



**AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ**

SANAT VE TASARIM ANASANAT DALI

**YENİ MEDYA TEKNOLOJİLERİNİN MEKAN DENEYİMİNE
ETKİSİ ve ANTALYA ARKEOLOJİ MÜZESİ ÖRNEĞİ**

HANİFE ÇELİKOĞLU

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DOÇ. KAMURAN ÖZLEM SARNIÇ

ANTALYA, 2025



**AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ**

SANAT VE TASARIM ANASANAT DALI

**YENİ MEDYA TEKNOLOJİLERİNİN MEKAN DENEYİMİNE ETKİSİ ve
ANTALYA ARKEOLOJİ MÜZESİ ÖRNEĞİ**

HANİFE ÇELİKOĞLU

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DOÇ. KAMURAN ÖZLEM SARNIÇ

ANTALYA, 2025

Evrak Tarih ve Sayısı: 21.05.2025-690

KABUL VE ONAY SAYFASI

Hanife ÇELİKOĞLU tarafından hazırlanan “**Yeni Medya Teknolojilerinin Mekân Deneyimine Etkisi ve Antalya Arkeoloji Müzesi Örneği**” başlıklı bu çalışma, jürimiz tarafından Sanat ve Tasarım Anasanat Dalı’nda Yüksek Lisans Tezi olarak oybirliği/oyçokluğu ile kabul edilmiştir. 20/05/2025

Jüri Üyesi (Danışman)	Doç. Kamuran Özlem SARNIÇ	İmza
Jüri Üyesi	Prof. Dr. Şirin ŞENGEL	İmza
Jüri Üyesi	Doç. Hanife Neris YÜKSEL	İmza

Doç. Bekir KİRİŞCAN
Güzel Sanatlar Enstitüsü Müdürü

ÖNSÖZ

Tez yazma maceramda birçok iniş ve yükseliş anı yaşadım, bazen her şey yolunda gitti bazen kontrol edemediğim olumsuzluklar silsilesinde; yazmaya, üretmeye motivasyonumu kaybettiğim anlar oldu fakat sevgili danışmanım Doç. Kamuran Özlem Sarnıç, yalnızca tez sürecim için değil ihtiyacım olan her konuda bana destek olarak tekrardan ayağa kalkmamı sağladı. O yüzden canım hocama benden güvenini, sevgisini ve engin bilgisini hiç eksik etmediği için sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum.

Bana inanan ve güler yüzleriyle beni mutlu eden, tez yazma sürecimde sabırla bana katlanan sevgili arkadaşlarım Vedat Çamalan'a, Dilara Gürbüz'e ve Bilge Su Baskın'a teşekkür ediyorum.

Yüksek lisans eğitim dönemim boyunca bana tez arkadaşlığı yapan, benimle ağlayan benimle gülen sevgili arkadaşım Ayşegül Yıldız'a da teşekkürlerimi sunuyorum.

Son olarak her koşulda yanımda olmaya çalışan aileme de sonsuz sevgi ve teşekkürlerimi iletmek istiyorum.

Saygılarımla.

Hanife Çelikoğlu

30.04.2025

T.C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ

Öğrencinin	Adı Soyadı	Hanife Çelikoğlu
	Numarası	202253007004
	Anasanat Dalı	Sanat ve Tasarım
	Danışmanı	Doç. Kamuran Özlem Sarnıç
	Tezin Adı	Yeni Medya Teknolojilerinin Mekân Deneyimine Etkisi ve Antalya Arkeoloji Müzesi Örneği

ÖZ

Gelişen dijital ortamlar ile ortaya çıkan yeni medya teknolojileri, günlük hayatın birçok alanında hızlıca uyumlanarak, geleneksel medyanın getirdiği sınırlı pratiklerinin aksine erişilebilirliği yüksek, etkileşimli, yenilikçi ve sürekli değişen yapısıyla ön plana çıkmakta, kullanıldığı alanlarda inovatif çözümler üretilmesine yardımcı olmaktadır. Sanat alanında da birçok çağdaş sanatçı, üretim pratiklerinde bir araç ya da üretim alanı olarak yeni medya teknolojilerini kullanmakta, üretimlerindeki sınırlılıkları ortadan kaldırarak farklı ifade biçimleri deneyimleyebilmekte ve yeni ifade biçimleriyle interaktif eserler üreterek eserleriyle ziyaretçileri arasında bir bağ oluşturabilmektedir. Bununla birlikte yeni medya teknolojileri yalnızca eser üretme pratiklerini değil sanat mekanları içerisinde fiziki yer olarak eser-ziyaretçi-mekân üçlemesi arasındaki ilişkiyi güçlendirerek, mekân deneyimine yeni bir boyut kazandırmaktadır.

Bu tez çalışmasında da yeni medya teknolojilerinin mekân deneyimine etkisi incelenerek, sanat mekanları üzerinde nasıl bir dönüşüm yaratılabildiği ve bu dönüşümün sanata ve algılayıcısına nasıl yansıdığı irdelenmektedir. Özellikle müze mekanlarının

tarihsel, kültürel ve sanatsal değerlerinin ehemmiyeti göz önüne alınarak, bu entegrasyonu başarılı bir şekilde sağlayan örnekler üzerinden müzelerin çağı yakalayan, dinamik, etkileşimli ve eğitici yapılar olarak sürdürülebilirliklerini sağlayabilmeleri için günceli takip ederek yeniliğe açık olmaları vurgulanmaktadır.

Araştırma arkeoloji müzeleri ile sınırlandırılarak, arkeolojik eser buluntularının önemini ve Antalya Arkeoloji Müzesi örneğinden devam ederek, müzenin Seramik Eserler Salonu içerisindeki bilgilendirme ve teknoloji ile uyumlanma eksiklikleri fark edilerek, bu eksikliklerin ziyaretçi deneyimi üzerindeki etkilerini değerlendirmek üzere kısıtlı kapsamda bir alan çalışması yürütülmüştür. Çalışmada belgelendirme, gözlem ve anket gibi yöntemlerden yararlanılarak veriler toplanmıştır. Elde edilen veriler doğrultusunda, yeni medya teknolojilerinin sanat mekanlarını biçimsel ve içerik olarak zenginleştirerek yeni bir boyut kazandırdığı; Antalya Arkeoloji Müzesi'nde uygulanan anket sonuçları ile de özellikle Seramik Eserler Salonu üzerinde iyileştirmelerin yapılması gerektiği anlaşılmış ve seçilen alana uygun başlangıç düzeyinde bir dijital kiosk önerisi geliştirilmiştir.

Anahtar sözcükler: Yeni Medya Teknolojileri, Mekân Deneyimi, Dijitalleşme, Müze, Sanat

T.R.
AKDENİZ UNIVERSITY
INSTITUTE of FINE ARTS

Student' s	Name Surname	Hanife Çelikoğlu
	Number	202253007004
	Department	Art and Design
	Supervisor	Assoc. Kamuran Özlem Sarnıç
	Thesis Title	The Effect of New Media Technologies on Space Experience and The Example of Antalya Archaeology Museum

ABSTRACT

New media technologies, which have emerged with the developing digital environments, are rapidly adapted in many areas of daily life and come to the fore with their highly accessible, interactive, innovative and ever-changing structure, unlike the limited practices brought by traditional media, and help to produce innovative solutions in the areas where they are used. In the field of art, many contemporary artists use new media technologies as a tool or production space in their production practices. They can experience different forms of expression by eliminating the limitations in their production, and they can create a bond between their works and their visitors by producing interactive works with new forms of expression. In addition, new media technologies strengthen the relationship between the artwork-visitor-space trilogy by taking a physical place not only in artwork production practices but also in art spaces, adding a new dimension to the experience of space.

In this thesis, the effects of new media technologies on the experience of space are analyzed and the transformation of art spaces and how this transformation is reflected on art and its perceiver are examined. Considering the importance of the historical, cultural and artistic values of museum spaces, it is emphasized that museums should be open to innovation by following the present day to ensure their sustainability as dynamic, interactive and educational structures that catch up with the age through examples that successfully provide this integration.

By limiting this research to archaeological museums, a limited field study was carried out to evaluate the importance of archaeological artefact finds and the effects of these deficiencies on the visitor experience by continuing with the example of Antalya Archaeology Museum by noticing the deficiencies of information and adaptation with technology in the Ceramic Works Hall of the museum. In the study, data was collected by utilizing methods such as documentation, observation and questionnaire. In line with the data obtained, it has been understood that new media technologies enrich art spaces in terms of form and content and bring a new dimension; and with the results of the survey applied in Antalya Archaeological Museum, it has been understood that improvements should be made especially in the Ceramic Works Hall and an initial digital kiosk proposal suitable for the selected area has been developed.

Keywords: New Media Technologies, Spatial Experience, Digitalization, Museum, Art

KISALTMALAR ve SİMGELER DİZİNİ

AI	Yapay zekâ
Akt.	Aktaran
AG	Artırılmış gerçeklik
Gif	Graphics Interchange Format- Grafik Değişim Biçimi
Html	Hiper metin işaretleme dili
MÖ	Milattan önce
MS	Milattan sonra
s.	Sayfa
SG	Sanal gerçeklik
TDK	Türk Dil Kurumu
vb.	Ve benzeri
vd.	Ve diğerleri

İÇİNDEKİLER DİZİNİ

KABUL VE ONAY SAYFASI.....	i
ÖNSÖZ	ii
ÖZ.....	iii
ABSTRACT.....	v
KISALTMALAR ve SİMGELER DİZİNİ.....	vii
İÇİNDEKİLER DİZİNİ	viii
TABLolar DİZİNİ.....	x
GÖRSEL DİZİNİ.....	xii
GİRİŞ	1
AMAÇ	2
KAPSAM ve SINIRLILIKLAR	2
YÖNTEM.....	3
DAYANAK.....	6
1. BÖLÜM 1: YENİ MEDYA.....	7
1.1. Yeni Medya Tarihi	9
1.2. Yeni Medya Sanatı	14
1.2.1. Yeni Medya Sanatında Güncel Yaklaşımlar.....	22
2. BÖLÜM 2: YENİ MEDYA TEKNOLOJİLERİ ve MEKAN	27
2.1. Mekân Deneyimini Dönüştüren Yeni Medya Teknolojileri	29
2.2. Yeni Medya Teknolojilerinin Kullanıldığı Sanat Mekanları	39
2.2.1. Kültür ve Sanat Merkezleri.....	39
2.2.2. Festival ve Etkinlik Alanları.....	43
2.2.3. Sanat galerileri.....	45
2.2.4. Müzeler	47
2.3. Müzeler ve Yeni Medya Teknolojileri.....	50
2.3.1. Sanal Gerçeklik (VR)	51
2.3.2. Artırılmış Gerçeklik (AR).....	55
2.3.3. Dokunmatik Ekranlar	61
2.3.4. Yapay Zekâ (AI)	65

2.4. Müze Türleri ve Yeni Medya Teknolojilerine Yatkınlıkları.....	69
3. BÖLÜM 3: ARKEOLOJİ MÜZELERİ ve BELGE BULUNTULAR.....	71
3.1. Arkeoloji Müzeleri	71
3.2. Arkeoloji Müzelerinde Yer Alan Belge Buluntular	72
3.3. Türkiye'deki Arkeoloji Müzeleri.....	76
4. BÖLÜM 4: ANTALYA ARKEOLOJİ MÜZESİ SERAMİK ESERLER SALONUNA YENİ MEDYA TEKNOLOJİLERİNİN ENTEGRASYONU ÖRNEĞİ	86
4.1. Antalya Arkeoloji Müzesi.....	86
4.1.1. Antalya Arkeoloji Müzesinde Bulunan Sergi Salonları.....	87
4.1.2. Antalya Arkeoloji Müzesi Seramik Eserler Salonundaki Eserler ve Düzenleri Üzerine Gözlemler	88
4.2. Antalya Arkeoloji Müzesi Ziyaretçi Deneyimi Üzerine Değerlendirme	95
4.2.1. Anket Değerlendirme Sonuçları.....	102
4.3. Antalya Arkeoloji Müzesinde Bulunan İnhumasyon Gömü Buluntusunun Yeni Medya Teknolojileri ile Entegrasyonu	124
SONUÇ ve ÖNERİLER	140
KAYNAKÇA	144
EKLER	157
EK-1: MÜZE İZİN BELGESİ	
EK-2: MÜZE İZİN BELGESİ / ARAŞTIRMA SÜRESİ UZATILMA TALEBİ	
EK-3: SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER BİLİMSEL ARAŞTIRMA VE YAYIN ETİĞİ KURULU KURUL KARARI	
EK-4 ÖLÇEK İZNİ	
EK-5 ÖLÇEK İZNİ	
EK-6 ETİK BEYANI	
EK-7 TEZ ORJİNALLİK RAPORU	
EK-8 TEZ ORJİNALLİK RAPORU (İNGİLİZCE)	

TABLOLAR DİZİNİ

Sıra	Başlık	Sayfa
Tablo 1.	Araştırmacının gözlem günlüğü	4
Tablo 2.	Web 1.0, Web 2.0 ve Web 3.0 arasında karşılaştırma	13
Tablo 3.	Müze türleri ve yeni medya teknolojilerine yatkınlıkları.	70
Tablo 4.	Türkiye’deki arkeoloji müzelerinin sanal erişim ve yeni medya teknolojilerine yatkınlık durumu.	77
Tablo 5.	Araştırmanın evren ve örneklem tablosu.	100
Tablo 6.	10 maddenin güvenirlik analizi.	100
Tablo 7.	Ankete katılan ziyaretçilerin milliyet dağılımı tablosu.	102
Tablo 8.	Ankete katılan ziyaretçilerin cinsiyet dağılım tablosu.	102
Tablo 9.	Ankete katılan ziyaretçilerin yaş aralığı tablosu.	105
Tablo 10.	Ankete katılan ziyaretçilerin iş durumlarının dağılım tablosu.	106
Tablo 11.	Ankete katılan ziyaretçilerin eğitim durumlarının dağılım tablosu.	107
Tablo 12.	Araştırmaya katılan ziyaretçilerin sosyal medya platformlarını kullanma sıklığı tablosu.	108
Tablo 13.	Araştırmaya katılan ziyaretçilerin sosyal medyada müzeleri takip etme durumunu gösteren tablo.	109
Tablo 14.	Araştırmaya katılan ziyaretçilerin sosyal medya platformlarından Antalya Arkeoloji Müzesi’ni takip etme isteğini gösteren tablo.	110

Tablo 15.	“Seramik eserlerin dijital araçlarla veya interaktif ekranlarla desteklenmesini beklerdim.” maddesinin işaretlenme oranını gösteren tablo.	112
Tablo 16.	“Bilgilendirici açıklamaların seramik eserlerin anlamını artırmada yetersiz olduğunu düşünüyorum.” maddesinin işaretlenme oranını gösteren tablo.	113
Tablo 17.	“Seramik eserlerin tarihsel bağlamı hakkında daha fazla bilgi sunulmalıydı.” maddesinin işaretlenme oranını gösteren tablo.	114
Tablo 18.	“Seramik Eserler Salonu bölümünde bilgiler ve sunumlar yeterliydi.” maddesinin işaretlenme oranını gösteren tablo.	115
Tablo 19.	“Hiçbiri” maddesinin işaretlenme oranını gösteren tablo.	116
Tablo 20.	“Diğer” maddesinin işaretlenme oranını gösteren tablo.	116

GÖRSEL DİZİNİ

Sıra	Tanımlama	Sayfa
Görsel 1.	Michael Caine, Milyar Dolarlık Beyin Filminde, UCLA Ekibinin ARPANET’e Bağlanmak İçin Kullandığı Honeywell Bilgisayarının Bulunduğu Bir Sahnede, 1967.	11
Görsel 2.	Raoul Hausmann, “ABCD”, Oto Portre, (1923-24). Teknik: Kolaj, Fotomontaj.	15
Görsel 3.	Roy Lichtenstein, “Sleeping Girl”, (1964). 91,4 cm × 91,4 cm.	16
Görsel 4.	Nam June Paik, “TV Buddha”, 1974, Stedelijk Museum.	18
Görsel 5.	Jodi.Org, 1995, Web Sitesi Görüntüsü.	19
Görsel 6.	Karl Sims, 1997, Galápagos.	20
Görsel 7.	Jeffrey Shaw, “The Legible City”, New York, 1989; Amsterdam, 1990; Karlsruhe, 1991.	21
Görsel 8.	Refik Anadol, “Machine Hallucination,” 2019.	23
Görsel 9.	Christo ve Jeanne Claude, “The London Matsaba” Orijinal, 2018, Londra.	24
Görsel 10.	Christo ve Jeanne Claude, “The London Mastaba VR”, 2020, Londra.	24
Görsel 11.	Chalkroom by Laurie Anderson and Hsin-Chien Huang, “The Dance Room”, 2017.	25
Görsel 12.	Beeple (Max Winkelman) “Everydays: The First 5000 Days”, NFT.	26
Görsel 13.	Black Diamond VR projesi, 2019.	31
Grafik 1.	Milgram, Sanallık Sürekliliğinin Basitleştirilmiş Temsili, 1994.	32

Görsel 14	Ikea Web Sitesi Ekran Görüntüsü.	34
Görsel 15.	Ikea Web Sitesinden Alınan QR Kod ile Kişisel Cihazla Entegre Olan 3B Modelin Görüntüsü. (Araştırmacının kişisel arşivi)	34
Görsel 16.	Alışveriş Merkezlerinde Kullanılan Dokunmatik Ekranlı Kiosk Örneği.	35
Görsel 17.	Pegasus Şirketinin Havalimanlarında Kullanıcılarına Sunduğu Dokunmatik Kiosk Örneği.	35
Görsel 18.	“Holografi Nasıl Çalışır”, Bilim Teknik Dergisi, 2017.	36
Görsel 19.	Akbank Sanat, Dijital Sanatta Şimdi: Oyun Odası Sergisi, 2024.	40
Görsel 20.	Akbank Sanat, Dijital Sanatta Şimdi: Oyun Odası Sergisi, 2024.	41
Görsel 21.	Hope Alkazar, yeni medya sanatçısı Refik Anadol ve Cihangir Yoga.	42
Görsel 22.	Hope Alkazar, Esra Gülmen 'in tasarladığı Spor Stüdyosu.	42
Görsel 23.	ZKM Karlsruhe, “Infosphere” sergisi, Martin Wagenhan / (c) ZKM Karlsruhe.	43
Görsel 24.	Sonar Müzik Festivali.	44
Görsel 25.	Dijital Sanat Festivali İstanbul, 2024.	45
Görsel 26.	Pace Galeri, Schema, Mint #1 of 300 unique, generative sanat çalışmasından bir kare,Drift ve Jeff Davis.	46
Görsel 27.	İskenderiye Kütüphanesi, O. Von Corven'in 19. yüzyılda kısmen o dönemde mevcut olan arkeolojik kanıtlara dayanarak yaptığı sanatsal yorum.	47
Görsel 28.	Nadire Kabinesi örneği, Dell’Historia Naturale, 1599.	48

Görsel 29.	Louvre Müzesi, Camın Ötesinde Mona Lisa, 2019-2020.	52
Görsel 30.	Emissive & HTC VIVE, Mona Lisa: Beyond The Glass Game, Le Louvre, Steam, 2019.	52
Görsel 31.	Emissive & HTC VIVE, Mona Lisa: Beyond The Glass Game, Le Louvre, Steam, 2019.	53
Görsel 32.	Soluis Group Limited, “Sanal gerçeklik Bronz Çağı” yuvarlak evinin içi, British Müzesi.	54
Görsel 33.	Pera Müzesi, “Osman Hamdi Bey’in Dünyasına Yolculuk: Sanal Gerçeklik Deneyimi”, 2021.	55
Görsel 34.	Casa Batlló Müzesi, Müze’nin gerçek ortam görüntüsü, 2018.	56
Görsel 35.	Casa Batlló Müzesi, Ziyaretçinin mobil cihaz üzerinden AG uygulaması deneyimi,2018.	56
Görsel 36.	British Müzesi, “A Gift for Athena”, 2013.	57
Görsel 37.	British Müzesi, “A Gift for Athena”, 2013.	57
Görsel 38.	The Franklin Institue Bilim Müzesi, “İlk İmparatorun Terracotta Savaşçıları” sergi alanı.	58
Görsel 39.	The Franklin Institue Bilim Müzesi, “İlk İmparatorun Terracotta Savaşçıları” artırılmış gerçeklik gösterimi.	58
Görsel 40.	Smithsonian Ulusal Doğa Tarihi Müzesi, artırılmış gerçeklik uygulaması, 2017.	59
Görsel 41.	Ankara Anadolu Medeniyetleri Müzesi, AG uygulamasının müze tanıtım kitaplarında kullanımı, 2017.	60
Görsel 42.	Ankara Anadolu Medeniyetleri Müzesi, AG uygulamasının mobil cihazda kullanımı, 2015.	60
Görsel 43.	Cleveland Sanat Müzesi, dokunmatik ekran uygulaması, 2014.	63

Görsel 44.	Cleveland Sanat Müzesi, “Lines Play” uygulaması, çizilen çizgilerin yapısını algılayan dokunmatik ekran, 2014.	63
Görsel 45.	Cleveland Sanat Müzesi, görsel arşiv ekranı, 2014.	64
Görsel 46.	Ankara Anadolu Medeniyetler Müzesi, İnandık Vazosu dokunmatik ekran uygulaması, 2023.	64
Görsel 47.	Ankara Anadolu Medeniyetler Müzesi, İnandık Vazosu dokunmatik ekran uygulaması, 2023.	64
Görsel 48.	Eskişehir Eti Arkeoloji Müzesi, “Coğrafi Zaman Çizelgesi”, 2023	65
Görsel 49.	Akron Sanat Müzesi, Dot sohbet robotu.	66
Görsel 50.	Akron Sanat Müzesi, Dot kiosk.	66
Görsel 51.	Louvre Müzesi, “Amazon Battle”, orijinal (üstte), yeniden yapılandırılmış (altta).	68
Görsel 52.	“Replica” uygulamasından bir sahne.	74
Görsel 53.	Color The Temple, The Metropolitan Museum.	75
Görsel 54.	Pergamon Museum, Panorama sergi alanı.	76
Görsel 55.	Çanakkale Troya Müzesi.	82
Görsel 56.	Çanakkale Troya Müzesi, interaktif kiosk tasarımı.	83
Görsel 57.	Eskişehir Eti Arkeoloji Müzesi, Alu Tümülüsü sanal gezintiden bir sahne	83
Görsel 58.	Eskişehir Eti Arkeoloji Müzesi, Dizginli Frig Arabası	84
Görsel 59.	Ankara Anadolu Medeniyetleri Müzesi, projeksiyon alanı.	84
Görsel 60.	Antalya Arkeoloji Müzesi, Geometrik Dönem Sergi Vitrini, 2024.	89
Görsel 61.	Antalya Arkeoloji Müzesi, Arkaik-Klasik Dönem Sergi Vitrini, 2024.	90

Görsel 62.	Antalya Arkeoloji Müzesi, Klasik Dönem Sergi Vitrini, 2024.	91
Görsel 63.	Antalya Arkeoloji Müzesi, Hellenistik Dönem Sergi Vitrini, 2024.	91
Görsel 64.	Antalya Arkeoloji Müzesi, Roma Dönemi Sergi Vitrini, 2024.	92
Görsel 65.	Antalya Arkeoloji Müzesi, Roma – Doğu Roma Dönemi Sergi Vitrini, 2024.	92
Görsel 66.	Antalya Arkeoloji Müzesi, Çömlekçi Çarkı alanı, 2024.	93
Görsel 67.	Antalya Arkeoloji Müzesi, Pithos Mezar Buluntu Alanı, 2024.	94
Görsel 68.	Anket çalışması birinci sayfa.	95
Görsel 69.	Anket çalışması ikinci sayfa.	96
Görsel 70.	Anket çalışması üçüncü sayfa.	97
Grafik 2.	Araştırmaya katılan ziyaretçilerin milliyet dağılımına göre bar grafiği.	102
Grafik 3.	Araştırmaya katılan ziyaretçilerin cinsiyet dağılımlarına göre bar grafiği.	103
Grafik 4.	Araştırmaya katılan ziyaretçilerin yaş dağılımlarına göre bar grafiği.	105
Grafik 5.	Araştırmaya katılan katılımcıların iş durumlarının dağılımlarına göre bar grafiği.	106
Grafik 6.	Araştırmaya katılan ziyaretçilerin eğitim durumlarının dağılımlarına göre bar grafiği.	107
Grafik 7.	Araştırmaya katılan ziyaretçilerin sosyal medya platformlarını kullanma sıklıklarını gösteren bar grafiği.	108

Grafik 8.	Araştırmaya katılan ziyaretçilerin sosyal medya platformlarından müzeleri takip etme durumunu gösteren bar grafiği.	109
Grafik 9.	Araştırmaya katılan ziyaretçilerin sosyal medya platformlarından Antalya Arkeoloji Müzesi'ni takip etme isteğini gösteren bar grafiği.	110
Grafik 10.	Araştırmaya katılan ziyaretçilerin seramik eserlerin dijital araçlar veya interaktif ekranlarla destekleme durumu bar grafiği.	112
Grafik 11.	Araştırmaya katılan ziyaretçilerin bilgilendirici açıklamaların seramik eserlerin anlamını artırmada yetersiz olduğunu düşünme oranlarını gösteren bar grafiği.	113
Grafik 12.	Araştırmaya katılan ziyaretçilerin seramik eserlerin tarihsel bağlamı hakkında daha fazla bilgi sunulması konusunda katılım oranını gösteren bar grafiği.	114
Grafik 13.	Araştırmaya katılan ziyaretçilerin seramik eserler salonu bölümünde bilgiler ve sunumların yeterliliği konusunda katılım oranını gösteren bar grafiği.	115
Grafik 14.	Araştırmaya katılan ziyaretçilerin Antalya Arkeoloji Müzesi ziyaretleri sırasında sergilenen eserleri çeşitli bulma oranlarını gösteren bar grafiği.	116
Grafik 15.	Araştırmaya katılan ziyaretçilerin müze içerisindeki bilgi panoları ve açıklamaları eserleri anlamalarında yardımcı olma oranlarını gösteren bar grafiği.	117
Grafik 16.	Araştırmaya katılan ziyaretçilerin Antalya Arkeoloji Müzesi'nin genel düzeninden etkilenme oranlarını gösteren bar grafiği.	118
Grafik 17.	Araştırmaya katılan ziyaretçilerin ziyaretleri sırasında müze içerisindeki etkileşimli aktiviteleri kaliteli bulma oranlarını gösteren bar grafiği.	118
Grafik 18.	Araştırmaya katılan ziyaretçilerin müze içerisinde seramik eserler hakkında daha fazla bilgi alabilmek	119

	için kendi dijital cihazlarını kullanma oranlarını gösteren bar grafiği.	
Grafik 19.	Araştırmaya katılan ziyaretçilerin diğer müzelerde gördükleri yeni medya teknolojilerinin ziyaretlerini daha eğitici veya ilgi çekici hale getirdiğini düşünme oranlarını gösteren bar grafiği.	120
Grafik 20.	Araştırmaya katılan ziyaretçilerin seramik eserlerin hikayelerini daha etkili bir şekilde anlatılabilmesi için yeni medya teknolojilerinin kullanımını destekleme oranlarını gösteren bar grafiği.	120
Grafik 21.	Araştırmaya katılan ziyaretçilerin seramik eserlerin sanatsal ve tarihsel değerini daha iyi anlayabilmek için müze rehberleri veya personelleriyle iletişime geçmek isteme oranlarını gösteren bar grafiği.	121
Grafik 22.	Araştırmaya katılan ziyaretçilerin müzenin seramik koleksiyonunu daha genç nesillere tanıtılması ve onların ilgisini çekmek için dijital oyunlar veya etkileşimli aktivitelerin üretilmesinin düşünülmesini isteme oranlarını gösteren bar grafiği.	122
Grafik 23.	Araştırmaya katılan ziyaretçilerin yeni medya teknolojileri ile müzenin zenginleştirilmesi durumunda müze ziyaretlerini daha sık yapma oranlarını gösteren bar grafiği.	122
Görsel 71.	Antalya Arkeoloji Müzesi, Pithos mezarların bilgilendirme panoları, 2025.	125
Görsel 72.	İzmir Kültür Sanat Fabrikası, Pithos Mezarlar, 2025.	126
Görsel 73.	Antalya Arkeoloji Müzesi, Pithos mezar buluntusu, 2024.	128
Görsel 74.	Modellen pithos mezar görüntüsü, Blender, 2025.	129
Görsel 75.	Modellen pithos mezar görüntüsü, Blender, 2025.	129
Görsel 76.	Sora uygulama ekranı arayüzü.	131

Görsel 77.	Ölü defnetme ritüeline “hazırlanışı” simgeleyen görsel, 2025.	131
Görsel 78.	Ölü defnetme ritüelinde “ölünün mezara konumlandırılma anı” simgeleyen görsel, 2025.	132
Görsel 79.	Ölü defnetme ritüelinde “sonlandırma anı” simgeleyen görsel, 2025.	133
Görsel 80.	Video uygulamasının After Effects üzerinden yapım aşamasını gösteren, ekran görüntüsü, 2025.	135
Görsel 81.	Video uygulamasının After Effects üzerinden yapım aşamasını gösteren, ekran görüntüsü, 2025.	135
Görsel 82.	Video uygulamasının After Effects üzerinden yapım aşamasını gösteren, ekran görüntüsü, 2025.	136
Görsel 83.	Video uygulamasının After Effects üzerinden yapım aşamasını gösteren, ekran görüntüsü, 2025.	136
Gif 1.	Uygulamanın Türkçe versiyonu.	138
Gif 2.	Uygulamanın İngilizce versiyonu.	138
Görsel 84.	Video uygulamasının müze mekanına entegrasyon örneği.	139

GİRİŞ

Yeni medya teknolojileri, birçok alan ve pratik üzerinde dönüşümler yaratmaktadır. Bu dönüşümlerden etkilenen sanat da birçok farklı alandan ve süreçten beslenerek dinamik kalabilen, çok yönlü bir disiplindir. Sanat üretim ve pratikleriyle yeni bir form kazanarak dijital bir devrimin içerisine girmiştir. Sanattaki dijital devrimin yansımaları sanat mekanlarında da görülmekte buna bağlı olarak yeni medya teknolojilerinin sunduğu imkanlar dahilinde sanat eserlerine ve izleyici deneyimine, fiziki mekânlar üzerinden dijital bir boyut kazandırılmaktadır.

Sanat mekanlarından biri olan müzelerin temel işlevlerinin yanında süreç içerisinde bünyesine dahil edilen yeni işlevlerinde yeni medya teknolojilerinin kullanımının etkisi olduğu görülmektedir. Önceleri müzelerde her eser buluntusunun altında “Dokunmayız” ibaresi yer alırken şimdiki müzelerde “Dokun, Tıklayın, Başlatın” vb. ifadelerle ziyaretçilerini gözlemci rolünden çıkartarak katılımcı rolünü devrettiği bir yaklaşım sergilenmektedir. Dolayısıyla günümüz müzeleri hibrit olarak adlandırılabilen hem sanal hem de fiziksel deneyimlerin bir arada bulunmasıyla mekânın dijitalleşirken dijitalin fiziksel mekâna dönüştüğü akışkan alanlar olarak değerlendirilebilmektedir.

Çalışmada da müzelerin bu doğrultuda mekân içerisindeki algılama ve deneyimleme biçimlerini nasıl dönüştürebildiği, dönüşümün müze, mekân ve ziyaretçi üzerindeki yansımaları ele alınarak araştırma alanı olarak seçilen Antalya Arkeoloji Müzesi’nden elde edilen veriler doğrultusunda belirlenen hipotezi desteklemek amaçlanmaktadır. Araştırmanın hem kuramsal hem de uygulamalı boyutlarını bütüncül olarak değerlendirebilmek amacıyla karma yöntem kullanılmıştır. Bu yöntem, kapsamlı, çoğulcu, tamamlayıcı ve araştırmacıya yöntem seçimi ve araştırma hakkında tasarlama yapması için seçmeci bir yaklaşım önermektedir (Baki ve Gökçek, 2012). İlgili müzede fark edilen problem üzerinden müze ziyaretçilerine uygulanan anket çalışması ile

problemin önemi ve boyutu belirlenmiş, bu doğrultuda geliştirilen çözüm önerileriyle müze deneyiminin dijitalleşme yoluyla iyileştirilmesi düşünülmüştür.

AMAÇ

Bu tez çalışmasında, hızla gelişen teknolojinin sunduğu yeni medya teknolojilerinin mekanlar üzerinde nasıl bir dönüşüm ve değişim yarattığı incelenerek özellikle sanat mekanları üzerinden mekân, sanat, toplum arasındaki deneyim ilişkisinin bu teknolojiler ile şekillenmesiyle mekânın daha erişilebilir, interaktif, etkileşimli, dinamik bir forma dönüşmesinin faydalarının anlaşılması amaçlanmıştır. Bununla birlikte sanat merkezlerinden biri olan müzelerin de çağı yakalamak, sürdürülebilirliklerini devam ettirebilmek ve temel işlevlerini zenginleştirmek için yeni medya teknolojilerini bünyelerine dahil etmelerinin önemi vurgulanarak, araştırma doğrultusunda seçilen Antalya Arkeoloji Müzesi'nin Seramik Eserler Salonunda ziyaretçilerin yeni medya teknolojileri ile deneyimlerini iyileştirme durumunun değerlendirilmesiyle bu alanda ziyaretçi deneyimlerinin kalitesinin artırma yönünde öneriler sunulması amaçlanmaktadır.

KAPSAM ve SINIRLILIKLAR

Bu tez çalışması, yeni medya teknolojilerinin mekân algısına etkisini ele almaktadır. Söz konusu ele alış sırasında yeni medya teknolojilerinin sanatsal mekanlarda kullanımı irdelenerek Antalya Arkeoloji Müzesi özelinde mekânda yer alan seramik eserlerin, sergileniş biçimleri ve kullanılan yöntemlerin incelenmesi buna bağlı olarak yeni medya teknolojileri kullanılarak bir sunum önerisinde bulunulması çalışmanın sınırlılığını oluşturmaktadır.

YÖNTEM

Bu araştırma, karma yöntem yaklaşımıyla yürütülmüş hem nitel hem de nicel veri toplama tekniklerinden yararlanılmıştır. Süreç üç temel aşamada ilerlemiştir bunlar: belgelendirme çalışması, alan gözlemi ve anket uygulaması ile dijital kiosk tasarımı.

Araştırmanın kuramsal altyapısını oluşturmak amacıyla, yeni medya teknolojilerinin mekân deneyimi üzerindeki etkilerini konu alan akademik yayınlar, uygulama örnekleri ve güncel projelerin incelenmesi hedeflenmektedir. Araştırma ile ilgili konularda alanyazın, görsel veri ve belge taraması hem uygulama önerisinin temellendirilmesine hem de içerik oluşturma sürecine yön verecektir.

Araştırmanın nitel veri toplama aşamasında, öncelikle müze mekânı içerisinde doğrudan gözlem yönteminin kullanılması düşünülmüştür. (**Tablo.1**) Ziyaretçilerin sergiyle etkileşim biçimleri, bilgilendirme araçlarının işlevselliği ve dijital unsurların kullanımı gözlemlenerek, veri haline getirilmesiyle; elde edilen veriler tasarım süreci-önerisine içerik açısından katkı sunulması öngörülmektedir.

Nicel veri toplama süreci kapsamında, müze ziyaretçilerine yönelik hazırlanan bir anket formu ile veriler toplanarak, toplanan verilerin frekans ve yüzde dağılımlarına göre analizlerle birlikte tasarım sürecinde faydalanmak üzere tablolar ve bar grafikleri oluşturulması tasarlanmıştır.

Anket ve gözlem bulguları doğrultusunda, ziyaretçi ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde bir dijital kiosk prototipi geliştirilmesi planlanmıştır.

Tarih	Saat Aralığı	Faaliyet	Not
5 Mayıs 2023	15:58 – 17:45	İlk Gözlem ve Alan Belirleme	Araştırmacı, yüksek lisans danışmanı ve sınıf arkadaşı ile Antalya Arkeoloji Müzesi'ni ziyaret etmiştir. Danışmanın seramik alanında uzman olması ve araştırmacının da bu alana yönelimi nedeniyle Seramik Eserler Salonu'nda yoğunlaşmış; bu salonda bilgilendirme eksiklikleri ile görsel materyal yetersizlikleri tespit edilmiştir. Müzenin genelinde yalnızca bir adet etkileşimli kiosk ekranı ve bir adet bilgilendirme ekranı bulunduğu gözlemlenmiştir. Yapılan değerlendirme sonucunda tez çalışmasının bu alanda yürütülmesine karar verilmiş, özellikle Seramik Eserler Salonu'nda yer alan pithos mezar buluntusuna yönelik bir yeni medya temelli tasarım önerisi geliştirilmesi hedeflenmiştir.
21 Mayıs 2023	14:14 – 15:47	Karşılaştırmalı Gözlem	Eskişehir Eti Arkeoloji Müzesi ziyaret edilerek, yeni medya teknolojileri ile zenginleştirilmiş alanlar incelenmiş ve fotoğraflanmıştır.
11.06.2023	14:30- 15: 43	Karşılaştırmalı Gözlem	Ankara Anadolu Medeniyetleri Müzesi ziyaret edilerek, yeni medya teknolojileri ile zenginleştirilmiş alanlar incelenmiş ve fotoğraflanmıştır.
9 Kasım 2023	16:31 – 17:41	Gözlem ve Bilgi Alma Girişimi	Danışman eşliğinde Antalya Arkeoloji Müzesi ziyaret edilerek Seramik Eserler Salonu fotoğraflanmıştır. Katılımcı gözlem yöntemi ile alandaki sunum biçimleri analiz edilmiştir. Aynı gün, müze ortamına ilişkin ziyaretçi yoğunluğu ve ortalama ziyaretçi sayısına dair nicel veriler edinilmeye çalışılmış; ancak müze çalışanları, Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı müzelerin işletme yetkisinin özel bir şirkete devredildiğini ve bu kapsamda şirket dışındaki kişi ya da kurumlarla ziyaretçi sayısı gibi verilere veya çalışanların kişisel değerlendirmelerine dair herhangi bir bilginin paylaşılmadığını belirtmişlerdir. Ayrıca müze çalışanları gözlem süresi boyunca oldukça sınırlı ve kapalı bir iletişim içinde olmuşlardır.

15 Kasım 2023	-	İzin Başvurusu	Araştırmacı ve danışmanı tarafından, Antalya Arkeoloji Müzesi'nde tez kapsamında saha çalışması yürütülebilmesi amacıyla resmi izin talep dilekçesi müze müdürlüğüne iletilmiştir.
3 Aralık 2023	-	İlk İzin Onayı	Antalya Arkeoloji Müzesi, araştırma talebine olumlu yanıt vermiş ve resmi izin yazısını 3 Aralık 2023 tarihinde hazırlayarak posta yoluyla göndermiştir. Ancak söz konusu yazının posta sürecinde gecikmeli ulaşması nedeniyle araştırma izni araştırmacıya ancak aralık ayının son haftasında ulaşabilmiştir. Bu gecikme nedeniyle saha çalışmaları için öngörülen süre daralmış; izin süresinin uzatılması gerekliliği doğmuştur.
26 Aralık 2023	-	İzin Uzatma Talebi	İzin süresinin saha çalışmasıyla uyumlu hale getirilmesi amacıyla, araştırmacının danışmanı tarafından müzeye hitaben yazılan uzatma dilekçesi 26 Aralık 2023 tarihinde kuruma iletilmiştir. Dilekçede, tez sürecinin Eylül 2024'e kadar devam edeceği, müzenin izin yazısında belirtilen süre ile çalışmanın planlanan takvimi arasında uyumsuzluk olduğu vurgulanmıştır.
16 Ocak 2024	-	İzin Süresi Uzatımı Onayı	İzin süresinin uzatılmasına ilişkin talep müze tarafından olumlu değerlendirilmiş ve yeni izin yazısı 16 Ocak 2024 tarihinde araştırmacıya ulaştırılmıştır. Bu yeni izinle çalışma süresi Eylül 2024'e kadar uzatılmıştır.
5 Haziran 2024	-	Ön Bilgilendirme ve Uygunluk Talebi	Araştırmacı, 2-4 Temmuz 2024 tarihleri arasında Antalya Arkeoloji Müzesi'nde fotoğraf çekimi ve anket uygulaması gerçekleştirmeyi planladığını belirterek, müze yönetimiyle iletişime geçmiş ve söz konusu tarihlerdeki uygunluk durumlarına ilişkin ön onay talebinde bulunmuştur. Bu bilgilendirme, daha önce alınmış olan müze izni kapsamında gerçekleştirilmiştir. Aynı gün içinde müze tarafından yazılı yanıt verilmiş; resmî tatil öncesinde müze müdür yardımcısı, araştırmacıya telefon yoluyla ulaşarak tatil sonrasında

			belirtilen bir görevliyle iletişime geçebileceğini bildirmiştir.
26 Haziran 2024	-	Kurum İçi Yönlendirme ve Veri Erişimi	Araştırmacı, resmî tatil sonrasında müze müdür yardımcısının yönlendirmesiyle ilgili görevliye ulaşmış ve anket çalışmasına temel oluşturması amacıyla müzenin günlük ortalama ziyaretçi sayılarına ilişkin verilere ihtiyaç duyduğunu iletmıştır. Görevli kişi, bu bilgilerin gişe ve personel kayıtlarından temin edilebileceğini bildirmiştir.
2 Temmuz 2024	11:02-13.51	Anket Öncesi Son Gözlem ve Görüşme.	Araştırmacı, güncel alan fotoğraflarını çekmiş; müze izni çerçevesinde müze müdür yardımcısı ile gerçekleştirdiği görüşme doğrultusunda, kurumun günlük ortalama ziyaretçi sayılarına ilişkin verilere ulaşmıştır.
3 Temmuz 2024	09:00 – 18:00	Anket Uygulaması	Antalya Arkeoloji Müzesi’nde 113 ziyaretçiye daha anket uygulanmıştır
4 Temmuz 2024	09:00- 18:30	Anket Uygulaması	Antalya Arkeoloji Müzesi’nde 88 ziyaretçiye daha anket uygulanmıştır.
5 Mart 2025	10:12 – 11:04	Video Kayıt	Seramik Eserler Salonu’nun mevcut durum tespiti amacıyla mekânın video kaydı alınmıştır. Önceki ziyarette (5 Mayıs 2023) tespit edilen etkileşimli kiosk ekranın artık çalışır durumda olmadığı fark edilmiştir.

Tablo1. Araştırmacının gözlem günlüğü.

DAYANAK

Mekânların var olabilmesinde ve sürdürülebilirliğinde en önemli etkenlerden biri insandır. Gelişen teknoloji olanakları ile mekân, insan ilişkisi her geçen gün yeni bir boyuta ulaşmakta ve bu gelişimin paralelinde ilerleyen yeni medya teknolojilerinin kullanımının yaygınlaşmasıyla da mekânın işlevleri dönüşerek interaktif, aktif alanlar haline gelmektedir.

Sanat mekanlardan biri olan müzelerde insanlık tarihini, kültürünü yansıtmak, koruma, öğretme gibi işlevleriyle toplum içerisinde değer gören önemli merkezlerden biridir. Gelişen toplum yapısı ile müzeler de çağı yakalayarak, sürekli gelişmeli ve günceli takip etmelidirler. Araştırmanın hedef noktası olan Antalya Arkeoloji Müzesi de konumu, turistik değeri, eser çeşitliliği ve tarihsel alt yapısıyla önemli müzelerden biridir. Buna karşın sunum yöntemleri açısından çağı yakalayamayan bazı alanları da mevcuttur. Örneğin yeni medya teknolojileri ile uyumlanma durumu göstermemesi, müze deneyiminin kalitesini arttıracak potansiyel fırsatları yeterince değerlendirememesi dikkat çekicidir. Söz konusu bu sebepler araştırmanın önemini ve gerekliliğini göstermektedir. Yeni medya olanaklarının çağdaş arkeoloji müzelerinde sıklıkla başvurulmuş bir sunum yöntemi olduğu görülmekte ve bilinmektedir. Bu bağlamda bu çalışmada üniversitemizin bulunduğu coğrafyada yer alan en önemli müzelerden biri olan Antalya arkeoloji müzesinin sunum olanakları iyileştirme ihtiyacı ve isteği çalışmanın en önemli dayanağıdır.

BÖLÜM 1: YENİ MEDYA

Yeni medya, teknolojinin ve internetin gelişimiyle ortaya çıkan interaktif, çoklu ortam yaratabilen, kullanıcı odaklı ve kolay erişilebilirlik özellikleriyle geleneksel medyadan ayrılan bir medya türüdür. Sürekli gelişen ve değişen bir yapıya sahip olan yeni medya, birçok kuramcı tarafından farklı açılardan ele alınmıştır. Bu kuramcılardan biri olan Lev Manovich, yeni medyayı teknolojik özellikleriyle tanımlamaktadır. Manovich'e göre yeni medya, dijital kodlara dayalı olarak çalışmakta ve bu sayede içerikler bilgisayar tarafından işlenebilir, değiştirilebilir ve farklı formatlarda yeniden üretilebilir hale gelmektedir (Manovich, 2001, s. 49-65).

Manovich, yeni medyanın temel özelliklerini beş ana ilke altında özetler. Bunlar: sayısal temsil (numerical representation), modülerlik (modularity), otomasyon (automation), değişkenlik (variability) ve kod dönüştürmedir (transcoding).

İlk ilke olan **sayısal temsil** de yeni medya nesnesi biçimsel (matematiksel) olarak tanımlanmaktadır. Yeni medya nesnesi, bilgisayarlar tarafından sıfırdan dijital koda dönüşmekte, algoritmik manipülasyonlarla programlanabilir hale gelmektedir. **Modülerlik** ilkesi ise yeni medyanın fraktal yapısı olarak adlandırılmaktadır. Fraktal yapıda görülen farklı ölçeklerin aynı yapıya sahip olma özelliği, yeni medya nesnesinde de gözlemlenmektedir. Bu iki ilke ile **otomasyon** ilkesi oluşmaktadır. Otomasyon ilkesi insan müdahalesini azaltarak birçok işlemin otomatik olarak gerçekleşmesini sağlamaktadır. **Değişkenlik**, sayısal temsil ve modülerlik yapısına sahip yeni medya nesnesinin, sonsuz formlarına ulaşılabilmesine imkân vermektedir. Manovich (2001), ayrıca yeni medya nesnelerinin tek seferlik veya sabitlenmiş bir şey olmadığını belirtmekte, “değişken” ifadesi yerine “değişilebilir” ve “sıvı” olarak da tanımlanabildiğini ifade etmektedir. Son ilke olan **kod değiştirme** ise bilgisayardaki bilginin insanlar tarafından anlaşılabilen bir formata çevrilmesiyle kültürel kodlara dönüşmesini kapsamaktadır.

Henry Jenkins (2006) ise yeni medya kavramını **yakınsama-yöndeşme, katılımcı kültür ve transmedya** olgularıyla ele almaktadır. Sürecin yalnızca teknolojik bir gelişme sağlamadığını aynı zamanda toplumu etkileyen sosyal sonuçları da beraberinde getirdiğini ifade etmektedir. Jenkins, yeni medyanın ortaya çıkmasıyla geleneksel medyada görülen salt “izleyici” rolünün geride kalarak, bireylerin aktif katılımcılar haline gelmesini kültürel bir değişim olarak açıklamaktadır. Bu kültürel değişim ile katılımcıların üretim-tüketim ve dağıtım rollerini üstlendiğini belirtmektedir. Ayrıca yeni medyanın, katılımcıya sunduğu bu roller ile özgürce ve isteğe bağlı iletişim kurabilme, fikirlerini belirtme, içerik üretebilme imkanlarıyla etkileşim alanları oluşturduğunu vurgulamaktadır. Altunay da (2015), yeni medya kavramını yalnızca teknik özellikleriyle değil aynı zamanda geleneksel medya ile arasındaki farklılıkları, daha önce olmayan toplumsal kullanım biçimlerini ve bu kullanım biçimlerinden ortaya çıkan “yeni toplum-medya” ilişkisi çerçevesinde ele almaktadır.

Ele alınan tanımlamaların yanı sıra birçok araştırmacının farklı yönleriyle ifade ettiği yeni medya kavramı, geçmişten bugüne kadar dinamik yapısıyla tanım yelpazesini genişletmekte ve geliştirmektedir. Bu doğrultuda kavramın ve farklı alanlara yansımaları daha iyi kavranabilmesi için tarihsel sürecinin de ele alınması gerekmektedir.

1.1. Yeni Medya Tarihi

Dijital dünyayı şekillendiren yeni medya, tarihsel süreç içerisinde bugünün dijital pratiklerini inşa etmiştir. Bu tarihsel sürecin önemli bir dönemi olan Soğuk Savaş dönemi, bilgiye hızlı erişim ve veri aktarımına duyulan ihtiyaçların getirdiği itici güçle teknolojik alanda atılımların yapıldığı kritik bir dönüm noktası olmuştur. Dönemin ihtiyaçlarının getirdiği gelişmeler, bilgi teknolojilerinde köklü değişimlerin yaşanmasına ve yeni medya teknolojilerinin temelini oluşturan ilk adımların atılmasına olanak sağlamıştır. Yeni medya teknolojilerinin ortaya çıkışına en iyi örneklerden biri de ABD’nin Soğuk Savaş döneminde askeri amaçlarla kullandığı erken dönem bilgisayar sistemleridir. Bu bilgisayar sistemlerinden sonra Silikon Vadisi’nde geliştirilen teknoloji sayesinde, askeri

amaçların ötesinde çeşitli hizmetler için kullanılabilen bilgisayarlar üretilmeye başlanmıştır (Başlar, 2013).

Üretilen bilgisayarlar, bağımsız birer teknoloji aracı olarak kalmamış, birbirleriyle iletişim kurabilen ağ sistemlerinin temelini oluşmasına olanak sağlamışlardır. Ağ sistemlerinin temelini oluşturan ilk yapı olan veri aktarım ağları, internetin gelişinin ilk habercisi olmuştur.

1968'de kurulan ARPANET (Advanced Research Projects Agency Network-İleri Araştırma Projeleri Ajans Ağı) tarihte ilk veri ağı olarak bilinmektedir. 1 Eylül 1969'da Los Angeles'taki California Üniversitesi Stanford Araştırma Enstitüsü; Santa Barbara'daki California Üniversitesiyle Utah Üniversitesi arasında kurulan bağlantılarla işlevsel hale gelmiştir (Winegard, 2019). ARPANET, kullanıcıların kendi bilgisayar sistemleri üzerinden kilometrelerce uzaktaki diğer bilgisayarlara giriş yapmalarını mümkün kılmıştır. Bu sayede, araştırmacılar ve bilim insanları, fiziksel olarak başka bir bilgisayar sistemine gerek duymadan veri tabanlarına erişim sağlayabilmekteydiler.

1971'de ARPANET, ilk Terminal Arayüz İşlemcisini (TIP) sistemlerine uyarlanmıştır, böylece bireysel bilgisayar terminalleri de ağa bağlanabilir hale gelmiştir. Bu ilerlemeler, 1983 yılında ARPANET'in NCP'den TCP/IP protokol paketine geçişiyle birlikte dosya transfer işlemleri ve günümüzde kullandığımız @ sembolünü içeren e-posta sistemi gibi birçok özelliğiyle internetin ortaya çıkışında belirleyici rol oynamıştır (Strickland, 2024).



Görsel 1. Michael Caine, Milyar Dolarlık Beyin filminde, UCLA ekibinin ARPANET'e bağlanmak için kullandığı Honeywell bilgisayarının bulunduğu bir sahnede, 1967.

Kaynak: <https://th3ultra.wordpress.com/wp-content/uploads/2011/09/arpamet-5.jpg?w=640>,
erişim tarihi: 02.10.2024

1980'lerde ortaya çıkan NSF (National Science Foundation-Ulusal Bilim Vakfı) *NSFNET* adıyla üniversitelere hizmet veren bir ağ olarak bilinmektedir. NSFNET'e 1988 ve 1989'da birçok ülke bağlanmıştır. Zamanla ARPANET'in kapsama alanını genişleterek ARPANET'in kullanıcı tabanını ve ağ altyapısını bünyesine almıştır (Başaran, 2006). NSFNET'in 1980'lerde üniversitelere hizmet veren bir ağ olarak yaygınlaşması ve 1988-1989 yıllarında uluslararası bir yapıya kavuşması, internetin küresel çapta yaygınlaşmasını mümkün kılmıştır. Bu gelişmeler, internetin altyapısını güçlendirirken, 1990 yılında Tim Berners-Lee tarafından geliştirilen World Wide Web (www-Dünya Çapında Ağ) internetin kullanıcılar tarafından daha erişilebilir hale gelmesini sağlamıştır (CERN, 2024). Bu dönemde geliştirilen web, bilgi paylaşımını mümkün kılarken, Web 1.0 olarak adlandırılan durağan ve etkileşimsiz web sitelerinden oluşmaktadır; kullanıcılar yalnızca mevcut bilgiyi okuyabilmektedirler (Kapan ve Üncel, 2020). Web 1.0'ın sınırlı yapısına rağmen dönemin sonlarına doğru kullanıcı deneyimini iyileştirmek adına yeni platformlar ortaya çıkmıştır.

GeoCities, 1994 yılında kurulan bu geçiş platformlarından biridir. Platformda "Homesteader (ev sahibi) ismi verilen kullanıcılar, gerçek ismi sanal mahalleler üzerinden (Hollywood, Capitol Hill vb.) ortak ilgi alanlarına göre toplanmaktadırlar. Örneğin

Augusta’da golf tutkunları, politika sevenlerin Capito Hill mahallesini seçmesi gibi tercihler, sitenin ilgi alanlarına göre grup oluşturmayı teşvik ettiğini göstermektedir (Reynolds ve Hallinan, 2020). Sitenin Web 1.0 hizmetine bağlı kalmasıyla büyük ölçüde anlık etkileşim hizmeti sunamaması, arama işlevlerinin yetersizliği gibi etkenler sitenin sürdürülebilirliğini olumsuz yönde etkilemiştir. 2004 yılında O’Reilly’nin tanımladığı Web 2.0 teknolojisi ise internet deneyimini köklü biçimde değiştirmiştir. GeoCities gibi durağan platformların aksine iş birliğine imkân sağlayan, etkileşimli, dinamik platformlar ortaya çıkmıştır (Latorre, 2018).

Web 2.0 teknolojisi bugüne kadar birçok farklı uygulamayı (Facebook, YouTube, LinkedIn, X, Google) kullanıcıya sunmuş, etkileşim ve paylaşım bileşenleri üzerinde yoğunlaşarak etkileşim-alıcı-kaynak ilişkilerini bütünleştirerek uygulamalara yeni işlevsel boyutlar kazandırmıştır. (Anderson, 2007; akt. Kırık, 2013, s. 72). Bu uygulamalar ile kullanıcılar, herhangi bir özel yazılıma ihtiyaç duymadan içerik üretip paylaşabilme, kendi profillerini oluşturabilme, görsel işitsel veri oluşturma, oyun oynama, çeşitli topluluklara katılarak yabancı kişilerle veya yakın çevreleriyle erişim sıkıntısı yaşamadan iletişim kurabilmektedirler (Laughey, 2010; akt. Toprak, 2021, s.96). Web 2.0 ardından geliştirilen Web 3.0 teknolojisini Fan, Huang, Meng ve Cheng (2023) çalışmalarında 4 temel özellik kapsamında tanımlamaktadırlar. Bu özellikler:

- Tek bir hesapla çeşitli platformlara erişilebilmesi.
- Merkezi olmayan blok zincir teknolojisi ile kullanıcı veri sahipliğinin korunması ve veri gizliliğinin sağlanması.
- İçerik oluşturucularına daha adil bir platform teşvik edilmesi için iş birliği alanları yaratması ve kullanıcılara özgür alanlar sunarak dijital ortamlarda kişisel faaliyetlerin, etkileşimlerin yönetilmesinde daha fazla serbestliğe imkân vermesi.

şeklinde sıralanmaktadır.

	WEB 1.0	WEB 2.0	WEB 3.0
Zaman	1996	2006	2016
Öznitelik	Hiper metin	Sosyal medya	Semantik web
Araç	Statik metinler	İnteraktif içerikler	Sanal içerikler
Altyapı	Bilgisayar	Bulut ve mobil cihaz	Blok zinciri
Etkileşim	Şirket yayınlar, kullanıcılar sadece okuyabilmektedir.	Şirket, kullanıcıların etkileşime geçmesi için platformlar kurmaktadır.	Herkes platform kurabilmektedir.
Arama	Yaygın arama, sonuçlar çok belirsizdir.	Anahtar kelimelerle arama ile doğru sonuçlar elde edilebilmektedir.	Büyük veri kullanarak daha doğru sonuçlar elde edilmektedir.

Tablo 2. Web 1.0, Web 2.0 ve Web 3.0 arasında karşılaştırma

Kaynak: Fan, vd, 2023.

Bu gelişmeler doğrultusunda yeni medyada, geleneksel medyada bulunan merkeziyetçi yapının getirmiş olduğu tek yönlü iletişimin aksine kaynak ve alıcıyı, katılımcı olarak aynı alanda buluşturan, kitle yerine bireyi öncelikli kılan yapısıyla ön plana çıktığı görülmektedir (Akyol, 2015; akt. Şenkal, 2021, s.73.)

Sanat alanı da yeni medyanın getirdiği dönüşümlerden etkilenmiştir. Bu bağlamda ‘yeni medya sanatı’ adı altında, sanatçıların yeni medya teknolojilerini birer araç veya ifade biçimi olarak kullanmasıyla disiplinler arası bir dijital sanat formu ortaya çıkmıştır. Geleneksel sanat pratiklerini dönüştürerek üretim, sunum ve etkileşim biçimlerinde yenilikler sunan bu sanat formu, yeni medya kavramının tarihsel sürecinde önemli bir kırılma noktası olarak değerlendirilmektedir.

1.2. Yeni Medya Sanatı

Yeni medya, yalnızca teknolojik araçların gelişimini değil, bu araçlarla şekillenen ifade biçimlerini ve deneyim stratejilerini de kapsamaktadır. Bu doğrultuda ortaya çıkan yeni medya sanatı, teknolojiyi estetik, algısal ve mekânsal dönüşümler yaratan bir tür olma bağlamıyla, bu çalışmada ele alınan mekân temelli deneyim biçimlerinin düşünsel zeminini oluşturmaktadır.

Yeni medya sanatı, kültür, çağdaş sanat ve dijitalleşme ile şekillenen dinamik bir ifade biçimidir. Bu ifade biçimi, sanatçıların internet, sanal gerçeklik, animasyon ve yapay zekâ gibi dijital araçlar ile ürettikleri eserlerle oluşturdukları sanatsal alanı kapsamaktadır. Yeni medya sanatı, teknolojik gelişmelerle paralel ilerleyen dinamik yapısı nedeniyle net bir tanımlamaya sahip değildir. Belirgin bir tanımının olamaması, sanatın sürekli değişen yapısı ve gelişen yeni teknolojilerin sanat pratiğine hızlıca uyarlanabilmesinden kaynaklanmaktadır. Bu nedenle yeni medya sanatını kavrayabilmek, tarihsel sürecini ve ortaya çıkmasına zemin hazırlayan sanatsal hareketleri incelemek önemlidir.

Yeni medya sanatının kökenleri öncü sanat akımlarının ortaya çıktığı döneme, yani 1920'lere dayanmaktadır. Özellikle Dada dönemi, 1. Dünya savaşıdan sonra endüstrileşmeye ve burjuvaziye tepki göstermek amacıyla sanatçılar eserlerinde geleneksel sanat anlayışından uzaklaşarak yeni ifade biçimleri denemişlerdir. Kullandıkları kolaj, fotomontaj, hazır nesne, performans gibi teknikler sonraki dönem sanatçılarının eserlerinde de kendini göstermiştir. Mark Tribe, bu tekniklerin yeni medya sanatında da görüldüğünü belirtmiştir (Erkayhan ve Belgesay, s.47, 2014).



Görsel 2. Raoul Hausmann, “ABCD”, Oto Portre, (1923-24). Teknik: Kolaj, fotomontaj.

Kaynak: <https://i.pinimg.com/736x/cd/7c/a0/cd7ca0c0c380f41f9a04face2a6c1a52.jpg> erişim

tarihi: 01.10.2024

Dada akımının ardından 1950’lerde ortaya çıkan pop sanatta yeni medya sanatını şekillendiren öncü sanat akımlarından biridir. Pop sanatın tüketim kültürünü sorgulayan eleştirel bir tavır geliştirmesi yeni medya sanatçıları da görülmektedir.

Pop sanatın temsilcileri, eserlerinde popüler kültür öğelerine yer vererek bu kitle kültürüne eleştirel bir bakış geliştirmektedirler. Örneğin Roy Lichtenstein, popüler kültürden ilham alırken çizgi roman görsellerini yeniden ifade etmiş, farklı tonlar ve renkler oluşturmak için birbirine yakın yerleştirilmiş küçük, düzenli noktalardan oluşan Ben-Day baskı tekniğini doğrudan uygulayarak sıradan bir çizgi roman sayfasını sanat eserine dönüştürmüştür (Tribe, 2009). Lichtenstein, bu eserinde popüler kültürün neden olduğu yüzeysellik ve görsel bombardımanı ironik biçimde ortaya koyarak izleyiciyi hem sanatın hem de gündelik yaşamın temsil stratejilerini sorgulamaya davet etmektedir.



Görsel 3. Roy Lichtenstein, “Sleeping Girl”, (1964). 91,4 cm × 91,4 cm.

Kaynak: <https://www.2luxury2.com/wp-content/uploads/2012/02/Roy-Lichtenstein-Sleeping-Girl.jpeg> erişim tarihi: 01.10.2024

1960’lı yıllarında pop sanat akımı, yerini düşüncenin ön planda olduğu, nesneye olan ihtiyacın sorgulandığı kavramsal sanata bırakmıştır.

Kavramsal sanat, geleneksel anlamda sanat nesnesinin metalaşmış yönüne tepki göstermektedir. Sanat nesnesi yerine düşünceyi öne çıkaran sanatçılar, belgeler, fotoğraflar, haritalar, videolar gibi araçlardan yararlanarak sanatın geleneksel tanımını ve biçimini sorgulatan bir devrim gerçekleştirmişlerdir. Bu devrim 1960’lardan sonra ortaya çıkan tüm akımları etkilemiştir. Örneğin Fluxus akımı, toplumsal muhalefet biçimlerinden beslenerek, sanatın metalaşmasına ve tüketimine karşı gelmektedir. Birçok farklı alandan sanatçıları bir araya getirerek disiplinler arası bir üretim alanı sunan bu akım, kavramsal sanatın felsefesi ile gelişen teknolojilerin imkanlarıyla sokak gösterileri, elektronik müzik konserleri, ses enstalasyonları ve performans gibi yeni sanatsal üretim biçimlerine zemin hazırlamıştır (Antmen, 2018, s. 193). Nam June Paik, Wolf Vostell gibi sanatçılar, bu

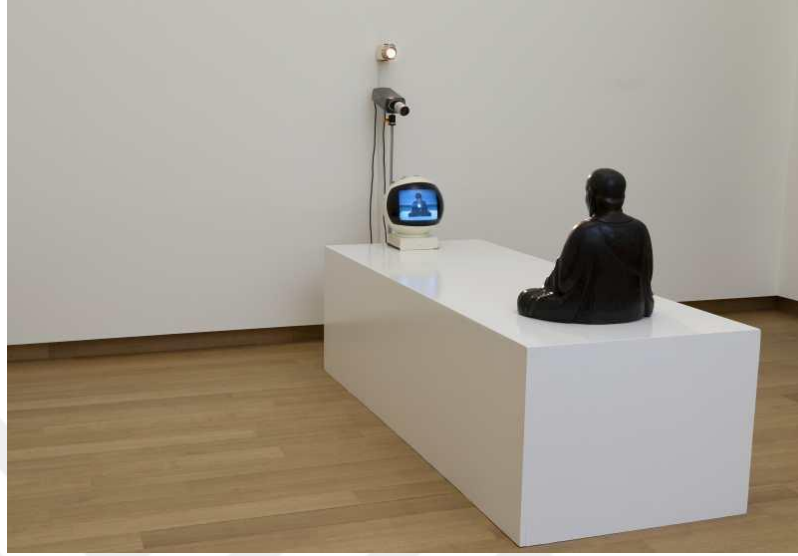
sanat akımlarından etkilenerek, ânda kalma, âna değer verme felsefini video enstalasyonlarıyla başka bir boyuta taşımışlardır.

Videonun icadı, Robert Cumming'e (2008) göre "görüntünün anında gösterilmesi ya da kamera içerisinde düzenlenmesi, kesilmesi, montajı yapılması, yavaşlatılması ve görüntülerin sırasını değiştirilmesine olanak sağlamıştır." şeklinde tanımlamaktadır. Ayrıca Cumming (2008), sanatçıların video ile zamanı keşfedip manipüle edebilme şansını yakaladıklarını ifade etmektedir.

Video sanatı da 1970'lerde taşınabilir dijital kameraların piyasaya sürülmesiyle ortaya çıkmış ve yeni medya sanatına geçişte önemli bir bağlantı noktası olmuştur. Dönemin sanatçılarından Nam June Paik, Fluxus döneminde televizyonla ürettiği eserler sonrasında Sony markasının Portapak model kamerasıyla ilk filmlerini çekerek, video sanatının öncülerinden biri olmuştur (Karaçalı, 2009).

Yenilikçi bir yaklaşıma sahip olan Nam June Paik, "*TV Buda*" eserinde Buda heykelinin önüne heykelin görüntüsünün bir video döngüsünü içeren monitör ve heykeli kayıt alan bir kamera yerleştirmiştir. Kamera sürekli filmi çekerek Buda'nın görüntüsünü canlı olarak göstermekte ve döngüyü sonsuz hale getirmektedir (Greenberger, 2020). Bu eserde, Budist inancı sahiplenmiş Paik, maneviyatı ve teknolojiyi birleştirerek izleyicisinde benlik rolünü sorgulatmaktadır. Sanatçı, insan, teknoloji ve sanat arasındaki ilişkiyi irdeleyerek eserler üretmiş, gelecekteki yeni medya sanatçılarına öncülük etmiştir.

Video sanatı, video enstalasyon, video film, video performans ve performans videosu olarak 4 alt dalın birleşiminden oluşmaktadır (Evkaya, 2021). Sanatçılar, gelişen teknoloji ile kavramsal ve performans sanat akımlarından beslenerek sosyal ve toplumsal konulardaki eleştirilerini yansıtabildikleri ve izleyiciyle daha etkin deneyim kurabildikleri çeşitli sanatsal eserler üretmişlerdir.



Görsel 4. Nam June Paik, “TV Buddha”, 1974, Stedelijk Museum.

Kaynak: <https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/production-static-stedelijk/images/adlib/2018/ba-3536-1-1737691236745.jpg> erişim tarihi: 02.10.2024

Örneğin, Bill Viola’nın “The Crossing” isimli eseri, performans ve kavramsal sanatlarından yararlanılarak oluşturulmuş bir video enstalasyonudur. Eser, iki farklı sahnede bir erkek figürün su ve ateşe gösterdiği tepkiyi göstermektedir. Sanatçı kullandığı ağır çekim, ışık teknikleriyle dramatik bir kompozisyon oluşturmuş, izleyicinin uzun bir süre esere odaklanmasını teşvik etmiştir (Young, 2018).

Video sanatında kullanılan diğer teknolojik araçların yerini bilgisayarlar almış, sanatçılar bilgisayarları kullanarak dijital eserler üretmeye başlamışlardır. Teknolojik gelişmelerin paralelinde çeşitlenen sanatta; biosanat, etkileşimli sanat gibi birçok yeni tür ortaya çıkmıştır.

İnternet sanatı, interneti hem üretim ortamı hem de dağıtım aracı olarak kullanan bir sanat dalıdır. Ağ sanatı, yazılım sanatı gibi alt türlere de ayrılabilir (Kutup, 2018). Bu sanat alanının ilk örneklerinden *jodi.org* 1995’te Joan Heemskerk ve Dirk Paesmans tarafından oluşturulmuştur. Web sitesini HTML, kod, bulunmuş sayısal imajlarla yeniden

anlamlandırdıkları ve internetin sanat mecrası olduğunu gösterdikleri bir alan olarak kullanmışlardır (Erlevent, 2013).



Görsel 5. Jodi.Org, 1995, Web Sitesi Görüntüsü.

Kaynak: <https://shorturl.at/c2EGN> erişim tarihi: 04.10.2024

Eva ve Franco Mattes ikilisi de www.0100101110101101.org isimli web sitelerinde açık kaynak yazılımlar kullanarak yaratıcı eserlerini sergilemişlerdir. Bu örneklerden yola çıkarak internet sanatı yapan sanatçılar, internetin sınırsız olanaklarından yararlanarak, yeni yöntemler, yeni ifade biçimleri oluşturdukları görülmektedir. Bununla birlikte internet sanatı, mekân sınırlaması olmaksızın herkese açık erişimi sayesinde etki alanını artırmakta ve ulaşılabilirliği kolaylaştırmaktadır (Kutup, 2018).

Biosanat, teknolojinin gelişimiyle birlikte bilimsel araştırmaların ve materyallerin sanat ile uyumlandığı, sanatçının çeşitli biyolojik bilimlerden beslendiği ve teknolojiyle etkileşime girebildiği bir sanat pratiğidir (Tekşen, 2021). Karl Sims'ın interaktif eseri Galapagos, bilgisayar ortamında üretilmiş sanal organizmaların on iki monitörde sergilenmesiyle, katılımcıların sensörlü ayak pedallarına basarak organizmaların çiftleşme, mutasyon ve yeniden üretim süreçlerine müdahale edebildiği önemli bir

biosanat örneğidir (ICC Collection, t.y.). Sims gibi sanatçılar, biosanatın kavramsal sınırlarını genişleterek, ürettikleri eserlerle, biyolojik sürecin estetik, etik ve yapısal temsiline odaklanırken, izleyiciyi canlı organizmalarla değil, onların dijital/algoritmik izdüşümleriyle ilişkilendirmektedir. Dolayısıyla biosanatın tanımı, sadece “yaşamı materyal olarak kullanan” değil; aynı zamanda yaşamı dijital düzlemde yeniden kurgulayan uygulamaları da içerecek biçimde düşünülmelidir.



Görsel 6. Karl Sims, 1997, Galápagos.

Kaynak: <http://www.medienkunstnetz.de/assets/img/data/1898/bild.jpg> erişim tarihi: 04.10.2024

Etkileşimli sanat ise, sanatçının eseriyle izleyicisi arasındaki sınırı ortadan kaldırarak izleyicisinin pasif durumdan aktif hale gelebildiği, sanatçıların mekânsal sınırların ötesine geçen üretim olanakları sunduğu, dijital ve fiziksel mekanları birleştirebildiği çok yönlü bir sanat dalıdır.

Jeffrey Shaw'ın The Legible City isimli enstalasyon çalışması, etkileşimi sanatın merkezine taşıyan öncül çalışmalardan biridir. Eser, bir şehrin üç boyutlu grafiklerle modellenmiş sanal bir şehir haritasının ekrana yansıtılması yoluyla oluşturulmuştur.

Oluşturulan şehirdeki her binada bir harf temsil edilmekte ve sergi alanına yerleştirilen bisiklet ile pedal çeviren ziyaretçiler aynı anda sanal şehir simülasyonunda kelimeleri ve cümleleri keşfettikleri etkileşimli bir yolculuk gerçekleştirirler (Brajković ve Nestorović, 2017, s.91).



Görsel 7. Jeffrey Shaw, “The Legible City”, New York, 1989; Amsterdam, 1990; Karlsruhe, 1991.

Kaynak: <https://www.jeffreyshawcompendium.com/portfolio/legible-city/> erişim tarihi: 05.10.2024

Christa Sommerer ve Laurent Mignonneau ikilisi de biosanat ve etkileşimli sanatı birleştirerek 1994 yılında “A-Volve” isimli enstalasyon çalışmalarıyla, dokunmatik bir yüzey üzerinde ziyaretçilerin iki boyutlu çizimlerinin üç boyutlu yaratıklara dönüştüğü; yaratıkların çiftleşmesini, büyümesini ve ölmesini kontrol edebildikleri yapay bir ekosistem tasarlamışlardır. Sanatçılar, bu yapay ekosistem aracılığıyla, sanatın yaşayan ve değişen doğasının kültürel yaratıma nasıl entegre olabileceğini sorgulamaktadırlar (Todorovic, 2021, s. 1325).

Etkileşimli sanat örnekleri doğrultusunda yeni medya sanatı ve onun alt disiplinleri olan internet sanatı, dijital sanat ve bilgisayar sanatı gibi alanlar, etkileşimli sanat örneklerinden beslenerek izleyiciyi katılıma davet eden disiplinlere dönüşmektedir. Gelişen dijital olanaklardan yararlanan sanatçılar, güncel dijital teknolojilerle sürekli etkileşim hâlinde kalarak bu teknolojileri sanat pratiklerine dahil etmektedirler.

1.2.1. Yeni Medya Sanatında Güncel Yaklaşımlar

Güncel yeni medya sanatı, teknolojik gelişmelerle birlikte dönüşen sanat üretim pratikleriyle sanatın formunu ve rolünü dönüştürmüş, ortaya çıkan yeni ifade biçimleri ile sınırlarını genişletmiştir. Kullanılan teknolojik araçlar, eserin kavramsal yönünü besleyen ve belirleyen önemli unsurlar haline gelmiştir.

Güncel sanatta yapay zekâ teknolojisi, disiplinlerarası bir yaklaşımla eser üretiminde ve sanatsal üretimin doğasını dönüştürebilme kapasitesiyle öne çıkmaktadır. 3B heykeller, hologramlar, yapay zekâ ile yönetilebilen robot kollar aracılığıyla üretilen resimler, algoritmalar kullanılarak oluşturulabilen video görüntüler gibi üretim biçimleri, yapay zekâ sanatının güncel örneklerini oluşturmaktadır (Uzuner, 2023).

Harold Cohen'in geliştirmeye başladığı AARON, gerçek boya ve fırçalarla resimler üretebilen ilk bilgisayar yazılımıdır. Yıllar içinde yazılımın evrilmesiyle AARON, farklı yöntemler deneyerek çeşitli resim çalışmaları üretmiş, birçok önemli müzede ve bilinen bazı koleksiyonlarda yer almayı başarmıştır (Artut, 2019). Bu gelişmenin ardından güncel sanatsal pratiklerde sıklıkla kullanılan Midjourney, Dall-e, Sora gibi yapay zekâ yazılımları, kullanıcıların öznel direktiflerine göre görsel içerik üretebilmekte hatta Sora aracılığıyla kısa videolar da oluşturabilmektedirler. Gelişen yapay zekâ yazılımları ile sanatçılar daha demokratikleşmiş ve hız kazanmış bir üretim süreci geçirebilmektedirler.

Yeni medya sanatçılarından Refik Anadol'da uluslararası tanınırlığa sahip, yapay zekâ sanatı alanının önemli temsilcilerinden biridir. "Machine Hallucination-NYC" üretiminde sosyal ağlarda kamuya açık olarak sunulan New York şehrine ait 100 milyondan fazla fotografik anıya yapay zekâ algoritmaları uygulayarak 1025 gizli boyutta bir New York veri evreni elde etmiştir; gizli boyut, modelin verideki karmaşık örüntüleri soyut olarak temsil etmek için kullandığı, insan tarafından doğrudan gözlemlenemeyen matematiksel öznitelik boyutudur. Anadol, bu projede kameranın geleneksel sınırlarının

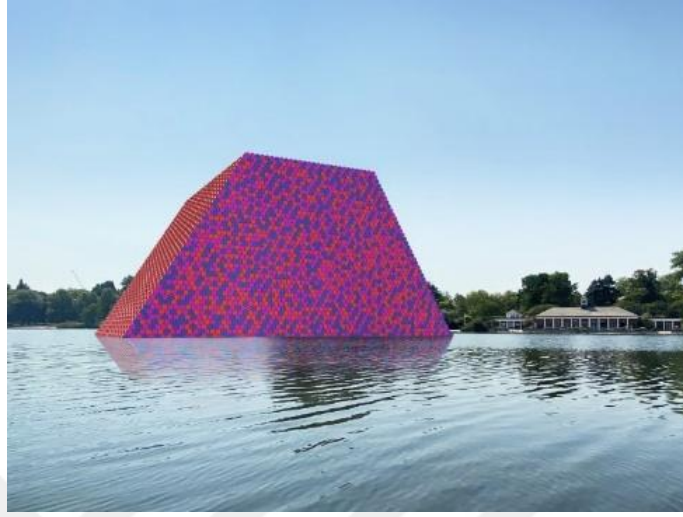
ve bilinen sinematografik yöntemlerin ötesine geçerek geniş bir görsel arşivin çok katmanlı manipülasyon yoluyla birden çok duyuyu aynı anda harekete geçiren sinestetik bir hikâye anlatım biçimini göstermektedir (Anadol, t.y.).



Görsel 8. Refik Anadol, “Machine Hallucination- NYC” 2019.

Kaynak: https://img.piri.net/mnresize/900/-/resim/imagecrop/2020/10/06/01/50/resized_38b0b-cb9a9d5411.jpg erişim tarihi: 07.10.2024

Bir başka örnek olarak geçici büyük yerleştirme eserleri ile tanınan Christo ve Jeanne Claude ikilisinin son üretimleri olan “The London Mastaba”, 7506 varilden oluşan 600 metrik ton ağırlığındaki devasa heykelleri, 18 Haziran ve 23 Eylül 2018 tarihleri arasında Londra’nın merkezindeki Hyde Park’da sergilenmiştir (Christo ve Jeanne-Claude, t.y.). Geçici heykelin kaldırılmasının ardından Acute Art iş birliği ile mobil cihazlara indirilebilen bir uygulamayla eser, sanal gerçeklik (VR) ve 360 derece açıyla video olarak deneyimlenebilmektedir (Serpentine Galleries, t.y.).



Görsel 9. Christo ve Jeanne Claude, “The London Mastaba” Orijinal, 2018, Londra.

Kaynak: <https://christojeanneclaude.net/artworks/the-london-mastaba/> erişim tarihi: 08.10.2024.

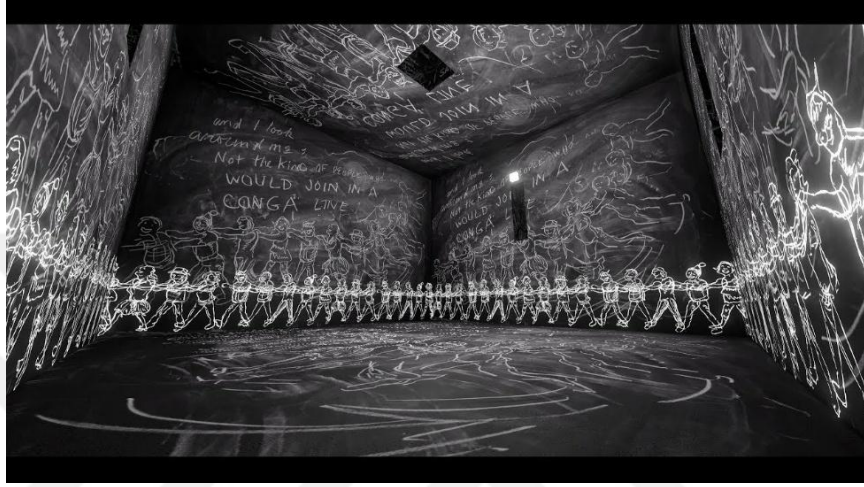


Görsel 10. Christo ve Jeanne Claude, “The London Mastaba VR”, 2020, Londra.

Kaynak: <https://d37zoqglehb9o7.cloudfront.net/uploads/2020/07/ChristoAcute.jpg> erişim tarihi: 08.10.2024

Örnekte bahsedilen VR teknolojisi, 3B görüntüleme, hareket algılayıcı donanımlar (motion capture), çeşitli giriş aygıtları ve yazılım geliştirme araçlarının bir araya gelmesiyle oluşmaktadır (Yaman, 2018). Bu teknolojiyi başarılı bir şekilde kullanan Laurie Anderson ve Hsin Chien Huang ikilisinin ortak projesi olan “*Chalkroom a.k.a. La Camera Insabbiata*,” mekân-eser-ziyaretçi deneyimini başka bir boyuta taşımaktadır. Bahsi geçen enstalasyon projesi, bulut, köpek, ses, yazı, anagram, su, dans, ağaç olarak

isimlendirilen sekiz farklı odadan oluşmakta, ziyaretçilerine etkileşimli bir VR deneyimi sunmaktadır (Dur, 2021).



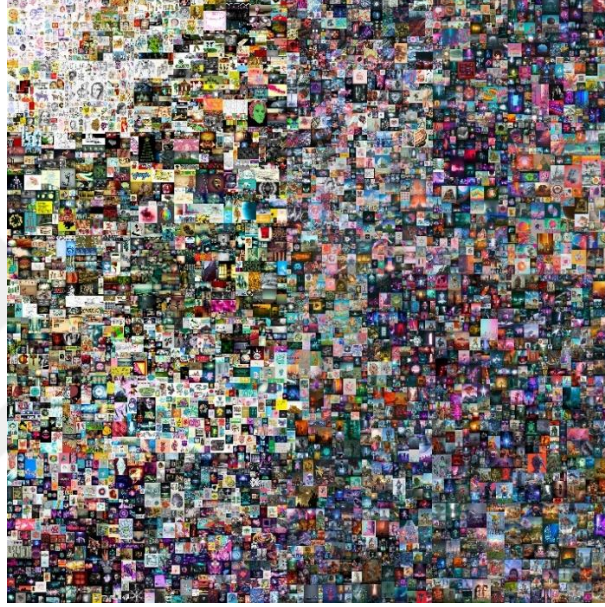
Görsel 11. Chalkroom by Laurie Anderson and Hsin-Chien Huang, “The Dance Room”, 2017.

Kaynak: <https://www.kisa.link/EyMbE> erişim tarihi: 08.10.2024

Sanatçıların üretim pratiklerine artırılmış gerçeklik, sanal gerçeklik gibi yeni medya teknolojilerini dahil etmeleri, fiziksel sınırlamaların ötesine geçerek eserlerini üretme ve sergilemede yeni bir biçim, yeni bir deneyim oluşturmalarına imkân sağlamaktadır.

Dijital sanat üretiminin yaygınlaşmasıyla, sanat piyasasına giriş yapan NFT (Non-Fungible Token-Değiştirilemez Jeton) sanatçıların eserlerini geniş kitlelere ulaştırabilmekte ve eserlerin blok zincir altyapısıyla güvenli bir şekilde saklanmasını sağlamaktadır. Dijital ortamda eserlerini NFT’ye çeviren sanatçılar, hızlı bir şekilde eserlerini satabilmekte ve belirlediği oranda eserin sonraki satışlarından pay alabilmektelerdir (Düzenli ve Perdahçı, 2024). Eserlerin dijital ortamlarda hızlıca kopyalanabilmesi, biricikliğini yitirmesi tehlikesine karşın NFT içerisinde bulunan blok zincir altyapısı eserin orijinal sahibini koruyarak eser alış-satış döngüsünün güvenli bir şekilde devam etmesini sağlamaktadır.

Herhangi bir temaya bağılı kalarak NFT projeleri ve koleksiyonları hazırlayan sanatçılardan biri olan Beeple (Max Winkelmann), “*Everydays: The First 5000 Days*” (Her Gün: İlk 5000 Gün) isimli JPEG formatlı eseriyle, açık arttırmada 69,3 milyon dolar gibi rekor bir fiyata satılan ilk NFT olmuştur (Gülçatı, 2022).



Görsel 12. Beeple (Max Winkelmann) “*Everydays: The First 5000 Days*”, NFT.

Kaynak: <https://blog.adgager.com/wp-content/uploads/2021/04/nft-1-1024x1024.jpg> erişim

tarihi: 08.10.2024

Yeni medya sanatının güncel yansımaları yeni medya teknolojilerinin gelişimi paralelinde ilerlemiştir. Yeni medya teknolojileri sanat pratiklerini şekillendirmekle birlikte sanatın mekân ile ilişkisini de dönüştürmektedir. Aynı zamanda ziyaretçilerin mekanları daha esnek ve dinamik deneyimlemesine imkân sağlamaktadır.

BÖLÜM 2: YENİ MEDYA TEKNOLOJİLERİ ve MEKAN

Yeni medya teknolojilerinin yansımaları sadece ifade biçimlerinde değil aynı zamanda insanların çevreleriyle ilişkilerinde ve sıklıkla bulunduğu mekanlarda da görülmektedir.

Teknolojinin mekânı dönüştürmesiyle “yeni mekanlarla” etkileşim kaçınılmaz hale gelmiş; sanal etkileşimler, topluluklar yeni zamansal ve mekânsal karşılıklar oluşturarak mekân kavramına yeni bir biçimsel boyut kazandırmıştır (Güzelkahraman, 2019; akt. Özler ve Kızılelma, 2023).

Mekân, birçok disiplin içerisinde farklı tanımlamalara sahiptir. Arapça kökenli yer, pozisyon, uzam, varoluş gibi anlamlara gelebilen mekân, makân kelimesinden gelmektedir. TDK’ya göre ise mekân, bulunan veya belirli bir işe ayrılmış yer olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2025). Sözlük anlamı “insanın belirli bir ölçüde kendini çevreden ayırabilen ve içinde eylemlerini sürdürmesine imkân sağlayabilen alan, boşluk” olarak ifade edilen mekân, sınırları algılanabilen bir uzay parçası olarak adlandırılmaktadır.

Mekân kavramı, tarihi süreç içerisinde birçok araştırmacı/kuramcı tarafından farklı bakış açılarıyla ele alınmıştır. Örneğin Lefebvre (1991), mekânı toplumsal bağlamda ele alarak “**algılanan**”, “**tasarlanan**” ve “**yaşanan**” mekân olarak sınıflandırdığı üçlü diyalektiğinde, mekânın birçok boyut ve ilişki içermesiyle canlı, değişken ve akışkan bir forma sahip olduğunu; bu akışkanlıkların, değişkenliklerin ve birleşmelerin mevcut mekânı ürettiğini savunmaktadır (Lefebvre 1991; akt. Avar, 2009). David Harvey ise mekânı salt fiziksel bir öge olarak görmenin yetersiz olduğunu, mekân, beden ve diğer unsurların birbirleriyle sürekli iletişim halinde olarak birbirlerinin var olma sebeplerini yarattıklarını belirtmektedir. Beden, mekân ve nesnelerin birbirinden ayrı ele alındığı durumlarda var olma durumlarının devam etmediğini ancak birbirleri ile ilişki içinde

olanların varlığını sürdürebildiğini, bu ilişkilerin de mekânsal deneyimi oluşturduğunu vurgulamaktadır (Harvey, 2003; akt. İnce, 2015).

Bu tanımlamalarla birlikte, fiziksel mekanla uyumlanabilen yeni medya teknolojileri, fiziksel ve dijital mekân arasında gidip gelen yeni bir mekânsal formun içinde konumlandırılmaktadır. İnşa edilen yeni dijital katmanlar ile mekân kavramının yeniden açıklanması ve tanımlanması gerekmektedir (Toprak, 2019). Örneğin Lev Manovich (2002) “The Poetics of Augmented Space” başlıklı makalesinde “**artırılmış mekân**” kavramından bahsetmektedir. Manovich, artırılmış mekânı, fiziksel mekânın üzerine dinamik olarak değişen bilgilerin katmanlaşarak oluşturduğu, multimedya formunda, çoğu zaman her kullanıcı için yerleştirilmiş biçimde sunulan bir yapı olarak tanımlar. David Summers (2003) ise gerçek yerleri, zamanları tanımlamak ve kaydetmek amacıyla “**sanal mekân**” kavramının ortaya çıktığını, sanal mekânların her zaman bir yüzeydeki imge ve mekanların temsili olduğunu vurgulamaktadır. Bununla birlikte bu mekanların ne kadar illüzyonistik bir etki yaratsalar da aşılamaz bir uzaklıkta olanı, yani başka bir şimdiyi, geçmişi ya da geleceği gösterdiklerini belirtmektedir. (Summers, 2003, s.43-44). Kitchin ve Dodge’un (2003) teorik olarak ilk kez ortaya koydukları “**kod-mekân**” kavramı ise mekânı “kod mekân”, “kodlanmış mekân” ve “arka planda kodlanmış mekân” şeklinde 3 farklı düzeyde dönüşmektedir. Mekânın var olabilmesi için ilk düzeydeki yazılımın çalışmasının zorunlu olduğunu, akabinde diğer iki düzeyden herhangi birinde yazılımın çalışmaması durumunda mekânın işlevini sürdürebileceğini ifade ederek mekânın yazılım ile bütünleştiğini vurgulamaktadırlar. Son olarak Adriana de Souza e Silva (2006) çalışmasında yeni medya teknolojilerinin fiziksel mekanlarda kullanılması ile “**hibrit mekân**” teriminin kavramsallaştırıldığını, bu mekanların sosyal etkileşime açık, hareketli yapılar olarak tanımlandığını ifade etmektedir.

Bu teknolojik dönüşümlerle birlikte mekân, gerçeklik algısını sorgulayan, kullanım fonksiyonlarının ve deneyim boyutunun değişebildiği, artırılmış gerçeklik, sanal

gerçeklik, yapay zekâ araçlarıyla gerçek ve sanal deneyim arasında köprü görevi üstlenen dinamik alanlar haline gelmektedir.

2.1. Mekân Deneyimini Dönüştüren Yeni Medya Teknolojileri

Yeni medya teknolojileri, mekân deneyimini dönüştüren önemli araçlardır. Dijitalleşme ile kullanıcı deneyimini pekiştirmeyi sağlayan bu etkileşimli araçlar, günlük hayatta kullanılan mekanlardan kamusal alan (herkesin erişimine açık mekânlar) ve özel alanlara (kişisel, mahrem mekânlar) kadar geniş bir yelpazeye yayılarak kullanımı her geçen gün daha fazla artmaktadır. Sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik, dokunmatik ekranlar, akıllı aydınlatma ve sensörler, hologramlar, QR kodlar, mobil uygulamalar ve yapay zekâ teknolojileri mekâna uyumlanarak mekânın hem fiziksel hem de sanal olarak deneyimleyebilme imkânı tanımakta ve mekân-insan arasındaki ilişkiye yeni bir boyut katarak dönüştürmektedir.

Sanal gerçeklik teknolojisini tanımlamak için kelime anlamlarına bakılacak olursa, sanal kelimesi, Türk Dil Kurumu Sözlüğünde birinci anlamı “gerçekte yeri olmayıp zihinde tasarlanan” ikinci anlam olarak da “bilgisayar, tablet, cep telefonu vb. kullanılarak genel ağ ortamında oluşturulan; dijital” şeklinde tanımlanmaktadır (TDK, 2025). Kelimenin İngilizce karşılığı olan “virtual” ise var olmayan ama algının var olmuş gibi yansıttığı durumu ifade eden “virtualis” kelimesinden türetilmiş bir Latince kavramdır ve var olmayı deneyimlenebilir kılma potansiyeline işaret eder. (Kuruüzümcü,2007). Bu bağlamda sanal gerçeklik, sıklıkla “var olmayan gerçeklik” olarak tanımlansa da bu tanım kavramsal açıdan sınırlı olup, dijital olarak üretilmiş yapay bir gerçeklik biçimi olarak değerlendirilmelidir.

Ouleke Bamodu ve Xuming Y. (2013), sanal gerçekliği 3 temel özelliklerle açıklamaktadır: **Interaction (etkileşim)**, **imagination (hayal gücü)** ve **immersion (kapsayıcılık)**. Etkileşim, kullanıcının sistemle iletişim kurmasını sağlamaktadır. Bilgisayar üzerinde fare, klavye gibi araçlarla oluşturulan 1B (bir boyutlu) ve 2B (bir

boyutlu) etkileşimin aksine sanal gerçeklik, içerdiği bileşenleri ile katılımcının gerçek zamanlı tepki gösterebildiği, üç boyutlu etkileşim imkânı sunmaktadır. Hayal gücü, bireyin oluşturulan sanal dünyayı deneyimleme biçimiyle bütünleşmesi anlamına gelmektedir. Duyuların sistem içerisinde uyarılmasıyla ortaya çıkan bu özellik, oluşturulan sanal gerçeklik dünyasında hedeflenen çıktılara ulaşmayı kolaylaştırmaktadır. Etkileşim ve hayal gücü özellikleriyle birlikte kapsayıcılık, bu iki özelliğin gelişimine paralel olarak ilerlemektedir. Kapsayıcılık ile sanal gerçeklik, deneyimin yoğunluğunu artırır ve algıyı derinleştirmektedir.

Sanal gerçeklik ortamını yaratmada kullanılan temel bileşenler ise ortam modeli, arayüz ve yazılımdır (Kuruüzümcü, 2017). Baş üstü görüntüleyici, akıllı eldivenler, kumanda gibi araçlar da deneyimlenen sanal dünyaya uyum sağlamak için kullanılan çeşitli aparatlardır (Tanrıkulu ve Karagöl, 2021).

Sanal gerçeklik, üç boyutlu görüntülerle, fiziksel gerçekliği yapay olarak yeniden üretmektedir. Kullanıcıya gerçekmiş hissi vererek, etkileşimli bir alan yaratabilen bu yeni medya teknolojisi, gelişen teknoloji ile bu gerçeklik algısını artırmakta, gerçek ile canlandırılmış mekânlar arasındaki algısal ayrımı bulanıklaştırmaktadır.

Sanal gerçeklik uygulamaları eğitim, turizm, e-ticaret, endüstri alanları gibi pek çok sektörde kullanılmaktadır. Örneğin okullarda uygulanan sanal laboratuvar uygulamalarının alternatif olarak sunduğu avantajları Potkonjak, Gardner, Callaghan, Mattila, Guetl, Petrović ve Jovanović (2016) çalışmalarında şöyle sıralanmıştır:

- Eğitim kurumları uygun maliyetli çalışma alanı yaratarak tasarruf edebilmektedir.
- Sanal aparatlar ile farklı sanal simülasyon deneyleri ile esneklik sağlanabilmektedir.

- Çoklu erişim ile birçok öğrenci aynı anda aynı sanal ekipmanını kullanabilmektedir.
- Gerçek bir sistemde değiştirilemeyen parametreler, sanal ortamda kolaylıkla değiştirilebilmektedir.
- Hataya yer verilebilmekte ve öğrenen öğrenciler hatalarından ders çıkararak konuyu deneyimleyerek daha iyi anlayabilmektedir (Potkonjak ve diğerleri, 2016).

Bu maddelerden yola çıkılarak sanal gerçeklik teknolojisinin eğitim üzerinde erişilebilirliği, esnekliği ve fiziksel laboratuvar deneyimlerinin ötesine geçerek eğitimde niteliksel dönüşüme katkı sunduğu ifade edilmektedir.

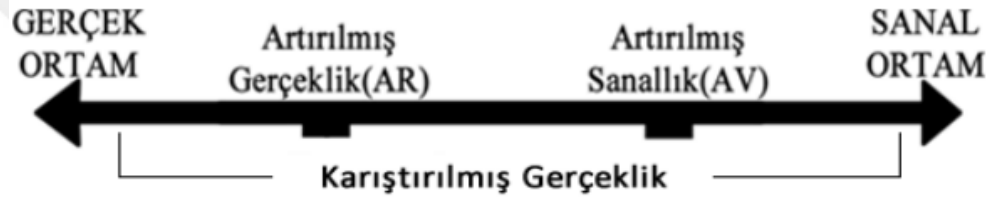
Bir diğer örnek ise Türkiye’de geliştirilen Black Diamond VR iş güvenliği ve sağlığı, mesleki eğitim uygulamasıdır. Bu uygulama ile temel talimatlar ve olası kaza senaryoları içeren gerçek yeraltı maden koşulları canlandırılmıştır. Madencilik sektörüne önemli bir işlevi olan bu proje ile sanal gerçeklik uygulamasını deneyimleyen madencilerin güvenli madencilik bilincini ve deneyimini kazanmaları amaçlanmaktadır (Oguzdoma, 2019).



Görsel 13. Black Diamond VR projesi, 2019.

Kaynak: https://oguzdoma.com/vr_works/ erişim tarihi: 24.03.2025

Artırılmış gerçeklik teknolojisi ise sanal gerçeklikten farklı olarak, gerçek çevresel bağlamla ilişkiyi sürdürmektedir. Sanal gerçekliğin oluşturduğu yapay ortamın aksine, sanal verileri gerçek ortam üzerine taşıyan bu teknoloji, fiziksel çevreye dijital bilgilerin bindirilmesi (overlay) yoluyla zenginleştirilmiş bir deneyim sunmaktadır. (Tokareva, 2018, akt. İpek, 2020). Paul Milgram ve Fumio Kishino (1994), “A Taxonomy of Mixed Reality Visual Displays” makalelerinde de artırılmış gerçekliği gerçeklik ile sanallık spektrumunda, gerçek dünyaya en yakın noktada konumlanan, ancak sanal öğeleri de içeren bir yapı olarak tanımlarlar.



Grafik 1. Milgram, Sanallık Sürekliliğinin Basitleştirilmiş Temsili, 1994.

Artırılmış gerçeklik (AG) uygulamaları; yazılım altyapısı, işaretleyiciler ve donanım bileşenlerinden oluşmaktadır. Gerçek ve sanal ortamları birleştirerek yorumlayan arayüz, kullanıcıyla etkileşimi sağlayan yazılım altyapısını içermektedir. QR kod, grafik öğeler, figürler ve fotoğraflar ise işaretleyici olarak görev yapar ve bilgisayar grafiklerinin uygun bakış açısıyla konumlandırılmasına olanak tanımaktadırlar. Kamera, tablet ve akıllı telefon gibi araçlar da donanım altyapısını kapsamaktadır. (Çakal ve Eymirli, 2016).

Alan B. Craig (2013), “Artırılmış Gerçekliği Anlamak: Kavramlar ve Uygulamalar” kitabında AG deneyiminin, yazılım, içerik, etkileşim, teknoloji, fiziksel dünya ve katılımcıyı içerdiğini belirtmiş, artırılmış gerçekliğin uygulanabilmesi için 3 temel donanım bileşeni tanımlamıştır:

1. Uygulamanın yerleştirileceği fiziksel dünyanın durumunu belirlemek için **sensörler**.

2. Sensör verilerini değerlendirmek; gerçekçilik ilkesine uygun görsel sunum sağlayacak **işlemci**.

3. Katılımcının fiziksel dünya ve sanal dünya kombinasyonunu algılayabilmesine uygun bir **ekran**.

Azuma (1997) ise artırılmış gerçeklik uygulamalarını, optik ve video teknolojileri olmak üzere iki sınıfa ayırmıştır. Optik temelli uygulamada, kullanıcının gerçek dünyayı doğrudan gördüğü, sanal görüntüleri optik cihazlar (HMD-Başa takılan ekran) aracılığıyla deneyimlediği bir uygulamayken, video temelli uygulamada, gerçek ve sanal dünyanın verilerinin birleşmesiyle oluşan görüntünün, akıllı telefon, bilgisayar ve tablet gibi teknolojik cihazlar aracılığıyla gösterilmesi esas alınır.

Artırılmış gerçeklik, gelişen teknoloji ile teknolojik cihazlara olan yakınlık sayesinde telefon, tablet gibi cihazlarda kullanıcılar için erişilebilir, taşınabilir ve hızlı erişim sağlayan bir teknolojik deneyime dönüşmüştür (Gür ve Köymen, 2024). Kullanımı yaygınlaşan bu teknoloji birçok alana uygulanarak farklı deneyimler sunmaktadır. Örneğin küresel markalar, artırılmış gerçeklik uygulamalarını sitelerine veya mobil uygulamalarına uyumlayarak müşterilerinin istedikleri ürünleri fiziksel olarak görmeden, artırılmış gerçeklik ile bulundukları mekânda deneyimleyebilmelerine olanak sağlamaktadır. Özellikle müşteriler, kozmetik ve giyim ürünlerinde, ürünün yüz ya da vücut üzerindeki görünümünü gerçekmiş gibi deneyimleme imkânı da bulabilmektedirler.



Görsel 14. Ikea Web Sitesi Ekran Görüntüsü.

Kaynak: https://cdn.ikea.com.tr/3d-assets/Ikea_3d/IkeaViewer/?Model=40281102 erişim tarihi 22.03.2025

Görsel 15. Araştırmacı tarafından, IKEA web sitesinden alınan QR kod aracılığıyla kişisel cihazla uyumlu hâlde deneyimlenen 3B modelin görüntüsü. (22.03.2025)

Dokunmatik ekranlar ise mobil cihazların (telefon, tablet gibi) dizüstü bilgisayarların ve kioskların vazgeçilmez bir parçasıdır. Bu ekranlar sayesinde kullanıcının dokunma hareketlerinin algılanması ile dijital içerik ve verilere kolayca ulaşılması sağlanmaktadır (Özdamar, Alipour Sormoli, Chehrehzad ve Başdoğan, 2020). Bu teknoloji, restoran ve kafelerde müşterilerin garsonlara ihtiyaç duymadan sipariş verebildiği, kamusal alanlarda yol haritası, hizmet satın alma/sorgulama, sağlık sektörü ve eğitim sektörü alanlarında da benzer işlevleriyle sıklıkla görülmektedir. Kolay erişilebilme, hızlıca verim alınabilen çözüm odaklı dijital ekranlar, fiziksel mekanlarla uyumlanarak mekânın fiziksel düzeni ve içerisinde bulunan kişilerin akışını değiştirilebilmekte, oluşturulan etkileşimli alan ile kullanıcıya özel kişiselleştirilmiş deneyimler sağlanabilmektedir.

Dokunmatik ekranlar yalnızca bilgi sunan araçlar değil, aynı zamanda kullanıcı akışını yönlendiren ve fiziksel mekânın kullanım biçimlerini dönüştüren etkileşim noktalarıdır. Bu teknolojiler, kullanıcı davranışlarını ve tercihlerini kayıt altına alarak

mekânın dijital olarak yeniden yapılandırılmasına ve kişiselleştirilmesine olanak tanımaktadır.



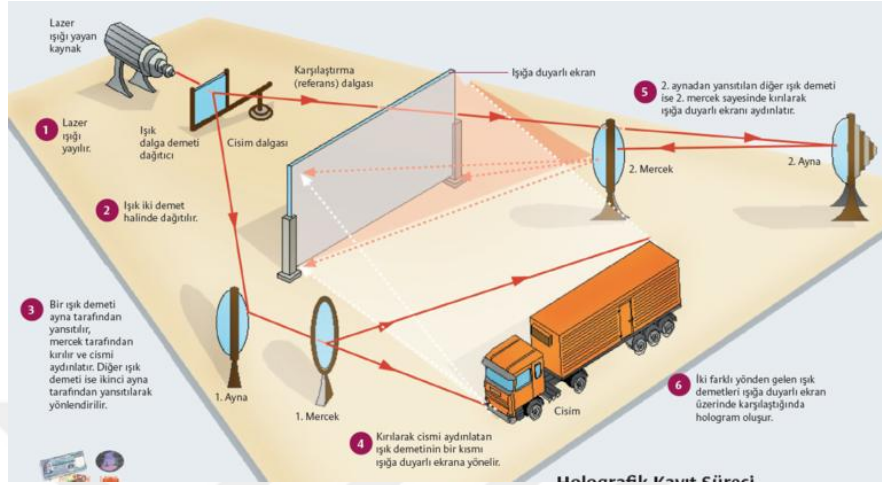
Görsel 16. Alışveriş Merkezlerinde Kullanılan Dokunmatik Ekranlı Kiosk Örneği.

Kaynak: <https://hushidaglobal.com/tr/blog/interactive-kiosk-display-create-interactive-home-buying-experience/> erişim tarihi: 23.03.2025

Görsel 17. Pegasus Şirketinin Havalimanlarında Kullanıcılarına Sunduğu Dokunmatik Kiosk Örneği.

Kaynak: https://mediap.flypgs.com//275/files/SEYAHAT_SOZLUGU/kiosk-check-in_Alternatif_2_dummy_275x300.jpg erişim tarihi: 23.03.2025

Hologram teknolojisi de fiziksel mekânlara entegre edilebilen yeni medya teknolojilerinden biridir. Holografı, lazer ışınları kullanılarak elde edilen üç boyutlu görüntü elde etme teknolojisidir. Bir cisimden yansıyan dalgaya ait bilgiler kaydedildiğinde, geleneksel anlamda optik bir görüntü değil; cismin fiziksel varlığına ait dalga bilgisi, yani cismin dalgasının kendisi kaydedilmektedir. Bu durum, görüntünün yalnızca görsel bir temsil olmasından farklı olarak, nesnenin kendine özgü ışık alanı yapısının saklanması anlamına gelmektedir. Elde edilen kayıt ile aydınlatma koşulları sağlandığında, orijinal cismin dalgası yeniden oluşturularak üç boyutlu görüntüsü meydana getirilmektedir (Ekici, 2017).



Görsel 18. “Holografi Nasıl Çalışır”, Bilim Teknik Dergisi, 2017.

Kaynak: <chrome-extension://mhjfbmdgcfjbbpaeojofohoeofgiehjai/index.html> erişim tarihi:

23.03.2025

Hologram teknolojisinin kullanımı önceleri sadece laboratuvar ortamlarındayken gelişen teknolojilerle birlikte birçok alanda kullanılmaya başlanmıştır. Örneğin güvenlik, sahtecilik alanlarında kredi kartları, pasaport, markalı ürünler ve kimliklerin orijinalliğini doğrulamak amacıyla kullanılmaktadır (Kayıkçı ve Yürekli, 2021).

Hologram teknolojisi, bu işlevlerin yanı sıra fiziksel mekâna üç boyutlu görsel katmanlar ekleyerek izleyiciyle daha derin ve etkileşimli bir ilişki kurulmasını sağlayabilmektedir. Bu sayede, özellikle müze, sergi ve kamusal alanlarda hem bilgilendirici hem de estetik deneyimler yaratmak amacıyla mekânın algısal yapısını dönüştürmektedir.

Yapay zekâ teknolojisi ise insanların yeni bilgileri öğrenmek, karar almak, problem çözmek için kullandığı bu bilişsel süreçleri bilgisayar sistemleri aracılığıyla simüle etmek, bilgisayar sistemleri üzerinden bu taklidin benzetimini yapmak olarak tanımlanabilmektedir (Azure, t.y.).

Yapay zekâ, makine öğrenimi, derin öğrenme, yapay sinir ağları, doğal dil işleme ve bilgisayarlı görü gibi bileşenlerden oluşmaktadır (Bulutistan, 2022).

Makine öğrenimi (Machine learning): Verilerin ve kullanılacak olan algoritmaların bilgisayara yüklenip, bilgisayarın programlanmadan otomatik olarak iteratif deneme-yanılma süreciyle öğrenmesini sağlayan tekniktir. Normal algoritmaların gelişmiş bir versiyonu olan makine öğrenimi algoritmaları sonucu tahmin edebilmekte, verilerden yararlanarak veriye dayalı model eğitimi süreci ve bu modeli öğrenilen veriler üzerinden genelleme yapabilme yeteneğini üstlenmektedir (Altun, 2022).

Derin öğrenme (Deep learning): Derin öğrenme yapay zekâ ve makine öğrenimi alanlarının alt kümesidir. Yapay sinir ağlarını kullanarak veri kümesi içerisinde yer alan girdiler üzerinden denetimli veya denetimsiz öğrenme ile çıktılarla ilgili sınıflandırma veya regresyon çalışması yapılabilmektedir. Çok katmanlı öğrenme yapılarıyla karmaşık örüntüleri çözümleme imkânı sunarak, karmaşık sorunları çözmeye yardımcı olabilen bir yapay zekâ bileşenidir (Goodfellow vd., 2016; Klein ve Frana, 2021; akt. Ateş, 2021).

Yapay sinir ağları (Artificial neural networks): Yapay sinir ağları, insan beyninin öğrenme süreçlerinden esinlenerek geliştirilen yapılardır ve genellikle denetimli ya da yarı denetimli öğrenme yöntemleriyle eğitilerek yeni bilgileri mevcut veriler üzerinden türetebilme ve örüntüler keşfedebilme yeteneğine sahiptir. Öğrenme yeteneğinin yanında bilgiler arasında ilişkiler oluşturabilmektedir. Bu yapay zekâ bileşeni temel olarak öngörü veya tahminde bulunabilme, sınıflandırma, kümeleme ve kontrol gibi işlemlere sahiptir (Uğur ve Kınacı, 2006).

Doğal dil işleme (Natural language processing): Doğal dil işleme, bilgisayarların insan dilini anlaması, analiz etmesi ve üretmesi üzerine odaklanan bir yapay zekâ alanıdır. Bilgisayarların insan dilini okuyarak verilen kaynak metnini hedef dile çevirebilmesini, anlayarak ve yorumlayarak metni sınıflandırabilmesini veya

kümelendirmesini sağlamakta, verileri analiz ederek içeriksel filtreleme uygulaması yoluyla ihtiyaca göre anlamlandırılmasını sağlamaktadır (Coşkun ve Kuşçu, 2021).

Bilgisayarlı Görü (Computer Vision): Bilgisayarlı görü, bilgisayar ve sistemlerin sayısal görüntülerinden, videolardan ve diğer görsel girdilerden anlamlı bilgiler türeterek, analiz, sınıflandırma ve karar destek sistemlerine veri sağlayabilen yapay zekâ bileşenidir. Bu bileşen; endüstriyel üretim, güvenlik, biyomedikal görüntüleme gibi alanlarda yaygın olarak kullanılmaktadır (Buyruk ve Korkmaz, 2016; Özkan, 2020; Topçu ve Gökçe, 2018; akt. Altun ve Kutlu, 2023).

Yapay zekâ bu bileşenler ile insan davranışlarını öğrenerek yorumlayabilmekte, verilen veriler üzerinden problemleri, veri analizi yoluyla çözüme yönelik karar mekanizmaları üretebilmektedir.

Örneğin mobil ve taşınabilir cihazların yapay zekâ destekli akıllı asistanları, kullanıcısının bir günün yönetebilmekte, hava durumu, yemek tarifi, yol bilgisi, takvim yönetme, sohbet etme gibi birçok konuda ayarlamalar yaparak kullanıcın manuel işlem yapmasına gerek kalmadan kullanıcının ihtiyaçlarına hızlı ve otomatik çözümler sunmaktadır. Apple şirketinin ürettiği Siri, Microsoft'un Cortana'sı, Google'ın sunduğu akıllı asistanı Google Now'da bu akıllı asistanlar arasında kullanıcı dostu olarak konumlandırılan yapay zekâ destekli sohbet botlarıdır. Gelişen teknoloji ile sürekli yeni özellikleriyle dinamik kalabilen akıllı asistanlar, gelecekte de farklı versiyonlarıyla kullanıcılara gelecekte daha gelişmiş sürümleriyle kullanıcı deneyimini zenginleştirmesi beklenmektedir.

Yeni medya teknolojilerinin kullanımı yalnızca örneklerde sunulan alanlarda değil sanat alanında da hızla yaygınlaşmakta ve benimsenmektedir. Bu teknolojilerin yaratıcı sektörlerdeki yansımaları da dikkate değerdir. Birçok sanat mekânı bu teknolojileri

etkileşimli enstalasyonlar, artırılmış gerçeklik uygulamaları veya yapay zekâ tabanlı anlatılar yoluyla izleyiciyle yeni ilişki biçimleri geliştirmektedir.

2.2. Yeni Medya Teknolojilerinin Kullanıldığı Sanat Mekanları

Sanat mekanları, sanatçıların eserlerinin erişilebilirliğini artırarak özgürce toplumsal mesajlarını iletebilmektedir. Sanatın ulaşılamaz olgusunu yeniden tanımlayarak toplumda benimsenerek yaygınlaşmasını sağlayan, iletişimde, etkileşimde köprü görevi üstlenen önemli mekanlardır. Gelişen teknoloji olanaklarıyla birlikte bu mekânlar, geleneksel kalıpların dışına çıkarak işlevsel açıdan çeşitlenmekte ve sanatı evrensel bir düzleme taşıyan, ziyaretçiye interaktif, öğretici ve katılımcı odaklı deneyimler sunan yapılar hâline gelmektedir. Bu bağlamda kültür merkezleri, festivaller, galeriler ve müzeler gibi çeşitli sanat mekânlarına dönüşmektedir.

2.2.1. Kültür ve Sanat Merkezleri

Bireyler, düşünsel ve eylemsel etkinlikleriyle kültürel üretim sürecinin etkin katılımcısı olarak yer almaktadırlar. Oluşturdukları bu kültür, toplumu şekillendiren en etkin öğelerden biri olmakla birlikte sanat da bu kültürün en önemli ögesidir. Sanat, toplumsal kimliğin oluşumuna katkı sunarken aynı zamanda sosyal yaşam üzerinde de dönüştürücü etkiler yaratmaktadır. Bu nedenle toplumların kültürlerinin aktarımında önemli bir yere sahip olan kültür merkezleri, sanat alanını bünyelerine dahil ederek gerçekleştirdikleri sergi, atölye, kutlama, konuşma gibi etkinlikleri ile sanatın kitlelerle buluşulmasını sağlayarak sanat üretiminin teşvik edilmesini sağlamaktadırlar. Bununla birlikte bu merkezler, sanatın toplumsal alanlarda yaygınlaşmasına da imkân yaratmaktadır (Parlakalay, 2020).

Kültür merkezleri, kültürün yeniden üretilerek sürdürülebilirliğini destekleyen yaygın eğitim-öğretim kurumlarıdır (Özgen ve Sarı, 2021). Sanat merkezleri de toplum merkezi olarak hizmet veren, tiyatrodan galeriye, performanstan atölyelere kadar ev sahipliği yapan, sanatı üretme ve yaygınlaştırmaya yönelik alanlar sunan kurumlardır

(Evans, 2001). Bu tür kurumlar, birçok disiplinden faydalanarak sanat ve mekân bağlantısını güçlendirmekte ve dönüştürmektedir. Yeni medya teknolojilerinin kültür ve sanat mekânlarının, mekânın işlevsel dönüşümünü uyumlanması, mekân işlevlerini daha dinamik ve etkileşimli hale getirmektedir.

Örneğin 1993 yılında İstanbul’da kurulan **Akbank Sanat**, Türkiye’de çağdaş sanatın gelişimini destekleyen, farklı disiplinlerden sanatçıların uluslararası projelerine yer veren önemli kültür sanat merkezidir. İçerisinde sergiler, modern dans gösterileri, konserler, paneller, atölyeler ve film gösterimleri gibi geniş bir yelpazede etkinliğe ev sahipliği yapan Akbank Sanat, teknoloji ile uyumlu sergilerle de (artırılmış gerçeklik, dijital enstalasyon, interaktif ekranlar) ziyaretçilerin interaktif deneyimler yaşamasını sağlamaktadır (Akbank Sanat, 2024). 2024’te gerçekleştirdikleri “*Dijital Sanatta Şimdi: Oyun Odası*” sergilerinde video oyunları ve çağdaş sanat arasındaki ilişkiyi farklı kültür ve disiplinlerde çalışan sanatçıların eserleriyle ve söyleşiler aracılığıyla izleyicinin sergi içerisindeki oyunları oynayarak bu ilişkiye farklı bir gözle yaklaşmasına olanak tanımıştır (Akbank Sanat, t.y.).



Görsel 19. Akbank Sanat, Dijital Sanatta Şimdi: Oyun Odası Sergisi, 2024.

Kaynak: <https://www.akbanksanat.com/sergi/dijital-sanatta-simdi-oyun-odasi> erişim tarihi:

28.03.2025



Görsel 20. Akbank Sanat, Dijital Sanatta Şimdi: Oyun Odası Sergisi, 2024.

Kaynak: <https://www.akbanksanat.com/sergi/dijital-sanatta-simdi-oyun-odasi> erişim tarihi:

28.03.2025

İstanbul’da **HOPE Alkazar** sanat merkezi de yenilikçi, herkese açık, kolektif ve çevreye duyarlı misyonuyla farklı sanatçı katkılarıyla tasarlanmış interaktif alanlar ile ziyaretçileri harekete geçiren çeşitli yeni medya teknolojilerinin sunduğu deneyimleri içermektedir. Merkezin içerisinde yer alan yaratıcı stüdyo alanı, merkezin misyonuyla örtüşen biçimde, fikirlerini hayata geçirmek isteyen kişilerin sanat üretimlerini desteklemeyi amaçlamakta; bu doğrultuda, süreli olarak ahşap kesim, dijital fabrikasyon, dikiş-nakış, podcast stüdyosu, montaj tezgâhı ve 3B yazıcı gibi olanaklara erişim imkânı sağlamaktadır. Sanat merkezinin, “hareket deneyimi” alanı, bedenın mekândaki fiziksel hareketleriyle dijital içerik arasında etkileşim kurmasını; “yaratıcı stüdyo” ise katılımcıların üretim süreçlerine aktif olarak dahil olabildiği alanı kapsamaktadır. Topluluk temelli sanatsal çalışmalara imkân tanıyan bir paylaşım alanını özellikle ana salon olarak geçen “Alkazar” salonu da yeni medya sanatçısı Refik Anadol’un “*Alkazar Rüyası*” isimli dijital sergisi gibi birçok yeni medya sanat üretiminin içerisinde barındırmakta ve ziyaretçilerin mekân deneyimini zenginleştirmeyi amaçlamaktadır (HOPE Alkazar, 2025).



Görsel 21. Hope Alkazar, yeni medya sanatçısı Refik Anadol ve Cihangir Yoga.

Kaynak: <https://www.hopealkazar.com/hakkimizda> erişim tarihi: 28.03.2025

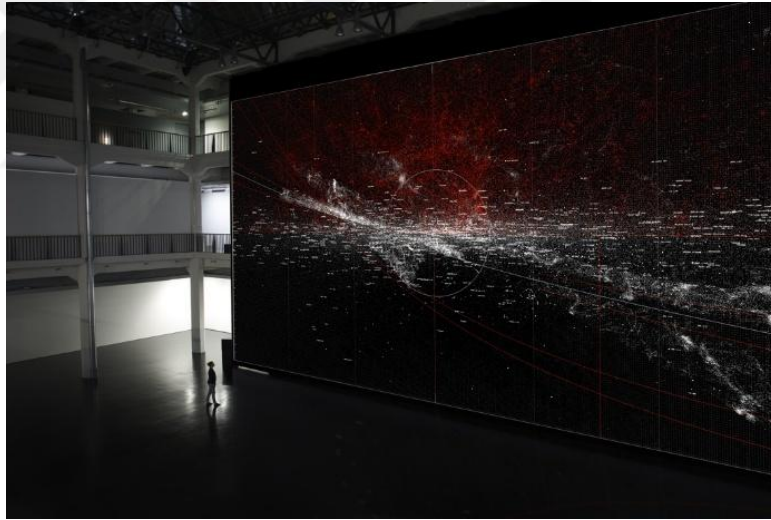


Görsel 22. Hope Alkazar, Esra Gülmen 'in tasarladığı Spor Stüdyosu.

Kaynak: <https://www.hopealkazar.com/spor-studyosu> erişim tarihi: 28.03.2025

- Dünya örneklerinden biri olan **ZKM – Sanat ve Medya Merkezi**, 1989 yılında Almanya'nın Karlsruhe kentinde kurulmuştur. ZKM, çağdaş sanat konsepti doğrultusunda bilimsel koleksiyonlar, arşiv çalışmaları ve dijital

sanat araştırmaları aracılığıyla sanat ile medya arasındaki ilişkiyi disiplinler arası bir yaklaşımla üretmekte ve sergilemektedir. Merkez; sempozyumlar, sergiler, yayınlar, konserler ve dijital içerikler aracılığıyla, yeni medya ve dijitalleşmenin bireysel ve toplumsal etkilerini görünür kılmayı amaçlamaktadır (ZKM, 2025). Bu doğrultta ZKM, yalnızca bir sanat kurumu olmanın ötesinde; interaktif medya arşivi, açık kaynaklı dijital projeleri ve sanat-teknoloji-politika eksenindeki eleştirel çalışmalarıyla dijitalleşme ve medya tartışmalarının öncü merkezlerinden biri olarak konumlanmaktadır. Bu yönüyle, sanat üretimini toplumsal ve teknolojik bağlamlarla ilişkilendirerek derinleştirmektedir.



Görsel 23. ZKM | Karlsruhe, “Infosphere” sergisi, Mart’in Wagenhan / (c) ZKM | Karlsruhe.

Kaynak: <https://zkm.de/en/presskit/ryoji-ikeda-micro-macro> erişim tarihi: 28.03.2025

2.2.2. Festival ve Etkinlik Alanları

Küreselleşme ve kültürel çeşitlilik politikalarıyla birlikte ile yaygınlaşan festival ve etkinlik alanları, kentlerin kültür kimliğinin zenginleşmesi açısından önemli bir role sahiptir. Sermayesi güçlü olan şirketlerin önderliğinde ve sponsorluğunda düzenlenen bu etkinlikler dünyadaki sanat alanına ve sanatçıya yeni bir perspektif sunmaktadır. Sanatçılar bu alanlarda eserlerini sunabilmekte ve kültürel temsiliyet imkânı elde etme

fırsatı bulabilmektedirler (Taştan, 2021). Sanatsal aktiveleri barındıran festival ve etkinlik alanları yalnızca sanata ve sanatçıya değil bireylerin, toplumların sosyal hareketliliğine, estetik algı ve ifade biçimlerinin gelişimine de dolaylı ya da doğrudan etki edebilmektedir (Ercan, 2018). Yeni medya teknolojileri aracılığıyla bu alanlar; mekân, eser ve katılımcı arasındaki ilişkiyi dönüştürmektedir. Örneğin **Sonar İstanbul**, elektronik müzik ve dijital kültürü başarılı bir şekilde harmanlayan temsil gücü yüksek bir müzik festivalidir. Festivalde yerel ve yabancı birçok sanatçının bir araya gelmesiyle elektro müziğin her türünden içerikle, deneyim odaklı dijital ses performansları müzikseverlere sunulmaktadır (Gmticket, 2025). Yine İstanbul'da gerçekleşen **Dijital Sanat Festivali** de 2020 yılından beri sanatın dijitalleşme ile dönüşümünü ve bu dönüşüm sürecini görünür kılarak tartışmaya açmayı amaçlamaktadır. Yeni medya teknolojileri ile üretilen sanat eserlerine yer açma, görünürlüğünü artırma ve sanatın geçirdiği bu dönüşüme uygun sergiler düzenlemekte ve Türkiye'de dijital sanat eserlerine odaklanan, sürekliliği olan ilk festival olma niteliği taşımaktadır (IDAF, 2025).



Görsel 24. Sonar Müzik Festivali.

Kaynak: <https://www.diaridetarragona.com> erişim tarihi: 28.03.2025



Görsel 25. Dijital Sanat Festivali İstanbul, 2024.

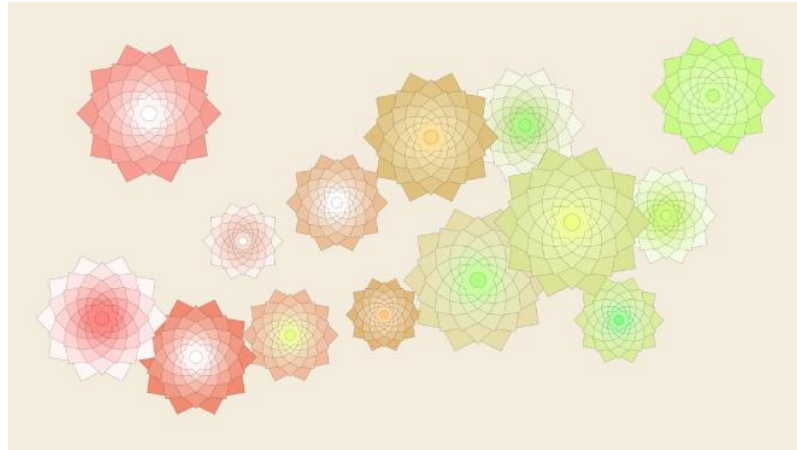
Kaynak: <https://digitalartfestistanbul.org/galeri/> erişim tarihi: 28.03.2025

Yeni medya teknolojileri, izleyiciyi edilgen bir konumdan çıkararak etkileşimli deneyimlerin öznesine dönüştürmekte; fiziksel mekânın sınırlarını aşarak dijital katmanlar aracılığıyla çok boyutlu bir sanat deneyimi sunmaktadır. Ayrıca algoritmik kürasyon yöntemleriyle eserlerin sunumu da dinamikleşmekte, bu da mekân ve eser arasındaki ilişkiselliği yeniden tanımlamaktadır.

2.2.3. Sanat galerileri

Sanat galerileri, sanatçıların izleyici ve sanat koleksiyonerleriyle buluşturarak köprü görevi üstlenen sanat mekânlarıdır (Balcıoğlu, 2022). Bu köprü görevi ile sanat galerileri, sanatçının sergilediği eserini talep edene satarak sanatçının ekonomik sürdürülebilirliğini bu satışlar yoluyla temin etmektedirler. Ayrıca sanat galerileri sanatçının ürettiği eserlerin tanıtımını yaparak, eserleri uygun izleyici ve koleksiyoncu kitleleriyle buluşturma işlevine de sahiptir. Sanat piyasasının önemli bir aracı olan sanat galerileri, disiplinlerarası iş birlikleri kurarak iletişim, pazarlama, reklamcılık gibi birçok

alandan faydalanarak sanatçı ve eserini bu piyasaya sunmaktadır. Tanıtım mecralarını gelişen teknolojiler olanaklarıyla geliştiren sanat galerileri, web siteleri, sosyal medya hesapları gibi arayüzler ve mekân içerisinde kullandıkları dokunmatik ekranlar, video içerikler gibi yeni medya teknolojileri sayesinde tanıtım ve pazarlamada uluslararası izleyici kitlesine ulaşmayı mümkün kılmaktadır. Ayrıca sanat galerileri, erişilebilirliğini artırarak online kataloglar üzerinden sanatçı ve eser tanıtımlarını gerçekleştirebilmektedirler. Sanat galerilerinin yanında sanatçılarda bu teknolojik araçlar sayesinde bağımsız üreticiler olarak doğrudan tanıtım ve gelir elde etme imkânına da sahip olabilmektedirler (Dağlı, 2021). Bu kullanımın yanında birçok galeri dijital sanat ve yeni medya sanatı eser üretimlerini de bünyelerine dahil ederek sergi stratejilerini dijital mecralarla uyumlu hâle getirmektedir. Örneğin **Pace Galeri**, 20. ve 21. yüzyılın en etkili sanatçılarını ve sanatsal mirasını koruyan, tanıtan öncü uluslararası bir sanat galerisidir. Geleneksel ve çağdaş sanatçıları bir arada destekleyen galeri, farklı ülkelerde toplam 9 lokasyona sahiptir. Galeri içerisinde Pace Verso alanı, jeneratif projelerinin yayınlanması amacıyla ilgili sektör liderlerinden Art Blocks ile iş birliğiyle gerçekleştirilmiştir. Oluşturulan bu özel alan sayesinde birçok NFT, dijital ve yeni medya sanatçısı eserlerini fiziksel mekânlarda görünürlük kazanmakta ve sergileme fırsatı bulmaktadırlar (Pace, 2025).



Görsel 26. Pace Galeri, Schema, Mint #1 of 300 unique, generative sanat çalışmasından bir kare, Drift ve Jeff Davis.

Kaynak: <https://www.pacegallery.com/pace-verso/> erişim tarihi: 28.03.2025

2.2.4. Müzeler

Müze kelimesi ilham perilerinin yaşadığı yer anlamına gelen Yunanca “mouseion” kelimesinden türediği ifade edilmektedir (Desvallées ve Mairesse, 2010, s. 56). Türk Dil Kurumu’nda ise müze kelimesinin kökeni Fransızca “musee” kelimesinden gelmekte ve sanat ve bilimle ilişkili nesnelerin sergilendiği yer olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2024).

Müzeler, antik dönemlere uzanan köklü bir geçmişe sahiptir. Geçmiş çağlarda birçok uygarlıkta kıymetli eşyaların, savaş ganimetlerinin güç gösterisi olarak sergilendiği görülmektedir. İlerleyen dönemlerde ise ibadet yerlerinde, kamu alanlarında koleksiyonların sergilenmesi ve Rönesans’la birlikte bilim insanlarının, koleksiyoncuların sanat eserlerini toplayıp sergilemeleri müzeciliğin temellerini oluşturmuştur. İlk örneklerinden olan *İskenderiye Kütüphanesi*, Mısır’da Büyük İskender’in halefisi olan bilim ve edebiyata merakı ile bilinen I. Ptolemaios, tarafından MÖ 4. yüzyılda kurulmuştur. Üniversite kampüsü gibi kurulan yapı, araştırma alanları, müze ve kütüphanelerden oluşmuştur (Güngör, Günay, Turan ve Alp, 2022). Farklı alanları içermesiyle birçok yazılı kaynağa ev sahipliği yapan İskenderiye, bazı kaynaklara göre dünyanın ilk müzesi olarak kabul edilmiştir.



Görsel 27. İskenderiye Kütüphanesi, O. Von Corven'in 19. yüzyılda kısmen o dönemde mevcut olan arkeolojik kanıtlara dayanarak yaptığı sanatsal yorum.

Kaynak: Tolzmann, Don Heinrich; Alfred Hessel and Reuben Peiss. *The Memory of Mankind*. New Castle, DE: Oak Knoll Press, 2001.

Eski Yunan döneminde sanatsal ve kültürel nesneler, tapınaklarda sunulup tanrıya adanmıştır. Orta Çağ'da da genellikle saraylar ve kiliselerde eserlerin sergilenme amacı Hristiyanlığın etkisini, gücünü göstermek, okuma yazma bilmeyen insanlara İncil'i resimli tasvir ederek Hristiyanlığı aktarmaktır (Çınar, 2009, s.6). Orta Çağ boyunca saray ve kilise koleksiyonları egemenliğini sürdürürken, Yeni Dünya'nın keşfiyle Avrupa'ya ulaşan yeni bitki, hayvan ve zanaat ürünleri, koleksiyon anlayışında dönüşüme yol açmıştır. Alışılmış güç gösterileri ya da kutsal ikonografiye dayalı nesne birikimlerinin ötesinde, nadire kabineleri (cabinets of curiosities), alternatif bir koleksiyon mantığı sunarak doğayı, bilgiyi ve nesneleri sınıflandırma çabası üzerinden şekillenmiştir. Bu yapılar yalnızca nesneleri sergilemekle kalmamış; aynı zamanda dünyayı anlama, bilgiyi düzenleme ve temsil etme biçimlerinin de öncülü olarak, modern müzeciliğin düşünsel temelini oluşturmuştur (Artun, 2021). 15. yüzyılda ortaya çıkan *nadire kabineleri*, sıra dışı, acayip, nadide olan her şeyin içerdiği bireysel olarak oluşturulan ve kamusal olmayan mekanlardan 16. ve 17. yüzyıllarında içerik bakımından çeşitlenmiş ve fiziksel hacmi büyümüş kraliyet ve imparatorluk koleksiyon alanları haline gelmiştir (Artun, 2021; Aydın, 2017).



Görsel 28.Nadire Kabinesi örneği, Dell'Historia Naturale, 1599.

Kaynak: <http://www.ausgepackt.uni-erlangen.de/presse/download/index.shtml> erişim tarihi 01.12.2024

18. yüzyılda, milliyetçilik anlayışının yaygınlaşması ile kültür ve sanat anlayışı gelişmiştir. Saraylarda sergilenen koleksiyon öğelerinin kültürel miras olarak halka açılması zorunlu bir kültürel politika olarak değerlendirilmiş, müzelerin “milli kimliği ifade ettiği” düşüncesiyle müzeler ve galeriler kurulmaya başlanmıştır (Akmehmet, 2002, akt, Deniz, 2008). Örneğin, 1793’te kralların özel koleksiyonlarının yer aldığı Paris’te kurulan Louvre müzesi halka açılarak Avrupa’da açılan ilk ulusal müze olmuştur (Ayaokur, 2014).

19. yüzyılda ise müzecilik yeni bir döneme girerek müzelerin bünyelerinde bulundurdıkları eser ve belge buluntularının alanına, kategorik niteliklerine göre sınıflandırılarak çeşitli müze türleri oluşturulmuş, etnografik eserler ile güzel sanatlar birbirlerinden ayrılmıştır (Bedir, 2020).

Müzeler temel olarak, koleksiyonları için belirledikleri eserleri satın alma, kazı, bağış (hibe) ve değiş tokuş yöntemleriyle *toplama*, toplanan eserleri *belgeleme*, eserlerin malzemelerinin bozulmasına, yıpranmasına neden olan yıkıcı etkenlere karşı önlemler olarak *koruma* ve son olarak eserlerin ziyaretçiyle buluşması için *sergileme* işlevlerine sahiptirler (Denizci ve Mirza, 2012).

20. yüzyıl ve sonrasında müzeler, eserleri toplama ve sergileme amaçları dışında, pedagojik, sosyolojik ve psikolojik işlevler üstlenmeye başlamış, hatta “Müzeoloji” adıyla üniversitelerde ayrı eğitimi alınan bağımsız bir bilim dalı kimliğine kavuşmuştur. Başlarda tarihi yapılarda koleksiyonlarını koruyup sergileyen müzeler, giderek çağdaş müzecilik anlayışı ile yeniden yapılanarak yaygın eğitim kurumları haline dönüşmüşlerdir (Atasoy, 1984, akt. Keleş, 2003). Bununla birlikte kültürel miras ve özel koleksiyonlar arasındaki ilişkiler müzakere edildikçe açık hava müzeleri, eko müzeler, miras parkları gibi yeni kavramlar ortaya çıkmıştır. Yeni müzecilik anlayışı ve 21.yüzyılın getirdiği dijitalleşme ile müzelerin misyonları, vizyonları, hedefleri için yerel ulusal ve uluslararası toplulukların inşası, bellek oluşturma süreçlerindeki rolleri, doğal çevreyle bağlantıları,

izleyici katılımı, kültür turizminin etkileri gibi alanlarında da anlamlı dönüşümler yaşanmıştır (Papaioannou, 2022, s. 175-176). Bu dönüşümler ile geçmişten günümüze kadar toplumsal beklenti ve ihtiyaçlara yanıt vererek dönüşen ve dinamik bir yapıya sahip olan müzelerin tanımı değişmekte ve genişlemektedir. Uluslararası Müze Konseyi (ICOM), 24 Ağustos 2022’de Prag’da düzenlenen 26. ICOM Genel Konferansı çerçevesinde ICOM Olağanüstü Genel Kurulu’nun yeni bir müze tanımını onayladığını ilan etmiştir. Bu yeni tanıma göre müze:

“Müze, somut ve somut olmayan mirası araştıran, toplayan, muhafaza eden, yorumlayan ve sergileyen, toplumun hizmetinde olan, kâr amacı gütmeyen, kalıcı bir kurumdur. Kamuya açık, erişilebilir ve kapsayıcı müzeler, çeşitliliği ve sürdürülebilirliği teşvik eder. Eğitim, keyif, düşünce ve bilgi paylaşımı için çeşitli deneyimler sunarak etik, profesyonel ve toplulukların katılımıyla çalışır ve iletişim kurarlar.” şeklinde tanımlanmıştır (ICOM, 2024).

Bu tanımla birlikte müzelerin amacı kapsamı ve sahip olması gereken pratikleri, çağdaş müze yaklaşımlarının getirdiği gerekliliklere göre daha şeffaf, etkileşimli ve erişilebilir ve iletişim odaklı mekanlara dönüşmesi beklenmektedir. Bu hedeflere ulaşılabilmesi için müzeler, yeni medya teknolojilerinin imkanlarından faydalanarak daha kolay erişilebilen, eserleri görmeyi de eserlerle etkileşimli bir düzeye taşıyarak çağdaş dijital kültüre entegre olan, yenilikçi bir yaklaşım içerisinde bulunan mekanlara dönüşmektedir.

2.3. Müzeler ve Yeni Medya Teknolojileri

Müzeler teknolojinin getirdiği yenilikler ile salt izlenme deneyiminin yanında, izleyici katılımına açık, etkileşimi merkeze alan bilgi ve deneyimi zenginleştiren dinamik mekanlara dönüşmüştür. Sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik, dokunmatik sistemler ve yapay zekâ gibi interaktif yeni medya teknolojileri, müze içerisindeki eserlerin anlamlandırmayı kolaylaştırmayı, akılda kalıcılığı artırmayı ve ziyaretçi deneyimini

zenginleştirmeyi sağlamaktadır. Bu bölümde söz konusu teknolojilerin işlevleri tanımlanacak ve uygulama örnekleri üzerinden değerlendirme yapılacaktır.

2.3.1. Sanal Gerçeklik (VR)

Eğitim, ticaret, turizm, sanat gibi birçok alanda kullanılan sanal gerçeklik, müzecilik alanında da etkin biçimde kullanılmaktadır. Geçmiş ve bugün arasında köprü rolü üstlenen müzeler, ziyaretçilere sanal gerçeklik teknolojisi ile bulunduğu tarihsel kesitlere, geçmişin belirli anlarına gidebilme deneyimini sunmaktadır. Bu deneyim ile ziyaretçi, sunulan nesne veya olayla birebir etkileşime girerek, aktif öğrenme olanağına sahip olmakta ve öğrenme motivasyonunu artırmaktadır (Yumak ve Karadeniz, 2023).

Sanal gerçeklik teknolojisi yalnızca fiziksel mekanlarda kullanılmamaktadır. Pandemi dönemi ile ön plana çıkan sanal müzeler ile insanlar, dijital ortamlarda evlerinden bu teknolojiyi entegre eden müzelere, konum, zaman sınırlaması olmadan erişebilmişlerdir.

Çağdaş müzecilik pratiklerinde Sanal Gerçeklik (SG) teknolojisinin imkanlarından faydalanan birçok müze vardır. Örneğin **Louvre Müzesi**, Leonardo da Vinci sergisi kapsamında “*Camın Ötesinde: Mona Lisa*” (Mona Lisa Beyond the Glass) isimli sanal gerçeklik projesini, HTC VIVE Arts iş birliğiyle sunmuştur. Bu proje sayesinde ziyaretçiler, önce müze içinde tabloyu fiziksel olarak inceleme fırsatı bulmuş, ardından SG gözlükleri aracılığıyla Mona Lisa’nın üç boyutlu ve hareketli bir simülasyonu ile etkileşime geçerek eser hakkında efsanelerin ötesine geçen bir anlatı deneyimi yaşamıştır. Da Vinci’nin üretim süreçlerine ve resim tekniklerine ayrıntılı bir bakış açısı sunan bu deneyim sadece müze içerisinde sınırlı kalmamış, evde de deneyimlenebilen bir versiyonuyla ücretsiz bir şekilde Steam adlı dijital platform üzerinden tüm dünyaya erişime açılmıştır (Louvre Müzesi, 2019). Bu örnek, müze deneyiminin yalnızca fiziksel mekâna bağlı kalmadığını, dijital platformlar aracılığıyla genişleyerek daha kapsayıcı ve etkileşimli biçimlere dönüştüğünü göstermektedir. Bu

dönüşüm, dijital küratörlük uygulamaları, erişilebilirlik politikaları ve kültürel katılım hakkı gibi konuların da müzecilik pratiği içinde yeniden tanımlanmasını gerekli kılmaktadır.



Görsel 29. Louvre Müzesi, Camın Ötesinde Mona Lisa, 2019-2020.

Kaynak: <https://www.louvre.fr/en/explore/life-at-the-museum/mona-lisa-beyond-the-glass-the-louvre-s-first-virtual-reality-experience> erişim tarihi: 19.02.2025



Görsel 30. Emissive & HTC VIVE, Mona Lisa: Beyond The Glass Game, Le Louvre, Steam, 2019.

Kaynak: https://store.steampowered.com/app/1172310/Mona_Lisa_Beyond_The_Glass/ erişim tarihi: 19.02.2025



Görsel 31. Emissive & HTC VIVE, Mona Lisa: Beyond The Glass Game, Le Louvre, Steam, 2019.

Kaynak: https://store.steampowered.com/app/1172310/Mona_Lisa_Beyond_The_Glass/ erişim tarihi: 19.02.2025

British Müzesinde (*British Museum*) yer alan Avrupa Bronz Çağı koleksiyonunu müzede kurulan Samsung Dijital Keşif Merkezi aracılığıyla sanal gerçeklik ortamında yeniden yapılandırılmıştır *Sanal Gerçeklik Bronz Çağı Deneyimi* (*Virtual Reality Bronze Age Experience*) projesi, ziyaretçilerin Samsung tarafından geliştirilen SG başlık, kulaklık, tablet ve 360 derece kubbe projeksiyonuyla (fulldome) döneme ait eser ve nesnelerin 3B taranmış temsillerini orijinal ortamlarında görerek, dönemi, yapıtları ve maddi kültür öğelerini daha derinlikli kavramalarına olanak sağlamıştır (Museums ve Heritage, 2015). Dönem olarak Tunç Çağının seçilmesinin temel nedeni, Bronz Çağı hakkında yeterli bilgi bulunmaması ve SG deneyiminin bu bilgi eksikliğini gidermedeki potansiyelini test etmektir. Oluşturulan sanal gerçeklik deneyimi bir hafta sonu boyunca 1200’den fazla ziyaretçiye sunulmuştur. Deneyim sonrası yapılan anketler sonucunda SG teknolojisinin müze koleksiyonu hakkında bilgi edinme üzerindeki öğrenme çıktıları üzerindeki olumlu katkısı SDDC tarafından teyit edilmiştir (Pujol ve Champion, 2016). Bu tür uygulamalar, ziyaretçiye yalnızca bilgi aktarmakla kalmayıp, tarihsel bağlamla duygusal ve mekânsal bir ilişki kurmasını sağlayarak daha derin bir deneyim sunar. Bu

yönüyle örnek, immersive learning (bütünsel/katılımcı öğrenme) ve deneyimsel tarihsel temsil kavramlarıyla ilişkilendirilerek değerlendirilebilir.



Görsel 32. Soluis Group Limited, “Sanal gerçeklik Bronz Çağı” yuvarlak evinin içi, British Müzesi.

Kaynak: <https://digitalentertainmentinmuseums.weebly.com/vr-in-museums.html> erişim tarihi: 21.02.2025

Türkiye’de de birçok müze etkili biçimde sanal gerçeklik teknolojisini kullanmaktadır. Bu müzelerden biri olan **Pera Müzesi**, Suna ve İnan Kıraç Vakfı tarafından desteklenerek Osman Hamdi Bey’in Kaplumbağa Terbiyecisi tablosundan yola çıkarak “*Osman Hamdi Bey’in Dünyasına Yolculuk*” adlı SG projesini gerçekleştirmiştir. Proje, Osman Hamdi Bey’in 1906 yılında Kuruçeşme’deki çalışma alanını sanal gerçeklik ortamı ile sunmaktadır. Ziyaretçiler, sanal gerçeklik gözlüğü ve yönlendirici cihazlar ile sanal odada dolaşarak ressamın kitaplarını, resim malzemelerini, fotoğraflarını, notlarını ve kişisel malzemelerini inceleyebilmektedir. Ayrıca ressamın kullandığı spatula ile etkileşimli olarak “Kaplumbağa Terbiyecisi” tablosuna müdahil olunabilmektedir. Eser içerisinde bulunan kaplumbağalara marul ikram ederek tablo ile etkileşime giren ziyaretçi, zaman sınırlamasını ortadan kaldırarak geçmişten bugüne kadar birçok insanın

hafızasında yer edinmiş bir sanatçı ve ünlü tablosu ile duygusal ve bilişsel düzeyde deneyimsel bir etkileşim geliştirebilmektedir (Tanrıkulu ve Karagöl, 2021). Bu bağlamda, sanal gerçeklik teknolojisi yalnızca mekânsal bir deneyim sunmakla kalmayıp aynı zamanda geçmişin çok duyulu ve çok katmanlı biçimde yeniden kurgulanmasına olanak tanıyarak müzede anlatı yapısını dönüştürmektedir. Böylece bireysel ve kolektif belleğin inşasında dijital temsilin rolü üzerine eleştirel bir düşünme alanı açılmaktadır.



Görsel 33. Pera Müzesi, “Osman Hamdi Bey’in Dünyasına Yolculuk: Sanal Gerçeklik Deneyimi”, 2021.

Kaynak: <https://www.peramuzesi.org.tr/sergi/osman-hamdi-bey'in-dunyasina-yolculuk-sanal-gerceklik-deneyimi/260> erişim tarihi: 22.02.2025

2.3.2. Artırılmış Gerçeklik (AR)

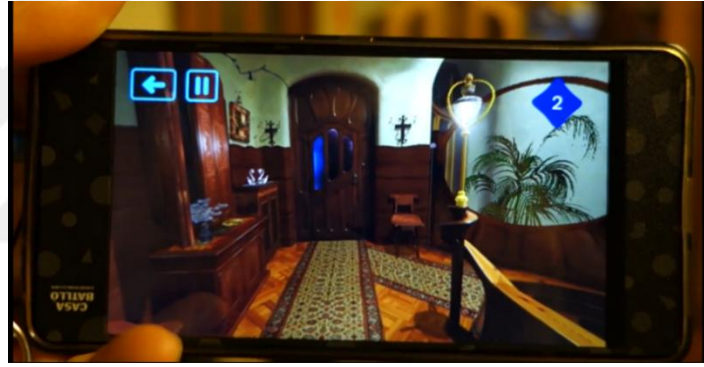
Artırılmış gerçeklik uygulamaları birçok alanda başta eğitim, pazarlama ve turizm gibi alanlarda olduğu üzere müzecilik alanında da yaygınlaşmaktadır. Müze sergileme sistemlerine hareketlilik ve yenilik katmak isteyen birçok müze bu yeni medya teknolojilerini bünyelerine dahil etmektedir.

İspanya, Barselona’da bulunun **Casa Batlló Müzesi**, 2017 yılından itibaren akıllı telefon kullanılarak geliştirilen AG uygulaması ile ziyaretçilerine, mobil cihaz yardımıyla bulundukları konum ve harekete göre müzenin 3B hazırlanan mekân tasarımı içerisinde animasyon ve videoları artırılmış gerçeklik katmanları aracılığıyla mekânla etkileşim kurma olanağı sunmaktadır (Güzel ve Sucaklı, 2020).



Görsel 34. Casa Batlló Müzesi, Müze'nin gerçek ortam görüntüsü, 2018.

Kaynak: <https://www.youtube.com/watch?v=ZjDX58xgJEo> erişim tarihi: 22.02.2025



Görsel 35. Casa Batlló Müzesi, Ziyaretçinin mobil cihaz üzerinden AG uygulaması deneyimi,2018.

Kaynak: <https://www.youtube.com/watch?v=ZjDX58xgJEo> erişim tarihi: 22.02.2025

Yeni medya teknolojilerinin müze uygulamaları arasında örnek gösterilen **British Müzesi**, 2013 yılında Samsung ile iş birliği yaparak Parthenon Galerisinde “*A Gift for Athena*” isimli ödüllü artırılmış gerçeklik projesi hayata geçirmiştir. Antik Yunan kültürünü, ses, 3B grafikler, ve animasyonlarla destekleyerek narratif yapı kazandırılmış interaktif bir mobil uygulama, ziyaretçilere eserlerle etkileşime girebilme ve eğlenerek öğrenebilme imkanı sağlamaktadır. Athena'nın doğum günü için hediye arayan kullanıcı, nesneleri bulma, bulmaca ve mini oyunları tamamlayarak doğru heykeli tespit edip oyunu sonlandırmaktadır (Berge, 2014).



Görsel 36. British Müzesi, “A Gift for Athena”, 2013.

Kaynak: <http://musemediapedia.pbworks.com/f/1391486141/gift-for-athena.jpg> erişim tarihi: 26.02.2025



Görsel 37. British Müzesi, “A Gift for Athena”, 2013.

Kaynak: <http://musemediapedia.pbworks.com/f/1391486141/gift-for-athena.jpg> erişim tarihi: 26.02.2025

Bilim müzelerinin öncülerinden biri olan **The Franklin Institute Bilim Müzesi**, ilk Çin imparatorunun gömüldüğü yerden çıkarılan yaklaşık 2.200 yıllık eserlerle artırılmış gerçeklik teknolojisini birleştirerek, “*İlk İmparatorun Terracotta Savaşçıları*” sergisini ziyaretçilerin deneyimlemesine olanak tanımıştır. Ziyaretçiler mobil cihazlarına yükledikleri AG uygulamasıyla, 10 adet tam boyutlu antik heykel, imparatorluk öncesi Qin objeleri, Han dönemi çömlekleri, saray mimarisi modelleri ve boyalı savaşçı dahil olmak üzere 150 eserin sayısal olarak yeniden modellenmiş etkileşimli görseller aracılığıyla, eserlerin ilk inşa edildiklerinde nasıl göründüklerini görebilmekte, eserlerin

zaman ve kimyasal süreçte nasıl etkilendiğine dair bilimsel bilgileri daha iyi anlayabilme fırsatı bulmaktadırlar (Pew Center for Arts ve Heritage 2017).



Görsel 38. The Franklin Institute Bilim Müzesi, “İlk İmparatorun Terracotta Savaşçıları” sergi alanı.

Kaynak: <https://www.pewcenterarts.org/grant/enhancing-views-history-terracotta-warriors-and-augmented-reality> erişim tarihi 23.02.2025



Görsel 39. The Franklin Institute Bilim Müzesi, “İlk İmparatorun Terracotta Savaşçıları” sergi alanı.

Kaynak: <https://www.pewcenterarts.org/grant/enhancing-views-history-terracotta-warriors-and-augmented-reality> erişim tarihi 23.02.2025

Smithsonian Ulusal Doğa Tarihi Müzesi, “*Skin & Bones*” sergisinde artırılmış gerçeklik uygulaması, ziyaretçilerin Kemik Salonunda sergilenen kemikleri, deriyle kaplanmış ve hareketli simülasyonlarıyla görmeleri sağlanılmaktadır. Bununla birlikte serginin farklı bölümlerinde sanal canlandırmalar ile bir deniz ineği, anhinga balığı gibi dönem hayvanlarının gündelik yaşamına tanıklık edilebilmektedir (Billock, 2017).



Görsel 40. Smithsonian Ulusal Doğa Tarihi Müzesi, AG uygulaması, 2017.

Kaynak: <https://www.smithsonianmag.com/travel/expanding-exhibits-augmented-reality-180963810/> erişim tarihi: 24.02.2025

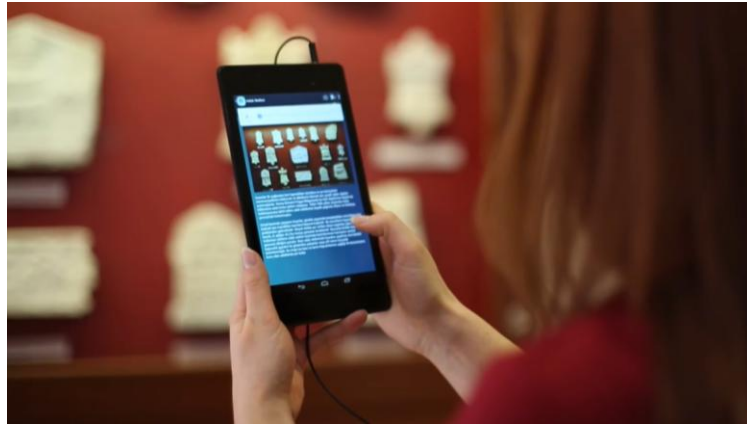
Türkiye’de de Ankara ilinde bulunan **Anadolu Medeniyetleri Müzesi**, müze kitapçığında AG uygulamasını entegre etmiştir. Kitabı alan ziyaretçi mobil cihazına hazırlanan uygulamayı yükledikten sonra kitapta yer alan görsel işaretleyiciler ile eserleri 3B olarak inceleyebilmektedir (Sertalp, 2017). Ayrıca müze, Argela iş birliğiyle AG mobil uygulaması geliştirmiştir. Ziyaretçiler bu uygulamayı cihazlarına yükledikten sonra ilgilendikleri eserlerin vitrinine kameralarını yönelttiklerinde, eserlerin 3B görüntülerini

detaylı inceleyebilmekte, görsel (fotoğraf ve video), işitsel (ses) ve metinsel formatlarda eser bilgilerine hızlı ve kolay bir şekilde erişebilmektedirler (Tt-arGe, 2015).



Görsel 41. Ankara Anadolu Medeniyetleri Müzesi, AG uygulamasının müze tanıtım kitaplarında kullanımı, 2017.

Kaynak: Sertalp, Evren. “Müzelerin Tanıtım Kitaplarında Artırılmış Gerçeklik (AG) Teknolojisi Kullanımı: Ankara Anadolu Medeniyetleri Müzesi Kitabı Örneği”, Hacettepe Üniversitesi Sanat Yazıları. s.36: erişim tarihi 26.02.2025



Görsel 42. Ankara Anadolu Medeniyetleri Müzesi, AG uygulamasının mobil cihazda kullanımı, 2015.

Kaynak: https://www.youtube.com/watch?v=P3EmG_xOnZ8 erişim tarihi: 26.02.202

2.3.3. Dokunmatik Ekranlar

Dokunmatik ekran sistemleri, yeni müzecilik anlayışında bilginin aktarımında, ziyaretçi ile etkileşime girerek eserlerle yakından ilişki kurabilmesine imkân sağlamasıyla önemli bir yeni medya teknolojisi haline gelmiştir.

Bu ekranlar, kullanıcının dokunarak/düğmelere basarak ilgili konulara dair çok sayıda dijital içeriğe erişmesini sağlamaktadır. Bilgi verilirken kişiye rehberlik sağlaması, daha ayrıntılı bilgi alabilme seçeneği ve etkileşimli deneyim süresince katılımcı deneyimi zenginleştirmesi olanak tanıyan bu teknoloji, diğer teknolojik aletlerle de desteklenmesi halinde sergileme yöntemini çok daha eğlenceli hale getirebilmektedir (Deniz,2008).

Yapılan literatür taraması doğrultusunda dokunmatik ekran sistemlerinin bileşenleri arasında kiosklar, haptik teknolojiler ve multimedya içerikler yer almaktadır.

Kiosk sistemleri: Kiokslar, sabit veya hareketli görüntüleri, bilgi verilmesi gereken konunun ayrıntı metinlerini ve ses kartlarını içeren cihazlardır (Koyuncu Okca ve Seyrekoğlu, 2021). Teknolojinin gelişimi ile kiosklar, dokunmatik ekranlar sayesinde müze deneyimini etkileşimli ve eğlenceli hale getirmektedir. Yapılan araştırmalar etkileşimli kioskların müze ziyaretçilerinin daha çok ilgisini çektiğini ve %51'inin bu kioskları kullanarak sergiyi gezmeyi tercih ettiklerini belirtmiştir (Burmistrov, 2015; akt. Vargün, 2022).

Haptik teknolojiler: Haptik kelimesi Yunanca “dokuma duyusu ile ilgili” anlamına gelen *haptesthai* fiilinden ortaya çıkmıştır (Baydemir,2022). Haptikler, ziyaretçilerin dokunma duyusuyla sanal bir eseri keşfetmesine olanak sağlayarak müze deneyimlerini daha etkileşimli ve duysal zenginlik içeren hale getirmektedir (Karatay, 2015). Haptik teknolojilerin dokunmatik sistemlerdeki bileşen rolünü bir müze ziyaretçinin dokunmatik ekran üzerindeki göstergelere dokunduğunda/bastığında,

içerisinde bulunan haptik sistem sayesinde titreşim gibi geri bildirimler olarak ekran üzerindeki içerikle etkileşime girebilmesini sağlaması örneklenebilir.

Multimedya içerikler: Dokunmatik ekranlar aracılığıyla sunulan içerikler verilen bilgiyi destekleyen ses, animasyon, çeşitli görsel içerikler ile içeriği zenginleştirmekte ve bilginin kullanıcı tarafından daha anlaşılır hale gelmesini sağlamaktadır. Ayrıca dokunmatik ekranların arayüz tasarımında kullanılan renkler, semboller, yazılar ve uygun yerleştirme kriterleri kullanıcının kolayca arayüz içerisinde gezinmesini sağlayarak öğrenme etkinliği artırmaktadır (Kurt, 2020). Ayrıca müzelerde kullanılan dokunmatik ekran teknolojileri, ziyaretçilerin koleksiyonla doğrudan etkileşim kurmasını sağlarken, bazı durumlarda bu sistemler projeksiyon destekli sunumlarla da desteklenmektedir. Her ne kadar bazı projeksiyon uygulamaları doğrudan etkileşimli olmasa da dijital içerik aktarımı ve mekânsal anlatım gücü bakımından dokunmatik ekran teknolojilerinin uzantısı olarak değerlendirilebilmektedir. Bu yönüyle projeksiyon destekli sunumlar, bilgi sunumunun dijitalleştiği örnekler arasında yer almaktadır.

Amerika’da 1916 yılında açılan **Cleveland Sanat Müzesi**, geniş bir kütüphane ve dokuz galeri bulundurmaktadır. Bu galerilerden *Galeri 1*’in içerisinde “*Lines Play*” adı verilen ziyaretçilerin dokunmatik ekran üzerine çizdikleri her çizgi için ekran tarafından benzer dokuya sahip bir eser önerilmesini sağlayan interaktif bir alan bulunmaktadır; Müzenin içerisinde yer alan tüm eserlerin renk, şekil, yapıldığı dönem özelliklerine göre kategorize edilerek birden fazla ziyaretçinin aynı anda kullanabilmesini sağlayan dokunmatik ekran ve eser bilgilerini oyunlaştırılmış içeriklerle sunan, dokunmatik ekran üzerinde sunulan mini oyunları içermektedir (Keş ve B. Akyürek, 2018).



Görsel 43. Cleveland Sanat Müzesi, dokunmatik ekran uygulaması, 2014.

Kaynak: <https://www.youtube.com/watch?v=qWJqd6lyJ-E> erişim tarihi 06.02.2025



Görsel 44. Cleveland Sanat Müzesi, “Lines Play” uygulaması, çizilen çizgilerin yapısını algılayan dokunmatik ekran, 2014.

Kaynak: <https://www.youtube.com/watch?v=qWJqd6lyJ-E> erişim tarihi 06.02.2025



Görsel 45. Cleveland Sanat Müzesi, görsel arşiv ekranı, 2014.

Kaynak: <https://www.youtube.com/watch?v=qWJqd6lyJ-E> erişim tarihi 06.02.2025

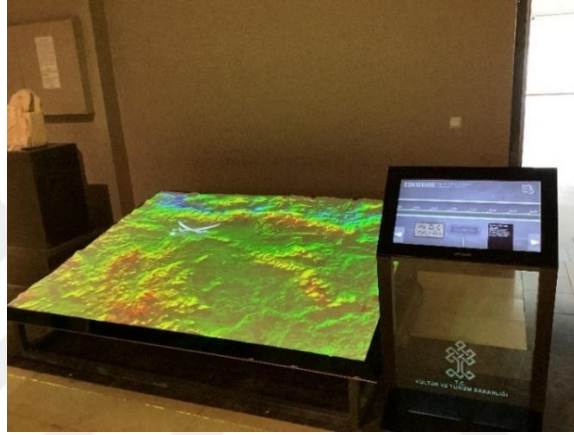
Ankara Anadolu Medeniyetleri Müzesi’nde *İnandık Vazosu* için tasarlanan etkileşimli dokunmatik ekran ile ziyaretçiler vazonun 3B halini inceleyerek vazonun kullanım bağlamı ve işlevi hakkında bilgi alabildikleri aynı zamanda üzerindeki ikonografik öğeleri seçerek her bir ikonun ne anlama geldiğini öğrenebilmektedirler.



Görsel 46. Ankara Anadolu Medeniyetleri Müzesi, İnandık Vazosu dokunmatik ekran uygulaması, 2023. (Araştırmacının Kişisel Arşivi, 11.06.2023)

Görsel 47. Ankara Anadolu Medeniyetleri Müzesi, İnandık Vazosu dokunmatik ekran uygulaması, 2023. (Araştırmacının Kişisel Arşivi, 11.06.2023)

Eskişehir Eti Arkeoloji Müzesi'nde ise müze ziyaretçilerinin Eskişehir bölgesinde geçmişte yaşamış olan uygarlıklar ve dönemleri hakkında bilgi sahibi edinebildikleri interaktif bir dokunmatik ekran ziyaretçilere sunulmaktadır. Ziyaretçiler, dokunmatik ekrandan seçtiği dönem ve uygarlığa ait buluntuları seçip, bunların haritalı ekranda hangi bölgeyle ilişkilendirildiğini görebilmektedirler.



Görsel 48. Eskişehir Eti Arkeoloji Müzesi, “Coğrafi Zaman Çizelgesi”, 2023. (Araştırmacının Kişisel Arşivi, 21.05.2023)

2.3.4. Yapay Zekâ (AI)

Gelişen teknoloji ile dinamik bir yapıda olan yapay zekâ birçok alana katkı sunmaktadır. Bu alanlardan biri olan müzecilikte de ziyaretçi odaklı, akıllı rehberlik, ziyaretçi davranış analizleri, ziyaretçinin eser ve mekanla etkileşimi gibi konularda yapay zekâ kullanılmaktadır. Müzelerin yapay zeka alt yapılı akıllı rehberlik kullanımında başarılı örneklerden biri olan **Akron Sanat Müzesi**, “*Dot*” isimli sohbet robotunun tur rehberliği ile ziyaretçiler, görmek istedikleri eserleri seçerek kendi turlarını düzenleyebilmektedirler. Tur süresince *Dot*, ziyaretçilerin eserleri keşfetmesi için ilgi çekici seçenekler sunabilirken grup olarak gelen ziyaretçiler için de aralarında etkileşimi teşvik etmek için tartışma konuları sunabilmektedir (Gerber, 2018).



Görsel. 49 Akron Sanat Müzesi, Dot sohbet robotu.

Kaynak: <https://www.theformgroup.com/articles/2018/10/17/tour-akron-art-museum-with-dot-the-chatbot> erişim tarihi:27.02.2025



Görsel 50. Akron Sanat Müzesi, Dot kiosk.

Kaynak: <https://www.youtube.com/watch?v=zFCcsvaeh-s> erişim tarihi: 27.02.2025

Chicago Sanat Enstitüsü, 2015- 2016 yılları arasında, yapay zekâ teknolojisini ziyaretçi analizi için kullanarak ziyaretçilerin müze içerisinde vakit geçirme sürelerini hesaplamış, müze ziyaretlerini artırması hedeflenen hızlı ve mikro sergiler oluşturmuştur. Örneğin müze Wi-Fi kullanımının ölçülmesiyle, Fransız ressam *Degas*'ın eserlerinin bulunduğu odada, ziyaretçilerin belirli bir serginin olmadığı zamanlarda geçirdikleri süreden daha uzun süre kaldıkları tespit edilmiştir. Daha yaygın ve daha küçük sergi alanları stratejisinin arkasındaki izleyici analiz programı, ziyaretçi posta kodlarına (ZIP) ile 10 farklı katılım modeli içermekte, hava durumu ve tatillerden şehirde bir kongre olup olmadığına kadar birçok değişkene göre bir ziyaretçi tabanı oluşturmaktadır. 2014 yılında pilot olarak başlayan bu program, ünlü eserlerin yanı sıra çok fazla bilinmeyen eserlerin

birlikte sergilendiğinde daha çok ziyaretçinin ilgisini çektiğini ortaya koymuştur (Bertagnoli, 2018). Bu sayede müzeler maliyet açısından yüksek harcamaları kısarak, hızlı veri analizi yapabilmekte ve elde edilen verilerle ziyaretçilerin müze deneyimlerini zenginleştirebilmektedir. Ayrıca bu tür yapay zekâ uygulamaları, ziyaretçi etkileşimlerine göre içerik akışını esnekleştirerek veri güdümlü küratöryel stratejilerin pratiğe dönüştüğü bir örnek olarak da öne çıkmaktadır.

Ziyaretçilerin müze içerisinde mekân ve eserle etkileşimini yapay zekâ ile geliştirmesine örnek olarak **Amerikan Ulusal Futbol Onur Müzesi**, *Game On!* isimli projelerinde ziyaretçilerine yüz tarama kiosku üzerinden tuttukları takım, en büyük rakipleri ve sahada olmak istedikleri pozisyon hakkında sorular sorarak, salon içerisinde 14 farklı kişiselleştirilmiş alan ile yapay zekâ deneyimi sunmaktadır. Ziyaretçiler bu kişiselleştirilmiş deneyim içerisinde “süper taraftar”, “ağırlık odası”, “koçlar”, “şampiyonlar” ve “yarışmacılar” bölümlerinde altyazılı görüntü ve videolar aracılığıyla benzerliklerini, tercihlerini ve kişiliklerini görebilmekteledir (College Football Hall of Fame, 2024). Bu örnek, “kişisel veriyle şekillenen ziyaretçi deneyimi” (data-driven personalization) yaklaşımına örnek teşkil etmektedir. İzleyiciyi sadece izleyen değil, anlatıya dahil olan bir özneye dönüştürmektedir.

Müzeler, ziyaretçi deneyimini zenginleştirme amacı dışında sanat eserinin analizi ve restorasyonunda, dijital arşivleme ve verilerin yönetiminde de yapay zekâ teknolojisini kullanmaktadırlar.

Louvre Müzesi'ndeki MS 4. yüzyılın 2. yarısında tarihlenen “*Amazon Battle*” eseri, yapay zekâ ile eksik parçaları tamamlanmış ve daha yüksek çözünürlükte yeniden oluşturulmuştur (Moral-Andrés, Merino Gómez, Reviriego, ve Lombardi, 2022).



Görsel 51. Louvre Müzesi, “Amazon Battle”, orijinal (üstte), yeniden yapılandırılmış (altta).

Kaynak: Moral-Andrés, F., Merino-Gómez, E., Reviriego, P., & Lombardi, F. (2023). Can Artificial Intelligence Reconstruct Ancient Mosaics? *Studies in Conservation*, 69(5), 313–326.

<https://doi.org/10.1080/00393630.2023.2227798> erişim tarihi: 28.02.2025

Bu uygulama, dijital restorasyon süreçlerinde yapay zekânın “tahminsel rekonstrüksiyon” aracı olarak nasıl devreye girdiğini göstermektedir. Aynı zamanda

orijinallik, müdahale sınırı ve etik sorumluluk gibi meseleleri gündeme getirerek dijital sanat müdahalelerinde yeni tartışma alanları açmaktadır.

Türkiye Kültür ve Turizm Bakanlığı, Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü, yapay zekâ destekli “*Tarihi Eserlerin Güvenliği için Kimliklendirilmesi Projesi*” ile ülke içerisinde bulunan tüm eserlerin dijital bir arşivini oluşturmayı hedeflemektedir. Proje içerisinde arşivlemenin yanında içerisinde yapay zekâ algoritması ile oluşturulan DNA izlerinin, gözle görülmeyen bir madde ile dijital ve manuel olarak esere uygulanmasıyla; dijital kimliklerinin tamamlanması için DNA kodunu kimyasal işaretlendirme işlemi ile gerçekleştirildiği belirtilmiştir (NTV, 2023). Bu sayede müze içerisindeki eserlerin herhangi bir kaçakçılık durumunda dijital kimliği kolayca tespit edilebilecektir, eserlerin veri kaydı gelecekte bu alanda çalışmak isteyen araştırmacılar /arkeologlar için fayda sağlayacaktır.

Verilen örnekler ile birçok farklı türden müzenin yeni medya teknolojilerini bünyelerine dahil edebildikleri gözlemlenmektedir. Müzeler, yeni müzecilik anlayışı ile temel işlevlerinin sınırlılığı dışında etkileşimli, dinamik, yenilikçi gibi kavramların rollerini benimseyerek tanım yelpazesini genişletmektedir.

2.4. Müze Türleri ve Yeni Medya Teknolojilerine Yatkınlıkları

Her müze yeni medya teknolojilerine aynı ölçüde yatkın değildir. Müzenin misyonu ve vizyonu, sergilenen eserlerin değeri ve hedef kitlesinin niteliği hangi yeni medya teknolojisinin ne ölçüde uygulanabileceğini belirlemektedir. Uygulanan teknolojinin müzenin donanım ve altyapısına uyumlu olması, müze içerisindeki dinamizmi devam ettirmesi önem taşımaktadır. Bu bağlamda çeşitli müzeler aşağıdaki sınıflandırmada olduğu gibi farklı kategorilere ayrılabilir:

Müze Türleri	Sanal Gerçeklik	Artırılmış Gerçeklik	Dokunmatik Ekranlar	Yapay Zekâ	Yatkınlık Düzeyi
Sanat Müzeleri	✓	✓	✓	✓	Yüksek
Tarih ve Arkeoloji Müzeleri	✓	✓	✓	✓	Orta- Yüksek
Bilim ve Teknoloji Müzeleri	✓	✓	✓	✓	Çok Yüksek
Doğal Tarih Müzeleri	✓	✓	✓	✓	Yüksek
Deneyim Müzeleri	✓	✓	✓	✓	Çok Yüksek

Tablo 3. Müze türleri ve yeni medya teknolojilerine yatkınlıkları.

Tablo. 3, yapılan literatür taraması sonucunda belirlenen müze türleri temel alınarak oluşturulmuştur. Analiz edilen veriler doğrultusunda, tarih ve arkeoloji müzelerinin fiziksel eserlere dayalı sergileme biçimleri nedeniyle yeni medya teknolojilerinin uygulanabilirliğinin orta–yüksek düzeyde olduğu gözlemlenmiştir. Kullanılan dijital araçlar, bu müzelerin bilgi sunumu, deneyim aktarımı ve ziyaretçi etkileşimi gibi çeşitli işlevlerini yerine getirme süreçlerinde önemli iyileştirmeler sağlamaktadır. Tarihsel bağlamı olan seramik objeleri barındıran arkeoloji müzeleri de yeni medya teknolojilerini kullanarak anlatı derinliğini ve katılımcı deneyimini artırmaktadır.

BÖLÜM 3: ARKEOLOJİ MÜZELERİ ve BELGE BULUNTULAR

Arkeoloji kelimesi, *arkhaios* (eski) ve *logos* (bilim) sözcüklerinden türemiştir. İnsanoğlunun eski çağlarda oluşturduğu maddesel kültür kalıntılarını inceleyerek geçmiş medeniyetleri bilimsel olarak anlamayı amaçlayan bir disiplindir. Arkeoloji, arkeologların buldukları kalıntıları toplama, sınıflandırma ve kalıntıların bulunmuş durumuna ve koşullarını göz önünde tutarak; kültür, teknoloji, ideoloji, demografi, ticaret vb. çeşitli alt sistemlerle analiz ederek elde ettikleri sonuçları kapsamaktadır. Arkeoloji, 17. yüzyılın sonlarına doğru bazı Avrupa ülkelerinde müzelerin kurulmasıyla yalnızca sanat eserlerini değil, eskiyi yansıtan arkeolojik buluntuların da sergilenmesi gerektiği düşüncesinin yayılması ve Yunan, Roma uygarlıklarına duyulan ilgi sayesinde bir bilim dalı haline gelmiştir (Sevin, 1999). Bu gelişme ile arkeolojik eserlerin korunması ve saklanması önemi artmış, arkeoloji müzelerinin temelleri oluşturulmuştur.

3.1. Arkeoloji Müzeleri

Arkeoloji müzeleri, insanlık tarihinin izlerini taşıyan zengin koleksiyonları ile geçmiş dönemlere ışık tutarak birçok bilimsel araştırma ve çalışmaya fayda sağlayabilen önemli müze türlerinden biridir. Bu müzeler, arkeolojik kazılar sonucunda ortaya çıkan tarihi buluntular ile bulundukları konumun tarihini, kültürünü ve o dönem yaşamış insan topluluklarının günlük yaşamlarını yansıtarak ziyaretçilerin geçmişi anlamlandırmasında ve bilgi edinmelerine katkı sunmaktadırlar. Ayrıca arkeoloji müzeleri bir yerin veya toplumun kimlik arayışı sırasında aidiyet duygusunun oluşmasında, kültürel değerlerin saklanması ve korunmasında önemli roller üstlenmektedirler (Alshishani, 2018, s. 1-2). Arkeoloji müzeleri geçmiş dönemlere ait eserleri sergilerken bir yandan da bugünün insanlarına, geçmiş ile bugün arasında bağ kurma olanağı sağlayarak bir kültür aktarımı köprüsü niteliği taşımaktadır.

Arkeoloji müzeleri, yalnızca geçmişe ait eserlerin sergilendiği mekânlar değil; aynı zamanda ulusal ve toplumsal kimliklerin şekillendiği, kültürel bellek politikalarının üretildiği kurumsal alanlardır. Bu bağlamda, arkeolojik sergiler aracılığıyla geçmişin nasıl seçildiği, düzenlendiği ve sunulduğu, sadece tarihsel bilgi aktarımı değil, kimlik inşasına yönelik söylemsel bir yapı olarak da değerlendirilebilir. Bu doğrultuda Nora (1984) geliştirdiği “lieux de mémoire” (bellek mekânı) kavramı, arkeoloji müzelerinin yalnızca fiziksel varlıklar değil, kolektif hafızanın taşıyıcısı ve düzenleyicisi olan sembolik mekânlar olduğunu ortaya koymaktadır. Dolayısıyla bu müzeler, ziyaretçiye yalnızca bir mekânsal deneyim sunmakla kalmaz, aynı zamanda belleği yönlendiren, kültürel aidiyetleri pekiştiren ideolojik alanlar olarak da işlev görmektelerdir.

3.2. Arkeoloji Müzelerinde Yer Alan Belge Buluntular

Arkeoloji müzelerinde sergilenen eser buluntularının diğer müzelerde sergilenen eserlerden en önemli farkı arkeolojik yöntemler ile bulunmuş olmalarıdır (Papaioannou, s.180).

Arkeoloji alanı, ilk insanların milyon yıllık fosillerinden 20. yüzyıl binalarına kadar insana ait veya insanlar tarafından üretilen buluntuları geniş bir yelpazede incelemektedir (Society for American Archaeology, t.y). Buluntular ait oldukları dönem açısından kritik bir dönüm noktası niteliği, nadirliği veya bir üslubun başlangıcı ya da sonunda bir değere taşıyıp taşımadığı vb. kriterleri üzerinden uzmanlar tarafından değerlendirilerek arkeoloji müzelerinde sergilenme durumu belirlenmektedir. UNESCO da bir buluntunun kültürel miras olabilmesi için sembolik, tarihî, sanatsal estetik, etnolojik veya antropolojik, bilimsel ve sosyal önemler dahil olmak üzere çeşitli değerlere sahip olması gerektiğini ifade ederek kültürel miras öğelerini tanımlamaktadır (UNESCO, 2009). Bununla birlikte arkeoloji müzelerinin bulunduğu coğrafyanın lokasyonu, ziyaretçi kapasitesi ve ait olduğu ülkesi için merkez konumda yer alması gibi etkenler sergilenen eserlerin niteliğini, türünü ve sayısını değiştirebilmektedir.

Arkeoloji müzelerinde yer alan belge niteliğindeki buluntular, geçmişte yaşamış insan topluluklarının bıraktığı maddi kültür öğeleridir. Bu kültür öğeleri genellikle hemen her türlü dönemde biçimlendirilmiş, taş, kemik, cam, pişmiş toprak, ahşap, mozaik gibi malzemelerden yapılmış olabilir. Büyüklük ve yer değiştirmelerine bağlı olarak, taşınamaz kültür varlıkları, yapı kalıntılarını içermekte bunun dışındaki her buluntu taşınabilir kategorisine dâhil edilerek “küçük buluntu” veya “taşınabilir kültür varlığı” olarak adlandırılmaktadır (Kepçe, 2010, s. 51). Müzelerde sergilenen bu buluntular, geçmiş dönemlerde yaşayan insan topluluklarının çevre ile etkileşimini anlaşılmasında, kültürel süreklilik ve değişimin değerlendirilebilmesinde ve kültürel mirasın sürdürülebilirliğini ve farkındalığın artırılmasında fayda sağlamaktadır (SlideShare, 2024).

Yeni medya teknolojilerinden yararlanan birçok arkeoloji müzesi, ziyaretçilerin sergilenen arkeolojik buluntularla tarihî ve kültürel içerikler arasında daha derinlikli, etkileşimli ve deneyim temelli bir ilişki kurmasını amaçlamaktadır. Bu doğrultuda, artırılmış gerçeklik, sanal gerçeklik, dokunmatik ekranlar gibi araçlar aracılığıyla mekânsal algıyı dönüştüren çeşitli uygulamalar hayata geçirilmektedir. Aşağıda, bu teknolojileri farklı düzeylerde kullanan dünyadaki bazı öncü arkeoloji müzesi örneklerine yer verilmektedir:

The Metropolitan Museum, 1870 yılından bu yana dünyanın dört bir yanından gelen sanat eserlerini koruyan ve sunan New York şehrindeki dünyaca ünlü müzelerden bir tanesidir (Metmuseum.org, t.y.).

Müze, ziyaretçilerinin “*The Met Unframed*” projesi aracılığıyla, artırılmış gerçeklik destekli dijital galeriler ve etkileşimli oyunlarla izleyiciye uzaktan erişimli bir sanat deneyimi sunmaktadır (Metmuseum.org, t.y.). Bununla birlikte “*Replica*” adlı mobil uygulamaları sayesinde, ziyaretçilerin müzedeki eserleri tarayarak, bu eserlerin dijital

versiyonlarını *Roblox* dijital platformunda kullanmalarına olanak tanıdıkları etkileşimli bir projeleri de mevcuttur (Artdog, 2018).



Görsel 52. “Replica” uygulamasından bir sahne.

Kaynak: <https://www.metmuseum.org/perspectives/met-metaverse-replicas> erişim tarihi: 22.05.2025

Müzenin bir diğer önemli projesi ise “*Color The Temple*” dır. Projede, Müzede sergilenen Dendur Tapınağı'nın renkleri orijinal olarak nasıl görünmüş olabileceğinin yanıtını görselleştiren dijital bir yeniden yaratımıdır. Eserin yakınındaki alana özel olarak ayarlanmış ışıklar ve görüntüler yansıtılarak izleyicilerin sahnenin artırılmış bir versiyonunu deneyimlemesine olanak tanınmaktadır; bu versiyonda vurgular ve yakınlaştırmalar bir mobil arayüz aracılığıyla sunum yapan kişi tarafından kontrol edilebilmektedir (Tisch School of the Arts, 2016).

Bu proje ile müze, antik bir tapınağın özgün renklerini dijital olarak yeniden canlandırarak izleyicinin geçmişe dair daha canlı ve bütüncül bir algı geliştirmesini sağlamaktadır. Böylece ziyaretçiler, tarihî bir yapıyı sadece taş yüzeyleriyle değil, zamanında nasıl görüldüğünü hayal ederek çok daha derin bir deneyim yaşayabilmektedirler.



Görsel 53. Color The Temple, The Metropolitan Museum.

Kaynak: <https://www.metmuseum.org/perspectives/color-the-temple> erişim tarihi: 22.05.2025

Pergamon Museum, Almanya'nın Berlin kentinde, Müzeler Adası üzerinde yer almaktadır. Müze içerisindeki Panorama alanı, sanatçı Yadegar Asisi tarafından oluşturulmuştur. Oluşturulan bu sergi 360 derecelik görsel bir deneyim aracılığıyla antik Pergamon kentini yeniden canlandırmakta, yeni medya teknolojileriyle yapılan yeniden inşalar, ses efektleri ve ışıklandırmalar eşliğinde antik kenti keyifli ve etkileyici bir şekilde keşfetme olanağı sunmaktadır (Vazquez, 2024).



Görsel 54. Pergamon Museum, Panorama sergi alanı.

Kaynak https://www.smb.museum/uploads/tx_smb/exhibitions/exhibition_63433/Pergamon-Panorama-Asisi_xl.jpg erişim tarihi: 22.05.2025

Bu alan, ziyaretçiye antik Pergamon kentini yalnızca bilgi yoluyla değil, görsel ve işitsel öğelerle zenginleştirilmiş bir şekilde, adeta geçmişin içinde yürüyormuş gibi deneyimleme olanağı sunmaktadır. Gerçeğe en yakın biçimde dijital olarak yeniden canlandırılan yapılar ve sahneler sayesinde, izleyici tarihi çok daha etkileyici ve akılda kalıcı bir biçimde öğrenebilmektedir.

Dünya genelinde olduğu gibi, yeni medya teknolojilerinin sunduğu olanaklardan yararlanarak ziyaretçi deneyimini zenginleştiren uygulamalara Türkiye'deki arkeoloji müzelerinde de rastlamak mümkündür.

3.3. Türkiye'deki Arkeoloji Müzeleri

TUIK (2024) yayınladığı, “**Kültürel Miras İstatistikleri 2023**” adlı raporunda, Müze sayısının 2023 yılında önceki yıla göre %7,1 artarak 606 olduğunu; müzelerin 212 tanesinin Kültür ve Turizm bakanlığı bünyesinde, 376 tanesinin de özel müze kategorisinde olduğunu ifade etmiştir. Bununla birlikte Milli Saraylar Başkanlığına bağlı 18 müze faaliyet gösterdiğini, Ören yeri sayısının da 144 olduğunu veri olarak sunmuştur.

Türkiye’deki bu çeşitlilik ve kurumsal yapı göz önünde bulundurulduğunda, özellikle arkeoloji müzeleri, maddi kültür mirasını belgeleyen, sergileyen ve kamusal erişime açan kurumsal yapılar olarak özel bir önem taşımaktadır. Bu müzeler, barındırdıkları tarihsel içerik ve uzmanlaşmış koleksiyonları sayesinde diğer müze türlerinden tematik olarak ayrılmaktadır. Ancak bu müzelerin toplam sayısı, başvuru kaynaklara göre farklılık gösterebilmektedir. Bu bağlamda, Türkiye’deki arkeoloji müzelerinin güncel durumunu daha sistematik biçimde analiz edebilmek amacıyla, yalnızca “arkeoloji” temalı müzeleri kapsayan bir tablo (**Tablo 4.**) oluşturulmuştur. Bu tablo, hem “muze.gov.tr” hem de “muzeler.org” üzerinden yapılan tür filtrelemeleri ve içerik incelemeleri sonucunda belirlenen 33 müzeyi içermektedir. Çalışma kapsamında, bu müzeler ziyaret biçimi (fiziksel ziyaret, sanal ziyaret veya ziyaret edilememiş) ve yeni medya teknolojilerine entegrasyon düzeyi (sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik, dokunmatik ekran, hologram ve yapay zekâ) açısından değerlendirilmiştir. (Sanal müze ziyaretleri 03.06.2025-06.03.2025 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir.) Böylece, Türkiye’deki arkeoloji müzelerinin dijitalleşme sürecine ne ölçüde dâhil oldukları karşılaştırmalı biçimde ortaya konmuştur.

Müze	Fiziki Ziyaret	Sanal Ziyaret	Yeni Medya Teknolojileri				
			Sanal Gerçeklik	Artırılmış Gerçeklik	Dokunmatik Ekran	Yapay Zekâ	Hologram
Adana Arkeoloji Müzesi		X			X (Bu işaret, ilgili müze alanında bilgi amaçlı bir videonun projeksiyon yoluyla sunulmasına dayanmaktadır. Uygulama etkileşim içermemekte, yalnızca görsel anlatım işlevi taşımaktadır.)		
*Akşehir Nasrettin Hoca Arkeoloji ve	Müze için fiziksel ya da sanal erişim sağlanamadığından dolayı tabloya değerlendirme yapılamamıştır.						

Etnografya Müzesi							
Ankara Anadolu Medeniyetleri Müzesi	X	X			X (Bu işaret, ilgili müze alanında bilgi amaçlı bir videonun projeksiyon yoluyla sunulmasına dayanmaktadır. Uygulama etkileşim içermemekte, yalnızca görsel anlatım işlevi taşımaktadır.)	X	
Antalya Arkeoloji Müzesi	X	X			X		
Aydın Arkeoloji Müzesi		X			X		X
*Bergama Müzesi (İzmir)	Müze için fiziksel ya da sanal erişim sağlanamadığından dolayı tabloya değerlendirme yapılamamıştır.						
Bodrum Sualtı Arkeoloji Müzesi		X			X		
Boğazköy Müzesi (Çorum)		X			X (Vitrin içerisinde yer alan ekran, ziyaretçiye bilgi sunmak amacıyla kullanılmakta olup etkileşimli dokunmatik özellik taşımamaktadır.)		
Bursa Arkeoloji Müzesi		X					
Çanakkale Arkeoloji Müzesi		X					
*Diyarbakır Arkeoloji Müzesi	Müze için fiziksel ya da sanal erişim sağlanamadığından dolayı tabloya değerlendirme yapılamamıştır.						

Efes Arkeoloji Müzesi (İzmir)		X			X		
*Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi (Ankara)	Müze için fiziksel ya da sanal erişim sağlanamadığından dolayı tabloya değerlendirme yapılamamıştır.						
Erzurum Arkeoloji Müzesi		X			X (Bu işaret, ilgili müze alanında bilgi amaçlı videoların dijital ekranlar ile sunulmasına dayanmaktadır. Uygulama etkileşim içermemekte, yalnızca görsel anlatım işlevi taşımaktadır.)		
Eskişehir Eti Arkeoloji Müzesi	X	X	X		X		X
Hatay Arkeoloji Müzesi		X		X	X		
*Hatay Necmi Asfuroğlu Arkeoloji Müzesi	Müze için fiziksel ya da sanal erişim sağlanamadığından dolayı tabloya değerlendirme yapılamamıştır.						
*Hierapolis (Pamukkale) Arkeoloji Müzesi	Müze için fiziksel ya da sanal erişim sağlanamadığından dolayı tabloya değerlendirme yapılamamıştır.						
İstanbul Arkeoloji Müzeleri		X			X (Bu işaret, ilgili müze alanında bilgilerin dijital ekranlar ile sunulmasına dayanmaktadır. Uygulama etkileşim içermemekte, yalnızca görsel anlatım işlevi taşımaktadır.)		
İzmir Arkeoloji Müzesi		X					

*Kaman Kalehöyük Arkeoloji Müzesi	Müze için fiziksel ya da sanal erişim sağlanamadığından dolayı tabloya değerlendirme yapılamamıştır.						
*Kastamonu Arkeoloji ve Etnografya Müzesi	Müze için fiziksel ya da sanal erişim sağlanamadığından dolayı tabloya değerlendirme yapılamamıştır.						
*Kayseri Arkeoloji Müzesi	Müze için fiziksel ya da sanal erişim sağlanamadığından dolayı tabloya değerlendirme yapılamamıştır.						
*Kocaeli Arkeoloji Müzesi	Müze için fiziksel ya da sanal erişim sağlanamadığından dolayı tabloya değerlendirme yapılamamıştır.						
*Konya Arkeoloji Müzesi	Müze için fiziksel ya da sanal erişim sağlanamadığından dolayı tabloya değerlendirme yapılamamıştır.						
Kütahya Arkeoloji Müzesi		X					
*Nevşehir Hacıbektaş Arkeoloji ve Etnografya Müzesi	Müze için fiziksel ya da sanal erişim sağlanamadığından dolayı tabloya değerlendirme yapılamamıştır.						
Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi		X			X (Bu işaret, ilgili müze alanında bilgilerin dijital ekranlar ile sunulmasına dayanmaktadır. Uygulama etkileşim içermemekte, yalnızca görsel anlatım işlevi taşımaktadır.)		
Sivas Arkeoloji Müzesi	Müze için fiziksel ya da sanal erişim sağlanamadığından dolayı tabloya						

	değerlendirme yapılamamıştır.						
Troya Müzesi (Çanakkale)	X	X			X (Ayrıca tarihi olayları ve yaşam tarzlarını canlandıran projeksiyonlar ve video sunumları bulunmaktadır.)		
Urartu Müzesi (Van)		X			X (Bu işaret, ilgili müze alanında bilgi amaçlı videoların dijital ekranlar ile sunulmasına dayanmaktadır. Uygulama etkileşim içermemekte, yalnızca görsel anlatım işlevi taşımaktadır.) Ayrıca müzede tarihi olayları ve yaşam tarzlarını canlandıran projeksiyonlar ve video sunumları bulunmaktadır.		
Zeugma Mozaik Müzesi (Gaziantep)		X			X		

Tablo 4. Türkiye’deki arkeoloji müzelerinin sanal erişim ve yeni medya teknolojilerine yakınlık durumu.

Tablo 4.’e göre, Türkiye’deki 33 arkeoloji müzesinden yalnızca 19 tanesi sanal müze erişimine sahiptir. Bu müzelerden 15’i, en az bir yeni medya teknolojisini koleksiyon sunumu ya da ziyaretçi deneyimiyle bütünleştirmiştir. Bu durum, dijitalleşmenin arkeoloji müzeleri arasında henüz yaygın ve dengeli biçimde uygulanmadığını ortaya koymaktadır. Günümüz müzecilik anlayışı ise, müzelerin yalnızca kültürel mirası sergileyen kurumlar olmanın ötesine geçerek, dijital araçlarla etkileşim kurabilen, ziyaretçiye çoklu duysal deneyimler sunabilen ve erişilebilirliği artıran dinamik yapılara dönüşmesini gerektirmektedir. Aşağıda, bu nitelikler açısından

Türkiye’de öne çıkan ve yeni medya teknolojilerini bünyelerine dahil eden bazı başarılı müze örneklerine yer verilmektedir.

Çanakkale Troya Müzesi, arkeolojik içerikleri dijital araçlarla destekleyen anlatı yapısıyla dikkat çekmektedir. Müze girişinde ziyaretçilere arkeolojiye dair temel kavramlar; şema, çizim, metin ve interaktif panolar aracılığıyla sunulurken, sergi alanlarında ise dioramalar, dokunmatik ekranlar, animasyonlar ve sahne canlandırmaları gibi görsel-işitsel öğelerle tarihî katmanlar zenginleştirilmiş bir biçimde aktarılmaktadır. Bu yönüyle Troya Müzesi, geleneksel sergileme anlayışını dijital deneyimlerle bütünleştiren çağdaş bir örnek teşkil etmektedir (Muze.gov, t.y.).

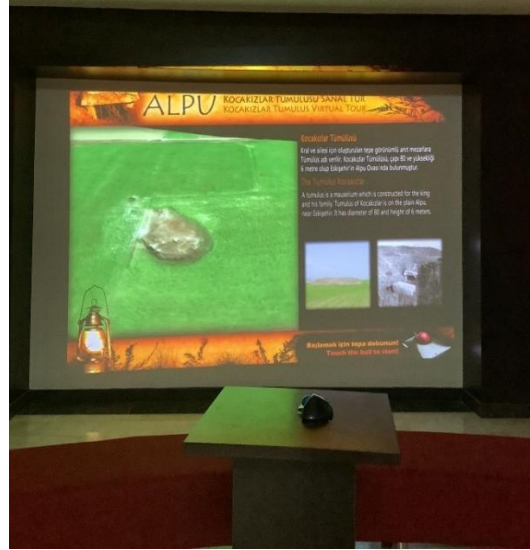


Görsel 55. Çanakkale Troya Müzesi. (Araştırmacının Kişisel Arşivi, 14.05.2023)



Görsel 56. Çanakkale Troya Müzesi, interaktif kiosk tasarımı. (Araştırmacının Kişisel Arşivi, 14.05.2023)

Eskişehir Eti Arkeoloji Müzesi’nde, *Alpu Tümülsü Sanal Gezisi*”, “*Dizginli Frig Arabası*” gibi özellikle çocukları ve gençleri hedef alan, etkileşimli ve keyif veren alanlarla birlikte “*Katmanlı Hologram*” gibi şaşırtıcı, akılda kalıcı ve tema güçlendirici teknolojiler de yer almaktadır (Çubukçu, 2020).



Görsel 57. Eskişehir Eti Arkeoloji Müzesi, Alu Tümülsü sanal gezintiden bir sahne (Araştırmacının Kişisel Arşivi, 21.05.2023)



Görsel 58. Eskişehir Eti Arkeoloji Müzesi, Dizginli Frig Arabası (Araştırmacının Kişisel Arşivi, 21.05.2023)

Ankara Anadolu Medeniyetleri Müzesi’nde ise dokunmatik ekranlar ve bilgilendirici kiosk tasarımları, sesli rehber sistemleri ve seçili alanlarda kullanılan projeksiyon destekli sunumlarla ziyaretçiye bilgiye erişimi kolaylaştıran teknolojik bir altyapı sunulmaktadır.



Görsel 59. Ankara Anadolu Medeniyetleri Müzesi, projeksiyon alanı.

Kaynak: <https://sanalmuze.gov.tr/> erişim tarihi: 22.05.2025

Türkiye’de bulunan Antalya Arkeoloji Müzesi, konumu ve zengin koleksiyonlarıyla Türkiye’nin önde gelen, kültürel mirasın korunması ve aktarılması açısından önemli bir arkeoloji müzesidir. Aynı zamanda, pek çok farklı ülkeden ziyaretçiyi kendine çeken Antalya Arkeoloji Müzesi, yapılan çalışmada örneklem olarak seçilmiştir. Müze bünyesinde yer alan Seramik Eserler Salonu, geçmişe ışık tutan nitelikli eserler barındırmasının yanı sıra, müze içerisinde önemli bir fiziksel alan kaplaması nedeniyle dikkat çekmektedir. Bu salonun seçilmesinde, seramik eserlerin arkeolojik olarak en önemli belge buluntularından biri olmaları esastır. Bu bağlamda ziyaretçilerin söz konusu buluntuları tarihsel ve işlevsel olarak daha iyi anlamaları açısından önemlidir. Tez danışmanının ilgili müzedeki bilgi eksikliğine dikkat çekmesi, seramik alanında uzman olması ve araştırmacının kişisel ilgi ve yönelimlerinin de bu doğrultuda gelişmiş olması bu seçimde etkili olmuştur. Söz konusu nedenlerle, çalışmada Seramik Eserler Salonu özelinde bir yoğunlaşmıştır.

BÖLÜM 4: ANTALYA ARKEOLOJİ MÜZESİ SERAMİK ESERLER SALONUNA YENİ MEDYA TEKNOLOJİLERİNİN ENTEGRASYONU ÖRNEĞİ

4.1. Antalya Arkeoloji Müzesi

Antalya Arkeoloji Müzesi, Antalya'nın zengin antik mirasına dayanan koleksiyonlarıyla alt Alt Paleolitik Çağ'dan Roma dönemine kadar uzanan binlerce yıllık medeniyet tarihini kapsamaktadır (Google Arts ve Culture, t.y.). Antalya sınırları içerisinde “Likya”, “Pamfilya” ve “Pisidya” antik uygarlıklarına adanan müze, 1988’de “Avrupa Konseyi Yılın Müzesi” ödülünü almıştır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, t.y.).

1. Dünya Savaşı'nın son zamanlarında Antalya'nın İtalya işgali altında olduğu dönemde, İtalyan arkeologlar bölgedeki arkeolojik buluntuları İtalyan Büyükelçiliğine götürmeye başlamıştır. Bu eylemi önlemek adına öğretmen Süleyman Fikri Bey, 1919’da Antalya mutasarrıflığına başvurarak tarihi eser memuru olmuştur ve ilk önce ilin merkezinde kalan buluntuları toplayarak, Antalya Arkeoloji Müzesi’ni kurma çalışmalarını başlatmıştır. Müze ilk olarak 1922’de Kaleiçi’ndeki Alaeddin Camii, ardından Yivli Minare Külliyesi’nde ve 1972’de güncel konumuna taşınmıştır. 1982-1985 yılları arasında Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü tarafından restorasyon amacıyla ziyaretçilere kapanan müze, Nisan 1985’te halkın ziyaretine yeniden açılmıştır (Muzeler.org, t.y.).

Müze, 30 bin metrekarelik bir alana sahip olmakla birlikte 14 sergi salonunu, çocuk bölümünü ve açık hava galerilerini içermektedir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, t.y.). Müze koleksiyonları Türkiye’den ve yurtdışından bilim insanlarının bölgede yaptıkları periyodik kazı çalışmalarından elde edilen eserlerle oluşturulmuştur. Bu koleksiyonlar bölgenin Yakın Doğu Paleolitiği içinde önem taşıyan Karain Mağarası, Bademağacı, Karataş Semayük, Bayındır Tümülüsleri, Hacımusalar, Limra, Patara, Xanthos, Arykanda, St Nicholas Kilisesi, Perge ve müze kurtarma kazılarında elde edilen

buluntuları içermektedir (T.C. Antalya Valiliği, t.y.).

4.1.1. Antalya Arkeoloji Müzesinde Bulunan Sergi Salonları

Antalya Arkeoloji Müzesi'nde yer alan 14 sergi salonu, ziyaretçilere bölgenin tarih öncesinden Bizans'a uzanan çok katmanlı kültürel mirasını tematik bir bütünlük içinde sunmaktadır. **Tabiat Tarihi ve Prehistorya Salonunda**, insanlığın yerleşik yaşama geçiş sürecini temsil eden gündelik eşyalar, inanç objeleri ve fosil buluntuları yer alırken; **Lahitler Salonunda** Perge nekropolünden çıkarılan heykeller ve Pamfilya tipi lahitler ile yurtdışına kaçırılıp iade edilen Girlandlı Lahit ve Herakles Lahdi parçaları sergilenmektedir. **Perge Tiyatro Salonu**, kazılarda elde edilen 17 anıtsal heykel, frizler ve mimari parçalarla donatılmıştır. **Sinevizyon salonunda** Antalya hakkında bilgilendirici video içerikler yer alırken, **Mozaik Salonunda** Seleukeia agorasından çıkarılmış olan "Filozoflar Mozaïği" ziyaretçiyle buluşmaktadır. **Tanrılar ve Tanrıçalar Salonunda** Yunan mitolojisine ait heykeller; **İmparatorlar ve İmparatoriçeler Salonunda** ise Roma dönemine ait siyasi figürlerin heykelleri ile müzenin simgesi haline gelen dansöz heykeli bulunmaktadır. **Başlar ve Portreler Salonunda** Roma dönemine ait kadın ve erkek başları; **Bölge Kazıları Salonunda** ise Likya, Pamfilya ve Pisidya bölgelerinde yürütülen arkeolojik çalışmaların buluntuları sergilenmektedir. **Sikke, Küçük Eserler ve İkonlar Salonunda** bölgesel sikkeler, ikonlar ve Aziz Nikolas'a ait rölikler yer alırken; **Anadolu Selçuklu Sikkeleri Sergisi Salonunda** Elmalı hazinesi ile Beylikler, Anadolu Selçuklu ve Osmanlı dönemlerine ait örnekler görülebilir. **Çocuk Salonu**, çeşitli antik kentlerin maketleri ve tanıtıcı bilgileriyle çocuklara yönelik etkileşimli bir öğrenme alanı sunarken; **F5-Çeşmesi Salonunda** F5 Nymphaeumu'ndan çıkarılan 13 heykel sergilenmektedir. Son olarak, **Seramik Eserler Salonunda** Geometrik Dönem'den Bizans'a uzanan süreçte üretilmiş pişmiş toprak eserler kronolojik bir düzende sunulmaktadır (Antalya Arkeoloji Müzesi, vitrin bilgilendirme metinleri, 2025; Acar ve Atılğan, 2012).

4.1.2. Antalya Arkeoloji Müzesi Seramik Eserler Salonundaki Eserler ve Düzenleri Üzerine Gözlemler

İnsanoğlunun antik dönemden itibaren her alanında izlerine rastlanan seramikler, tarih boyunca farklı form ve işlevleriyle günlük yaşamın içinde yer almıştır. Seramik inorganik bileşenlerin çeşitli yöntemlerle şekil verilmesi, kurutulması ve gerekiyorsa dekorlaması, sırlanma işlemlerinin ardından pişirilmesi ile oluşan ürünlere verilen isimdir (Arcasoy, 1983). İnsanoğlunun en eski ve en kalıcı üretimlerinden olan seramikler, geçmiş dönemlerin aydınlatılmasında, belirlenmesinde, anlaşılmasında ve yordanmasında çok büyük önem taşımaktadırlar. Çünkü seramikler, insan kullanımı için insan tarafından üretilen en dayanımlı ve en eski üretimlerdendirler. Mutlu (2007) çalışmasından aktaran Erman'ın (2012) da belirttiği gibi seramikler, dönemler içerisinde dini, kültürel, sosyal, toplumsal yapılarla ilgili bilgilerin aktarılmasına yardımcı olmakta, insanlık tarihinin daha iyi anlaşılmasında kritik bir görev üstlenmektedirler (Mutlu, 2007: akt. Erman, 2012). Balyemez'e (2018) göre de seramik buluntuları, geçmiş dönemlerin toplum ve kültür yapıları hakkında sağladıkları bilgiler ile müzelerde en çok sergilenen nesneler olarak karşımıza çıkmaktadırlar (Balyemez, 2018). Bu müzelerden biri olan Antalya Arkeoloji Müzesi koleksiyonunda bulunan Seramik Eserler Salonunda Geometrik Dönemden (MÖ 9.yüzyıl- 7.yüzyıl) Roma- Doğu Roma Dönemine (MS. 5. yüzyıl- 15. yüzyıl) kadar geniş bir yelpazeye sahip seramik eserler kronolojik bir sıra ile sergilenmektedir.

Araştırmacı, 2 Temmuz 2024 tarihinde Antalya Arkeoloji Müzesini ziyaret ederek ilgili alanda bulunan bilgilendirmelerden yararlanarak bu bölümü hazırlamıştır:

İlk olarak **Görsel 60'** da yer alan geometrik desenler ve kabartmalar içeren Geometrik Dönem bölümünde, içlerine su veya yağ konulabilen *Kothonlar*, adakların sunulacağı tanrı veya tanrıçayı canlandırmak amacıyla ilk olarak elle daha sonrasında kalıp tekniği ile yapılan *Figürinler*, kraterden şarap almak için kullanılan tek kulplu, düz ya da yonca ağızlı *Oinokhoe* formu seramik eserler bulunmaktadır.



Görsel 60. Antalya Arkeoloji Müzesi, Geometrik Dönem Sergi Vitriini, 2024. (Araştırmacının Kişisel Arşivi, 02.07.2024)

Görsel 61'de yer alan Arkaik-Klasik Dönem bölümünde, genellikle kap formları sergilenmektedir. Erkeklerin merhem ya da parfüm yağı olarak kullandıkları *Aryballos* kapları, kadınların koku şişesi olarak kullandıkları *Alabstron* kapları, yine yağ ve parfüm koyulması için üretilen daha sonrasında mezarlara koyulan *Lekythos* kapları ve farklı bir fırınlama tekniği ile boyanmadan renklerin değiştirilmesiyle, günümüze renklerini kaybetmeden ulaşabilen siyah-kırmızı renklerde kaplar bulunmaktadır. Kadınların dokuma işleri için kuzu yününü iğ ile bükebilme amacıyla baldırlarının biçimlerine uygun üretilen *Epinetron* kil kursuda sergilenmektedir. Özellikle bu alanda sergilenen Lidyalıların ürettiği *Lidyon* kapları, bölgenin meşhur krem ve parfümlerini bir marka haline getirerek dünyaya yaymak amacıyla yapılmasıyla dikkat çekmektedir. Bu buluntular dışında Klasik çağ bölümüne ait içki kabı olarak kullanılan, kulp ve gövde şekillerine göre çeşitlenen *kratlerler* sergilenmektedir.



Görsel 61. Antalya Arkeoloji Müzesi, Arkaik-Klasik Dönem Sergi Vitriini, 2024. (Araştırmacının Kişisel Arşivi, 02.07.2024)

Görsel 62 ‘ta yer alan Klasik Dönem bölümünde, kadınların takı, aksesuar gibi süslenmek için kullandıkları malzemeleri koydukları *Pyxis* kutusu, çukur bir fincana benzeyen, içki kabı olarak kullanılan *Skyphos*, *Kylix* ve *Kantharos* formlu çeşitli kraterli kaplar sergilenmektedir.



Görsel 62. Antalya Arkeoloji Müzesi, Klasik Dönem Sergi Vitriini, 2024. (Araştırmacının Kişisel Arşivi, 02.07.2024)

Görsel 63' te yer alan Hellenistik Dönem bölümünde ise daha gündelik kullanıma uygun *biberon*, *huni* (ağızlık) gibi seramik buluntular, antik kap olarak adlandırılan *Unguentarium*, şarap koyulmak için kullanılan hatta şarap dükkanlarının önünde tabela görevi gören *Lagynos* kapları, bu döneme özgü kalıp yapımı tekniğiyle üretilen kabartmaları mitolojik, erotik konulardan sahnelerden veya basit bitki motiflerinden oluşan *Megara Tipi Kâse* de bu alanda sergilenmektedir.



Görsel 63. Antalya Arkeoloji Müzesi, Hellenistik Dönem Sergi Vitriini, 2024. (Araştırmacının Kişisel Arşivi, 02.07.2024)

Görsel 64 ve **Görsel 65**' de yer alan Roma–Doğu Roma Dönemi bölümünde ise kaba seramik hamurundan yapılmış çeşitli *ezme kapları*, yemek pişirmek için katkı seramik çamurundan üretilen *güveçler*, tuvalet ihtiyaçları için derin silindirik gövdeli *lazımlık* kapları, içki kabı ve dini törenlerde adak sıvısını dökmek için üretilen boynuz, hayvan başı veya hayvan gövdesi şeklinde olan *rhyton biçimli kaplar* sergilenmektedir.



Görsel 64. Antalya Arkeoloji Müzesi, Roma Dönemi Sergi Vitriini, 2024. (Araştırmacının Kişisel Arşivi, 02.07.2024)



Görsel 65. Antalya Arkeoloji Müzesi, Roma – Doğu Roma Dönemi Sergi Vitriini, 2024. (Araştırmacının Kişisel Arşivi, 02.07.2024)

Sergileme vitrinleri dışında Seramik Eserler Salonuna dahil olan iki bölüm bulunmaktadır. Bunlardan ilki Çömlekçi Çarkı alanıdır. (**Görsel 66**) Bu alanda Anadolu’da bakır ve kalay maddelerinin belirli oranlarda birleştirilmesiyle oluşan yeni alaşım ile çanak çömlek üretiminde kullanılan “çömlekçi çarkının” kullanımı ve tarihi, görsellerle desteklenerek bilgilendirici panolar aracılığıyla açıklanmaktadır. Alan içerisine yerleştirilen temsili çömlekçi çarkı ile ziyaretçilerin deneyimlemesine imkân sağlanmaktadır.



Görsel 66. Antalya Arkeoloji Müzesi, Çömlekçi Çarkı alanı, 2024. (Araştırmacının Kişisel Arşivi, 02.07.2024)

Bir diğer alan ise, ölü defnetme ritüelini sergileyen Elmalı Semahöyük bölgesinde yapılan arkeolojik kazı çalışmaları sonucunda bulunan hem seramik eser olarak hem de mezar tipi olarak sınıflandırılan pithos mezarlardır. (**Görsel 67**) Bununla birlikte Neolitik dönem ve sonrasına ait bölge kazıları ile ilgili vitrinlerde de seramik buluntuları bulunmaktadır.



Görsel 67. Antalya Arkeoloji Müzesi, Pithos Mezar Buluntu Alanı, 2024. (Araştırmacının Kişisel Arşivi, 02.07.2024)

4.2. Antalya Arkeoloji Müzesi Ziyaretçi Deneyimi Üzerine Değerlendirme

Ziyaretçi deneyimini değerlendirmek üzere uygulanan anket çalışması

ANTALYA ARKEOLOJİ MÜZESİ ZİYARETÇİ ANKETİ

Değerli katılımcı: Bu anket, Akdeniz Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, Sanat ve Tasarım (Disiplinlerarası) Anasanat Dalı'nda gerçekleştirilen yüksek lisans tez çalışmasına veri sağlamak için oluşturulmuş ve sizlerin değerlendirmesine sunulmuştur. Ankette yer alan ifadeler, Antalya Arkeoloji Müzesi'ndeki deneyiminizi değerlendirmek ve gelecekteki iyileştirmeler için rehberlik etmek amacıyla hazırlanmış olup, bu bilgiler yalnızca bilimsel araştırma çerçevesinde kullanılacak ve kişisel bilgilerinize hiçbir şekilde yer verilmeyecektir.

İlginiz için teşekkür ederiz.

- **Cinsiyetiniz:**

Kadın () Erkek () Belirtmek istemiyorum ()
- **Yaşınız:**
- **İş Durumu:**

Çalışan (İşçi) () Serbest Meslek () İşsiz () Emekli () Öğrenci ()
- **Eğitim Durumu:**

Ortaokul () Lise () Üniversite () Yüksek Lisans () Doktora Derecesi ()
- Sosyal medya platformlarını (Instagram, Threads, X, Youtube, TikTok vb.) ne sıklıkla kullanıyorsunuz? (Lütfen 1 tanesini seçiniz.)

() Günlük

() Haftalık

() Aylık

() Nadiren
- Müzeleri sosyal medya platformlarında (Instagram, Threads, X, Youtube, TikTok vb.) takip ediyor musunuz? (Lütfen 1 tanesini seçiniz.)

() Evet, düzenli takip ederim.

() Evet, arada bir sayfalarını ziyaret ederim.

() Nadiren takip ederim.

() Hayır, hiç takip etmem.

Görsel 68. Anket çalışması birinci sayfa.

- Antalya Arkeoloji Müzesi'nin aktif etkinlikleri, sergileri veya koleksiyon güncellemeleri hakkında bilgi vermek için sosyal medya hesaplarının oluşturulmasını ister misiniz? **(Lütfen 1 tanesini seçiniz.)**

☐ Evet

☐ Hayır

- Seramik Eserler Salonu alanındaki deneyiminizi değerlendirmek için aşağıdaki özellikleri işaretleyiniz. **(Birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz.)**

☐ Seramik eserlerin dijital araçlar veya interaktif ekranlarla desteklenmesini beklerdim.

☐ Bilgilendirici açıklamaların seramik eserlerin anlamını artırmada yetersiz olduğunu düşünüyorum.

☐ Seramik eserlerin tarihsel bağlamı hakkında daha fazla bilgi sunulmalıydı.

☐ Seramik Eserler Salonunda bilgiler ve sunum yeterliydi.

☐ Hiçbiri

☐ Diğer (Lütfen belirtiniz: _____)

- Aşağıda yer alan müze deneyiminize ilişkin ifadelere katılım düzeyinizi; "1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3= Ne Katılmıyorum Ne Katılmıyorum, 4= Katılmıyorum, 5= Kesinlikle Katılmıyorum" seçeneklerinden birini işaretleyerek belirtiniz.

***Yeni Medya Teknolojileri:** Yeni medya teknolojileri arasında interaktif ekranlar, sanal gerçeklik (VR) deneyimleri, artırılmış gerçeklik (AR) uygulamaları ve dijital rehberlik sistemleri gibi öğeler bulunmaktadır.

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
1. Antalya Arkeoloji Müzesi ziyaretim sırasında sergilenen eserlerin çeşitliliği beni etkiledi.					
2. Müze içindeki bilgi panoları ve açıklamalar, eserleri anlamamda yardımcı oldu.					
3. Antalya Arkeoloji Müzesi'nin genel düzenlemesi beni etkiledi.					
4. Ziyaretim sırasında müze içindeki etkileşimli aktivitelerin kalitesi beni tatmin etti.					

Görsel 69. Anket çalışması ikinci sayfa.

5. Müzede seramik eserler hakkında daha fazla bilgi almak için kendi dijital cihazlarımı (akıllı telefom, tablet vb) kullandım.					
6. Diğer müzelerde gördüğüm yeni medya teknolojilerinin, ziyaretlerimi daha eğitici veya ilgi çekici hale getirdiğini düşünüyorum.					
7. Seramik eserlerin hikayelerini daha etkili bir şekilde anlatılabilmesi için yeni medya teknolojilerinin kullanımını destekliyorum.					
8. Seramik eserlerin sanatsal ve tarihsel değerini daha iyi anlamak için müze rehberlerine veya personelleri ile iletişime geçmek istedim.					
9. Müzenin seramik koleksiyonunu daha genç nesillere tanıtmak ve onların ilgisini çekmek için dijital oyunlar veya etkileşimli aktiviteler düşünülebilir.					
10. Yeni medya teknolojilerinin müzeyi zenginleştirilmesi durumunda, müze ziyaretimi daha sık yapmayı düşünüyorum.					

Görsel 70. Anket çalışması üçüncü sayfa.

Tez çalışmasında, yeni medya teknolojilerinin mekân deneyimi üzerindeki dönüştürücü etkileri incelenirken, özellikle sanat mekânları bağlamında kullanıcı odaklı bir yaklaşım benimsenmiştir. Araştırmanın merkezinde yer alan Antalya Arkeoloji Müzesi Seramik Eserler Salonu hem fiziksel mekânın hem de sergi düzeninin sunduğu deneyimin, yeni medya teknolojileriyle ne ölçüde geliştirilebileceğine dair örnek teşkil etmesi nedeniyle seçilmiştir.

Bu seçimin belirlenmesinde araştırmacının kişisel gözlemleri de etkili olmuştur. Yapılan bireysel ziyaretlerde, sergilenen seramik eserlerin yalnızca vitrin içerisinde yer alan kısa tanıtım kartlarıyla sunulduğu, bu nedenle ziyaretçilere yönelik bilgilendirme düzeyinin sınırlı ve yetersiz kaldığı tespit edilmiştir. Sergilenen nesnelerle kurulan etkileşimin, tarihsel ve kültürel bağlamda zayıf olması, mekânsal deneyimin yüzeysel ve pasif kalmasına yol açabilmektedir. Bu durumdan hareketle, yeni medya teknolojilerinin mekânsal anlatım gücünü artırma potansiyeli, araştırmanın temel odak noktalarından biri haline gelmiştir. Bu bağlamda, ziyaretçilere yönelik bir anket çalışması planlanmış ve uygulanmıştır. Anketin amacı, hem gözlemlenen eksikliklerin ziyaretçi deneyimi üzerindeki etkilerini ortaya koymak hem de katılımcıların yeni medya destekli sergi uygulamalarına yönelik beklentilerini ve eğilimlerini değerlendirmektir. Çalışmada müze çalışanları yerine doğrudan ziyaretçilerin hedef kitle olarak seçilmesinin temel nedeni, yeni medya teknolojilerinin kullanıcı merkezli doğasına uygun biçimde, deneyimi doğrudan yaşayan bireylerin algı, yorum ve geri bildirimlerinin, araştırmanın amacı doğrultusunda daha nitelikli ve anlamlı veri sağlayacağı düşüncesidir.

Hazırlanan anket çalışması, Antalya Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü ile Antalya Müzesi Müdürlüğü'nden gerekli izinler alınarak gerçekleştirilmiştir (**EK-1**, s.157 ve **EK-2**, s.158). Ziyaretçilerin müze deneyimlerini ve yeni medya teknolojilerine olan yatkınlıklarını belirlemeyi amaçlayan anket, müzenin ziyarete açık olduğu iki gün içerisinde, 03.07.2024 ve 04.07.2024 tarihlerinde, müzeyi gezen katılımcılara gönüllülük esasına dayalı olarak uygulanmıştır.

Antalya Müzesi Müdürlüğü tarafından araştırmacıya iletilen verilere göre, müze 2024 yılının ilk altı ayında toplam 74.740 ziyaretçi ağırlamıştır. Çalışma kapsamında, belirlenen iki gün içinde 201 ziyaretçiye anket uygulanmış; ziyaretçilere, ankete katılım sağlamadan önce aşağıda belirtilen bilgilendirme metni okutulmuş, ankete katılmak isteyenlere anket uygulanmıştır:

“Değerli katılımcı: Bu anket, Akdeniz Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, Sanat ve Tasarım (Disiplinlerarası)Anasanat Dalı’nda gerçekleştirilen yüksek lisans tez çalışmasına veri sağlamak için oluşturulmuş ve sizlerin değerlendirmesine sunulmuştur. Ankette yer alan ifadeler, Antalya Arkeoloji Müzesi’ndeki deneyiminizi değerlendirmek ve gelecekteki iyileştirmeler için rehberlik etmek amacıyla hazırlanmış olup, bu bilgiler yalnızca bilimsel araştırma çerçevesinde kullanılacak ve kişisel bilgilerinize hiçbir şekilde yer verilmeyecektir.

İlginiz için teşekkür ederiz.”

Elde edilen veriler, frekans ve yüzde dağılımlarına göre hazırlanmış tablolar ve bar grafikleri aracılığıyla analiz edilmiştir. Araştırmanın evreni ve örnekleme, çalışmanın ilgili bölümünde **Tablo 5.** başlığı altında detaylı olarak sunulmuştur. Bu tabloda, 2024 yılının ilk yarısındaki toplam ziyaretçi sayısı, günlük ortalama ziyaretçi sayısı, anketin uygulandığı iki güne ait ziyaretçi ortalaması ve ulaşılan katılımcı sayısı yer almaktadır.

Açıklama	Ziyaretçi Sayısı	Hesaplama Detayı	Yüzdelik Oran
Toplam ziyaretçi (6 ay)	74.740	Müzeden alınan resmi bilgi	%100
Günlük ortalama ziyaretçi	413	$74.740 \div 181 \text{ gün (6 ay)} = 413 \text{ ziyaretçi}$	-
Tahmini ziyaretçi (anket uygulanan günler)	826	$413 \times 2 \text{ gün} = 826 \text{ ziyaretçi}$	%100
Örneklem (anket uygulanan ziyaretçi sayısı)	201	Araştırmacı tarafından elde edilen veri	%24,34

Tablo 5. Araştırmanın evren ve örneklem tablosu.

Tablo 5'te görüldüğü gibi 201 kişiye anket uygulanmıştır. 201 sayısı evrenin %24,34'ünü temsil etmektedir. 201 anketin tamamı SPSS 27.01 ile analiz edilmiştir. Frekans ve yüzde analizlerinin yer aldığı tablolarla birlikte bar grafiği de kullanılmıştır. Ayrıca anket uygulamasının son kısmında yer alan 10 maddelik 5'li likert ölçekli soruların ölçek güvenirliği için Cronbach Alfa uygulanmıştır.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,760	10

Tablo 6. 10 maddenin Cronbach Alfa değeri.

Tablo 6'da görülen veriler ankette yer alan 10 maddenin güvenirlik tahminiyle ilgilidir. Oran, 0,760'tır. Anket formunun ilk uygulamasına ilişkin elde edilen bu güvenirlik katsayısı, ölçüm aracının tutarlılığı açısından yeterli düzeydedir.

Uygulanan anketin ilk kısmında (**Görsel 69**) görüldüğü gibi ziyaretçilerin uyruğu, cinsiyeti, yaşı, iş durumu ve eğitim durumu gibi temel demografik bilgilerine odaklanılmaktadır. Hiçbir şekilde tanımlayıcı kişisel bilgilere yer verilmemektedir.

İkinci kısımda ise (**Görsel 68**) ankete katılan ziyaretçilerin sosyal medya kullanımı ve müzeleri sosyal medya platformlarında takip etme sıklıklarını ölçmeye yönelik yalnızca bir yanıt seçebilecekleri iki soru sorulmaktadır. Ardından Antalya Arkeoloji Müzesi'nin aktif etkinlikleri, sergileri ve koleksiyon güncellemelerini bilgilendirme amacıyla sosyal medya hesabı oluşturulmasını isteyip istemedikleri değerlendirildiği yine tek seçenek işaretleyebildikleri bir soru sorulmaktadır.

Üçüncü kısımda (**Görsel 69**) ankete katılan ziyaretçilerin müzenin Seramik Eserler Salonundaki deneyimini değerlendirmek adına birden fazla yanıtın işaretlenebildiği çoktan seçmeli bir soru bulunmaktadır. Sorunun cevap seçeneklerinde seramik eserlerin dijital araçlar veya interaktif ekranlarla desteklenip desteklenmemesi, bilgilendirici açıklamaların yeterlilik durumu ve seramik eserlerin tarihsel bağlamı hakkında daha fazla bilgiye ihtiyaç duyulup duyulmadığı gibi ilgili alanın bilgi ve sunum yeterliliğini değerlendirme amacıyla yöneltilmiş ifadeler yer almaktadır.

Anketin son bölümünde ise (**Görsel 69** ve **Görsel 70**) 10 maddeden oluşan 5'li Likert tipi ölçek kullanılarak sorular hazırlanmıştır. Bu sorular ile ankete katılan müze ziyaretçilerinden ziyaret sonrası deneyimlerini yeni medya teknolojilerinin etkisi, müzenin genel eser çeşitliliği, sunumu ve Seramik Eserler Salonu özelinde değerlendirmeleri istenmiştir.

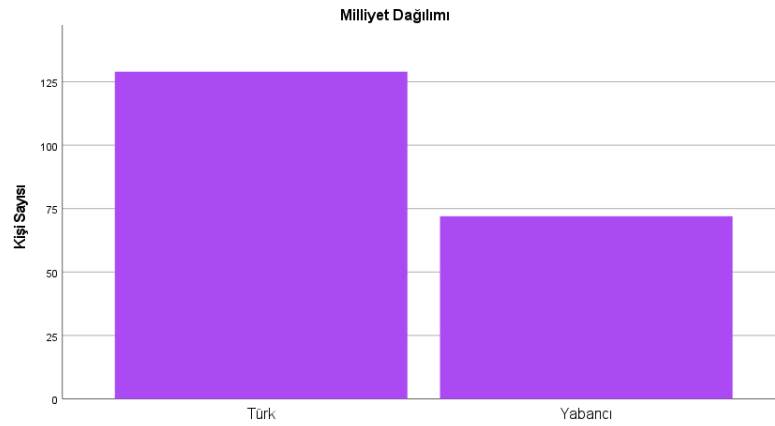
Likert ölçeği seçenekleri; “Kesinlikle Katılıyorum” (5), “Katılıyorum” (4), “Kararsızım” (3), “Katılmıyorum” (2) ve “Kesinlikle Katılmıyorum” (1) şeklindedir.

4.2.1. Anket değerlendirme sonuçları

Demografik sonuçlar incelendiğinde ilk olarak araştırmaya katılan ziyaretçilerin milliyet dağılımı 129 Türk ve 72 yabancı uyruklu vatandaştan oluşmaktadır.

Milliyet Dağılımı					
		Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Türk	129	64,2	64,2	64,2
	Yabancı	72	35,8	35,8	100,0
	Toplam	201	100,0	100,0	

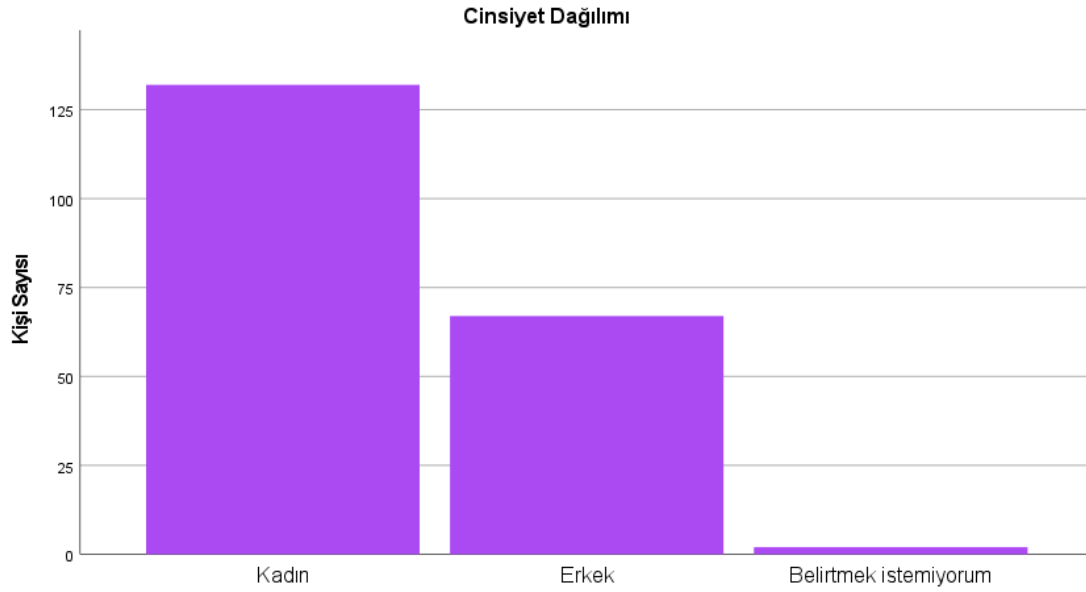
Tablo 7. Ankete katılan ziyaretçilerin milliyet dağılımı tablosu.



Grafik 2. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin milliyet dağılımına göre bar grafiği.

Cinsiyet Dağılımı					
		Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kadın	132	65,7	65,7	65,7
	Erkek	67	33,3	33,3	99,0
	Belirtmek istemiyorum	2	1,0	1,0	100,0
	Toplam	201	100,0	100,0	

Tablo 8. Ankete katılan ziyaretçilerin cinsiyet dağılımı tablosu.



Grafik 3. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin cinsiyet dağılımlarına göre bar grafiği.

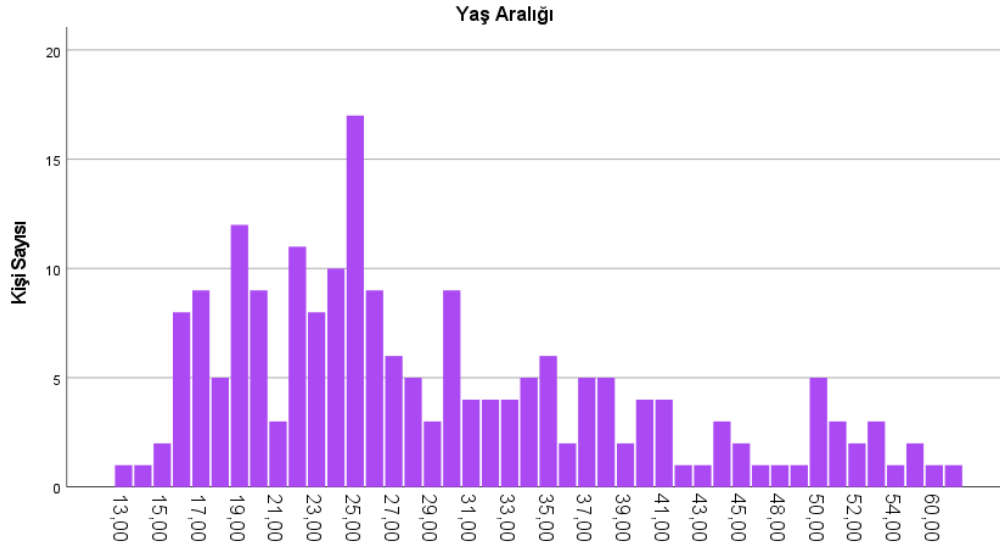
Ankete katılan katılımcıların 132'si (%65,7) kadın, 67'si (%33,33) erkektir. Kalan 2 kişi (%1,0) ise cinsiyetini belirtmemeyi tercih etmiştir.

Yaş Aralığı					
		Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	13,00	1	,5	,5	,5
	14,00	1	,5	,5	1,0
	15,00	2	1,0	1,0	2,0
	16,00	8	4,0	4,0	6,0
	17,00	9	4,5	4,5	10,4
	18,00	5	2,5	2,5	12,9
	19,00	12	6,0	6,0	18,9
	20,00	9	4,5	4,5	23,4
	21,00	3	1,5	1,5	24,9
	22,00	11	5,5	5,5	30,3

	23,00	8	4,0	4,0	34,3
	24,00	10	5,0	5,0	39,3
	25,00	17	8,5	8,5	47,8
	26,00	9	4,5	4,5	52,2
	27,00	6	3,0	3,0	55,2
	28,00	5	2,5	2,5	57,7
	29,00	3	1,5	1,5	59,2
	30,00	9	4,5	4,5	63,7
	31,00	4	2,0	2,0	65,7
	32,00	4	2,0	2,0	67,7
	33,00	4	2,0	2,0	69,7
	34,00	5	2,5	2,5	72,1
	35,00	6	3,0	3,0	75,1
	36,00	2	1,0	1,0	76,1
	37,00	5	2,5	2,5	78,6
	38,00	5	2,5	2,5	81,1
	39,00	2	1,0	1,0	82,1
	40,00	4	2,0	2,0	84,1
	41,00	4	2,0	2,0	86,1
	42,00	1	,5	,5	86,6
	43,00	1	,5	,5	87,1
	44,00	3	1,5	1,5	88,6
	45,00	2	1,0	1,0	89,6
	47,00	1	,5	,5	90,0
	48,00	1	,5	,5	90,5
	49,00	1	,5	,5	91,0
	50,00	5	2,5	2,5	93,5
	51,00	3	1,5	1,5	95,0

	52,00	2	1,0	1,0	96,0
	53,00	3	1,5	1,5	97,5
	54,00	1	,5	,5	98,0
	56,00	2	1,0	1,0	99,0
	60,00	1	,5	,5	99,5
	67,00	1	,5	,5	100,0
	Toplam	201	100,0	100,0	

Tablo 9. Ankete katılan ziyaretçilerin yaş aralığı tablosu.

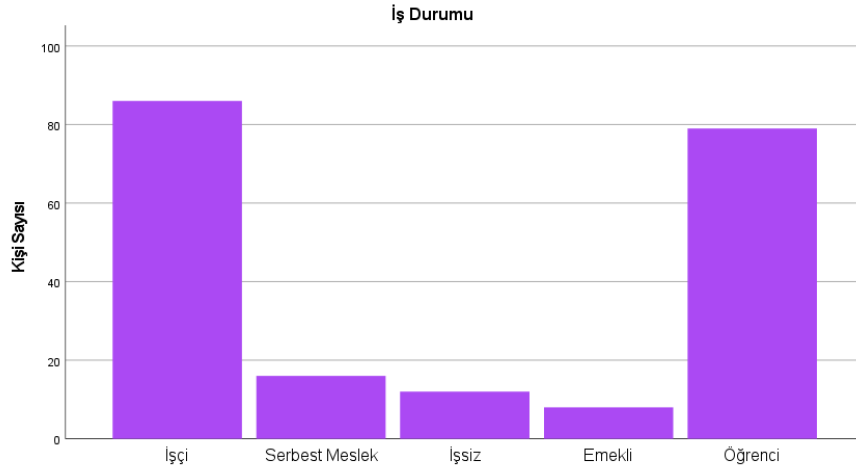


Grafik 4. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin yaş dağılımlarına göre bar grafiği.

Yaş dağılımı incelendiğinde ankete katılan ziyaretçilerin yaş aralığı 13-67 yaş arasında dağılım göstermektedir. Verilerin çoğunluğu özellikle 16-30 yaş aralığındaki genç yaş grubunda yoğunlaştığı görülmektedir. En sık görülen 25 yaşındır ve bu yaşta 17 kişi bulunmakta, verilerin %8,5'ini oluşturmaktadır. Bu durum verilerin genç yaş aralıklarında yoğunlaştığını ve yaş arttıkça katılımın azaldığını göstermektedir.

İş Durumu					
		Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	İşçi	86	42,8	42,8	42,8
	Serbest Meslek	16	8,0	8,0	50,7
	İşsiz	12	6,0	6,0	56,7
	Emekli	8	4,0	4,0	60,7
	Öğrenci	79	39,3	39,3	100,0
	Toplam	201	100,0	100,0	

Tablo 10. Ankete katılan ziyaretçilerin iş durumlarının dağılım tablosu.

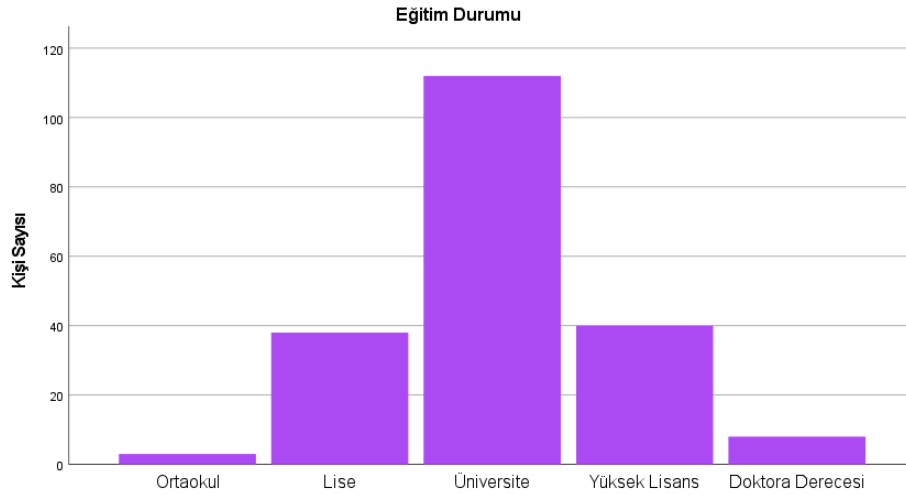


Grafik 5. Araştırmaya katılan katılımcıların iş durumlarının dağılımlarına göre bar grafiği.

Katılan ziyaretçilerin çoğunluğu işçiler ve öğrencilerdir. İşçiler 201 katılımcı arasında %42,8'ini oluşturmaktadır. Öğrenciler ise %39,3'ü kapsamaktadır. Serbest meslek %8 oranında, işsiz kategorisinde ise %12'lik bir oran ve en az katılım sağlanan iş durumu ise %4 oranıyla emekliler yer almaktadır. Bu veriler doğrultusunda ankete katılan ziyaretçilerin çoğunun aktif bir iş hayatlarının olduğu ve önemli bir kısmının eğitimlerine devam ettiği gözlemlenmektedir.

Eğitim Durumu					
		Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Ortaokul	3	1,5	1,5	1,5
	Lise	38	18,9	18,9	20,4
	Üniversite	112	55,7	55,7	76,1
	Yüksek Lisans	40	19,9	19,9	96,0
	Doktora Derecesi	8	4,0	4,0	100,0
	Toplam	201	100,0	100,0	

Tablo 11. Ankete katılan ziyaretçilerin eğitim durumlarının dağılım tablosu.



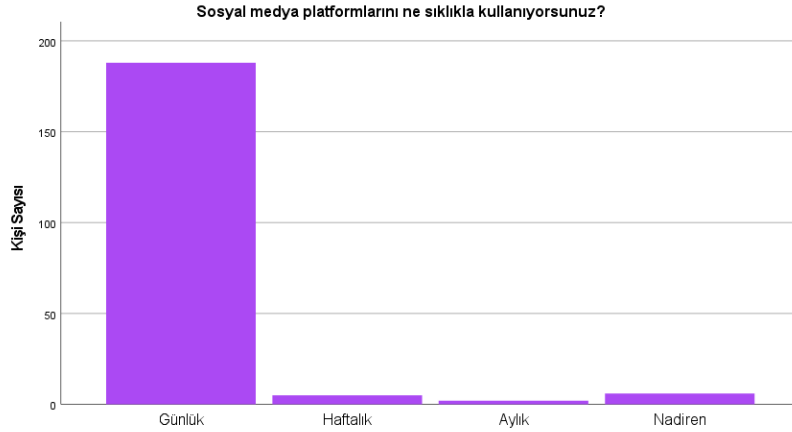
Grafik 6. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin eğitim durumlarının dağılımlarına göre bar grafiği.

Ankete katılan ziyaretçilerin eğitim durumlarına bakıldığında 201 kişiden 112 kişi üniversite mezunu, 40 kişi yüksek lisans ve 8 kişi de doktora derecesindedir. Kalan %20,4'lük kısmın %18,9'unu lise, %1,5'ini ise ortaokul mezunları oluşturmaktadır. Katılımcıların büyük çoğunluğunun üniversite ve lisansüstü eğitim düzeyine sahip olduğu, bununla birlikte bir kısmının lise düzeyinde eğitim aldığı gözlemlenmektedir.

Anketin ikinci kısmında sosyal medya kullanımı, müzelerin sosyal medya üzerinden takip etme sıklığı ve ilgili müzenin sosyal medya hesabının oluşturulmasına dair istegin değerlendirilmesine yönelik 3 soru sorulmaktadır.

Sosyal medya platformlarını ne sıklıkla kullanıyorsunuz?					
		Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Günlük	188	93,5	93,5	93,5
	Haftalık	5	2,5	2,5	96,0
	Aylık	2	1,0	1,0	97,0
	Nadiren	6	3,0	3,0	100,0
	Toplam	201	100,0	100,0	

Tablo 12. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin sosyal medya platformlarını kullanma sıklığı tablosu.



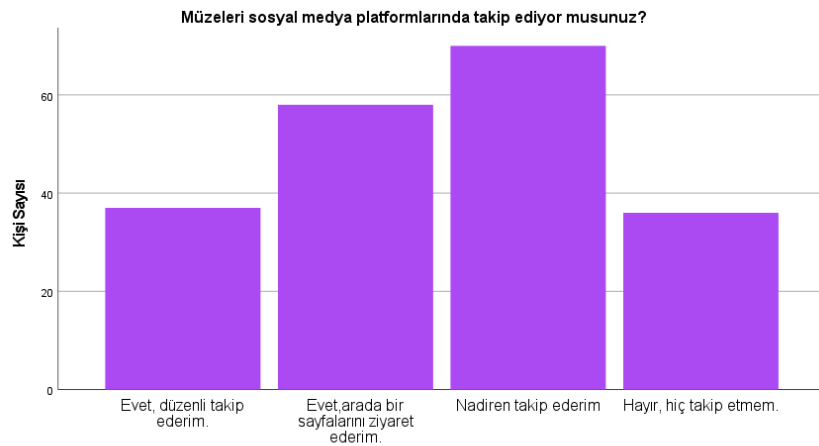
Grafik 7. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin sosyal medya platformlarını kullanma sıklıklarını gösteren bar grafiği.

“Sosyal medya platformlarını ne sıklıkla kullanıyorsunuz?” sorusuna katılımcıların %93,5’i günlük olarak, %3,5’i ise haftalık ya da aylık kullandığını %3’lük

kısımda nadiren kullandıklarını belirtmişlerdir. Elde edilen veriler, ziyaretçilerin büyük çoğunluğunun sosyal medya platformlarıyla düzenli olarak ilgilendiğini ve bu mecralarda aktif şekilde vakit geçirdiğini göstermektedir. Ayrıca dijital uygulamaların günlük yaşamda yaygın biçimde benimsendiği ve kullanımının bir alışkanlık haline geldiği de gözlemlenmektedir.

Müzeleri sosyal medya platformlarında takip ediyor musunuz?					
		Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Evet, düzenli takip ederim.	37	18,4	18,4	18,4
	Evet, arada bir sayfalarını ziyaret ederim.	58	28,9	28,9	47,3
	Nadiren takip ederim	70	34,8	34,8	82,1
	Hayır, hiç takip etmem.	36	17,9	17,9	100,0
	Toplam	201	100,0	100,0	

Tablo 13. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin sosyal medyada müzeleri takip etme durumunu gösteren tablo.



Grafik 8. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin sosyal medya platformlarından müzeleri takip etme durumunu gösteren bar grafiği.

Elde edilen veriler doğrultusunda ankete katılan ziyaretçilerin %34,8'i müzeleri sosyal medya platformları üzerinden nadiren, %29,9'u arada bir, %17,9'u da hiç takip etmemektedir. Düzenli olarak takip edenlerin oranı %18,4'tür. Bir önceki sorunun verileri göz önüne alındığında ziyaretçilerin çoğunun sosyal medya platformlarını yaygın bir şekilde kullanmasına rağmen müzeleri aktif bir şekilde takip etme oranının çok düşük olduğu görülmektedir.

Antalya Arkeoloji Müzesi'nin aktif etkinliklerini veya koleksiyon güncellemeleri hakkında bilgi vermek için sosyal medya hesaplarının oluşturulmasını ister misiniz?					
		Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Evet	177	88,1	88,1	88,1
	Hayır	24	11,9	11,9	100,0
	Toplam	201	100,0	100,0	

Tablo 14. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin sosyal medya platformlarından Antalya Arkeoloji Müzesi'ni takip etme isteğini gösteren tablo.



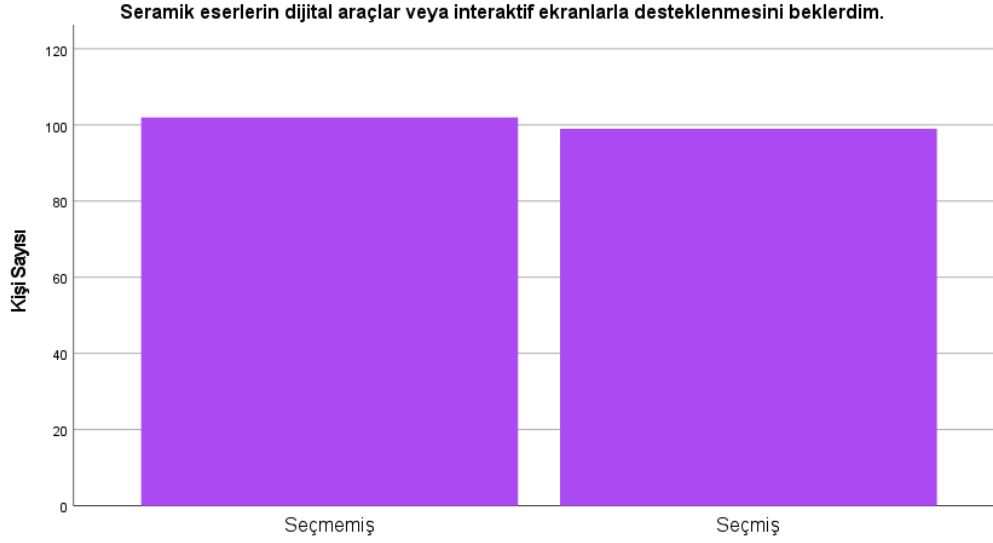
Grafik 9. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin sosyal medya platformlarından Antalya Arkeoloji Müzesi'ni takip etme isteğini gösteren bar grafiği.

Araştırmaya katılan ziyaretçilerin %88,1'i Antalya Arkeoloji Müzesi'nin aktif etkinlikleri ve koleksiyonlarından haberdar olabilmek için sosyal medya hesaplarının oluşturulmasını desteklemektedir. %11,9'u ise bu fikre katılmamaktadır. Büyük bir oranın müzeleri sosyal medya platformlarından takip etmemesine karşın 201 kişiden 177'si desteklemektedir. Antalya Arkeoloji Müzesi'nin sosyal medya platformlarında hesap oluşturmasını desteklemektedir. Müzenin aktif bir şekilde sosyal medyayı kullanarak etkileyici içerikler üretmesi durumunda gerçekleştirildiği takdirde ziyaretçi sayısını artırma potansiyeline ulaşabileceği gözlemlenmektedir.

Anket katılımcılarına “Seramik Eserler Salonu alanındaki deneyiminizi değerlendirmek için aşağıdaki özellikleri seçiniz (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)” şeklinde bir bölüm ayrılmıştır.

Seramik eserlerin dijital araçlarla veya interaktif ekranlarla desteklenmesini beklerdim.					
		Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümültatif Yüzde
Geçerli	Seçmemiş	102	50,7	50,7	50,7
	Seçmiş	99	49,3	49,3	100,0
	Toplam	201	100,0	100,0	

Tablo 15. “Seramik eserlerin dijital araçlarla veya interaktif ekranlarla desteklenmesini beklerdim.” maddesinin işaretlenme oranını gösteren tablo.

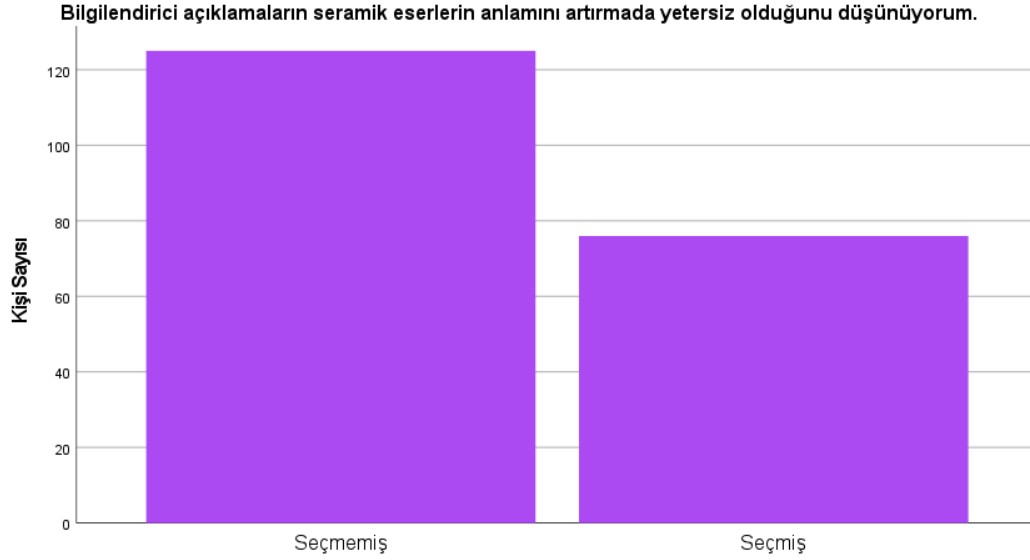


Grafik 10. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin seramik eserlerin dijital araçlar veya interaktif ekranlarla destekleme durumu bar grafiği.

Bu bölümde işaretlenen maddeler doğrultusunda seramik eserlerin dijital araçlar ve interaktif ekranlarla desteklenme beklentisi ve beklentinin oluşmama durumu oranları birbirlerine çok yakındır. %50,7'lik kısım bu beklenti içerisine girmiş, %49,3'ü ise mevcut durumdan memnun olduğunu belirtmiştir.

Bilgilendirici açıklamaların seramik eserlerin anlamını artırmada yetersiz olduğunu düşünüyorum.					
		Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Seçmemiş	125	62,2	62,2	62,2
	Seçmiş	76	37,8	37,8	100,0
	Toplam	201	100,0	100,0	

Tablo 16. “Bilgilendirici açıklamaların seramik eserlerin anlamını artırmada yetersiz olduğunu düşünüyorum.” maddesinin işaretlenme oranını gösteren tablo.

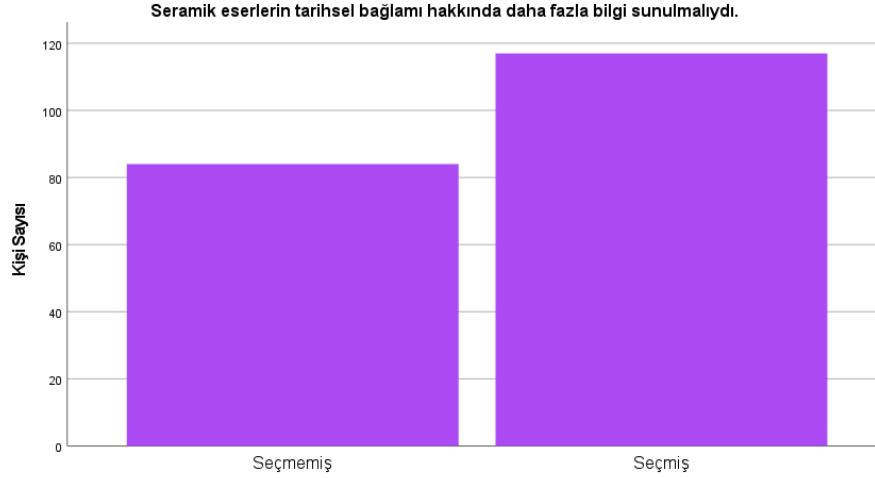


Grafik 11. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin bilgilendirici açıklamaların seramik eserlerin anlamını artırmada yetersiz olduğunu düşünme oranlarını gösteren bar grafiği.

Ankete katılan ziyaretçilerin %62'si Seramik Eserler Salonu'ndaki bilgilendirici açıklamaları yeterli bulmamış; %37,8'i ise bu açıklamaları yeterli bulduğunu belirtmiştir.

Seramik eserlerin tarihsel bağlamı hakkında daha fazla bilgi sunulmalıydı.					
		Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Seçmemiş	84	41,8	41,8	41,8
	Seçmiş	117	58,2	58,2	100,0
	Toplam	201	100,0	100,0	

Tablo 17. “Seramik eserlerin tarihsel bağlamı hakkında daha fazla bilgi sunulmalıydı.” maddesinin işaretlenme oranını gösteren tablo.

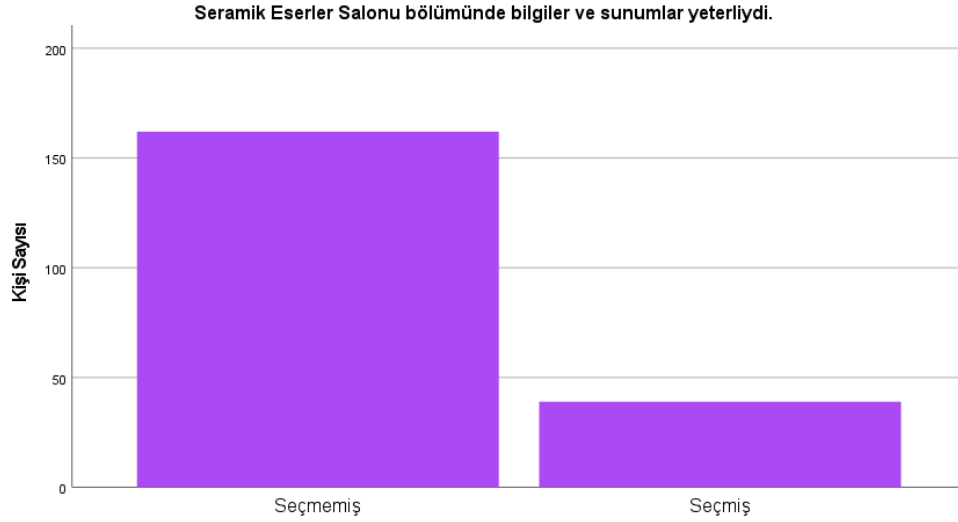


Grafik 12. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin seramik eserlerin tarihsel bağlamı hakkında daha fazla bilgi sunulması konusunda katılım oranını gösteren bar grafiği.

Seramik Eserler Salonunda çoğunluğun bilgilendirici açıklamaları yeterli bulup bir önceki seçeneği işaretlememesine karşın araştırmaya katılan ziyaretçilerin (%58,2) yarısından fazlasının seramik eserlerin tarihsel bağlamı hakkında sunulan bilgileri yetersiz bularak bu seçeneği işaretledikleri görülmektedir. Bu durum, bilgilendirici açıklamaların temel düzeyde yeterli olduğu fakat ziyaretçilerin çoğunluğunun bu bilgiler dışında seramik eserler hakkında daha çok bilgi öğrenmek istediği şeklinde yorumlanabilmektedir.

Seramik Eserler Salonu bölümünde bilgiler ve sunumlar yeterliydi.					
		Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Seçmemiş	162	80,6	80,6	80,6
	Seçmiş	39	19,4	19,4	100,0
	Toplam	201	100,0	100,0	

Tablo 18. “Seramik Eserler Salonu bölümünde bilgiler ve sunumlar yeterliydi.” maddesinin işaretlenme oranını gösteren tablo.



Grafik 13. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin seramik eserler salonu bölümünde bilgiler ve sunumların yeterliliği konusunda katılım oranını gösteren bar grafiği.

Genel olarak değerlendirilmesi istenen Seramik Eserler Salonu için ankete katılan ziyaretçilerin %80,6'sının bilgilendirme ve sunum olarak yeterli bulmadıklarını, %19,4'ün ise yeterli buldukları gözlemlenmektedir. İlk seçeneğin temel bilgilendirme düzeyini yansıttığı göz önünde bulundurulduğunda diğer maddelerdeki oranlarda da görüldüğü gibi eserlerin sunum ve bilgilendirme bakımından temel düzeyde kaldığı ve bu alanda sunumların ve bilgilendirmelerin geliştirilmesi gereken noktalar olduğu tespit edilmektedir.

Hiçbiri					
		Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Seçmemiş	194	96,5	96,5	96,5
	Seçmiş	7	3,5	3,5	100,0
	Toplam	201	100,0	100,0	

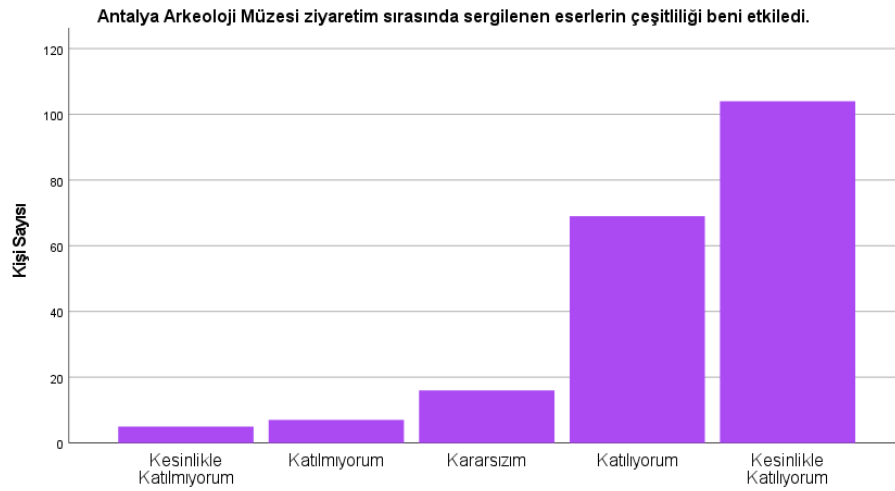
Tablo 19. “Hiçbiri” maddesinin işaretlenme oranını gösteren tablo.

Ankete katılan ziyaretçilerin %96,5'i "hiçbiri" seçeneğini işaretlememiş, %3,5'i ise diğer tüm seçeneklerle hemfikir olmadığı için bu seçeneği işaretlemiştir.

Diğer		Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Seçmemiş	197	98,0	98,0	98,0
	Seçmiş	4	2,0	2,0	100,0
	Toplam	201	100,0	100,0	

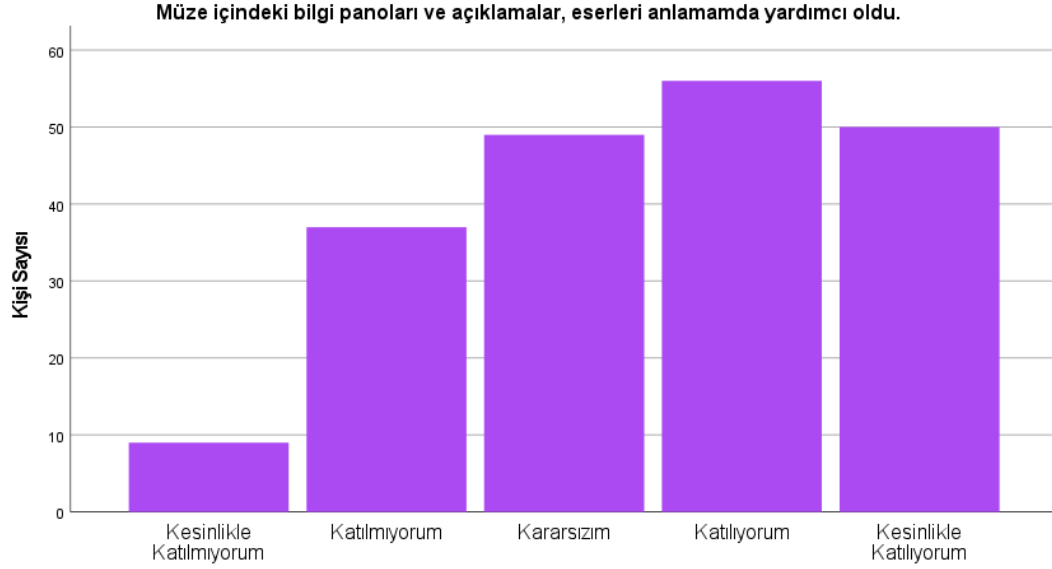
Tablo 20. "Diğer" maddesinin işaretlenme oranını gösteren tablo.

Diğer seçeneğini işaretleyen 4 ziyaretçi eser bilgilendirmesinde daha fazla dil seçeneğinin eklenmesini talep etmiş, kalan 197 kişi ise bu seçeneği işaretlememiştir. Son bölümde yer alan 5'li Likert ölçek ile oluşturulan toplam 10 sorunun güvenilirlik değeri 0,760'tır. Bu değer, ölçeğin güvenilir olduğunu göstermektedir.



Grafik 14. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin Antalya Arkeoloji Müzesi ziyaretleri sırasında sergilenen eserleri çeşitli bulma oranlarını gösteren bar grafiği.

Ankete katılan müze ziyaretçilerinin "%86'sı, 'katılıyorum' ya da 'kesinlikle katılıyorum' seçeneklerinden birini işaretleyerek, müze içerisindeki sergilenen eserlerin çeşitliliğinden memnun kalmıştır. Bu durum müzenin geniş bir koleksiyona sahip olduğunu ve ziyaretçiler üzerinde olumlu bir izlenim bıraktığını göstermektedir.



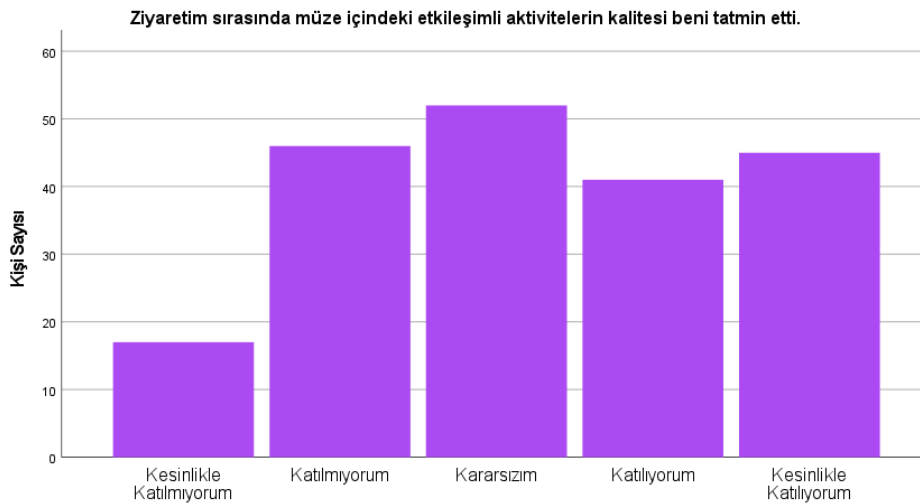
Grafik 15. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin müze içerisindeki bilgi panoları ve açıklamaları eserleri anlamalarında yardımcı olma oranlarını gösteren bar grafiği.

Müze içerisindeki bilgi panoları ve açıklamaların eserlerin anlaşılmasında yardımcı olma durumuna %52,8'i yeterli bulmuş, %24,4'ü kararsızlık belirtmiştir ve %22,9'u yardımcı olmadığını belirtmiştir. Bu doğrultuda anket uygulanan ziyaretçilerin yarısının yeterli bulup diğer yarısının kararsız ve olumsuz cevap vermesi müze içerisindeki bilgilendirme içeriklerinin geliştirilmesine işaret edebileceği gözlemlenmektedir.



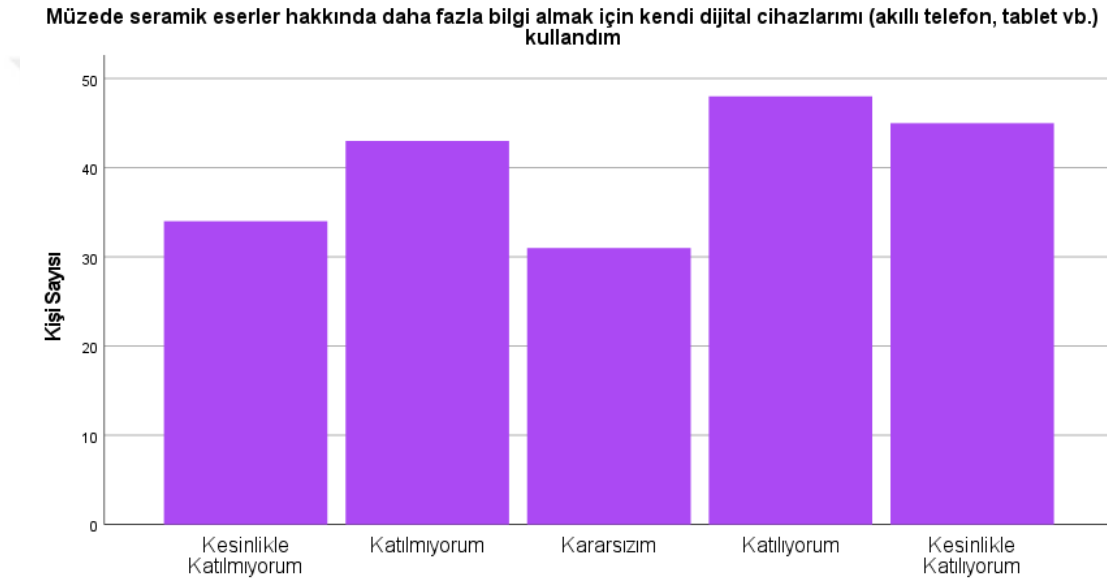
Grafik 16. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin Antalya Arkeoloji Müzesi'nin genel düzeninden etkilenme oranlarını gösteren bar grafiği.

Ankete katılan ziyaretçilerin çoğunluğu müzenin genel düzenlemesinden memnun kalmıştır. %17,4'lük kısmı kararsız olduğunu belirtmiş, %11'lik kısmı ise bu duruma olumsuz cevap vermiştir.



Grafik 17. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin ziyaretleri sırasında müze içerisindeki etkileşimli aktiviteleri kaliteli bulma oranlarını gösteren bar grafiği.

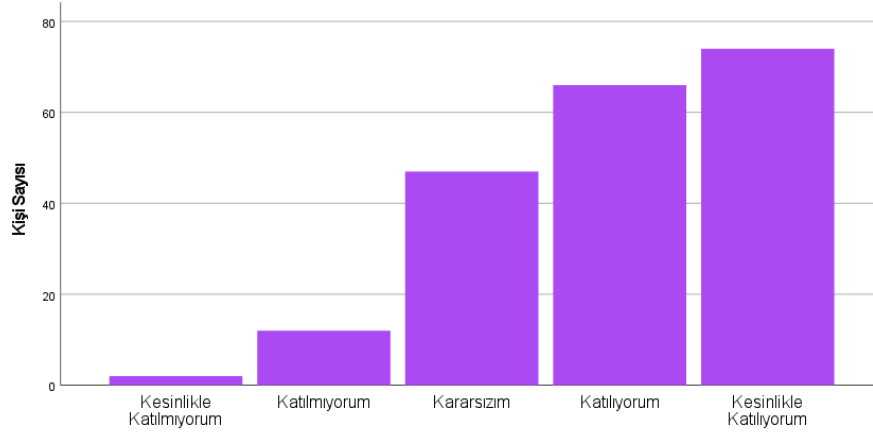
Müze içerisindeki etkileşimli aktiviteleri ziyaretçilerin %42,8'i etkilenmiş, %25,9'u kararsız kalmış, %31,9'u da olumsuz görüş bildirmiştir. Veriler doğrultusunda müze, içerisinde bulundurduğu etkileşim alanlarının sayısını veya kalitesini artırması durumunda ziyaretçi deneyimini artırma potansiyeline sahip olabileceği gözlemlenmektedir.



Grafik 18. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin müze içerisinde seramik eserler hakkında daha fazla bilgi alabilmek için kendi dijital cihazlarını kullanma oranlarını gösteren bar grafiği.

Müze ziyaretçilerinin seramik eserler hakkında daha fazla bilgi alabilmek için dijital cihazlarını kullanma oranı %46,3'tür. Kullanma ihtiyacı bulmayan ziyaretçi oranı %38,3, kararsızların oranı ise %15,4'tür. Bu oranlar müze ziyaretçilerinin neredeyse yarısının müze deneyimi içerisinde dijital araçlara ihtiyaç duyduğunu göstermektedir.

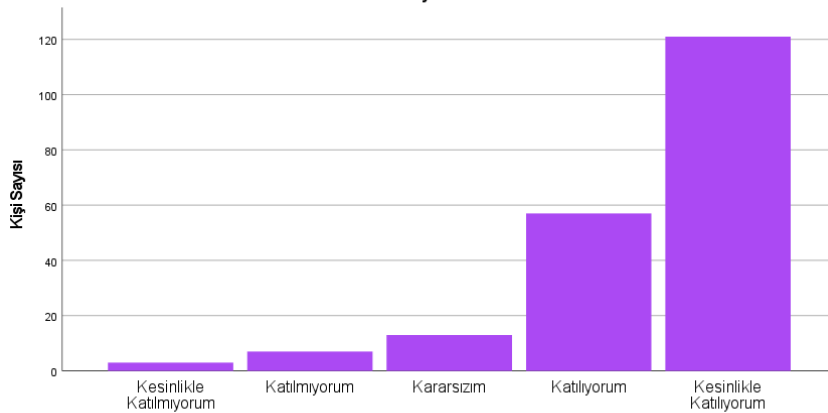
Diğer müzelerde gördüğüm yeni medya teknolojilerinin, ziyaretlerimi daha eğitici veya ilgi çekici hale getirdiğini düşünüyorum.



Grafik 19. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin diğer müzelerde gördükleri yeni medya teknolojilerinin ziyaretlerini daha eğitici veya ilgi çekici hale getirdiğini düşünme oranlarını gösteren bar grafiği.

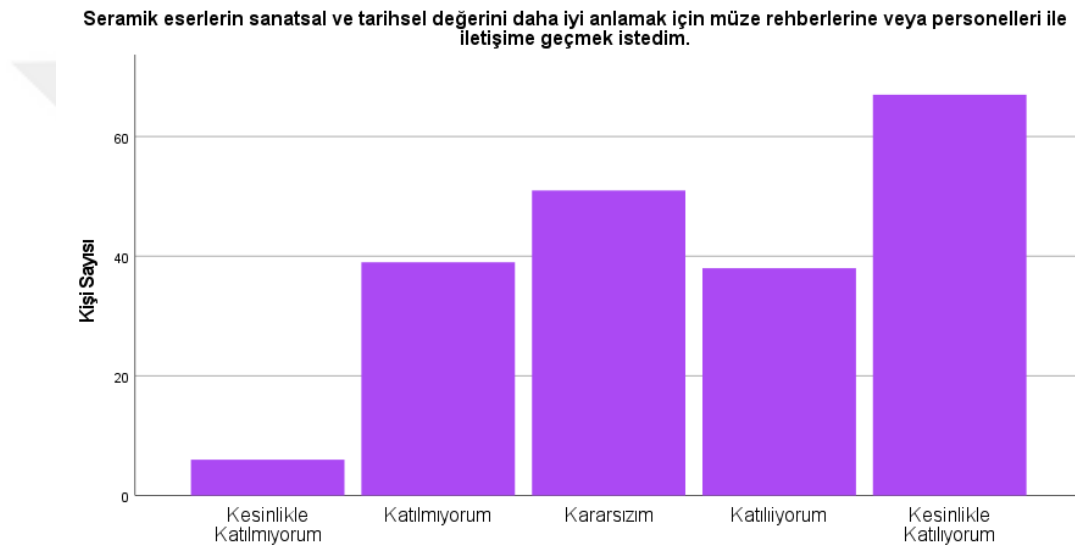
Ankete katılan ziyaretçilerin %69,6'sı Antalya Arkeoloji Müzesi dışında diğer müzelerin yeni medya teknolojileri ile uyumlanarak sergiledikleri eserlerin daha eğitici ve ilgi çekici olduklarını ifade etmişlerdir. Yeni medya teknolojileriyle başarılı bir şekilde uyumlanan müzenin daha çağdaş ve yenilikçi bir yaklaşım yakalayarak ziyaretçi potansiyelini genişletebileceği gözlemlenmektedir.

Seramik eserlerin hikayelerini daha etkili bir şekilde anlatılabilmesi için yeni medya teknolojilerinin kullanımını destekliyorum.



Grafik 20. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin seramik eserlerin hikayelerini daha etkili bir şekilde anlatılabilmesi için yeni medya teknolojilerinin kullanımını destekleme oranlarını gösteren bar grafiği.

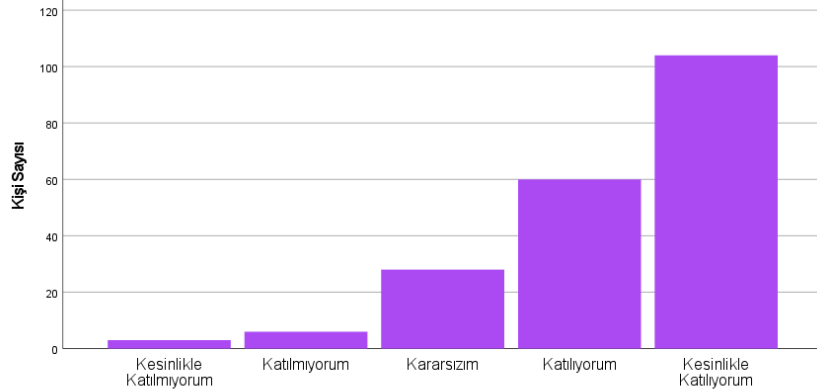
Veriler incelendiğinde ankete katılan ziyaretçilerin %88,6'sının müze içerisindeki seramik eserlerin tarihi bağlamlarının daha etkili bir şekilde anlaşılabilmesi için yeni medya teknolojilerini destekledikleri görülmektedir. Bu destek ile müzenin yeni medya teknolojilerine bütçe ayırması ve yatırım yapması gerektiği şeklinde yorumlanabilmektedir.



Grafik 21. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin seramik eserlerin sanatsal ve tarihsel değerini daha iyi anlayabilmek için müze rehberleri veya personelleriyle iletişime geçmek isteme oranlarını gösteren bar grafiği.

Seramik Eserler Salonunu deneyimlerken eserlerin sanatsal ve tarihsel değerini daha iyi anlamak için müze rehberleriyle veya personelleriyle iletişime geçme isteyen ziyaretçi oranı %52,2 iken herhangi bir iletişime ihtiyaç duymayan ziyaretçi oranı ise %22,4'ü, kararsız yanıt veren ziyaretçi oranı ise %25,4'tür. Bu durum müze rehberliğinin ve personelin etkileşiminin daha fazla olması gerektiğini göstermektedir.

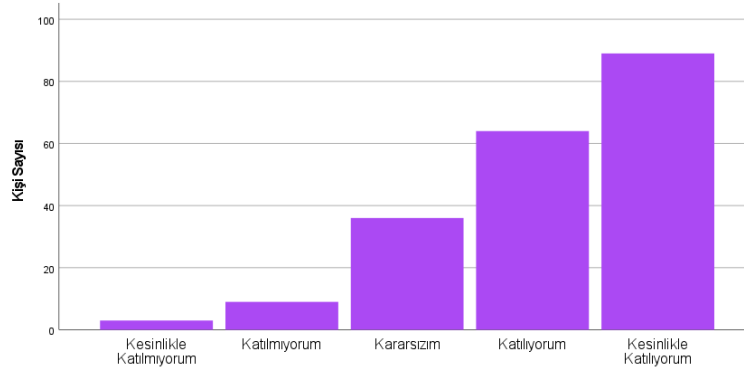
Müzenin seramik koleksiyonunu daha genç nesillere tanıtmak ve onların ilgisini çekmek için dijital oyunlar veya etkileşimli aktiviteler düşünülebilir.



Grafik 22. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin müzenin seramik koleksiyonunu daha genç nesillere tanıtılması ve onların ilgisini çekmek için dijital oyunlar veya etkileşimli aktivitelerin üretilmesinin düşünülmesini isteme oranlarını gösteren bar grafiği.

Ankete katılan ziyaretçilerin %81,6'sı müzenin Seramik Eserler Salonunda sergilenen seramik eserlerinin daha genç nesillere tanıtılması ve ilgilerini çekmesi için dijital oyunlar veya etkileşimli aktiviteleri desteklediği görülmektedir. %13,9'u bu konu hakkında kararsız olduğunu belirtmiştir, ziyaretçilerin %4,5'i ise “katılmıyorum” veya “kesinlikle katılmıyorum” seçeneğini işaretleyerek olumsuz görüş bildirmiştir.

Yeni medya teknolojilerinin müzeyi zenginleştirilmesi durumunda, müze ziyaretini daha sık yapmayı düşünüyorum.



Grafik 23. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin yeni medya teknolojileri ile müzenin zenginleştirilmesi durumunda müze ziyaretlerini daha sık yapma oranlarını gösteren bar grafiği.

Müze ziyaretçilerinin çoğunluğu %76,1 müzenin yeni medya teknolojileri ile uyumlanması durumunda ziyaretlerini daha sık gerçekleştireceklerini belirtmişlerdir. %17,9'u kararsız, %6'sı ise olumsuz görüş bildirmiştir. Veriler doğrultusunda açıkça görülmektedir ki müze işlevlerini geliştirmek ve zenginleştirmek için yeni medya teknolojilerine yatırım yapması durumunda ziyaretçi sayısını artırma potansiyeline ulaşabileceği öngörülmektedir

4.3. Antalya Arkeoloji Müzesinde Bulunan İnhumasyon Gömü Buluntusunun Yeni Medya Teknolojileri ile Entegrasyonu

Uygulanan anket verileri ve alan gözlemleri doğrultusunda, Antalya Arkeoloji Müzesi Seramik Eserler Salonu'nda yer alan seramik eserlerin sergileme biçimlerinin, özellikle tarihsel bağlamı aktarma konusunda geliştirilmeye açık olduğu tespit edilmiştir. Ziyaretçilerin önemli bir kısmı, mevcut bilgilendirici açıklamaları yetersiz bulmuş; bu da bilgi edinme sürecinde bağlamsal bütünlüğün eksik kaldığını göstermiştir. Bu ampirik bulgular, sergi deneyiminin içeriğini yeni medya temelli anlatı teknikleriyle zenginleştirme gerekliliğine işaret etmektedir.

Bu ihtiyaç çerçevesinde geliştirilen uygulama önerisinde, Seramik Eserler Salonu'nda sergilenen inhumasyon gömü (pithos mezar) buluntusu odak olarak seçilmiştir. Seçimin temel nedeni, söz konusu mezarın hem mekân içinde dikkat çeken fiziksel bir konuma sahip olması, hem de sunumunun ritüel, kültürel ve tarihsel anlam katmanlarını ziyaretçiye aktarma açısından sınırlı kalmasıdır. Mezarın yanında yer alan kısa bilgiler ve kazı görselleri, yalnızca genel tarihsel bağlamı sunmakta; ancak mezarın sembolik içeriği örneğin cenin (hocker) pozisyonu, mezar objelerinin anlamı, ölüm sonrası inanç sistemleri gibi unsurlar anlatıdan büyük ölçüde yoksun bırakılmaktadır. Belirlenen eksiklik, nesnenin yalnızca fiziksel bir obje olarak sergilenmesine değil, aynı zamanda taşıdığı antropolojik ve kültürel değer de görünmez kalmasına yol açmaktadır.

Dolayısıyla, geliştirilen öneri, pithos mezar gibi sembolik anlamı yüksek bir arkeolojik buluntunun daha derinlikli, görsel-işitsel ve pedagojik bir anlatı yapısıyla sunulmasına odaklanmaktadır. Projenin ilk aşamasında, ziyaretçiye bilgi aktarımını güçlendirmek amacıyla kısa bir animasyon anlatımı hazırlanmıştır. Hazırlanan animasyon, pithos gömü geleneğinin tarihsel bağlamı, gömme pozisyonu, mezar objeleri ve ölüm ritüellerine dair içerikleri sade ve anlaşılır bir şekilde sunmakta; böylece nesnenin yalnızca fiziksel değil, anlamsal derinliğini de görünür kılmayı amaçlamaktadır.

Öneri, yeni medya teknolojilerinin müzecilik alanındaki potansiyelini göstermek amacıyla hazırlanmış, başlangıç düzeyinde bir dijital anlatı modelidir. Mevcut öneride artırılmış gerçeklik (AR) ya da mobil uygulama entegrasyonu gibi ileri teknik bileşenler yer almamaktadır; bu tür unsurlar, sonraki aşamalarda kurumsal ve teknik iş birliğiyle geliştirilebilecek potansiyel adımlar olarak düşünülmektedir. Ayrıca, tez çalışmasının süresi ve kapsamı göz önüne alındığında, Seramik Eserler Salonu’nun tüm bölümlerine benzer uygulamaların geliştirilmesi mümkün olmamış; bu nedenle temsil gücü yüksek ve anlatı potansiyeli bariz olan bir örnek üzerinden sınırlı ancak derinlikli bir uygulama tercih edilmiştir.

Sonuç olarak bu uygulama, ziyaretçiyle kültürel miras nesnesi arasında daha anlamlı, etkileşimli ve bütünlüklü bir bağ kurmayı amaçlayan bir anlatı yaklaşımı sunmakta; çağdaş müzecilik pratikleriyle uyumlu olarak, bilgi edinme sürecini deneyimsel ve çok katmanlı hale getirme yönünde önemli bir adım teşkil etmektedir.



Görsel 71. Antalya Arkeoloji Müzesi, Pithos mezarların bilgilendirme panoları, 2025.

(Araştırmacının Kişisel Arşivi, 02.07.2024)

Tez kapsamında geliştirilen dijital uygulama, Seramik Eserler Salonu’nda yer alması öngörülen bir kiosk tasarımı olarak yapılandırılmıştır. Bu kiosk aracılığıyla ziyaretçiye pithos mezar geleneğini tarihsel, ritüel ve kültürel yönleriyle aktaracak görsel-işitsel bir anlatı sunulması hedeflenmiştir. Tasarım sürecinin ilk adımında, pithos mezarlar ve ölü gömme gelenekleri üzerine kapsamlı bir literatür taraması gerçekleştirilmiş; bu bilgiler doğrultusunda içerik yapısı oluşturulmuştur. Yapılan literatür taraması sonucunda, İzmir Kültür Sanat Fabrikası’nda sergilenen pithos mezarlara eşlik eden bir illüstrasyon çalışmasına ulaşılmıştır. Bu illüstrasyon, Erken Tunç Çağı (yaklaşık MÖ 2700–1800) gömü geleneklerini temsil eden bir sahneyi görselleştirmektedir. Görselde, pithos içine cenin (hocker) pozisyonunda yerleştirilmiş bir figür, mezar içine bırakılan ölü hediyeleri ve sade bir kırsal arka plan kurgusu yer almakta; bu unsurlar, dönemin ritüel pratiğini ve kültürel bağlamını yansıtan öğeler olarak dikkat çekmektedir. Resmedilen ölü gömme anı, çalışmanın görsel referans çerçevesini genişletmiş; literatürdeki yazılı bilgilerin yanı sıra,

dönemsel yaşam tarzına ve ritüel detaylarına dair daha somut bir algının oluşmasını sağlamıştır.



Görsel 72. İzmir Kültür Sanat Fabrikası, Pithos Mezarlar, 2025. (Araştırmacının Kişisel Arşivi, 02.01.2025)

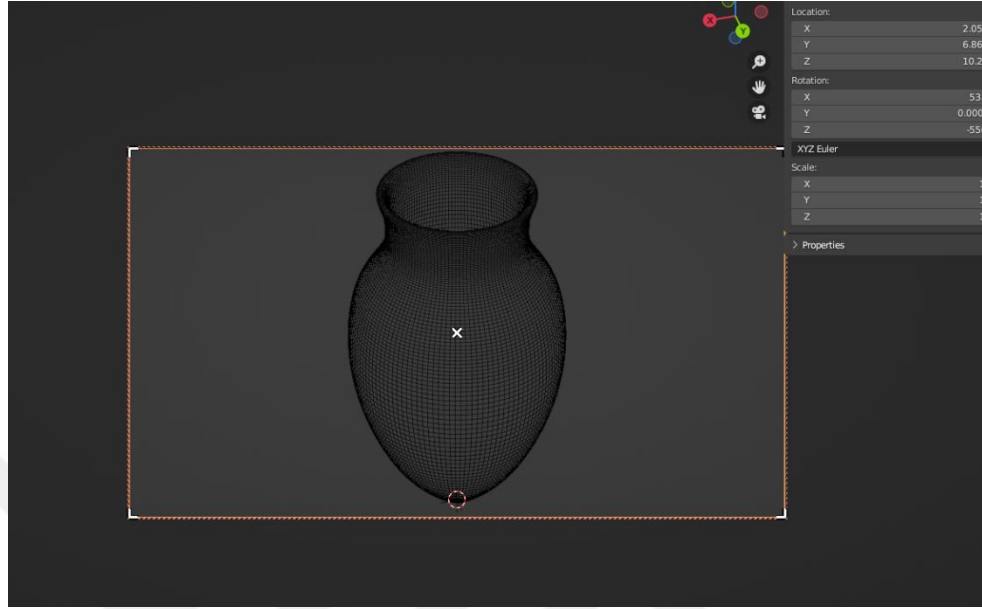
Pithos mezarları, küp mezar ya da çömlek mezar olarak çeşitli isimlerle adlandırılmakta, MÖ 2700 ile 1800 yılları arasında kullanılan bir çeşit ölü gömme geleneğidir. Ölünün hoker pozisyonunda konumlandırıldığı ve genellikle ağızları doğuya yönelik olan küp mezarlar, içerisinde ölüye ait eşya veya armağanları da bulunabilmektedir. Bununla birlikte küp mezarlar, birden fazla kişinin bulunduğu aile mezarları da olabilmektedir (Altan, 2020.)

Ölünün hoker pozisyonunda gömülmesi ve mezarların doğuya bakacak şekilde yerleştirilmesi, dönemin inanç sistemiyle ilişkilendirilerek çeşitli şekillerde

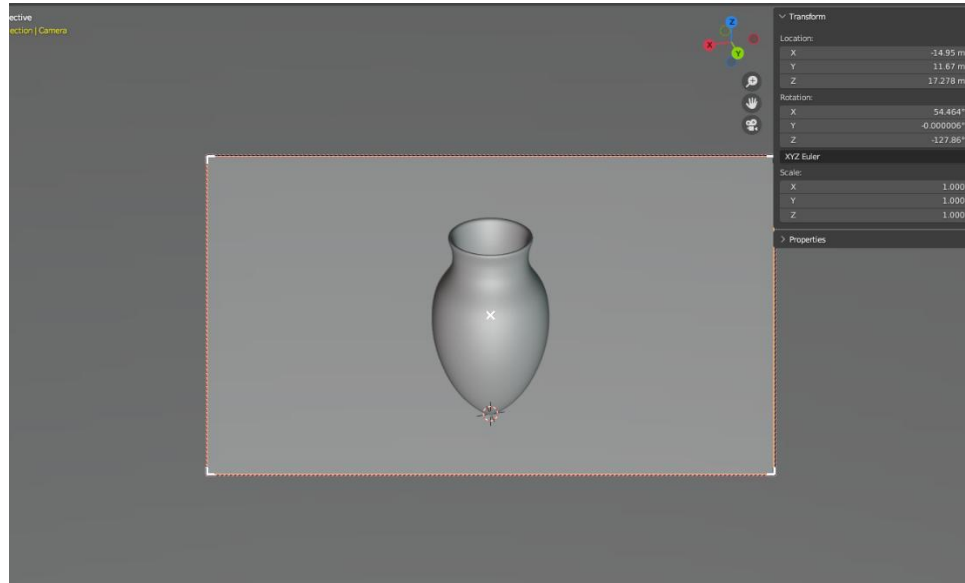
yorumlanmaktadır. Bu uygulamaların, Güneş tanrısı Helios'a tapınılmasından kaynaklandığı ya da hoker pozisyonunun insanın ana rahmindeki duruşunu andırması nedeniyle yeniden doğuş inancına işaret ettiği öne sürülmektedir (Altan, 2020). Bununla birlikte bu araştırmada referans alınan (**Görsel 72**) illüstrasyonda görülen ölünün sarılma şekli ve buğday taneleri, gerçekleştirilen ölüm ritüelinin ayrılma evresini izleyen geçiş evresini yansıtmaktadır. Ölünün mezara konmasıyla başlamakta ve ruhun öteki dünyaya ulaşması ile son bulan bu geçiş ya da eşiksellik evresi, ölen kişiyle beraber mezara konulan ve bugün mezar armağanı olarak adlandırılan buluntuların bir kısmının işlevselleştiği ritüelin gerçekleştiği mekânsal ve zamansal bağlamı yansıtmaktadır (Uhri, 2006). Bu bağlamda yapılacak uygulama çalışması için storyboard (görsel senaryo) hazırlanmış, uygulama takvimi ve planı oluşturulmuştur. İlk aşamada müzede bulunan pithos buluntusunun detaylı fotoğrafları çekilmiş, Blender uygulaması kullanılarak üç boyutlu modellemesi gerçekleştirilmiştir.



Görsel 73. Antalya Arkeoloji Müzesi, Pithos mezar buluntusu, 2024. (Araştırmacının Kişisel Arşivi, 02.07.2024)



Görsel 74. Modellen pithos mezar görüntüsü, Blender, 2025. (Araştırmacının Kişisel Arşivi,15.08.2024)

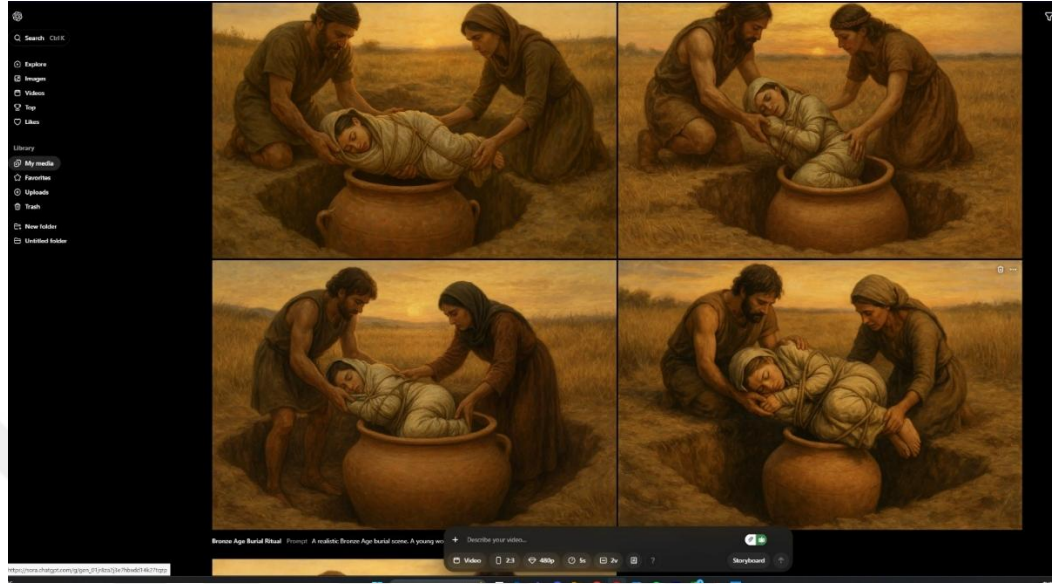


Görsel 75. Modellen pithos mezar görüntüsü, Blender, 2025. (Araştırmacının Kişisel Arşivi,15.08.2024)

Modellenen 3B mezardan elde edilen bilgiler doğrultusunda, ölü defnetme ritüelini simgeleyen görseller içeren bilgilendirici bir animasyon hazırlanmıştır. Bu görseller, araştırma sonucunda elde edilen tarihsel veriler doğrultusunda Sora yapay zekâ uygulamasıyla, uygun direktiflere dönüştürülerek oluşturulmuştur. Söz konusu görsellerin üretiminde salt estetik bir hedef güdülmemiş, aksine arkeolojik gerçekliğe olabildiğince yakın ve pedagojik anlamda işlevsel içerikler tasarlanmaya özen gösterilmiştir. Her ne kadar doğrudan bir arkeolog veya küratörle birebir çalışma yürütülmemiş olsa da görsellerin üretim süreci, mevcut arkeolojik literatür, kazı raporları, akademik yayınlar ve görsel belgelere dayandırılarak yapılandırılmıştır. Bu kaynaklardan hareketle oluşturulan gelişmiş ve detaylandırılmış direktifler, yapay zekânın tarihsel, kültürel ve nesneye özgü özelliklere uygun görsel çıktılar üretmesini sağlamıştır. Özellikle mezarın fiziksel yapısı, cenin pozisyonu ve döneme özgü malzeme kullanımına dair unsurlar, tarihsel belgelerden yola çıkarak yapay zekâyâ aktarılan temel öğelerdir.

Bu yaklaşım, günümüz müzecilik ve dijital temsil pratiklerinde yaygınlaşan bir yöntemdir ve “veri destekli yaratıcı görselleştirme” olarak adlandırılabilir. Ayrıca, yapay zekâ kullanımı, hızlı prototipleme ve alternatif senaryo oluşturma bakımından erişilebilir ve deneysel bir ortam sunmakta; bu da araştırmacının tarihsel doğruluk ve kültürel duyarlılığı önceleyen içerikler üretmesini mümkün kılmaktadır.

Etik temsil konusunda ise, pithos mezarın yalnızca fiziksel değil, ritüel ve sembolik bağlamını da göz önünde bulunduran bir anlatım dili benimsenmiştir. Görseller, sadece dekoratif unsurlar olarak değil, aynı zamanda ölü gömme ritüelleri, mezar objeleri ve dönemin inanç sistemine dair ziyaretçide farkındalık ve empati yaratacak bir deneyimin parçası olarak kurgulanmıştır. Bu doğrultuda yapay zekâ, geleneksel sunum biçimlerini destekleyen katmanlı, anlam yüklü ve etkileşimli bir anlatı ortamı yaratmaya yönelik bir araç olarak değerlendirilmiştir.



Görsel 76. Sora uygulama ekranı arayüzü. (Araştırmacının Kişisel Arşivi, 11.03.2025)



Görsel 77. Ölü defnetme ritüeline “hazırlanışı” simgeleyen görsel, 2025.

(Görsel, araştırmacı tarafından oluşturulan metinsel komut doğrultusunda, yapay zekâ destekli içerik üretim aracı (Sora) aracılığıyla üretilmiştir. 11.03.2025)

Kullanılan Direktif (Prompt): Tunç Çağı Anadolu'suna ait gerçekçi bir cenaze ritüeli illüstrasyonu. Genç bir kadının bedeni keten bezlere sarılıyor ve büyük bir kil pithos küpünün yanına defnedilmek üzere hazırlanıyor. Basit Anadolu giysileri giymiş yas tutanlar, ipler, buğday taneleri ve çömlekler gibi eşyaları düzenliyor. Arka planda uzak dağlar, dağınık sazlıklar ve kuru bir tarlanın üzerine düşen yumuşak altın rengi bir ışık görülüyor. Stil: resimsel gerçekçilik, sıcak toprak tonları, tarihsel doğruluk.

Görsel 77'de ölünün defnetme ritüelinin hazırlanış evresi resmedilmektedir. Geçmiş dönemin atmosferi yansıtılmaya çalışılarak, sarı, kahverengi ve turuncu renk paletleri kullanılmıştır. Ölü beden, kompozisyonun merkezine yerleştirilerek etrafındaki figürlerin üzüntüleri ve ölüye saygıları net bir şekilde yansıtılmaya çalışılmıştır. Elde edilen bilgiler doğrultusunda ölünün iple sarılma anı realist ve doğal bir tarzda görselleştirilmiştir.



Görsel 78. Ölü defnetme ritüelinde “ölünün mezara konumlandırılma anı” simgeleyen görsel, 2025.

(Görsel, araştırmacı tarafından oluşturulan metinsel komut doğrultusunda, yapay zekâ destekli içerik üretim aracı (Sora) aracılığıyla üretilmiştir. 11.03.2025)

Kullanılan Direktif (Prompt): Gerçekçi bir Tunç Çağı gömü sahnesi. Genç bir kadının cenin (hocker) pozisyonundaki bedeni, keten bezine sarılmış ve gevşekçe iple bağlanmış halde, iki yas tutan kişi tarafından büyük bir pişmiş toprak pithos küpüne nazikçe indiriliyor. Küp, kuru ve altın rengi bir tarladaki sığ bir çukurun içinde yer almakta. Küpün ağzı dar ve hafifçe dışa açılıyor; kıvrılmış bedeni alabilecek genişlikte. Gövdesi ise geniş ve yuvarlak — antik Anadolu gömü küplerine özgü tipik bir form. Küp sağlam ve gerçekçi; abartılı değil, bir kâse gibi açık ya da ikiye bölünmüş değil. Atmosfer sıcak, saygılı ve gün batımı ışığında. Sanat tarzı: sıcak tonlarla resimsel gerçekçilik; arkeolojik belgesel görselliği ile müze duvar resmi estetiğinin birleşimi.

Görsel 78'de de yine kompozisyon detayları aynı tutularak anlatım bütünlüğü sağlanılmaya çalışılmış, odağın, ölen kişinin yerleştirildiği ana yöneltilmesi amaçlanmıştır. İlk görselin devamı niteliğinde olan bu görsel, ölünün sarıldıktan sonra cenin pozisyonuna getirilerek pithos mezar içerisine nasıl konumlandırıldığını dönemin hissiyatını yansıtarak göstermektedir.



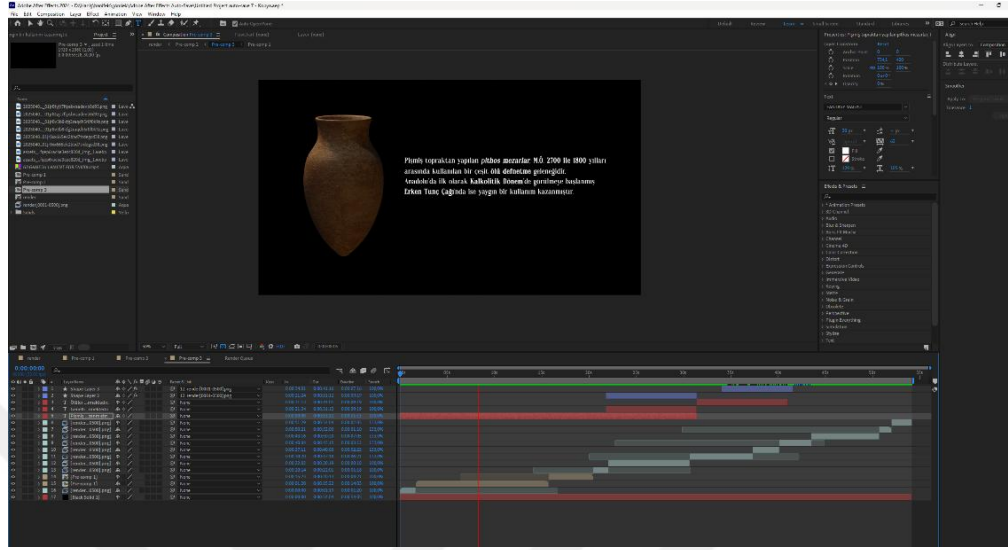
Görsel 79. Ölü defnetme ritüelinde “sonlandırma anı” simgeleyen görsel, 2025.

(Görsel, araştırmacı tarafından oluşturulan metinsel komut doğrultusunda, yapay zekâ destekli içerik üretim aracı (Sora) aracılığıyla üretilmiştir. 11.03.2025)

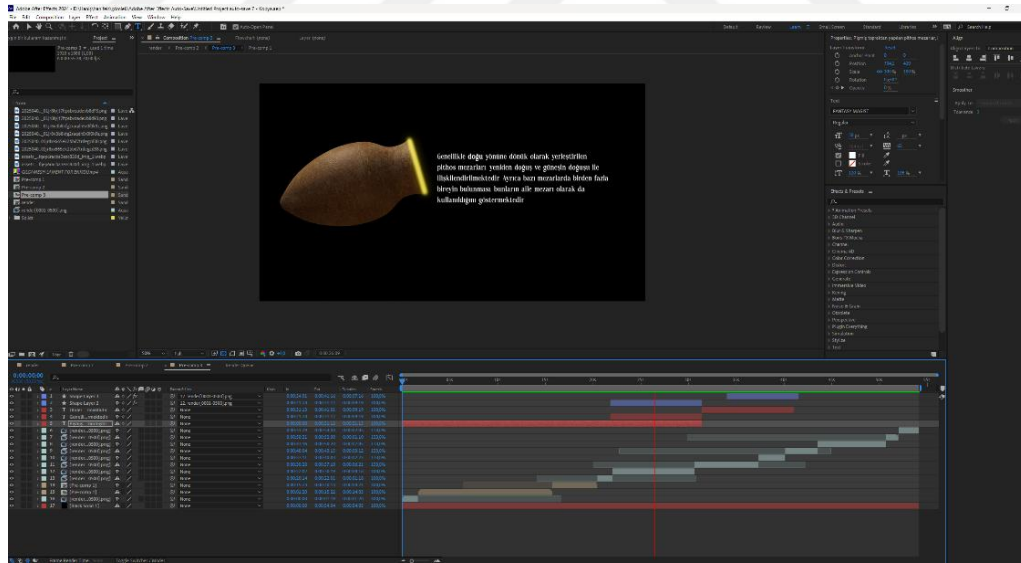
Kullanılan Direktif (Prompt): Bir Tunç Çağı pithos mezarının mühürlenme anına ait detaylı bir sahne. Büyük bir kil küpün ağzı taş ya da pişmiş toprak bir kapakla kapatılmış. Yas tutanlar üzerine toprak ve çakıl taşı yerleştiriyor. Etrafına küçük adak eşyaları — çömlekler ve tahıllar gibi — bırakılmış. Altın rengi gün batımı tarlayı aydınlatıyor; uzakta dağlar ve uzun otlar görülüyor. Stil: resimsel (painterly), sıcak tonlar, arkeolojik belgesel tarzı.

Görsel 79'da ise, ölünün defnedilmesinin son aşaması yine ilk iki görselin kompozisyon ve temasına uygun olarak oluşturulmuştur. Kompozisyonda arkada duran figür, duruşu ve yüz ifadesiyle yas tutan kişiyi simgelemektedir. Pithos mezarın ağzının kapatılması ve üstüne buğday tanelerinin serpiştirilmesi ile de ölünün ayrılma evresi resmedilmesi amaçlanmıştır, ölüye veda ve kabulleniş vurgulanarak son görsel sahne hazırlanmıştır. Bu doğrultuda ziyaretçilerin buluntuları incelerken eş zamanlı olarak tasarlanan video çalışması ile bilgileri daha etkili bir şekilde öğrenmelerini sağlayabilecek video uygulama önerisi hazırlanmıştır.

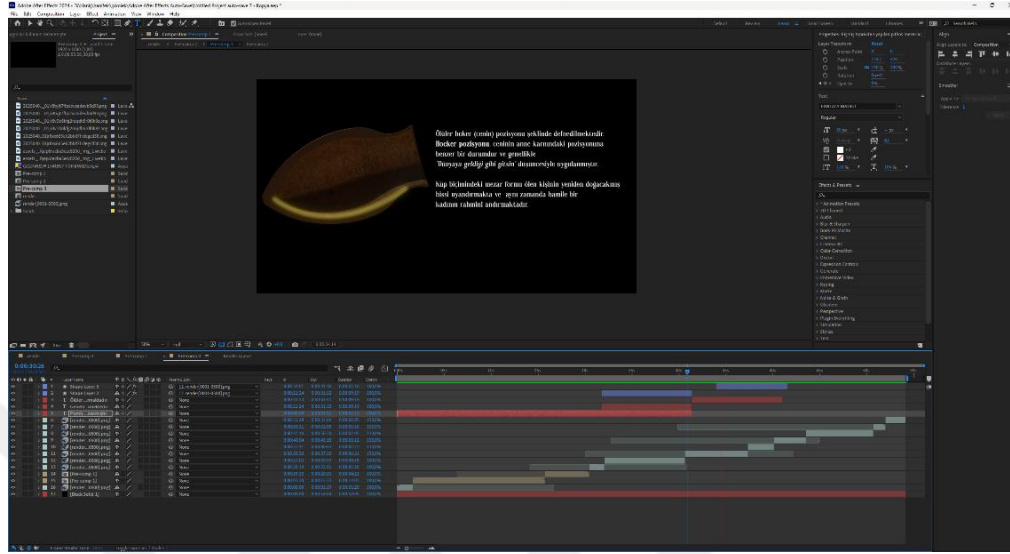
Video uygulama önerisi içerisinde Blender uygulamasından 3B modellenen mezar kullanılarak ve araştırmalar sonucu elde edilen bilgiler anlaşılır ve sade bir hale getirilerek animasyonları destekleyen Türkçe/İngilizce metinler oluşturulmuştur. Video akışı, Adobe After Effects programının 2024 sürümü üzerinden tasarlanmıştır.



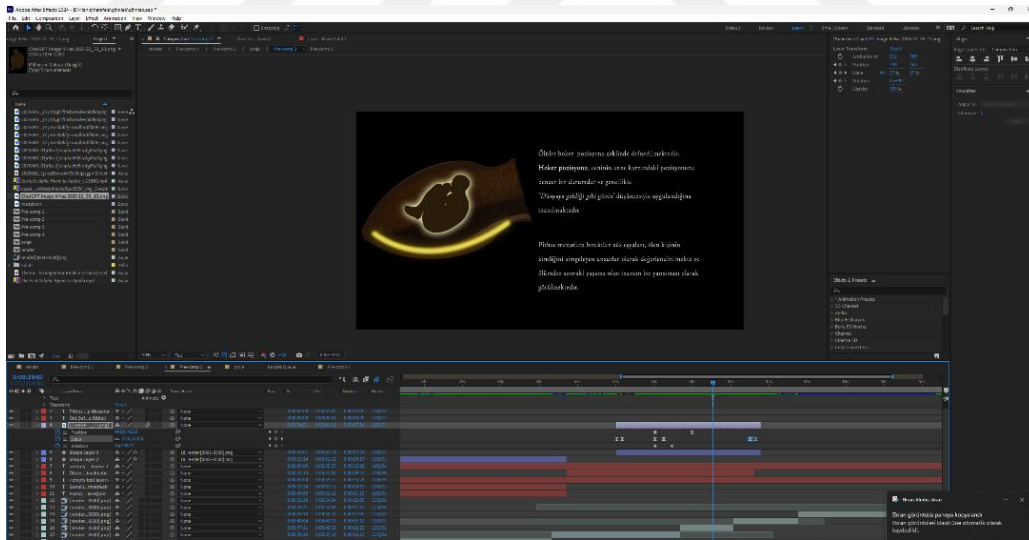
Görsel 80. Video uygulamasının After Effects üzerinden yapım aşamasını gösteren, ekran görüntüsü, 2025. (Araştırmacının Kişisel Arşivi, 03.04.2025)



Görsel 81. Video uygulamasının After Effects üzerinden yapım aşamasını gösteren, ekran görüntüsü, 2025. (Araştırmacının Kişisel Arşivi, 03.04.2025)



Görsel 82. Video uygulamasının After Effects üzerinden yapım aşamasını gösteren, ekran görüntüsü, 2025. (Araştırmacının Kişisel Arşivi, 05.04.2025)



Görsel 83. Video uygulamasının After Effects üzerinden yapım aşamasını gösteren, ekran görüntüsü, 2025. (Araştırmacının Kişisel Arşivi, 06.04.2025).

After Effects programı ile oluşturulan video akışı, Sora üzerinden üretilen görsellerle birleştirilerek kurgusu tamamlanmış, Türkçe ve İngilizce metin içeren iki ayrı versiyon oluşturulmuştur.

Uygulama kapsamında geliştirilen kiosk arayüzünde kullanılan tipografi ve yerleşim kararları hem görsel iletişim tasarımı ilkelerine hem de kullanıcı deneyimini merkeze alan pratik gözlemlere dayanmaktadır. Araştırmacının lisans düzeyindeki görsel iletişim tasarımı eğitimi ve sektörel iş deneyimi ile farklı yaş gruplarına hitap eden birçok müze ve sergi alanında yapılan gözlemler bu karar sürecine yön vermiştir. Bu bağlamda hem estetik sadelik hem de işlevsel okunabilirlik temelinde dengeli bir görsel yapı oluşturulması hedeflenmiştir.

Yazı karakteri olarak Adobe Jenson Pro ailesi tercih edilmiş; ana başlıklarda SemiBold, metin gövdelerinde ise Light versiyonu kullanılmıştır. Adobe Jenson Pro, klasik tipografi geleneğini çağdaş ekran kullanımıyla bütünleştiren bir serif yazı tipidir ve özellikle uzun metinlerde yüksek okunabilirlik sunmasıyla tercih edilmiştir. Ana başlıklar 72 punto, gövde metinleri ise 30 punto büyüklüğünde düzenlenmiş; bu oranlar, 1920 x 1080 piksel çözünürlüğündeki ekran formatına uygun şekilde orantılanmıştır.

Satır aralıkları 75 piksel olarak belirlenmiş ve bu değer, ilk denemeler sırasında hem projeksiyon hem tablet hem de mobil ekranlarda test edilerek optimize edilmiştir. Okuma deneyiminin her yaş grubundan kullanıcı için erişilebilir olmasını sağlamak amacıyla, farklı cihazlarda yapılan testlere ek olarak çevreden alınan geri bildirimler de dikkate alınmıştır. Ayrıca, danışman öğretim üyesi ile yapılan ilk değerlendirme sonucunda, espas (harf ve satır boşlukları) değerlerinin biraz daha açılmasının okunabilirliği artıracığı yönünde yapılan öneri doğrultusunda gerekli düzenlemeler yapılmıştır.

Sonuç olarak, uygulama arayüzünde kullanılan tipografik yapı; erişilebilirlik, okunabilirlik, estetik bütünlük ve kullanıcı odaklılık ilkeleri temel alınarak, teorik bilgi ile pratik deneyimin bütünleştiği bir karar süreci sonunda oluşturulmuştur.

Pithos / K p Mezarlar
 l  Defnetme Ritüeli

GIF 1. Uygulamanın Türkçe versiyonu. (Araştırmacının Kişisel Arşivi, 30.04.2025)

Pithos / Cube Tombs
Burial Ritual

GIF 2. Uygulamanın İngilizce versiyonu. (Araştırmacının Kişisel Arşivi, 30.04.2025)



Görsel 84. Video uygulamasının müze mekanına entegrasyon simülasyonu (Araştırmacının Kişisel Üretimi, 02.05.2025)

SONUÇ ve ÖNERİLER

Tez çalışması, yeni medya teknolojilerinin müzelere entegrasyonu ile ziyaretçilerin eser ve mekân deneyimlerinin zenginleştirildiği, müzenin etkileşiminin bu teknolojiler aracılığıyla artırılmasıyla izleyici kapasitesini artıracak, çağı yakalayan, dinamik, kapsayıcı mekanlar haline dönüşeceği hipotezi üzerine yapılmıştır. Bunu ölçmek için araştırmacı karma araştırma yöntemi kullanarak; Antalya Arkeoloji Müzesi’ni gözlem yoluyla ve 201 ziyaretçiye uyguladığı anket çalışması üzerinden elde ettiği veriler üzerinden analiz etmiştir. Analiz sonucunda, müzenin yeni medya teknolojileri ile uyumlanması durumunda seramik eserlerin daha etkili bir şekilde sergilenerek ziyaretçilerin eserleri tarihsel bağlamlarını daha iyi anlamasına, dijital oyunlar ve etkileşimli alanların oluşturulmasıyla da müzenin geniş kitlelere hitap ederek erişilebilirliğini arttırması durumunda müzeye daha sık ziyaretin yapılmasına fayda sağlayacağı çıkarımına ulaşılmıştır. Özellikle ziyaretçilerin %80,6’sı seramik eserler salonundaki bilgilendirmeyi yetersiz bulmakta; %86,6’sı genç nesillere yönelik dijital uygulamalara olumlu yaklaşmakta; %76,1’i ise yeni medya teknolojileriyle uyumlu bir müze deneyiminin onları daha sık ziyarete teşvik edeceğini belirtmektedir. Bu oranlar, yalnızca nicel bir durumu ifade etmenin ötesinde, kullanıcı deneyimine dayalı güçlü bir dönüşüm ihtiyacını da işaret etmektedir. Bu doğrultuda çözüm önerisi olarak, müze içerisinde bir seramik eser buluntusu (pithos mezar) belirlenmiş, buluntunun bir enformasyonu olsaydı yeni medya teknolojileri olanakları ile nasıl gerçekleştirdi sorusundan yola çıkılarak tasarım süreci işlenerek deneyimlenmiştir. Pithos mezarın seçilmesi, ankette sıkça vurgulanan “bilgilendirme eksikliği” ve “tarihsel bağlamın yeterince sunulamaması” gibi temel sorunlara karşılık gelmektedir. Ayrıca uygulama bu yönüyle yalnızca temsili bir öneri değil, araştırmanın bulgularıyla doğrudan ilişkilendirilmiş, veri temelli bir tasarım çözümüdür. Yapılan öneri çalışması ile buluntunun müze içerisindeki zayıf bilgilendirilme alanına karşın buluntu hakkında araştırma yapılarak güncel bir yaklaşımla, tarihsel bağlamı, biçimsel özellikle 3B modelleme aracılığıyla animasyon haline getirilmiş, akılda kalıcılığı ve ilgi çekiciliği artırılacak şekilde video akışı tasarlanmıştır.

3B modelleme aracılığıyla animasyon haline getirilmiş, akılda kalıcılığı ve ilgi çekiciliği artırılacak şekilde video akışı tasarlanmıştır.

Tasarlanan iyileştirme önerisiyle müzedeki seramik eserler ve ziyaretçiler arasındaki deneyim boyutunun yeni medya teknolojileri ile zenginleştirilerek müze ziyaretlerini keyifli, eğlenceli, öğretici ve akılda kalıcı, çağdaş bir deneyim sunulabilme potansiyelinde olabileceği sonucuna varılmıştır. Tez çalışması süreci boyunca veri toplama ve analizi ile tasarımın gerçekleşmesi; müzedeki her buluntu için bu uygulamanın yapılmasını mümkün kılamamıştır. Bununla birlikte yapılan uygulamanın başlangıç niteliği taşıması, bazı buluntular için bu bilgilendirmeye ihtiyaç olduğu, benzer şekillerde veya tezin içerisinde bahsi geçen farklı alternatiflerle de ileride yapılacak çalışmalar ile uyumlama çabalarının oluşabileceği kanısına varılmıştır. Uygulamanın yalnızca tek bir buluntu üzerine inşa edilmiş olması ve ziyaretçi testlerinin henüz gerçekleştirilmemiş olması gibi sınırlılıklar, bu çözümün kalıcılığına dair kesin sonuçlar sunamamaktadır. Bu durum, gelecekte daha geniş örnekleme yapılacak çalışmalar ve kullanıcı deneyimi analizleriyle giderilebilir.

Sonuçlardan ve yapılan çözüm önerisinden yola çıkılarak, müzelerde yeni medya teknolojilerinin kullanılmasıyla müzelerin sürdürülebilirliğinin desteklenebileceği rahatlıkla söylenebilir. Gözlem yoluyla elde edilen veriler, müze içerisinde belirli alanlarda bilgilendirmenin yetersiz olması nedeniyle eserlerin ve bağlamlarının anlaşılmasında zorluklar yaşandığını; ayrıca teknolojiyi günlük yaşamlarında sıklıkla kullanan müze ziyaretçilerinin, dijital ortamlara olan alışkanlıklarına rağmen, bu teknolojilerin yeterince kullanılmadığı müze ortamında beklentilerinin karşılanmadığını ortaya koymaktadır. Dolayısıyla, yeni medya teknolojilerinin olanaklarıyla, eskiden yalnızca belirli bir kesime hitap eden müzeler; herkese açık, erişilebilir mekânlar haline dönüşebilmektedir.

Son zamanlarda Türkiye’de kültürel mirasın korunması ve dijitalleştirilmesi üzerine yürütülen çalışmalarda hem akademik çevrelerde hem de kültür politikalarında giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Özellikle son yıllarda düzenlenen ulusal ve uluslararası kongreler, sempozyumlar ve çalıştaylarda, müzelerin dijital dönüşümü, yeni medya teknolojilerinin kültürel anlatılardaki rolü ve katılımcı ziyaretçi deneyimi gibi temalar ön plana çıkmaktadır. Bu bağlamda, dijital araçların yalnızca sergileme pratiklerini dönüştürmekle kalmayıp, aynı zamanda kültürel mirasın aktarım biçimlerini yeniden şekillendirdiği yönünde ortak bir kanaat oluşmaktadır. Bu tez çalışması beklenildiği gibi söz konusu dönüşümün içinde konumlanmaktadır. Arkeoloji müzelerinde yeni medya teknolojilerinin kullanımına yönelik uygulamalı bir örnek sunularak, güncel tartışmalara somut bir katkı sağlamaktadır. Bu yönüyle çalışma yalnızca akademik değil, kültürel politika ve müze uygulamaları açısından da çağın ihtiyaçlarına yanıt veren özgün bir girişim niteliğindedir.

Müzelerin, çağı yakalayan dinamik yaklaşımları sayesinde, kültür ve mirası gelecek nesillere aktarma işlevlerini yerine getirirken, ziyaretçilerin beklentilerine yanıt verebilecek nitelikte bir deneyim alanı sunmaları ve bu doğrultuda günceli takip ederek yeniliklere açık olmaları gerekmektedir. Ek olarak müzelerin, yalnızca bilgi sunan mekânlar olmanın ötesine geçerek, yeni medya teknolojilerinin sunduğu olanaklar doğrultusunda kültürel deneyimi yeniden yapılandırmaları da önem arz etmektedir.

Sonuç olarak bu tez çalışması yeni medya olanaklarını kullanan bir tasarımcının, bu olanakları kullanabileceği mekanlardaki ziyaretçilerin beklentilerini, isteklerini çeşitli yöntemlerle, anlayıp kavrayarak tasarım sürecini işletmesi, gerçekleştirdiği tasarımların uzun soluklu yarar temelli olmasını sağlamasının önemi de belgelenmektedir. Ayrıca müze mekânlarında yeni medya teknolojilerinin kullanımıyla ziyaretçi deneyiminin nasıl dönüştürülebileceğine ilişkin uygulamalı ve kuramsal bir model sunarak literatüre özgün katkılar sağlamaktadır. Çalışmada, arkeolojik bir eserin 3B modelleme ile

görselleştirilmesi ve tarihsel anlatıyla desteklenmesi yoluyla dijital anlatının mekânsal bağlamda nasıl kurgulanabileceği ortaya konulmuştur. Bununla birlikte, sanat galerileri, kültür-sanat merkezleri ve festival mekanları gibi farklı kamusal alanların analizi yapılarak mekânsal çeşitliliğin dijital uygulamalara etkisi tartışılmış ve bu yönüyle literatüre yeni bir bakış açısı kazandırılmıştır. Ayrıca tezde, dijital teknolojilerin yalnızca görsel temsil üretmekle sınırlı olmadığı; aynı zamanda anlam kurucu, bağlamsal anlatıyı güçlendiren ve ziyaretçiyle etkileşimi artıran araçlar olduğu vurgulanmıştır. Tüm bu yönleriyle tez, kültürel mirasın dijital anlatılar yoluyla yeniden inşasına yönelik kullanıcı odaklı, çağdaş ve sürdürülebilir bir yaklaşım geliştirdiği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Acar, İ. (Koordinatör.), ve Atılğan, A. K. (Yayın Editörü). (2012). Dünden Bugüne Antalya. Kutlu Avcı Ofset Ltd. Şti.
- Akbank Sanat. (t.y.). Akbank Sanat Beyoğlu – Hakkında. Erişim adresi: <https://www.akbanksanat.com/akbank-sanat-beyoglu/hakkinda> (Erişim tarihi: 11.02.2025)
- Akbank Sanat. (2024). ‘Dijital Sanatta Şimdi: Oyun Odası’ – Sergi Konuşmaları - Küratör Konuşması [Video]. YouTube. Erişim adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=YnLsKN3ZNRU> (Erişim tarihi: 11.02.2025)
- Akbank Sanat. (t.y.). Dijital Sanatta Şimdi: Oyun Odası. Erişim adresi: <https://www.akbanksanat.com/sergi/dijital-sanatta-simdi-oyun-odasi> (Erişim tarihi: 11.02.2025)
- Alshishani, K. (2018). Arkeolojik alan müzeleri üzerine bir inceleme: İstanbul Arkeoloji Müzesi ve Ürdün Arkeoloji Müzesi örneği (Yüksek lisans tezi). İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Altan, D. (2020). “5 Bin Yıllık 500 Tane Küp Mezar Bulundu!” [Video]. Facebook. <https://www.facebook.com/watch/?v=2717851758428317>
- Altunay, A. (2012). Geleneksel Medyadan Yeni Medyaya: Görüntü Yüzeyi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (27), 33-44.
- Altunay, A. (2015). Bir Sosyalleşme Aracı Olarak Yeni Medya. Selçuk İletişim, 9(1), 410-428. <https://doi.org/10.18094/si.48539>
- Altun, M, Altun, S. U, ve Kutlu, E. (2023). Yapay Zekâ Uygulamaları: Ortaokul ve Lise Öğretmen El Kitabı. Uğur Tecir (Ed.). Din Öğretimi Genel Müdürlüğü.
- Anadol, R. (t.y.). *Machine hallucination: NYC*. Refik Anadolu Studio. <https://refikanadol.com/works/machine-hallucination-nyc/>
- Antalya Valiliği. (t.y.). Antalya Müzesi. Antalya Valiliği. Erişim adresi: <http://www.antalya.gov.tr/antalya-muzesi> (Erişim tarihi: 21.02.2025)

- Antmen, A. (2018). Sanatçılardan Yazılar ve Açıklamalarla 20. Yüzyıl Batı Sanatında Akımlar (9. baskı). İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Arcasoy, A. (1983). Seramik teknolojisi (Yay. No: 2). İstanbul: Mimar Sinan Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Seramik Anasanat Dalı Yayınları.
- ArtDog İstanbul. (2024). Metropolitan Museum collaborates with Roblox. ArtDog İstanbul. <https://artdogistanbul.com/en/metropolitan-museum-collaborates-with-roblox/>
- Artun, A. (2021). Müze ve modernlik: Tarih sahneleri (Sanat Müzeleri 1, 5. baskı). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Artut, S. (2019). Yapay zekâ olgusunun güncel sanat çalışmalarındaki açılımları. İnsan ve İnsan, 6(22), 767–783. Erişim adresi: <https://doi.org/10.29224/insanveinsan.478162>
- Avar, A. A. (2009). Lefebvre'in üçlü - algılanan, tasarlanan, yaşanan mekân - diyalektiği. Dosya, 17, Mimarlık ve Mekân Algısı.
- Ayaokur, A. (2014). Müzelerde bilgi yönetimi: Sadberk Hanım Müzesi örneği (Yüksek lisans tezi). Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Azure. (t.y.). What is artificial intelligence? Microsoft Azure. Erişim adresi: <https://azure.microsoft.com/tr-tr/resources/cloud-computing-dictionary/what-is-artificial-intelligence>
- Baki, A., ve Gökçek, T. (2012). Karma Yöntem Araştırmalarına Genel Bir Bakış. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 11(42), 1-21.
- Balcıoğlu, E. (2022). Türkiye'de özel sanat galerileri ve yönetim teknikleri: Evin Sanat Galerisi örneği (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Kültür Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü. Erişim adresi: <https://enstitu.iku.edu.tr/sites/fbe/files/inline-files/LEE-YL-366.pdf> (Erişim tarihi: 09.02.2025)
- Balyemez, A. (2018). Tradition Of Material Imitation and Color in Ceramic. Journal of Arts, 1(1), 51-60.

- Barker, A. W. (2010). Exhibiting Archaeology: Archaeology and Museums. *Annual Review of Anthropology*, 39, 293–308. <http://www.jstor.org/stable/25735113>
- Başaran, F. (2006). Bir Teknolojik Yenilik Olarak İnternetin Tarihi: Ulusal Yenilik Sistemi, Kamu Politikaları ve Standartlar. *Kültür ve İletişim*, 9(2), 9-32.
- Başlar, G. (2013, 23-25 Ocak). Yeni Medyanın Gelişimi ve Dijitalleşen Kapitalizm [Bildiri sunumu]. *Akademik Bilişim 2013 – XV. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri*, Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- Belgesay, Ş. E., ve Erkayhan, Ş. (2014). Teknoloji ve sanatın etkileşimi: Yeni medya sanatı Türkiye’de güncel durum ve öneriler. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 1(14), 45–62. Erişim adresi: <https://doi.org/10.18603/std.57178>
- Benjamin, W. (2015). *Teknik Yeniden Üretim Çağında Sanat Yapıtı*. İş Bankası Kültür Yayınları.
- Berge, C. (2014). A gift for Athena app. *MuseMediaPedia*. Erişim adresi: <http://musemediapedia.pbworks.com/w/page/74322638/A%20Gift%20for%20Athena%20App>
- Bertagnoli, L. (2018). The Art Institute of Chicago uses data to make exhibit choices. *Crain's Chicago Business*. Erişim adresi: <https://www.chicagobusiness.com/article/20180518/ISSUE01/180519840/art-institute-of-chicago-uses-data-to-make-exhibit-choices>
- Billock, J. (2017). Five augmented reality experiences that bring museum exhibits to life. *Smithsonian Magazine*. Erişim adresi: <https://www.smithsonianmag.com/travel/expanding-exhibits-augmented-reality-180963810/> (Erişim tarihi: 21.02.2025)
- Brajković, J., ve Nestorović, M. (2017, Ocak). Screen media interfaces and environments. *SAJ – Serbian Architectural Journal*, 9(2), 83–104. Erişim adresi: <https://doi.org/10.5937/SAJ1701083B>
- Bulutistan. (2025). Yapay Zeka (AI) nedir? Uygulama alanları nelerdir? *Bulutistan*. <https://bulutistan.com/blog/yapay-zeka-ai-nedir/>
- Castells, M. (1996). *The Rise of the Network Society* (1. baskı). Blackwell Publishers.

- Cern. (2024). Web'in kısa tarihi. Erişim adresi: <https://home.cern/science/computing/birth-web/short-history-web>
- Christo ve Jeanne-Claude. (t.y.). The London Mastaba. <https://christojeanneclaude.net/artworks/the-london-mastaba/>
- Coşkun, O., ve Kuşçu, E. (2021). Yapay zekâ'nın gözbebeği doğal dil işleme. *Turkophone*, 8(3), 116-129
- Craig, A. B. (2013). Understanding augmented reality: Concepts and applications. Massachusetts: Morgan-Kaufmann Publishers. <https://www.arise.mae.usp.br/wp-content/uploads/2018/03/Understanding-Augmented-Reality-Concepts-and-Applications.pdf>
- Cumming, R. (2008). Sanat Kitabı (Görsel Rehberler Serisi). İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Çakal, M. A., ve Eymirli, E. B. (2016). Artırılmış gerçeklik teknolojisi. Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı. Erişim adresi: http://www.kudaka.org.tr/ekler/fa254-artirilmis_gerceklik_teknolojisi.pdf (Erişim tarihi: 10.08.2016)
- Çelik, A., Üstündağ, M. T., Ceran, O., Uysal, M., vd. (2023). Üniversite Öğrencilerinin Web3 Teknolojileri Farkındalığının Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 21(3), 1710-1740. <https://doi.org/10.37217/tebd.1375133>
- Çınar, Y. K. (2009). Müzecilik Eğitiminde Yeni Eğilimler Türkiye'de Müzecilik ve Mesleki Eğitim (Yüksek lisans tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (240212).
- Çubukçu, E. (2020). Eskişehir Eti Arkeoloji Müzesi'nde dijital uygulamalar. *Aktüel Arkeoloji*. <https://aktuelarkeoloji.com.tr/kategori/kulturel-miras/eskisehir-eti-arkeoloji-muzesinde-dijital-uygulamalar>
- Dağlı, B. (2021). Sanat eserlerinin pazarlanmasında aracı kurum olarak sanat galerileri. *Uluslararası İletişim ve Sanat Dergisi*, 2(2), 104–118. Erişim adresi: <https://doi.org/10.29228/iletisimvesanat.49923>

- De Souza e Silva, A. (2006). From Cyber to Hybrid: Mobile technologies as interfaces of hybrid spaces. *Space ve Culture*, 9 (3), 261-278. DOI: 10.1177/1206331206289022.
- Deniz, M. (2008). Müzecilik ve müze mimarisi: Müze sergileme mekânlarında güncel gösterim teknikleri ile mimari tasarım ilişkisi üzerine bir inceleme (Yüksek lisans tezi). Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Anabilim Dalı, İstanbul.
- Desvallées, A. ve Mairesse, F. (2010). *Key Concepts of Museology*. Paris: Armand Colin. (Yayına hazırlayan: ICOM International Committee for Museology [ICOFOM]).
- Düzenli, K., ve Perdahçı, N. Z. (2024). Sanatın yeni dijital çağı: NFT’ler ve kullanım alanları. *Yedi: Sanat, Tasarım ve Bilim Dergisi*, Sanatta Dijitalizm Özel Sayısı, 17–33. Erişim adresi: <https://doi.org/10.17484/yedi.1410042>
- Erlevent, E., (2013), *Yeni Medya Sanatı*, 18. Türkiye’de İnternet Konferansı, İstanbul.
- Ercan, H. F. (2018). Sanat etkinlikleri bağlamında festivallerin kentsel ve toplumsal gelişime katkıları: Kervansaray Buluşması. İnönü Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, 7(2), 71–87.
- Erman, D. O. (2012). Türk seramik sanatının gelişimi: Toprağın ateşle dansı / The evolution of Turkish ceramic art: The dance of earth with fire. *Acta Turcica: Çevrimiçi Tematik Türkoloji Dergisi*, 4(1), “Kültürümüzde Toprak” özel sayısı.
- Evans, G. (2001). *Cultural planning: An urban renaissance?* (1. baskı). Routledge. Erişim adresi: <https://doi.org/10.4324/9780203459744>
- Evkaya, B. (2021). Video art kavramı ve öncüsü Nam June Paik (Yayımlanmamış lisans tezi). Anadolu Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Sanat Tarihi Bölümü.
- Fan, Y., Huang, T., Meng, Y. ve Cheng, S. (2023). The current opportunities and challenges of Web 3.0. arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2306.03351>
- Gerber, K. (2018). Tour of Akron Art Museum with Dot, the chatbot. The Form Group. Erişim adresi: <https://www.theformgroup.com/articles/2018/10/17/tour-akron-art-museum-with-dot-the-chatbot> (Erişim tarihi: 21.02.2025)

- GMTicket. (t.y.). Sónar İstanbul. Erişim adresi: https://gmticket.com/tr/blog/sonaristanbul/?srsltid=AfmBOoo5tYq6xIK2A11_NHWUpCCHR-3v3KROcV6QEYv3kgZoIIzlqgMc (Erişim tarihi: 12.02.2025)
- Gülaçtı, İ. (2022). Dijital sanat piyasasında yeni bir sahiplik modeli olarak NFT. *Social Sciences Studies Journal*, 97, 1473–1489. <https://doi.org/10.29228/sss.62082>
- Güngör, Ö., Günay, D. A., Turan, E. S. ve Alp, Ö. (2022). İskenderiye Kütüphanesinin Tarihi Serüveni ve Akıbeti. *Takvim-I Vekayi*, 10(1), 103-124.
- Gür, S. M., ve Köymen, E. (2024). Modern müzecilikte sanal eğilimler üzerine mimari bağlamda bir araştırma. *Art-E Sanat Dergisi*, 16(32), 560–585. Erişim adresi: <https://doi.org/10.21602/sduarte.1273033>
- 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.
- Hope Alkazar. (t.y.). Hakkımızda. Erişim adresi: <https://www.hopealkazar.com/hakkimizda> (Erişim tarihi: 19.02.2025)
- Humphreys, A. J. B. (1973). Museum Collecting in Archaeology. *The South African Archaeological Bulletin*, 28(111/112), 67–72. <https://doi.org/10.2307/3888562>
- IDAF – Istanbul Digital Art Festival. (t.y.). IDAF’24 – Istanbul Digital Art Festival 2024. Erişim adresi: <https://digitalartfestistanbul.org/idaf-24-2/> (Erişim tarihi: 06.02.2025)
- Kahraman, Ö., ve Katlan Candan, D. (2024). Experience Museology and Ephesus Experience Museum. *Yedi (Sanatta Dijitalizm Özel Sayısı)*, 115–127. Erişim adresi: <https://doi.org/10.17484/yedi.1504176>
- Kapan, K. ve Üncel, R. (2020). Gelişen Web Teknolojilerinin (Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0) Türkiye Turizmine Etkisi. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 276-289.
- Karaçalı, B. (2009). Türkiye’de sanat ve yeni medya (Sanatta yeterlik tezi). Marmara Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Resim Anasanat Dalı, İstanbul.

- Kayıkçı, Ş., ve Yürekli, A. (2021). Görüntülü mobil iletişimde hologram teknolojisinin kullanımı. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, (Özel Sayı), 50–54. Erişim adresi: https://www.researchgate.net/publication/360557911_Goruntulu_Mobil_Iletisimde_Hologram_Teknolojisinin_Kullanimi (Erişim tarihi: 04.04.2025)
- Keleş, V. (2010). Modern Müzecilik ve Türk Müzeciliği. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(1-2).
- Kepçe, S. Ç. (2010). Arkeolojiye giriş (Yayımlanmamış ders notu). İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi, İstanbul, 139–143. Erişim adresi: http://auzefkitap.istanbul.edu.tr/kitap/kulturelmiras_ao/arkeolojiyegiris.pdf (Erişim tarihi: 04.04.2025)
- Keş, Y., ve Başer Akyürek, A. (2018). Teknoloji ile büyüyen yeni nesil için interaktif müzeler. *Medeniyet Sanat Dergisi*, 4(2), 95–110.
- Kırık, A. M. (2013). Gelişen Web Teknolojileri ve Sosyal Medya Bağımlılığı. A. M. Kırık (Ed.), *Sosyal Medya Araştırmaları 1 “Sosyalleşen Birey”* (69–102) içinde. İstanbul: Literatürk Academia.
- Kitchin, R., ve Dodge, M. (2003). Codes and the production of space. *Geoforum*, 34(3), 275–290. [https://doi.org/10.1016/S0016-7185\(03\)00002-8](https://doi.org/10.1016/S0016-7185(03)00002-8)
- Koçak, D. (2023). Web 1.0'dan Web 3.0'a Metaverse'ün Gelişimi ve Sunduğu Fırsatlar. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 7(2), 97–113. https://doi.org/10.17932/IAU.EJNM.25480200.2023/ejnm_v7i2002
- Kurt, E. (2020). Etkileşimli sergilerde dokunmatik cihazların grafik arayüz tasarımının geliştirilmesi. *Tasarım Enformatiği*, 2(1), 25–36.
- Kutup, N. (2010, Şubat). İnternet ve sanat, yeni medya ve net.art. XII. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri, Muğla Üniversitesi, 10–12 Şubat 2010. İzmir Ekonomi Üniversitesi.
- Latorre, M. (2018). *Historia de las web, 1.0, 2.0, 3.0 y 4.0* (Ö. Yılmaz, Çev.). Universidad Marcelino Champagnat. http://umch.edu.pe/arch/hnomarino/74_Historia%20de%20la%20Web.pdf

- Lefebvre, H. (1991). *The Production of Space*, Translated Donald Nicholson Smith, British Library.
- Living Internet. (t.y.). Remote login. Erişim adresi: https://livinginternet.com/i/ii_arpanet.htm
- Louvre Museum. (2019). *Mona Lisa: Beyond the glass – The Louvre’s first virtual reality experience*. Erişim adresi: <https://www.louvre.fr/en/explore/life-at-the-museum/mona-lisa-beyond-the-glass-the-louvre-s-first-virtual-reality-experience>
- Manovich, L. (2001). *The Language of New Media*. MIT Press.
- Manovich, L. (2002). The poetics of augmented space: Learning from Prada. In S. Muntadas (Ed.), *Space: The real and the virtual* (pp. 219–230). Vienna: The Wexner Center for the Arts ve Springer Verlag.
- Milligan, I. (2017). Welcome to the web: The online community of GeoCities during the early years of the World Wide Web. In N. Brügger ve R. Schroeder (Ed.), *The Web as History: Using Web Archives to Understand the Past and the Present* (ss. 137–158). London: UCL Press. <https://doi.org/10.25969/mediarep/12521>
- Milgram, P., ve Kishino, F. (1994). A taxonomy of mixed reality visual displays. *IEICE Transactions on Information and Systems*, E77-D (12), 1321–1329. Erişim adresi: <https://doi.org/10.1109/VR.1994.326789>
- Moral-Andrés, F., Merino-Gómez, E., Reviriego, P., ve Lombardi, F. (2023). Can artificial intelligence reconstruct ancient mosaics? *Studies in Conservation*, 69(5), 313–326. Erişim adresi: <https://doi.org/10.1080/00393630.2023.2227798>
- Museums ve Heritage. (Ağustos 2015). British Museum uses virtual reality to explore Bronze Age objects. *Museums ve Heritage*. Erişim adresi: <https://www.museumsandheritage.com> (Erişim tarihi: 21.02.2025)
- Muze.gov.tr. (t.y.). *Troya Müzesi*. <https://muze.gov.tr/muze-detay?SectionId=TRO01&DistId=TRO>
- Müzeler.org. (t.y.). *Antalya Arkeoloji Müzesi*. Müzeler.org. Erişim adresi: <https://muzeler.org/antalya-muzesi--535855> (Erişim tarihi: 21.02.2025)

- Nora, P. (1984). “Entre Mémoire et Histoire: La problématique des lieux”. In *Les Lieux de Mémoire*, Vol. 1: La République. Paris: Gallimard. https://perso.univ-lyon2.fr/~jkempf/LDM_intro.pdf Erişim tarihi: 21.05.2025.
- NTV. (2023, May 22). Müzelerdeki Binlerce Eser, Yapay Zekâ Destekli DNA Uygulamasıyla Kimliklendirildi. NTV. Erişim adresi: https://www.ntv.com.tr/n-life/kultur-ve-sanat/muzelerdekibinlerce-eser-yapay-zeka-destekli-dna-uygulamasiyla-kimliklendirildi%2C1bwNZ_qlEqGbZLsxxlyYA
- Oğuz Doma. (t.y.). VR Works. Erişim adresi: https://oguzdoma.com/vr_works/ (Erişim tarihi: 08.02.2025)
- Özdamar, İ., Alipour Sormoli, M., Chehrehzad, M., ve Başdoğan, Ç. (2020). Tactile feedback is displayed through touchscreens via electrovibration. 2020 28th Signal Processing and Communications Applications Conference (SIU). IEEE. Erişim adresi: <https://doi.org/10.1109/SIU49456.2020.9302334>
- Özgen, N., ve Sarı, V. İ. (2021). Kentsel mekânda kültürel kimliğin yeniden üretimi: Ankara’daki kültür merkezleri örneği. *Coğrafi Bilimler Dergisi / Turkish Journal of Geographical Sciences*, 19(1), 128–160. Erişim adresi: <https://doi.org/10.33688/aucbd.862332>
- Özler, H., ve Kızılelma, S. (2023). Sanal Mekân–Beden–Yer İlişkisinin Fiziksel Dünyanın Dijital İkizi Metaverse Üzerinden Bir Analizi.
- Pace Gallery. (t.y.). About. Erişim adresi: <https://www.pacegallery.com/about-1/> (Erişim tarihi: 06.02.2025)
- Pace Gallery. (t.y.). Pace Verso. Erişim adresi: <https://www.pacegallery.com/pace-verso/> (Erişim tarihi: 06.02.2025)
- Parlakkalay, H. (2020). Kamusal alanda sanat ve sanat eserleri. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(4), 1157–1172.
- Paul, C. (2008). *Digital Art*. Thames ve Hudson. <https://books.google.com.tr/books?id=46K7EAAAQBAJ>

- Papaioannou, G. (2022). Site Museums and Archaeology. In A. Stevenson (Ed.), *The Oxford Handbook of Museum Archaeology* (pp. 175–190). Oxford University Press.
- Pew Center for Arts ve Heritage. (2017). Enhancing views of history: Terracotta Warriors and augmented reality. Erişim adresi: <https://www.pewcenterarts.org/grant/enhancing-views-history-terracotta-warriors-and-augmented-reality> (Erişim tarihi: 26.02.2025)
- Potkonjak V., Gardner, M., Callaghan, V., Mattila, P., Guetl, C., Petrović, VM., Jovanović, K. 2016. Virtual laboratories for education in science, technology, and engineering: A review. *Computers ve Education*, 95: 309–327, 2016. DOI: 10.1016/j.compedu.2016.02.002
- Renkçi T., T. (2021). Festivallerden festivalizm ve bienallere. İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 10(2), 1610–1632. Erişim adresi: <http://www.itobiad.com/tr/pub/issue/62559/809799> (Erişim tarihi: 06.02.2025)
- Selçuk, H. E. (2022). Sanatın ve sanat mekânlarının dijitalleşme ile dönüşümünün incelenmesi. *Art-E Sanat Dergisi*, 15(29), 579–607.
- Sertalp, E. (2017). Müzelerin tanıtım kitaplarında artırılmış gerçeklik (AG) teknolojisi kullanımı: Ankara Anadolu Medeniyetleri Müzesi kitabı örneği. *Hacettepe Üniversitesi Sanat Yazıları*, (36), 107–120. Erişim adresi: <https://www.researchgate.net/publication/348442857> (Erişim tarihi: 28.10.2019)
- Serpentine Galleries. (t.y.). Christo and Jeanne-Claude's London Mastaba: Virtual reality experience. <https://www.serpentinegalleries.org/whats-on/christo-and-jeanne-claudes-london-mastaba-virtual-reality-experience/>
- Sevin, V. (1999). *Arkeolojik kazı sistemi el kitabı*. İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları.
- SlideShare. (2024). Aims ve objectives of archaeological survey [Sunum]. Erişim adresi: <https://www.slideshare.net/slideshow/aims-objective-of-archaeological-survey/272437670> (Erişim tarihi: 11.04.2025)

- Strickland, J. (2007). How ARPANET works. HowStuffWorks. Erişim adresi: <https://computer.howstuffworks.com/arpamet.htm> Erişim tarihi: 2 Aralık 2024
- Society for American Archaeology (SAA). (t.y.). What is archaeology? Erişim adresi: <https://www.saa.org/about-archaeology/what-is-archaeology> (Erişim tarihi: 11.04.2025)
- Summers, D. (2003). Real spaces: World art history and the rise of Western modernism. London: Phaidon Press.
- Tanrıkulu, B., ve Karagöl, A. (2021). Müzede sanal gerçeklik uygulamaları: Bir örnek atıf çalışma olarak Kaplumbağa Terbiyecisi. Yeni Medya Elektronik Dergisi, 5(2), 95–111.
- Tekşen, T. (2021). Bilim ve sanat ilişkisi bağlamında biyo sanat. AKRA Kültür Sanat ve Edebiyat Dergisi, 9(24), 125–134. Erişim adresi: <https://doi.org/10.31126/akrajournal.833934>
- T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (t.y.). Antalya Müzesi. Erişim adresi: https://sanalmuze.gov.tr/muzeler/ANTALYA_MUZESI_WEB/ (Erişim tarihi: 21.02.2025)
- T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (t.y.). Antalya Müzesi. Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı. Erişim adresi: <https://antalya.ktb.gov.tr/TR-67525/antalya-muzesi.html> (Erişim tarihi: 21.02.2025)
- Türk Dil Kurumu. (2024). Güncel Türkçe Sözlük. <https://sozluk.gov.tr>
- Türk Dil Kurumu. (2025). Güncel Türkçe Sözlük. <https://sozluk.gov.tr>
- Thanateeranon, J. (2023). Technology and Art Creation. Chophayom Journal, 34(2), 325–346. retrieved from <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/ejChophayom/article/view/266789>
- The Directorate General of Cultural Assets and Museums of Turkey. (t.y.). The Directorate General of Cultural Assets and Museums of Turkey. Google Arts ve Culture. Erişim adresi: <https://artsandculture.google.com/partner/the-directorate-general-of-cultural-assets-and-museums-of-türkiye?hl=tr> (Erişim tarihi: 21.02.2025)

- The Metropolitan Museum of Art. (t.y.). <https://www.metmuseum.org>
- Tisch School of the Arts. (2016). Color the Temple at the Met Museum. NYU Tisch. <https://tisch.nyu.edu/itp/news/spring-2016/color-the-temple-at-the-met-museum.html>
- Todorovic, V. (2021). Reimagining life (forms) with generative and bio art. AI ve Society, 36, [sayfa aralığı belirtilmemiş]. Erişim adresi: <https://doi.org/10.1007/s00146-020-00937-9>
- Toprak, A. G. (2021). Dijital Medya ve Mekânın Dönüşümü. Ankara: Ütopya
- Tribe, M. (2009). New media art. Köln ve Londra: Taschen.
- Tseng, E. (2017, 13 Kasım). Virtual reality tour of Gaudi's Casa Batlló (Part 1) [Video]. YouTube. Erişim adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=ZjDX58xgJEo> (Erişim tarihi: 15.02.2025)
- TT ArGe, Argela. (2014). Anadolu Medeniyetleri Müzesi mobil uygulaması [Video]. YouTube. Erişim adresi: https://www.youtube.com/watch?v=P3EmG_xOnZ8 (Erişim tarihi: 26.02.2025)
- TUIK (2024). Kültürel miras istatistikleri, 2023 [Bülten No: 53640]. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Cultural-Heritage-Statistics-2023-53640>
- Ujol, L., ve Champion, E. (2016). Virtual reality at the British Museum: What is the value of virtual reality for public engagement? Museums and the Web. Erişim adresi: <http://mw2016.museumsandtheweb.com>
- Uğur, A., ve Kınacı, A. C. (2006). Yapay Zekâ Teknikleri ve Yapay Sinir Ağları Kullanılarak Web Sayfalarının Sınıflandırılması. XI. Türkiye'de İnternet Konferansı (inet-tr'06), 1(4), Ankara.
- Uhri, A. (2006). Batı Anadolu Erken Tunç Çağı Ölü Gömme Gelenekleri (Yayımlanmamış doktora tezi). Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Arkeoloji Anabilim Dalı, İzmir.

- UNESCO Institute for Statistics. (2009). Cultural heritage. Erişim adresi: <https://uis.unesco.org/en/glossary-term/cultural-heritage> (Erişim tarihi: 11.04.2025)
- Uyan Dur, B. İ. (2021). Virtual Reality Art and İmmersive Experimental Typography. *Electronic Journal of New Media*, 5(3), 219–233. Erişim adresi: https://doi.org/10.17932/IAU.EJNM.25480200.2021/ejnm_v5i3002
- Uzuner, A. (2023). Yapay zekânın sanata yansımaları önerisi. *İdil*, 12(112), 1945–1957. Erişim adresi: <https://doi.org/10.7816/idil-12-112-03>
- Vazquez, J. (2024). Guide to visiting the Pergamon Museum – The Panorama. *JV Wanderings*. <https://jvwanderings.com/guide-to-visiting-the-pergamon-museum-the-panorama/>
- Yaman, H. (2018). Sanal gerçeklik teknolojisi ve enstalasyon sanatı bağlamında sanat eserlerinin sergilenmesinde yeni ortamlar. *Uluslararası Sanat ve Sanatta Yüksek Teknoloji Kullanımı Kongresi Bildirileri Kitabı*.
- Young, A. (2018). Bill Viola, The Crossing. *Smarthistory*. Erişim adresi: <https://smarthistory.org/bill-viola-the-crossing/> (Erişim tarihi: 06.10.2024)
- Yumak, S., ve Karadeniz, C. (2023). Müze Eğitiminde Yeni Teknolojilerin Kullanımı ve Kazanımlar. *Journal of International Museum Education*, 5("Cumhuriyetin 100. Yılında Türkiye’de Müzecilik ve Müze Eğitimi" Özel Sayısı), 62-77. <https://doi.org/10.51637/jimuseumed.1376981>
- Winegard, E. (2019). Dijital Medya Teknolojilerinin Sanatın ve Tasarımın Yaygınlaşmasındaki Yeri ve Önemi [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim Fakültesi Bölümü, Türkiye.
- ZKM | Center for Art and Media. (t.y.). About ZKM. Erişim adresi: <https://zkm.de/en/about-zkm> (Erişim tarihi: 21.02.2025)

EKLER

EK-1: MÜZE İZİN BELGESİ



T.C.
ANTALYA VALİLİĞİ
İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü
Antalya Müzesi Müdürlüğü



Sayı : E-77492378-155.03-4490618
Konu : İlmi Araştırma (Hanife ÇELİKOĞLU)

03.12.2023

Sayın Hanife ÇELİKOĞLU
Akdeniz Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü MURATPAŞA / ANTALYA

- İlgi : a) 10/08/1984 tarih ve 18485 sayılı Resmi Gazete 'de yayımlanan Kültür ve Tabiat Varlıklarıylaİlgili Olarak Yapılacak Araştırma, Sondaj ve Kazılar hakkında Yönetmelik.
b) 26/01/1984 tarih ve 18293 sayılı Resmi Gazete 'de yayımlanan Müzelerle Müzelerle BağlıBirimlerde ve Örenyerlerindeki Kültür Varlıklarının Film ve Fotoğraflarının ÇekilmesiMulaj ve Kopyalarının Çıkarılması hakkında Yönetmelik.
c) Bakanlığımız Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü'nün 27.03.2001 tarih ve 2487sayılı yazısı.
ç) Bakanlığımız Döner Sermaye İşletmesi Merkez Müdürlüğü'nün 20.04.2009 tarih veB.16.1.DÖS.0.05.00.00/75250 sayılı yazısı.
d) Bakanlığımız Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü'nün 06.05.2010 tarih ve 952sayılı yazısı eki Bakanlık Makamının 06/05/2010 tarih ve 95217 sayılı onayı.
e) Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nün 29.11.2023 tarihli ve E-90509293-155.03-4474398 sayılı yazısı.

Antalya Müze Müdürlüğünde "Yeni Medya Teknolojilerinin Mekan Deneyimine Etkisi ve Antalya Arkeoloji Müzesi Örneği " konusu ile ilgili olarak;

-Çalışmanın ilgi (a), (b), (c), (ç), (d) ve (e)'de kayıtlı yazı, genelge ve yönetmelikler Kapsamında gerçekleştirilmesi,

-Çalışmanın başlayacağı tarihin Müze Müdürlüğü'ne 15 gün önceden bildirilmesi ve randevu alınarak çalışılması,

-Müze Müdürlüğü'nün belirleyeceği şartlara uyulması ve gerekli güvenlik önlemlerine riayet edilmesi,

Koşullarıyla 2023 yılında araştırma yapılması ve fotoğraf çekilmesi Müdürlüğümüzce uygun görülmektedir.

Çalışmanın tamamlanmasının ardından hazırlanacak araştırma metni, çizim, fotoğraf vb. belgeyi içeren, mümkünse CD ortamına aktarılmış çalışma raporu ilr ileride yayınlanmsaı halinde kitap ve ayrı basımların Müze Müdürlüğüne gönderilmesi gerekmektedir.

Söz konusu çalışmanın tamamlanmaması ve 2024 yılında da araştırmaya devam edilmesinin istenmesi halinde, öngörülen çalışma tarihinden 3 ay önce olmak üzere, 31 Aralık 2023 tarihine kadar

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Doğrulama Kodu: 43A799DB-02E3-49B2-94B7-0E1682C95B80

Doğrulama Adresi: <https://www.turkiye.gov.tr/ktb-ebys>

Antalya Müzesi Müdürlüğü Konyaaltı Cad. No:88 07050/ANTALYA Tel: 0 242 238 56 88-89 Faks:0 242 238 56 87

İlkayayolu.ktb.gov.tr

Elektronik AĞ: antalya.muzeler.gov.tr

KEP Adresi : antalyakulturturizm@hs01.kep.tr

e-posta: antalyamuzesi@ktb.gov.tr



Bilgi için:Aynur ÇALIŞLAR
Müze Araştırmacısı
Telefon No:(242) 238 55 88



EK-2 : MÜZE İZİN BELGESİ / ARAŞTIRMA SÜRESİ UZATILMA TALEBİ



T.C.
ANTALYA VALİLİĞİ
İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü
Antalya Müzesi Müdürlüğü



Sayı : E-77492378-155.03-4658433
Konu : İlmi Araştırma Süresinin Uzatılması
Hakkında (Hanife ÇELİKOĞLU)

16.01.2024

Sayın Hanife ÇELİKOĞLU
Akdeniz Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü MURATPAŞA / ANTALYA

İlgi : a) Antalya Müze Müdürlüğü'nün 03.12.2023 tarihli ve E-77492378-155.03-4490618 sayılı İlmi Araştırma izni yazısı.
b) Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nün 09.01.2024 tarihli ve E-90509293-155.03-4629304 sayılı yazısı.

Üniversiteniz Güzel Sanatlar Enstitüsü Sanat ve Tasarım Anasanat Dalı öğrencisi Hanife ÇELİKOĞLU'nun "Yeni Medya Teknolojilerinin Mekan Deneyimine Etkisi ve Antalya Arkeolojisi Müzesi Örneği" başlıklı tez çalışması kapsamında 2023 yılı için daha önceden tarafımızca ilgi (a) yazısı ile gerekli izinler verilmişti. Ancak ilgi (b) yazısı ile ek süre Eylül 2024 tarihine kadar talep edilmiştir. Konu ile ilgili olarak çalışmanın Müze Müdürlüğümüzce yazılan ilgi (a)'da kayıtlı yazı, genelge, yönetmelikler kapsamında gerçekleşmesi ve çalışmayla ilgili talep edilen tüm çalışmaların yerine getirilmesi,

Koşullarıyla 2024 yılında araştırma yapılması ve fotoğraf çekilmesi Müdürlüğümüzce uygun görülmektedir.

Çalışmanın tamamlanmasının ardından hazırlanacak araştırma metni, çizim, fotoğraf vb. belgeyi içeren, mümkünse CD ortamına aktarılmış çalışma raporu ile ileride yayınlanması halinde kitap ve ayrı basımların Müze Müdürlüğüne gönderilmesi gerekmektedir.

Bilgi ve gereğini rica ederim.

Mustafa DEMİREL
Müze Müdürü

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.
Doğrulama Kodu: 5245BA0B-95CF-4666-AFA6-88A846B4E133 Doğrulama Adresi: <https://www.turkiye.gov.tr/ktb-cbys>
Antalya Müzesi Müdürlüğü Konyaaltı Cad. No:88 07050/ANTALYA Tel: 0 242 238 56 88-89 Faks: 0 242 238 56 87 Bilgi için: Aynur ÇALIŞLAR
İlçiyayolu.ktb.gov.tr Müze Araştırmacı
Elektronik Ağ: antalya.muzeler.gov.tr e-posta: antalyamuzesi@ktb.gov.tr Telefon No: (242) 238 55 88
KEP Adresi : antalyakulturturizm@hs01.kep.tr



EK-3: SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER BİLİMSEL ARAŞTIRMA VE YAYIN ETİĞİ KURULU KURUL KARARI

Evrak Tarih ve Sayısı: 01.02.2024-843900



T.C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu
KURUL KARARI



TOPLANTI TARİHİ : 01.02.2024
TOPLANTI SAYISI : 02
KARAR SAYISI : 53

Üniversitemiz Güzel Sanatlar Fakültesi Seramik Bölümü öğretim üyesi **Doç. Dr. Kamuran Özlem SARNIÇ**'ın danışmanlığını, **Hanife ÇELİKOĞLU**'nun araştırmacılığını üstlendiği, "*Yeni Medya Teknolojilerinin Mekan Deneyimine Etkisi ve Antalya Arkeoloji Müzesi Örneği*" konulu çalışmanın, çalışmada kullanılacak olan ölçeğin izninin alınması kaydıyla fikri hukuki ve telif hakları bakımından metot ve ölçeğine ilişkin sorumluluğun başvurucuya ait olmak üzere, proje süresince uygulanmasının etik olarak **uygun olduğuna** oy birliği ile karar verilmiştir.

Prof. Dr. Hilmi DEMİRKAYA
Kurul Başkanı

Başkan
Prof. Dr.
Hilmi DEMİRKAYA

Başkan Yrd.
Prof. Dr.
Sibel PAŞAOĞLU YÖNDEM
(görevli)

Üye
Prof. Dr.
Ebru İÇİGEN

Üye
Prof. Dr.
Nurşen ADAK

Üye
Prof. Dr.
Taner KORKUT

Üye
Prof. Dr.
Gökhan AKYÜZ

Üye
Prof.
Ceren HEPYÜCEL

EK-4 ÖLÇEK İZNİ

İlt: PERMIT

HANİFE ÇELİKOĞLU

2.02.2024 (Cum) 11:55

Kime: Kamuran Ozlem SARNIC

Gönderen: 沈介文

Gönderildi: 1 Şubat 2024 Perşembe 03:47

Kime: HANİFE ÇELİKOĞLU

Konu: Re: PERMIT

Hello, Hanife Çelikoğlu

I am glad to give the permission.

by Sheng, Chieh-Wen

----- Original Message -----

From: HANİFE ÇELİKOĞLU

To:

Sent: 2024/01/30 16:29

Subject: PERMIT

Hello, I'm Hanife Çelikoğlu

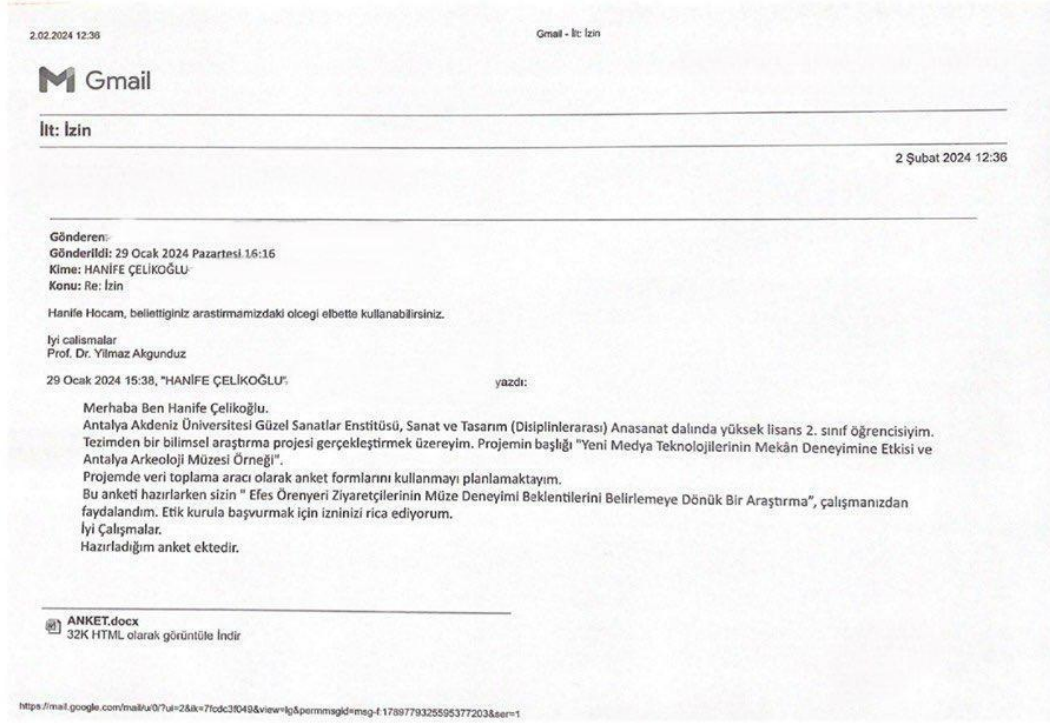
I am writing to you from Turkey. I am a 2nd year graduate student at Antalya Akdeniz University, Institute of Fine Arts, Department of Art and Design (Interdisciplinary).

I am about to realize a scientific research project from my thesis. The title of my project is "The Effect of New Media Technologies on Space Experience and the Case of Antalya Archeology Museum". In the data collection part of this project, I prepared a questionnaire for museum visitors. While preparing this questionnaire, I benefited from your Museum Experience study. I would like to ask your permission to apply to the ethics committee.

Good work

The questionnaire I prepared is attached.

EK-5 ÖLÇEK İZNI



EK-6: ETİK BEYANI

Akdeniz Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Tez Yazım Kılavuzuna uygun olarak hazırladığım bu tezde:

- Tez içindeki bütün bilgi ve belgeleri akademik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- görsel, işitsel ve yazılı bütün bilgi ve sonuçları bilimsel ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda ilgili eserlere bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunduğumu,
- atıfta bulunduğum eserlerin bütününe kaynak olarak gösterdiğimi,
- kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapmadığımı,
- bu Tezin herhangi bir bölümünü bu üniversitede veya başka bir üniversitede başka bir Tez çalışması olarak sunmadığımı beyan ederim.

20/05/2025

Hanife Çelikoğlu

EK-7: TEZ ORJİNALLİK RAPORU**AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ****Güzel Sanatlar Enstitüsü**

Tez Başlığı: Yeni Medya Teknolojilerinin Mekân Deneyimine Etkisi ve Antalya Arkeoloji
Müzesi Örneği

Yukarıda başlığı verilen Tezimin tamamı Turnitin adlı intihal programı aracılığı ile Tez
Danışmanım tarafından kontrol edilmiştir. (Tez 106, Tez 206, Tez 010 Formları) Kontrol
sonucunda (kaynakça hariç) aşağıdaki veriler elde edilmiştir:

Raporlama Tarihi	Sayfa Sayısı	Karakter Sayısı	Savunma Tarihi	Benzerlik Oranı (%)	Gönderim Numarası
17.06.2025	186	201.413	20.05.2025	%10	1:3278345396

Akdeniz Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Tez Orijinallik Raporu Alınması ve
Kullanılması Uygulama Esasları'nı inceledim ve çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini;
aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul
ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim. (Tarih
17/06/2025)

Hanife ÇELİKOĞLU

Öğrenci No: 202253007004

Anasanat/Anabilim Dalı: SANAT ve TASARIM ANASANAT DALI

Program (İşaretleyiniz)

Yüksek Lisans	Sanatta Yeterlik	Doktora	Bütünleşik Doktora
X			

DANIŞMAN ONAYI

UYGUNDUR.

(Doç. Kamuran Özlem SARNIÇ)

**EK-8: Master's/Proficiency in Art/PhD
Thesis/ Art Work Report Originality Report**

AKDENİZ UNIVERSITY

Institute of FineArts

Title: The Effect of New Media Technologies on Space Experience and The Example of Antalya Archaeology Museum

The whole thesis/art work report is checked by my supervisor, using Turnitin plagiarism detection software taking into consideration the below mentioned filtering options. (Tez 106, Tez 206, Tez 010 Forms) According to the originality report, obtained data are as follows.(Bibliography excluded)

Date Submitted	Page Count	Character Count	Date of Thesis Defence	Similarity Index (%)	Submission ID
17.06.2025	186	201.413	20.05.2025	%10	1:3278345396

I declare that I have carefully read the Akdeniz University Institute of Fine Arts Guidelines for Obtaining and Using Thesis Originality Reports; that my thesis does not include any form of plagiarism; that in any future detection of possible infringement of the regulations, I accept all legal responsibility; and that all the information I have provided is correct to the best of my knowledge. I respectfully submit this for approval. (17/06/2025)

Student No.:202253007004

Department: Art and Design

Hanife ÇELİKOĞLU

Program/Degree (please mark):

Master's	Proficiency in Art	PhD	Integrated Phd
X			

SUPERVISOR APPROVAL

APPROVED.

Assoc. Kamuran Özlem SARNIÇ

