

# Müze Deneyiminde İnteraktif Uygulamaların Rolü: Göbeklitepe Ören Yeri ve Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi Örneği

Muhittin ÇİÇEK, Volkan GENÇ





İLK KÖYLER  
MÖ 11.000 - MÖ 9500  
FIRST VILLAGES  
11,000 BC - 9,500 BC

YABAN  
MÖ 19.000  
EARLY  
19,000







## Müze Deneyiminde İnteraktif Uygulamaların Rolü: Göbeklitepe Ören Yeri ve Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi Örneği<sup>1\*</sup>

### The Role of Interactive Applications in The Museum Experience: The Example of Gobeklitepe Ruins And Şanlıurfa Archaeology Museum

Muhittin ÇİÇEK\*\*

Volkan GENÇ\*\*\*

#### Özet

Bu çalışmanın amacı, Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi ve Göbeklitepe Ören Yeri'ndeki ziyaretçi deneyimleri örneği üzerinden, interaktif uygulamaların tekrar ziyaret etme niyetleri üzerindeki etkisinin; aynı zamanda atmosferin düzenleyici rolü olup olmadığının belirlenmesidir. Bunun yanında interaktif uygulamalar, ziyaretçi deneyimi, atmosfer ve tekrar ziyaret etme niyeti açısından Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi ile Göbeklitepe Ören Yeri arasında farklılık olup olmadığı da araştırılmıştır. Kolayda örneklem tekniği ile anket formları, iki müzede toplam 608 ziyaretçiye uygulanmıştır. Araştırmanın hipotezleri SPSS Process Macro 3.3 ve SPSS Statistic 21 programları ile test edilmiştir. Sonuç olarak müze deneyimi ve interaktif uygulamaların tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde etkisi olduğu tespit edilmiştir. Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi ile Göbeklitepe Ören Yeri arasında müze deneyimi, interaktif uygulamalar ve atmosfer boyutları hususunda, ziyaretçi deneyimleri açısından anlamlı farklılıklar bulunduğu; atmosferin, model üzerinde düzenleyici bir etkisi olduğu belirlenememiştir. Özellikle, müze deneyimi esnasında son dönem teknolojilerinin kullanılmasının gerekliliği ortaya konulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Atmosfer, Göbeklitepe Ören Yeri, İnteraktif Uygulama, Müze Deneyimi, Şanlıurfa.

#### Abstract

This study aims to determine the effect of interactive applications on revisit intentions and the moderator role of the atmosphere through the example of visitor experiences in Sanliurfa Archeology Museum and Gobeklitepe Ruins. In addition, it has been investigated whether there is a difference between the Sanliurfa Archeology Museum and Gobeklitepe Ruins in terms of interactive applications, visitor experience, atmosphere, and revisit intention. With the convenience sampling technique, the questionnaire forms were applied to 608 visitors in two museums. The research hypotheses were tested with SPSS Process Macro 3.3 and SPSS Statistic 21 programs. As a result, it has been found out that the museum experience and interactive applications has an effect revisit intention. No significant differences in terms of visitor experiences regarding museum experience, interactive applications, and atmosphere dimensions between Sanliurfa Archeology Museum and Gobeklitepe Ruins, and also no moderator effect of the atmosphere on the model have been detected. In particular, this study reveals the necessity of using the latest technologies during the museum experience.

**Key Words:** Atmosphere, Gobeklitepe Ruins, Interactive Application, Museum Experience, Sanliurfa.

<sup>1</sup> Bu çalışma, Batman Üniversitesi / Lisansüstü Eğitim Enstitüsü/Kültürel Miras ve Turizm Disiplinlerarası Yüksek Lisans programında "Müze Deneyiminde İnteraktif Uygulamaların Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Üzerine Etkisi: Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi ve Göbeklitepe Örenyeri Örneği" adlı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

\* Geliş Tarihi: 15.08.2022 - Kabul Tarihi: 27.02.2023

\*\* Müze Müdür Yardımcısı, Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi, Şanlıurfa, Türkiye, sanattarihciyyu@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-5449-6545

\*\*\* Doç. Dr., Batman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Batman, Türkiye, volkangnc@yahoo.com, ORCID: 0000-0001-5887-0568

## Giriş

Müzeler; sanat, kültür, tarih hakkındaki bilgileri halka yayan, bilgiyi çoğaltan ve yeni sorular sorduran önemli kurumlar olmaları yanında (Batat, 2020: s. 109) aynı zamanda ziyaret eden kişilerde farklı deneyimler yaşatan deneyim merkezleridir (Falk ve Dierking, 2016; Graburn, 1977). Yaşam standartları arttıkça, tüketiciler, deneyimlerinde yenilik ve çeşitlilik arama eğilimine girmektedirler. Arkeoloji müzelerinin ise geleneksel olarak koleksiyonlarına odaklanan ziyaretçilerin ihtiyaçları ile isteklerini anlama konusunda son yıllarda gelişme kaydetmelerine rağmen çok az ilgi gösterilen bir yapıya sahip oldukları görülmektedir (Jin, Xiao ve Shen, 2020: s. 1; Yavuzkır ve Genç, 2022). Müzelerin, ziyaretçiler ve yöneticiler açısından sahip oldukları koleksiyonların değeri yanında deneyim değeri, ekonomik değeri ve eğitim değeri de vardır (Batat, 2020: s. 110). Yükseltilmiş bir müze deneyimi aracılığıyla yaşam kalitesini iyileştirmek için bir alan sağlamaları gerektiği anlayışı da benimsenmiştir (Conti, Vesci, Castellani ve Rossato 2020). Bu bağlamda, ziyaretçi deneyimi son zamanlarda ziyaretçileri arkeoloji müzelerine çekmenin en önemli unsurlarından biri haline gelmiştir (Yavuzkır ve Genç, 2022).

Postmodern çağda müzeler, ziyaretçi deneyimini geliştirmek için yenilikçi iletişim tekniklerinden (örneğin interaktif uygulamalar) daha fazla yararlanmaya (He vd., 2018: s.127); ziyaretçilerin deneyimlerini geliştirmek ve daha fazla ziyaretçi çekebilmek için bilgi ve iletişim teknolojileri kullanmaya başlamışlardır (Lee vd., 2020: s. 1). Bölgesel hikayeler ve efsanelerin yanı sıra tarihi parçalar ve anlatılar, ziyaretçilerin deneyimlerinin değerini artırmak için yerel geçmişin yerinde yorumlarına dahil edilmektedir (Nikolakopoulou vd., 2022: s. 1024). Postmodern izleyiciler de bu hikâye anlatan deneyimlere aktif olarak katılmakta, kişisel bir anlayış geliştirmekte ve kendi müze deneyimlerini anlamlandırmaktadırlar (He vd., 2018: s.133). Bu nedenle, birlikte yaratma mantığına göre (Hyun, Park, Ren ve Kim, 2018: s.152-153), ziyaretçilerin müzedeki deneyimsel özgünlüğü artık ziyaretçiler ve müze planlamacıları, küratörler ve yöneticiler tarafından ortaklaşa üretilmektedir. Buna ek olarak, interaktif uygulamalar kullanıcılara estetik, eğlence, zevk ve kaçış gibi içine tamamen dalabilecekleri eksiksiz bir sanal ortam sağlamaktadır (Yavuzkır, 2020: s. 40-44)<sup>1</sup>.

1 Ziyaret deneyim boyutlarından estetik; renk, fotoğraf, yazı tipi stili

Dış veya iç ortamda sergilenen işaretler, semboller ve eserler, genel bir izlenim yaratarak sembolik anlamı, sağlam imajı ve davranış kurallarını iletmede önemli rol oynayabilir (Conti vd., 2020). Fiziksel çevrenin önemi (yani atmosfer), birçok bağlam ve kültürde müşteri davranışlarını inceleyen çalışmalarda kapsamlı bir şekilde ele alınmıştır. Çünkü, ziyaretçiler hizmet kalitesini yalnızca çalışanlarla olan etkileşimleriyle değil aynı zamanda fiziksel çevre hakkındaki izlenimleriyle de deneyimlemektedir (Bitner, 1990: s. 69; Dierking ve Falk, 1992; s. 173). Aynı şekilde alanyazın; sıcaklık, iç renkler, binanın temizliği, döşeme, aydınlatma, ortam kokuları ve sesler gibi çevrenin iç unsurlarının bir müzeyi deneyimlemeye uygunluğunu kabul etmektedir (Conti vd., 2020). Atmosfer, alanyazının dikkat çektiği ilgili özellikler, müşteri memnuniyetine ve sadakat niteliğine de katkıda bulunmaktadır (Hsieh, Park ve Hitchcock, 2015: s. 1518).

Bu bağlamda, bu çalışmanın temel problemi, müze deneyiminde interaktif uygulamaların tekrar ziyaret etme ve ziyaret etme niyeti üzerinde etkisi olup olmadığını tespit etmektir. Atmosferin, müze deneyimi ile interaktif uygulamalar arasında düzenleyici rolü bulunup bulunmadığı da araştırmanın temel problemlerinden bir diğeridir. Aynı zamanda tüm bu unsurların Göbeklitepe Ören Yeri ile Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi bağlamında farklılaşıp farklılaşmadığı araştırmanın gerekçeleri arasında yer almaktadır.

Ziyaretçilere interaktif, yaratıcı, üretken ve sürdürülebilir beceriler kazandırmada günümüzde müzelere yeni görevler düşmektedir (He vd., 2018: s.128). Ziyaretçilerin algı dünyasını şekillendiren müzelerin, eski müzecilik anlayışıyla günümüz müzecilik anlayışı arasındaki farkı iyi tanımlayıp, bu değişimleri iyi gözlemleyip, çağa uygun eser sunum çalışmaları yürütmeleri gerekmektedir. Müzelerin teknolojiyi; bilgi sağlama, tanıtma, bilgi toplama, sergileme ve gösterim amaçlı kullanmaları, sürekli yeniliğe açık olmaları (Onur, 2014: s.52); yeni sunum formları ile birlikte yeni neslin ihtiyaç ve isteklerine uygun olarak değişim

ve düzen gibi unsurlarla ifade edilebilen güzellik (Genç ve Akoğlan Kozak, 2020: s.1204); zevk ; kişiyi heyecanlandıran duygular (He vd., 2018: s.128); kaçış, bireylerin normal ortamlarından uzaklaşması, sıradan yaşamlarını yöneten normların ve değerlerin gücünü askıya alması ya da yaşamları ve toplumları hakkında farklı bakış açılarına yönelmesi (Yavuzkır ve Genç, 2022); eğlence ise eğlence ve zevk sağlayan faaliyetler olarak tanımlanmaktadır (Yavuzkır, 2020: s.54).

gösteren kurumlar olarak karşımıza çıkmaları gereklidir. Teknolojiyi ön plana çıkaracak şekilde yapılandırılan müzeler, hızlı değişime ayak uyduracak ve ziyaretçiler de gelecekte teknolojiye aşına olduğu bu yerleri tercih edecektir (Lee vd., 2020; s.1).

Türkiye'nin en büyük müze kompleksi olan Şanlıurfa Müzesi ve UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde yer alan Göbeklitepe Ören Yeri özelinde yapılan bu çalışma; teknoloji odaklı isteklerin, müze çalışmalarını zorunlu olarak değiştireceği görüşüyle bu değişimin önemine dikkat çekmeyi amaçlamaktadır. Müzeler, sürekli değişen dünyanın getirdiği yeniliklere açık olmak zorunda olup inovatif/yenileşen, değişen koşullara ayak uydurabilmek için toplumsal, kültürel ve yönetsel ortamlarda, yeni yöntemler kullanmak zorundadır. Müzelerde klasik, durağan sistemler yerine dinamik yaratıcı sergi ve sunumların tercih edilerek ziyaretçi sayılarında artış sağlanıp sağlanmadığının belirlenmesi, ileride kurulacak olan müzelerde canlandırma ve interaktif uygulamaların gerekliliğine ışık tutacaktır. Ayrıca bu çalışma ile müzelerin yeni deneyimlere dayalı öğrenme metotları ile ziyaretçilere farklı deneyimler kazandırıp kazandırmadığı saptanmaya çalışılmıştır. Teorik önemi bu şekilde ortaya konulan çalışmamızda müze alanındaki ziyaretçi deneyiminde, müze alanındaki teorik altyapıyı zenginleştirmek; sektörel olarak da Göbeklitepe ve Şanlıurfa müzelerindeki yöneticilere, paydaşlara ve pazarlamacılara yeni bir bakış açısı kazandırmak hedeflenmektedir.

## 1. Kuramsal ve Kavramsal Çerçeve

### 1.1. Müzelerde Ziyaretçi Deneyimi

Kavramsal olarak ilk kez 1946'da Uluslararası Müzeler Konseyi (ICOM) tarafından tanımlanan müze; tarih, arkeoloji, sanat, teknik ve bilimsel malzemenin yanı sıra hayvanat ve botanik bahçe koleksiyonlarını bünyesinde barındıran mekân olarak tarif edilmiştir. ICOM, bu tanımını 1951 yılında toplumun çıkarına dönük yönetilen, halka eğitim ve haz verme amaçlı sergileme yapan sürekli kuruluş olarak genişletmiştir (Karadeniz ve Özdemir 2018: s.159).

Müzelerin temel işlevleri, nesnelere veya koleksiyonları toplamak, muhafaza etmek, sergilemek ve insanları yorumlamak, hizmet etmek ve harekete

geçirmek olarak sayılabilir (Onur, 2014: s.52). Müzeye gelen ziyaretçiler, kişisel anlamda tarih, deneyim ve içsel yatınlıklarına bağlı olarak kısmi zamanlı aktif yorumcular (Karadeniz, 2018: s.8); tarihi nesnelere ve kültürel ürünler ile kurdukları ilişkilerde kendi öz bilinçleriyle orantılı olarak duygu ve düşünceleri oluşan bireylerdir. Bu bağlamda, zamanla nesne odaklı olmaktan ziyaretçi odaklı olmaya dönüşen müzeler de gelen ziyaretçilerin deneyimlerini kavramsallaştırma ve anlamlandırmaya çalışmaktadırlar (Onur, 2014: s.55; Yavuzkır, 2020). Pine ve Gilmore, deneyimi, bireyleri kişisel bir şekilde meşgul eden olaylar olarak tanımlamışlardır (1999: s.3). Del Chiappa, Andreu ve Gallarza ise ziyaretçilerin küresel bir deneyim aradıklarını doğrulamışlardır (2014: s.420-421).

### 1.2. İnteraktif Uygulamalar

Kültür turizminin yaşandığı en önemli mekânlar olan müzelerin (Onur, 2014: s. 92-93) rekabetçi kalabilmek için hizmetlerinde büyük ölçüde yenilik yapmaları gerekmektedir. Bu nedenle, ziyaretçi gezilerinin tekrarlarının sağlanabilmesi adına müzeler bünyelerine akılda kalıcılığı fazla olan ve ziyaretçileri pasif durumdan aktif katılıma sevk eden interaktif ürünleri dahil etmişlerdir (He vd., 2018; s.1; Lee vd., 2020: s. 1; Trunfio vd., 2020). Bu interaktif ürünler çok çeşitli olup teknolojinin gelişmesiyle ziyaretçi deneyimlerine yönelik perspektifler de gelişim göstermiştir. Günümüzde müzelerde en çok kullanılan interaktif uygulamalar dokunmatik ekranlar, simülasyon ve canlandırmalar, hologram teknolojisi, kiosk sunum teknikleri, artırılmış gerçeklik, sanal gerçeklik ve karma gerçekliktir (Dilek vd., 2019: s.27).

İnteraktif uygulamalar; algılanan kullanılabilirlik ve algılanan kullanım kolaylığı olarak ikiye ayrılmaktadır. Algılanan kullanılabilirlik; bir kişinin belirli bir sistemi kullanarak, onun performansını artıracak şekilde eğiliminin derecesi şeklinde tanımlanmaktadır (Herrero ve Martín, 2012: s.1178). Buna göre, ziyaretçiler ve sistem kullanıcıları teknolojilerin kendilerine yardımcı olacağını düşündüklerinde bu sistemi kullanmaktadırlar (Muslichah, 2018: s.21-22). Algılanan kullanılabilirlikte sistemin kolay kullanılıyor olması kişinin sisteme bakış açısını etkilemektedir. Algılanan kullanım kolaylığı; kişinin gelişen teknoloji içerisinde bir sistemi kullanmak için fiziksel veya zihinsel çabaya



ihtiyaç duymayacağına olan inancının derecesi olarak tanımlanabilir (Park, Roman, Lee ve Chung, 2009: s.198). Algılanan kullanım kolaylığının satın alma veya tercih etme hususunda tüketiciler veya ziyaretçiler üzerinde doğrudan veya dolaylı etkisi olduğu tespit edilmiştir (Choi ve Chung, 2013; Biucky, Abdolvand ve Harandi, 2017).

### 1. 3. Müzelerde Atmosfer

Atmosfer; bulunulan ortamın insana hissettirdikleri olarak tanımlanabilir (Conti vd., 2020). Müzelerde atmosfer, ziyaretçilerin duygu ve tutumlarını etkileyen önemli bir etmendir (Hyun vd., 2018: s.152). Falk ve Dierking (2000) tarafından ileri sürülen Bağlamsal Öğrenme Modeline göre müze öğrenme deneyimleri “kişisel bağlam”, sosyo-kültürel bağlam” ve “fiziksel bağlam” olarak üçe ayrılmaktadır ve buradaki fiziksel bağlam müzelerdeki atmosferi ifade etmektedir.

Çağdaş toplumlarda kültür alanında gelişmişliğin göstergesi olarak kabul edilen müzelerde; atmosfer faktörü ilk izlenim açısından önem arz etmektedir. Müze kültürü oluşturma ve ziyaret alışkanlığı ile geri dönüş açısından ortam dizaynı ziyaretçi sayısı üzerinde artışlar sağlayabilmektedir (Dıvrak, 2020: s. 23). Tarihi boyunca müzelerde bir takım önemli değişimler meydana gelmiştir. Bu değişimlerle birlikte ortam atmosferi, ziyaretçilerin müzede kalma süreleri ve tekrar ziyaret etme niyetleri üzerine önemli katkılar sağlamıştır (Hyun vd., 2018). Özellikle çocuklara dönük oyun içerikli müze atmosferinin geliştirilmesi bu durumla bağlantılıdır.

### 1. 4. Araştırma Hipotezleri

Bu çalışmada müze deneyimi, interaktif uygulamalar, atmosfer ve tekrar ziyaret etme niyetine ilişkin bir model kurulmuştur. Aynı zamanda Göbeklitepe Ören Yeri ile Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi arasında bu boyutlar arasında anlamlı farklılıklar olup olmadığı değerlendirilmiştir.

He vd., (2018: s. 132) artırılmış gerçeklikle ilgili yaptıkları çalışmada, dinamik görsel ipuçlarıyla karşılaştırıldığında dinamik sözlü ipuçlarının ziyaretçiler üzerinde daha fazla ödeme yapma isteğine yol açtığını ve çevresel güçlendirmenin yüksek düzeyde

sanal mevcudiyet sağladığını belirtmiştir. Serravalle vd., müzelerde artırılmış gerçeklik uygulamalarının ortaya konmasında çok paydaşlı yapının gerektiğini vurgulamaktadır (2019: s. 7). Lee vd., sanal gerçeklik (VR), uygulamalarının insanların müze koleksiyonları hakkında keyifli ve sürükleyici bilgiler edinmesini sağladığını tespit etmişlerdir (2020: s. 7).

Müze deneyim faktörlerinin (eğlence, kaçış, estetik ve zevk alma) sanal gerçekliği etkilediği tespit edilmiştir. Bu bağlamda, araştırma hipotezi şu şekilde kurulmuştur:

H<sub>1</sub>- Müze deneyiminin interaktif uygulamalar ve canlandırmalar üzerinde etkisi vardır.

Burton ve Scott (2003), müze unsurlarının ziyaretçi memnuniyetini etkilediğini; memnun ayrılan ziyaretçinin de tekrar ziyaret etme niyetinin ve başkalarına tavsiyede bulunma arzusunun daha yüksek olduğunu vurgulamıştır. Atagök (2012), modern müzecilik anlayışında hareketlilik, sesli algılama ve üç boyutlu gösterimleri ön planda tutmaktadır. Dodge (2016: s. 40) ise müzecilik anlayışının değiştiğini, bundan dolayı Louvre, British ve Metropolitan Sanat Müzesi gibi müzelerin interaktif özelliklerini ön plana çıkarmak suretiyle marka değerlerini koruduklarını, izleyici sayısını arttırdıklarını ve ziyaretçilerde merak duygusu uyandırdıklarını aktarmış; ayrıca, yine interaktif uygulama yöntemlerinden olan, gençler ve çocuklara yönelik oyun vs. uygulamalar sayesinde gezi sonrası tanıtım ve pazarlamanın da sağlandığını belirtmiştir. Erbay (2011); müzelerde, etkili ve aktif sunum için teknolojik bir ürün olan interaktif uygulamalardan yararlanmanın gerekliliğine vurgu yapmaktadır. Samis (2001: s. 623) de gelecekte müze anlayışının teknolojinin ve interaktif uygulamaların dâhil olduğu müze sergilerine dönüşeceğini aktarmış; müze sergilerinin eğitsel yönlerinin interaktif araçlar (el bilgisayarları, dokunmatik ekranlar vb.) sayesinde mümkün olabileceğini belirtmiştir. Pallud (2017: s.465), müzelerde bilgi teknoloji boyutlarının, yani kullanım kolaylığı ve etkileşimliliğin duygusal süreçleri (özgünlük ve bilişsel katılım) etkilediğini ve bunun da öğrenmeye katkı sağladığını tespit etmiştir. Dolayısıyla, araştırmanın ikinci hipotezi şu şekilde kurulmuştur:

H<sub>2</sub>- İnteraktif uygulamalar ve canlandırmaların tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde etkisi vardır.

Müzelerin, uzun vadeli büyümeyi sürdürmek için kaliteli deneyim ve yüksek düzeyde müşteri memnuniyeti sağlamaları önemlidir. Trauer (2006: s. 183), turizmin deneyimsel ve duygusal bir doğası olduğunu öne sürmüştür. Del Chiappa vd. (2014: s.426-427) de ziyaretçilerin eğlence, kültür, eğitim ve sosyal etkileşim dâhil olmak üzere küresel bir deneyim aradıklarını tespit etmiştir. Benzer şekilde Falk (2016), tüm ziyaretçilerin, geniş bir yelpazede farklı deneyimler aradıklarını doğrulamaktadır. Başka bir araştırmaya göre (Brida vd., 2012: s.730) yenilik, öğrenme veya eğitim, duygusal boyutları bulunan, eğlence veya rahatlama sağlayan deneyimler, müşterilerin genel memnuniyet düzeyini iyileştirmede büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda araştırmamızın üçüncü hipotezi şu şekilde kurulmuştur:

H<sub>3</sub>- Müze deneyiminin tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde etkisi vardır.

Müzelerde bilgi teknolojilerinin rolü giderek daha önemli hale gelmektedir. Postmodern dünyada müzelerin özgünlük ve yeni müzecilik anlayışı ile bağlantılı iki ana problemi bulunmaktadır (Lee vd., 2020: s. 2). Diğer bir deyişle, günümüz müzelerinin özgün bir deneyim sunması ve atmosfer, estetik, eğlence, kaçış gibi ziyaretçi deneyimlerini geliştirmeleri gerekmektedir. Bilgi teknolojileri, bu endişelerin üstesinden gelmeye yardımcı olmaktadır. Çünkü sürükleyici bilgi teknolojileri ortamları, ziyaretçilerin eserlerin sanal görüntülerini gerçek olarak algılamasını ve koleksiyonlar hakkında zevkli bir şekilde bilgi sahibi olmasını sağlamaktadır (Lee vd., 2020: s.1).

Ziyaretçiler üzerinde gerek kalıcı gerekse de olumlu bir etki yaratmak adına interaktif uygulamalar önem arz etmektedir. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte müzelerde farklı araç gereçlerle kendini gösteren interaktif uygulamalar, müzelerin atmosferinde göze çarpan değişimler yaratmıştır (Hyun vd., 2018: s. 152-153). Tüm bu değişimler de ziyaretçilerin deneyim faktörlerini çeşitlendirmiştir. Müze ziyaretçilerinde deneyim faktörlerinin (fayda, zevk alma) artması için estetik ve atmosfer önemlidir. Bu faktörler ziyaretçilerin memnuniyetini arttırmakta ve memnuniyet de bağlılığa dönüşebilmektedir. Deneyimlerin oluşumu farklı amaçlar taşısa da gerek interaktif uygulamalar gerekse de ortam atmosferi, ziyaretçiler üzerinde tekrar ziyaret etme niyeti oluşturmaktadır (Hede vd., 2018; Hyun vd.,

2018). Bu bağlamda, araştırmamızın dördüncü hipotezi şu şekilde kurulmuştur.

H<sub>4</sub>- Atmosferin, müze deneyimi ile interaktif uygulamalar üzerinde düzenleyici etkisi vardır.

Birçok araştırma, müze ziyaretçilerinin çok çeşitli olduğunu ve farklı ziyaretçilerin genellikle farklı zamanlarda farklı müzeleri ziyaret ettiğini göstermiştir (Dierking ve Falk, 1992: s. 173). Türkiye'nin en büyük müze kompleksi olan Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi ve UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde yer alan Göbeklitepe Ören Yeri özelinde bu farklılıkları tespit etmek için aşağıdaki hipotezler kurulmuştur.

H<sub>5</sub>-Göbeklitepe Ören Yeri ile Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi'ni gezen ziyaretçilerin müze deneyimleri arasında anlamlı farklılık vardır.

H<sub>5a</sub>-Göbeklitepe Ören Yeri ile Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi'ni gezen ziyaretçilerin estetik deneyimleri arasında anlamlı farklılık vardır.

H<sub>5b</sub>-Göbeklitepe Ören Yeri ile Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi'ni gezen ziyaretçilerin eğlence deneyimleri arasında anlamlı farklılık vardır.

H<sub>5c</sub>-Göbeklitepe Ören Yeri ile Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi'ni gezen ziyaretçilerin zevk alma deneyimleri arasında anlamlı farklılık vardır.

H<sub>5d</sub>-Göbeklitepe Ören Yeri ile Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi'ni gezen ziyaretçilerin kaçış deneyimleri arasında anlamlı farklılık vardır.

H<sub>6</sub>-Göbeklitepe Ören Yeri ile Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi'ni gezen ziyaretçilerin deneyimledikleri interaktif uygulamalar arasında anlamlı farklılık vardır.

H<sub>6a</sub>-Göbeklitepe Ören Yeri ile Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi'ni gezen ziyaretçilerin interaktif uygulamalar ve canlandırmalarındaki algılanan kullanılabilirlikleri arasında anlamlı farklılık vardır.

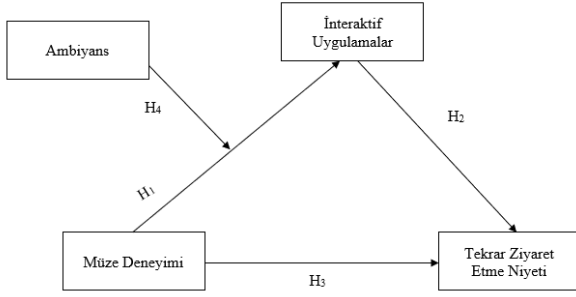
H<sub>6b</sub>-Göbeklitepe Ören Yeri ile Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi'ni gezen ziyaretçilerin interaktif uygulamalar ve canlandırmalarındaki algılanan kullanım kolaylıkları arasında anlamlı farklılık vardır.

H<sub>7</sub>-Göbeklitepe Ören Yeri ile Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi'ni gezen ziyaretçilerin atmosfer deneyimleri arasında anlamlı farklılık vardır.



H<sub>8</sub>-Göbeklitepe Ören Yeri ile Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi'ni gezen ziyaretçilerin tekrar ziyaret etme niyetleri arasında anlamlı farklılık vardır.

Şekil 1. Araştırma Modeli ve Hipotezler



## 2. YÖNTEM

### 2. 1. Örneklem ve Veri Toplama

Bu araştırmada, çalışma evrenini Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi ve Göbeklitepe Ören Yeri'ni ziyaret edenler oluşturmaktadır. Şanlıurfa Müzesi, 29 dekarlık kapalı alandan oluşan, 3 katlı ve toplamda 60 dekarlık alan üzerine kurulu; şehrin en turistik bölgesi Balıklıgöl'e yürüme mesafesinde; çevresinde AVM ve otellerin bulunduğu merkezi bir konumdadır. Müzede, Paleolitik Çağ'dan İslamiyet Dönemi'ne kadar birçok döneme ait eserlerin sergilendiği alanlar yer almaktadır. Müze gezi güzergâhı Paleolitik Çağ ile başlayıp takip eden çağlara göre oluşturulmuştur. Gezi güzergâhı aşağıdaki gibidir (Şekil 2).

Şekil 2. Şanlıurfa Arkeolojisi Müzesi Gezi Güzergâhı

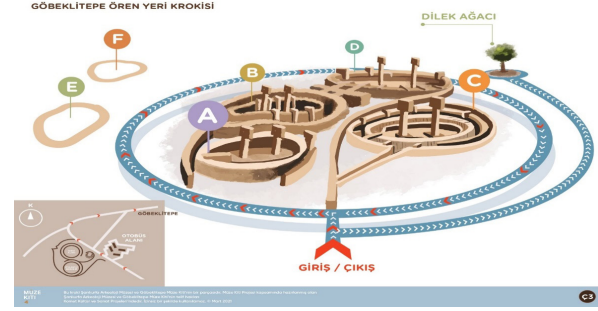


2020 yılının Kasım ayı sonları ile 2021 yılı Kasım ayı sonları arasında Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi, 171.343 ziyaretçi tarafından ziyaret edilmiştir (KVMGM, 2022).

2018 yılında UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne giren, Şanlıurfa'nın 18 km kuzeydoğusunda yer alan ve tarihi günümüzden 12.000 yıl öncesine dayanan Göbeklitepe Ören Yeri, dünyanın en eski tapınağı olarak bilinmektedir. 1995-2014 yılları arasında Prof. Dr. Klaus Schmidt ve ekibi tarafından yürütülen arkeolojik

kazılar daha sonra Şanlıurfa Müzesi Müdürlüğüne devredilmiştir (KVMGM, 2019).

Şekil 3.



Göbeklitepe Ören Yeri Krokisi

2020 yılının Kasım ayı sonları ile 2021 yılı Kasım ayı sonları arasında Göbeklitepe Ören Yeri, 537.207 ziyaretçi tarafından ziyaret edilmiştir (KVMGM, 2022).

Kolayda örneklem tekniği ile 2021 yılı Mayıs-Kasım ayları arasında Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi'ni ziyaret eden 258 kişi ve Göbeklitepe Ören Yeri'ni ziyaret eden 350 kişi olmak üzere toplam 608 ziyaretçiye anket çalışması uygulanmıştır.

### 2. 2. Ortak Yöntem Varyansı ve Normal Dağılım Testi

Yüz yüze anket tekniği uygulaması kullanılarak yürütülmüş olan bu çalışmada ortak metot varyansı, ortaya çıkması muhtemel sorunlardandır (Kinicki vd., 2004: s. 1067). Bu sorunun ortadan kaldırılması adına öncelikle anketler gönüllük esasına dayanarak yapılmış ve anketlerin doldurulması aşamasında yönlendirici bütün eylemlerden kaçınılmıştır.

Bu süreçte ilk olarak varsa eksik veya fazla veri girişi, işlem hatası ve hatalı indeksleme, aralık dışı ve mükerrer kodlama gibi sorunlar hem kontrol edilmiş hem de düzeltilmiştir. Daha sonra kayıp veriler kontrol edilmiştir. Kayıp veri analizi sonucunda ortalama değer ataması yapılmıştır (Lorcu, 2015).

Normal dağılıma ilişkin çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerleri kontrol edilmiştir. Çarpıklık ve basıklık değerleri kontrol edildiğinde tümünün  $\pm 1,5$  arasında olduğu görülmüştür. Dolayısıyla normal dağılım değerleri arasında buldukları söylenebilir (Tabachnick ve Fidell, 2013).

### 2. 3. Veri Toplama Araçları

İnteraktif uygulamalar ölçeği (algılanan kullanılabilirlik ve algılanan kullanım kolaylığı), Van der Heijden (2004: s. 704)'in; müze deneyimi (estetik, eğlence, zevk alma, kaçış), He vd., (2018: s. 133)'in; atmosfer, Hyun vd., (2018: s. 158)'nin; tekrar ziyaret etme niyeti ise Luo ve Ye (2020: s. 123)'nin çalışmasından uyarlanmıştır.

Bu doğrultuda oluşturulan anket çalışmasının ilk kısmında, ziyaretçilerin demografik bilgilerinin elde edilmesine çalışılmıştır. İkinci kısımda, Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi ve Göbeklitepe Ören Yeri'ndeki sergileme çalışmalarının boyutları; üçüncü kısımda, interaktif müzecilik ve sergilemenin deneyim üzerinde etkisi; dördüncü kısımda, interaktif müzecilik anlayışının uyandırdığı etki ve son kısımda ise oluşan durumların ziyaretçide tekrar ziyaret etme niyeti meydana getirip getirmediği araştırılmıştır.

## 3. ANALİZ VE SONUÇLAR

### 3. 1. Ölçeklerin Geçerliliği ve Güvenirliliği

Modelin uygunluk analizinin etkinliğini ve hipotez testinin geçerliliğini sağlamak için geçerlilik ve güvenilirlik testleri yapılmıştır. Müze deneyimi, doğrulayıcı faktör analizi (DFA) kullanılarak test edilmiştir. Estetik, eğlence, kaçış ve zevk alma gizil değişkenleri ve t-değerlerinin  $p < 0.01$  ( $t > 2.576$ ) için anlamlı olduğu bulunmuş; modelin iyi uyum sağladığı görülmüştür ( $\chi^2/df = 4,843$ , CFI = 0,98, GFI = 0,94, RMSEA = 0,080, NFI = 0,97). Gözlenen değişkenlere karşılık gelen gizil değişkenler üzerindeki standartlaştırılmış faktör yükleri, hepsinin yeterli yakınsak geçerliliğe sahip olduğunu gösteren 0,50'nin üzerinde bulunmuş ve dört faktörlü yapıyı koruduğu görülmüştür (Tablo 1). Bu nedenle ölçeğin yapı geçerliliğini sağladığını söylemek mümkündür.

Tablo 1. Müze Deneyimine İlişkin Doğrulayıcı Faktör Analiz İndeksleri

| Müze Ziyareti Deneyimi Modelinin Faktör ve İfadeleri | Standartize Edilmiş Faktör Yüklere | t-Değerleri        | Standart Hata | R2    | Yapı Güvenirliliği | Açıklanan Varyans |
|--|------------------------------------|--------------------|---------------|-------|--------------------|-------------------|
| <b>Müze Ziyareti Deneyimi</b>                        |                                    |                    |               |       |                    |                   |
| <b>Estetik Boyut</b>                                 |                                    |                    |               |       | 0,913              | 0,777             |
| 1.MZD1   | 0,858                              | 29,504             | 0,26          | 0,736 |                    |                   |
| 2.MZD2   | 0,888                              | 31,942             | 0,21          | 0,789 |                    |                   |
| 3. MZD3  | 0,898                              | 1'e sabitlenmiştir | 0,19          | 0,806 |                    |                   |
| <b>Eğlence Boyutu</b>                                |                                    |                    |               |       | 0,939              | 0,838             |
| 4. MZD4  | 0,899                              | 32,945             | 0,19          | 0,808 |                    |                   |
| 5. MZD5  | 0,983                              | 23,595             | 0,03          | 0,966 |                    |                   |
| 6. MZD6  | 0,860                              | 1'e sabitlenmiştir | 0,26          | 0,740 |                    |                   |
| <b>Zevk Alma Boyutu</b>                              |                                    |                    |               |       | 0,936              | 0,831             |
| 7. MZD7  | 0,899                              | 36,361             | 0,19          | 0,808 |                    |                   |
| 8. MZD8  | 0,918                              | 38,507             | 0,16          | 0,843 |                    |                   |
| 9. MZD9  | 0,917                              | 1'e sabitlenmiştir | 0,16          | 0,841 |                    |                   |
| <b>Kaçış Boyutu</b>                                  |                                    |                    |               |       | 0,912              | 0,775             |
| 10. MZD10  | 0,923                              | 30,890             | 0,15          | 0,852 |                    |                   |
| 11. MZD11  | 0,866                              | 27,676             | 0,25          | 0,750 |                    |                   |
| 12. MZD12  | 0,851                              | 1'e sabitlenmiştir | 0,28          | 0,724 |                    |                   |

İnteraktif uygulamalar ise ölçüm modeli DFA kullanılarak test edilmiştir. Öncelikle uyum iyiliklerinin iyileştirilmesi için modifikasyon işlemi gerçekleştirilmiştir. Modifikasyon işleminin uygulanması sonucunda DFA veri setindeki gizil değişkenler olarak tanımlanan algılanan kullanılabilirlik, algılanan kullanım kolaylığını açıkladığı görülmüş, t değerlerinin  $p < 0.01$  düzeyinde anlamlı olduğu tespit edilmiştir ( $t > 2.576$ ). İki boyut, 8 maddelik ifadelerin faktör katsayılarının 0,50'den büyük, hata katsayılarının ise 0,90'dan küçük olduğu görülmüştür (Tablo 2). Uyum iyiliklerinin ( $\chi^2/df = 3,484$ , CFI = 0,99, GFI = 0,98, RMSEA = 0,064, NFI = 0,99) kabul edilebilir sınırlılıklar içerisinde olduğu belirlenmiştir (Fokkema ve Greiff, 2017).

Tablo 2. İnteraktif Uygulamalar Doğrulayıcı Faktör Analiz Değerleri

| İnteraktif Uygulamaların Faktör ve İfadeleri   | Standardize Edilmiş Faktör Yükleri | t-Değerleri        | Standart Hata | R2    | Yapı Güvenirliği | Açıklanan Varyans |
|--|------------------------------------|--------------------|---------------|-------|------------------|-------------------|
| İnteraktif Uygulamalar   |                                    |                    |               |       |                  |                   |
| Algılanan Kullanışlılık  |                                    |                    |               |       | 0,944            | 0,808             |
| İnteraktif uygulamalar, Göbeklitepe Ören Yeri/Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi'ndeki turu faydalı hale getiriyor.              | 0,905                              | 44,268             | 0,18          | 0,819 |                  |                   |
| İnteraktif uygulamalar, Göbeklitepe Ören Yeri/Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi'ni gezmek için etkili bir yoldur.               | 0,904                              | 44,157             | 0,18          | 0,817 |                  |                   |
| Göbeklitepe Ören Yeri/Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi ile ilgili bilgilere daha iyi erişmek için AR uygulamasını kullanıyorum | 0,817                              | 31,978             | 0,33          | 0,667 |                  |                   |
| Genel olarak interaktif uygulamaları kullanmayı yararlı buluyorum.   | 0,963                              | 1'e sabitlenmiştir | 0,07          | 0,927 |                  |                   |
| Algılanan Kullanım Kolaylığı   |                                    |                    |               |       | 0,939            | 0,838             |
| İnteraktif uygulamalar ile etkileşim açık ve anlaşılırdır  | 0,970                              | 55,804             | 0,19          | 0,808 |                  |                   |
| İnteraktif uygulamalar ile etkileşim fazla çaba gerektirmez.   | 0,950                              | 50,154             | 0,03          | 0,966 |                  |                   |
| İnteraktif uygulamanın kullanımını kolay buluyorum.  | 0,946                              | 65,119             | 0,26          | 0,740 |                  |                   |
| Arzu edilen bilgilere interaktif uygulama aracılığıyla ulaşmayı kolay buluyorum.   | 0,943                              | 1'e sabitlenmiştir |               |       |                  |                   |

İnteraktif uygulamalar ölçeğinin standardize edilmiş faktör yükleri incelendiğinde 0.50'nin; yapı güvenirlıklarının 0.70'in ve açıklanan varyansın 0.50'in üzerinde olmasıyla ölçeğin yapı geçerliliğini sağladığı söylenebilir.

Atmosfer ölçeği, tek faktörlüdür ve sekiz maddeden oluşmaktadır. Ölçeğin uyum iyiliklerinin, tek modifikasyon sonrası kabul edilebilir sınırların içerisinde yer aldığı görülmüştür. Ölçekte yer alan tüm maddelerin standardize edilmiş faktör yükleri incelendiğinde 0.50'nin; yapı güvenirlıklarının 0.70'in ve açıklanan varyansın 0.50'in üzerinde olmasıyla ölçeğin yapı geçerliliğini sağladığı söylenebilir. Atmosfer gizil değişkenleri ve t-değerlerinin  $p < 0.01$  ( $t > 2.576$ ) için anlamlı olduğu bulunmuştur. Modelin iyi uyum sağladığı açıktır ( $\chi^2/df = 3,894$ , CFI = 0,99, GFI = 0,98, RMSEA = 0.069, NFI = 0.99). Gözlenen değişkenlere karşılık gelen gizil değişkenler üzerindeki standartlaştırılmış faktör yükleri, hepsinin yeterli yakınsak geçerliliğe sahip olduğunu gösteren 0.50'nin üzerinde bulunmuş ve dört faktörlü yapıyı koruduğu görülmüştür (Tablo 3).



Tablo 3. Atmosfer Doğrulamalı Faktör Analiz Değerleri

| Atmosfer İfadeleri  | Standardize Edilmiş Faktör Yükleri | t-Değerleri        | Standart Hata | R2    | Yapı Güvenirliği | Açıklanan Varyans |
|---|------------------------------------|--------------------|---------------|-------|------------------|-------------------|
| Atmosfer  |                                    |                    |               |       | 0,950            | 0,733             |
| Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi / Göbeklitepe Ören Yeri neşelidir.   | 0,854                              | 25,674             | 0,27          | 0,729 |                  |                   |
| Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi/ Göbeklitepe Ören Yeri heyecan vericidir.  | 0,877                              | 26,701             | 0,23          | 0,769 |                  |                   |
| Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi/ Göbeklitepe Ören Yeri canlıdır.   | 0,844                              | 25,259             | 0,29          | 0,712 |                  |                   |
| Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi / Göbeklitepe Ören Yeri'ne gelen ziyaretçilerin çok keyifli aktiviteler yaşamaları mümkün. | 0,777                              | 22,343             | 0,40          | 0,604 |                  |                   |
| Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi / Göbeklitepe Ören Yeri bana macera duygusu yaşıyor.                                       | 0,924                              | 29,217             | 0,15          | 0,854 |                  |                   |
| Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi/ Göbeklitepe Ören Yeri bana heyecan veriyor.   | 0,888                              | 27,313             | 0,21          | 0,789 |                  |                   |
| Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi / Göbeklitepe Ören Yeri yeni deneyimler sağlıyor.  | 0,820                              | 1'e sabitlenmiştir | 0,33          | 0,672 |                  |                   |

Ayırıcı geçerliliğini değerlendirmek konusunda Fornell ve Larcker (1981), ölçümün ayırıcı 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 ayırıcı geçerlilik kriterlerini karşıladığı görülmüştür (Tablo 4).

Tablo 4. Ayırıcı Geçerlilik Değerleri

|                              | Estetik                 | Eğlence | Kaçış                        | Zevk Alma |
|------------------------------|-------------------------|---------|------------------------------|-----------|
| Estetik                      | 0,881                   |         |                              |           |
| Eğlence                      | 0,785**                 | 0,915   |                              |           |
| Zevk Alma                    | 0,850**                 | 0,831** | 0,912                        |           |
| Kaçış                        | 0,728**                 | 0,821** | 0,806**                      | 0,880     |
|                              | Algılanan Kullanışlılık |         | Algılanan Kullanım Kolaylığı |           |
| Algılanan Kullanışlılık      | 0,899                   |         |                              |           |
| Algılanan Kullanım Kolaylığı | 0,836**                 |         | 0,915                        |           |

Daha sonra boyutların güvenilirlik analizi sonuçları incelenmiş ve müze sergileme politikası için Cronbach's  $\alpha$  katsayıları 0.965 ile 0.969 arasında değiştiği belirlenmiştir. Müze ziyaretçi deneyimi için 0.947 ile 0.951 arasında; öğrenme motivasyonu için ise 0.881 ile 0.916 arasında değerler alınmıştır. Bu bağlamda, tüm sonuçların güvenilir olduğu tespit edilmiştir (Tablo 5).

Tablo 5. Güvenirlik Analiz Değerleri

| BOYUTLAR                                | Cronbach's Alpha Değeri |
|---|-------------------------|
| Estetik                                 | 0,922                   |
| Eğlence                                 | 0,888                   |
| Zevk Alma                               | 0,935                   |
| Kaçış                                   | 0,910                   |
| Müze Deneyimi Toplam Boyutları          | 0,965                   |
| Algılanan Kullanışlılık                 | 0,949                   |
| Algılanan Kullanım Kolaylığı            | 0,979                   |
| İnteraktif Uygulamalar Toplam Boyutları | 0,979                   |
| Atmosfer                                | 0,950                   |
| Tekrar Ziyaret Etme Niyeti              | 0,969                   |

### 3. 2. Katılımcılara İlişkin Bulgular

Göbeklitepe Ören Yeri ve Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi'ni ziyaret edenlerin demografik özellikleri Tablo 6'da verilmiştir. 608 ziyaretçi incelendiğinde erkek katılımcıların kadın katılımcılara göre daha yüksek olduğu; medeni durum bakımından bekâr katılımcıların daha fazla ve yaş kategorisinde katılımcı çoğunluğunun 21-29 yaş grubunda yer aldığı; katılımcıların büyük bölümünün lisans mezunu olduğu belirlenmiştir.

Tablo 6. Ziyaretçilerin Demografik Özellikleri

| Anketin Uygulandığı Yer    | Sıklık | % Oran | Medeni Durum       | Sıklık | % Oran |
|----------------------------|--------|--------|--------------------|--------|--------|
| Göbeklitepe Ören Yeri      | 350    | 57.6   | Bekar              | 327    | 53.8   |
| Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi | 258    | 42.4   | Evli               | 276    | 45.4   |
| Toplam                     | 608    | 100.0  | Toplam             | 603    | 99.2   |
| Cinsiyet                   | Sıklık | % Oran | Kayıp Değer        | 5      | 0.8    |
| Kadın                      | 292    | 48.0   | Toplam             | 608    | 100.0  |
| Erkek                      | 314    | 51.6   | Eğitim Durumu      | Sıklık | % Oran |
| Toplam                     | 606    | 99.7   | İlköğretim         | 24     | 3.9    |
| Kayıp Değer                | 2      | 0.3    | Ortaöğretim (Lise) | 131    | 21.5   |
| Toplam                     | 608    | 100.0  | Ön Lisans          | 89     | 14.6   |
| Yaş                        | Sıklık | % Oran | Lisans             | 273    | 44.9   |
| 20 Yaş ve Altı             | 60     | 10.9   | Lisansüstü         | 83     | 13.7   |
| 21-29                      | 232    | 38.2   | Toplam             | 600    | 98.7   |
| 30-39                      | 160    | 26.3   | Kayıp Değer        | 8      | 1.3    |
| 40 +                       | 119    | 19.6   | Toplam             | 608    | 100.0  |
| Toplam                     | 577    | 94.9   | Ziyaret Sıklığı    | Sıklık | % Oran |
| Kayıp Değer                | 31     | 5.1    | İlk Ziyaret        | 426    | 70.1   |
| Toplam                     | 511    | 100.0  | İkinci Ziyaret     | 104    | 17.1   |
| Gelir Düzeyi <sup>2</sup>  | Sıklık | % Oran | Üçüncü Ziyaret     | 17     | 2.8    |
| 2.500 TL ve Altı           | 181    | 29.8   | Dört ve Üstü       | 53     | 8.7    |
| 2.501-3.500 TL             | 76     | 12.5   | Toplam             | 600    | 98.7   |
| 3.501-4.500 TL             | 58     | 9.5    | Kayıp Değer        | 8      | 1.3    |
| 4.501-5.500 TL             | 74     | 12.2   | Toplam             | 608    | 100.0  |
| 5.501 TL ve Üstü           | 184    | 30.3   |                    |        |        |
| Toplam                     | 573    | 94.2   |                    |        |        |
| Kayıp Değer                | 35     | 5.8    |                    |        |        |
| Toplam                     | 608    | 100.0  |                    |        |        |

2 Gelir düzeyi, veriler toplandığı tarihler arasındaki asgari ücret baz alınarak kategorilendirilmiştir.

### 3.3. Araştırmanın Hipotezlerine İlişkin Bulgular

Araştırma hipotezlerini test etmek için Hayes (2018) tarafından geliştirilen SPSS Process Macro 3.3 programı ve yine Hayes (2018) tarafından geliştirilen 7. Model kullanılmıştır. Bu modelde bağımsız değişken, bağımlı değişken, aracı değişken ve düzenleyici değişken kullanılmış olup hem doğrudan hem de aracılık ve düzenleyicilik etkisine sahip hipotezler test edilmiştir. Analizi yapılan hipotezler şekil ve tablo olarak aşağıda iletilmiştir.

Bağımsız değişkenin zamansal kurgu, bağımlı değişkenin öğrenme motivasyonu, aracı değişkenin ziyaretçi deneyimi olarak alındığı hipotez aşağıda verilmiş olup anılan hipotezlere dönük yapılan SPSS Process Macro sonuçları tablo 7'da gösterilmiştir.

H<sub>1</sub>- Müze deneyiminin interaktif uygulamalar ve canlandırmalar üzerinde etkisi var.

H<sub>2</sub>- İnteraktif uygulamalar ve canlandırmaların tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde etkisi vardır.

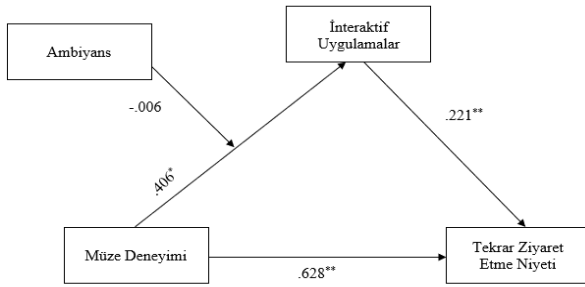
H<sub>3</sub>- Müze deneyiminin tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde etkisi vardır.

H<sub>4</sub>-Atmosferin, müze deneyimi ve interaktif uygulamalar ve canlandırmalar üzerinde düzenleyici etkisi vardır.

Tablo 7. Hipotez Bulguları

| Hipotezler | $\beta$ | Boot SE | t     | p     | BootLLCI | BootULCI |
|------------|---------|---------|-------|-------|----------|----------|
| H1         | 0.406   | 0.135   | 2.999 | 0.003 | 0.140    | 0.672    |
| H2         | 0.221   | 0.050   | 4.434 | 0.000 | 0.123    | 0.319    |
| H3         | 0.628   | 0.064   | 9.814 | 0.000 | 0.502    | 0.754    |
| H4         | -0.006  | 0.006   |       |       | -0.019   | 0.005    |

Şekil 4. Müze Deneyiminin İnteraktif Uygulamalar Üzerinde Etkisi



Tablo 7 ve Şekil 4 incelendiğinde müze deneyiminin interaktif uygulamalar üzerinde pozitif ve anlamlı etkisi olduğu tespit edilmiştir. Böylece H1 hipotezi desteklenmiştir. H2 hipotezinde ise interaktif uygulamaların tekrar ziyaret etme niyetini etkilediği tespit edilmiş ve bu hipotez de desteklenmiştir. Müze deneyiminin tekrar ziyaret etme niyetini etkilediği H3 hipotezinde ise pozitif ve anlamlı bir etki tespit edilmiştir. Dolayısıyla H3 hipotezi de desteklenmiştir. Atmosferin müze deneyimi ile interaktif uygulamalar arasında düzenleyicilik etkisi olduğu H4 hipotezinde anlamlı bir etki tespit edilememiş ve bu bağlamda bu hipotez desteklenmemiştir.

Göbeklitepe Ören Yeri ve Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi'ne yönelik mevcut interaktif uygulamalar, atmosfer ve ziyaretçilerin müze deneyimi ile tekrar ziyaret etme niyetlerine ilişkin hipotezlere aşağıda yer verilmiş olup anılan hipotezlere dönük yapılan SPSS t testi sonuçları tablo 8-9-10-11'de gösterilmiştir.

H<sub>5</sub>-Göbeklitepe Ören Yeri ile Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi'ni gezen ziyaretçilerin müze deneyimi arasında anlamlı farklılık vardır.

H<sub>5a</sub>-Göbeklitepe Ören Yeri ile Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi'ni gezen ziyaretçilerin estetik deneyimleri arasında anlamlı farklılıklar vardır.

H<sub>5b</sub>-Göbeklitepe Ören Yeri ile Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi'ni gezen ziyaretçilerin eğlence deneyimleri arasında anlamlı farklılıklar vardır.

H<sub>5c</sub>-Göbeklitepe Ören Yeri ile Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi'ni gezen ziyaretçilerin zevk alma deneyimleri arasında anlamlı farklılıklar vardır.

H<sub>5d</sub>-Göbeklitepe Ören Yeri ile Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi'ni gezen ziyaretçilerin kaçış deneyimleri arasında anlamlı farklılıklar vardır.

H<sub>6</sub>-Göbeklitepe Ören Yeri ile Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi'ni gezen ziyaretçilerin deneyimlediği interaktif uygulamalar arasında anlamlı farklılık vardır.

H<sub>6a</sub>-Göbeklitepe Ören Yeri ile Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi'ni gezen ziyaretçilerin interaktif uygulamalar ve canlandırmalarındaki algılanan kullanılabilirlikleri arasında anlamlı farklılık vardır.

H<sub>6b</sub>-Göbeklitepe Ören Yeri ile Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi'ni gezen ziyaretçilerin interaktif uygulamalar ve canlandırmalarındaki algılanan kullanım kolaylıkları arasında anlamlı farklılık vardır.

H<sub>7</sub>-Göbeklitepe Ören Yeri ile Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi'ni gezen ziyaretçilerin atmosfer deneyimleri arasında anlamlı farklılıklar vardır.

H<sub>8</sub>-Göbeklitepe Ören Yeri ile Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi'ni gezen ziyaretçilerin tekrar ziyaret etme niyetleri arasında anlamlı farklılıklar vardır.

H<sub>9</sub> hipotezine yönelik yapılan t testi sonucunda Göbeklitepe Ören Yeri, estetik, eğlence ve kaçış deneyimi açısından Şanlıurfa Arkeolojisi Müzesi'ne göre daha olumlu değerlendirilmiştir. Böylece H<sub>5a</sub>, H<sub>5b</sub> ve H<sub>5d</sub> hipotezleri desteklenmiştir. Zevk alma deneyiminde ise anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir. H<sub>5c</sub> hipotezi desteklenmemiştir (Tablo 8).

Tablo 8. Müze Deneyimine İlişkin t Testi Sonuçları

| Boyutlar  | Cinsiyet              | n   | Ortalama | t değeri | p değeri |
|-----------|-----------------------|-----|----------|----------|----------|
| Estetik   | Göbeklitepe           | 350 | 3.891    | -3.002   | .003*    |
|           | Şanlıurfa Ark. Müzesi | 258 | 4.141    |          |          |
| Eğlence   | Göbeklitepe           | 350 | 3.550    | -4.688   | .001**   |
|           | Şanlıurfa Ark. Müzesi | 258 | 3.955    |          |          |
| Zevk Alma | Göbeklitepe           | 350 | 3.991    | -1.286   | .199     |
|           | Şanlıurfa Ark. Müzesi | 258 | 4.092    |          |          |
| Kaçış     | Göbeklitepe           | 350 | 3.641    | -2.887   | .004*    |
|           | Şanlıurfa Ark. Müzesi | 258 | 3.910    |          |          |



H<sub>6</sub> hipotezine yönelik yapılan t testi sonucunda Göbeklitepe Ören Yeri, algılanan kullanılabilirlik ve algılanan kullanım kolaylığı teknolojisi deneyimi açısından Şanlıurfa Arkeolojisi Müzesi'ne göre daha olumlu değerlendirilmiştir. Böylece H<sub>6a</sub>, H<sub>6b</sub> hipotezleri desteklenmiştir (Tablo 9).

Tablo 9. İnteraktif Uygulamalara İlişkin t Testi Sonuçları

| Boyutlar                     | Cinsiyet              | n   | Ortalama | t değeri | P değeri |
|------------------------------|-----------------------|-----|----------|----------|----------|
| Algılanan Kullanılabilirlik  | Göbeklitepe           | 350 | 3.402    | -4.547   | .001**   |
|                              | Şanlıurfa Ark. Müzesi | 258 | 3.816    |          |          |
| Algılanan Kullanım Kolaylığı | Göbeklitepe           | 350 | 3.451    | -4.517   | .001**   |
|                              | Şanlıurfa Ark. Müzesi | 258 | 3.868    |          |          |

H<sub>7</sub> hipotezine yönelik yapılan t testi sonucunda Göbeklitepe Ören Yeri, atmosfer deneyimi açısından Şanlıurfa Arkeolojisi Müzesi'ne göre daha olumlu değerlendirilmiştir. Böylece H<sub>7</sub> hipotezi desteklenmiştir (Tablo 10).

Tablo 10. Atmosfer İlişkin t Testi Sonuçları

| Boyutlar | Cinsiyet              | n   | Ortalama | t değeri | P değeri |
|----------|-----------------------|-----|----------|----------|----------|
| Atmosfer | Göbeklitepe           | 350 | 3.784    | -2.627   | .009**   |
|          | Şanlıurfa Ark. Müzesi | 258 | 3.987    |          |          |

H<sub>8</sub> hipotezine yönelik yapılan t testi sonucunda Göbeklitepe Ören Yeri ile Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi arasında tekrar ziyaret etme niyeti açısından anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Böylece H<sub>8</sub> hipotezi desteklenmemiştir (Tablo 11).

Tablo 11. Tekrar Ziyaret Etme Niyetine İlişkin t Testi Sonuçları

| Boyutlar                   | Cinsiyet              | n   | Ortalama | t değeri | P değeri |
|----------------------------|-----------------------|-----|----------|----------|----------|
| Tekrar Ziyaret Etme Niyeti | Göbeklitepe           | 350 | 3.804    | -1.324   | .186     |
|                            | Şanlıurfa Ark. Müzesi | 258 | 3.933    |          |          |

Tablo 12. Hipotez Test Sonuçları

| Hipotezler  | Sonuç |
|---|-------|
| H1- Müze deneyiminin interaktif uygulamalar ve canlandırmalar üzerinde etkisi vardır.   | Kabul |
| H2- İnteraktif uygulamalar ve canlandırmaların tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde etkisi vardır.   | Kabul |
| H3- Müze deneyiminin tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde etkisi vardır.   | Kabul |
| H4- Atmosferin müze deneyimi ile interaktif uygulamalar ve canlandırmaların arasında düzenleyici etkisi vardır.                                     | Ret   |
| H5a-Göbeklitepe Ören Yeri ile Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi'ni gezen ziyaretçilerin estetik deneyimleri arasında anlamlı farklılıklar vardır.          | Kabul |
| H5b-Göbeklitepe Ören Yeri ile Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi'ni gezen ziyaretçilerin eğlence deneyimleri arasında anlamlı farklılıklar vardır.          | Kabul |
| H5c-Göbeklitepe Ören Yeri ile Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi'ni gezen ziyaretçilerin zevk alma deneyimleri arasında anlamlı farklılıklar vardır.        | Ret   |
| H5d-Göbeklitepe Ören Yeri ile Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi'ni gezen ziyaretçilerin kaçış deneyimleri arasında anlamlı farklılıklar vardır.            | Kabul |
| H6a-Göbeklitepe Ören Yeri ile Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi'ni gezen ziyaretçilerin algılanan kullanılabilirlik arasında anlamlı farklılıklar vardır.  | Kabul |
| H6b-Göbeklitepe Ören Yeri ile Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi'ni gezen ziyaretçilerin algılanan kullanım kolaylığı arasında anlamlı farklılıklar vardır. | Kabul |
| H7-Göbeklitepe Ören Yeri ile Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi'ni gezen ziyaretçilerin atmosferin deneyimleri arasında anlamlı farklılıklar vardır.        | Kabul |
| H8-Göbeklitepe Ören Yeri ile Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi'ni gezen ziyaretçilerin tekrar ziyaret etme niyetleri arasında anlamlı farklılıklar vardır. | Ret   |

## 4. Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Müzelerde sergileme düzenlemesi, eserleri merkeze alan bir düşünceye sahiptir. Bu nedenle, sergilenen ürünler, teknoloji ve bilişim alanındaki gelişmelerle birlikte aracısız olarak gösterilmeye başlanmış; yorumlayıcı ortamların oluşturulması şeklinde değişimler de yaşanmıştır (Forrest, 2013: s. 201-202). Bundan dolayı gerek halihazırda var olan gerekse de yeni kurulan müzelerde gerçekleştirilen restorasyon çalışmaları veya yeni yapı oluşumları interaktif müzeciliğe uyum sağlayacak unsurlara sahip olma anlayışla hareket etmektedir. Forrest (2013: s.211)'e göre; kültürel mirasın aktarım sahası olan müzelerde, algısal aktarım açısından sergi ortamı önem arz etmektedir.

Yapılan analizler sonucunda, müze deneyiminin interaktif uygulamalar ve canlandırmalar üzerinde etkisi olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda gerek Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi gerekse de Göbeklitepe Ören Yeri'ne gelen ziyaretçilerin yaşadıkları estetik, eğlence, zevk alma ve kaçış deneyimlerinde interaktif uygulamaların kullanılmasının etkisi bulunmaktadır. Bu sonuçlar Lee vd., (2020); He vd., (2018) sonuçlarıyla uyumludur. İnteraktif uygulamalar ve canlandırmaların, ziyaretçilerin tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi tespit edilmiştir. Benzer şekilde bu sonuçlar Lee vd., (2020); He vd., (2018); Trunfio, Campana ve Magnelli (2020) çalışma sonuçlarıyla tutarlıdır. Ayrıca müze deneyiminin tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuç Kırcova ve Erdoğan (2017)'in sonuçlarıyla uyumludur. Bu bağlamda, postmodern müze ortamlarında interaktif uygulamaların yoğun biçimde kullanıldığı ve bunun yanında ziyaretçilerin rutin deneyimleri dışında yaratılan deneyimlerin de tekrar ziyaret niyetleri üzerinde güçlü bir etkisi olduğu belirlenmiştir.

Atmosfer kaynaklı müze deneyiminin interaktif uygulamalar ve canlandırmalar üzerinde düzenleyici etkisi tespit edilememiştir. Hyun vd., (2018)'nin çalışmasında, atmosferin müze deneyiminde düzenleyici bir rol oynadığı tespit edilmiştir. Ancak çalışmamız kapsamında anlamlı bir rolü görülmemiştir. Göbeklitepe Ören Yeri ve Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi bağlamında interaktif uygulamalar ve deneyim ilişkisini ziyaretçilerin daha çok istediğini söyleyebiliriz. Bu bağlamda bu sonucun bu yönü ile literatüre yeni bir katkı sunduğu söylenebilir.

Göbeklitepe Ören Yeri ile Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi'nin karşılaştırıldığı analizlerde müze deneyimi boyutları açısından (estetik, eğlence, zevk alma ve kaçış) Göbeklitepe Ören Yeri, Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi'ne göre daha olumlu algılanmıştır. Özellikle son yıllarda Göbeklitepe üzerindeki yeni bulgular, araştırmalar ve dünya genelinde yapılan haberler buraya olan ilgiyi arttırmıştır. Örneğin, her yıl dünyada mutlaka görülmesi gereken en "heyecan verici destinasyonları" belirleyen National Geographic Dergisi, 2020 yılı için görülmesi gereken yirmi beş destinasyon arasında

Göbeklitepe'ye de yer vermiştir (Genç, 2020: s. 10). Bu bağlamda Göbeklitepe'nin yeni bir keşif ve ziyaret alanının da yeni düzenlenmiş olması yukarıda sayılan parametreler bağlamında daha olumlu algılanmasında rol oynamış olabilir. Benzer şekilde interaktif uygulamalar boyutu açısından da (algılanan kullanılabilirlik ve algılanan kullanım kolaylığı) Göbeklitepe, Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi'ne göre daha olumlu algılanmıştır. "Göbeklitepe İnteraktif Uygulamalar Alanı Sosyal Sorumluluk Projesi" kapsamında Doğuş Grubu tarafından Ocak 2017 yılında inşasına başlanmış olan ve canlandırma merkezi, ziyaretçi merkezi ile amfiteyatro bölümlerinden oluşan "Göbeklitepe Ziyaretçi Karşılama Kompleksi" Aralık 2017 tarihinde bitirilmiştir. Canlandırma merkezi; Göbeklitepe ile ilgili interaktif ve video uygulamalarının bulunduğu, ziyaretçilerin Göbeklitepe ile ilgili detaylı olarak bilgilendirildiği, psikolojik olarak alana hazırlandığı; yazılı, görsel ve işitsel materyalin bulunduğu bir alandır. Bu bağlamda bu alan ziyaretçiler tarafından yoğun ilgi görmektedir. Atmosfer konusunda da yine Göbeklitepe daha olumlu olarak algılanmıştır. Göbeklitepe Ziyaretçi Karşılama Kompleksi'nin bu açıdan önemli bir etkisi bulunmaktadır. Tekrar ziyaret etme niyeti açısından ise anlamlı bir fark tespit edilmemiştir.

ICOM, son dönemde müze tanımında yapmış olduğu haklı değişimle birlikte müzelerin sadece nesne toplama, koruma ve onları sergileme gibi görevlerle sınırlı kalmamaları; toplumun gelişim ve eğitimine hizmet eden kurumlar olmaları gerektiği anlayışını ortaya koymuş; bu durum da müzelerin hizmet anlayışlarındaki değişimleri beraberinde getirmiştir (Karadeniz, 2018). Ziyaretçilerin eğitim ve gelişimini sağlayabilmek için müzelerin eğitim ortamları olarak da dizayn edilmesi ve bu bağlamda son dönem teknolojilerinin kullanılması; aynı zamanda toplumun her kesimine ulaşabilmesi adına aile ortamı oluşturması; çocuklu ailelerin de ziyaretçi profiline dahil edilmesi gerekmektedir.

Bu çalışmada, Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi ve Göbeklitepe Ören Yeri'ni ziyaret edenlerin deneyimleri doğrultusunda interaktif uygulamaların tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde etkisi olduğu tespit edilmiştir. Bunun yanında çalışmamızın amaçlarından biri de

interaktif uygulamaların tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde etkisi olup olmadığını ve atmosferde bu süreçte düzenleyici bir rolü bulunup bulunmadığını belirlemektedir. Sonuçlar atmosfer dışında bu etkilerin anlamlı olduğunu ortaya koymaktadır. Aynı zamanda Göbeklitepe Ören Yeri'nin; deneyim, interaktif uygulamalar, atmosfer boyutları açısından Şanlıurfa Arkeolojisi Müzesi'ne göre daha olumlu bulunduğu tespit edilmiştir. Bu açıdan, değerlendirme sonuçlarının incelenmesi bir takım teorik ve pratik katkılar sağlayabilir.

Araştırmamızın müze deneyimi ve interaktif uygulama alanında çalışan araştırmacılar için önemli bir model ortaya koyduğu; bu modelin dünyada ve Türkiye'de teknolojik altyapıya sahip müzeler bağlamında genişletilerek kullanılabilmesi düşünülmektedir. Ancak atmosfer açısından anlamlı bir etki tespit edilememiş olup bu konuda daha çok araştırılma yapılmasına ihtiyaç duyulduğunun da belirtilmesi gerekir.

Ziyaretçilere aktif rol kazandırılması ve ziyaret edilen yerlerde edinilen deneyimden mütevellit tekrar ziyaret etme niyetinin oluşturulması, müzelerin önem verdiği hususlardan biridir. Bu nedenle deneyimlerin zenginleştirilebilmesi adına ziyaretçilerin eğlenebilecekleri interaktif araçların aktivasyonu önem arz etmektedir. Var olan sergi ürünlerinin durağan; hapsedilmiş pozisyonlarından kurtarılarak dikkat çekici hale getirilmesi de ziyaretçi deneyimi açısından önemlidir. Günümüzde restore edilen veya yeni inşa edilen müzelerde bu hususların göz önünde bulundurulması, interaktif müzeciliğin öneminin bilincinde olunduğunun kanıtıdır. Özellikle postmodern deneyimler açısından estetik ve eğlencenin büyük önem taşıması, müze yöneticilerinin bu deneyimleri arttıracak faaliyetlerde bulunmasını gerektirmektedir. Son yıllarda interaktif uygulamalar arasında yer alan artırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik, ziyaretçilere önemli bir müze deneyimi kazandırmaya başlamıştır. Bu nedenle müze yöneticilerine bu alandaki teknolojik altyapılarını geliştirmeleri önerilebilir. Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi deneyimi, interaktif uygulamalar ve atmosfer açısından olumlu olarak değerlendirilmesine rağmen Göbeklitepe'nin gerisinde kalmıştır. Müze yöneticilerinin, ziyaretçilere interaktif uygulamalar ve deneyimler sunabilmeleri için yeni teknolojileri kullanma konusunda daha istekli olmaları beklenmektedir.

Araştırmamız neticesinde Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi ve Göbeklitepe Ören Yeri'ndeki müze deneyiminin, interaktif uygulamalar ve tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir. Bundan dolayı, Türkiye'de, yurtiçi ve yurtdışından gelen ziyaretçileri müzeler ve eser sergileme alanlarına çekebilmek adına yeni kurulacak veya restorasyon çalışmalarına maruz kalacak olan müzelerin interaktif bilişim teknoloji ürünlerini aktif olarak kullanmaları ve yaş, cinsiyet, eğitim durumu, medeni hal ve ekonomik durum fark etmeksizin toplumun tüm kesimlerine hitap edecek şekilde tasarımları önerilmektedir.

## Kaynakça

Anonim, (2019). <https://kvmgm.ktb.gov.tr/TR-103662/gobeklitepe-oren-yerinde-cevre-duzenlemecalismalari-hi-.html> (Erişim Tarihi: 08.08.2022).

Atagök, T. (2012). Müzelerin Anlaşılabilir Kılınması: Müze Mimarisi, İç Mekân ve Sergi Tasarımları, *Müzebilimin ABC'si* (Ed. Nevra Ertürk, Hanzade Uralman), İstanbul: Ege Yayınları, 277-281.

Bat, W. (2020). How Can Art Museums Develop New Business Opportunities? *Exploring Young Visitors' Experience, Young Consumers*, 21/1, 109-131.

Bideci, M., 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.

Bitner, M.J. (1990). Evaluating Service Encounters: The Effects of Physical Surroundings and Employee Responses, *Journal of Marketing*, 54/2, 69-82.

Biucky, S.T., Abdolvand, N., Harandi, S.R. (2017). The Effects of Perceived Risk on Social Commerce Adoption Based on TAM Model, *International Journal of Electronic Commerce Studies*, 8/2, 173-196.

Brida, J.G., Meleddu, M., Pulina, M. (2012). Understanding Urban Tourism Attractiveness: The Case of the Archaeological Ötzi Museum in Bolzan, *Journal of Travel Research*, 51/6, 730-741.

Burton C., Scott C. (2003). Challenges for the 21st Century, *International Journal of Arts Management*, 5/2, 56-68.



Choi, G., Chung, H. (2013). Applying the Technology Acceptance Model to Social Networking Sites (SNS): Impact of Subjective Norm and Social Capital on the Acceptance of SNS, *International Journal of Human-Computer Interaction*, 29/10, 619-628.

Conti, E., Vesci, M., Castellani, P., Rossato, C. (2020). The Role of the Museumscape on Positive Word of Mouth: Examining Italian Museums, *The TQM Journal*, Doi. 10.1108/TQM-12-2019-0306

Davis, F.D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology, *MIS Quarterly*, 319-340.

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.

Dıvrak, M. (2020). Müze Atmosfer Faktörleri Bağlamında Bir Ölçek Çalışması: İstanbul Oyuncak Müzesi Örneği, *UNIMUSEUM*, 3/1, 23-29.

Dierking, L.D., Falk, J.H. (1992). Redefining the Museum Experience: the Interactive Experience Model, *Visitor Studies*, 4/1, 173-176.

Dilek, S.E., Doğan, M., Kozbe, G. (2019). The Influences of the Interactive Systems on Museum Visitors' Experience: A Comparative Study From Turkey, *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 2/1, 27-38.

Dodge, W.R. (2016). Are Museums Keeping Pace?, Canadian Museums Association Magazine, *MUSE: The Voice of Canada's Museum Community*, 35/1, 40-45.

Erbay, M. (2011). *Müzelerde Sergileme ve Sunum Tekniklerinin Planlanması*, İstanbul: Beta Basım.

Falk, J.H. (2016). *Identity and the Museum Visitor Experience*, New York: Routledge.

Falk, J. H., and Dierking, L. D. (2000). *Learning from museums: Visitor experiences and the making of meaning*. Walnut Creek, CA: Altamira.

Falk, J. H., and Dierking, L. D. (2016). *The museum experience revisited*, New York: Routledge.

Fokkema, M., 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., Larcker, D.F. (1981). Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error: Algebra and Statistics, *Journal of Marketing Research*, 18/3, 382-388.

Forrest, R. (2013). Museum Atmospherics: The Role of the Exhibition Environment in the Visitor Experience, *Visitor Studies*, 16/2, 201-216.

Genç, V., Kozak, M.A. (2020). Emotional and Social competence in the Aestheticization of Labor in the Restaurant Industry, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32/3, 1201-1225.

Genç, V. (2020). Kültürel Miras ve Turizm İlişkisi, (Ed. Murat Gümüş, S. Emre Dilek), *Kültürel Miras ve Turizm Disiplinlerarası Yaklaşım*, Ankara: Detay Yayıncılık, 5-23.

Graburn, N. (1977). The museum and the visitor experience. *Roundtable reports*, 1-5.

He, Z., Wu, L., Li, X.R. (2018). When Art Meets Tech: The Role of Augmented Reality in Enhancing Museum Experiences and Purchase Intentions, *Tourism Management*, 68, 127-139.

Herrero, A., San Martín, H. (2012). Developing and Testing a Global Model to Explain the Adoption of Websites by Users in Rural Tourism Accommodations, *International Journal of Hospitality Management*, 31/4, 1178-1186.

Hsieh, C.M., Park, S.H., Hitchcock, M. (2015). Examining the Relationships Among Motivation, Service Quality and Loyalty: The Case of the National Museum of Natural Science, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 20/1, 1505-1526.

Hyun, H., Park, J., Ren, T., Kim, H. (2018). The Role of Ambiances and Aesthetics on Millennials' Museum Visiting Behavior, *Arts and the Market*, 8/2, 152-167.

Jin, L., Xiao, H., 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.
- Karadeniz, C., Özdemir E. (2018). Hangi Müze? Müzecilikte Değişim ve Yenimüzebilim, *Milli Folklor Dergisi*, 120, 158-169.
- Kırcova, İ., Erdoğan, H.H. (2017). Müze Deneyimi Boyutları: İstanbul Oyuncak Müzesi Örneği, *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 649-664.
- Kinicki, A.J., Prussia, G.E., Wu, B.J., Mckee-Ryan, F.M. (2004). A Covariance Structure Analysis of Employees' Response to Performance Feedback, *Journal of Applied Psychology*, 89/6, 1057-1069.
- KVMGM, (2022). <https://kvmgm.ktb.gov.tr/TR-44140/sanliurfa-muze-mudurlugu.html> (Erişim Tarihi: 09.08.2022).
- Lee, H., Jung, T.H., Tom Dieck, M.C., Chung, N. (2020). Experiencing Immersive Virtual Reality in Museums, *Information & Management*, 57/5, 103229.
- Lorcu, F. (2015). *Örneklerle Veri Analizi SPSS Uygulamalı*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- 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.
- Muslichah, M. (2018). The Effect of Self Efficacy and Information Quality on Behavioral Intention with Perceived Usefulness as Intervening Variable, *JABM Journal of Accounting-Business & Management*, 1/25, 21-34.
- Nikolakopoulou, V., Printezis, P., Maniatis, V., Kontizas, D., Vosinakis, S., Chatzigrigoriou, P., Koutsabasis, P. (2022). Conveying Intangible Cultural Heritage in Museums with Interactive Storytelling and Projection Mapping: The Case of the Mastic Villages, *Heritage*, 5/2, 1024-1049.
- Onur, B. (2014). *Yeni Müzebilim: Demokratik Toplumunu Yaratmak*, Ankara: İmge Yayınevi.
- Pallud, J. (2017). Impact of Interactive Technologies on Stimulating Learning Experiences in a Museum, *Information & Management*, 54/4, 465-478.
- Park, N., Roman, R., Lee, S., Chung, J.E. (2009). User Acceptance of a Digital Library System in Developing Countries: An Application of the Technology Acceptance Model, *International Journal of Information Management*, 29/3, 196-209.
- Pine, B. and Gilmore, J. (1999). *The Experience Economy: Work is Theatre & Every Business*, Boston: Harvard Business School Press.
- Ruiz-Alba, J.L., Nazarian, A., Rodríguez-Molina, M.A., Andreu, L. (2019). Museum Visitors' Heterogeneity and Experience Processing, *International Journal of Hospitality Management*, 78, 131-141.
- Samis, P.S. (2001). Points of Departure: Curators Andeducators Collaborate to Prototype a "Museum of the Future", *Cultural Heritage and Technologies in the Third Millenium, ICHIM 01*, (623-637).
- Serravalle, F., Ferraris, A., Vrontis, D., Thrassou, A., Christofi, M. (2019). Augmented Reality in the Tourism Industry: A Multi-Stakeholder Analysis of Museums, *Tourism Management Perspectives*, 32, 100549.
- Tabachnick, G.B. and Fidel, S.L. (2001). *Using Multivariate Statistics*, Boston, USA: Pearson.
- Trauer, B. (2006). Conceptualizing Special Interest Tourism E Frameworks For Analysis, *Tourism Management*, 27/2, 183-200.
- Trunfio, M., Campana, S., 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.
- Tsai, S.P. (2020). Augmented Reality Enhancing Place Satisfaction for Heritage Tourism Marketing, *Current Issues in Tourism*, 23/9, 1078-1083.
- Van Der Heijden, H. (2004). User Acceptance of Hedonic Information Systems, *MIS Quarterly*, 28/4, 695-704.
- Yavuzkır, A. (2020). *Kurgusal Söylemden Söylemsel Kurguya: Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi'ndeki Eser Sergileme Politikasının Ziyaretçi Deneyimi ve Öğrenme Motivasyonu Üzerine Etkisi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Batman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Batman.

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