla adapte olabilen genç yetişkinler, sanal müzelerin en aktif kullanıcı gruplarından biri olarak öne çıkmaktadır (Silva, 2021). Bu platformlar, genç yetişkinlere fiziksel engeller olmaksızın bilgi edinme fırsatı sunarak öğrenme deneyimlerini desteklemekte ve kültürel mirasa erişimi kolaylaştırmaktadır (Othman ve ark., 2021). Ancak, bu deneyimin ne kadar etkili olduğu, kullanıcı memnuniyeti ile doğrudan ilişkilidir (Trunfio ve ark., 2022). Bu memnuniyet, sanal müzelerin gelişim sürecinin önemli bir göstergesi olarak öne çıkmaktadır (Kung ve Lin, 2024). Kullanıcıların deneyimlerinden ne kadar memnun oldukları, sanal müzelerin etkinliğini artırmak ve sürekli gelişimini sağlamak için kritik bir faktördür (Zheng ve ark., 2024). Sanal müzelerin kullanım kolaylığı, erişilebilirlik, içerik kalitesi ve etkileşim düzeyi, kullanıcı memnuniyetini etkileyen unsurlar arasında yer almaktadır (Xing ve Sun, 2024). Ayrıca, kullanıcıların kişisel beklentilerine göre özelleştirilmiş içerikler sunulması, onların deneyimlerinden daha fazla keyif almasını sağlamakta ve müze deneyimlerini daha verimli hale getirmektedir (Capece ve ark., 2024). Bu unsurlar, sanal müzelerin kullanıcılar tarafından daha etkili bir şekilde deneyimlenmesini ve öğrenme süreçlerinin daha dinamik hale gelmesini mümkün kılmaktadır (Fominska ve ark., 2024). Bu nedenle, sanal müzelerin etkinliğini artırmak için kullanıcı geri bildirimlerine dayalı sürekli iyileştirmeler yapılması gerekmektedir (Li, 2024). Özellikle genç yetişkinler gibi dijital dünyada doğmuş bireylerin memnuniyetleri, sanal müzeciliğin gelişimi için değerli bir veri kaynağı oluşturur (Rodrigues ve ark., 2024). Gençlerin sanal müze deneyimlerinden aldıkları geri bildirimler, içeriklerin kalitesini artırmaya ve etkileşim özelliklerini geliştirerek daha fazla kullanıcıyı memnun etmeye olanak tanır (Wu ve ark., 2024). Kullanıcı memnuniyetinin düzenli olarak ölçülmesi, sanal müze deneyimlerinin kalitesinin artırılmasını sağlar ve daha etkili bir öğrenme ortamının oluşturulmasına yardımcı olur (Xie, 2024).

Bireyler belirtilmiş faaliyetlere dijital bir dünya üzerinden katılım sağlamaktadır. Serbest zaman kavramı bu anlamda dijital gelişimlerle birlikte değişim gösterebilmiştir. Böylelikle dijital rekreasyon kavramı ortaya çıkabilmiştir. Dijital rekreasyon kavramı sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik, çevrimiçi oyun ve dijital sosyal etkileşimler gibi bilgi ve iletişim teknolojileri tarafından desteklenen hususları içerebilmektedir (Schultz ve McKeown, 2018; Sintas ve ark., 2015). Bundan dolayı dijital rekreasyon biçimi olarak sanal müzecilik gibi kavramlar dikkat çekmektedir. Dijital rekreasyon genç yetişkinlerin gelişen tercihlerini ve beklentilerini karşılayabilir, etkileşim olanağı sunabilir ve genel olarak memnuniyet düzeylerini artırabilmektedir. Sanal müzeler ve sanal kültürel

kaynaklar gençlerin eğitsel anlamda gelişimlerine katkı sağlayabilmektedir. Bu nedenle, genç yetişkinlerin dijital rekreasyon alanındaki sanal müze memnuniyetini etkileyen faktörleri keşfetmek ve anlamak önem arz etmektedir.

Gençlerin deneyimlerinden elde edilen memnuniyet, sanal müzeciliğin gelişimi açısından büyük bir öneme sahiptir (Aktuğlu, 2024). Bu bağlamda, sanal müzelerin içeriklerinin, etkileşim düzeylerinin ve öğrenme süreçlerinin gençlerin ihtiyaçlarına göre sürekli güncellenmesi, onların daha verimli bir şekilde kültürel mirasa erişim sağlamalarını ve bu deneyimleri daha fazla içselleştirmelerini sağlar (Capece ve ark., 2024). Sanal müzelerin etkili bir eğitim aracı olarak kullanılabilmesi için yapılan iyileştirmeler, gelecekte daha geniş kitlelere hitap eden bir deneyim sunma noktasında önemli fırsatlar yaratmaktadır (Hassan ve Kalefa, 2025). Özellikle gençler açısından serbest zamanı etkili ve verimli bir şekilde değerlendirmek amacıyla dijital müze, sanal müze ve sanal tur gibi faaliyetler değerlendirilmektedir. Bundan dolayı bu araştırmada daha önceden sanal müze sanal tur faaliyetine katılım sağlamış genç yetişkinlerin memnuniyet düzeylerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırma amacına uygun bir şekilde aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır:

- Katılımcıların cinsiyet değişkeni ile sanal tur sanal müze memnuniyetleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmakta mıdır?
- Katılımcıların algıladıkları gelir düzeyi ile sanal tur sanal müze memnuniyetleri anlamlı farklılık oluşturmakta mıdır?
- Katılımcıların sanal müze sanal tur memnuniyetleri ile yıllık tarihi ve kültürel alanları ziyaret etme sayıları arasında anlamlı bir farklılık bulunmakta mıdır?

Yöntem

Araştırmanın Modeli

Araştırma genç yetişkinlerde sanal müze sanal tur memnuniyetlerinin incelenmesi amaçlandığı için araştırma nicel araştırma yöntemine göre tasarlanmış olup çalışmada araştırma deseni olarak betimsel tarama modeli kullanılmıştır. Betimsel tarama modeli; araştırmacının herhangi bir olgu, olay veya bir durumu olduğu gibi tanımlamayı amaçladığı bir tarama modelidir. Bu model içerisinde durum nesnel bir şekilde ele alınır, betimlenir ve analizleştirilir. Bu model bireylerin, grupların veya olayların özelliklerini temel düzeyde belirlemek için kullanılır (Karasar, 2012).

Evren ve Örneklem

Araştırma evrenini 2024-2025 Eğitim ve Öğretim Dönemi'nde Necmettin Erbakan Üniversitesi'nde eğitim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Araştırma örneklemini ise Turizm Fakültesi öğrencileri oluşturmaktadır. 2024-2025 Eğitim ve Öğretim Yılı Bahar Dönemi'nde

Necmettin Erbakan Üniversitesi Turizm Fakültesi bünyesinde aktif öğrenci sayısı 1337 olarak belirlenmiştir. Örneklem grubunun büyüklüğünü tespit etmek amacıyla “Sample Size Calculator” kullanılmış olup %95 güven aralığı ve %5 hata payı kapsamında 299 öğrencinin evreni temsil edebileceği belirlenmiştir (SurveyMonkey, 2025). Araştırmaya ise daha önce dijital anlamda sanal müze sanal tur faaliyetlerine katılım sağlamış genç yetişkinler dahil edilmiş olup toplam 326 katılımcıya ulaşım sağlanmıştır. 3 katılımcının anket formlarını eksik ve hatalı doldurmaları sebebiyle belirtilen formlar araştırma dışı bırakılmış olup toplam 323 kişi çalışmaya dahil edilmiştir (Tablo 1). Çalışmada örnekleme yöntemi olarak ise kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Kolayda örnekleme yöntemi araştırmacıların hedef kitleye daha kolay bir şekilde ulaşım sağlayabileceği örnekleme yöntemi olarak bilinmektedir (Etikan ve ark., 2016).

Tablo 1. Katılımcılara Ait Demografik Faktörler

Değişkenler		n	%
Cinsiyet	Kadın	163	50,5
	Erkek	160	49,5
Algılanan Gelir Düzeyi	Düşük	99	30,7
	Orta	97	30
	Yüksek	127	39,3
Son İki Ay İçerisinde Müze Ziyareti Gerçekleştirme Durumu	Evet	223	69
	Hayır	100	31
Yılda Ortalama Tarihi ve Kültürel Mekanlara Ziyaret	Hiç	72	22,3
	1-2 Kez	82	25,4
	3-5 Kez	77	23,8
	6 ve Üzeri	92	28,5

Tablo 1’e bakıldığında katılımcıların %50,5’inin kadın katılımcılardan, %39,3’ünün yüksek gelir düzeyi algısına sahip olduğu, %69’unun daha önce müze ziyaretinde bulunduğu, %28,5’inin yılda ortalama 6 ve üzeri tarihi ve kültürel mekanlara ziyaretlerde bulunduğu görülmektedir.

Veri Toplama Araçları

Çalışmada araştırmacılar tarafından oluşturulmuş demografik bilgi formunda katılımcıların cinsiyet, algılanan gelir düzeyi, son iki ay içerisinde müze ziyareti gerçekleştirme durumu ve yılda ortalama tarihi ve kültürel mekanlara ziyaret durumu değişkenleri yer almaktadır.

Araştırmada genç yetişkinler açısından rekreasyonel bir faaliyet kapsamında sanal müze sanal tur memnuniyetleri incelenmesi amaçlandığı için katılımcıların sanal müze sanal tur memnuniyetlerini ölçmek amacıyla D’alba (2012) tarafından geliştirilen Teker ve Özer (2016) tarafından Türkçe geçerlik ve güvenirliği yapılan “Sanal Müze Sanal Tur Memnuniyet Ölçeği” kullanılmıştır. Ölçek 19 maddeden oluşmakla birlikte “Sanal Ortam Memnuniyeti” ve “Sanal Ortam Kullanılabilirliği” olarak

2 alt boyuttan oluşmaktadır. 1. ve 12. maddeler aralığı “Sanal Ortam Memnuniyeti” alt boyutunu 13. ve 19. maddeler aralığı ise “Sanal Ortam Kullanılabilirliği” alt boyutunu oluşturmaktadır. Ölçek “1-Tamamen Katılıyorum, 2-Orta Derecede Katılıyorum, 3-Biraz Katılıyorum, 4-Biraz Katılmıyorum, 5-Orta Derecede Katılmıyorum, 6-Kesinlikle Katılmıyorum” şeklinde 6’lı likert tipi bir yapıya sahiptir. Ölçeğin genel olarak Cronbach Alpha güvenirlik katsayısı 0.910 olarak tespit edilmiş olup “Sanal Ortam Memnuniyeti” alt boyutu için 0.856 ve “Sanal Ortam Kullanılabilirliği” alt boyutu ise 0.854 olarak tespit edilmiştir. Bu araştırmada ise Cronbach Alpha güvenirlik katsayısı “Sanal Müze Sanal Tur Memnuniyet Ölçeği” için 0.756, “Sanal Ortam Memnuniyeti” alt boyutu için 0.732 ve “Sanal Ortam Kullanılabilirliği” alt boyutu için 0.729 olarak tespit edilmiştir (Tablo 2).

Tablo 2. Ölçek ve Alt Boyutlarının Cronbach Alpha Katsayıları

	Cronbach's Alpha	N of Item
Sanal Müze Sanal Tur Memnuniyet Ölçeği (SMSTÖ)	0.756	19
Sanal Ortam Memnuniyeti	0.732	12
Sanal Ortam Kullanılabilirliği	0.729	7

Verilerin Analizi

Verilerin analizi SPSS 22 paket programında gerçekleştirilmiş olup analiz konusunda verilerin normal dağılıp dağılmadığını tespit etmek amacıyla çarpıklık ve basıklık testleri yapılmıştır. Analiz sonuçlarında verilerin normal bir dağılım gösterdiği belirlenmiştir (Tablo 3). Araştırma verilerinin çarpıklık ve basıklık değerleri 0,062 ile -0,881 arasında değişmektedir. Bu durum araştırma verilerinin normal bir dağılıma sahip olduğunu göstermektedir. Morgan ve diğerleri (2004) Skewness (Çarpıklık) ve Kurtosis (Basıklık) analiz sonuçlarının +1 ile -1 değerleri arasında olmasının normallik varsayımını sağlayabileceğini belirtmektedirler. Verilerin normal bir dağılıma sahip olduğu belirlendikten sonra genç yetişkinlerin rekreasyonel faaliyet kapsamında sanal müze sanal tur memnuniyetlerini ölçmek amacıyla parametrik analiz testlerinden T-Testi ve Anova testleri uygulanmıştır. Anova testi kapsamında anlamlı farklılıkların hangi gruplardan kaynaklandığını tespit etmek amacıyla Tukey HSD çoklu karşılaştırma test yöntemi uygulanmıştır.

Tablo 3. Ölçek ve Alt Boyutlarının Çarpıklık ve Basıklık Değerleri

Ölçek ve Alt Boyutları	Madde Sayısı	N	Ort.	Ss	Çarpıklık	Basıklık
Sanal Müze Sanal Tur Memnuniyet Ölçeği (SMSTÖ)	19	323	3,6357	0,6590	0,011	-0,881
Sanal Ortam Memnuniyeti	12	323	3,6572	0,7584	-0,023	-0,241
Sanal Ortam Kullanılabilirliği	7	323	3,6436	0,6226	0,062	-0,828

Tablo 3’e bakıldığında Sanal Müze Sanal Tur Memnuniyet Ölçeği (SMSTÖ) çarpıklık ve basıklık değerlerinin 0,011 ve -0,881 olduğu, Sanal Ortam Memnuniyeti alt boyutunun çarpıklık ve

basıklık değerlerinin -0,023 ve -0,241 olduğu ve “Sanal Ortam Kullanılabilirliği” alt boyutunun ise 0,062 ve -0,828 olduğu tespit edilmiştir.

Araştırmanın Etiği

Araştırmanın etik kurul izni Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu’ndan 04 sayılı toplantıda, 2025/116 numaraları karar sonucunda 21.02.2025 tarihinde alınmıştır.

Bulgular

Tablo 4. Cinsiyete Göre T-testi Sonuçları

Ölçek ve Alt Boyutları	Cinsiyet	n	x	Sd	t	p
Sanal Müze Sanal Tur Memnuniyet Ölçeği (SMSTÖ)	Kadın	163	3,71	0,62	2,221	0,027*
	Erkek	160	3,56	0,69		
Sanal Ortam Memnuniyeti	Kadın	163	3,73	0,77	2,188	0,030*
	Erkek	160	3,59	0,75		
Sanal Ortam Kullanılabilirliği	Kadın	91	3,72	0,60	1,684	0,093
	Erkek	41	3,57	0,64		

*p<0,05

Tablo 4’e bakıldığında cinsiyet değişkeni ile “Sanal Müze Sanal Tur Memnuniyet Ölçeği (SMSTÖ)” ve “Sanal Ortam Memnuniyeti” alt boyutu arasında anlamlı farklılık tespit edilmiş olup (p<0,05) Sanal Ortam Kullanılabilirliği alt boyutunda ise anlamlı farklılık tespit edilmemiştir (p>0,05).

Tablo 5. Algılanan Gelir Durumuna Göre Anova Sonuçları

Ölçek ve Alt Boyutları	Algılan Gelir Durumu	n	x	sd	df	f	p	Anlamlı Fark
Sanal Müze Sanal Tur Memnuniyet Ölçeği (SMSTÖ)	1) Düşük	99	3,66	0,63	2-230	0,36	0,70	-
	2) Orta	97	3,60	0,64				
	3) Yüksek	127	3,67	0,60				
Sanal Ortam Memnuniyeti	1) Düşük	99	3,67	0,68	2-230	0,22	0,80	-
	2) Orta	97	3,62	0,67				
	3) Yüksek	127	3,62	0,64				
Sanal Ortam Kullanılabilirliği	1) Düşük	99	3,63	0,75	2-230	1,83	0,16	-
	2) Orta	97	3,56	0,77				
	3) Yüksek	127	3,75	0,75				

*p<0,05

Tablo 5’e bakıldığında algılanan gelir düzeyi değişkeni ile Sanal Müze Sanal Tur Memnuniyet Ölçeği (SMSTÖ) ve alt boyutları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir (p>0,05).

Tablo 6. Son İki Ay İçerisinde Müze Ziyareti Gerçekleştirme Durumuna Göre T-testi Sonuçları

Ölçek ve Alt Boyutları	Son 2 Ayda Müze Ziyareti Gerçekleştirme Durumu	n	x	Sd	t	p
Sanal Müze Sanal Tur Memnuniyet Ölçeği (SMSTÖ)	Evet	223	3,66	0,62	0,497	0,530

	Hayır	100	3,62	0,63		
Sanal Ortam Memnuniyeti	Evet	223	3,65	0,66	0,454	0,781
	Hayır	100	3,61	0,66		
Sanal Ortam Kullanılabilirliği	Evet	223	3,67	0,76	0,432	0,952
	Hayır	100	3,63	0,76		

*p<0,05

Tablo 6'ya bakıldığında son iki ayda müze ziyareti gerçekleştirme durumu değişkeni ile Sanal Müze Sanal Tur Memnuniyet Ölçeği (SMSTÖ) ve alt boyutları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir (p>0,05).

Tablo 7. Yılda Ortalama Tarihi ve Kültürel Mekanlara Ziyarete Göre Anova Sonuçları

Ölçek ve Alt Boyutları	Yılda Ortalama Tarihi ve Kültürel Mekanlara Ziyaret	n	x	sd	df	f	p	Anlamlı Fark
Sanal Müze Sanal Tur Memnuniyet Ölçeği (SMSTÖ)	1) Hiç	72	2,99	0,31	3-319	94,81	0,00*	4>1
	2) 1-2 Kez	82	3,59	0,36				
	3) 3-5 Kez	77	3,66	0,54				
	4) 6 ve Üzeri	92	4,19	0,54				
Sanal Ortam Memnuniyeti	1) Hiç	72	3,01	0,39	3-319	72,94	0,00*	4>1
	2) 1-2 Kez	82	3,57	0,44				
	3) 3-5 Kez	77	3,63	0,58				
	4) 6 ve Üzeri	92	4,19	0,58				
Sanal Ortam Kullanılabilirliği	1) Hiç	72	2,96	0,52	3-319	54,24	0,00*	4>1
	2) 1-2 Kez	82	3,62	0,56				
	3) 3-5 Kez	77	3,70	0,76				
	4) 6 ve Üzeri	92	4,20	0,61				

*p<0,05

Tablo 7'ye bakıldığında Yılda Ortalama Tarihi ve Kültürel Mekanlara Ziyaret değişkeni ile “Sanal Müze Sanal Tur Memnuniyet Ölçeği (SMSTÖ)”, “Sanal Ortam Memnuniyeti” ve Sanal “Ortam Kullanılabilirliği” alt boyutları arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir (p<0,05). Anlamlı farklılığın hangi gruplar arasından kaynaklandığını tespit etmek amacıyla yapılan Tukey HSD Çoklu Karşılaştırma testine göre anlamlı farklılığın yılda ortalama tarihi ve kültürel mekanlara “6 ve Üzeri” sayıda ziyaret eden katılımcılar ile “Hiç” ziyaret gerçekleştirmeyen katılımcılar arasında kaynaklandığı belirlenmiştir.

Tartışma ve Sonuç

Genç yetişkinlerin rekreasyonel bir etkinlik kapsamında sanal müze sanal tur memnuniyetlerinin incelendiği bu çalışmada cinsiyet değişkeni açısından Sanal Müze Sanal Tur Memnuniyet Ölçeği ve Sanal Ortam Memnuniyeti alt boyutunun anlamlı farklılık oluşturduğu belirlenmiştir. Kadın katılımcıların erkek katılımcılara oranla sanal müze sanal tur memnuniyetlerinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir (Tablo 4). Araştırma bulgularında ortaya çıkan bu durumun kadın katılımcıların erkek katılımcılara oranla sanal müze sanal tur konusunda daha yüksek düzeyde farkındalığa sahip olmalarından dolayı kaynaklanabileceği düşünülmektedir. Yorulmaz (2022) tarafından sınıf öğretmeni adaylarının sanal müze kullanımlarına yönelik memnuniyet düzeylerini

belirlemek amacıyla yapılan bir çalışmada kadın katılımcıların erkek katılımcılara oranla daha yüksek memnuniyet düzeyine sahip olduğu belirlenmiştir. Bu sonuç araştırma bulgularıyla örtüşmektedir. Araştırma bulgularının aksi yönünde Kayakıran (2022) tarafından sanal müzeyi ziyaret eden katılımcılara yönelik memnuniyet düzeyi ve gerçek zamanlı müze ziyareti üzerine yapılan bir çalışmada ise cinsiyet değişkeni ile sanal müze değişkeni arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir. Kabakcı (2024) tarafından yapılan bir çalışmada ise sanal müze memnuniyetinin cinsiyet değişkeni açısından anlamlı bir farklılık oluşturmadığı belirlenmiştir. Çelik ve Ütkür Güllühan (2022) tarafından yapılan bir diğer çalışmada ise cinsiyet değişkeni ile sanal müze sanal tur memnuniyeti arasında anlamlı bir farklılığın bulunmadığı ortaya çıkartılmıştır.

Algılanan gelir durumu değişkeni ile Sanal Müze Sanal Tur Memnuniyet Ölçeği ve alt boyutları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir. Gelir düzeyi algısı yüksek olan katılımcıların Sanal Müze Sanal Tur Memnuniyet Ölçeği ve Sanal Müze Kullanılabilirliği alt boyutunda daha fazla memnuniyet düzeyine sahip olduğu belirlenmiştir. Ayrıca gelir düzeyi algısı düşük olan katılımcıların sanal müze memnuniyeti alt boyutunda daha yüksek memnuniyet düzeyine sahip olduğu belirlenmiştir (Tablo 5). Yüksek gelir düzeyi algısına sahip katılımcıların diğer katılımcılara kıyasla daha fazla teknolojik seçeneğe sahip olmasından dolayı kaynaklanabilir. Bunun yanı sıra gelir düzeyi düşük olan katılımcıların teknolojik kaynaklara erişimleri diğer katılımcılara oranla daha kısıtlı olması sebebiyle sanal müze, sanal tur memnuniyeti konusunda bu bireyler daha yüksek farkındalığa sahip olabilirler. Bu durumun, gelir düzey algısı düşük olan bireyler sanal müzeleri önemli bir kültürel erişim imkânı olarak görmüş olabilmelerinden dolayı kaynaklanabileceği düşünülmektedir. Zhang ve arkadaşları (2024) tarafından dijital dönüşümün yaşandığı dünya mirası alanlarında ziyaretçi memnuniyetini ölçmek için yapılan bir çalışmada gelir düzeyi yüksek olan katılımcıların düşük gelir düzeyine sahip katılımcılara oranla daha yüksek memnuniyet düzeyine sahip oldukları belirlenmiştir, katılımcıların gelir düzeyi ile memnuniyetleri arasında pozitif bir ilişki tespit edilmiştir. Çiçek ve arkadaşları (2022) tarafından Z kuşağının sanal gezi uygulamalarına yönelik algılarını belirlemek amacıyla yapılan bir çalışmada gelir algısı düzeyinin sanal gezilere yönelik algıları arasında anlamlı farklılık tespit edilmiş olup gelir algısı yüksek olan katılımcıların diğer katılımcılara oranla daha yüksek algı düzeyine sahip olduğu belirlenmiştir. Son iki aylık süreçte müze ziyareti gerçekleştirme durumu değişkeni ile Sanal Müze Sanal Tur Memnuniyet Ölçeği ve alt boyutları arasında anlamlı farklılık tespit edilmemiş olup son iki aylık süreçte müze ziyareti gerçekleştiren katılımcıların diğer katılımcılara oranla daha yüksek memnuniyet düzeyine sahip olduğu belirlenmiştir (Tablo 7).

Yılda ortalama tarihi ve kültürel mekanlara ziyaret değişkeni ile Sanal Müze Sanal Tur Memnuniyet Ölçeği, Sanal Tur Memnuniyeti ve Sanal Müze Kullanılabilirliği alt boyutları arasında

anamlı farklılık belirlenmiş olup anlamlı farklılığın yılda 6 ve üzeri ziyaret gerçekleştiren katılımcılar ile hiç ziyaret gerçekleştirmeyen katılımcılar arasında olduğu tespit edilmiştir (Tablo 8). Araştırma bulgularında ortaya çıkan bu durumun tarihi ve kültürel mekanları sık ziyaret eden kişilerin; tarihi ve kültürel mekanlara yönelik olarak bilgi düzeylerinin daha yüksek olması ve bu durumu dijital deneyimlere dökebilmek konusunda daha yetkin olmalarından dolayı kaynaklanabileceği düşünülmektedir. Aynı zamanda bu alanları sık sık ziyaret eden kişilerin diğer kişilere oranla kültürel sermaye, ilgi, motivasyon ve deneyimlerinin daha yüksek olması sebebiyle yeni müzeler tanımak, yeni turlara katılım sağlamak konusunda sanal müze sanal tur faaliyetlerine katılım sağlamalarından dolayı kaynaklanabileceği düşünülmektedir.

Sonuç olarak ge yetişkinler açısından sanal müze sanal tur memnuniyetinin cinsiyet, yıllık ortalama tarihi ve kültürel alanlara ziyaret değişkenleri açısından anlamlı bir farklılık oluştururken algılanan gelir durumu ve son iki ay içerisinde müze ziyareti gerçekleştirme değişkeni açısından anlamlı bir farklılık oluşmamıştır. Kadın katılımcıların erkek katılımcılara oranla daha yüksek sanal müze sanal tur memnuniyet düzeyine sahip olduğu, genel anlamda algılanan gelir düzeyi yüksek olan katılımcıların da diğer bireylere göre daha yüksek bir ortalamaya sahip olduğu, son iki ay içerisinde müze ziyareti gerçekleştirmiş kişilerin daha yüksek sanal müze sanal tur memnuniyet düzeyine sahip olduğu, yıllık ortalama tarihi ve kültürel mekanları 6 ve üzeri ziyarette bulunan kişilerin daha yüksek sanal müze sanal memnuniyet düzeyine sahip olduğu söylenebilir. Bu değişkenlere sahip bireylerin rekreasyonel bir faaliyet olarak sanal müze sanal tur etkinlikleri deneyimlerinden daha fazla memnuniyet duydukları söylenebilir.

neriler

Araştırmada ge yetişkinler açısından sanal müze sanal tur kavramı ele alındığı için yapılması planlanan diğer çalışmalarda farklı örneklem grupları araştırmaya dahil edilebilir. Aynı zamanda bu araştırmada sanal müze sanal tur memnuniyeti nicel araştırma bakış açısıyla ele alınmıştır ve gelecekte yapılması planlanan araştırmalar nitel yöntem veya karma yönteme göre dizayn edilebilir. Çalışmada sanal müze sanal tur memnuniyeti daha önce sanal müze deneyimi yaşamış olan kişiler çerçevesinde ele alınmıştır, ilerleyen çalışmalarda bu durum belirli bir sanal müze deneyimine yönelik ya da karşılaştırmalı sanal müze deneyimlerine yönelik olarak ele alınabilir. Özellikle niversite öğrencileri üzerinde sanal müze sanal tur kullanımını yaygınlaştırmak amacı ile çeşitli programlar yapılabilir, turizm alanında eğitim alan öğrencilerin sanal müze konusundaki farkındalıklarını artırmak amacıyla sanal müze konusunda ders içerikleri oluşturulabilir. Üniversite ve yerel yönetim ortaklığında ge yetişkinlerin sanal müze konusundaki farkındalıklarını

artırıcı projelerde bulunmak; gençler için kültürel ve tarihi öğelerin anlaşılmasını ve korunmasını kolaylaştırabilir.

Etik Kurul İzin Bilgileri

Etik değerlendirme kurulu: Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Bilimler Araştırmalar Etik Kurulu

Etik değerlendirme belgesinin tarihi: 21.02.2025

Etik değerlendirme belgesinin sayı numarası:04 toplantı sayılı 2025/116 karar numarası

Araştırmacıların Katkı Oranları Beyanı

Araştırmacıların çalışmaya katkı oranları birbirleriyle eşittir.

Çatışma Beyanı

Yazarların arasında bu çalışma ile ilgili herhangi bir çatışma ya da çıkar bulunmamaktadır.

Kaynakça

- Afridi, J., ve Rasheed, K. A. (2025). Exploring the role of folklore in preserving and transmitting cultural heritage across generations: A qualitative study of Muzaffarabad, Azad Jammu and Kashmir, Pakistan. *The Critical Review of Social Sciences Studies*, 3(1), 2563-2574.
- Aktuğlu, I. (2024). Çocuklara yönelik sanal müzelerde ziyaretçi deneyimi. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 12(3), 1067-1099.
- Alabau, A., Fabra, L., Martí-Testón, A., Muñoz, A., ve Solanes, J. E. (2024). Enriching user-visitor experiences in digital museology: Combining social and virtual interaction within a metaverse environment. *Applied Sciences*, 14(9), 3769.
- Capece, S., Chivăran, C., Giugliano, G., Laudante, E., ve Nappi, M. L. (2024). Advanced systems and technologies for the enhancement of user experience in cultural spaces: An overview. *Heritage Science*, 12(1), 71.
- Çelik, Ö., ve Ütkür Güllühan, N. (2022). Sanal müze gezilerine yönelik ilköğrencilerinin görüş ve farkındalıklarının incelenmesi. *Milli Eğitim Dergisi*, 51(236), 2927-2946.
- Çiçek, K., Çiçek, İ., Dağhan, Z., Erkuş, C., Çiçek, S., Oşrak, İ., ... ve Türkmen, B. (2022). Z kuşağının etkileşimli tahtada sanal gezi uygulamalarına yönelik algısı. *Ulusal Eğitim Dergisi*, 2(3), 526-536.
- D'Alba, A. (2012). Analyzing visitors' discourse, attitudes, perceptions, and knowledge acquisition in an art museum tour after using a 3D virtual environment. University of North Texas.
- Etikan, I., Musa, S. A., ve Alkassim, R. S. (2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1-4.
- Fominska, I., Di Tore, S., Nappi, M., Iovane, G., Sibilio, M. ve. (2024). Approaches to identifying emotions and affections during the museum learning experience in the context of the future internet. *Future Internet*, 16(11), 417.
- Giannini, T. V. (2022). Museums and digital Culture: From reality to digitality in the age of COVID-19. *Heritage*, 5(1), 192-214.
- Guneroz, C. ve Yanar, A. (2024). The regenerated Role of museums in addressing migration: A focus on Turkish Museums. *Heranç*, 7(3), 40-52.
- Hassan, M. A., ve Kalefa, H. A. (2025). Enhancing museum engagement through virtual reality A case study of the Egyptian Museum in Cairo. *International Journal of Engineering and Applied Sciences-October 6 University*, 2(1), 111-125.
- Islam, M. A. ve Bhuiyan, M. R. I. (2022). Digital transformation and society. Available at SSRN 4604376.
- Kabakcı, S. (2024). Dijitalleşen Turizmde Sanal Müzenin Ziyaretçilere Etkisi: Amasya Kral Kaya Mezarları Uygulaması (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). T.C. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Seyahat İşletmeciliği ve Turist Rehberliği Anabilim Dalı Seyahat İşletmeciliği ve Turist Rehberliği Bilim Dalı, Konya.
- Kahraman, Z. (2021). Sanal müzecilikte yeni yaklaşımlar. *Ankara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi*, 3(2), 145-160.
- Karakurt, F. (2024). Sosyal bilgiler dersinde kanıt temelli öğrenme etkinlikleriyle desteklenmiş sanal müze gezileri uygulamak: Bir eylem araştırması (Yayınlanmamış Doktora Tezi). T.C. Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi Anabilim Dalı, İstanbul.
- Karasar, N. (2012). *Bilimsel araştırma yöntemi: Kavramlar, teknikler ve ilkeler*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Karadaş, A. (2024). Türkiye'de Kent Müzeleri: Yerel, ulusal ve küresel olanı temsil etmek (Yayınlanmamış Doktora Tezi). T.C. Orta Doğu Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Mimarlık Tarihi Ana Bilim Dalı, Ankara.
- Kayakıran, G. (2022). Sanal Müze Ziyaretçilerinin Memnuniyet Düzeyi ve Gerçek Zamanlı Müze Ziyaretlerine Etkisi (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). T.C. Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm Rehberliği Anabilim Dalı, Mersin.
- Koçkaya, F. A. (2023). Kırsal Deneyimler: Çiftlik Tatili, Bağ Turları ve Tarımsal Etkinlikler. *Deneyimsel Turizmde Yenilikçi Uygulamalar içinde* (Editör: Cemil Gündüz) ss.133-150.
- Komarac, T. ve. Dosen, O. D. (2024). Understanding virtual museum visits: generation Z experiences. *Museum Management and Curatorship*, 39(3), 357-376.
- Kung, C. H. ve Lin, P. S. (2024). A study on the application of artificial intelligence in interactive museum displays and visitor perception. *International Journal of Organizational Innovation*, 17(2), 155-167.
- Li, J. (2024). Exploring user acceptance of online virtual reality exhibition technologies: A case study of Liangzhu Museum. *Plos One*, 19(8), e0308267.

- Li, J., Zheng, X., Watanabe, I., ve Ochiai, Y. (2024). A systematic review of digital transformation technologies in museum exhibition. *Computers in Human Behavior*, 108407.
- Lim, V., Khan, S., ve Picinali, L. (2021). Towards a more accessible cultural heritage: Challenges and opportunities in contextualisation using 3d sound narratives. *Applied Sciences*, 11(8), 3336.
- Marovah, T., ve Ncube, H. (2024). The pedagogical value of museums in the teaching and learning of secondary school history: A historical thinking perspective. *The Social Studies*, 115(2), 81-91.
- Massari, F. S., Del Vecchio, P., ve Degl'Innocenti, E. (2024). Past for Future—museums as a digitalized “interaction platform” for value co-creation in tourism destinations. *European Journal of Innovation Management*, 27(5), 1453-1474.
- Morgan, G. A., Leech, N. L., Gloeckner, G. W. ve Barret, K. C. (2004). *SPSS for introductory statistics use and interpretation*. (Second Edition). London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Othman, M. K., Aman, S., Anuar, N. N., ve Ahmad, I. (2021). Improving children's cultural heritage experience using game-based learning at a living museum. *Journal on Computing and Cultural Heritage (JOCCH)*, 14, 1-24.
- Pergantis, M., Varlamis, I., ve Giannakouloupoulos, A. (2022). User evaluation and metrics analysis of a prototype web-based federated search engine for art and cultural heritage. *Information*, 13(6), 285.
- Povroznik, N. (2024). Museums’ digital identity: key components. *Internet Histories*, 8(1-2), 153-168.
- Rodrigues, P., Sousa, A., ve Pinto Borges, A. (2024). Generation Z's attitudes toward virtual tourism: the impact of implicit and explicit attitudes. *EuroMed Journal of Business*, 19(1), 21-45.
- Schultz, C. S., ve McKeown, J. K. (2018). Introduction to the special issue: Toward “digital leisure studies”. *Leisure Sciences*, 40(4), 223-238.
- Silva, C. (2021). Pockets of resilience—the digital responses of Youth Collectives in Contemporary Art Museums during Lockdown. *Journal of Museum Education*, 46(4), 493-508.
- Sintas, J. L., De Francisco, L. R., ve Álvarez, E. G. (2015). The nature of leisure revisited: An interpretation of digital leisure. *Journal of Leisure Research*, 47(1), 79-101.
- SurveyMonkey (2025). Sample Size Calculator. Erişim Tarihi: 01.03.2025
<https://www.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>
- Teker, N., ve Özer, A. (2016). Sanal müze sanal tur memnuniyet ölçeğinin Türkçe’ye uyarlanması: Geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Milli Eğitim Dergisi*, 45(209), 314-335.
- Tinker, A. J. (2024). Accessing the artwork in covid-19: Loss, recovery and reimagination. *Internet Histories*, 8(1-2), 46-61.
- Trunfio, M., Lucia, M. D., Campana, S., ve Magnelli, A. (2022). Trunfio, innovating the cultural heritage museum service model through virtual reality and augmented reality: The effects on the overall visitor experience and satisfaction. *Journal of Heritage Tourism*, 17(1), 1-19.
- Ünal, A., ve Çelen, O. (2024). *Destinasyon pazarlaması*. Çankaya/Ankara: Atlas Akademik Basım Yayın Dağıtım Tic. Ltd. Şti.
- Willkens, D. S., Liu, J., ve Alathamneh, S. (2024). A case study of integrating terrestrial laser scanning (TLS) and building information modeling (BIM) in heritage bridge documentation: The Edmund Pettus Bridge. *Buildings*, 14(7), 1940.
- Wu, R., Gao, L., Lee, H., Xu, J., ve Pan, Y. (2024). A study of the key factors influencing young users’ continued use of the digital twin-enhanced metaverse museum. *Electronics*, 13(12), 2303.
- Xie, Y. (2024). Enhancing the effectiveness of digital museum services: Through a study of perceived value theory. *Journal of the Knowledge Economy*, 15(3), 13701-13726.
- Xing, H., ve Sun, Z. (2024). Quantitative analysis of the impact of digital transformation on museum management: examining visitor satisfaction and engagement through augmented reality (AR) and virtual exhibitions in the UK art museums. *Journal of Ecohumanism*, 3(8), 12348-12374.
- Yakışkan, N. N. (2024). Sergileme mekânlarının sanal ve fiziksel ortam arasındaki farkının İncelenmesi: İstanbul Modern Örneği. *Yedi, (Sanatta Dijitalizm Özel Sayısı)*, 327-337.
- Yorulmaz, E. (2022). Sınıf öğretmen adaylarının sanal müze kullanımına yönelik memnuniyet düzeylerinin bazı değişkenlere göre incelenmesi (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). T.C. Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Temel Eğitim Anabilim Dalı, Bolu.
- Zhang, Y., Papp-Váry, Á. F., ve Szabó, Z. (2024). Demographic influences on digital service perceptions and satisfaction at World Heritage Sites in Chinese coastal cities: An empirical analysis. *Journal of Infrastructure Policy And Development*, 8(11), 8604.

Zheng, F., Wu, S., Liu, R., ve Bai, Y. (2024). What influences user continuous intention of digital museum: integrating task-technology fit (TTF) and unified theory of acceptance and usage of technology (UTAUT) models. *Heritage Science*, 12(1), 253.