



Journal of Recreation and Tourism Research

Journal home page: www.jrtr.org

ISSN:2148-5321

MÜZE ZİYARETÇİLERİ ÜZERİNE YAPILAN ÇALIŞMALARLA İLİŞKİN ALANYAZIN TARAMASI

Ecem TEZGEL ^a

Orhan AKOVA ^b

^a İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, Türkiye (ecemtezel@gmail.com)

^b İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, İstanbul, Türkiye (oakova@istanbul.edu.tr)

ARTICLE HISTORY

Received:

31.03.2017

Accepted:

10.04.2017

Anahtar Kelimeler:

Müze Ziyaretçileri
Ziyaretçi Motivasyonu
Ziyaretçi Deneyimi
Ziyaretçi Tatmini
Alanyazın Taraması

Keywords:

Museum Visitors
Visitor Motivation
Visitor Experience
Visitor Satisfaction
Literature Review

ÖZ

Turizm arzının bileşenlerinden biri olan müzeler, günümüzde destinasyonlardaki önemli çekicilik unsurlarından biri haline gelmiştir. Son dönemde, müze ziyaretçilerinin sayısı ve müze ziyaretçileri üzerine yapılan araştırmalar buna paralel olarak gün geçtikçe artış göstermeye başlamıştır. Çalışmada, müze ziyaretçileri üzerine yapılan çalışmalara ilişkin alanyazın taraması gerçekleştirilmiş ve çalışmalar tasnif edilmek suretiyle bugüne kadar yapılan çalışmalara bütüncül bir bakış açısıyla bakılabilmeye amaçlanmıştır. Çalışma, müze ziyaretçileri üzerine gelecekte yapılabilecek çalışmalara temel teşkil etmesi bakımından önem arz etmektedir. Alanyazın taramasında, yapılan çalışmaların; (1) ziyaretçi deneyimi, (2) ziyaretçi motivasyonu ve tipolojisi ve (3) ziyaretçi kazanımları şeklinde ele alındığının ve müze ziyaretçileri üzerine yapılan çalışmalarının önemli bir kısmının nitel araştırma yöntemlerinden yararlandığı tespit edilmiştir.

ABSTRACT

As a component of tourism supply, museums have become one of the main attractions in destinations. Due to this, number of museum visitors and studies on museum visitor has increased day by day. In this paper, a literature review of studies on museum visitors was held in order to make classification and was aimed to reveal a holistic view of studies. The paper is important in terms of being a seminal work for future studies. The studies on museum visitors can be classified as studies on (1) visitors experiences, (2) visitor motivations and typologies and (3) visitor benefits according to literature review. Moreover, it was found that qualitative research methods were employed in most of the studies on museum visitors.

GİRİŞ

Müzeler ve turizm arasındaki ilişkiye olan ilgi 1990'lı yıllardan sonra artmaya başlamıştır (Harrison, 1997, s.23). Günümüzde ise, müzeler birçok destinasyonda şehir turizminin geliştirilmesi sürecinde çekicilik unsurlarından birisi olarak kullanılmaktadır (Jansen-Verbeke ve van Rekom, 1996, s.364). Müzeler başlı başına turist çekme potansiyeline sahip olabildiği gibi (Keleş, 2003, s.5-6), buldukları destinasyonda turistlerin daha kaliteli zaman geçirmesine ve kalış sürelerinin uzatılmasına da yardımcı olabilmektedir. Diğer taraftan destinasyonda turizm hareketlerinin yoğun olması, müzelerin ve sergilenen eserlerin tanınırlığını ve bilinirliğini arttırmaktadır (Kervankiran, 2014, s.348). Bu açıdan bakıldığında, turizm ve müzeler arasında simbiyotik bir ilişki olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

Standart bir müze tanımında müzelerin kar amacı gütmeyen kuruluşlar olduğu vurgusu yapılsa da; günümüzde vakıf ve özel şahıs tarafından işletilen birçok müze bulunmaktadır. Bu nedenle, müze yönetimleri artık sadece eserleri sergilemekle kalmamakta; farklılaştırma çabaları içerisine girmek ve etkili tanıtım ve pazarlama teknikleri kullanmak suretiyle, ziyaretçi sayısını ve gelirlerini arttırmaya çalışmaktadırlar (Sezgin, Haşiloğlu ve İnal, 2011, s.204; Kervankiran, 2014, s.345). Bununla birlikte, ziyaretçilerin ihtiyaç, istek, deneyim ve beklentilerinin bilinmesi ve takip edilmesi de müze yönetimleri açısından önemli hale gelmiştir (Sezgin, Haşiloğlu ve İnal, 2011, s.202-203; Yılmaz, 2011, s.183).

Müzelerin varlık nedenlerinin sergilenen eserlerin ilgi duyan bireyler tarafından ziyaret edilmesi olduğu düşünüldüğünde, ziyaretçilerin motivasyonlarını, ilgilerini, ihtiyaçlarını, beklentilerini, deneyimlerini ve kazanımlarını bilmek müze ve destinasyon yönetimleri açısından büyük önem taşımaktadır. Bu çalışmada, müze ziyaretçileri üzerine yapılan çalışmalar yöntemlerine göre ve çalışılan konuya göre tasnif edilmiştir. Bu çalışmanın amacı, bugüne kadar yapılan çalışmaların tasnif edilmesi suretiyle konuya ilişkin bütüncül bir bakış açısının yaratılabilmesi ve alanyazına bu yönüyle katkı sağlamaktır. Ayrıca, çalışmanın gelecek yıllarda müze ziyaretçileri üzerine yapılacak araştırmalara da temel teşkil etmesi amaçlanmaktadır.

MÜZE KAVRAMI

Müze kavramı, Latince "*Mousa*" (esin perisi) anlamına gelen kelimedenden türetilmiştir (Karabıyık, 2007, s.3; Sezer, 2010, s.45). Eski Yunan kültüründe Mousa'nın güzel sanatlar, edebiyat ve ilimleri koruduğuna inanılmış ve Mousa için inananlardan toplanan bağışlarla evler inşa edilmiş ve eserler buralarda sergilenmiştir (Aksoy, 2016, s.5). Uluslararası Müzeler Konseyi (ICOM) müzeyi, kâr amacı gütmeyen, toplumun gelişimine destek sunan, halka açık; eğitim, araştırma ve eğlenme amacıyla insanlığa ve çevresine ait soyut ve somut miras öğelerinin toplanması, korunması, araştırılması, sergilenmesini sağlayan kuruluşlar olarak tanımlamaktadır (ICOM, 2017). Allan (1963, s.5) ise müzeleri, eserlerin, inceleme, etüt ve zevk almak amacıyla yerleştirildiği yapılar olarak tanımlamaktadır. Tanımlardan anlaşıldığı üzere müzelerin eserleri; toplama, koruma, bakım ve onarım, belgeleme, arşivleme, sergileme ve eğitim işlevleri bulunmaktadır (Aksoy, 2016, s.5; Güngör, 2016, s.18-19).

Müzeler sergilenen eserin niteliğine, bağlı oldukları yönetim birimine, hizmet ettikleri bölgeye, hitap ettikleri kitleye ve eserlerin sergileme mekânlarına göre farklı türlere ayrılmaktadır (Güngör, 2016, s.15-16). Aktekin (2008, s.103) ise, müzeleri, konularına ve ilgi alanlarına göre; ulusal, yerel ve genel konulu müzeler yanında belli bir konuya özgü müzeler olarak sınıflandırmaktadır. ICOM'a göre müzeler; sanat müzeleri, arkeoloji ve tarih müzeleri, etnografya müzeleri, tabiat tarihi müzeleri, bilim ve teknoloji müzeleri, bölge müzeleri ve özel amaçlı müzeler olmak üzere yedi grupta toplanmıştır (ICOM, 2017). Türkiye'de Kültür ve Turizm Bakanlığı Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü'ne bağlı farklı türlerde 193, özel müze olarak ise, 244 müze faaliyet göstermektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2017).

Günümüzde müzeler buldukları şehirde ikamet eden insanlar tarafından ziyaret edildiği gibi; aynı zamanda, turizm hareketleri ile birlikte yeni ziyaretçilere de ev sahipliği yapmaktadır (Jolliffe ve Smith, 2001, s.150). Bu nedenle müzelere turistik ürünün çekicilik bileşeni içinde yer verilmektedir. Turist tipolojisine göre, çekicilik unsurları farklılaşmakla birlikte, kültür turistleri açısından çekicilik unsurları arasında; arkeolojik sit ve harabeler, tarihi anıtlar, kültürel rotalar, yerel mimari, mutfak zenginliği, sanat atölyeleri, sahne sanatları ve konserler, müze ve sanat galerileri, festivaller ve fuarların yer aldığı söylemek mümkündür (Hussein Saç, 2008, s.12). Başka bir ifadeyle, müzelerin kültürel miras turizminin en önemli öğeleri arasında yer aldığı

söylenbilir (Jansen-Verbeke ve van Rekom, 1996, s.364; Sezer, 2010, s.50). Goeldner ve Ritchie (2012, s.174) de müzelerin turistik destinasyonların en önemli kültürel çekiciliklerinin başında geldiğini ifade etmektedir. Bu nedenle çalışmada müze ziyaretçileri üzerine gerçekleştirilen çalışmalar turizm disiplini bakış açısıyla ele alınmaya çalışılmıştır.

MÜZE ZİYARETÇİLERİ ÜZERİNE YAPILAN ARAŞTIRMALAR

Her yıl dünya genelinde bir milyardan fazla insanın müzeleri ziyaret ettiği tahmin edilmektedir (Falk, 2016, s.358). Ziyaretçi sayısında meydana gelen artışa paralel olarak, müze ziyaretçileri üzerine olan akademik çalışmalarda son yıllarda artış göstermiştir (Kirchberg ve Tröndle, 2012, s.435). Ziyaretçiler üzerine yapılan çalışmalar incelendiğinde; sanat, müzecilik, turizm ve eğitim alanında yayınlar üreten araştırmacıların konuya ilgi gösterdiğini söylemek mümkündür. Konunun farklı disiplinlerde faaliyetler yürüten araştırmacılar tarafından ele alınması, konuya ilişkin bakış açısının da farklılaşmasına neden olmaktadır. Müze ziyaretçileri üzerine yapılan çalışmaların turizm (Jansen-Verbeke ve van Rekom, 1996; Harrison, 1997; Everett ve Barrett, 2009; Sezer, 2010; Dawson ve Jensen, 2011; Rowe ve Nickels, 2011; Walls, 2011; Sheng ve Chen, 2012; Brida, 2013b; Brida, 2014b; Del Chiappa, Andreu ve Gallarza, 2014; Nielsen ve Gürel, 2016) ve pazarlama (Holbrook ve Hirschman, 1982; Goulding, 2000; Hede ve Thyne, 2010) alanyazınında azınlıkta olması adına ilişkin *deneyim, motivasyon, tipoloji, bölümlendirme, memnuniyet/tatmin, beklenti* vb. kavramların çalışmalarda iç içe geçmesine neden olmuştur.

Müze ziyaretçileri üzerine yapılan çalışmalar incelendiğinde, önemli bir kısmının ziyaretçi *motivasyonu* ve *tipolojilerini* ele alan (Jansen-Verbeke ve van Rekom, 1996; Falk, Moussouri ve Coulson, 1998; Thyne, 2001; Todd ve Lawson, 2001; Packer ve Ballantyne, 2002; Falk, 2006; Falk, Heimlich ve Bronnenkant, 2008; Falk, 2009; Falk ve Storksdieck, 2010; Pekarik ve Mogel, 2010; Rowe ve Nickels, 2011; Trainer, Steele-Inama ve Christopher, 2012; Brida, Disegna ve Scuderi, 2013a; Léger, 2014; Pekarik vd., 2014; Yang vd., 2015; Falk, 2016) ve ziyaret *kazanımlarını* ölçen (Moussouri, 1997; Brown ve Koran, 1998; Falk, Moussouri ve Coulson, 1998; Doering, 1999; Hein, 1998; Hooper-Greenhill, 1999; Pekarik, Doering ve Karns, 1999; Falk ve Dierking, 2000; Yucelt, 2001; Packer ve Ballantyne, 2002; Ballantyne, 2003; Falk vd., 2004; Falk ve Storksdieck, 2005; Krmpotich ve Anderson, 2005; Packer ve Ballantyne, 2005; Falk, 2006; Rojas ve Camamero, 2006; Spiegel vd., 2006; MacFadden vd., 2007; Falk, Heimlich ve Bronnenkant, 2008; Packer, 2008; Falk, 2009; Evans vd., 2010; Falk ve Storksdieck, 2010; Packer ve Bond, 2010; Pekarik, 2010; Trainer, Steele-Inama ve Christopher, 2012; Del Chiappa, Andreu ve Gallarza, 2014; Yang vd., 2015) çalışmalardan oluştuğu görülmektedir. Ziyaret kazanımlarını ölçen çalışmaların önemli bir kısmının *öğrenme* ile ilgili olduğu yapılan alanyazın taraması sonucunda tespit edilmiştir. Bununla birlikte müze içi ziyaretçi *davranışlarına* odaklanan çalışmalarla (Ashworth ve Johnson, 1996; Serrell, 1997; Pekarik, Doering ve Bickford, 1999; Goulding, 2000; Chiozzi ve Andreotti, 2001; Serrell, 2002; Krmpotich ve Anderson, 2005; Bitgood, 2006; Gyllenhaal, 2006; Tsybulskaya ve Camhi, 2009; Brida, Disegna ve Scuderi, 2013b; Brida, Disegna ve Scuderi, 2014a; Del Chiappa, Andreu ve Gallarza, 2014) müze ziyaret sürecini *deneyim* kapsamında ele alan çalışmalar (Smith ve Wolf, 1996; Hede ve Thyne, 2010; Brida, Disegna ve Scuderi, 2014b; Dancstep, Gutwill ve Sindorf, 2015; Kirchberg ve Tröndle, 2015) da alanyazında ele alınan çalışmalar arasında yer almaktadır. Yapılan diğer araştırmaların ise ziyaretçilerin *beklentisini, ziyaret nedenini, ihtiyacını, isteğini ve ilgisini* ölçen çalışmalardan (Harrison, 1997; Yucelt, 2001; Ballantyne, 2003; Sheng ve Chen, 2012; Harman ve Akgündüz, 2014) oluştuğu tespit edilmiştir.

Bunun yanı sıra çalışmalarda farklı yöntemlerin kullanıldığını söylemek mümkündür. Tablo 1’de yapılan çalışmaların yöntem açısından sınıflandırılmasına yer verilmiştir. Alanyazın taramasında ulaşılan en eski çalışma Graburn (1984)’a ait çalışmadır. En güncel çalışmalar ise Falk (2016) ve Nielsen ve Güler (2016)’e ait çalışmalardır.

Tablo 1. Müze Ziyaretçileri Üzerine Yapılan Çalışmaların Yöntem Açısından Sınıflandırılması

Teorik	Graburn, 1984; Hood, 1993; Doering, 1999; Rounds, 2001; Hennes, 2002; Ferguson, 2005; Bitgood, 2006; Hooper-Greenhill, 2006; Spiegel vd., 2006; Hooper-Greenhill, 2007; Rounds, 2007; East, 2008; Dawson ve Jensen, 2011; Kirchberg ve Tröndle, 2012		
Ampirik	Görüşme	Ashworth ve Johnson, 1996; Jansen-Verbeke ve van Rekom, 1996; Smith ve Wolf, 1996; Harrison, 1997; Moussouri, 1997; Serrell, 1997; Brown ve Koran, 1998; Falk, Moussouri ve Coulson, 1998; Combs, 1999; Pekarik, Doering ve Bickford, 1999; Pekarik, Doering ve Karns, 1999; Goulding, 2000; Chiozzi ve Andreotti, 2001; Thyne, 2001; Todd ve Lawson, 2001; Yucelt, 2001; Packer ve Ballantyne, 2002; Serrell, 2002; Ballantyne, 2003; Falk vd., 2004; Falk ve Storcksdieck, 2005; Krmpotich ve Anderson, 2005; Packer ve Ballantyne, 2005; Falk, 2006; Gyllenhaal, 2006; Rojas and Camarero, 2006; MacFadden vd., 2007; Falk, Heimlich ve Bronnenkant, 2008; Packer, 2008; Everett ve Barrett, 2009; Tsybulskaya ve Camhi, 2009; Evans vd., 2010; Falk ve Storcksdieck, 2010; Hede ve Thyne, 2010; Packer ve Bond, 2010; Pekarik ve Mogel, 2010; Rowe ve Nickels, 2011; Sheng ve Chen, 2012; Trainer, Steele-Inama ve Christopher, 2012; Brida, Disegna ve Scuderi, 2013a; Brida, Disegna ve Scuderi, 2013b; Brida, Disegna ve Scuderi, 2014a; Brida, Disegna ve Scuderi, 2014b; Del Chiappa, Andreu ve Gallarza, 2014; Léger, 2014; Pekarik vd., 2014; Dancstep, Gutwill ve Sindorf, 2015; Kirchberg ve Tröndle, 2015; Yang vd., 2015; Falk, 2016; Nielsen ve Gürel, 2016	Jansen-Verbeke ve van Rekom, 1996; Falk, Moussouri ve Coulson, 1998; Pekarik, Doering ve Bickford, 1999; Pekarik, Doering ve Karns, 1999; Thyne, 2001; Serrell, 2002; Ballantyne, 2003; Krmpotich ve Anderson, 2005; Falk, 2006; MacFadden vd., 2007; Falk, Heimlich ve Bronnenkant, 2008; Packer, 2008; Evans vd., 2010; Falk ve Storcksdieck, 2010; Léger, 2014; Falk, 2016; Nielsen ve Güler, 2016
	Gözlem	Serrell, 1997; Goulding, 2000; Chiozzi ve Andreotti, 2001	
	Gözlem ve Görüşme	Falk vd., 2004; Falk ve Storcksdieck, 2005; Packer ve Ballantyne, 2005; Gyllenhaal, 2006; Everett ve Barrett, 2009; Tsybulskaya ve Camhi, 2009; Pekarik ve Mogel, 2010; Pekarik vd., 2014; Kirchberg ve Tröndle, 2015	
	Odak Grup Görüşme	Combs, 1999	
	Gözlem, Görüşme ve Anket	Hede ve Thyne, 2010; Dancstep, Gutwill ve Sindorf, 2015	
	Gözlem ve Anket	Smith ve Wolf, 1996	
	Görüşme ve Anket	Yang vd., 2015	
	Anket	Ashworth ve Johnson, 1996; Brown ve Koran, 1998; Todd ve Lawson, 2001; Yucelt, 2001; Packer ve Ballantyne, 2002; Rowe ve Nickels, 2011; Sheng ve Chen, 2012; Brida, Disegna ve Scuderi, 2013a; Brida, Disegna ve Scuderi, 2013b; Brida, Disegna ve Scuderi, 2014a; Brida, Disegna ve Scuderi, 2014b; Del Chiappa, Andreu ve Gallarza, 2014; Harman ve Akgündüz, 2014	

Kaynak: Yazarlar tarafından derlenmiştir.

Tablo 1 incelendiğinde çalışmaların önemli bir kısmının ampirik olduğu söylenebilir. Ampirik çalışmalar arasında, nitel araştırma desenleri çerçevesinde ele alınan çalışmalar çoğunluktadır. Bununla birlikte, araştırmaların büyük çoğunluğunda veri çeşitlenmesine (triangulation) gidilerek verilerin geçerlik ve güvenilirliğinin sağlanmaya çalışıldığı görülmektedir. Ampirik çalışmalar arasında; ziyaretçi deneyimi, ziyaretçi motivasyonu ve tipolojisi ve ziyaretçi kazanımları ile ilgili çalışmaların ağırlıkta olmasından dolayı çalışmanın devamında bu konular üzerinde durulmaktadır.

Ziyaretçilerin Deneyimiyle İlgili Çalışmalar

Deneyim, Türk Dil Kurumu (TDK) tarafından bir kimsenin belli bir sürede veya hayat boyu edindiği bilgilerin tamamı ya da tecrübe olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2017). Deneyim kavramı pazarlama alanyazınında ise “deneyim ekonomisi”, “deneyimsel değer” ve “deneyimsel pazarlama” başta olmak üzere farklı şekillerde ele alınmıştır (Holbrook ve Hirshman, 1982; Schmitt, 1999; Pine ve Gilmore, 1999; Walls vd., 2011). Günümüzde bireyler salt ihtiyaçlarını karşılamak için değil, deneyimler yaşamak amacıyla da mal ve hizmet talep etmektedirler. Diğer bir ifadeyle bireyler deneyimler yaşamak amacıyla tüketim yapmaktadırlar. Bu nedenle işletmeler kendilerini ürettikleri ürünlerde farklılıklar yaratmak ve müşterilerin duyarına zenginleştirilmiş deneyimler sunmak zorunda hissetmektedirler (Pine ve Gilmore, 1999, p. 14). Deneyim süreci tüketim öncesinde ortaya çıkmakta (Csikszentmihalyi, 1990), tüketim sırasında devam etmekte (Holbrook ve Hirshman, 1982), tüketim sonrasında elde edilen haz, tatmin ve fayda olarak sonuçlanmaktadır (Lewis ve Chambers, 2000). Müze ziyaretçileri bağlamında değerlendirildiğinde; ziyaretçinin ziyareti gerçekleştirme motivasyonu ile deneyim süreci başlamakta, ziyareti ile devam etmekte ve ziyaret sonrası elde ettiği fayda ile sona ermektedir. Diğer bir ifadeyle deneyim süreci, ziyaret öncesi (pre-visit), ziyaret esnası (visit) ve ziyaret sonrası (post-visit) olarak ele alınabilir. Bu nedenle müze deneyimine ait bilgiler ziyaretçi motivasyonlarını, davranışlarını ya da kazanımlarını ölçen çalışmaların içerisinde yer almaktadır.

Müze ziyaretçilerinin deneyimleri üzerine gerçekleştirilen çalışmalarda, ziyaretçilerin ziyaret öncesi, esnası ve sonrasındaki davranışları ve edinimleri üzerinde durulmuştur. Falk ve Dierking (1992) kaleme aldıkları “*The Museum Experience*” adlı kitap çalışmasında müze ziyaretçilerinin deneyimlerini kapsamlı bir şekilde ele almışlardır. Ziyaretçi deneyimlerine ilişkin ampirik nitelik taşıyan öncül çalışmalardan biri Prentice (1996)’in çalışmasıdır. Prentice (1996) çalışmasında ziyaretçi deneyimlerini anlayabilmek için sürecin; (1) aktiviteler, (2) müze ortamı, (3) deneyim ve (4) fayda temelinde değerlendirilmesi gerektiğini vurgulamıştır. Diğer bir ifadeyle ziyaretçi müze ortamında arzuladığı sonuçlara ulaşmak için çeşitli davranışlar sergilemekte ve bunun sonucunda da bir deneyim kazanmaktadır. Falk ve Dierking (2000) yılındaki çalışmalarında ise insanların müzeleri neden ziyaret ettikleri (motivasyon, beklenti vb.), ziyaretten ne bekledikleri (deneyim vb.) ve ziyaret sonrasında ne elde etmek istedikleri (öğrenme, hatırlama vb.) üzerinde durmuşlar ve öğrenme sürecini; (1) kişisel, (2) sosyo-kültürel, (3) fiziksel ve (4) zaman boyutları olmak üzere dört boyut üzerinden incelemişlerdir. Doering (1999) çalışmasında müze ziyaretçilerini; (1) yabancı, (2) misafir ve (3) müşteri şeklinde ele almış ve ziyaretçi deneyimlerini ise (1) sosyal deneyim, (2) nesne deneyimi, (3) kavramsal/zihinsel deneyim ve (4) içedönük deneyim olmak üzere sınıflandırmıştır. Tablo 2’de ziyaret deneyimi boyutlarına denk düşen ifadeler yer verilmiştir. Pekarik, Doering ve Karns (1999) da çalışmalarında ziyaretçi deneyimlerini Doering (1999) ile benzer bir şekilde sınıflandırmışlardır.

Tablo 2. Müze Ziyareti Deneyimlerinin Sınıflandırılması

Sosyal Deneyim	Arkadaş/aile ve diğer insanlarla birlikte zaman geçirmek Çocuğumun yeni şeyler öğrendiğini görmek
Nesne Deneyimi	Sergilenen nesnelerin güzelliği beni harekete geçirmektedir Nadir/sıra dışı/değerli şeyleri görmek “Gerçek şeyi” görmek Böyle bir deneyimi yaşamamanın nasıl olacağını düşünmek. Profesyonel gelişimimi sürdürmek
Kavramsal/Zihinsel Deneyim	Kavrayışımı geliştirme Malumat ve bilgi kazanmak
İçedönük Deneyim	Baktığım şeyin anlamını derinlemesine düşünmek Farklı yerleri ve zamanları hayal etmek Seyahatlerimi/çocukluk deneyimlerimi ve diğer hatıralarımı hatırlamak Spiritüel/tinsel bir bağlantı yakalamak Aidiyet ve bağlılık duygusunu hissetmek

Kaynak: Doering, Z. D. (1999). Strangers, Guests, or Clients? Visitor Experiences in Museums. *Curator*, 42(2), 74-87.

Sosyal deneyim boyutunda ele alınan unsurlar, ziyaretçinin tanıdıkları ve aile bireyleriyle sosyalleşmek amacıyla ziyaret edip etmediğini ölçmektedir. Nesne deneyimi müzede sergilenen eserlere odaklanırken, kavramsal deneyim ziyaretçinin bilgi edinme ve öğrenme sürecini ölçmektedir. Son olarak içedönük deneyim ise ziyaretçinin içsel tatminini ele almaktadır.

Ziyaretçilerin Motivasyonlarıyla İlgili Çalışmalar

Ziyaretçi motivasyonları üzerine yapılan çalışmalardan ilki Jansen-Verbeke ve van Rekom, (1996) tarafından gerçekleştirilmiştir. Yazarlar araştırmanın odağına, ziyaretçilerin müzeleri ziyaret etmelerinin temelinde “öğrenme” isteği olduğu üzerinde duran Falk ve Dierking (1992)’in çalışmasını almışlardır. Araştırma sonucunda ise ziyaretçilerin (1) bir şey öğrenmek, (2) yaşamı zenginleştirmek ve (3) rahatlamak için müzeleri ziyaret ettiğine ulaşılmıştır. Takip eden çalışmada Moussouri (1997) *motivasyonu, ziyaret stratejileri* ile birlikte ziyaretçilerin planlı ziyaretleri öncesi oluşturdukları görülecekler listesinin (agenda) bir parçası olarak ele almıştır. Aynı çalışmada ziyaretçilerin motivasyonları; (1) eğitim, (2) eğlence, (3) sosyalleşme, (4) yaşam döngüsü içinde önemli bir zamanda ziyaret etmiş olma (life-cycle), (5) mekâna özgü önem (place) ve (6) durumsal faktörler (practical issues) başlıklarında incelemiştir. Packer ve Ballantyne (2002) ise çalışmalarında ziyaretçi motivasyonlarını (1) öğrenme ve keşif, (2) eğlenme, (3) ruhsal iyileşme, (4) sosyal etkileşim, (5) kendini gerçekleştirme başlıklarında ele almışlardır. Müzeleri öğrenme amacıyla ziyaret edenleri kimlik temelli olarak ele alan çalışmalarda ise (Falk, 2006; Falk, Heimlich ve Bronnenkant, 2008; Falk, 2009; Falk ve Storksdieck, 2010; Falk, 2016) müze ziyaretçileri farklı tiplere ayrılmıştır:

- **Kâşif (Explorer):** Müzede eserleri keşfetmek amacıyla, merak güdüsüyle hareket eden ziyaretçilerden oluşmaktadır.
- **Kolaylaştırıcı (Facilitator):** Kendilerinden ziyade başta çocukları olmak üzere ilgilendikleri bireylerin ihtiyaç ve arzularını tatmin etme güdüsüyle hareket eden ziyaretçileri kapsamaktadır.
- **Profesyonel/Meraklı (Professional/Hobbyist):** Kâşiflerle benzerlikler taşımakla birlikte; müze ve sergilenen eserlere dair derinlemesine bilgi ve ilgiye sahip olan bireylerden oluşmaktadır.
- **Deneyim Arayan (Experience Seeker):** Deneyim biriktirmek, “orada bulunmak” ve “yapılacaklar listesindeki bir şeyi yapmak” amacıyla ziyaret eden bireyler bu grubu oluşturmaktadır.
- **Yenilenenler (Recharger):** Müzeyi düşündürücü, iyileştirici bir deneyim yaşamak ve günlük yaşantıdan uzaklaşmak için ziyaret eden bireylerin oluşturduğu ziyaretçi grubudur.

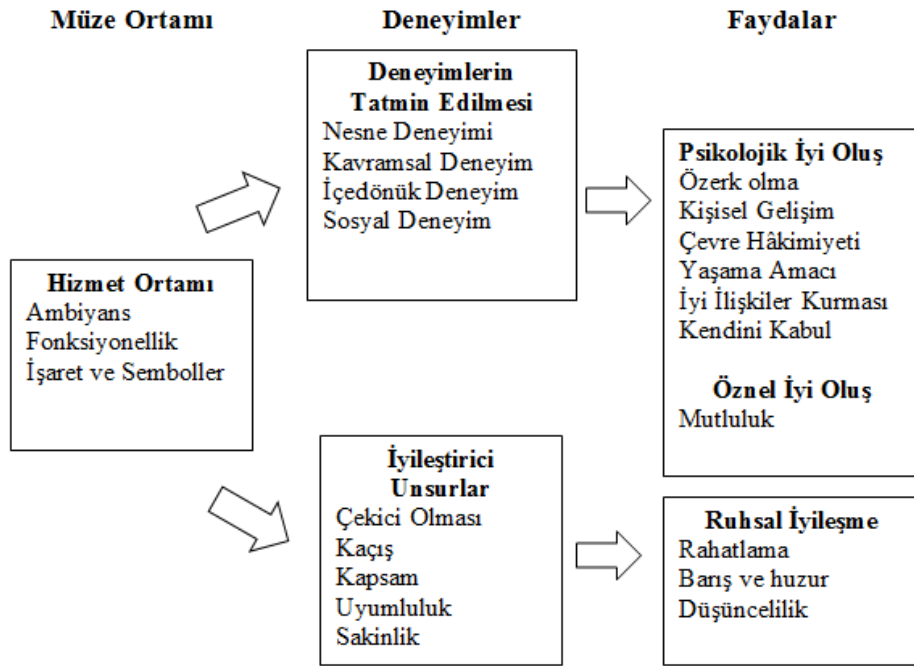
Ziyaretçilerin Kazanımıyla İlgili Çalışmalar

Ziyaretçilerin ziyaret sonrası elde ettiği kazanımları ele alan çalışmaların önemli bir kısmı, sürecin çıktısının “öğrenme” olduğu üzerinde durmaktadır (Falk, Moussori ve Coulson, 1998; Hein, 1998; Hooper-Greenhill,

1999; Falk ve Dierking, 2000; Ballantyne, 2003; Falk vd., 2004; Falk ve Storksdieck, 2005; Packer ve Ballantyne, 2005; Falk, 2006; Falk, Heimlich ve Bronnenkant, 2008; Falk, 2009; Falk ve Storksdieck, 2010; Yang vd., 2015). Ziyaretçi motivasyonlarıyla ilgili çalışmalar kısmında ele alınan ve birçok çalışmada (Falk, 2006; Falk, Heimlich ve Bronnenkant, 2008; Falk, 2009; Dawson ve Jensen, 2011; Rowe ve Nickels, 2011; Trainer, Steele-Inama ve Christopher, 2012) ele alınan sınıflandırmada aynı zamanda ziyaretçilerin öğrenme süreçlerine odaklanmaktadır. Öğrenme konusunu temel alan çalışmalardan bir araştırmada Falk, Moussouri ve Coulson (1998) müze ziyaretçilerinin ziyaret edilen müzedeki konuyla ilgili bilgi dağarcıklarının genişlediği, anlama kapasitelerinin arttığı ve konu hakkındaki hâkimiyetlerinin arttığı sonucuna ulaşmışlardır.

Diğer taraftan, ziyaretçi deneyimi başlığı altında ele alınan bazı çalışmalarda; ziyaretçilerin bu deneyimleri yaşamak suretiyle tatmin olma eğiliminde oldukları vurgulanmıştır (Doering, 1999; Pekarik, Doering ve Karns, 1999). Rojas ve Camarero (2006) ise çalışmalarında beklenti ve deneyimin müze ziyaretçilerinin tatmin düzeylerini nasıl etkilediğini araştırmışlardır. Yazarlar, “tatmin (satisfaction)” kavramı yerine çalışmada beklenti ve deneyim arasındaki farklılığa vurgu yapmak için “yanlış olduğunu kanıtlama (disconfirmation)” kavramını kullanmayı yeğlemişlerdir. Rojas ve Camarero (2006) ziyaretçilerin memnuniyetini etkileyen duygusal durumların (1) haz/keyif (pleasure) ve (2) ruh hali (mood) olduğunu ifade etmiştir. Packer (2008) ise diğer çalışmalardan farklı olarak müze ziyaretini deneyimleme sonucunda tatmin olmanın çıktılarını üzerinde durmuştur. Şekil 1’de Packer (2008)’a ait ziyaretçi deneyim sürecine yer verilmiştir. Packer (2008) çalışmasında Doering (1999)’in çalışmasından yararlanarak ziyaretçi deneyimlerini benzer şekilde sıralamış ve ziyaretçi deneyim sürecini; (1) müze ortamı, (2) deneyimler ve (3) faydalar olmak üzere üç aşamada ele almıştır.

Şekil 1. Müze Deneyim Süreci



Kaynak: Packer, J. (2008). Beyond Learning: Exploring Visitors’ Perceptions of the Value and Benefits of Museum Experiences. *Curator: The Museum Journal*, 51(1), 38.

Packer (2008) müze ziyareti sonrasında elde edilen faydaları ise (1) psikolojik iyi-oluş, (2) öznel iyi-oluş, (3) ruhsal iyileşme (restoration) başlıklarında sınıflandırmıştır. Bu faydaların elde edilme sürecinde hizmet ortamının (müze) ziyaretçiler üzerinde etkili olduğunu ifade etmiştir. Müzeye ait ambiyans, düzen, fonksiyonellik, işaret ve semboller müze deneyimi ve iyileştirici (restorative) unsurlar üzerinde etkili olmakta bu durumda ziyaretçinin yukarıda sıralanan faydaları elde etmesine katkıda bulunmaktadır. Packer ve Bond (2010) tarafından yapılan çalışma, Packer (2008) tarafından gerçekleştirilen çalışmayı temel almış ve benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Çalışma sonucunda müzelerin ziyaretçiler için iyileştirici çevreler olduğu ifade edilmiştir.

SONUÇ

Müze ziyaretçileri üzerine yapılan çalışmalar incelendiğinde turizm ve pazarlama alanyazınındaki çalışmaların azınlıkta olması kavramların iç içe geçmiş olduğu görülmektedir. Bu nedenle çalışmaların doğru ve sistematik bir şekilde tasnif edilmesi, gelecek araştırmalar açısından büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle, çalışmada müze ziyaretçileri üzerine yapılan çalışmalara ilişkin detaylı bir alanyazın taraması gerçekleştirilmiş ve çalışmalar kullanılan yöntem ve ele alınan konu başlıklarına göre kategorize edilmiştir.

Ampirik nitelikteki çalışmalar yöntem temelinde incelendiğinde, önemli bir kısmının nitel araştırma desenleri çerçevesinde ele alındığı tespit edilmiştir. Müze ziyaretçilerine ilişkin araştırmalarda görüşme, görüşme ve gözlem ve gözlem teknikleriyle veri toplamanın ilk sıralarda yer aldığı söylemek mümkündür. Bununla birlikte bazı çalışmalarda veriler nitel araştırma yöntemleri arasında ele alınan tekniklerle toplansa da verilerin sayısallaştırıldığı ve farklılık testleri, faktör analizi, korelasyon ve regresyon analizleriyle analiz edildiği saptanmıştır.

Alanyazın taramasında ele alınan çalışmalar konu temelinde incelendiğinde, ziyaretçi deneyimi, motivasyonu ve tipolojisi ve kazanımlarına ilişkin çalışmaların alanyazında önemli bir yer teşkil ettiği görülmektedir. Bununla birlikte, ziyaretçilerin müze içerisindeki davranışları araştırmaya yönelik de birçok çalışmanın gerçekleştirildiğini söylemek mümkündür. Müze ziyaretçileri üzerine gerçekleştirilen çalışmalar zamanlama açısından ele alındığında ziyaret öncesi (pre-visit), ziyaret esnası (visit) ve ziyaret sonrası (post-visit) olarak sınıflandırılabilir. Ziyaretçilerin motivasyonunu ölçen çalışmalar ziyaret öncesi dönemi ele almakla birlikte, ziyaret esnasını ölçen çalışmalar ziyaretçi davranışlarına ve deneyimlerine odaklanmaktadır. Müze ziyaretinin hemen sonrasında ya da belli bir süre sonra verilerin toplanması suretiyle ise gerçekleştirilen çalışmalar ise ziyaretçilerin kazanımlarına odaklanmaktadır.

Sonuç olarak müze ziyaretçileriyle ilgili yapılan çalışmaların çoğunlukla müze deneyimi, motivasyonları ve tipolojisi ve kazanımına odaklanan nitel araştırma yöntemlerinin kullanıldığı çalışmalardan oluştuğunu söylemek mümkündür. Yapılan araştırma sonrasında, uygulamacılara yönelik bazı öneriler sunulabilir. Müze yöneticileri müze ziyaretçilerinin ilgi, beklenti, ihtiyaç, motivasyonlarını takip etmelidirler. Yöneticilerin bu hususları takip etmeleri ziyaretçilere daha olumlu bir müze deneyimi sunmalarını kolaylaştıracak ve ziyaretçilerin memnuniyet/tatmin düzeyleri yüksek gerçekleşecektir. Çalışma sonrasında gelecekte müze ziyaretçileri üzerine çalışma yapmayı düşünen araştırmacılara da öneriler getirmek mümkündür. Türkiye’de müze ziyaretçileri üzerine yapılan çalışmaların sayısının yeterli olmadığı görülmektedir. Bu nedenle, Türkiye’de faaliyet gösteren müze çeşidi ve sayısı düşünüldüğünde bu araştırmaların artırılması gerektiği açıktır. Bunun yanında, araştırmacılar, farklı müze türlerinde ziyaretçilerin motivasyonları, tipolojileri, tatmin düzeyleri farklı veri toplama teknikleriyle ölçülebilir ve farklı müze türlerinde benzer konular üzerine karşılaştırmalı çalışmalar gerçekleştirilebilir.

KAYNAKÇA

- Aksoy, E. (2016). İstanbul'daki devlet müzeleri ve özel müzelerin reklam stratejileri açısından değerlendirilmesi. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sanat Yönetimi Anabilim Dalı, İstanbul.
- Aktekin, S. (2008). Müze uzmanlarının okulların eğitim amaçlı müze ziyaretlerine ilişkin görüşleri. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 9 (2), 103-111.
- Allan, A. D. (1963). *Müzelerin Teşkilatlanması-Pratik Öğütler*. UNESCO, ICOM Türkiye Millî Komitesi Yayınları.
- Ashworth, J. ve Johnson, P. (1996). Sources of "Value for Money" for museum visitors: Some survey evidence. *Journal of Cultural Economics*, 20, 67-83.
- Ballantyne, R. (2003). Interpreting apartheid: Visitors' perceptions of the District Six Museum. *Curator: The Museum Journal*, 46(3), 279-292.
- Bitgood, S. (2006). An analysis of visitor circulation: Movement patterns and the general value principle. *Curator: The Museum Journal*, 49(4), 463-475.
- Brida, J. G., Disegna, M. ve Scuderi, R. (2013a). Visitors of two types of museums: A segmentation study. *Expert Systems with Applications*, 40(6), 2224-2232.
- Brida, J. G., Disegna, M. ve Scuderi, R. (2013b). Visitors to two types of museums: Do expenditure patterns differ?. *Tourism Economics*, 19(5), 1027-1047.
- Brida, J. G., Disegna, M. ve Scuderi, R. (2014a). The behaviour of repeat visitors to museums: Review and empirical findings. *Quality & Quantity*, 48(5), 2817-2840.
- Brida, J. G., Disegna, M. ve Scuderi, R. (2014b). The visitors' perception of authenticity at the museums: Archaeology versus modern art. *Current Issues in Tourism*, 17(6), 518-538.
- Brown, S. F. ve Koran, J. J. (1998). Learning from ruins: A visitor study at Uxmal. *Curator: The Museum Journal*, 41(2), 121-131.
- Chiozzi, G. ve Andreotti, L. (2001). Behavior vs. time: Understanding how visitors utilize the Milan Natural History Museum. *Curator: The Museum Journal*, 44(2), 153-165.
- Combs, A. A. (1999). Why do they come? Listening to visitors at a decorative arts museum. *Curator: The Museum Journal*, 42(3), 186-197.
- Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow-The Psychology of Optimal Experience*. New York: Harper & Row.
- Dancstep, T., Gutwill, J. P. ve Sindorf, L. (2015). Comparing the visitor experience at immersive and tabletop exhibits. *Curator: The Museum Journal*, 58(4), 401-422.
- Dawson, E. ve Jensen, E. (2011). Towards a contextual turn in visitor studies: Evaluating visitor segmentation and identity-related motivations. *Visitor Studies*, 14(2), 127-140.
- Del Chiappa, G., Andreu, L. ve Gallarza, M. G. (2014). Emotions and visitors' satisfaction at a museum. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 8(4), 420-431.
- Doering, Z. D. (1999). Strangers, guests, or clients? Visitor experiences in museums. *Curator: The Museum Journal*, 42(2), 74-87.
- East, J. W. (2008). Searching the museum studies journal literature. *Curator: The Museum Journal*, 51(3), 311-317.
- Evans, E. M., Spiegel, A. N., Gram, W., Frazier, B. N., Tare, M., Thompson, S. ve Diamond, J. (2010). A conceptual guide to Natural History Museum visitors' understanding of evolution. *Journal of Research in Science Teaching*, 47(3), 326-353.

- Everett, M. ve Barrett, M. S. (2009). Investigating sustained visitor/museum relationships: Employing narrative research in the field of museum visitor studies. *Visitor Studies*, 12(1), 2-15.
- Falk, J. H. (2006). An identity-centered approach to understanding museum learning. *Curator: The Museum Journal*, 49(2), 151-166.
- Falk, J. H. (2009). *Identity and the Museum Visitor Experience*. Walnut Creek: Left Coast Press.
- Falk, J. H. (2016). Museum audiences: A visitor-centered perspective. *Society and Leisure*, 39(3), 357-370.
- Falk, J. H. ve Dierking, L. D. (1992). *The Museum Experience*. Washington, DC: Whalesback Books.
- Falk, J. H. ve Dierking, L. D. (2000). *Learning from Museums: Visitor Experiences and the Making of Meaning*. Walnut Creek: AltaMira Press.
- Falk, J. H. ve Storksdieck, M. (2010). Science learning in a leisure setting. *Journal of Research in Science Teaching*, 47(2), 194-212.
- Falk, J. H., Heimlich, J. ve Bronnenkant, K. (2008). Using identity related visit motivations as a tool for understanding adult zoo and aquarium visitors' meaning making. *Curator: The Museum Journal*, 51(1), 55-79.
- Falk, J. H., Moussouri, T. ve Coulson, D. (1998). The effect of visitors' agendas on museum learning. *Curator: The Museum Journal*, 41(2), 107-120.
- Falk, J. H., Scott, C., Dierking, L., Rennie, L. ve Jones, M. C. (2004). Interactives and visitor learning. *Curator: The Museum Journal*, 47(2), 171-198.
- Falk, J. ve Storksdieck, M. (2005). Using the contextual model of learning to understand visitor learning from a science center exhibition. *Science Education*, 89(5), 744-778.
- Ferguson, B. (2005). Exhibition rhetorics: Material speech and utter sense. R. Greenberg, B. Ferguson ve S. Nairne, (Eds.), *Thinking about Exhibitions* içinde (s. 175-190). Oxon: Routledge.
- Goeldner, C. R. ve Ritchie, J. B. (2012). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. New York: John Wiley & Sons.
- Goulding, C. (2000). The museum environment and the visitor experience. *European Journal of Marketing*, 34(3/4), 261-278.
- Graburn, N. H. (1984). The museum and the visitor experience. S. K. Nichols, M. Alexander ve K. Yellis, (Eds.), *Museum Education Anthology: 1973-1983* içinde (s. 177-182). Washington, DC: Museum Education Roundtable.
- Güngör, E. B. (2016). Sosyal Bilgiler öğretmenlerinin müze alışkanlıkları (Erzurum ili örneği). (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Giresun Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İlköğretim Anabilim Dalı, Giresun.
- Gyllenhaal, E. D. (2006). Memories of math: Visitors' experiences in an exhibiton about calculus. *Curator: The Museum Journal*, 49(3), 345-364.
- Harman, S. ve Akgündüz, Y. (2014). Efes Örenyeri ziyaretçilerinin müze deneyimi beklentilerini belirlemeye dönük bir araştırma. *İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(2), 113-133.
- Harrison, J. (1997). Museums and touristic expectations. *Annals of Tourism Research*, 24(1), 23-40.
- Hede, A. ve Thyne, M. (2010). A journey to the authentic: Museum visitors and their negotiation of the inauthentic. *Journal of Marketing Management*, 26(7-8), 686-705
- Hein, G. E. (1998). *Learning in the Museum*. Londra: Routledge.
- Hennes, T. (2002). Rethinking the visitor experience: Transforming obstacle into purpose. *Curator: The Museum Journal*, 45(2), 109-121.
- Holbrook, M. B. ve Hirschman, E. C. (1982). The experiential aspects of consumption: consumer fantasies, feelings and fun. *Journal of Consumer Research*, 9(2), 132-140.

- Hood, M. (1993). Staying away. Why people choose not to visit a museum. G. Anderson, (Ed.), *Reinventing the Museum: Historical and Contemporary Perspectives on the Paradigm Shift* içinde (s. 150-157). Lanham: Rowman AltaMira.
- Hooper-Greenhill, E. (1999). *The Educational Role of the Museum*. Londra: Routledge.
- Hooper-Greenhill, E. (2006). Studying visitors. S. Macdonald, (Ed.), *A Companion to Museums Studies* içinde (s. 362-376). Oxford: Blackwell.
- Hooper-Greenhill, E. (2007). Changing values in the art museum: Rethinking communication and learning. B. M. Carbonell, (Ed.), *Museums Studies: An Anthology of Contexts* içinde (s. 556-575). Oxford: Blackwell.
- Hussein, A. T. ve Saç, F. (2008). *Genel Turizm*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- ICOM (2017). <http://icom.museum/the-vision/museum-definition/>, (Erişim Tarihi: 27.02.2017).
- Jansen-Verbeke, M. ve van Rekom, J. (1996). Scanning museum visitors: Urban tourism marketing. *Annals of Tourism Research*, 23(2), 364-375.
- Jolliffe, L. and Smith, R. (2001). Heritage, tourism and museums: The case of the North Atlantic Islands of Skye, Scotland and Prince Edward Island, Canada. *International Journal of Heritage Studies*, (7) 2, 149-172.
- Karabıyık, A. (2007). Çağdaş sanat müzeciliği kapsamında Türkiye'deki müzecilik hareketlerine bir bakış. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Resim Anabilim Dalı, Erzurum.
- Keleş, V. (2003). Modern müzecilik ve Türk müzeciliği. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(1-2), 1-17.
- Kervankiran, İ. (2014). Dünyada değişen müze algısı ekseninde Türkiye'deki müze turizmine bakış. *Turkish Studies-International Periodical for The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 9(11), 345-369.
- Kirchberg, V. ve Tröndle, M. (2012). Experiencing exhibitions: A review of studies on visitor experiences in museums. *Curator: The museum journal*, 55(4), 435-452.
- Kirchberg, V. ve Tröndle, M. (2015). The museum experience: Mapping the experience of fine art. *Curator: The Museum Journal*, 58(2), 169-193.
- Krmpotich, C. ve Anderson, D. (2005). Collaborative exhibitions and visitor reactions: The case of Nitsitapiisinni: Our way of life. *Curator: The Museum Journal*, 48(4), 377-405.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2017). <http://www.kulturvarliklari.gov.tr/TR,43253/bakanligimiza-bagli-muzeler.html>, (Erişim Tarihi: 27.02.2017).
- Léger, J. F. (2014). Shaping a richer visitors' experience: The IPO interpretive approach in a Canadian museum. *Curator: The Museum Journal*, 57(1), 29-44.
- Lewis, R. C. ve Chambers, R. E. (2000). *Marketing Leadership in Hospitality*. New York: John Wiley.
- MacFadden, B. J., Dunckel, B. A., Ellis, S., Dierking, L. D., Abraham-Silver, L., Kisiel, J. ve Koke, J. (2007). Natural History Museum visitors' understanding of evolution. *BioScience*, 57(10), 875-882.
- Moussouri, T. (1997). Family agendas and family learning in hands-on museums. (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Leicester Üniversitesi, Leicester, Birleşik Krallık.
- Nielsen, A. ve Gürel, E. (2016). Visitors' perceptions of museums. *8th World Conference for Graduate Research in Tourism Hospitality and Leisure*, 24 - 29 May 2016, Bodrum, Turkey.
- Packer, J. (2008). Beyond learning: Exploring visitors' perceptions of the value and benefits of museum experiences. *Curator: The Museum Journal*, 51(1), 33.

- Packer, J. ve Ballantyne, R. (2002). Motivational factors and the visitor experience: A comparison of three sites. *Curator: The Museum Journal*, 45(3), 183-198.
- Packer, J. ve Ballantyne, R. (2005). Solitary vs. shared: Exploring the social dimension of museum learning. *Curator: The Museum Journal*, 48(2), 177-192
- Packer, J. ve Bond, N. (2010). Museums as restorative environments. *Curator: The Museum Journal*, 53(4): 421-436.
- Pekarik, A. J. (2010). From knowing to not knowing: Moving beyond "outcomes". *Curator: The Museum Journal*, 53(1), 105-115.
- Pekarik, A. J. ve Mogel, B. (2010). Ideas, objects, or people? A Smithsonian Exhibition team views visitors anew. *Curator: The Museum Journal*, 53(4), 465-482.
- Pekarik, A. J., Doering, Z. D. ve Bickford, A. (1999). Visitors' role in an exhibition debate: Science in American life. *Curator: The Museum Journal*, 42(2), 117-129.
- Pekarik, A. J., Doering, Z. D. ve Karns, D. A. (1999). Exploring satisfying experiences in museums. *Curator: The Museum Journal*, 42(2), 152-173.
- Pekarik, A. J., Schreiber, J. B., Hanemann, N., Richmond, K. ve Mogel, B. (2014). IPOP: A theory of experience preference. *Curator: The Museum Journal*, 57(1), 5-27.
- Pine, J. ve Gilmore, J. (1999). *The Experience Economy. Work is Theatre and Every Business a Stage*. Boston: Harvard Business School Press.
- Prentice, R. (1996). Managing implosion: The facilitation of insight through the provision of context. *Museum Management and Curatorship*, 15(2), 169-185.
- Rojas, M. C. ve Camarero, M. C. (2006). Experience and satisfaction of visitors to museums and cultural exhibitions. *International Review on Public and Non Profit Marketing*, 3(1): 49-65.
- Rounds, J. (2001). Is there a core literature in museology?. *Curator: The Museum Journal*, 44(2), 194-206.
- Rounds, J. (2007). On the uses of museum studies literature: A research agenda. *Curator: The Museum Journal*, 50(1), 135-146.
- Rowe, S. ve Nickels, A. (2011). Visitor motivations across three informal education institutions: An application of the identity-related visitor motivation model. *Visitor Studies*, 14(2), 162-175.
- Schmitt, B. H. (1999). *Experiential Marketing: How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act and Relate to Your Company and Brands*. New York: The Free Press.
- Serrell, B. (1997). Paying attention: The duration and allocation of visitors' time in museum exhibitions. *Curator: The museum journal*, 40(2), 108-125.
- Serrell, B. (2002). Are they watching? Visitors and videos in exhibitions. *Curator: The Museum Journal*, 45(1), 50-64.
- Sezer, M. S. (2010). Türkiye turizm sektöründe müze turizminin payının değerlendirilmesi. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Anabilim Dalı, Ankara.
- Sezgin, M., Haşıloğlu, S. B. ve İnal, M. E. (2011). Müze pazarlamasında müşteri ilişkileri ve deneyimleri üzerine bir araştırma. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(13), 201-220.
- Sheng, C. ve Chen, M. (2012). A study of experience expectations of museum visitors. *Tourism Management*, 33, 53-60.
- Smith, J. K. ve Wolf, L. F. (1996). Museum visitor preferences and intentions in constructing aesthetic experience. *Poetics*, 24(2-4), 219-238.

- Spiegel, A., Evans, M., Gram, W. ve Diamond, J. (2006). Museum visitors' understanding of evolution. *Museums & Social Issues*, 1(1), 69-86.
- TDK (2017). http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS
- Thyne, M. (2001). The importance of values research for nonprofit organisations: The motivation based values of museum visitors. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 6(2), 116-130.
- Todd, S. ve Lawson, R. (2001). Lifestyle segmentation and museum/gallery visiting behaviour. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 6(3), 269-277.
- Trainer, L., Steele-Inama, M. ve Christopher, A. (2012). Uncovering visitor identity, *Journal of Museum Education*, 37(1), 101-114.
- Tsybulskaya, D. ve Camhi, J. (2009). Accessing and incorporating visitors' entrance narratives in guided museum tours. *Curator: The Museum Journal*, 51(1), 81-100.
- Walls, A. R., Okumus, F., Wang, Y. ve Kwun, D. J. (2011). An epistemological view of consumer experiences. *International Journal of Hospitality Management*, 30(1), 10-21.
- Yang, K. K., Hong, Z. R., Liu, M. C. ve Lin, H. S. (2015). Exploring the role of visitors' self-identity in marine museum learning. *International Journal of Science Education*, 5(4), 375-393.
- Yılmaz, İ. (2011). Müze ziyaretçilerinin hizmet kalitesi algılamaları: Göreme Açık Hava Müzesi örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 22(2), 183-193.
- Yucelt, U. (2001). Marketing museums: An empirical investigation among museum visitors. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 8(3), 3-13.