

Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi/
Journal of Travel and Hotel Business
Cilt/Vol:22(2),Yıl/ Year: 2025 ss/pp:384-412
Gönderim Tarihi/ Received: 05.02.2025
Kabul Tarihi /Accepted: 07.05.2025
DOI: 10.24010/soid.1633549

Derleme Makalesi/ Review Article

Arkeolojik Alanlarda Dijital Teknolojilerin Ziyaretçi Deneyimi Üzerindeki Önemi: Ayasofya ve Efes Deneyim Müzesi Örnekleri*

The Importance of Digital Technologies on Visitor Experience at Archaeological Sites: Case Studies from Hagia Sophia and the Ephesus Experience Museum

Çağlayan Deniz KAPLAN 

İzmir Yüksek Teknoloji Enstitüsü
İzmir, Türkiye

E-posta: caglayankaplan.izmimod@gmail.com

Dr. Öğr. Üyesi Ali YÜCE 

Kapadokya Üniversitesi
Nevşehir, Türkiye

E-posta: aliyuc@gmail.com

Öz

Teknolojik gelişmeler, yaşamın her alanında olduğu gibi turizm faaliyetleri sırasında edinilen deneyimleri de etkilemekte ve dönüştürmektedir. Bu dönüşüm, turizmin alt türlerine göre farklılaşmaktadır. Kültür turizmi özelinde dijital teknolojiler, ziyaretçilere daha zengin, etkileşimli ve kişiselleştirilmiş deneyimler sunmaktadır. Ancak mevcut literatür, bu deneyimlerin daha çok sanat müzeleri üzerinden incelendiğini göstermekte, arkeolojik müze ve alanlardaki uygulamalara yeterince odaklanılmadığını ortaya koymaktadır. Bu çalışma arkeolojik müze ve alanları ile bu mekanlarda gerçekleştirilen dijital sunumların ziyaretçi algı ve bakış açılarına dayanan verilerin değerlendirilmesini deneyim kavramının dört alanı olan eğitim, estetik, kaçış ve eğlence deneyimi çerçevesinde yapmaktadır. Çalışmada elde edilen en önemli bulgulardan birisi dijital sunumlar ve müze mekânlarının; estetik, eğlence ve eğitim deneyimleri açısından da geliştirilmesinin dijital deneyim için büyük önem taşıdığıdır.

Anahtar Kelimeler: Dijital Teknolojiler, Deneyim, Arkeolojik Alanlar, Deneyim Müzeleri

Abstract

Technological advancements are influencing and reshaping experiences acquired during tourism activities, as they do in many aspects of life. The shift differs based on the subtypes of tourism. Digital technologies provide cultural tourism guests with enhanced, interactive, and personalized experiences. Nevertheless, the current literature indicates that these experiences have predominantly been examined in art museums, demonstrating a lack of emphasis on applications inside archeological institutions and sites. This study assesses data concerning visitor impressions and viewpoints related to archeological museums and sites, as well as the digital presentations conducted at these venues, within the context of the four dimensions of the experience concept: educational, aesthetic, escapist, and entertainment experiences. A significant finding of the study is that the advancement of digital presentations and museum environments for aesthetics, entertainment, and educational experiences is crucial for the digital experience.

Keywords: Digital Technologies, Experience, Archaeological Sites, Experience Museums

¹ Bu çalışma, Kapadokya Üniversitesi Turist Rehberliği Anabilim Dalı'nda Dr. Öğretim Üyesi Ali Yüce danışmanlığında Çağlayan Deniz Kaplan tarafından hazırlanan 'Dijital Teknolojilerin Arkeolojik Alanların Deneyimlenmesindeki Rolü: Kavramsal Bir Bakış' başlıklı yüksek lisans projesinden türetilmiştir.

Extended Summary

The profound impact of technological advancements and globalization has become evident across all spheres of life, including the tourism sector. The increasing personalization and interactivity of daily practices have prompted visitors, as consumers of the tourism industry, to seek more enriched and immersive experiences. Within this context, the present study aims to assess the influence of digital technologies on archaeological sites from the visitors' perspective and to propose strategic recommendations aimed at enhancing visitor experience, engagement and satisfaction.

Although existing literature predominantly examines the integration of digital technologies within art museums, exploring this dynamic within the context of archaeological sites introduces a relatively novel conceptual framework. The significance of this research lies in its potential to contribute to the enhancement of visitor experiences in contemporary museum settings while offering conceptual insights that may shape experiential opportunities in future museum practices. To this end, the study undertakes a conceptual evaluation of the impact of digital technologies on visitor experience at the Hagia Sophia History and Experience Museum and the Ephesus Experience Museum. This evaluation is grounded in a literature review focused on the notion of experience and is organized around four primary dimensions: education, aesthetics, escapism, and entertainment.

Digital technologies employed in the Hagia Sophia History and Experience Museum and the Ephesus Experience Museum primarily emphasize audio-visual elements. While these technologies successfully foster a sense of escapism, their potential is constrained by the limited integration of Virtual Reality (VR) applications. In particular, the Ephesus Experience Museum, conceived as a purpose-built facility, demonstrates greater efficacy in delivering an immersive escape experience compared to the Hagia Sophia History and Experience Museum, which operates within the constraints of a restored historical building. Despite these strengths, there remains a notable need to enhance the aesthetic, entertainment, and educational dimensions of digital presentations and the surrounding museum environments.

Several factors currently hinder the optimization of visitor experience. Notably, the restriction on the admission of children under the age of eight, the lack of designated activity areas for young visitors, and the limited availability of socialization spaces diminish the holistic experiential potential of museums. To address these shortcomings, it is imperative that authorities prioritize the expansion of communal areas within museum spaces and diversify educational resources to more effectively engage a broad visitor demographic.

Digital presentations in museums should be designed to facilitate interaction among different visitors, rather than being overly didactic. In pursuit of wider accessibility, it is recommended that experience museums operate without imposing additional entrance fees separate from those required for access to the associated archaeological sites. Admission to experience museums should be automatically included with the archaeological site ticket, thereby encouraging greater visitor participation. Additionally, differentiated pricing structures for children, students, and adults should be implemented, alongside the provision of discounted entries on special occasions. The digital ticketing system should also be further developed to streamline access and enhance convenience.

To realize these objectives, it is crucial for the Ministry of Culture and Tourism to intensify its support for the development of digital presentation projects at archaeological sites and to assume a more proactive role in the management of these initiatives. Alternatively, a flexible fee policy, subsidized through site-specific sponsorships could be employed to promote broader visitor engagement. Ultimately, diversifying the nature of digital presentations and enriching archaeological sites with innovative technological applications will not only enhance the demographic diversity of visitors but will also contribute significantly to the long-term sustainability of these culturally and historically significant sites.

1. Giriş

Küreselleşme ve teknolojik gelişmelerin etkileri başta bilgiye erişim olmak üzere yaşamın tüm pratiklerinde kendisini göstermektedir. Üretilen bilginin artması ve erişiminin kolaylaşması, beraberinde bilginin saklanması, erişilebilirliğinin artması ve korunması gibi sorunları getirmiş ve 1990'lı yıllarda dijital teknolojiler bu sorunları çözmek amacıyla gelişmeye başlayarak kısa zamanda pek çok alanda belirleyici faktör olmuştur (Baygöl, 2020: 400).

Teknolojik alanda yaşanan yenilikler ve değişimler -ziyaretçi beklentilerinin değişmesine bunun sonucunda da sektörde hizmet sunan bileşenlerin de bu talepleri karşılamak üzere yenilikler yapmasına yol açmış- turizm sektörünü de etkileyerek turizm açısından avantaj sağlayıcı gelişmeleri tetiklemiştir (Dülgaroğlu, 2021; Yuce, 2021). Kişiselleşen ve daha interaktif hale gelen yaşam pratikleri ziyaretçilerde turizm destinasyonlarının zengin bir deneyim sunması beklentisi oluşturmuştur. Bu bağlamda turizm sektörü bu tür talepleri mevcut turizm türlerinde değişiklik ve yeniliklere giderek ve yeni turizm türlerini uygulamaya geçirerek yanıtlamıştır (Dülgaroğlu, 2021).

Dijital teknolojilerin kullanımından önce mevcut olan turizm türleri doğal olarak bu teknolojilerin kullanımında öncü rol üstlenmiştir. Araştırmalar, dünyada yaşanan teknolojik ve sosyal gelişmelerin turizm sektöründeki tüketim şekillerinde de önemli değişikliklere neden olduğunu (Yuce, 2022c); bunun sonucu olarak da deniz-güneş-kum turizminin yanı sıra alternatif modeller ön plana çıkmaya başladığını göstermektedir (Akşit Aşık, 2014: 787; Öter ve Özdoğan, 2005; Sabancı ve Sarıışık, 2021). Öter ve Özdoğan (2005) tarafından yapılan bir araştırmada, 1990'lardan itibaren deniz turizmine alternatif olarak ziyaretçilerin bulundukları yerlerde kültürel varlıkları tanımak istediklerini vurgulamıştır. Bu politikaların oluşturulmasında da ziyaretçilerin kültür turizminde ilk tercihleri olan "tarihi alanlar ve müzeler" turistik çekicilikler olarak ele alınmıştır. Günümüzde tarihi alanlar kültür turizminde öncü rol oynamakla birlikte anıt ve şehir gibi somut miras öğelerine geçmiş zamanların yaşamı, inanç sistemi gibi somut olmayan değerlerin de turistik çekicilikler olarak eklendiği görülmektedir.

Kültür turizminin başlamasında rol oynayan tarihi alanlara dair bilimsel çalışmalar arkeoloji biliminin işi olmuştur (Orser, 1996). Arkeolojik alanlarda bilimsel faaliyetlerle ortaya çıkarılan veriler de zamanla turizm faaliyetlerinde cazibe noktası haline gelmiştir. Arkeolojik alanların kendilerinin yanı sıra bu alanlarda ortaya çıkarılan buluntuların sergilendiği müzeler de alternatif turizm destinasyonları haline gelmiştir. Arkeolojik alanların koruma statüleri bu alanlarda sergilemeye yönelik fiziksel müdahalelerin yapılmasını güçleştirmektedir. Özellikle dijital teknolojilerin gerektirdiği altyapı çalışmalarını arkeolojik alanlarda ve eser bazında gerçekleştirmek neredeyse imkânsızdır. Kültür turizminin başlangıcında arkeolojik alanlar ve müzeler ayrı ayrı ele alınan sergileme araçlarıyken günümüzde kültür turizmi altında yer alan ve arkeoturizm adı verilen turizm türünde ziyaretçi deneyimini örgütleyen bileşenler olarak bir arada ele

alınmaktadır (Kervankıran, 2014: 348). 20. yüzyılın sonunda ivme kazanan dijitalleşme çalışmaları da yukarıda belirtilen gelişmeler doğrultusunda kültürel mirasın belgelenmesi, arşivlenmesi ve korunması çalışmalarında kullanılmaya başlanmış ve tüm bu dijital birikim günümüz kültür turizminin temellerini atmıştır (Dülgaroğlu, 2021: 3).

1.1. Araştırmanın Konusu

Bu araştırma, dijital teknolojilerin önemli kültür turizmi destinasyonlarından olan arkeolojik alanların deneyimlenmesindeki belirleyici rolünü konu almaktadır. Konu kapsamında ziyaretçi deneyimi kavramı, arkeolojik alanlarda kullanılan dijital teknolojiler ile sergileme ve müzecilik anlayışının gelişimiyle birlikte günümüz müzecilik anlayışında ön plana çıkan dijital deneyim müzeleri incelenecektir. Algılanması genellikle zor olan arkeolojik alanların daha bütüncül biçimde ele alınarak ziyaretçilere sunulmasında kullanılan teknolojilerle ilgili örnekler seçilmiş ve bu teknolojilerin daha etkili kullanılabilmesi, ziyaretçiler tarafından deneyimlenebilmesi için öneriler getirilmiştir.

1.2. Araştırmanın Önemi

Arkeolojik alanlarda deneyim odaklı sergileme tekniklerinin kullanımı gerek turizm gerekse koruma alanlarında henüz çok yeni konulardır (Çelik ve Kahraman, 2024: 248). Arkeolojik alanlardan fiziksel olarak kopuk olan örneklerinin yanı sıra, bu tekniklerin kullanıldığı turistik destinasyonlar ülkemizde de çok azdır. Dolayısıyla ziyaretçi deneyimini sağlamak üzere dijital teknolojilerin arkeolojik alanlarda kullanımı da yeni bir kavramdır. Bu çalışma, henüz yeni olan bu alanı literatür taramasına dayalı doküman analizi sonucunda kavramsal bir bakış açısıyla değerlendirmekte ve gelişimi için öneriler getirmektedir. Bu anlamda çalışma, mevcut deneyim müzelerine yapılan ziyaretlerin iyileştirilmesi ve yeni yapılacak müzelerde daha fazla deneyim imkânları sağlanmasına yönelik öneri içermesi açısından önem taşımaktadır.

1.3. Araştırmanın Sorunsalı

Hızla gelişen dijital teknolojiler, hayatın her alanında önemli değişim ve dönüşümleri beraberinde getirmektedir. Bu teknolojik gelişmelerin kültürel miras alanlarına etkisi, son yıllarda yapılan araştırmalarla daha belirgin hale gelmiştir. Literatürdeki çalışmalar, dijital teknolojilerin özellikle müzelerdeki deneyimsel süreçlere entegrasyonuna dair önemli bilgiler sunmakta ancak bu süreçlerin arkeolojik alanlarda nasıl bir dönüşüm yarattığına dair oldukça sınırlı bir içeriğe sahiptir.

Dijital deneyim müzeleri üzerine yapılan çoğu araştırma (Arslan, 2024; Çelik ve Kahraman, 2024; Şeker, 2023), genellikle sanat müzelerindeki dijital deneyimleri ele alırken, arkeolojik alanlarda teknolojinin etkisine dair çalışmaların sayısı oldukça azdır. Arkeolojik alanlarda dijital teknolojilerin kullanımı, sadece ziyaretçilerin görsel ve işitsel algılarını etkilemekle kalmayıp aynı zamanda eğitsel, eğlenceli, estetik ve kaçış boyutlarında da önemli bir dönüşüm yaratmaktadır. Ancak, bu dönüşüm süreçlerine dair sistematik ve derinlemesine bir inceleme ve çözümleme henüz yeterince yapılmamıştır. Özellikle, dijital teknolojilerin arkeolojik alanlara entegrasyonu ile ziyaretçi deneyimlerinin nasıl değiştiği, hangi boyutlarda bir dönüşüm geçirdiği ve bu dönüşümün eğitim, eğlence, estetik ve kaçış boyutlarıyla nasıl ilişkilendirilebileceği üzerine kapsamlı çalışmalar eksiktir. Bu durum, arkeolojik alanlarda dijital teknolojilerin ziyaretçi deneyimleri üzerindeki etkilerine dair yeni soruların ortaya çıkmasına yol açmıştır. Bu araştırmanın temel amacı, dijital teknolojilerin arkeolojik alanlardaki ziyaretçi deneyimlerini nasıl dönüştürdüğünü ve bu dönüşümün ziyaretçilerin deneyimlerinin çeşitli boyutları üzerindeki etkilerini sistematik bir şekilde incelemektir. Bu bağlamda, dijital teknolojilerin

arkeolojik alanlarda nasıl bir etki yarattığını anlamak, gelecekteki uygulamalar için de önemli bir rehber niteliği taşıyacaktır.

1.4. Araştırmanın Amacı

Bu araştırma makalesi, sanal gerçeklik (VR), artırılmış gerçeklik (AR) ve karma gerçeklik (MR) gibi dijital teknolojilerin ziyaretçilerin arkeolojik alanları deneyimleri üzerindeki etkilerini kavramsal bir çerçevede tanımlayıp sistematik olarak incelemeyi hedeflemiştir. Bununla birlikte, bu çalışma, hızla değişen ve dönüşen teknolojilerin, turizmin en önemli segmentlerinden birisi olan müze ziyaretlerindeki rolünü keşfetmeyi hedeflemiştir. Ayrıca, dijital deneyimler sonucunda, deneyimi yaşayan ziyaretçilerin ilgili bilimsel yazında yer alan; kaçış, eğlence, eğitim ve estetik deneyimlerinden hangisini deneyimlemiştir sorusunu yanıtlamak bu çalışmanın hedeflerinden birisidir. Bu deneyimlerin potansiyelini ya da etki gücünü Efes Deneyim ve Ayasofya Deneyim ve Tarih Müzeleri özelinde irdelemek bu araştırmanın temel motivasyonları arasında yer almaktadır. Son olarak, bu iki deneyim müzesini ziyaret edip, edindikleri deneyim sonucunda dijital teknolojilerin ziyaretçilerin algılarını etkileyen faktörleri, ilgili teorik çerçeve içerisinde ortaya koymak da bu araştırmanın hedeflerinden birisidir.

1.5. Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışma konu ile ilgili literatür ve dokümanlardan oluşan ikincil kaynakların kullanılması ile meydana getirilmiştir. Literatür taraması ve doküman analizine dayalı olarak, dijital müze deneyimlerine katılan ziyaretçilerin deneyimleri incelenerek, dijital teknolojilerin müze deneyimindeki dönüştürücü gücü (Tanrıkulu ve Karagöl, 2021; Yuce, 2022) deneyim ekonomisi yaklaşımının arkeoloji müzelerinde uygulanabilirliği gibi konular açıklanmaya çalışılmıştır. Araştırma kapsamında Türkiye'deki öncü deneyim müzelerinden Ayasofya Tarih ve Deneyim Müzesi ile Efes Deneyim Müzesindeki dijital teknolojilerin ziyaretçi deneyimi üzerindeki etkisi, deneyim ve deneyim müzeleri üzerine yapılan araştırma ve çalışmalardan hareketle kavramsal bir şekilde değerlendirilmiştir. Dijital sunumlar ve bu sunumların gerçekleştirildiği mekânların değerlendirilmesi ise deneyim kavramının dört alanı/boyutu olan; eğitim, estetik, kaçış ve eğlence deneyimi çerçevesinde yapılmış ve öneriler de deneyimin bu alanlarının geliştirilmesine yönelik yapılmıştır.

2. Kavramsal Çerçeve

Araştırmanın kavramsal çerçevesini turizmde deneyim kavramı ve arkeolojik alanlarda ve müzelerdeki deneyim odaklı sergileme yöntemleri ile dijital teknolojilerin bu alanlarda kullanımına yönelik kavramlar oluşturmaktadır. Bu kapsamda aynı zamanda ziyaretçi deneyimini oluşturan alanlar ve dijital teknolojilerin bu alanlara katkısı belirtilmiştir.

2.1. Ziyaretçi Deneyimi

Deneyim (experience), 'bir kimsenin belli bir sürede veya hayat boyu edindiği bilgilerin tamamı' olarak tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu, 2024). Turizm ve seyahat alanında ziyaretçi deneyimi olarak geçen kavram ise ziyaretçilerin gittikleri destinasyonlardaki tarihi, kültürel ve sanatsal alan ya da objelerden edindikleri bilgilerin tümüdür (Yılmaz ve Yetiş, 2016: 45). Roppola (2012), deneyimi ziyaret edilen yer ile ziyaretçi arasında bir değişim (exchange) ve geçiş (transaction) temelinde tanımlamıştır. Tanımdan da anlaşılacağı üzere burada aynı zamanda bir süreç tarifi yapılmakta ve deneyimin etkileşim sonucu oluştuğu belirtilmektedir. Turizmde ziyaretçi deneyimi üzerine yapılan araştırmalar, günümüz ziyaretçi profilinin; bir destinasyon belirleme, tekrar ziyaret etme

eğilimleri ve tavsiye etmelerinde en büyük motivasyonlarından birinin, deneyim beklentisi olduğunu göstermektedir (Erdoğan ve Kircova, 2017: 652; Sop vd., 2020: 1125).

Deneyim kavramının turizm ve pazarlamadaki öneminin araştırılması 1970'li yıllardan sonra popüler olmuştur (Adongo vd., 2015). Çalışmalar, toplumda bireyselleşmenin bir sonucu olarak oluşan deneyimsel tüketim olgusunun turizmde deneyim ekonomisini yarattığını belirtmektedir (Pine ve Gilmore, 1998). Bunun sonucunda da turizm sektörü bileşenleri ziyaretçilerin deneyimlerinin artması için etkileşimin artması gerektiğini tespit ederek destinasyon anlayışını izleyici odaklı turizm destinasyonlarından ziyaretçi odaklı destinasyonlara dönüştürmeye başlamıştır. Bu aynı zamanda kişilerin seyahatleri boyunca daha aktif hale gelmesi demektir (Çelik ve Kahraman, 2024: 248). Etkileşimin artması ve ziyaretçilerin daha aktif hale gelmesi deneyimi kişiselleştirmekte ve bu süreçte destinasyonla ziyaretçi arasındaki sosyo-kültürel etkileşim boyutu yanında ziyaretçilerin psikolojik faktörlerini de daha etkin kılmaktadır. Bu yönüyle deneyim motive olmuş, enerjik, olumlu duygulara sahip ve odaklanmış bir bilişsel durumu ifade etmektedir (Goulding, 2000: 270).

Deneyimin kişisel olma özelliğinden dolayı bu alanda yapılan çalışmalarda ziyaretçi deneyiminin boyutları netlik kazanamamıştır (Quan ve Wang, 2004: 297). Annis (1974), deneyimi; sosyal, eğitsel ve saygı uyandıran olmak üzere üç boyutlu bir kavram olarak tanımlamıştır. Hirschman ve Holbrook (1982) ise deneyimi, tüketici davranışı olarak ele almış ve eğlenceli ve fonksiyonel boyutlar olarak sınıflandırmıştır. Otto ve Ritchie (1996) deneyimi; yenilik, konfor, dürtü, hedonik, güvenlik ve etkileşim boyutları olarak altı kategoride sınıflandırırken, Schmitt (1999) düşünsel, duysal, duygusal, ilişkisel ve davranışsal olarak beş kategoride sınıflandırmıştır. Poulsson ve Kale'nin (2004) beşli deneyim sınıflandırması öğrenme, katılım, kişisel, yenilik ve sürpriz boyutlarından oluşurken, Quan ve Wang (2004) tarafından yapılan sınıflandırma ise destekleyici ve zirve olmak üzere iki boyuttan oluşmaktadır. Ulusal ve uluslararası literatürde ziyaretçi deneyimi üzerine yapılan çalışmalarda en çok kullanılan sınıflandırma Pine ve Gilmore (1998) tarafından yapılmış olup; eğitim, eğlence, estetik ve kaçış olmak üzere dört boyutlu bir sınıflamadır (Demir ve Demirel, 2019: 663; Şeker, 2023). Eğitim, eğlence, estetik ve kaçıştan oluşan bu yaklaşım, dijital müzeleri deneyimleyen ziyaretçilerin motivasyonlarını anlamlandırmada ve benzer çalışmalardaki bulguları karşılaştırmada daha bütünsel bir çerçeve sunmaktadır. Pine ve Gilmore'un (1998) dört başlıkta sınıflandırdığı bu yaklaşımın, diğerlerine göre daha güncel olması, literatürde sıklıkla tercih edilmesi, ziyaretçi deneyimini daha bütünsel ve ölçülebilir perspektiften inceleme fırsatı vermesinden dolayı bu çalışmada tercih edilmiştir.

2.1.1. Eğitim Deneyimi

Eğitim deneyimi ziyaretçilerin turizm destinasyonundaki mekân, nesne ya da etkinliği anlamlandırmaya çalıştığı deneyim türüdür (Şeker, 2023). Ziyaretçilerin zihinsel ve fiziksel katılım sağlaması gereken bu deneyimde kullanılan eğitim araçları ve sunum teknikleri de önem taşımaktadır. Arkeolojik alanlarda ve müzelerde geleneksel olarak kullanılan araçlar bilgilendirme tabelaları ve turist rehberleridir. Ancak bu araçlar ziyaretçileri daha çok izleyici olarak konumlandığı için son yıllarda teknoloji tabanlı görsel ve işitsel sunumlar ile dijital teknolojiler yaygınlaşmaya başlamıştır (İşçi vd., 2020: 39).

2.1.2. Eğlence Deneyimi

Deneyimin ziyaretçiler tarafından duyularıyla içselleştirmesiyle oluşan eğlence deneyimi ziyaret edilen yerlerdeki çekiciliklerden olup deneyim boyutlarındaki en yaygın ve gelişmiş türdür ve deneyimin edinilmesi sürecinde gerçekleştirilen faaliyetlerdir (İşçi vd., 2020: 39; Şeker, 2023: 96). Eğlence deneyimi ziyaretçilerin destinasyon seçimlerinde istek uyandıran ve ilgisini çeken faaliyet ve sunumlardır (Uzun ve Uca, 2024: 28). Dijital teknolojilerden önce arkeolojik alan ve müzelerde eğlence deneyimini ancak eserlerin çekiciliği sağlarken günümüzde kullanılan sanal turlar, sinevizyon ve animasyonlar gibi teknolojik sunumlar bu boyutu zenginleştirmekte ve kişiselleştirmektedir (İşçi vd., 2020: 40).

2.1.3. Estetik Deneyim

Turizm destinasyonundaki mekân kalitesi ve çevre düzenlemesi gibi fiziksel çekicilikler estetik deneyimi oluşturmaktadır (İşçi vd., 2020: 40). İçinde bulunulan ortamın öneminden dolayı eğlence deneyimine benzese de estetik deneyimde ziyaretçinin katılım oranı daha pasiftir. Deneyim, içinde bulunulan ortamın verdiği hazla oluşur (Uzun ve Uca, 2024: 28). Sonraki bölümlerde daha detaylı anlatılacağı üzere, klasik sergileme yöntemlerinden teknoloji tabanlı yöntemlere geçilmesiyle birlikte ziyaretçilerin gerçek fiziksel çevrelerinin yanı sıra sanal çevreleri de bu hazın oluşmasında önemli bir etken olmuştur (İşçi vd., 2020; Sop vd., 2020).

2.1.4. Kaçış Deneyimi

Ziyaretçilerin bulundukları ortama yoğunlaşması ve gündelik hayatlarından uzaklaşmasıdır (İşçi vd., 2020: 39; Şeker, 2023: 96). Kaçış deneyiminde ziyaretçilerin katılım oranı en üst seviyede olup bu yönüyle diğer deneyim boyutlarından daha aktif bir deneyimi tarifler. Deneyimin bu türünde bireylerin en büyük seyahat etme motivasyonu gündelik hayattan uzaklaşmaktır (Harman ve Akgündüz, 2014: 129). Ziyaretçi sadece bir şeyden uzaklaşmaz aynı zamanda bilişsel olarak bir zamana ya da yere yolculuk eder (Büyükkuru ve Aslan, 2015: 342).

Araştırmamızın giriş bölümünde de aktarıldığı gibi, arkeolojik alanlar ve müzeler deneyim beklentisi içerisindeki ziyaretçilerin en önemli destinasyon tercihleri arasında yer almaktadır (Demir ve Demirel, 2019; İşçi vd., 2020; Şeker, 2023). Bu nedenle arkeolojik alan ve müzeler deneyime odaklanan yeniliklerden etkilenmişlerdir. Turizm açısından hem arkeolojik alanların hem de müzelerin temelinde sunum ve sergileme vardır ancak koruma statüleri sebebiyle pek çok müdahaleyi arkeolojik alanlarda yapmak çok zordur. Son yıllarda ziyaretçi deneyimini arttırmak üzere, daha bütüncül bir yaklaşımla arkeolojik alanların bulundukları yerlerde bir arada ele alınmaya başladıkları için bu araştırmanın sonraki bölümünde arkeolojik alanlardaki deneyim müzelerindeki sergileme tekniklerinin gelişimi aktarılacaktır.

2.2. Müze Kavramı ve Müzeciliğin Gelişimi

Tarihi olsun ya da olmasın, değerli eşyaların toplanması ve sergilenmesi geleneği Mezopotamya ve Antik Mısır'dan beri devam etmektedir. Antik Yunan'da bir güç göstergesi olan bu eylemde kutsal kabul edilen nesnelerin yanı sıra tarihi ve sanatsal eserler de önem kazanmıştır. Roma döneminde de sınıfsal bir üstünlük olarak görülmüş ve daha da yaygınlaşmıştır (Çelik ve Kahraman, 2024: 245).

Müze kelimesinin kökeni Antik Yunan mitolojisindeki muse kelimesinden gelmektedir. Muse, müzisyen, şair ve filozoflara ilham veren dokuz tanrıçaya verilen isimdir. Bu tanrıçalar Polyhymnia (kutsal şair tanrıçası), Klio (tarih tanrıçası), Thalia (komedi tanrıçası), Terpsikhore (dansçılık tanrıçası), Erato (şarkı sözü tanrıçası), Urania (astronomi tanrıçası), Euterpe (müzik tanrıçası), Kalliope (destan tanrıçası) ve Melpomene'dir (trajedi tanrıçası) (Bostancı, 2019: 35). İlham perilerine muses, tapınaklarına da museion denilmektedir (Haarhoff ve Wilson, 2016). Bir başka ifadeyle, bugün kullandığımız müze kelimesinin kökeninde ilham/esinlenme vardır (İsababayeve, 2015).

Mekânsal anlamda günümüz müzelerinin temelleri 16. yüzyıl Avrupası'nda atılmış ve 1683 yılında İngiltere'de British Museum'un açılmasıyla ziyaretçilere yönelik müzecilik çalışmaları başlamıştır (Çelik ve Kahraman, 2024: 245; Lewis, 1992) (Çelik ve Kahraman, 2024: 245). 17. yüzyılda başlayan ve artarak devam eden coğrafi keşifler ve sömürgecilikle de keşfedilen coğrafyalarda konumlanan tarihi alanlardaki eserler ve objeler de yoğun bir şekilde Avrupa'daki müzelere götürülmüştür (Çelik ve Kahraman, 2024: 246). Avrupa'da müzecilik sömürgecilik faaliyetleriyle gelişirken ülkemizde 19. Yüzyılda başlayan bu faaliyet kutsal kabul edilen objelerin sergilenmesiyle başlamıştır. Cumhuriyetle birlikte büyük şehirlerde açılan Arkeoloji ve Etnografya Müzeleriyle de bu sayı artmıştır (Ateşoğulları, 2022; Çelik ve Kahraman, 2024: 246).

Kelime kökenini "ilham"dan ya da "esinlenme"den alsa da çağdaş müzeciliğin oluşmasına kadar geçen süreçte müzelerin genel işlevleri; arşivleme, koruma ve sergilemeden ileri gidememiştir. 20. yüzyılın başından itibaren de müzecilik tartışmalarının temelini, gelenekselleşen müze anlayışının toplumdan kopukluğu oluşturmuştur. 20. yüzyılda ise müze tanımı Uluslararası Müzeler Birliği (ICOM) tarafından tekrar yapılmıştır. ICOM'a göre *'Müze; eğitim, çalışma ve eğlence amacıyla insanlığın ve çevresinin somut ve somut olmayan kültürel mirasını edinen, koruyan, araştıran, ileten ve sergileyerek topluma hizmet eden, halka açık ve kâr amacı gütmeyen, sürekliliği olan bir kurumdur'* (ICOM, 2024). Bu tanımla birlikte artık müzelerin bilgi üreten, araştıran, iletişim kuran sosyal mekânlar olarak değerlendirilmesi gerektiği; sergilemenin amacının da ziyaretçilerin insanlık ve kendileri hakkında daha fazla bilgi edinmesi olduğu vurgulanmıştır (Atagök, 2014: 31). Çağdaş müzecilik tartışmaları ve araştırmalarının sonucu olarak ortaya çıkan bu tanım etkileşimin yanı sıra sürdürülebilirliği de vurgulamakta ve ziyaretçileri izleyici olmaktan çıkarıp etkileşimli deneyimler yaşayan, bilgi edinen, sosyalleşen katılımcılar olmaya teşvik etmektedir (İşçi vd., 2020: 30).

Çağdaş müzecilik tartışmaları yalnızca müzelerin içeriklerini değil, fiziksel olarak konumlarını hatta fiziksel biçimde var olup olmamalarının gerekliliğini de kapsamaktadır. Bu tartışmaların ana noktalarından biri de arkeolojik alanların ziyaretçilere sunulmasıdır. Arkeolojik alanlardaki eserler çoğunlukla bütün olmaktan uzak ve farklı bozulma türlerini içermektedir. Yapısal eserlerin dışındaki buluntuları da bulundukları yerde sergilemek teknik ve güvenlik açısından imkânsızdır (Hacar, 2013: 296-297). Bulundukları alanlardan uzak yerlerde sergilenen heykel, değerli ya da günlük eşyalar vb. buluntuları koruma açısından risk oluşturmakla birlikte bağlamı olan alandan uzaklaşmaları nedeniyle ziyaretçiler için bütünlüğü algılamak güç olmaktadır (Savrum, 2011: 94).

Müzeciliğin tartışılmasında rol oynayan etkenlerden biri de şüphesiz teknolojik gelişmelerdir. Yapım teknolojilerinde, iletişim, görselleştirme ve sunum tekniklerinde meydana gelen gelişimler toplumlarda etkileşimi arttırmış ve bilgi edinmeyi de didaktik olmaktan çok eğlenceli bir hale getirmiştir (Karadeniz, 2020: 176). Bu gelişmelerin arkeolojik alanlar özelinde etkileri özellikle tarihi eserlerin belgelenmesi ve sunulması

alanında olmuştur. Yüzey tarama ve modelleme teknolojileri günümüzde arkeolojik eserleri toprak altındayken tespit edebilecek ve modelleyebilecek duruma gelmiştir (Güngördü, 2022: 143). Dijital teknolojiler de bu alanların deneyimlenmesinde kullanılmaya başlanmış ve üretilen görsel sunumlar bütünlüğü algılanması zor eserler ile kentlerin yanı sıra, o alandaki farklı dönemlere ait bilgileri ve nesnenin ötesinde sosyal hayata kadar pek çok alanda ziyaretçileri bilgilendirebilir hale gelmiştir. Bu sayede de ziyaretçi etkileşimi artmış, pasif öğrenme yerini aktif öğrenmeye bırakmış ve ziyaretler bireysel deneyimlere dönüşebilmiştir (Çelik ve Kahraman, 2024: 249). Müzecilik ve arkeolojik alanlara dair bu bölümde bahsedilen sergileme tekniği, konumu, korunması ve deneyimlenmesi gibi tartışmaların yansıması olarak son yıllarda ülkemizde de örneklerini görmeye başladığımız Deneyim Müzeleri kurulmaya başlanmıştır.

2.3. Deneyim Odaklı Müzeler ve Sergileme Teknikleri

Müzeciliğin gelişiminde geldiğimiz noktada deneyim müzeleri bilginin iletişim ve etkileşimle yayılmasına yönelik araçlar geliştiren, bunları uygulayan ve yaygınlaşması için çalışmalar yapan kurumlardır. Deneyim müzelerinin bir diğer amacı da ziyaret deneyiminin her yaşa yönelik olması ve farklı ziyaretçi türlerine de hitap etmesidir (Arslan, 2024; Demir ve Demirel, 2019). Farklı yaşlardan ve ilgi alanlarından ziyaretçilerin bir araya gelerek edindikleri kişisel deneyimlerin turizm sektörüne geri dönüşleri deneyim müzelerinin her geçen gün yaygınlaşmasını sağlamaktadır (Arslan, 2024: 645).

Deneyim müzelerinin ziyaretçi etkileşimini sağlamak için en fazla kullandıkları yöntemler ise etkileşimli sergiler ve hikâye anlatımıdır. Sesli ve görsel bir şekilde bu içerikleri oluşturmak ve etkileşimi sağlamak için en çok kullanılan yaklaşım dijital teknolojilerin kullanımıdır. 1990'lı yıllardan itibaren müze sergileri bağlamında kullanılmakta olan sanal gerçeklik (VR: Virtual Reality) ve artırılmış gerçeklik (AR: Augmented Reality) teknolojileri ile daha sonra bu teknolojilerin bir araya gelmesiyle daha üst bir yapı olarak oluşan karma gerçeklik (MR: Mixed Reality) teknolojisini deneyim müzelerinde en yaygın olarak kullanılan teknolojilerdir (Arslan, 2024; Yuce, 2022a).

2.3.1. Sanal Gerçeklik (VR)

Sanal gerçeklik (VR) uygulamaları, kullanıcılar tarafından dokunsal, işitsel ve görsel duyuyla deneyimlenebilen ve bilgisayar teknolojileriyle yaratılan simülasyonlardır (Yuce vd., 2020). Kullanıcılar etkileşimli tasarım, ses ve görüntüyle yaratılan sanal ortama dalarlar ve bu ortamı sanki oradalmış gibi deneyimlerler (Yuce, 2021). Bu uygulamalarda kullanıcılar nesneler ve diğer kullanıcılarla da etkileşime girebilirler. Sanal ortam kullanıcı tarafından kontrol edilir ve bu yüzden tam olarak kişiselleştirilmiş bir deneyim evreni yaratır (Arslan, 2024; Çelik ve Kahraman, 2024).

VR uygulamalarının bileşenleri; baş üstü görüntüleyici (head mounted display), akıllı eldivenler (smart gloves) ve kumandadır (joystick). (Yuce vd., 2020). VR gözlüğü olarak da adlandırılan baş üstü görüntüleyiciler 360 derece görüş sağlamaktadır. Akıllı eldivenler ve kumanda da etkileşimi ve hareket etmek için yönlenmeyi sağlayan diğer aparatlardır (Tanrikulu ve Karagöl, 2021: 97). Sanal ortama dalış eylemi için aparatların kullanılmasının gerekliliği çeşitli adaptasyon zorlukları getirebilir ancak adaptasyon sonrasında kullanıcılar kendilerini tam bir deneyim evreninde bulmaktadır.

Kullanımı video oyunları ve eğlence sektörü ile başlayan VR uygulamaları günümüzde mimarlık, pazarlama, tıp, sanat ve savunma sanayisi gibi pek çok alanda kullanılmakta ve sektörlerde 'çalışmalarında kullanılmaktadır (Yuce vd., 2020). Turizm

alanında da yaygın bir şekilde kullanılmaya başlayan sanal gerçeklik uygulamaları, 21. yüzyılda sanat arkeolojik alanlar ve müzelerde de sıklıkla kullanılmaya başlamıştır (Çelik ve Kahraman, 2024: 249). Sanal gerçeklik uygulamalarının kullanıldığı tüm sektörlerde farklı faydalardan bahsedilebilir. Arkeolojik alanlarda ve bu alanlara bağlı müzelerde kullanımlarında bütünlüğü genellikle yok olmuş eserlerin ve yerleşimlerin yapıldıkları dönemdeki gibi bütüncül şekilde modellenip algılanabilmesinde önemli rol oynamaktadır (Durak, Sarıtepeci, ve Çam, 2020: 160-161). Aynı tarihi yerleşimin farklı dönemlerinin de modellenerek ziyaretçiyle buluşturulduğu bu uygulamalarda fiziksel çevrenin yanı sıra farklı dönemlerin yaşantılarına dair de bilgi verilebilmekte, dahası kullanıcıların bu dönemleri deneyimleyebilmesi sağlanmaktadır. Tüm bu görsel aktarımların yanı sıra kullanılan işitsel sistemlerle de ziyaretçilerin deneyimleri pekiştirilmektedir (Durak vd., 2020). Bu özellikleriyle sanal gerçeklik uygulamaları kullanıcılara; eğlence, kaçış, estetik ve eğitim deneyimlerinin tamamını yaşatabilir (Guttentag, 2010: 650).

2.3.2. Artırılmış Gerçeklik (AR)

Artırılmış gerçeklik, gerçek bir ortamın bilgisayar teknolojileriyle üretilen çoğunluğu görsel içerikle zenginleştirilmesidir. Bu teknolojiyle çevremizdeki nesnelerin ya da ortamların üzerine görsel ya da işitsel dijital içerikler eklenmektedir (Arslan, 2024: 645). Bu teknolojinin en önemli özellikleri sanal ve gerçek nesneleri birbirine hizalayarak bütünlük oluşturmak, gerçek ve sanal içeriği gerçek fiziksel bir ortamda birleştirmek ve ikisi arasında gerçek bir etkileşim sağlamaktır (Azuma vd., 2001; Yuce, 2022b). Tanımlardan da anlaşılabileceği gibi, sanal gerçeklikle arasındaki en büyük fark ortamdır. Sanal gerçeklik tamamı sanal bir ortam yaratırken artırılmış gerçeklik mevcut ortamı dijital içeriklerle zenginleştirmektedir.

Artırılmış gerçeklik uygulamalarının kullanımı için gerekli olan aparatlar telefon, tablet vb. kamera aracılığıyla çevredeki nesnelerle bağlantı kurulmasını ve onların sanki gerçek dünyadaymış gibi algılanmasını sağlayan gereçlerdir (Durak vd., 2020; Yuce, 2022b). Kullanım alanları sanal gerçeklik kadar yaygındır. Arkeolojik alanlarda ve müzelerde mevcut ortamda kullanılabilir olması en büyük avantajlarından biridir. Dijital içeriklerin üretim maliyeti genellikle sanal gerçeklik uygulamalarına kıyasla daha düşüktür ve kullanılan aparatların ziyaretçilerin çoğu tarafından halihazırda kullanılan telefon, tablet vb. aparatlar olması da kullanıcı adaptasyonunu kolaylaştırmaktadır. Bu sebeple de mobil rehber uygulamalarına en çok entegre edilen teknolojik içeriktir (Adhani ve Rambli, 2012: 91). Sanal gerçeklik uygulamalarında olduğu gibi bütünlüğü bozulmuş arkeolojik alan ya da eserlerin tamamlanarak kullanıcıya aktarılmasında çok etkilidir (Hjalager, 2015: 17). İşitsel içeriklerle de zenginleştirilebildiği için kullanıcılara eğlence, kaçış, estetik ve eğitim deneyimlerinin tamamını yaşatabilir (Guttentag, 2010).

2.3.3. Karma Gerçeklik (MR)

Karma gerçeklik, kullanıcılara hem sanal hem de gerçek ortam deneyimi sunan; sanal ve artırılmış gerçeklik teknolojilerinin harmanlanmasıyla oluşan bir dijital teknolojidir (Yuce, 2022b). İçeriğini grafiklerle zenginleştirilmiş videolar ve videolarla zenginleştirilmiş grafikler oluşturmaktadır. Sanal ve artırılmış gerçeklik uygulamalarının birleşimini anlamak için artırılmış görsellik kavramı da önemlidir. Artırılmış görsellik, sanal bir ortama gerçek bir nesnenin entegrasyonu ile oluşur ve derinlik bu şekilde ifade edilir (Azuma vd., 2001: 34). Karma gerçeklikteki kombinasyon, artırılmış gerçeklik ve artırılmış görselliğin birleşiminden oluşan görsel ve işitsel deneyimdir (Venkateswaran, Arnone, ve Balaganesh, 2024; Yuce, 2022b).

Karma gerçeklik uygulamaları sanal ve artırılmış gerçekliğin tüm avantajlarını sağlamaktadır. Müzelerde kullanılan en temel teknoloji ise interaktif artırılmış görsellik sistemli interaktif video sistemleridir. Bunun yanı sıra iki ve üç boyutlu görüntü ve hologram sistemleri ile ışık karması teknolojileri de karma gerçeklik uygulamasında kullanılmaktadır (Diker, 2019: 204).

2.3.4. 360 Derece Görüntü

360 derece görüntü sistemleri kameralar aracılığıyla çekilen fotoğraf/videoların ya da tamamı dijital ortamda üretilen görüntülerin yansıtıcılar aracılığıyla belirli yüzeylere yansıtılarak üç boyutlu görüntü elde etme teknolojisidir (Kırksekiz, 2021: 25). İçeriği oluşturan üç boyutlu görüntüler iki boyutlu fotoğraf ve videoları birleştiren yazılımlar aracılığıyla ya da tamamı dijital ortamda oluşturulan üç boyutlu görsellerle oluşturulur. Bu teknik görüntünün yansıtıldığı yüzeyi ya da yüzeyleri artırılmış gerçekliğe dönüştürerek mekânlarda fiziksel bir yanılsama yaratıp ziyaretçilerin üç boyutlu algılamasını sağlamakta ve onları sarmalamaktadır (Yuce, 2022b). Yapılarda kullanıldığında mimari yüzeyler ve projektörler arasındaki etkileşim ziyaretçi ve içerik arasındaki etkileşimi sağlamaktadır (Aydiner, 2022: 43).

Müze yapılarının yüzeylerinde kullanıldıklarında etkileşimi sağlamak için ziyaretçilerin telefon, tablet ya da VR gözlüğü gibi aparatlar kullanmasına gerek yoktur. Sarmalama özelliği bu yüzden daha az olsa da daha az maliyetli olduğu ve ziyaretçi adaptasyonunu daha kolay sağladığı için pek çok müzede tercih edilmektedir (Kırksekiz, 2021: 25).

2.4. Deneyim Odaklı Müzelere Dünya'dan Örnekler

Araştırma kapsamında ele alınan AR, VR ve MR teknolojileri günümüzde pek çok müzede ve örnekleri daha az olsa da arkeolojik alanlarda kullanılmaktadır. Ancak deneyim kavramını sergileme tekniğinden mekânsal düzene kadar bir tasarım sorunu olarak ele alan müzeler daha azdır. Dolayısıyla bu teknolojilerin kullanıldığı tüm müzeleri deneyim müzesi olarak adlandırmak doğru bir kullanım olmayacaktır.

Deneyim odaklı tasarlanan müzelerden biri Hollanda'da bulunan Van Gogh Müzesi'dir (Şekil 1). 1973 yılında tasarlanan müze yapısı, gelişen müzecilik anlayışıyla zamanla yapılan ekler ve değişikliklerle geliştirilmiştir. Yapının zemin katında hediyelik eşya dükkânı, kafe, tanıtım ofisleri ve seminer salonları vardır. Birinci katta kronolojik sırayla Vincent Van Gogh'un eserleri; ikinci katta resimlerin restorasyonu ile ilgili bilgilendirmeler ve son katta da geçici sergi alanı bulunmaktadır.

Van Gogh Müzesi'nde ziyaretçiler tabloları oyun yardımıyla keşfetmektedir. Örneğini sanatçı tarafından 1888 yılında yapılan The Bedroom adlı tablonun büyük bir ekrana yansıyan sanal versiyonuyla ziyaretçiler bir sprej şişesi aracılığıyla etkileşim kurmaktadır. Sprej, ultraviyole, kızıl ötesi ya da x-ışınları arasında seçim yapabilmektedir ve ziyaretçiler tablonun belirli bölgelerine püskürttüğünde çıplak gözle erişilemeyen bilgilere de erişilebilmektedir. Tabloya konu olan odanın üst, alt ve yan yüzeyleri de bu sayede keşfedilebilmekte ve oyun aracılığıyla zenginleştirilmiş bir deneyim sağlanmaktadır (Güzel ve Sucaklı, 2020: 76). Müzede öne çıkan bir diğer dijital teknoloji de etkileşimli AG kart uygulamasıdır. İki ziyaretçi kartlarını yan yana tuttuğunda aralarında üçüncü bir obje belirlemek ve bu obje ziyaretçilerin tablolar arasında geçiş yapabilmesini sağlamaktadır (Kolstee ve Eck, 2011: 50). Müze Van Gogh tablolarında öne çıkan ayçiçekleri ile etkileşimli sergilere de sahiptir. Hatta ziyaretçilere daha zengin

bir deneyim sağlamak için, müze binasının bahçesinde de mevsimin uygun olduğu dönemlerde ayçiçeği yetiştirilmektedir (Güzel ve Sucaklı, 2020: 76).

Şekil 1: Van Gogh Müzesi İç Mekânı (Kaynak: Tourism Journal, 2024)



Deneyim odaklı tasarlanan ve Dünya'da ilk dijital sanat müzesi olan Mori Binası Dijital Sanat Müzesi 2018 yılında Tokyo'da yapılmıştır. İki katlı yapı, bir alışveriş merkezinin parçası olarak tasarlanmış ve 10.000 m² alana sahiptir. Ziyaretçilerin farklı duyularını harekete geçirmek için toplam 470 projeksiyon cihazı ve 520 bilgisayar kullanılmaktadır. Sanat eserleri ile ziyaretçiler arasındaki bariyeri kaldırarak sınırsız bir etkileşim sunmayı hedefleyen müzenin sloganı da 'Sınırsızlık'tır. Müzede harekete duyarlı interaktif animasyonlar, led ışıklar, aynalar, üç boyutlu projeksiyon ve hologram gösterileri ile 60'a yakın sergi unsuru bulunmaktadır. Müzede aynı zamanda çocuklar için geliştirilen "Öğren ve Oyna: Gelecek Parkı" eğitim programında çocuklar kendi çizimlerini duvarlara aktararak hareket ettirebilmekte ve yapay zekâ yardımı ile kendi hareketleriyle eş zamanlı bir şekilde eğlenceli öğrenim deneyimine katılabilmektedir (Şekil 2) (Taş ve Korkmaz, 2022: 1508).

Şekil 2: Mori Dijital Sanat Merkezi Çocuk Aktivite Alanı (Kaynak: Arkitera, 2024)



Dünya genelinde deneyime odaklanan ve dijital teknolojilerin kullanıldığı pek çok örneğe rastlamak mümkündür. Ancak daha önce de belirtildiği gibi bu müzelerin pek çoğu sanat müzesi niteliğindedir ve arkeolojik alanlara odaklananlar daha azdır (Büyükkuru ve Aslan, 2015: 138).

Aynı anda hem arkeolojik alanla hem de deneyim kavramıyla ilişkilendirilebilecek öncü örneklerden biri Yunanistan'daki Atina Akropolis Müzesi'dir. Yapımı 2009 yılında tamamlanan, Atina Akropolü'nün eteklerinde ve arkeolojik buluntular üzerinde konumlanan müze üç kattan oluşmaktadır. Zemin katı arkeolojik buluntuların olduğu kısımdır. Ziyaretçiler galeriler ve cam zeminler aracılığıyla arkeolojik buluntuları ve kazıları izleyebilmektedir. Birinci katta giriş lobisi, kafe, geçici sergi alanları, hediyelik

eşya dükkânı, oditoryum ve çocuk etkinlik alanları bulunmaktadır. Üst kat ise müzenin kalıcı sergi alanıdır (Özturan vd., 2020: 370).

Müzedede kullanılan dijital içerikler dört ana ekseninde şekillenmektedir. Bunlar; arkeolojik yapıların özgün halinde yeniden inşası, yapıların modellerinin orijinal yerlerine dijital ortamda konarak sergilenmesi, alandaki detayların üç boyutlu modelleri ve mitolojik varlıkların yeniden canlandırılmasıdır. Müzedede Antik Yunan yaşantısında önemli olan günlük yaşam, mitoloji, spor ve savaş hikâyeleri yine mitolojik olarak önemli bir imge olan at tarafından anlatılmaktadır. Anlatımlar çocuklar ve yetişkinlere yönelik iki farklı içerikte hazırlanmıştır. Anlatımlarda öne çıkan mitolojik karakterlerden biri Medusa'dır. Hikâyeleri anlatan at karakteri zaman zaman anlatımı durdurup Medusa'nın ziyaretçinin arkasında olduğu konusunda onu uyarmakta ve elindeki cihazla kendisini korumasını söylemektedir. Arkasını dönen ziyaretçi Medusa'yı görmekte ve taşla dönüşmemek için elindeki cihazı Medusa'ya doğru tutmaktadır (Şekil 3). Ziyaretçiyi koruyan cihaz ise Medusa'nın etkisiyle sanal olarak çatlamaktadır (Keil vd., 2013).

Şekil 3: Akropolis Müzesi: Artırılmış Gerçeklik Uygulaması (Kaynak: Keil vd., 2014: 2)



Deneyim kalitesini artırabilmek amacıyla uygulanan “oyunlaştırma” yöntemi Akropolis Müzesi’nde uygulanmakta olup çocukların deneyimine yönelik bu içeriğiyle müze büyük ilgi çekmektedir (Gümüş ve Cetin, 2023). Etkinlik ve kazı deneyim alanlarının yanı sıra çocuklar ellerindeki tablet aracılığıyla yapboz oyunları çözebilme ve müzenin belirli noktalarındaki heykelleri bularak ödül kazanmaktadır. Bu şekilde müze ziyareti didaktik ve sıkıcı olmak yerine deneyimle öğrenmenin pekiştirildiği, eğlenceli ve sosyalleşme imkânı sunan bir ortama dönüşmektedir (Atagök, 2014: 31; Güzel ve Sucaklı, 2020: 76). Nitekim oyunlaştırma; müzeye gelen ziyaretçilerin deneyim kalitesinin artırılması, motivasyonlarının yükseltilmesi, ziyaretçilerin ve müzeyi ziyaret sıklığının artırılmasını sağlayıcı etkide bulunmaktadır (Gümüş ve Cetin, 2023).

Araştırmanın bu bölümünde verilen örnekler gerek fiziksel yapıları gerekse içerikleri bakımından ziyaretçilere; kaçış, eğitim, estetik ve eğlence deneyimlerinin tamamını sunmaktadır. Çalışmanın devam eden bölümünde ise bu araştırmanın örneklemelerini oluşturan Ayasofya Tarih ve Deneyim Müzesi ile Efes Deneyim Müzeleri incelenecektir.

3. Araştırmaya Konu Olan Müzeler

Araştırmanın merkezinde yer alan dijital müzeler, Ayasofya Tarih ve Deneyim Müzesi (İstanbul) ile Efes Deneyim Müzesi (İzmir) T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı himayesinde DEM Müzecilik Şirketi tarafından hayata geçirilmiştir. DEM Müzecilik; sanat, tasarım, müze yönetimi ve deneyim müzeleri konusunda uzmanlaşmış bir şirkettir. Bu kapsamda hayata geçirdiği Ayasofya Tarih ve Deneyim Müzesi ile Efes Deneyim Müzesi ülkemizde arkeolojik alanlara odaklanan ilk dijital teknoloji odaklı deneyim müzeleridir (Dem Museums, 2024). Şirket T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı himayesinde Hierapolis Antik

Kenti (Denizli) ve Kapadokya (Nevşehir)'ya yönelik deneyim müzesi çalışmalarına da devam etmektedir. Bu çalışmada Ayasofya Tarih ve Deneyim Müzesi ile Efes Deneyim Müzesi'nin tercih edilmesindeki en önemli sebepler arasında; bu iki merkezin tarihsel önemi, dijital dönüşüme adaptasyonları ile turizm potansiyelleri gelmektedir. Ayrıca, bu iki deneyim müzesinde sarmalayan teknolojiler olarak tanımlanan sanal, artırılmış ve karma gerçeklik teknolojilerinin kullanılmasıyla ziyaretçilerin deneyimini zenginleştirmelerinden dolayıdır. Örneklemin homojenliğini koruyarak elde edilen bilgiler ışığında daha özgün sonuçlar elde etmek amacıyla da bu iki müze seçilmiştir.

3.1. Ayasofya Tarih ve Deneyim Müzesi

1700 yıllık geçmişe sahip Ayasofya mimarisi, yapım tekniği ve sanatsal öğeleriyle Dünya'nın sayılı anıtsal eserlerinden biridir (Şekil 4). Bizans mimarisi ve sanatının en seçkin örneği sayılan yapı 1453 yılında İstanbul'un fethi ile camiye dönüştürülmüştür. Osmanlı döneminde yapılan ekler de klasik dönemin en güzel örneklerinden sayılmaktadır. Gerek yapım aşamasında gerekse sonradan yapılan eklemelerde Efes ve Hierapolis gibi pek çok arkeolojik alandan devşirme malzemeler kullanılmıştır. Yapıldığı günden bu yana aralıksız kullanılan nadir arkeolojik eserlerden biri olan Ayasofya 24 Kasım 1934 yılında müzeye dönüştürülmüş, 10 Temmuz 2020'de ise Ayasofya Kebir Camii Şerifi (Büyük Ayasofya Camii) olarak tekrar ibadete açılmıştır (Erdoğan, 2023: 79).

Şekil 4: Ayasofya Kebir Camii Şerifi (Büyük Ayasofya Camii) (Kaynak: Arkeofili, 2024)



Yapının 2020 yılında tekrar ibadete açılması sırasında, yakınında bulunan tarihi Defter-i Hakanî Nezareti binası (Tapu ve Kadastro Müdürlüğü) Ayasofya Müzesi'ne tahsis edilmiştir. 1. Defter-i Hakani Nezareti Binası 1907-1908 yıllarında Mimar Vedat (Tek) Bey tarafından tasarlanmıştır ve I. Ulusal Mimarlık akımının önemli örneklerindendir. Ayasofya Müzesi'ne tahsis edildikten sonra da kapsamlı bir restorasyon çalışması geçirmiş ve 2023 yılında Ayasofya Deneyim ve Tarih Müzesi olarak kapılarını ziyaretçilere açmıştır (Şekil 5) (Çelik ve Kahraman, 2024: 250; Erdoğan, 2023: 80). Müzenin deneyime yönelik dijital üretimleri için 8 ressam, 4 sahne tasarımcısı, 58 dijital tasarımcı, 8 müzisyen, 2 ses mühendisi ve 7 besteci görev almıştır. Müzenin her odası için farklı dijital içerik ve enstrümental müzik grupları tasarlanmıştır. Kulaklıklarla dinlenen tüm sesli anlatımlar sanatçılar Gülen Karaman ve Selçuk Yöntem tarafından yapılmıştır (Erdoğan, 2023: 80).

Şekil 5: Ayasofya Tarih ve Deneyim Müzesi(Kaynak: Türkiye'nin Müzeleri, 2024)

Ayasofya Camii'nin ibadete açılan bölümleri dışındaki galeri kısımları ücretli ziyarete açık olup ziyaret ücreti 2024 yılı itibarıyla T.C. vatandaşları için 800 TL, yabancı ziyaretçiler için ise 25 avrodur (Türsab, 2024). Tarih ve Deneyim Müzesi de ücretli olarak ziyaret edilebilmekte olup giriş ücreti Ayasofya Cami ile aynıdır. Dolayısıyla Ayasofya Camii ve Tarih ve Deneyim Müzesini birlikte gezmek isteyen yerli bir ziyaretçi 1.250 TL, yabancılar ise 50 avro ödemelidir. Deneyim Müzesi'ne sekiz yaş altı çocuklar kabul edilmemektedir (Dem Museums (a), 2024).

Müze'nin deneyim kurgusu Ayasofya'nın zaman çizelgesi şeklinde tasarlanmıştır. Üç katlı yapıda ziyaret üçüncü kattan başlamakta ve zemin kata doğru devam etmektedir. Üçüncü kat Doğu Roma (Bizans) İmparatorluğu Dönemi'ne, ikinci kat Osmanlı İmparatorluğu Dönemi'ne ayrılırken birinci katta tüm evrelerin yer aldığı kilise, cami, müze ve yeniden cami olarak kullanımına dair deneyimleme tasarımı yapılmıştır (Çelik ve Kahraman, 2024: 250). Üçüncü ve ikinci katlarda kurgulanan yöntem Türkçe'de sarmayalıcı medya olarak geçen immersive media sistemidir (Yuce, 2022b). Sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik ve karma gerçeklik teknolojilerinin tamamını içine alan sistemde ziyaretçiyi içine alan, etkileşimi sağlayan zengin bir deneyim sunma amaçlanmıştır. Bu teknolojiler hem görsel hem de işitsel olarak tasarlanmıştır. Girişte ziyaretçilere verilen ve konum algılayabilen kulaklıklar deneyim boyunca işitsel içerikleri sağlamaktadır. Bu kulaklıklar 15 dilde hizmet verebilmektedir (Çelik ve Kahraman, 2024: 251). Müzenin yoğun medya içerikli deneyim alanları olan ikinci ve üçüncü katlarda interaktif içerikler, sanal turlar, oyunlar ve artırılmış gerçeklik teknolojilerini içermektedir (Yürür, 2024). Birinci kat ise geleneksel sergileme yöntemleriyle oluşturulmuştur. Bu bölümde Ayasofya'nın farklı dönemlerine ait ikonlar, sikkeler, dini kitaplar ve tuğralar gibi tarihi materyaller izleyiciye sunulmaktadır (Çelik ve Kahraman, 2024: 251).

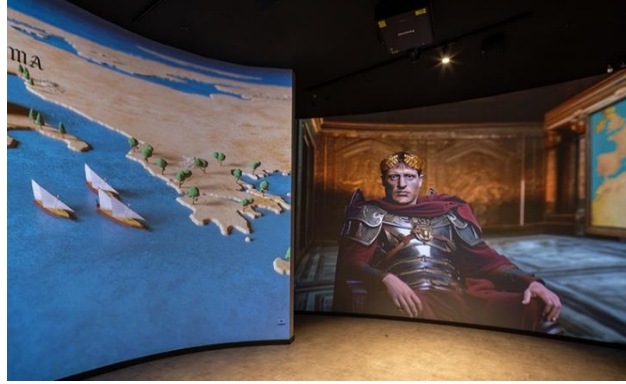
Ayasofya'nın inşasından cami olarak kullanılmaya başladığı 1453 yılına kadar geçen sürenin anlatıldığı üçüncü katta bulunan yapının dev maketi projeksiyonlarla desteklenen üç boyutlu dijital öğeler içermektedir (Şekil 6).

Şekil 6: Ayasofya Maketi ve Projeksiyonlar(Kaynak: Türkiye'nin Müzeleri, 2024)



Aynı bölümde bulunan sonsuzluk aynası da yapının iç mekân tasarımına dair bilgiler sunmaktadır (Çelik ve Kahraman, 2024: 252). Yapıldığı dönemden günümüze kadar mimari anlamda büyüleyici özelliklerini koruyan yapının bu özelliklerinin yanı sıra yapının tarihi açısından önemli rolleri olan İmparator Konstantinus, İmparator Theodosius, Tralles'li Anthemios, Miletos'lu İsidoros, İmparator Iustinianus ve Genç İsidoros gibi tarihi karakterler hakkında da bilgi verilmektedir (Şekil 7) (Erdoğan, 202: 81).

Şekil 7: Ayasofya'nın Roma İmparatorluğu Dönemi(Kaynak: Türkiye'nin Müzeleri, 2024)



Müze deneyimi boyunca görsel içeriklerin yanı sıra sesli rehber hizmeti kulaklıklar aracılığıyla verilmekte, ziyaretçilerin hangi yönde ilerleyecekleri kulaklık aracılığıyla sağlanmakta ve ziyaretçinin konumunu algılayan sistemlerle perdeler otomatik açılmaktadır. Sesli sistemlerle merdivene yönlendirilen ziyaretçiler üçüncü kattan ikinci kata inmektedir (Erdoğan, 2023: 81).

İkinci kattaki deneyim İstanbul'un fethi ile başlayıp Ayasofya'da ilk cuma namazının kılınmasıyla başlayan cami dönemi ve yapının etrafının Osmanlı külliyesine dönüştürülmesi anlatılmaktadır. Osmanlı İmparatorluğu Dönemi anlatımlarında da Roma Döneminde olduğu gibi Ayasofya'nın bu dönemine etkisi bulunan Fatih Sultan Mehmed ve diğer padişahlar, Mimar Sinan, Sultan Abdülmecid ve Fossati kardeşler ile yapının sanatına ve/veya mimarisine katkı koyan kişiler anlatılmaktadır. İkinci kattaki en dikkat çekici dijital üretimlerde biri video haritalama (mapping) yöntemiyle oluşturulan ve 12.000 küpten oluşan Mimar Sinan portresidir (Şekil 8).

Şekil 8: Dijital Mimar Sinan Portresi(Kaynak: Türkiye'nin Müzeleri, 2024)

Portreye doğru giden koridorda da yapıya Osmanlı Dönemi'nde katkı veren kişilerle ilgili LED ekranlı görseller ve metinlerle bilgi verilmektedir (Şekil 9) (Çelik ve Kahraman, 2024: 251).

Şekil 9: Ayasofya'nın Osmanlı İmparatorluğu Dönemi'ndeki Önemli Karakterleri(Kaynak: Türkiye'nin Müzeleri, 2024)

Video haritalama yöntemi hareketli bir resim ve grafikleri oluşturmak, düzenlemek ve ziyaretçilere iletmek için kullanılan bir yöntemdir. İki boyutlu resim ya da grafikler bir yüzeye yansıtılarak dinamik bir ekrana dönüştürülür. Artırılmış gerçeklik çalışmalarının bir ürünü olan bu içerik çok katmanlı birçok aşamanın bir araya gelmesiyle oluşur (Özgün ve Yavuz, 2018: 471). Bilgisayar yazılımlarıyla hareketli hale getirilen resim ya da grafikler belirlenen bir yüzeye uygun ses tasarımlarıyla yansıtılmaktadır (Durmaz, 2020: 54-55). Ayasofya Tarih ve Deneyim Müzesi'nde de Mimar Sinan portresi üzerine uygulanan video haritalamada portre üç boyutlu hale gelmekte, her harekette farklı renkler algılanmakta ve ziyaretçi ile eser arasında etkileşim sağlanmaktadır (Çelik ve Kahraman, 2024: 254).

Müzenin farklı yıllar için tasarlanan odalarının yanı sıra dolaşımı sağlayan koridorlarında da deneyimin ziyaretçileri sarmalaması amacıyla dijital üretimler gerçekleştirilmiştir. Koridorun sağ ve sol kanatlarına konumlandırılan perdeler ve projeksiyon sistemi aracılığıyla alana özel tasarlanan görseller ve bilgilendirici metinler ziyaretçilerin bağlamdan kopmamasını sağlamaktadır (Şekil 10, 11). Bu sayede koridorların iki boyutlu yüzeyleri de ilgi çekici bir şekilde üç boyuta çıkmakta,

ziyaretçilerin dikkatleri dağılmamakta ve deneyimde bütünlük ve devamlılık sağlanmaktadır (Çelik ve Kahraman, 2024: 255).

Şekil 10: Ayasofya Tarih ve Deneyim Müzesi İç Mekânı (Kaynak: TRT Haber, 2024)



Şekil 11: Ayasofya Tarih ve Deneyim Müzesi İç Mekânı (Kaynak: DEM Museums (a), 2024)



Tarih ve Deneyim Müzesi'nin birinci katında ise daha önce de belirtildiği gibi geleneksel sergileme yöntemleri kullanılmıştır. Kilise, cami, müze ve kilise kurgusunda hazırlanan geleneksel sergide taş eserlerin yanı sıra en ilgi çekici eserler kilise dönemine ait ikonlardır (Şekil 12). Türkiye'nin farklı noktalarından getirilen ikona ve benzeri kilise eşyaları bu müzede ilk kez çift sergilenmektedir (Çelik ve Kahraman, 2024: 255; Erdoğan, 2023: 87).

Şekil 12: Ayasofya'nın Kilise Dönemine Ait Eserler (Kaynak: DEM Museums (a), 2024)



Yapının ilk cami dönemine ait yine dini objeler tercih edilmiştir (Şekil 13). Bu kattaki sergilemede kullanılan tek teknolojik unsur video gösterimidir. Bunlar, Ayasofya'nın 2020 yılında tekrar ibadete açılırken içerden ve dışardan çekilmiş görüntülerinden oluşan videolardır.

Şekil 13: Ayasofya'nın Cami Dönemine Ait Eserler(Kaynak: DEM Museums (a), 2024)



3.2. Efes Deneyim Müzesi

Efes Antik Kenti, Batı Anadolu'da, İzmir ilinin Selçuk ilçesinde konumlanmaktadır. Tarihi M.Ö 10. yüzyıla kadar uzanan Efes, Roma İmparatorluğu Döneminde Anadolu'da yer alan eyaletlerin başkentidir. Kurulduğu dönemde bir liman kenti olan Efes, zamanla Avrupa ve Asya arasındaki en önemli ticaret noktalarından biri olmuştur. Tarih boyunca İyon, Lidya, Pers, Helen, Roma, Bizans, Beylikler ve Osmanlı gibi birçok uygarlık tarafından yönetilmiştir (Arıkan, 1990: 121-122). Kent zamanla ve doğal yollarla liman olma özelliğini yitirse de bu süreçte kesintisiz bir şekilde insanların yaşam alanı olmuştur. Bu yüzden de pek çok farklı uygarlıkların eserlerini barındıran bir kültür katmanıdır. Antik kent ticaret ve idari merkez olmanın yanı sıra Yunan mitolojisinde de önemlidir. Kentin antik çağdaki tanrıçası Artemis'tir (Yazıcı ve Üreten, 2020: 656). Kentteki Artemis tapınağı da dünyanın yedi harikasından biri olarak kabul edilmiştir (Albayrak, 2008: 96). Artemis tapınağının yanı sıra kentteki Celcius Kütüphanesi, yamaç evler, agora, tiyatro anıtsal yapılar ve kent dokusu her yıl milyonlarca turist için ziyaret noktasıdır (Şekil 14, 15). 2024 yılında gece ziyaretine de açılması bu sayıyı artırmıştır (İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2024).

Şekil 14: Efes Antik Kenti Genel Görünüm (Kaynak: Kültür Portalı, 2024)



Şekil 15: Efes Antik Kenti Celsus Kütüphanesi (Kaynak: Kültür Portalı, 2024)



Arkeolojik eserlerin yanı sıra, kentin antik tiyatrosunda yapılan konser etkinlikleri sanat turizmi açısından, yedi uyurlar, Aziz John Kilisesi ve Meryem Ana gibi noktalar da inanç turizmi açısından önemli noktalardır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2024). Bu anlamda kentin turizm potansiyeli ve kullanımı tarih odaklı kültür turizminin çok ötesindedir. Kent ve bulunduğu bölgenin tarihi değeri UNESCO tarafından üstün evrensel değer olarak kabul edilmiş ve Efes Antik Kenti 2015 yılında UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne girmiştir (İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2024).

Kentteki bilimsel kazılar İlk kez 19. yüzyılın ikinci yarısında İngiliz Arkeolog John Turtle Wood tarafından başlatılmış, Osmanlı Devleti Döneminde Bergama ve Efes'teki kazılar (Uluçay, 1997: 23) 1895 yılından sonra da Alman Carl Humann ve Avusturyalı Otto Benndorf başkanlığında devam etmiştir (Uluçay, 1997: 58). Günümüzde ise bilimsel kazı ve araştırmalar T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı ile Avusturya Arkeoloji Enstitüsü tarafından yürütülmektedir (İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2024).

Şekil 16: Efes Deneyim Müzesi Binası(Kaynak: Visit İzmir, 2024)



Efes Antik Kentini ziyaret eden turistlere zenginleştirilmiş ve kişisel deneyimler sunmak amacıyla 2023 yılında, Ayasofya Tarih ve Denetim Müzesi'nde olduğu gibi T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı himayesinde DEM Müzecilik Şirketi tarafından Efes Deneyim Müzesi hayata geçirilmiştir (Şekil 16) (Dem Museums (b), 2024). Antik kentte konumlanan yapının tasarımı diStudio Mimarlık'ın, mekânsal deneyim tasarımı da Atelier Brückner tarafından yapılmıştır (Arkitera, 2024). Ziyaretçilere kentin binlerce yıllık tarihini görsel ve işitsel bir deneyimle sunmayı amaçlayan ve 2.400 metrekarelik bir

alana yayılan yapı, 2024 yılında İngiltere merkezli Mondo-Dr Ödüllerinde “Müzeler” kategorisinde birincilik kazanmıştır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2024).

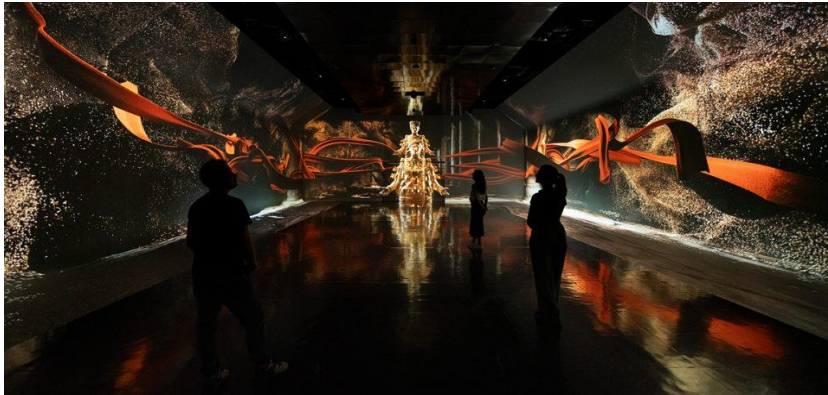
Efes Antik Kenti giriş ücreti 2024 yılı itibarıyla yerli turistler için 425 TL, yabancı turistler için 40 avrodur. Antik kentin içinde bulunan Efes Deneyim Müzesi için yerli turistler ayrıca 425 TL ödemek zorundadır. Yabancı turistler ise antik kent giriş biletleriyle müzeye de girebilmektedir. Dolayısıyla hem antik kenti hem de müzeyi ziyaret etmek isteyen yerli turistler toplam 850 TL, yabancı turistler ise 40 avro ödemek zorundadır. Deneyim müzesini günde 2.200 kişi ziyaret edebilmektedir. Ayasofya Tarih ve Deneyim Müzesi’nde olduğu gibi 8 yaş altı çocuklar müzeye kabul edilmemektedir. Müzede aynı zamanda sergi mekânları dışında kafe, hediyelik eşya dükkânı vs. gibi mekânlar bulunmamaktadır (Arkitera, 2024; Dem Museums (b), 2024).

Müzede Efes antik kentinin hikâyesi üç farklı odada ve üç bölümde anlatılmaktadır. Müzedeki deneyim ziyareti yaklaşık on beş dakika sürmektedir. Girişte ziyaretçilere verilen ve konum algılayabilen kulaklıklar 16 farklı dilde hizmet verebilmektedir. Bu kulaklıklar ziyaretçileri bilgilendirmenin yanı sıra hangi yönde devam edecekleri bilgisini de vermektedir. Kulaklıklardaki Türkçe seslendirmeler Selçuk Yöntem ve Gülen Karaman tarafından, İngilizce seslendirmeler de David Schofield ve Olivia Williams tarafından yapılmıştır. İçeriğe ait tüm seslerin üretimi de dört Türk ve İngiliz besteci tarafından, müzeye özel yapılmıştır (Dem Museums (b), 2024).

Müzenin tüm odalarındaki dijital üretim üç boyutlu görsel ve ses tasarımlarından oluşmaktadır. 360 derecelik projeksiyonlar, artırılmış gerçeklik ve karma gerçeklik teknolojileriyle üretilen yoğun medya üretimleri farklı odalarda farklı görsel etkileşim içerikleri sunarken sis ve koku gibi elementlerle de ziyaretçi deneyimi farklı duylara da hitap ederek zenginleşmektedir (Kahraman ve Candan, 2024: 122).

Efes Deneyim Müzesi’nin ilk odasındaki deneyim yaklaşık beş dakika otuz saniye sürmektedir. İlk odanın adı Bir Kültün Doğuşu’dur (Şekil 17). Burada Efes’in kuruluşu, kentin ana tanrıçası Artemis’in önemi ve kentteki rolü ile Delphi kâhininin kehanetleri anlatılmaktadır. Odanın yan yüzlerinde dijital ve görsel hikayeler anlatılırken, ortadaki tül perdeye de Artemis’in heykeli yansımaktadır. Birinci odadan ikinci odaya geçiş Artemis tapınağının kapısı şeklinde tasarlanmıştır (Şekil 18) (Kahraman ve Katlan Candan, 2024: 123).

Şekil 17: Efes Deneyim Müzesi ‘Bir Kültün Doğuşu’ Odası(Kaynak: DEM Museums (b), 2024)



Şekil 18: Efes Deneyim Müzesi Dijital Artemis Tapınağı (Kaynak: Oggusto, 2024)



Artemis Tapınağı'nın dijital kopyasından geçilerek girilen ve müzenin en büyük odası olan ikinci odada Efes'in Roma İmparatorluğu Dönemi anlatılmaktadır. Yaklaşık yedi dakika otuz saniye süren deneyimde ziyaretçiler denizden ve liman caddesinden kente girerek kentin Arcadial yolunu ve mermer sokaklarını 2500 yıl önceki 360 derecelik görüntüler ve seslerle deneyimlemektedir (Şekil 19, 20). Kentin geçirdiği yangın ve deprem gibi afetlerden sonra bu dönemde yeniden doğuşu ve en ihtişamlı haline geliş kapsamında Mark Antony ve Kleopatra'nın karşılaşmaları, teras evlerin iç ve dış mekânlarının görkemi, antik tiyatrodaki gösterilerin sesleri, gladyatör dövüşleri, pazar yerindeki insan hareketleri ve sesleri ziyaretçileri görsel ve işitsel olarak sarmalamaktadır (Kahraman ve Candan: 123).

Şekil 19: Efes Antik Kenti Roma İmparatorluğu Dönemi Sergisi (Kaynak: Travelertopia, 2024)



Şekil 20: Efes Antik Kenti Roma İmparatorluğu Dönemi Sergisi (Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2024)



Anlatımın sonunda da Aziz Paul'un duası ve bazilikasının inşa edilmesiyle (Şekil 21) Paganizmden yeni bir inanç sistemi olan Hristiyanlığın bölgede kök salmaya başlaması anları ziyaretçilerle paylaşılmaktadır (Kahraman ve Katlan Candan, 2024: 123). Kentin en görkemli döneminin ve yapılarının anlatıldığı bu bölümde, günümüzde Efes'in sembolü niteliğinde olan Celsus Kütüphanesi'nin olmaması ise ziyaretçiler tarafından çokça eleştirilmiştir (Kahraman ve Katlan Candan, 2024: 124).

Şekil 21: Paganizmden Hristiyanlığa Geçiş(Kaynak: DEM Museums (b), 2024)



Müzenin üçüncü ve son odası Artemis'in Dönüşü olarak adlandırılmıştır. Yaklaşık iki dakika otuz saniye süren deneyimde Artemis'in gerçek boyutlu bir heykeli sisler içinde ziyaretçileri karşılamaktadır (Şekil 22). Artemis'in aslında bu kenti hiç terk etmediğinin vurgulandığı bu bölümde ziyaretçiler aynı zamanda Artemis'in sesini duymakta ve şiirler dinlemektedir (Kahraman ve Candan, 2024: 123).

Şekil 22: Artemis Heykelinin Gerçek Boyutlu Dijital Kopyası(Kaynak: DEM Museums (b), 2024)



4. Sonuç ve Öneriler

Küreselleşme ve teknolojik gelişmeler hayatın her alanında olduğu gibi turizm sektöründe de etkilerini göstermektedir. İnsanların hayat pratiklerindeki teknolojik gelişmeler de turizm türlerinde ve mevcut türlerin müşterilere sunum şeklinde yenilikler getirmiştir. Günümüzde de bir turizm destinasyonun tanıtımında, pazarlanmasında ve destinasyon noktasındaki neredeyse tüm hizmetlerde teknoloji kendisini göstermektedir. Teknolojik gelişmelerle birlikte ziyaretçilerin öncelikli taleplerinden biri deneyim olmuştur. Bu da kişisel deneyim beklentisi içinde olan ziyaretçilerin kültür, sanat vb. amaçlı tüm ziyaretlerinde bilgi ve nesneler ile etkileşim kurma taleplerini getirmiştir. Başarılı bir etkileşim ortamı ve yöntemi sonucunda yaşanan; kaçış, eğlence, eğitim ve estetik

deneyimleri de bir destinasyonun tercih edilmesi, önerilmesi ve tekrar gelinmesi isteklerinde en önemli motivasyonlarından birini oluşturmaktadır. Destinasyon ve ziyaretçi arasında etkileşimi sağlamak üzere geliştirilen önemli teknolojik gelişmelerden biri dijital teknolojilerdir. Kullanım alanları çok geniş olan 360 derece video, artırılmış gerçeklik, sanal gerçeklik ve karma gerçeklik gibi yoğun medya teknolojilerinin kullanımı ziyaretçileri seyirci olmaktan deneyimin bir parçası haline getirmiştir. Turizme yönelik dijital teknolojilerin deneyim amaçlı kullanımı sanat müzelerinde başlasa da kısa sürede arkeolojik alanlar ve onlara bağlı müzelerde de kendisini göstermiştir. Uzun zamandır ziyaretçilerin ilgi noktaları olan ancak bütünlüğü genellikle kaybolmuş ve sadece somut mirasa yönelik bilgiler alınan arkeolojik alanlarda ve bu alanlara bağlı müzelerde dijital teknolojilerin kullanılmaya başlaması, ziyaretçilerin tarihi yerleşimlere dair somut ve somut olmayan bilgileri daha bütüncül ve etkileşim halinde almalarını sağlamıştır.

Türkiye’de arkeolojik alanların deneyimlenmesi konusunda kurulan öncü müzeler Ayasofya Tarih ve Deneyim Müzesi (İstanbul) ile Efes Deneyim Müzesi (İzmir)’dir. Her iki müze de T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı’na bağlı olarak DEM Müzecilik tarafından güncel teknolojiler kullanılarak oluşturulan dijital sergileme/sunum teknikleriyle oluşturulmuş; bu şekilde ziyaretçi deneyimini sağlamayı amaçlamıştır. Her iki müzede de dijital sunumlar görsel ve işitsel duylara ağırlık verilerek hazırlanmıştır. Görsel sunumlarda ön plana çıkan teknoloji 360 derece videolardır. İşitsel deneyim de kulaklıklar aracılığıyla müzik ve seslendirmelerle verilmektedir. İşitsel olarak desteklenen görsel sunumlar her iki müzede de ziyaretçiyi sarmalayarak gerçek dünyadan uzaklaştırırsa da sanal gerçeklik teknolojisinin kullanılmaması daha kısıtlı bir kaçış deneyimi sunmaktadır. Müze yapısı olarak tasarlanan ve inşa edilen Efes Deneyim Müzesi’nin yapı ile tasarlanan 360 derece görüntüleri ise tüm yüzeylerle daha bütünlük olduğu için kaçış deneyiminde Ayasofya Deneyim ve Tarih Müzesi’nden daha başarılıdır. Ayrıca, iki müzede de ziyaretçilere kapsamlı bilgilendirme yapılmaktadır. Bilgilendirmenin kapsamı ve farklı dillerde yapılabilmesi ve deneyimin başından sonuna kadar kesintisiz bir şekilde devam etmesi iki müzeyi de eğitim deneyimi açısından güçlü kılmaktadır. Ancak iki müzeye de sekiz yaşından küçüklerin girememesi ziyaretçi çeşitliliğini kısıtlamaktadır. Efes Deneyim Müzesi ziyaretçilerinin içeriğe dair en büyük eleştirileri, antik kentin günümüzde en ilgi çekici yapısı olan Celcus Kütüphanesi’nin müze içeriğinde bulunmamasıdır. Ziyaretçi beklentisinin önemi ve arkeolojik alan-sergi bütünselliği düşünüldüğünde müzedeki dijital içeriklere kütüphane yapısının da eklenmesi ziyaretçi deneyimini niceliksel ve niteliksel açıdan artıracaktır.

Ayasofya Tarih ve Deneyim Müzesi üç katlı ve tarihi bir yapının yeniden işlevlendirilmesiyle, Efes Deneyim Müzesi de yeni ve modern bir yapının inşa edilmesiyle hayata geçirilmiştir. İki yapı da bu anlamda kendisine has estetik deneyim sunmaktadır. Ayasofya Tarih ve Deneyim Müzesi yapısındaki seçim, kültür katmanının geçmiş parçalarından birini; Efes Deneyim Müzesi yapısı ise antik kentte modern zamanın temsili olarak değerlendirilebilir. Müze yapılarında fiziksel engelli ziyaretçilerin de düşünülmesi ve asansör, rampa gibi dolaşım araçlarının bulunması da ziyaretçi çeşitliliğini ve estetik deneyimin kapsayıcılığını arttırmaktadır. Müzelerin ortak bir özelliği de dijital içerikli sunumlara odaklanmış olmasıdır. Ayasofya Tarih ve Deneyim Müzesi’nin bir katı ve iki müzenin de servis mekânları dışındaki tüm mekânlarda dijital sergiler yapılmaktadır. İçerikler ve bu içeriklerin sunum şekilleri ziyaretçiler için sürükleyici bir eğlence deneyimi yaşatmaktadır ancak müzelerdeki eğlence deneyimin sergi alanlarıyla kısıtlı olması yeterli değildir. Pek çok müzede olduğu gibi sergi alanları dışında aktivite mekânlarının bulunması ve bu alanlarda da farklı dijital teknolojilerin kullanımı ziyaretçilerin, özellikle çocukların, eğlence deneyimlerini arttıracaktır. Aktivite mekânları gibi işlevler aynı zamanda çocuklu yetişkin ziyaretçilerin de deneyimlerini pekiştiren ve daha çok tercih edecekleri alanlar olacaktır.

Sağladıkları deneyim türünün yanı sıra her iki müze için de ziyaretçi çeşitliliğini azaltabilecek en büyük etken fiyat politikalarıdır. Yerli ve yabancı turistler için ayrı fiyat politikaları pek çok yerde uygulansa da iki turist türü için de fiyatların optimal olduğu söylenemez. Ücretlendirme politikasında Efes Deneyim Müzesi'ni ziyaret edecek yabancı turistler antik kent girişinden aldıkları tek biletle antik kenti ve müzeyi ziyaret edebilirken yerli turistler ikisi için ayrı bilet almak zorundadır. Ayrı bilet alma politikası Ayasofya için de geçerlidir. Yere özgü müzelerin bağlamı olan alandan ücretlendirme politikası bağlamında ayrılması doğru bir yaklaşım değildir. Örneğin, Atina Akropol alanı için alınan giriş biletiyle kentte toplam beş müze ziyaret edilebilmektedir. Benzeri bir politika burada da izlenmeli ve arkeolojik alanlarla müzeler ayrı ayrı ücretlendirilmemelidir. Bunun yanı sıra resmî tatil ve özel günlerde kullanıcı çeşitliliğinin artırılması için öğrenci ve yaşlılara indirimli biletler sağlanmalıdır. Ücretlendirmelerin yeniden değerlendirilmesinde ve indirimli bilet politikalarında sponsorluk anlaşmaları; bilet giderlerinin azaltılması için de dijital bilet kullanımı etkili olabilir.

İncelenen müzelerin kullandıkları teknolojiler ekonomik değildir ve her iki müze devamlılığını sağlamak için kendi ekonomisini oluşturmalıdır. Ancak bu ekonomi sadece bilet ve hediyelik eşya satışı üzerinden sağlanmamalıdır. Dünya'nın pek çok yerinde müzelerin sunduğu yeme/içme imkânları çeşitlilik ve kalite bakımından gastronomi değeri de yaratmakta ve bu da müzeyi aynı zamanda bir sosyalleşme mekânı yaparak ekonomisine katkı sağlamaktadır. Ayasofya ve Efes Deneyim Müzeleri ile başlayan deneyim odaklı arkeolojik alan-müze birlikteliği devam ettirilmelidir. Ülkemizde talep gören ve potansiyeli olan arkeolojik alanlar düşünüldüğünde bu birlikteliğin ziyaretçi deneyimine ve dolayısıyla turizm sektörüne katkıları olacaktır. Deneyim müzelerinde kullanılan dijital teknolojilerin çeşitliliği artırılmalı, ziyaretçilerin daha fazla duyusuna hitap edecek sunumlar hazırlanmalı ve müzeler her yaşa hitap edebilmelidir. Müzelerde bütüncül bir deneyim sağlamak için sosyal mekânların da varlığı önemsenmeli ve kullanıcı çeşitliliğini arttırmak için optimal bir ücretlendirme politikası uygulanmalıdır.

4.1 Teorik ve Pratik Katkı ile Öneriler

Bu çalışma, Türkiye'deki dijital müzeler içerisinde çok önemli yere sahip olan Ayasofya Tarih ve Deneyim Müzesi ile Efes Deneyim Müzesi'ndeki dijital teknolojilerin ziyaretçi deneyimlerine etkisini incelemiştir. Mevcut çalışmaların büyük bir çoğunluğu dijital dönüşümün müzelerdeki eserlerin tanıtılması ve deneyimlemesine odaklanmışken, bu çalışma, dijitalleşmenin arkeolojik deneyim üzerine etkisini literatür taraması ve doküman analizine dayalı olarak incelemiştir. Bu metodolojik yaklaşımın sonucunda, dijital deneyime dayalı uygulamaların eğitim, eğlence, estetik ve kaçış boyunları perspektifinden incelenmesiyle dijital deneyime, işleyişe ve anlayışına yönelik teorik ve pratik katkılarla öneriler geliştirilmiştir. Müze yöneticileri ve dijital tasarımcılar açısından bu çalışmanın iki pratik katkısından bahsedilebilir. Birincisi; sarmalayıcı teknolojilerin gelişmesine paralel olarak dijital sunumlar sırasında ziyaretçilerin interaktif katılımlarının daha etkili bir şekilde ortaya çıktığı buna paralel olarak eğitim, eğlence ve kaçış deneyimlerinin arttığı ortaya konulmuştur. Ayrıca, dijital teknolojilerin en önemli yapı taşlarından olan dijital uygulamaların sanal deneyimleri -sanki gerçek dünya ortamındaymış gibi- hissettirme gücünü, potansiyelini ve etkisini anlamlandırma açısından büyük katkı sağlamıştır.

Bu çalışma, aynı zamanda, iki öneride bulunmaktadır. Bunlardan birincisi, müze yetkilileri, yöneticileri ve/veya işletmecileri için de ziyaretçi deneyimlerinin daha anlamlı hale getirilip zenginleştirilmesi için müze içerisinde yapılması gereken fiziki iyileştirmelere ihtiyaç vardır. Yapılacak olan iyileştirmeler herkesin dijital deneyimi

karşılayabileceği bir fiyat politikası ile özel gereksinimli bireylerin ihtiyaçlarının tesis içerisinde kolayca hareket etmelerini ve her yere erişebilmesini sağlayacaktır.

Teorik açıdan önerilere gelince, araştırma kapsamında geniş bir literatür taraması yapılsa da sonraki uygulamalara yön vermek üzere gelecek çalışmalarda deneyim müzelerinin etkisi üzerine yerli ve yabancı turistlerle derinlemesine araştırmalar yapılmalıdır. Gelecekteki çalışmalarda, birincil veriler toplanıp içerik analizi yapılarak elde edilecek bulguların test edilmesi daha genelleştirilebilir sonuçların ortaya konulmasına katkıda bulunacaktır. Ayrıca, ziyaretçilerin görüşleri doğrultusunda müze tasarımcıları ve/veya küratörleriyle de gerçekleştirilecek çalışmalar geliştirilen fikirlerin uygulanabilirliğinin denetlenmesi hususunda etkili olacaktır. Müze ziyaretçileri ve tasarımcılarıyla gerçekleştirilecek yeni araştırmalar neticesinde mevcut deneyim müzelerinin iyileştirilmesine yönelik politikalar geliştirilerek müdahaleler de gerçekleştirilebilir. Araştırma kapsamında gerçekleştirilen literatür taraması sonucunda dijital teknolojilerin deneyime katkısı üzerine pek çok araştırma olduğu tespit edilse de konunun arkeolojik alanlar özelinde daha az ele alındığı tespit edilmiştir. Fiziksel müdahalelerin daha zor olduğu bu alanların sayıca az olduğu ülkelerde bu araştırmanın az olması normal karşılanabilir ancak arkeolojik alanlar açısından oldukça zengin olan ülkemizde konuya bu perspektiften bakan çalışmaların daha fazla olması gerekmektedir. Dijital teknolojilerin arkeolojik alanlarda ziyaretçi deneyimi sağlamak üzere kullanılmasına yönelik araştırmalar ülkemizin turizm, tanıtım ve koruma faaliyetlerine de katkı sağlayacaktır.

4.2 Sınırlılıklar

Bu çalışmanın en önemli sınırlılığı arkeolojik alanların deneyimlenmesinde dijital teknolojilerin rolünün Ayasofya Tarih ve Deneyim ve Efes Deneyim Müzeleri örneklemlerine ve literatür taramasına dayalı olarak değerlendirilmesidir. Bir başka önemli sınırlılık ise birincil veriye ulaşabilme zorluklarından dolayı ikincil verilerin doküman analizi bağlamında ele alınarak incelenmesi nedeniyle çalışmada içerik analizi yapılamamıştır. Diğer bir sınırlılık ise bulguların sadece iki müzeye yönelik yapılan araştırmalara bağlı kalmasından dolayı arkeolojik deneyimlere yönelik görüş, düşünce ve algıların genellenebilirlik potansiyelini zayıflatmasıdır.

5. Kaynakça

- Adhani, N. I., ve Rambli, D. R. A. (2012). *A survey of mobile augmented reality applications*. Paper presented at the 1st International conference on future trends in computing and communication technologies.
- Adongo, C. A., Anuga, S. W., ve Dayour, F. (2015). Will they tell others to taste? International tourists' experience of Ghanaian cuisines. *Tourism management perspectives*, 15, 57-64.
- Akşit Aşık, N. (2014). Yaratıcı (Kreatif) Turizm. *Journal of International Social Research*, 7(31).
- Albayrak, Y. (2008). Anadolu'da Artemis kültü. *Yayınlanmamış doktora tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*.
- Annis, S. (1974). The museum as a symbolic experience. *Unpublished doctoral dissertation, University of Chicago*.
- Arıkan, Z. (1990). XIV-XVI. Yüzyıllarda Ayasuluğ. *Belleten*, 54(209), 121-178.
- Arslan, A. (2024). Turist Rehberleri Perspektifinden Efes Deneyim Müzesi. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 28(3), 643-663.
- Atagök, T. (2014). Müze Kuruluşunda Dikkate Alınması Gereken Konular. *Müzeler, Oyunlar, Oyuncaklar ve Çocuklar. Haz. Dilek Maktal Canko. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları*, 29-36.

- Ateşoğulları, S. (2022). Değişen ve gelişen Türkiye müzeleri. *Türk Arkeoloji ve Etnografya Dergisi*, (83), 35-53.
- Aydiner, H. M. (2022). *Türkiye’de turizm destinasyon pazarlamasında dijital etkinlik kullanımı: Pandemi süreci uygulamaları*. Hasan Kalyoncu Üniversitesi,
- Azuma, R., Baillot, Y., Behringer, R., Feiner, S., Julier, S., ve MacIntyre, B. (2001). Recent advances in augmented reality. *IEEE computer graphics and applications*, 21(6), 34-47.
- Baygöl, S. (2020). Küreselleşme ve teknoloji üzerine bir değerlendirme. *Uluslararası Beşeri Bilimler ve Eğitim Dergisi*, 6(13), 400.
- Bostancı, M. (2019). Dijital müzecilik ve interaktif iletişim: SFMOMA ve MORİ dijital sanat müzesi örnekleri. *Unimuseum*, 2(2), 34-39.
- Büyükkuru, M., ve Aslan, Z. (2015). Turist Rehberlerinin İletişim Becerilerinin Turistlerin Tur Deneyimi Üzerine Etkisi: Nevşehir İlinde Bir Araştırma/The Effect of Communication Skills of Tourist Guides on Tourists' Tour Experiences: A Research in Nevşehir. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(34).
- Çelik, F., ve Kahraman, M. E. (2024). Müzelerde Deneyim Odaklı Sergileme Teknikleri: Ayasofya Tarih ve Deneyim Müzesi Örneği. *The Journal of Social Sciences*, 69(69), 244-258.
- DEM Museums (a). (2024, 25 Aralık). Erişim adresi: <https://www.demmuseums.com/tr/muzeler/ayasofya-tarih-ve-deneyim-muzesi/>
- DEM Museums (b). (2024, 25 Aralık). Erişim adresi: <https://www.demmuseums.com/tr/muzeler/efes-deneyim-muzesi/>
- Demir, S., ve Demirel, E. Ü. (2019). Bir deneyimi unutulmaz kılan unsurlar nedir? Unutulmaz turizm deneyimi üzerine kavramsal bir değerlendirme. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(2), 661-682.
- Diker, O. (2019). Karma gerçeklikli görsel müze olarak troya müzesinin karma görsellik yöntemi ile incelenmesi. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 3(1), 197-224.
- Durak, H. Y., Sarıtepeci, M., ve Çam, F. B. (2020). Arkeoloji alanında artırılmış gerçeklik teknolojisinin kullanımına yönelik üniversite öğrencilerinin görüşlerinin incelenmesi. *Eğitimde Nitel Araştırmalar Dergisi*, 8(1), 156-179.
- Durmaz, D. (2020). *Günümüzde interaktif müzecilik anlayışı*. Batman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,
- Dülgaroğlu, O. (2021). Turizmde dijitalleşme: Akıllı turizm uygulamaları, dijital turizm ve turizm 4.0. *Turizm ve İşletmecilik Dergisi*, 2(1), 1-15.
- Erdoğan, H., ve Kircova, İ. (2017). Müze Deneyimi Boyutları: İstanbul Oyuncak Müzesi Örneği. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 649-664.
- Erdoğan, A. (2023). Ayasofya Tarihi Müzesi. *Lale*(8), 78-87.
- Goulding, C. (2000). The museum environment and the visitor experience. *European Journal of marketing*, 34(3/4), 261-278.
- Guttentag, D. A. (2010). Virtual reality: Applications and implications for tourism. *Tourism management*, 31(5), 637-651.
- Gümüş, E., ve Cetin, G. (2023). Müze Uzmanlarının Oyunlaştırma Uygulamalarına Yönelik Algısı. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 18(70), 193-215.
- Güngördü, F. V. (2022). Arkeolojik Yüzey Araştırmalarında Dijital Teknolojilerin Kullanımı: Nenesu Projesi Örneği. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 12(Dijitalleşme), 142-150.
- Güzel, T., ve Sucaklı, G. (2020). Müze turizminde artırılmış gerçeklik teknolojisi uygulamaları; Dünya ve Türkiye örnekleri. *Journal of Tourism Research Institute*, 1(2), 71-82.
- Haarhoff, T. J., ve Wilson, N. (2016). Museum. In Oxford Research Encyclopedia of Classics.
- Hacar, A. (2013). Arkeolojik alanların korunmasında planlamanın önemi: Güvercinkaya alan yönetim planı ve ilk uygulamalar. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(3), 395-417.
- Harman, S., ve Akgündüz, Y. (2014). Efes Örenyeri ziyaretçilerinin müze deneyimi beklentilerini belirlemeye dönük bir araştırma. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(2), 113-133.

- Hirschman, E. C., ve Holbrook, M. B. (1982). Hedonic consumption: emerging concepts, methods and propositions. *Journal of marketing*, 46(3), 92-101.
- Hjalager, A.-M. (2015). 100 innovations that transformed tourism. *Journal of Travel Research*, 54(1), 3-21.
- ICOM. (2024). International Council of Museums. Retrieved from <https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition/>
- İsababayeve, A. (2015). Musa'lar mitolojisinin ahlak öncülleri (ethical prerequisites of the muses mythology). *Art-Sanat Dergisi*, (3), 1-14.
- İşçi, C., Güzel, B., Canko, D. M., İşci, T., ve Moroğlu, F. (2020). Müze deneyimi: yönetim ve ziyaretçi perspektiflerinin karşılaştırılması. *Turizm Akademik Dergisi*, 7(1), 29-45.
- (İzmir) İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2024, 25 Aralık). Erişim adresi: <https://izmir.ktb.gov.tr/TR-77418/efes-selcuk.html>
- Kahraman, Ö., ve Candan, D. K. (2024). Experience museology and Ephesus experience museum. *Yedi(Sanatta Dijitalizm [Özel Sayı])*, 115-127.
- Karadeniz, C. (2020). Müzede Dijital Teknolojilerin Kullanımı ve Salgın Sürecinde Dijital Katılım. *İdil Sanat ve Dil Dergisi*, 9(70), 975-984.
- Keil, J., Pujol, L., Roussou, M., Engelke, T., Schmitt, M., Bockholt, U., ve Eleftheratou, S. (2013). *A digital look at physical museum exhibits: Designing personalized stories with handheld Augmented Reality in museums*. Paper presented at the 2013 Digital Heritage International Congress (DigitalHeritage).
- Kervankıran, I. s. (2014). Dünyada Değişen Müze Algısı Ekseninde Türkiye'deki Müze Turizmine Bakış. *Turkish Studies*, 9, 25.
- Kırksekiz, A. (2021). *360 derece videolar ile oluşturulmuş sanal müze uygulamasının sosyal bilgiler dersinde kullanımının öğrencilerin akademik başarı ve tutumlarına etkisi*. Eğitim Bilimleri Enstitüsü Bilgisayar Ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Anabilim Dalı. Sakarya Üniversitesi. Türkiye. Retrieved from <https://hdl.handle.net/20.500.12619/101437>
- Kolstee, Y., ve Eck, W. v. (2011, 26-29 Oct. 2011). *The augmented Van Gogh's: Augmented reality experiences for museum visitors*. Paper presented at the 2011 IEEE International Symposium on Mixed and Augmented Reality - Arts, Media, and Humanities.
- Orser, C. E. (1996). *Images of the recent past: readings in historical archaeology*: Rowman Altamira.
- Otto, J. E., ve Ritchie, J. B. (1996). The service experience in tourism. *Tourism management*, 17(3), 165-174.
- Öter, Z., ve Özdoğan, O. N. (2005). Kültür amaçlı seyahat eden turistlerde destinasyon imajı: Selçuk-Efes örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 16(2), 127-138.
- Özgün, S., ve Yavuz, A. Ö. (2018). *Video Mapping Uygulamalarının Deneyim Odaklı İncelenmesi*. Paper presented at the SETSCI-Conference Proceedings.
- Özturan, Ö., Göküz, B., ve Elinç, Z. K. (2020). Arkeolojik Buluntuların Sergilenmesi ve Korunmasında Yeni Yaklaşımlar. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 11(Ek (Suppl.) 1), 368-379.
- Pine, B. J., ve Gilmore, J. H. (1998). *Welcome to the experience economy* (Vol. 76): Harvard Business Review Press Cambridge, MA, USA.
- Poulsson, S. H., ve Kale, S. H. (2004). The experience economy and commercial experiences. *The marketing review*, 4(3), 267-277.
- Quan, S., ve Wang, N. (2004). Towards a structural model of the tourist experience: An illustration from food experiences in tourism. *Tourism management*, 25(3), 297-305.
- Roppola, T. (2013). *Designing for the museum visitor experience*: Routledge.
- Sabancı, M., ve Sarıışık, M. (2021). Gastronomi turizmi potansiyelinin değerlendirilmesine yönelik nitel bir çalışma: Manisa örneği. *Turar Turizm ve Araştırma Dergisi*, 10(2), 22-46.
- Savrum, M. (2011). Bademağacı Höyüğü'nde arkeolojik mirasın korunması değerlendirilmesi ve sürdürülebilirliğine yönelik sorunlar. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(4), 94-100.
- Schmitt, B. (1999). Experiential marketing. *Journal of marketing management*, 15, 53-67.

- Sop, S. A., Ongun, U., ve Abalı, R. (2020). Müze deneyimini etkileyen unsurlar: Çevrimiçi yorumlar üzerine nitel bir araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 1123-1138.
- Şeker, N. (2023). Müze Deneyimine Yönelik Bibliyometrik Bir Analiz. *Journal of Tourism Research Institute*, 4(2), 95-106.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2024, 25 Aralık). Erişim adresi: <https://kvmgm.ktb.gov.tr/TR-44404/efes-izmir.html>
- Tanrıkulu, B., ve Karagöl, A. (2021). Müzede Sanal Gerçeklik Uygulamaları: Bir Örnek Çalışma Olarak Kaplumbağa Terbiyecisi. *Yeni medya elektronik dergisi*, 5(2), 95-111.
- Taş, Ş., ve Korkmaz, S. A. (2022). Dijital Sanat-Fiziki Mekân İlişkisi Bağlamında Dijital Sanat Müzeleri. *Art-e Sanat Dergisi*, 15(30), 1499-1520.
- Türk Dil Kurumu. (t.y.). Deneyim: Türk Dil Kurumu.
- Türsab. (2024, 25 Aralık). Erişim adresi: <https://www.tursab.org.tr/duyurular/ayasofya-i-kebir-cami-i-serifi-ziyaretleri-hakkinda-duyuru>
- Uluçay, A. (1997). Osmanlı Devleti Döneminde Bergama ve Efesteki Kazılar. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, İÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Uzun, M., ve Uca, S. (2024). Müze Ziyaretçi Deneyimi ve Destinasyon İmajı Ölçeklerinin Uygulanabilirliği Üzerine Bir Araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 8(1), 24-40.
- Venkateswaran, S., Arnone, G., ve Balaganesh, D. (2024). Revolutionizing e-commerce: the shift with augmented reality and virtual reality. *AVE trends in intelligent technoprise letters*, 1(1), 1-12.
- Yazıcı, G. A., ve Üreten, H. (2020). Ephesos Antik Kenti'nde İmparatorluk Kültü ve Kült Yapıları. *History Studies* (13094688), 12(2).
- Yılmaz, İ., ve Yetiş, Ş. A. (2016). Göreme Açık Hava Müzesi'ne gelen ziyaretçilerin müze deneyiminin demografik özelliklerine göre değişmesi. *Disiplinlerarası Akademik Turizm Dergisi*, 1(1), 43-59.
- Yuce, A. (2021). The Impact of Digital Transformation and Virtual Reality in Tourism Marketing: A Conceptualized Exploration. In *Handbook of Research on IoT, Digital Transformation, and the Future of Global Marketing* (ps. 1-14): IGI Global.
- Yuce, A. (2022a). Digital transformation-oriented innovation in museum settings via digital engagement: virtual reality. In *Handbook of Research on Museum Management in the Digital Era* (ps. 248-264): IGI Global Scientific Publishing.
- Yuce, A. (2022b). ICT Pandemic Time Adoption and Immersive Technologies: A Comprehensive Review. *Digitalization as a Driver for Smart Economy in the Post-COVID-19 Era*, 243-255.
- Yuce, A. (2022c). Impact of Technology in Sustainable Tourism Development: Virtual Reality. In *Mobile Computing and Technology Applications in Tourism and Hospitality* (ps. 98-119): IGI Global.
- Yuce, A., Arasli, H., Oztüren, A., ve Daskin, M. (2020). Feeling the service product closer: Triggering visit intention via virtual reality. *Sustainability*, 12(16), 6632.

Katkı Oranı Tablosu

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.	Bilgilendirilmiş Onam Formu: Çalışma ikincil verilerden meydana geldiğinden, onam formu vs. kullanılmamıştır.
Teşekkür: Katkılarından dolayı hakemlere teşekkür ederiz.	Araştırmacıların Katkı Oranı: Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.
Destek Bilgisi: Herhangi bir kurum ve/veya kuruluştan destek alınmamıştır.	Etik Kurul Onayı: Çalışma ikincil verilerden meydana geldiğinden, etik kurul kararı alınmamıştır.
Çıkar Çatışması: Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.	