

ÇOCUKLARA YÖNELİK SANAL MÜZELERDE ZİYARETÇİ DENEYİMİ

Işıl AKTUĞLU¹

Sinem YEYGEL ÇAKIR²

ÖZ

Deneyim ekonomisi kavramının pek çok alanda önem kazanmasıyla birlikte, yeni nesil müzecilik anlayışında da ziyaretçi deneyimi ve bu deneyimin içeriği konuları üzerine çalışmalar yapılmaya başlanmıştır. Çevrimiçi uygulamalarla müze ziyaretlerini çocuklar ve gençler için çekici hale getirmeyi hedefleyen sanal müzeler, gerçek müze ziyaret deneyimlerini pekiştiren, dijital ortamın yapısından kaynaklı zaman ve mekan sınırı olmaksızın ulaşılabilirliği olan ortamlardır. Dolayısıyla deneyim ekonomisi çerçevesinde çocuklara yönelik sanal müzelerde tasarım ve içerik sunumları, dijital ortamın doğası göz önüne alınarak tasarlanmalıdır. İçerik analizi yönteminin kullanıldığı bu çalışmada, çocuklara yönelik özel olarak tasarlanmış sanal müze web sitelerinin müze ziyaretçi deneyimine etki eden deneyim unsurları ve deneyim alanları bağlamında değerlendirilmesi amaçlanmaktadır. Betimleyici araştırma modeli ve amaçlı örneklem yöntemi ile gerçekleştirilen çalışmada, çocuklara yönelik sanal müzelerde deneyimin boyut ve kategorileri bağlamında deneyimi eşsiz ve unutulmaz kılan içerik ve tasarım faktörlerinin neler olduğu sorusu irdelenmiştir. Araştırma bulguları değerlendirildiğinde; sanal müze tasarımlarında içerikler ve ortama ait somut tasarım unsurlarının belirlenmesinde bütünsel bir deneyim tasarımı ile hareket edilmesi ve hedef kitlenin çocuk olması göz önüne alınarak seçilecek deneyim tasarımı unsurlarında bu kitleye yönelik stratejiler belirlenmesi önem taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: çocuk ve müze, deneyim, sanal müze, ziyaretçi deneyimi.

VISITOR EXPERIENCE IN VIRTUAL MUSEUMS FOR CHILDREN

ABSTRACT

As the concept of experience economy has gained importance in many areas, it has created an important area in the new generation museum approach where studies on visitor experience and the content of this experience are carried out. Virtual museums, which aim to make museum visits attractive for children and young people with online applications, are environments that reinforce real museum visit experiences and are accessible without time and space limitations due to the structure of the digital environment. Therefore, within the framework of the experience economy, the design and content presentations in virtual museums for children should be designed taking into account the nature of the digital environment. In this study, where the content analysis method is used, it is aimed to evaluate virtual museum websites specially designed for children in the context of experience elements and experience areas that

Araştırma Makalesi

Research Article

¹ Prof.Dr. Öğretim Üyesi
Ege Üniversitesi İletişim
Fakültesi, İzmir, Türkiye

E-Posta
isil.karpat@ege.edu.tr
ORCID
0000-0003-2493-5866

² Prof.Dr. Öğretim Üyesi
Ege Üniversitesi İletişim
Fakültesi, İzmir, Türkiye

E-Posta
sinem.yeygel@ege.edu.tr
ORCID
0000-0003-3947-1275

Başvuru Tarihi / Received
01.07.2024

Kabul Tarihi / Accepted
12.08.2024

affect the museum visitor experience. In the study conducted with the descriptive research model and purposeful sampling method, the question of what are the content and design factors that make the experience unique and unforgettable in the context of the dimensions and categories of experience in virtual museums for children was examined. When the research findings are evaluated; It is important to act with a holistic experience design in determining the concrete design elements of the content and environment in virtual museum designs and to determine strategies for this audience in the experience design elements to be selected, taking into account that the target audience is children.

Keywords: children and museum, experience, virtual museum, visitor experience.

GİRİŞ

Bireylerin yaşamları boyunca edindiği bilgileri ve içinde bulunduğu koşullara bağlı olarak kazandığı becerileri içeren deneyim kavramı, aslında kişinin çevreye yönelik algıları ve yaşam koşullarıyla şekillenmektedir. Türk Dil Kurumuna göre deneyim, “*bir kimsenin belli bir sürede veya hayat boyu edindiği bilgilerin tamamı; deney, tecrübe, eksperyans*” olarak tanımlanmakta (Türk Dil Kurumu; 2024), dolayısıyla deneyim, uyarıyı algılamayı ve bireyin davranışlarını içeren duyuşsal, bilişsel, fiziksel ve duyuşsal deneyimler şeklinde kendini gösterebilir.

Günümüzde deneyimi içeren uygulamalar eğitim, sağlık, kültür, spor gibi günlük yaşam dinamiklerine insanları çekmek ve orada kalmalarını sağlayarak öğrenmelerini gerçekleştirmek için kullanılmaktadır. Deneyimin bireyin öğrenme sürecinde kalıcı değişikliği sağlamada çok yönlü yapısı nedeniyle etkisi yüksektir. Dijital dünyanın geliştirdiği koşullar etkisinde deneyim ve deneyim odaklı çalışmaların giderek önem kazandığı görülmektedir. Dijital ortamın yapısına bağlı olarak sunduğu uyarı çeşitliliğinin (sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik uygulamaları vb.) yarattığı bütünsel deneyimin birey üzerinde uyarıyı algılama ve yorumlamada etkisini arttırdığı söylenebilir. Chertoff vd. (2010)’ın ifade ettiği üzere bütünsel deneyim, gelişmiş bir mevcudiyet/varlık duyuşu tanımlayabilmek, doğru, akılda kalıcı ve istikrarlı şemanın oluşturulabileceği durumlar yaratmak için deneyimin çeşitli unsurlarını (duyuşsal, bilişsel, duyuşsal, aktif/kişisel ve ilişkisel/sosyal) bütünleştirmektir (104-105).

Bir toplumun tanımlayıcı ögesi olarak kültürel ve tarihi mirasının nesiller boyunca aktarımını sağlayan müzecilik faaliyetleri de deneyime yönelik uygulamaların kullanıldığı bir alanı oluşturmaktadır. Bu noktada kültürel mirasın taşıyıcısı olan müzelerin ziyaretçileriyle yakın etkileşim kurarak, unutulmaz deneyimlerin ortaya çıkmasında dijital teknolojinin katkısı son derece önemlidir. Müze ziyaretçilerinin gerçek ve dijital ortamdaki müze gezilerini eşsiz kılacak, etkileşimi yüksek bir hikaye ve tema ile şekillenmiş unutulmaz bir deneyimin oluşturulması ziyaretçi memnuniyeti ve öğrenme sürecine katkısı açısından önemlidir. Sanal müzelerde deneyimsel tasarımın oluşturulmasında; deneyimin içine nüfuz etme/dalma, eğlenme, eğitici- eğlenme, estetik, kaçış gibi deneyim boyutlarına yönelik deneyimsel tasarımlar gerçekleştirilebilir. Bu kapsamda müzelerde oyunlaştırma ve gizemli müze görev stratejik uygulamalarının kullanılması; ziyaretçinin bilişsel deneyim değerine ulaşmasını sağlayacak güvenilir, doğru ve anlaşılır bilgi paylaşımı ile içerik üretimlerinin yapılması; somut tasarım unsurları bağlamında kolay kullanılır, gezilebilir kullanıcı dostu bir tasarımın gerçekleştirilmesi; ziyaretçi-müze, müze-ziyaretçi arası etkileşimi olanaklı kılan ilişkiel deneyim boyutunu destekleyecek tasarım unsurlarının varlığı önemlidir (Yeygel Çakır ve Aktuğlu, 2023: 142). Müze ziyaretine yönelik memnuniyetin gerçekleşmesinde müze ziyaretçilerinin ortamda yaşamış oldukları deneyimi nasıl algıladıkları ve yorumladıkları etkili olmaktadır. Bu bağlamda müze ziyaretçi deneyimlerinde memnuniyet sağlayıcı unsurların dijital alanlarda da dikkatle planlanması önem arz etmektedir.

Yeni nesil müzecilik anlayışında, eğitici-eğlence deneyim kavramının son yıllarda dikkat çekmeye başlamasında, deneyim ekonomisi kavramının da birçok alanda konuşulur hale gelmesi etkili olmuştur. Eğitici-eğlence özellikle ziyaretin zorluğunu eğlenceli ve eğitici aktivitelerle telafi etmeye odaklanırken; deneyim ekonomisi, her türden tüketicuyu fiziksel, psikolojik ve duygusal olarak dahil edebilecek deneyimler sunmanın gerekli olduğu üzerine odaklanmaktadır. Bu bağlamda modern teknolojiler, eğitimsel amaçlara ziyaretçileri duygusal olarak dahil etme açısından son derece etkili deneyimler ortaya çıkarmaya yardımcı olmaktadır. Bu sistemlerle harmanlanmış bir sanal müze, kullanımı kolay, eğlenceli ve eğitici bir

deneyim sunacak etkili bir deneyim tasarımıyla oluşturulmuşsa, ziyaretçi deneyiminde olumlu bir etki yaratması mümkün hale gelmektedir (Barbieri vd., 2017: 101;108). Yeni nesil müze anlayışında, çocukları ve gençleri çevrimiçi sunumlara izleyici olarak dahil edecek stratejiler geliştirmek, günümüzün dijital yerlileri olan çocuklar ve gençleri hayatlarının gündelik döngüsü içinde yakalayarak müze ziyaretçileri haline getirmeyi kolaylaştıracaktır (Johnston, 2008: 83). Bu açıdan bakıldığında, özellikle çocuklara yönelik gerçekleştirilecek sanal müze tasarımlarında, bu ziyaretin amacı ve nedenleri de göz önüne alınarak, çocuğun kültürel mirası öğrenme süreçlerinin gerçekleşebilmesinde, eğitici-eğlence yönü ağır basan bir ziyaretçi deneyiminin gerçekleşmesine zemin hazırlayacak tasarım unsurlarının kullanılması önem arz etmektedir.

1. Ziyaretçi Deneyimi

Deneyimsel pazarlama çalışmalarında önemli unsurlardan biri olan ziyaretçi deneyiminde bilişsel, duygusal, duyuşsal ve fiziksel boyutların yarattığı etkiler özellikle ziyaretçi deneyiminin memnuniyeti açısından göz ardı edilemez niteliktedir. Bu nedenle tüm uyaranlara hitap edecek nitelikte bütünsel bir deneyim yaratılması deneyimin eşsizliği açısından da değerlendirilebilir.

Son yıllarda yapılan araştırmalar, müze ziyaretlerinin artık basit bilgilendirici kültürel ziyaretler olmadığını, aksine deneyimler olduğunu ortaya koymakta ve ziyaretçilerin müzelerden eğlence, kültür, eğitim ve sosyal etkileşimin dahil edilebileceği *toplum bir deneyim* aradıklarını tanımlamaktadır (Dirsehan, 2012: 107-108). Deneyim sürecinde hem duylara hem de duygulara seslenen özgün bir tema yaratma ve diğerleri ile ilişki ve etkileşime dayanan bir yorumlama süreci ile bilişsel bir akışta kazanılan bilinç düzeyinin oluşturulmasında; özellikle sanal müzelerde dijital teknolojilerin etkileşimlilik özelliği, çoklu duyuşsal algıya seslenme boyutu, bilgiyi etkin bir şekilde sunma ve ziyaretçi açısından tekrarlanabilir deneyimleri teşvik etme faktörleri bağlamında, anlamlı ziyaretçi deneyimleri oluşturma rolünden söz edilebilir (Yeygel Çakır ve Aktuğlu, 2023: 136). Bütünsel hizmet deneyimi koşulları kapsamında değerlendirildiğinde; ziyaretçi deneyimi, genel memnuniyet, unutulmaz deneyim ve davranışsal niyetlerin bir fonksiyonu olarak tanımlanabilir (Elgammal vd. 2020: 50).

Ziyaretçi deneyimini açıklamaya yönelik olarak Packer ve Ballantyne'nin "Çok Yönlü Model"i, Falk ve Dierking'in "Etkileşimli Deneyim Modeli", Pine ve Gilmore'un ortaya koyduğu "Deneyim Alanları", Schmitt'in "Stratejik Deneyim Modülü" ile Tarssanen ve Kylanen'in "Deneyim Piramidi Modeli" olmak üzere pek çok model geliştirilmiştir. Tüm modeller değerlendirildiğinde, hepsinin deneyimi etkileyen boyut ve unsurları da kapsayan geniş kapsamlı modeller olduğu ve belirtilen deneyim boyutlarının bireyde bıraktığı etkileri doğru analiz etme ve kullanım amaçlarına uygun deneyim sürecinin tasarlanmasına vurgu yaptıkları görülmektedir.

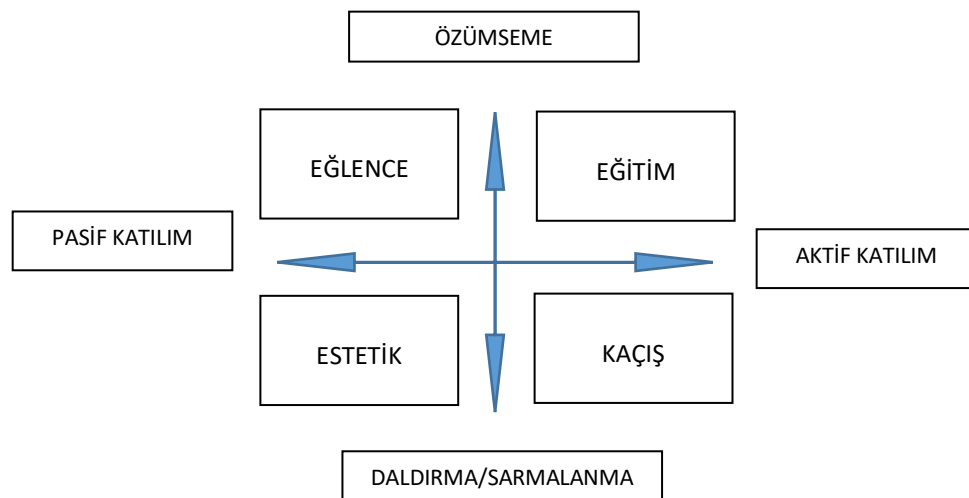
Pine ve Gilmore "*Deneyimin Dört Alanı*"nı tanımladıkları çalışmalarında; deneyimleri anlamlandırmanın iki boyutunu ortaya koymaktadırlar. Bu boyutlardan birincisi, *müşteri katılımına* karşılık gelir ve katılımın niteliğine göre aktif ve pasif katılım olarak tanımlanır. *Pasif katılım*, müşterilerin performansı hiçbir şekilde etkilemediği deneyimleri içermektedir. Bu tür katılımcılar arasında, örneğin olayı gözlemci veya dinleyici olarak deneyimleyen klasik müzik müdavimleri gibi katılımcılar yer alır. Yelpazenin diğer ucunda ise, deneyime yol açan performansın veya etkinliğin yaratılmasında müşterilerin anahtar rol oynadığı *aktif katılım* yer almaktadır. Örneğin; bir yarış izlemeye gelen insanlar tamamen pasif katılımcı değil; orada bulunarak da başkalarının deneyimlediği görsel ve işitsel olaya katkıda bulunan aktif deneyimler sergileyebilmektedirler. Deneyimin ikinci boyutu, müşterileri olay veya performansla birleştiren bağlantıyı veya çevresel ilişkiyi tanımlayan *özümseme (absorption)* ve *sarmalanma/daldırma (immersion)* boyutudur. Örneğin bir maçı tribünden izleyenler önlerinde gerçekleşen olayı özümserken; sahada duran insanlar kendilerini çevreleyen görüntü, ses ve kokuların içinde kaybolur yani durumla ve deneyimle sarmalanırlar. Pine ve Gilmore deneyimleri, bu temel iki boyut ekseninde nereye düştüklerine göre dört kategoriye ayırmaktadırlar. Şekil1.'de de görüldüğü gibi söz konusu deneyim türlerine yönelik sınıflandırma aşağıdaki gibi özetlenebilir (Pine ve Gilmore; 1998: 101-102):

- *Eğlence deneyimi*: Bu deneyim türü, pasif katılım ve özümseme boyutu ile ilişkilidir. Çoğu insanın eğlence olarak düşündüğü deneyimler (televizyon izlemek, konsere katılmak) genellikle katılımcıların aktif olmaktan ziyade

pasif olarak katıldıkları deneyimlerdir; olayla olan bağlantıları büyük ihtimalle içine dalmaktan/sarmalanmaktan çok özümsemeye dayalıdır.

- *Eğitim deneyimi*: Aktif katılım ve özümseme boyutu ile ilişkili eğitim deneyimi içinde değerlendirilen eğitim etkinlikleri (bir derse katılmak, kayak dersi almak vb.) genellikle daha aktif katılımı içerir, ancak katılımcılar yine de eylemin içine dalmak/sarmalanmak yerine etkinliğin dışında, süreci içselleştirerek özümseme boyutunda deneyimi yaşamaktadırlar.
- *Kaçış deneyimi*: Bu deneyim türü, eğitim etkinlikleri kadar iyi öğretebilir veya eğlence kadar eğlendirebilir, ancak katılımcıların daha fazla içine çekilmesini içerir. Dolayısıyla aktif katılım ve deneyim içine dalma/sarmalanma boyutu ile ilişkilidir. Bir oyunda rol almak, bir orkestrada çalmak ya da Büyük Kanyon'a inmek hem aktif katılımı hem de deneyime dalmayı/sarmalanmayı gerektirir.
- *Estetik deneyimi*: Müşterilerin aktif katılımdan pasif katılıma dönmesi, kaçış etkinliğini dördüncü türden bir deneyime, yani estetik deneyimine dönüştürür. Estetik deneyiminde müşteriler veya katılımcılar bir aktivitenin veya ortamın içindedirler, bu deneyimin içine dalarlar/sarmalanırlar, ancak kendilerinin bu etkinlik üzerinde çok az etkisi vardır veya hiç etkisi yoktur; tıpkı Büyük Kanyon'u sadece kenarından gören bir turist veya bir sanat galerisi ziyaretçisi gibi.

Şekil 1. Pine ve Gilmore'un "Deneyimin Dört Alanı"



Kaynak: (Pine ve Gilmore, 1998:102)

Pine ve Gilmore'un "Deneyimin Dört Alanı" modeli bağlamında ele aldıkları deneyim boyutları ve deneyim türlerinin müzelerdeki yansımaları aşağıdaki gibi özetlenebilir (Radder ve Han, 2015: 457):

- *Müzelerde eğitim deneyimi:* Barındırdıkları koleksiyonların türü ne olursa olsun çoğu müze, doğaları gereği tarihi canlandırma, sanat sergileri, rehberli turlar ve müzedeki sergilemeleri yorumlayan sesli rehberler gibi sunumlar yoluyla farkındalık ve öğrenme fırsatları sağlar, öğrenme anlamlı deneyimlere yol açar. Ancak bu deneyimler ziyaretçinin ihtiyaçlarına ve ilgi alanlarına göre farklılık gösterebilir.
- *Müzelerde eğlence deneyimi:* Eğlence deneyimi, genellikle insanların diğerlerinin etkinliklerini/performanslarını pasif bir şekilde gözlemlemesiyle ortaya çıkar. Araştırmalar, müzelerin genellikle ilgi çekici olarak algılandığını, eğlence fırsatları sunduğunu, ancak bazen müze ziyaretinin bilgilendirici, eğlenceli ve sosyal yönleri arasında, yani eğitim ve eğlence arasında örtüşmeler olabildiğini ortaya koymaktadır. Bu yönde bir birliktelik, müzelerde eğitici-eğlence kapsamında deneyimleri ortaya çıkarmaktadır.
- *Müzelerde kaçış deneyimi:* Araştırmalar, müzeyi ziyaret etmenin temel motivasyonunun kaçış olduğunu, bunu öğrenme ve sosyal/aile etkileşiminin takip ettiğini ortaya çıkarmıştır. Bireyler evden ya da işten uzaklaşmak, farklı bir zaman ya da mekanı deneyimlemek için müzeleri ziyaret edebilmektedirler. Müzelerde ziyaretçiyi kaçış deneyimine aktif olarak dahil etme, ziyaretçileri deneyimin içine çekebilir ve fiziksel, zihinsel ve duyuşsal tetikleyiciler aracılığıyla bakış açılarını etkileyebilir.
- *Müzelerde estetik deneyimi:* Estetik deneyim, fiziksel çevrenin genel atmosferini ve ruh halini ifade eder. Estetik unsurlar, önceki öğrenmeler etkisinde duyuşsal tetikleyiciler kullanarak ziyaretçilerin hayal gücünü harekete geçiren soyut unsurlardan kaynaklanmaktadır. Bu unsurlar arasında müzenin fiziki alanı, rengi, ışıklandırması, ziyaretçiyi yönlendirme araçları ve ilgi uyandırma yöntemleri yer alabilir. Fiziksel çevrenin ziyaretçilerin tutumlarını, gelecekteki niyetlerini ve tavsiye etme istekliliğini belirlemede önemli bir rol

oyunması, birçok müzeyi estetik unsurlar bağlamında yenileme yatırımı yapmaya teşvik etmiştir.

Söz konusu sanal müze deneyim alanları, Pine ve Gilmore'un modellerinde tanımladıkları deneyimin dört alanının yer aldığı deneyim tasarımlarını içeren dijital alanlar olarak tasarlanmaktadır. Özellikle dijital ortamların farklı işlevleri aynı anda yerine getirebilme gibi çoklu özellikler göstermesi ve karma gerçeklik uygulamaları ile gerçek ve sanal ortam unsurlarının birbiriyle eşgüdümlü olarak işbirliği halinde kullanılabilmesi, çevrimiçi deneyim tasarımında deneyim alanlarının da birbiriyle işbirliği halinde kullanılmasına olanak sağlamaktadır. Çevrimiçi deneyim tasarımının ortaya koyduğu bu eşgüdümlü ve ilişkisel durum, müze ziyaretçi deneyiminin yeni bir boyut kazanarak sanal ziyaretçi deneyimine dönüşmesine zemin hazırlamaktadır.

1.1. Ziyaretçi Deneyimi ve Sanal Müze Uygulamaları

Günümüzde geleneksel müzecilik anlayışı dijital teknolojilerin katkılarıyla yeni nesil müzecilik anlayışına dönüşmüştür. Yeni nesil müzecilik anlayışında gerçek ortamda artırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik uygulamaları ile dijitalle bütünleşen müze deneyimi aynı zamanda sanal ortamdaki müzelerin internet sitelerinde de varlığını göstermektedir.

Sanal müzelerde ziyaretçi deneyimi bir bireyin olağan ortamının dışındaki bir etkinliğe, ortama veya olaya anında veya sürekli, öznel ve kişisel tepkisi olarak tanımlanabilir (Packer ve Ballantyne, 2016: 133). Bu amaçla oluşturulacak deneyimsel tasarım, bellekte saklanan olumlu çağrışımlara dayanır ve kavramın temel taşlarından biri, önceki benzer deneyimlerin yeni kullanıcı deneyimlerine nasıl entegre edilebileceğini düşünmeyi içermektedir. Bu durum bilişsel süreçlerin kendine referans verme etkisine dayanmaktadır (Chertoff vd., 2010: 104).

Sanal müzelerde deneyim alanının tasarlanmasında, bir görselleştirme ortamı oluşturmak için "sanal" ve "gerçek" in farklı oranlarda birleştiği sanal gerçeklik uygulamaları günümüzde farklı alanlarda kullanılmaktadır. Sanal gerçeklik deneyimleri, temel sanal gerçeklikler başlığı altında, 360° fotoğraf, 360° video simülasyonu, 360° video, yönlü hareket, etkileşimli sanal gerçeklik ve dokunsal manzaralar olmak üzere altı farklı boyutta uygulanabilir (Wu vd., 2020: 482).

Leighton (2007) tarihi mirasların tanıtımı açısından deneysel pazarlamayı tanımladığı çalışmasında, açık hava müzeleri ya da teknolojinin kullanımı ile yaratılan gerçeküstü uygulamalar ile tarihin ziyaretçilere bir tür eğitici ve gerçeküstü deneyim ile aktarılabilceğini ifade etmektedir. Pivec ve Kronberger (2016) sanal müzeyi, gerçek müzeyi bir internet varlığı ile dijital taşımak ya da müzede sergilenen varlıkların kullanıcı deneyimini dijital teknolojiler aracılığıyla genişletmek olarak tanımlamaktadırlar.

Dijital teknolojiler yapıları gereği kültürel organizasyonlar ve ziyaretçiler arasında dinamik ve etkili iletişim biçimleri sunmaktadır. Bu kapsamda sanal gerçeklik (virtual reality) ve karma gerçeklik (mixed reality) gibi gelişmekte olan teknolojiler, yalnızca müze alanlarındaki deneyimleri geliştirmekle kalmaz, aynı zamanda insanların birbirleriyle etkileşim biçimlerini de dönüştürürler. Mobil teknolojinin gelişmiş olanaklarıyla birleştiğinde (örneğin, kameralı akıllı telefonlar ve tabletler, hareket sensörleri, pusula ve GPS alıcısı), fiziksel engelleri aşmaya yardımcı bir nitelik kazandırdıkları için dijital teknolojiler müzeler tarafından yaygın bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır (Sylaiou vd., 2018: 595). Etkileşimli cihazlar, uygulamalı nesnelere, bilgi teknolojisi cihazları ve etkileşimli eğitici-eğlence (edutainment) uygulamaları müze ziyaretçisinin içinde deneyim yaşadığı müzeyi yorumlamasına yardımcı olan araçlardır. Bu araçlar vasıtasıyla çoklu duyuşal deneyim, birlikte yaratma ve özgünlüğün farklı biçimlerini uygulayan yöntemlerle ziyaretçi gezdiği müzeyi yorumlamaktadır (Bodnar, 2019: 22).

2. Sanal Müzeler, Çocuk ve Ziyaretçi Deneyimi

Çocuk gelişimi açısından önemli bir rolü olan müzeler, sanatsal etkinliklere katılabilme, kültürel gelişim, tarih bilinci kazandırma ve bilimi sevdirmeye gibi farklı görevler üstlenmektedir. Dünyanın pek çok yerinde özel sergi alanları, eğitsel içerikli alanlar, laboratuvarlar gibi birbirinden farklı türde çocuklara hizmet sunan çocuk müzeleri, ziyaret edilecek bir mekan olmanın yanı sıra öğrenme ve oyun için eğlenceli alanlar olarak da bilinmektedir. Bu bağlamda çocukların öğrenme süreçlerini daha aktif hale getirebilmek, eğlenerek öğrenmelerini sağlayabilmek ve kültürel gelişimlerini desteklemek amacıyla doğrudan çocuklara hitap eden çocuk müzeleri kurulmuştur.

Çocuk müzesi, merak uyandıran ve öğrenmeyi motive eden sergiler ve programlar sunarak çocukların ihtiyaçlarına ve ilgilerine hizmet etmeye kendini adanmış, kar amacı gütmeyen bir eğitim ve kültür kurumu olarak tanımlanmaktadır. Çocuk müzeleri, çocukların kendileri için tasarlanmış ortamlarda oyun oynayarak ve keşfederek öğrendikleri yerlerdir (<https://childrensmuseums.org/about/>).

Müzeler aileler için giderek daha çekici hale gelen boş zaman destinasyonları olarak görülmektedir. Müze ziyareti, duygularla bütünleştirilebilen ve ziyaretçilere ilgi çekici ve öze dönüşlü deneyimler için fırsatlar sunan bir boş zaman etkinliğidir. Müze ziyareti duyuşsal, duygusal ve somutlaştırılmış deneyim düzeylerini içerir. Burada duygular ve hisler müze deneyiminin ayrı aşamaları değil, sürekli olarak entelektüel ve yorumlayıcı süreçlerle iç içe geçmiş durumdadır. Duygu ve düşüncenin bu iç içe geçmesi, müze atmosferinin potansiyeliyle bağlantılıdır. Müzeler, ziyaretçiyi, açıklanan bilgiden çok daha kalıcı bir etkiye sahip gibi görünen bir atmosfere sararak, kucaklayıcı bir deneyim yaratma kapasitesine sahiptir (Steinbeck ve Munar, 2023: 1;3).

Çocuklara yönelik özel müzelerin yanı sıra gerçek müzelerin içinde sanal uygulamaların dahil olduğu sanal çocuk müzeleri, çocuk-öğrenme ilişkisi açısından oldukça etkili olmaktadır. Falk ve Dierking (1992), müzelerdeki üç bağlamın (kişisel, sosyal ve fiziksel) kesişmesinden kaynaklanan “*Etkileşimli Öğrenme Deneyimi Modeli*”ni önermiştir. Bu öğrenme görüşünün temel noktası, insanların müze deneyimlerinden neler aldıklarını açıklamak için tek başına hiçbir bağlamın yeterli olmadığıdır. Mevcut öğrenme ve motivasyon teorileri, kişinin belirli bir durumda diğer nesnelere ve insanlarla etkileşimlerini vurguladıkları için bu yaklaşımla uyumludur. Müzelerde öğrenme sürecini etkileyen motivasyon unsurları; *anlam oluşturma, seçimler, zorluklar/meydan okuma, kontrol, işbirliği ve öğrenmenin olumlu sonuçlarından oluşmaktadır. Kişisel anlam oluşturma sürecinde* birey, yapıcı ve aktif bir öğrenme sürecine girer. Bu noktada çocuğun ilgi alanları, bu bağlamdaki önceki öğrenmelerine bağlı arka plan bilgisi ve duygusal açıdan değerli konularla ilişkilendirme, müze ziyaretine teşvik yaratan motivasyon unsurlarıdır. Müzelerde öğrenme sürecini etkileyen bir diğer motivasyon unsuru olan *seçimler*, çocuğun ne öğreneceği, nasıl öğreneceği ve bu süreçte kendi becerilerini nasıl göstereceği

konusunda seçenekler arasında seçme şansına sahip olmasını içermektedir. Seçimlere sahip olmak keyif alma ve katılım sağlamayı da beraberinde getirerek, öğrenme sürecini desteklemektedir. Seçimler gibi bir müze ziyaretinde çocuğu sürece aktif katılıma yönlendiren bir diğer motivasyon unsuru, *zorluklar/mezdan okuma motivasyonudur*. Oyunlar, gizli müze görevleri, bulmacalar, zamanla yarışılan bilgi yarışmaları, yap-bozlar bu kapsamda değerlendirilebilir ve ziyaretçi katılımını içerecek şekilde tasarlanabilir. *Kontrol*, müze araştırmaları, bilgi aramaları ve işbirliğine dayalı problem çözme gibi açık uçlu görevleri içerir ve insanların plan yapmasını, müze ortamını keşfederek bu süreçte birçok bağımsız öğrenme becerisini ortaya çıkarmasını sağlar. Ziyaretçilerin çevreyi kontrol etmeleri onları aktif bilgi ve anlam arayanlar haline getirir. *İşbirliği*, öğrenme sürecinde sosyal etkileşim boyutunu içeren bir motivasyon unsurudur. Çocuk, kendi akranlarını izleyerek, bir ekip çalışması içinde görev alarak, uzmanlar ya da kendisinden daha deneyimli kişileri gözlemleyerek gerek model alarak gerekse deneyerek öğrenme süreçlerini gerçekleştirebilir. *Öğrenmenin olumlu sonuçları*, çocuğun söz konusu müze ziyaret deneyimi ile ortamı keşfetmesi ve anlamlandırması kadar kendini keşfetme ve süreçte gerçekleştirdikleri ile kendi yeteneklerini ortaya çıkararak sergileme ve dolayısıyla da çocuğun gurur ve öz yeterlik duygularını beslemesi ile kuvvetlenen bir etki ortaya koymaktadır (Paris, 1997: 22-25).

Öğrenme sürecini etkileyen bu motivasyonlar, Pine Gilmore'un "Deneyimin Dört Alanı" içinde tanımladıkları eğlence, eğitim, kaçış ve estetik deneyim boyutlarına yönelik dijital tasarım unsurları ile desteklenmektedir. Bu noktada öğrenme süreçlerinin gerçekleşeceği deneyim alanları belli tasarım unsurları bağlamında tasarlanmakta, müze ziyaretçileri de bu bütünsel deneyim tasarımı üzerinden aktif ve pasif katılım ile sürece dahil olarak öğrenme süreçlerini gerçekleştirebilmektedirler.

Bir müze ziyareti, çocuğun okul ortamında hâlihazırda yerleşik olan üretken öğrenme özelliklerini de temsil edebilir ve okul öğrenmesi üzerinde etkinliği söz konusu olabilmektedir. Aktif bir katılımı desteklenen müzede gerçekleşen eğitim deneyimi ve beraberinde eşlik eden sürece dahil olma kaçış deneyimi gibi otoritenin ve sorumluluğun bir kısmını çocuklara devreden söylemlerin, ziyaret deneyimi ve öğrenme sürecinde otoriter ve hesap verebilir çocuklar yarattığı ve öğrenmeyi ileriye

taşımak için önceki öğrenmeleri kullanma kapasitelerini geliştirmeye yönelik etkisi olduğunu da göstermektedir (Carr vd., 2018: 567).

Öğrenme sürecini etkileyen motivasyon unsurlarının sanal müzelerde Pine ve Gilmore'un deneyim alanları ile eşleşen boyutlarda çeşitli uygulama biçim ve stratejileri ile kullanımı söz konusudur. Müze ziyareti ister gerçek isterse sanal ortamda olsun sıkıcı bir görev olmaktan öte, unutulmaz bir deneyim yaratacak şekilde tasarlandığında, etkisi yadsınamaz derecede artmaktadır. Bu noktada çocuğun merak ettiği bir konuda bir keşif yaptığını hissetmesi, oyunlaştırılmış bir içerik sunumu ile müze içeriği hakkındaki bilgiye edindiği önceki bilgileri yoluyla, eğlenerek ulaşması müze deneyimine yönelik kendi anlamını ortaya çıkarmasını teşvik etmektedir. Bu süreçte çocuğun elde ettiği olumlu sonuçlar, keşifsel öğrenme süreci sonucunda kendi çabası ile gurur duyan öz yeterliliği yüksek bir müze ziyaretçi deneyiminin oluşmasını da sağlamaktadır. Yanı sıra müze blogları, müze koleksiyonları hakkındaki podcastler, videolar, öğrenme sürecini görsel-ışitsel anlamda zenginleştiren uyaranları sunarken, bu alanların etkileşimli iletişime izin veren kullanıcı merkezli bir yapıda tasarlanması, çocuğun yorum yapmasını, kendi deneyimini bu alanlarda paylaşabilmesini sağlayarak, müze ve diğer çocuk ziyaretçilerle bir tür işbirliği içinde öğrenme sürecini daha etkin şekilde gerçekleştirmesinin yollarını sunmaktadır. Buna ek olarak uzmanların gerçekleştirdikleri çevrimiçi atölyeler de sanal müzelerde işbirliğiyle öğrenmeyi sağlarken; aynı zamanda da aktif ya da pasif katılıma bağlı olarak çocuğun eğlence, eğitim ve kaçış deneyimini yaşamasını sağlamaktadır. Sanal müze deneyiminde özellikle yarışmalar, oyunlar, gizli müze görevleri gibi meydan okuyucu, merak uyandıran, aktif bir katılım içeren kaçış deneyiminin yaşandığı uygulamalar da deneyimle kalıcı bir öğrenme sürecinin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Çocuğun sanal müzede bilgiye erişmek, sanal müzeyi gezmek, etkileşim kurmak gibi eylemlerde sanal deneyim alanında kendi seçimleri ile rahatlıkla ve özgürce seçimler yaparak, yollar belirleyebilmesi de kendi kararlarını vererek öz kontrollü bir öğrenme sürecini gerçekleştirmesini sağlamaktadır. Sanal deneyim alanının gezilebilirliği yüksek, kullanıcı dostu bir şekilde tasarlanması, çocuğun keşifsel bir öğrenme deneyimi içine girmesini beraberinde getirmektedir.

Çocukların müze ziyaretçi deneyimlerine vurgu yapan önceki çalışmalarda, küçük çocukların ailelerin müze ziyareti gibi boş zaman etkinliklerine karar vermelerini büyük ölçüde etkilediğini gösteren bulgulara rastlanmaktadır. Yine araştırmaların ortaya koyduğu üzere, tutumlar, duyular ve duyguların çocukların müze ziyaretleri sırasındaki ilgi düzeyinde önemli bir rol oynadığını da ortaya koymaktadır. Araştırmalarda çocuklar, nesnelere ve mekânların birbirleriyle etkileşime girdiği ve bu etkileşimde oyunlaştırılmaların kullanıldığı durumlarda, ziyaretçi deneyimine yönelik duygusal etki düzeyinin de yoğunlaştığı yönünde sonuçlara varılmıştır (Steinbeck ve Munar, 2023: 1).

Sanal müzelerde ziyaretçi katılımının sağlanması, müze ziyaret deneyimi sürecinde dijital ortamın yüksek erişime olanak veren yapısı ve ağ etkisi ile sınırsız öğrenme toplulukları aracılığıyla yeni bilgi yaratma biçimlerine de yol açmaktadır. Bu süreçte örneğin sanat galerileri, çocuklara ve gençlere, çevrimiçi sergi alanları için seçilen sanat eserlerine kendi yorumlarını gönderme fırsatı sunmaktadır (Johnston, 2008: 84). Bu deneyim sanal müze ziyaretçisi olarak deneyim yaşayan çocuğun aktif bir katılım ile hem eğitim hem de kaçış deneyim alanına girecek bir deneyim yaşamasını da beraberinde getirmektedir. Bu deneyim sürecinde müze ziyaretçisi olarak çocuk, deneyimi özümsemiş kadar, deneyim sürecini yönlendirdiği için deneyimle sarmalanmış bir boyutla etkileşim kurmuş olmaktadır.

3. Yöntem

Bu çalışma, sanal müze ziyaretçi deneyimi sürecinde örneklem kapsamında yer alan ve çocuklara yönelik özel olarak tasarlanmış sanal müze web sitelerinin, müze ziyaretçi deneyimine etki eden deneyim unsurları ve deneyim alanları bağlamında değerlendirilmesini hedeflemektedir. Çalışmada içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Bilindiği gibi içerik analizi; sözel ve yazılı verilerin belirli bir problem veya amaç bakımından sınıflandırılması, özetlenmesi, bu verilerin belirli değişken ya da kavramlarının ölçülmesi ve belirli bir anlam çıkarılması için taranacak kategorilere ayrılmasını kapsayan bir araştırma tekniğidir (Arık 1998'den Akt., Balcı, 2007: 87). İçerik analizinde kullanılan kodlama tabloları oluşturulurken; “*Welcome to the Experience Economy*” (Pine ve Gilmore; 1998), “*Ziyaretçi Deneyimi ve Sanal Müzeler: Müzelerin Web Sitelerine Yönelik Bir Analiz*” (Yeygel Çakır ve Aktuğlu,

2023), “*Effects of Virtual Reality and Augmented Reality on Visitor Experiences in Museum*” (Jung vd., 2016), başlıklı eserlerden yararlanılmıştır. Analiz tabloları sıralanan makalelere bağlı kalınarak mevcut çalışmaya göre uyarlanmış; analizi yapılan sanal müzeler; eğitim deneyimi, eğlence deneyimi, estetik deneyimi ve kaçış deneyimi olmak üzere dört temel kategoride değerlendirilmiştir.

Analiz kapsamında kodlamalar, pazarlama iletişimi ve reklam konularında uzmanlıkları bulunan, web sitesi analizinde deneyimli dört araştırmacı tarafından yapılmıştır. Kodlama sürecinde önce kodlayıcılara, kodlama tablosunu açıklayan bir yönerge verilmiş ve birbirlerinden bağımsız olarak kodlama yapmaları istenmiştir. Kodlama işlemi sonrasında kodlayıcı ve yazarlar biraraya gelerek görüş farklılıkları fikir alışverişi yoluyla giderilmiştir.

3.1. Araştırmanın Modeli

Bu araştırmada tanımlayıcı (betimleyici) araştırma modeli kullanılmıştır. Tanımlama (betimleme) amacıyla tarama yönteminde, doğal gözlem, görüşme ve vaka incelemesi yöntemlerinden yararlanır (<https://www.psikolojibilimi.gen.tr/psikolojinin-kullandigi-bilimsel-yontemler-nelerdir/>). Tanımlayıcı (betimleyici) araştırma modelinde amaç; eldeki problemi, bu problemle ilgili durumları belirleyip, durum nedir sorusuna cevap aramaktır. Tanımlayıcı araştırmada ele alınan olgunun düzgün bir portresini çizmek ve konu hakkında senteze ulaşabilmek önemlidir (Karakaya ve Ay, 2007: 58).

3.2. Araştırmanın Örneklemi ve Sınırlılığı

Araştırmada örneklem yöntemi olarak amaçlı örneklem yöntemi kullanılmıştır. Amaçlı örneklem, “çalışmayı yürüten araştırmacının subjektif kararlarına ve kendi yargılarına, geçmiş yaşantılara, kayıtlara göre evrenin içerisinden araştırmaya uygun olmasına karar verdiği elemanları seçtiği örnekleme yöntemidir” (Altındış ve Ergin, 2018: 96). Bu kapsamda araştırmanın örneklem seçiminde Türkiye’den ve dünyadan kamuya açık olarak faaliyet gösteren çocuklara yönelik dijital müze web siteleri ele alınmıştır. Örneklem seçiminde öncelikle TRT Haber, Webrazzi ve İstanbul Bilgi Üniversitesi Dijital Medya ve Çocuk İnternet sitelerindeki çocuk ve dijital müzelere yönelik listeler gözönüne alınarak, bu listelerin hepsinde ortak olan Glazer Çocuk

Müzesi, Tate Kids, Met Kids müzeleri örnekleme dahil edilmiştir. Bunun yanı sıra İstanbul Bilgi Üniversitesi Dijital Medya ve Çocuk İnternet sitesindeki listede yer alan İstanbul Oyuncak Müzesi Türkiye örneği olması açısından araştırmaya dahil edilmiştir. Bununla birlikte dünyadaki sanal müzeler kapsamında belirlenen örneklem seçiminde, analiz tablolarının kodlanmasında kodlayıcıların dil problemi sınırlılığı nedeniyle, söz konusu listede yer alan ve müzenin orijini açısından İngilizce dilinin kullanıldığı müzeler tercih edilmiştir.

3.3. Araştırmanın Amacı ve Problemi

Araştırma kapsamında, sanal müze ziyaretçi deneyimi sürecinde örneklem dahilinde çocuklara yönelik özel olarak tasarlanmış sanal müze web sitelerinin, müze ziyaretçi deneyimine etki eden deneyim unsurları ve deneyim alanları bağlamında değerlendirilmesi amaçlanmaktadır. Buna bağlı olarak araştırmada Pine ve Gilmore'un ortaya koydukları "Deneyimin Dört Alanı" kapsamında tanımladıkları deneyim boyutları ve deneyim kategorileri bağlamında çocuklara yönelik sanal müzelerde eğitim, eğlence, estetik ve kaçış deneyim türleri ana kategorileri ile bu kategorilere yönelik alt faktörler açısından çocuklara yönelik sanal müzelerde ziyaretçi deneyimine yönelik içerik sunumları irdelenmiştir.

Araştırma kapsamında çocuklara yönelik sanal müzelerde ziyaretçi deneyiminin boyutlarının hangilerinin kullanıldığı ve bu kullanımda içeriklerin nasıl sunulduğu araştırmanın önemini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda araştırmanın temel sorusu, "*çocuklara yönelik sanal müzelerde deneyim boyut ve kategorileri bağlamında deneyimi eşsiz ve unutulmaz kılan içerik ve tasarım faktörleri nelerdir?*" olarak belirlenmiştir. Araştırmada çocukların sanal müze ziyaretlerinde;

1. *Eğitim deneyimine yönelik içerikler nasıl sunulmaktadır?*
2. *Eğlence deneyimine yönelik içerikler nasıl sunulmaktadır?*
3. *Estetik deneyimine yönelik içerikler nasıl sunulmaktadır?*
4. *Kaçış deneyimine yönelik içerikler nasıl sunulmaktadır?* sorularına cevap aranmıştır.

4. Bulgular

Çocuklara yönelik sanal müzelerde eğitim deneyimi kategorisi (Tablo 1.) 25 alt kategoriden oluşmaktadır.

Tablo 1. Çocuklara yönelik sanal müzelerde eğitim deneyimi kategorisi

| EĞİTİM DENEYİMİ | Glazer Çocuk Müzesi | Tate Kids | Met Kids | İstanbul Oyuncak Müzesi |
|---|---------------------|-----------|----------|-------------------------|
| Müze hakkında bilgi /genel tanıtım | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Müze iletişim bilgisi, haritada konum bilgisi | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Gerçek müze ziyaret bilgileri (ziyaret saatleri/giriş ücretleri vb.) | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Koleksiyonlar hakkında bilgi | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Bilginin anlaşılabilirliği | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Bilginin hikayeleştirilmesi/ tutarlılığı | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Bilginin sunumu: video, podcast, 3B sanal turlar, fotoğraflar(2B-3B), ses /efekt uygulamaları, metin, resim, grafik | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Oyunlaştırma | 0 | 1 | 1 | 0 |
| Sosyal medya bağlantısı | 0 | 1 | 1 | 1 |
| Blog | 0 | 0 | 1 | 0 |
| E-posta/mesaj(şikayet-öneri) | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Çevrimiçi canlı destek | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Sıkça sorulan sorular | 1 | 0 | 0 | 1 |
| Canlı sohbet ortamı(Uzmanlarla canlı sohbet, mesajlaşma, çevrimiçi söyleşi, çevrimiçi atölye vb.) | 0 | 0 | 0 | 0 |
| E-bülten | 1 | 0 | 1 | 1 |
| Çevrimiçi atölyeler | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Kendin yap etkinlik videoları | 1 | 1 | 1 | 0 |
| Görsel /metinsel bilgi sunumunun uyumu | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Müze Yayınları (kataloglar, dergiler, kitaplar vb.) | 0 | 0 | 1 | 0 |
| Kütüphane hizmeti (gerçek/dijital olarak) | 1 | 0 | 0 | 0 |
| Basit arama | 0 | 0 | 0 | 1 |
| Gelişmiş arama | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Aramada filtreleme | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Site/internet güvenlik ilkeleri ve kullanım şartları | 0 | 1 | 1 | 1 |
| Duyurular (sergi duyuruları/etkinlik duyuruları/basında çıkan | 1 | 1 | 1 | 1 |

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| haberler/özel günlerle ilgili duyurular vb.) | | | | |
|--|--|--|--|--|

Bu kapsamda müze hakkında genel bilgiler, müze iletişim bilgisi, haritada konum, müze ziyaret bilgileri, koleksiyonlar hakkında bilgiler gibi sanal müzeye yönelik temel bilgi unsurlarının aktarımında örneklem kapsamındaki dört müzenin de gerekli koşulları sağladığı görülmektedir. Benzer olarak, bilginin anlaşılabilirliği ve hikayeleştirilmesi, tutarlığın sağlanması ile bilginin sunumunda görsel ve işitsel unsurların kullanımında da aynı durum söz konusudur. Bununla birlikte her müzenin kendine özgü farklı unsurlar barındırdığını söylemek mümkündür. Dört müzenin de bilginin anlaşılabilirliği konusunda yalın bir dili tercih ettiği, bilgilerin bazı özel durum ve hedef kitlelere göre hikayeleştirildiği ve bu aşamada görsel ve işitsel unsurların sıklıkla kullanıldığı görülmektedir. Sanal müzenin esas kullanıcısı olan çocukların anlayabileceği ve onlarla etkileşime geçebilmenin önemli unsurlarından biri olan hikayeleştirme ve oyunlaştırma ziyaret deneyiminde tatmin sağlayan önemli unsurlardandır. Bu kapsamda Glazer ve TheMet Kids sanal müzeleri uygulamalarıyla farklılık yaratmaktadır. Örneğin; Glazer Müzesi'nde koleksiyonlar hakkında bilgi ve bilginin hikayeleştirilmesi alt kategorilerinde, müzede gerçekleştirilen sergiler hakkındaki koleksiyonlara yönelik bilgi sunumları yetersiz olarak değerlendirilebilir. Bu durum özellikle çocuklara yönelik sanal müzelerin müze ziyaretini özendirme ve sergilenen koleksiyonlar üzerinden çocuklara uygun bir içerik sunarak bilgilenmelerini içeren eğitim deneyimini kazandırma konusunda eksiklikler ortaya koymaktadır. Bununla birlikte sanal müzede genel serginin dışında özel bir alanda “*Big John Dinazor Sergisi*” hakkında bilgi site üzerinden aktarılmaktadır. Güney Dakota'da keşfedilen ve bilinen türlerin en büyüğü olan dinozor Big John Sergisi ile ilgili ayrı olarak bir alt sayfada tanıtım yapılmaktadır. Ayrıca Big John Sergisi'ne yönelik anlatımlarda dahil olmak üzere Glazer Museum'da bilginin sunumunda kullanılan dil basit ve anlaşılır bir dildir. Yine müze kapsamında yer alan videolarda da anlatımlar ve sunumlar eğlenceli bir formatta sunulmaktadır. Bu kapsamda “sosyal hikaye” sekmesi altında otizimli çocukları olan ailelerin ziyaretlerini planlamalarına yardımcı, müzeye özel gezi rehberi niteliğinde bir içerik hikayeleştirilmiş bir dilde sunulmaktadır. Bu alanda Big John Sergisi için de sosyal bir hikaye oluşturulmuştur. Bu rehber “ziyaretinizi planlayın” menüsü altında yer almaktadır. Bu içerik sunumu

özel öğrenme güçlüğü ile karşı karşıya olan otizimli çocuk ziyaretçilerin müze ziyaretlerini daha verimli hale getirirken aileleri için de bir yol haritası çizmektedir. Bu kapsamda gerçek müze ziyareti deneyimine bu kitleyi hazırlamak adına sanal müze deneyimi içinde anlaşılması kolay basit bir dilde ve hikayeleştirme formatında indirilebilir bir doküman sunulması, eğitim deneyimi kapsamında Glazer Museum açısından güçlü bir yön olarak değerlendirilebilir.

TheMet Kids sanal müzesinde de benzer bir durum olarak bilginin sunumunda etkileşimlilik esas alınarak, akıcı bir dilde hikayeleştirilmiş bir içeriğin sunulduğu görülmektedir. The MetKids ana sayfasındaki *Etkileşimli Harita* üzerinden çocuk istediği alana tıklayarak müzede sergilenen sanat eserlerini yakından inceleyip, bu eserler hakkında bilgiler elde edebilmektedir. Bu alanda eserin fotoğrafının altındaki “daha fazla bilgi” kısmına tıklayıp yönlendirmelerle tam ve detaylı bilgiye, haritadan müzede eserin sergilendiği salon bilgisine ulaşmış ve gerçek müze ziyaret deneyimine de bir açıdan hazırlık yapılmış olmaktadır. Bu çevrimiçi deneyim çocuk ziyaretçinin sanal müzede etkin ve kapsamlı bir eğitim deneyimini yaşamasını da beraberinde getirmektedir. Etkileşimli harita alanında “keşfetmek” sekmesi dışında “hayal etmek” bölümünde bu eserin binlerce yıl önceki orijinal halinin nasıl olduğu çocuğun anlayacağı basit, anlaşılır ve eğlenceli günlük bir dille aktararak, hayal gücünde o eseri ilk hali ile algılaması ve öğrenmesi sağlanmaktadır. Etkileşimli haritada yer alan “yaratmak” sekmesinde ise, çocuğun bu eserle ilgili bir konuda (eserin üzerindeki bir motif, eserin kullanım alanı ya da bir hazine haritası ve sandığı yapmak vb.) kendin yap etkinliğine yönelmesi hedeflenmektedir. Etkileşimli haritada tıklanan noktalardeki eser sayfada açıldığında, “eğlenceli gerçek” başlığı altında o eser ya da eserin ait olduğu döneme ait ilginç bir kısa bilgi de aktarılmaktadır. Ayrıca bu alanda verilen bilgilerin yer aldığı metin bölümünde renklendirilen bazı kavramların üzerine gelindiğinde açıklama kutucukları aşağı doğru açılarak ekstra bilgiler sunulmaktadır.

İstanbul Oyuncak Müzesi’nde koleksiyonlar hakkında bilgi alt kategorisinde “okul ziyaretleri” sekmesi altında, *müze genel bakış pdf dosyasında* bazı oyuncakların fotoğrafları ve bilgileri sunulmaktadır. Yanı sıra ana sayfada yer alan bazı oyuncak resimlerine tıklanınca onlarla ilgili bir hediyelik eşya sipariş alanına yönlendirme yapılmakta ve o alanda oyuncaklar ile ilgili bilgiler sunulmaktadır. Ancak

İstanbul Oyuncak Müzesi’nde sergilenen oyuncak koleksiyonlarına yönelik detaylı ve sistemli bir bilgilendirme bulunmamaktadır. Oyuncak gibi çocukların hayatında ve hatta yetişkinlerin anılarında güzel çağrışımlar yapan bir nesnenin sergilendiği böylesi bir müzede gerçek müze deneyimi kadar ziyaretçileri bu deneyime özendirerek ve dijital ortamdaki müze ziyaret deneyimini eşsiz ve unutulmaz kılacak sunumların oluşturulması beklenen bir durumdur.

Pine ve Gilmore’un Deneyimin Dört Alanı’nda yer alan eğitim deneyimi kapsamında ele aldığımızda, örnekleme dahil edilen sanal müzelerin çevrimiçi canlı destek, canlı sohbet ortamı, çevrim içi atölyeler, kütüphane hizmetleri (Glazer Müzesi hariç) ile web sitesi içerisinde arama seçeneklerinin olmayışı ziyaretçinin aktif katılımını sınırlandırmakta, dolayısıyla süreci içselleştirme ve özümseme deneyimini de kesintiye uğratmaktadır. Ancak eğitim deneyiminin etkinliğinde katılımcının aktif katılımına olanak sağlayan ve böylelikle deneyimin özümseme boyutunu güçlendirecek olan kendin yap videoları ve oyunlaştırmaya yönelik uygulamalar İstanbul Oyuncak Müzesi dışında diğer müzelerde karşımıza çıkmaktadır.

Bu kapsamda *kendin yap videolarına* örnek olarak Tate Kids sanal müzesinde “yapmak” menüsü altında çok farklı konularda kendin yap tarzı kısa videolar verilebilir. Bu videolarda faaliyet için gerekli malzeme listesi, etkinlik tarifinin yanı sıra bazı çalışmaların altında çocuğun yaptığı eseri Tate Kids’e yükleyebildiği alan da bulunmaktadır. Bu alanda ayrıca yapılan aktivite ile ilgili müze kapsamında sergilenen eserler ve ilgili sanatçıları tanıtan bilgi sunumlarına da erişilebilmektedir. Bu bölüm Tate Kids’den ana müze Tate’in web sitesine yönlendirme ile ulaşılan bir alandır. Bu bilgi sunum alanının geliştirilmesi ve zenginleştirilmesi için ziyaretçi katılımını teşvik eden etkileşim alanı (sizden haberler almak istiyoruz) da yer almaktadır. Bu alan ve kendin yap videoları altındaki çocuk ziyaretçinin yaptığı kendi etkinliğini sanal müze alanına yükleyebilmesi hem eğitim hem eğlence deneyiminin yaşanmasını içermekle birlikte, sanal müze ile etkileşim kurulan ve sanal müze deneyiminin içinde rol alma özelliği ile kaçış deneyimine de örnek teşkil etmektedir.

Benzer olarak TheMet Kids sanal müzesinde de “videolar” sekmesi altında “yaratmak” başlığında The Met’te sergilenen spesifik bir eser ya da eser grubundan ilham alınarak çocukların kendi başlarına ürünler ve eserler üretmelerini sağlayacak

videoların yanı sıra bu üretim için gereken malzemelerin listesi, etkinliğin yapılışı ve bu etkinlik için esinlenilmiş olan eserin müzede sergilenen hangi eser olduğu, söz konusu esere yönlendirme linki ile sunulmaktadır. Ancak bu link tıklanarak ilgili sayfaya yönlendirme sağlanamaması deneyim sürecini ziyaretçi adına sekteye uğratan bir durum yaratmaktadır.

Eğitim deneyiminde aktif katılımın sağlanabildiği *oyun/oyunlaştırmaya* yönelik uygulamaları değerlendirdiğimizde; Tate Kids sanal müzesinde “oyunlar ve testler” menüsü altında çok farklı oyun seçenekleri bulunmakla birlikte, çocuğun kendi yaptığı sanat eserini *Tate Kids Galerisi’nde* paylaşabildiği alanlar da yer almaktadır. Oyunlar, eğlence ve eğitici-eğlence deneyimlerinin yanı sıra çocuğun müze ziyaretçisi olarak, sanal müzeyle etkileşim içine girmesi, sanal ortamın içine aktif olarak dahil olması gibi kaçış deneyimini de sağlamaktadır. Bu süreçte çocuk, bir sanal müze deneyimi içinde sanat eserleri ve sanatçılar ile ilgili detay bilgilere de erişebilmekte ve eğitim deneyimi de etkin bir şekilde gerçekleşmektedir.

Tate Kids’de yer alan *Tate Paint* çevrimiçi uygulama alanı, bir boyama oyunu/etkinliği gibi çocuğun “kendi şahaserini yaratması” temasına sahiptir. Bir oyun mantığında kurgulanmış bu çevrimçi alan, bu niteliği ile çocuğun bir ziyaretçi olarak sanal müzeyle aktif bir etkileşim içine girdiği ve ortama dahil olduğu bir sanal ziyaretçi deneyimi sunmaktadır. Kendi hayal gücünde yaratma ya da ilham alabildiği tema alternatiflerinden birini seçerek deneyime başladığı bu oyunda, kendi eserini farklı resim araç ve teknikleri ile oluştururken, deneyimin gerçekliğini artıran ses ve görüntü efektleri de kullanılmaktadır. Bu durum çocuğun sanal müzeye aktif olarak dahil olduğu hatta Pine ve Gilmore’un Deneyimin Dört Alanı kapsamında tanımladığı sarmalanmayı yaşadığı bir kaçış deneyimini de ortaya koymaktadır. Kullandığı kalem, fırça ya da teknikten kaynaklanan doğal ses etkisini ses ve görüntü efektleri ile görsel ve işitsel duyularıyla güçlü bir şekilde yaşayan çocuk, eğlence deneyiminin yanı sıra kaçış deneyimini de yaşamaktadır. Ayrıca ilham alarak alternatif temalar üzerinden yola çıktığı seçenekte ise farklı sanat akımları, sanatçılar ve eserleri hakkında da kısa bilgilere ulaşabilmekte, dolayısıyla bu oyunlaştırma yoluyla eğitim deneyimini de yaşamaktadır.

The MetKids sanal müzesinde başarılı bir örnek olarak, “*Zaman Makinası*” oyunu, sanal müzede oyunlaştırma stratejisi ile oluşturulmuş ve eğitici-eğlence ve kaçış deneyimlerini karşılayan uygulamalar olarak karşımıza çıkmaktadır. Ana sayfadan ulaşılabilen bu basit oyunda zaman dilimi, coğrafya ve büyük fikirler ana başlıklarında seçim yapıp, butona basıldığında The MET’te sergilenen seçilen dönem, coğrafya, konu ile ilgili bir esere yönlendirme yapılmaktadır. Çocuk, oyunun yönlendirdiği alanda söz konusu eser hakkında detay bilgiye erişmek için tıklama yaptığında, The MetKids etkileşimli haritada o esere ulaşp The MET ana sayfasından eserle ilgili detay bilgiye erişebilmektedir.

Eğitim deneyimi kapsamında The MetKids Blog sekmesi ana sayfada bir alt sekme olarak bulunuyor olmasına rağmen, üzerine tıkladığında bloğa yönlendirme yapılamamakta ve hatalı link uyarısı vermektedir. Bu durum çocuğun sanal müzedeki ziyaret deneyim sürecinde yeni bilgilere erişme, deneyimde aktif katılım sağlama sürecini aksattığı gibi site tasarımında olumsuz bir kullanıcı algısı da oluşturmaktadır.

Çocuklara yönelik sanal müzelerde eğlence deneyimi kategorisi (Tablo 2) kapsamında 5 alt kategoriye yönelik analizler gerçekleştirilmiştir.

Tablo 2. Çocuklara yönelik sanal müzelerde eğlence deneyimi kategorisi

| EĞLENCE DENEYİMİ | Glazer Müzesi | Çocuk | Tate Kids | Met Kids | İstanbul Oyuncak Müzesi |
|------------------|---------------|-------|-----------|----------|-------------------------|
| Bloglar | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| Animasyonlar | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 |
| Podcastler | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| Videolar | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 |
| Müzik | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 |

Pine ve Gilmore’un belirttikleri gibi pasif katılım ve özümseme boyutu ile ilişkili olan eğlence deneyimi, müzelerde çoğunlukla ziyaretçilerin pasif bir şekilde ortamı gözlemlemesi ile ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda çocuklara yönelik müzelerde eğitim deneyiminin yanı sıra eğitici-eğlendirici içeriklerin sunumunun sanal müze ziyaret deneyiminin etkinliğini pekiştirdiği bilinmektedir. Dolayısıyla içerik analizine tabi tuttuğumuz müzelerde eğlence deneyimi kapsamında tüm unsurları karşılayan tek müze TheMet Kids sanal müzesi olup, bu durumun tam tersi olarak İstanbul Oyuncak Müzesi’nde eğlence deneyimi kapsamında yer alan alt

kategorilere yönelik bir unsur bulunmamaktadır. The Glazer Müzesi'nde ise bu kategoride sadece video sunumları yer almakta, Tate Müzesi'nde ise bloglar ve podcastler dışında tüm eğlence unsurları yer almaktadır. Tate Kids'de eğlence unsuru olarak animasyon kullanımıyla içerik sunumları gerçekleştirilmekte; oyunlar ve Tate Paint kapsamında boyama ve çizim yaparken alkış efekti kullanımı ile ses ve efekt kullanımları aktif halde sunulmaktadır. Ziyaret deneyimini yaşayan çocuk sürece pasif katılım gösteriyor gibi görünmekle birlikte, oyun oynayarak, çizim ve boyama yaparak aktif katılım sağlamakta, bu süreçte ses ve efektin kullanımı ile deneyimi özümsemekte ve çoğu zamanda da deneyimin içinde sarmalanmaktadır. Doğası gereği oyun ve eğlenceyi tercih eden çocuklara yönelik sanal müzelerde sadece eğitsel içeriklerin sunulması, müze ziyaretlerinin sıkıcı olarak algılanmasına neden olacağı için çocuklara yönelik sanal müzelerde çocuğun eğlence ve sosyal yönleri arasında eğitim ve eğlenceyi örtüştürecek içerikler sunulmalıdır. Bu bağlamda en başarılı örnek olarak değerlendirilebilecek TheMet Kids, eğlence deneyiminin tüm unsurlarını sunmakla birlikte her ne kadar blog linki sanal müzede yer alsada, daha önce de belirtildiği gibi aktif olarak çalışmaması eğlence deneyiminin kesintiye uğramasına neden olmaktadır.

Çocuklara yönelik sanal müzelerde estetik deneyimi kategorisi (Tablo 3.) kapsamında 2 ana kategori ve onlara bağlı alt kategorilere yönelik analizler gerçekleştirilmiştir.

Tablo 3. Çocuklara yönelik sanal müzelerde estetik deneyimi kategorisi

| ESTETİK DENEYİMİ | Glazer Müzesi | Çocuk | Tate Kids | Met Kids | İstanbul Oyuncak Müzesi |
|---|---------------|-------|-----------|----------|-------------------------|
| Erişilebilirlik | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Arama motorlarından erişilebilirlik | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Görüntü/döküman indirme | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Müze uygulaması indirebilme | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Yabancı dil seçeneği | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| Hatalı link durumu | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| Görme/işitme engelli bireylere yönelik uygulama | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 |
| Müzenin ana sayfasına yönlendirebilme | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |

| Gezilebilirlik | Glazer Müzesi | Çocuk | Tate Kids | Met Kids | İstanbul Oyuncak Müzesi |
|--|---------------|-------|-----------|----------|-------------------------|
| Site içi arama motoru | 0 | | 0 | 0 | 1 |
| Ana sayfa ikonunun her sayfada bulunması | 1 | | 1 | 1 | 1 |
| Sabit menü çubuklarının site alt /üst bölüme yerleşimi | 1 | | 1 | 1 | 0 |
| Hızlı erişim menüsü | 1 | | 0 | 1 | 0 |
| Site haritası | 0 | | 0 | 0 | 0 |
| İç/dış bağlantılı linkler (Müze bloğu, ilgili diğer bloglar/sanatçı, tarihçi, koleksiyoner vb., diğer müzelere bağlantı, portallara bağlantı.) | 1 | | 1 | 1 | 1 |
| Menü tasarımında sadelik | 1 | | 1 | 1 | 1 |
| Ana sayfanın tasarım estetiği (tasarımda sadelik) | 1 | | 1 | 1 | 1 |
| Ana sayfada aşağı/yukarı hızlı erişim butonu | 0 | | 1 | 0 | 0 |
| Sanal tur | 0 | | 0 | 0 | 1 |
| Görsel tasarım unsurları(grafik, video, fotoğraf(2B-3B), resim) | 1 | | 1 | 1 | 1 |
| İşitsel tasarım unsurları(ses/efekt uygulamaları, podcastler) | 0 | | 1 | 1 | 0 |
| Sözel tasarım unsurları(teknik/günlük dilde/eğlenceli anlatım) | 1 | | 1 | 1 | 1 |
| Görüntülere zoom yapabilme/döndürebilme | 0 | | 0 | 1 | 0 |
| Sanal müze kullanım rehberi | 0 | | 0 | 0 | 1 |
| Menülerde/sayfalarda kategorilere ayırma | 1 | | 0 | 1 | 0 |
| Görsel /metinsel bilgi sunumunun uyumu | 1 | | 1 | 1 | 1 |

Pine ve Gilmore'un deneyim alanlarına ilişkin olarak ortaya koydukları estetik deneyimi, müzelerde ortamın genel durumunu ve bu ortamdaki duyuşsal tetikleyicilerin kullanımını içermektedir. Tablo 3'den de görüleceği üzere estetik deneyimi oluşturan erişilebilirlik kategorisinde, arama motorlarından erişilebilirlik, görüntü/doküman indirebilme ve müzenin ana sayfasına yönlendirebilme özellikleri analiz yapılan dört müze için mevcuttur. Ancak çocukların farklı cihazlardan sanal müzeye erişimi açısından önemli olan müze uygulaması indirebilme özelliği, hiçbir müzede bulunmamaktadır. Bu durum estetik deneyim açısından sanal müzeyi ziyaret etmek isteyen çocuğun, farklı dijital ortamlardan ziyaret deneyimine erişebilmesi ve bu ortamlara kendi aralarında eşgüdümlülük sağlayarak ulaşılabilirlik tasarım özelliğini karşılaması açısından bir eksiklik olarak değerlendirilebilir.

Erişilebilirlik kategorisinde yer alan yabancı dil seçeneğinin bulunmasına Glazer Müzesi'nde kısıtlı da olsa rastlanmıştır. Söz konusu sanal müzede müzenin bulunduğu lokasyonda müze tarafından *Mahalle Oyun Takımları* etkinlikleri düzenlenmektedir. Bu etkinliklerde iki dilli eğitimcilerden destek alınarak oyun yoluyla çocuk yetişkin etkileşimine fırsat tanınmaktadır. Bu konudaki bilgilerin sunumunda İspanyolca dil seçeneği ziyaretçilere sanal müze deneyimi kapsamında sunulmaktadır. Yine bu kategori kapsamında yer alan görme/işitme engelli bireylere yönelik uygulamaya Tate Kids ve TheMet Kids müzelerinde rastlanmıştır. Tate Kids sanal müzesinde “yapmak” sekmesi altında yer alan videolarda video metni başlığı tıklanınca, video akışında belli dakika aralıklarında gruplanmış halde video içeriği metne dönüştürülmüş olarak verilmektedir. TheMet Kids sanal müzesinde ise, “video izle” menüsü altında yer alan videoların transkripsiyonları aynı sayfada videonun altında yer almaktadır.

Pine ve Gilmore'un estetik deneyiminde öne sürdükleri görüşleri dikkate aldığımızı; sanal müzelerin katılımcıları olan çocuklar deneyimin içinde sarmalanırken, aynı zamanda pasif konumda bulunmaktadır. Bu bağlamda Tate Kids sanal müzesi örneğinde olduğu gibi *kendin yap etkinliği* içinde boya ve çiz kısmında boyama etkinliği çalışmasının doküman olarak indirilebilmesi çocuğun ziyaret sürecine dahil olarak daha aktif bir konuma gelmesine destek olmaktadır. Yine aynı müzede benzer olarak *ses yarattığı çizim etkinliği* kapsamında da çizime ilham olması söz konusu olan ses dosyaları da indirilebilmekte ve çocuğun müzedeki deneyimin içinde sarmalandığı aktif bir katılımı ortama daha derinden dahil olduğu bir kaçış deneyimi de yaşanmaktadır.

Estetik deneyimin gezilebilirlik kategorisi kapsamına her bir müzenin farklı alt kategorilerde ön plana çıktığı görülmektedir. Bu kategoride ana sayfa ikonunun her sayfada bulunması ve site haritası, menü tasarımında sadelik sözel tasarım unsurları ile görsel/metinsel bilginin sunumunun uyumu ve ana sayfanın tasarım estetiği dört müzenin de ortak olduğu alanlardır. Çocukların sanal müze deneyiminde daha önce de ifade edildiği gibi bilişsel kapasiteleri dikkate alınarak, sanal müze tasarımlarının belirli noktalarda dikkatle yapılandırılması estetik deneyiminin olumlu sonuçlanmasına destek olacaktır. Bu bağlamda Glazer müzesinde, sanal müzede

ziyaretçilerin en çok yönelebilecekleri alanlara hızlı erişim menülerinin yer aldığı tespit edilmiştir. Söz konusu hızlı erişim menüleri; e-posta, kayıt ol, bağış yap ve çalışma saatleri alt menülerinden oluşmakta ve ana sayfada sağ yanda yer almaktadır. Yine bu kategori altında dört müzenin tamamında sanal müzeden iç/dış bağlantı linklerinin bulunduğu da görülmektedir. Bu tür iç/dış bağlantı linklerinin bulunması, web sitesinin daha zengin bir bilgi paylaşımı yapmasını dolayısıyla kullanıcılara faydalı olacak yeterli düzeyde bilgileri sunarak hem güvenilir hem de bilgi kalitesi yüksek bir web sitesi olarak görülmesini sağlamaktadır. Analiz edilen müzelerde bu yöndeki bağlantı linklerinin bulunması, ziyaretçi deneyiminin özellikle estetik deneyim bağlamında sanal deneyim alanının tasarım ve sunum özellikleri bağlamında gezilebilirlik özelliğini arttıran ve ziyaretçilerin sanal müze ziyaret deneyiminde daha uzun süre kalarak edindikleri zengin bilgilerle unutulmaz bir deneyim yaşamalarına da neden olmaktadır.

Gezilebilirlik kategorisi kapsamında TheMet Kids sanal müzesinde görüntülere zoom yapabilme özelliği, etkileşimli harita üzerindeki görüntülere zoom yapılabilmeyi içermektedir. Bu özellik çocuğun müze ziyaretinden keyif alarak daha uzun bir süre sanal müzede kalması ve detay bilgiye erişmesini sağlamaktadır.

Estetik deneyim altında yer alan gezilebilirlik kategorisinin alt kategorisi olan sanal müzede sanal tur seçeneği sadece İstanbul Oyuncak Müzesi'nde yer almaktadır. Özellikle dijital ortamların etkin kullanımı ve müze ziyaret deneyiminin tatmin edici bir boyuta ulaşmasında ortama pasif de olsa bir katılım sağlamak açısından sanal müze turları kullanılması gereken bir uygulama alanıdır. Bu sanal turların aktif katılıma yönelik müze ortamına daha yoğun bir şekilde dahil olmayı içerecek etkileşimlilik ile tasarlanması bu sürecin etkinliğini artıracaktır. Bu açıdan bakıldığında, analizi yapılan diğer üç müzede bu uygulamanın yer almaması bir eksilik olarak nitelendirilebilir.

Gezilebilirlik kategorisi altında yer alan ana sayfa ikonunun her sayfada olması, menü tasarımı ve ana sayfa tasarım estetiği açısından sadelik The Metkids web sitesi için kısmen söz konusu olsa da sanal müze ana sayfası açıldığında tüm menülere erişim sağlanamamaktadır. Ana sayfa ilk açıldığında, "haritayı keşfet", "zaman makinasına atla" ve "videoları izle" hızlı erişim menülerinden biri tıklanmadan diğer ana menülere ulaşılamamaktadır. Bu durum ziyaretçinin sanal müze deneyim

sürecinde istediği menülere hızlı ve rahat ulaşma, deneyim sürecini kesintisiz devam ettirebilme anlamında sıkıntılar yaşanmasına neden olabilecek bir tasarım eksikliği olarak değerlendirilebilir. Bununla birlikte The Metkids ana sayfasının alt bölümünde sabit menü seçenekleri yer almakta ve menülere erişim buradan sağlanabilmektedir. Ancak sabit menü seçeneklerinin sayfanın alt bölümünde bulunması site tasarımı açısından olumlu bir özellik olarak görülmesine rağmen, kullanıcı söz konusu menü seçeneklerini sayfa açıldığında ilk önce sayfanın üst bölümünde arayacağı için kullanım deneyiminin genel, alışılmış algısının dışına çıkılmakta ve ziyaretçi deneyimini sekteye uğratan bir durum ortaya koymaktadır.

Çocuklara yönelik sanal müzelerde kaçış deneyimi kategorisi (Tablo 4) dokuz alt kategoriden oluşmaktadır.

Tablo 4. Çocuklara yönelik sanal müzelerde kaçış deneyimi kategorisi

| KAÇIŞ DENEYİMİ | Glazer Müzesi | Çocuk | Tate Kids | Met Kids | İstanbul Oyuncak Müzesi |
|---------------------------------------|---------------|-------|-----------|----------|-------------------------|
| Oyunlar | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 |
| Çevrimiçi atölyeler | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Ziyaretçi hesabı oluşturabilme | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Avatar oluşturabilme | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Kullanıcı merkezli içerik ekleyebilme | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 |
| Sanal tur | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| Test ve bulmaca, sanal yapboz vb. | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 |
| Tasarım yapabilme unsuları | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 |
| Yarışma | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

Tablodan da görüleceği üzere, eğitim etkinlikleri kadar eğlence içeriği ile kaçış deneyimine ilişkin boyutları daha fazla kullanan sadece Tate Kids sanal müzesidir. TheMet Kids sadece oyun, İstanbul Oyuncak Müzesi ise sadece sanal tur ile kaçış deneyimi unsurlarının sunmaktadır. Sanal müze ziyaretçilerinin kaçış deneyiminde aktif katılımı deneyimin içinde sarmalanması dolayısıyla fiziksel, zihinsel ve duygusal tetikleyiciler aracılığıyla etkileşim halinde olması öğrenme süreçlerini pekiştirmektedir. Bu bağlamda müze ziyaretinin etkinliği açısından da değerlendirecek olursak, kaçış deneyimi unsurlarının sanal müzelerde daha sık kullanılması, çocuk ziyaretçiler açısından daha verimli bir deneyimin yaşanması sonucunu doğuracaktır.

Kaçış deneyimi açısından daha başarılı bir örnek olan Tate Kids sanal müzesi oyunlar, bireysel etkinlikler gibi uygulamalar altında çocukların yaptıkları kendi eserlerini, resimlerini, çalışmalarını yükleyebildikleri alanlar sunarak, kullanıcı merkezli içerik eklenmesi olanağını vermektedir. Yanı sıra çevrimiçi olarak *Tate Paint* uygulaması üzerinden çocuklar kendi eserlerini yaparak *Tate Kids Galeride* paylaşabilmektedirler.

Bunlara ek olarak, eğitim deneyiminde de aktarıldığı gibi Tate Kids ve TheMet Kids sanal müzelerinde *kendin yap videoları* eğitim ve eğlence deneyiminin yaşanmasının yanı sıra sanal müze ile çocuk arasındaki etkileşimi kurmaktadır. Bu deneyim unsurları, çocuk ziyaretçinin sanal müze deneyiminin içinde rol almasını sağlayarak kaçış deneyiminin de yaşanmasını beraberinde getirmektedir. Tate Kids sanal müzesinde yer alan ve estetik deneyim kategorisinde de aktarılan *ses yarattığı çizim etkinliği*, çocuğun ses dosyaları da indirerek bu dosyalardan aldığı ilhamla müzedeki deneyimin içinde sarmalandığı aktif bir katılımı içeren kaçış deneyimini de ortaya koymaktadır.

SONUÇ

Deneyimlerin bireysel öğrenme sürecinde kalıcı değişikliği sağlamadaki etkisi, son yıllarda müzecilik alanında da ilgi odağı oluşturan bir konudur. Özellikle kültürel miras aktarımı ve gelecek nesillerin bu mirasa sahip çıkması için çocukluktan itibaren eğitim süreçlerinde müze faaliyetleri hakkında bilgilendirme ve müze gezileri eğitim sürecinde müfredatlarda da yer almıştır. Bununla birlikte deneyimin bireysel bir alan olması ve bireyin gelişimi için kendi kendini motive etmesi noktasında, farklı uygulamalar ve özellikle dijital teknolojiler müze deneyim sürecini daha tatmin edici bir hale getirmede kullanılmaktadır.

Öğretmenlerin ve çocukların müze ziyaretleri üzerine yapılan araştırmalara bakıldığında, çocukların belirsizliğe, öğretmenlerinin de çocukların fikirlerini takip etmeye olan ilgilerine dikkat çekilmektedir. Pedagojik açıdan bakıldığında, çocukların belirsizlik ve sürprizlerle etkili bir şekilde ilgilenmeleri ve bilgi toplama, olay örgüsünün bazı yönlerini yeniden değerlendirmeye ve tamamlamaya hazır ve istekli olmalarına fırsat sağlayan ortamların tasarlanması müze ziyaret deneyiminin çocuklar için iyi bir deneyime dönüşmesinde etkili olarak görülmektedir (Carr vd.,

2018: 558-559). Bu noktada gerçek müze ziyaret sürecinin yanı sıra çocukları müze ziyaretine hazır hale getiren ve bu süreci çekici bir eğitici-eğlendirici süreç olarak algılatan sanal müze tasarımları, yeni nesil müzecilik anlayışında sıklıkla kullanılmaya başlanmıştır. Sanal müzelerin çocuklara uygun olarak tasarlanması ve müze ziyaret alışkanlığını kazandıracak teşvikleri içermesi önem taşımaktadır. Bu bağlamda dijital ortamlar, bilgi ve eğlenceyi etkin bir şekilde bir arada sunan, kişiselleştirilmiş, interaktif ve aktif katılımlara olanak veren yapıları ile yeni nesil sanal müze olgusunu ve çocuk ziyaretçilerin bu deneyim sürecine katılmaya istekli hale gelerek süreçten zevk almalarını desteklemektedir.

Pine ve Gilmore'un Deneyimin Dört Alanı olarak tanımladıkları eğitim, eğlence, estetik ve kaçış boyutlarında aktif ve pasif katılımı içeren ziyaretçi deneyimlerinin yaratılmasında, dijital ortam tasarımlarında ziyaretçi deneyimini üst seviyeye çıkaracak doğru ve yeterli bilgilerin, rahat ulaşılabilir ve gezilebilir ortam tasarımlarıyla birleştirilerek kullanıcıya sunulması önem taşımaktadır. Bunun yanı sıra katılımı güçlü hale getiren, etkileşimliliği yüksek, kullanıcı merkezli içerik sunumları ile ortamı özümseyerek bir deneyim yaşanması da sanal müze ziyaretçisinin deneyim sürecindeki memnuniyet derecesini artırabilecek tasarım unsurları arasında değerlendirilebilir.

Bu bağlamda özellikle sanal ortamlarda deneyimin farklı boyutlarının eşzamanlı olarak yerine getirilebilmesi, çevrim içi deneyim tasarımında her bir deneyim unsurunun diğeri ile eşgüdümlü olarak düzenlenmesini içermektedir. Bu açıdan baktığımızda, çocuklara yönelik sanal müzelerde estetik deneyiminde çocukların bilgiye ulaşma ve değerlendirme kapasiteleri yetişkinlerden farklı düzeyde olduğu için sanal müze tasarımında erişilebilirlik ve gezilebilirliğin temel unsurlarında çocuk odaklı tasarım yaklaşımlarına yönelmek daha doğru olacaktır. Bu noktada özellikle çocuklara yönelik dijital ortamların tasarımında Pine ve Gilmore'un da ortaya koyduğu üzere, eğlence ve kaçış deneyimini güçlü kılacak, interaktivitesi yüksek, ortamın erişimini ve gezilebilirliğini kolaylaştıran unsurları kullanmak çocuğun bir ziyaretçi olarak o ortamı tercih etmesini ve ortamda uzun süre kalmasını teşvik edecektir. Bu açıdan bakıldığında çocukların duyularına hitap eden unsurları dijital

ortam tasarımında kullanmak ve gezilebilirliği kolay bir alan tasarlamak öğrenme sürecine de olumlu katkı sağlayabilecektir.

Benzer olarak, dijital ortamdaki uyumlaştırma ve kişiselleştirme tasarım özellikleri kullanılarak, çocuğun bir ziyaretçi olarak müze gezisinde seçme fırsatlarına sahip olması, süreçten keyif aldığı aktif bir katılım gerçekleştirmesi desteklenebilmektedir. Müze içi gizli görevler, oyunlar, yarışmalar, müze sergilemelerine yönelik bilgiler, yönlendirmeler, gerçek müze ziyaret sürecini planlama, çevrimiçi ziyaret planlama gibi etkinlikler, çevrimiçi atölyeler, kendin yap videoları, çevrimiçi tasarım yapabilme, avatar oluşturabilme, sanal tur yapabilme, çocuğun kendi yaptığı sanat eserini sanal müze galerisi alanında paylaşabilmesi, çocuğun müze ziyaret deneyimine yönelik deneyimleri, yorumları gibi içerikleri bir blog ya da paylaşım ortamı üzerinden kullanıcı merkezli bir içerik olarak paylaşabilmesi gibi sanal müzede ziyaretçi deneyimine yönelik tasarım unsurlarının varlığı, müzelerde öğrenme sürecini etkileyen motivasyon unsurları olarak üzerinde durulan anlam oluşturma, seçimler, zorluklar/meydan okuma, kontrol, işbirliği ve öğrenmenin olumlu sonuçlarının gerçekleşmesine zemin hazırlayacak deneyimin tasarım unsurlarına işaret etmektedir. Bu açıdan bakıldığında çocuk ziyaretçilere yönelik müze tasarım süreçlerinde, öğrenme sürecini destekleyecek tasarım unsurlarının, tatmin edici bir ziyaretçi deneyimi oluşturulabilmesi için göz önüne alınması önem arz etmektedir.

Eğitim deneyimi açısından bakıldığında, sanal müze ziyaretçisi olarak çocuğun yaşadığı deneyimi ilginç ve dikkat çekici kılabilecek uygulamalar yapılması, dijital ortamların gücüyle kolaylıkla sağlanabilecek ve ziyaret deneyiminin etkisini artıracak sonuçlar yaratabilecektir. Covid 19 Pandemisi ile başlayan süreçte hayatın her alanında dijital teknoloji kullanımının büyük bir ivme kazandığını göz önüne aldığımızda, özellikle çocukların eğitiminde dijital süreçler ve çevrimiçi uygulamalar eğitim planlarında da sıklıkla yer bulmakta, hatta eğitim süreçlerine destek olmaktadır. Bu açıdan bakıldığında, bir deneyim alanı olarak sanal müzeler ve çocuk eğitimi ilişkisi çerçevesinde analize tabii tutulan dört müzenin de büyük oranda Pine ve Gilmore'un ortaya koydukları deneyim alanları kavramıyla tutarlı olduğunu söylemek mümkündür. Ancak yapılan çalışmada ortaya konulduğu üzere, analizi yapılan sanal

müzelerin tasarımlarında eğitim deneyimi ve estetik deneyimi açısından daha uygun koşullar olduğu görülse de hedef kitlesi çocuk olan söz konusu bu sanal müzelerde eğlence ve kaçış deneyimi açısından bir o kadar da eksiklik olduğu saptanmıştır.

Sonuç olarak, çalışma kapsamında çocuklara yönelik sanal müzelerde ziyaretçi deneyim boyutlarından anlaşılabilir bilgi sunumu, bilginin hikayeleştirilmesi, etkinlik ve sergi duyuruları gibi eğitim deneyimi unsurlarında hedef kitle ile uyumlu, basit, sade anlatım tekniklerinin yer aldığı içerikler olmasına rağmen, çocuğun sanal müze ziyaretinde ortamda daha fazla vakit geçirmesini sağlama ve deneyimden duyacağı memnuniyet konusunda eksiklikler görülmektedir. Özellikle öğrenme sürecindeki kalıcı etki açısından değerlendirilecek olursa, kaçış deneyimine yönelik içerikler oldukça yetersizdir. Eğlence ve kaçış deneyimini birlikte dikkate aldığımızda ise, her iki kategoride çocuklara yönelik içeriklerde animasyonlar, müzik, ses, efekt uygulamaları, avatar oluşturabilme, yarışma, test ve bulmaca, kullanıcı merkezli içerik gibi aktif katılımı içeren içerik sunumlarına öncelik verilmesi gerekmektedir.

Tüm bu bulgular değerlendirildiğinde, sanal müze tasarımlarında içerikler ve ortama ait somut tasarım unsurlarının belirlenmesinde bütünsel bir deneyim tasarımı ile hareket edilmesi ve hedef kitlenin çocuk olması göz önüne alınarak, seçilecek deneyim tasarımı unsurlarında bu kitleye yönelik stratejiler belirlenmesi önem taşımaktadır.

KAYNAKÇA

- ALTINDİŞ, Selma. ve ERGİN, Aysun. (2018). Araştırma Evreni ve Örneklem, (Editör) Şebnem Arslan. Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Nicel, Nitel ve Karma Tasarımlar için Bir Rehber, Ankara: Eğitim Yayınevi, s. 81-104.
- BALCI, Şükrü. (2007). "Negatif Siyasal Reklamlarda İkna Edici Mesaj Stratejisi Olarak Korku Çekiciliği Kullanımı", Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 17, s.73-106.
- BARBIERI, Loris, BRUNO, Fabio ve MUZZUPAPPA Maurizio (2017). "Virtual Museum System Evaluation Through User Studies", Journal of Cultural Heritage, 26, s.101-108.

BODNÁR, Dorottya Szilvia (2019). “Escapism or Active Involvement? A Dimension of Museum Visitor Experience”, *Vezetéstudomány-Budapest Management Review*, 50 (11), s. 18-36. <https://doi.org/https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2019.11.02>.

CARR, Margaret, CLARKIN-PHILLIPS, Jeanette, SOUTAR, Brenda, CLAYTON, Leanne, WIPAKI, Miria, WIPAKI-HAWKINS, Rea, COWIE, Bronwen and GARDNER, Shelley (2018). “Young Children Visiting Museums: Exhibits, Children And Teachers Co-Author The Journey”, *Children's Geographies*, 16 (5), s.558-570, DOI: 10.1080/14733285.2018.1480750.

CHERTOFF, Dustin B., GOLDIEZ, Brian and LAVIOLA, Joseph J. (2010). “Virtual Experience Test: A Virtual Environment Evaluation Questionnaire”, *IEEE Virtual Reality Proeedings Book*, s. 103-110. IEEE. <https://doi.org/https://doi.org/10.1109/VR.2010.5444804>.

DİRSEHAN, Taşkın (2012). “Analyzing Museum Visitor Experiences And Post Experience Dimensions Using SEM”, *Boğaziçi Journal Review of Social, Economic and Administrative Studies*, 26 (1), s.103-125. <https://doi.org/http://doi.org/10.21773/boun.26.1.6>

ELGAMMAL, Islam, FERRETTI, Marco, RISITANO, Marcello and SORRENTINO, Annarita (2020). “Does Digital Technology Improve The Visitor Experience? A Comparative Study in The Museum Context”, *International Journal of Tourism Policy*, 10 (1), s.47-67. <https://doi.org/https://doi.org/10.1504/IJTP.2020.107197>.

JOHNSTON, Robin (2008). “Engaging Children Online: Is there Room for the Grittiness of Social Reality?”, *The International Journal Of The Inclusive Museum*, 1 (1), s.83-89.

JUNG, Timothy, DIECK, M. Claudia Tom, LEE, Hyunae and CHUNG, Namho (2016). “Effects of Virtual Reality and Augmented Reality on Visitor Experiences in Museum”, *Information and Communication Technologies in Tourism 2016*, s.621-635, 02-05.02.2016, Bilbao, Spain.

AKTUĞLU, Işıl ve YEYGEL ÇAKIR, Sinem (2024). Çocuklara Yönelik Sanal Müzelerde Ziyaretçi Deneyimi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (3), 1067-1099.

KARAKAYA, Abdullah ve AY, Ferda Alper (2007, May). “Çalışanların Motivasyonunu Etkileyen Faktörler: Sağlık Çalışanlarına Yönelik Bir Araştırma”, C. Ü. Sosyal Bilimler Dergisi, 31 (1), s.55-67.

LEIGHTON, Debra (2007). “Step Back in Time And Live The Legend: Experiential Marketing And The Heritage Sector”, International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing”, 12, s.117-125. <https://doi.org/DOI:10.1002/nvs.m.288>.

PACKER, Jan and BALLANTYNE, Roy (2016). “Conceptualizing the Visitor Experience: A Review of Literature and Development of a Multifaceted Model”, Visitor Studies, 19 (2), s.128-143, DOI:10.1080/10645578.2016.1144023.

PARIS, Scott G. (1997). “Situated Motivation and Informal Learning”, Journal of Museum Education, 22 (2-3), s.22-27, DOI: 10.1080/10598650.1997.11510356.

PINE, B. Joseph and GILMORE, James H. (1998, July-August). “Welcome To The Experience Economy”, Harvard Business Review, 76 (4), s.97-105.

PIVEC, Maja and KRONBERGER, Anika (2016). “Virtual Museum: Playful Visitor Experience in The Real And Virtual World”, Proceeding Book. IEEE, <https://doi.org/https://doi.org/10.1109/VS-GAMES.2016.7590376>

RADDER, Laetitia and HAN, Xiliang (2015). “An Examination Of The Museum Experience Based On Pine And Gilmore's Experience Economy Realms”, The Journal of Applied Business Research, 32 (2), s.455-470.

STEINBECK, Stefanie and MUNAR, Ana María (2023). “Affective Atmospheres in Children’s Museum Experiences”, Leisure Studies, s.1-17, DOI: 10.1080/02614367.2023.2183981

SYLAIU, Stella, KASAPAKIS, Vlasios, DZARDANOVA, Elena and GAVALAS, Damianos (2018). “Leveraging Mixed Reality Technologies To Enhance Museum Visitor Experiences”, International Conference on Intelligent

AKTUĞLU, Işıl ve YEYGEL ÇAKIR, Sinem (2024). Çocuklara Yönelik Sanal Müzelerde Ziyaretçi Deneyimi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (3), 1067-1099.

Systems (IS), s.595-601 Funchal, Portugal.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1109/IS.2018.8710530>.

WU, Hung-Che, AI, Chi-Han and CHENG, Ching-Chan (2020). “Virtual Reality Experiences, Attachment and Experiential Outcomes in Tourism”, Tourism Review, 75 (3), s. 481-495. <https://doi.org/10.1108/TR-06-2019-0205>.

YEYGEL ÇAKIR, Sinem ve AKTUĞLU Işıl (2023). Virtual Museums And Online Visitor Experience, Hasan Akgün, (Editörler), Sema Sağlık ve Uğur İnan. Academic Studies in Social, Human and Administrative Sciences, Ankara: Gece Kitaplığı, s.123-150.

THE METROPOLITAN MUSEUM OF ART #METKIDS,
<https://www.metmuseum.org/art/online-features/metkids/>, Erişim Tarihi:
12.05.2024

TATE KIDS, <https://www.tate.org.uk/kids>, Erişim Tarihi: 12.05.2024

GLAZER CHILDREN’S MUSEUM, <https://glazermuseum.org/learnplayathome/>,
Erişim Tarihi: 12.05.2024

İSTANBUL OYUNCAK MÜZESİ, <https://istanbuloyuncakmuzesi.com/>, Erişim
Tarihi: 12.05.2024

TÜRK DİL KURUMU SÖZLÜKLERİ, <https://sozluk.gov.tr/>, Erişim Tarihi:
09.04.2024

CHILDREN MUSEUM; (2019), “What is a Children’s Museum?”,
<https://childrensmuseums.org/about/>, Erişim Tarihi: 06.03.2024

PSİKOLOJİ BİLİMİ; “Psikolojinin Kullandığı Bilimsel Yöntemler Nelerdir?”,
<https://www.psikolojibilimi.gen.tr/psikolojinin-kullandigi-bilimsel-yontemler-nelerdir/>). Erişim Tarihi: 10.05.2024.

Yazarların çalışmaya katkı oranları eşittir.

Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması
bulunmamaktadır.