



ISSN: 2651-2742

2024- Cilt: 7 Sayı: 2

Sayfa: 317-337.

Dergi Web Sitesi: <http://sita.cumhuriyet.edu.tr/tr/>

Gönderilme Tarihi: 24.12.2024

Kabul Tarihi: 30.12.2024

Araştırma Makalesi (Research Article)

**DİJİTAL MÜZECİLİK UYGULAMALARINA YÖNELİK TURİST REHBERİ
ALGILARI: ÇATALHÖYÜK TANITIM VE KARŞILAMA MERKEZİ ÖRNEĞİ**
Tourist Guide Perceptions of Digital Museology Applications: The Case of Çatalhöyük Promotion
and Welcome Center

İbrahim Hakkı KAYNAK

Necmettin Erbakan Üniversitesi,
Turizm Fakültesi

Filiz SEVİNÇ

Necmettin Erbakan Üniversitesi,
Sosyal Bilimler Enstitüsü

Sinan USLU*

Necmettin Erbakan Üniversitesi,
Turizm Fakültesi

ÖZ

Bu araştırma, dijital teknolojilerin müzecilikte yarattığı köklü değişimlerin turist rehberlerinin mesleki performanslarına etkisini ve ortaya çıkan algılarını incelemektedir. Sanal turlar, artırılmış gerçeklik (AR) ve dijital etkileşimli ekranlar gibi yenilikler, müze deneyimlerini kişiselleştirip zenginleştirirken, rehberlerin bu dijital araçları etkin kullanması ziyaretçilerin deneyimlerini derinleştirmede önemli bir rol oynamaktadır. Çalışma, rehberlerin dijital müzecilik uygulamalarına yönelik algılarını ve bu algıların mesleklerine yansımalarını analiz ederek, dijital dönüşüme adaptasyonun müzelerin eğitimsel ve kültürel misyonlarına katkı sağlama potansiyelini vurgulamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Dijital Müzecilik, Turist Rehberi Algısı, Çatalhöyük Tanıtım ve Karşılama Merkezi.

ABSTRACT

This research examines the effects of the radical changes created by digital technologies in museums on the professional performance of tour guides and the resulting perceptions. While innovations such as virtual tours, augmented reality (AR) and digital interactive displays personalize and enrich museum experiences, guides' effective use of these digital tools plays an important role in deepening visitors' experiences. By analyzing guides' perceptions of

* Sorumlu Yazar: sinanuslu42@gmail.com

Önerilen Atıf: Kaynak, İ. H., Sevinç, F. ve Uslu, S. (2024). Dijital Müzecilik Uygulamalarına Yönelik Turist Rehberi Algıları: Çatalhöyük Tanıtım ve Karşılama Merkezi Örneği, Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi, 7(2), 317-337.

digital museology practices and their implications for their profession, the study highlights the potential of adapting to digital transformation to contribute to the educational and cultural missions of museums.

Key Words: Digital Museology, Perception of Tourist Guide, Çatalhöyük Promotion and Welcome Center.

1. GİRİŞ

Dijital teknolojinin hızla ilerlemesi, birçok alanda olduğu gibi müzecilik alanında da köklü değişimlere yol açmıştır (Mutlu, 2019). Geleneksel müzecilik yöntemlerinin yerini giderek daha fazla dijital uygulamalar almaktadır (Bunsuz, 2019; Kahraman, 2021). Sanal turlar, artırılmış gerçeklik (AR), sanal gerçeklik (VR) ve dijital etkileşimli ekranlar gibi yenilikler, ziyaretçilere müze deneyimlerini zenginleştiren ve derinleştiren yeni imkanlar sunmaktadır (Teker, 2016). Örneğin, sanal turlar sayesinde fiziksel olarak müzeyi ziyaret edemeyen kişiler bile eserleri detaylı bir şekilde inceleyebilirken, artırılmış gerçeklik uygulamaları ziyaretçilerin tarihi eserleri ve sanatsal objeleri daha interaktif bir şekilde deneyimlemelerine olanak tanır (Pınarcık, 2023). Bu teknolojiler, müze koleksiyonlarını daha erişilebilir hale getirerek, daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlar (Tezcan, 2019). Dijital müzecilik, sadece ziyaretçi deneyimini dönüştürmekle kalmaz, aynı zamanda müzelerin erişilebilirliğini artırır ve daha geniş kitlelere ulaşmasına olanak tanır (Ergin, 2022). Dijital araçlar, müzelerin eğitim programlarını zenginleştirir, araştırma ve koruma çalışmalarını destekler ve topluluklarla olan etkileşimlerini derinleştirir (Külük, 2019). Bu bağlamda, dijital müzecilik uygulamaları, müzelerin misyonunu daha etkili bir şekilde yerine getirmesine yardımcı olurken, ziyaretçilerin öğrenme deneyimlerini de kişiselleştirir ve geliştirir (Karadeniz, 2017).

Bu değişimlerin ışığında, dijital müzecilik uygulamalarının rehberlik mesleğinin icrasında önemli bir yer tuttuğu düşünülmektedir (Ercan, 2022). Turist rehberleri, müzelerin sunduğu bilgileri ziyaretçilere aktaran ve ziyaretçi deneyimini yönlendiren kilit kişiler olarak (Goulding, 2000), dijital teknolojilerin entegre edilmesinde ve ziyaretçilere benimsetilmesinde kritik bir rol üstlenirler (Kahraman, 2024). Rehberlerin dijital araçları kullanma becerisi, ziyaretçilerin müze deneyimini nasıl algıladığını ve ne kadar memnun kaldığını doğrudan etkiler (Sarıgül, 2021). Ayrıca, teknolojik araçların turist rehberlerinin sunduğu hizmetleri kısmen de olsa karşılayabildiği ve rehberlik mesleğine yönelik bir tehdit olarak algılanabileceği ifade edilebilir (Eser, 2020). Dolayısıyla, rehberlerin dijital müzecilik uygulamalarına yönelik algıları (Deniz, 2008) ve bu algıların onların mesleki performansları üzerindeki etkileri, incelenmeye değer önemli bir konudur. Bu çalışmada, dijital müzecilik uygulamalarının turist rehberleri tarafından nasıl algılandığını ve bu algıların rehberlerin işlevselliğine, ziyaretçi memnuniyetine ve genel müze deneyimine nasıl yansıdığını ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Rehberlerin dijital araçları benimsemesi ve etkin kullanması, müze ziyaretçilerinin deneyimlerini zenginleştirmek için önemlidir. Rehberlerin dijital dönüşüme nasıl baktıklarını öğrenmek, mesleki gelişim ve gelecekteki mesleki dönüşüm için yeni fikirlerin oluşmasını sağlayabilir.

Araştırmanın ilk bölümünde dijital müzecilik uygulamalarının teorik temellerine ve mevcut literatüre genel bir bakış sunulacaktır. İkinci bölümde ise turist rehberlerinin dijital müzecilik uygulamalarına yönelik algıları üzerine yapılan saha çalışmasının bulguları ele alınacaktır. Son bölümde ise bulgular ve değerlendirme ile dijital müzeciliğin geleceğine yönelik önerilerde bulunulacaktır.

Bu araştırmanın, dijital müzecilik uygulamalarının etkinliğini artırmak ve turist rehberlerinin dijital dünyaya adaptasyonunu sağlamak adına önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir. Turist rehberlerinin dijital becerilerini geliştirmek ve dijital müzeciliği etkin kullanmalarını sağlamak, müze deneyimini zenginleştirir ve müzelerin eğitimsel ve kültürel misyonlarını daha geniş kitlelere ulaştırır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Dijital Müzecilik

Dijital müzecilik, dijital teknolojilerin kullanılmasıyla müzelerin içeriklerini sergileme, koruma, erişim sağlama ve ziyaretçi deneyimini geliştirme süreçlerini ifade eder (Bayrak Uluğ, 2020). Bu alanda kullanılan teknolojiler, sanal turlar, artırılmış gerçeklik (AR), sanal gerçeklik (VR), dijital etkileşimli ekranlar, mobil uygulamalar ve dijital arşiv sistemleri gibi çeşitli yenilikleri içerir (Kamacioğlu, 2018). Özellikle pandemi gibi fiziksel ziyaretlerin kısıtlandığı dönemlerde büyük avantaj sağlar ve müze ziyaretlerini daha eğitici hale getirebilir (İralı, 2021). İnteraktif ekranlar, AR ve VR uygulamaları, ziyaretçilere tarihsel olayları ve kültürel bağlamları daha etkili bir şekilde öğrenme fırsatı sunar, nadir ve hassas eserlerin korunmasına yardımcı olur (Durna, 2021). Dijital kopyalar, orijinal eserlerin zarar görmesini önleyerek uzun ömürlü olmalarını sağlar (Erkan, 2023). Dijital uygulamalar, ziyaretçilerin müze deneyimini kişiselleştirmesine ve derinleştirmesine olanak tanır (Mercin, 2017). Sanal turlar ve etkileşimli rehberlik, müze gezilerini daha ilgi çekici hale getirir (Kaya, 2018). Ayrıca Dijital platformlar, ziyaretçi davranışlarını ve tercihlerini izleme imkânı sağlar (Topsakal, 2024). Bu veriler, müze yönetimlerine sergilerini ve programlarını iyileştirme konusunda yardımcı olur (Ayaokur, 2014). Müzelerde en sık kullanılan etkileşimli sunum yöntemleri; Dokunmatik Ekranlar (Touch Screen), Hologram Teknolojileri, Simülasyonlar, Sanal Gerçekçilikler, Arttırılmış Gerçeklikler, Çok Boyutlu Gösterimler (Projeksiyon) gibi uygulamalar sıralanır (Caggianese, 2018).

Dokunmatik Ekran; Dokunmatik ekran, kullanıcının parmak veya özel bir kalemle doğrudan ekrana dokunarak cihazı kontrol edebilmesini sağlayan bir ekran türüdür (Göktepe, 2013). Bu ekranlar, dokunuşları algılayarak ilgili komutları gerçekleştiren ve geniş bir kullanım yelpazesine sahip olan interaktif teknolojilerdir bunun yanı sıra, katılımcının cihazla keyifli vakit geçirmesini de sağlar (Alemdar, 2014). Bir müzede, camlı bir bölmenin arkasındaki obje ile etkileşim kurmak oldukça zordur; ancak, anlatım teknolojik araçlarla desteklendiğinde, sergileme çok daha eğlenceli hale gelir (Aytekin, 2016). Bu gösterimlerle, sergide yer almayan objeleri göstermek veya yeni objeler yaratmak mümkündür (Vargün, 2022).

Hologram Teknolojisi; Hologram teknolojisi, ışığın dalga özelliklerini kullanarak üç boyutlu görüntüler oluşturma tekniğidir (Ercan M. , 2009). Bu teknoloji, bir nesnenin veya sahnenin ışık dalgalarını kaydederek (Zencir, 2023) ve daha sonra bu dalgaları yeniden yapılandırarak izleyiciye gerçekçi bir derinlik ve perspektif hissi verir (Işık, 2013). Hologramlar genellikle lazer ışığı kullanılarak oluşturulur (Mueck, 2019)ve bilim, sanat, eğitim, tıp ve eğlence gibi birçok alanda kullanılır (Boyras, 2011). Holografi, sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik uygulamaları için de önemli bir temel teknolojidir (Köse, 2018).

Simülasyon; gerçek dünyada var olan bir ortamın ışık, ses ve görsel bileşenlerini dijital bir platformda sunmaktır (Karaman, 2022). Bu süreç, gerçeği yakalayan ve onun yerini alan sahte bir temsil olarak tanımlanabilir (Ercansungur, 2018). Simülasyon, gerçeğin yerini almış olan

bir hiper gerçekliktir ve gerçek ile sahte, orijinal ile imge arasındaki farkı ortadan kaldırır (Tağ Kalafatoğlu, 2022).

Sanal Gerçeklik; Teknolojinin ilerlemesi ve sunduğu imkânlar doğrultusunda yaygınlaşan sanal gerçeklik, kişilere dijital bir ortamda gerçeklik hissi yaşatan bir teknolojidir (Sariyar, 2019). Bu teknoloji, müzelerde sergileme amacıyla kullanıldığında, Müzelerde ise ziyaretçilere daha etkileyici ve interaktif deneyimler sunmaktadır ve müzelere olan ilgiyi artırmakta ve sergilenen koleksiyonların görünen kısmının ötesinde daha ayrıntılı bilgi sunmaktadır (Köse, 2020). Bu uygulama, müzenin belirli noktalarında bulunan veya girişte kimlik karşılığında verilen tablet bilgisayarlar aracılığıyla gerçekleştirilebilir (Aydiner, 2022).

Arttırılmış Gerçeklik; Arttırılmış gerçeklik, insan duyularıyla algılanabilen ve bilgisayar teknolojisiyle zenginleştirilip çevresel faktörlerle etkileşime giren bir algı kavramıdır (Somyürek, 2014). Bu teknolojinin oluşturduğu ortamların ne kadar gerçekçi olduğunu değerlendirmek için "bulunulmuşluk hissi ölçeği" kullanılır ve bu ölçeğin amacı, yaratılan ortamın gerçeklikle ne kadar benzerlik taşıdığını ölçmektir. (Akçaova, 2020). Arttırılmış gerçeklik teknolojisiyle pek çok sanal ortam oluşturulmuş, bu ortamlarda bilimsel çalışmalar gerçekleştirilmiş ve elde edilen bulgular bilimsel açıdan değerli kabul edilmiştir (Avcı, 2018).

Çok Boyutlu Gösterimler (Projeksiyon); Bir geometriye ait yüzey, çizgi ve noktaların farklı bir düzlem üzerinde cihazlar aracılığıyla oluşturduğu görüntüye izdüşüm denir (Tercan, 2012).

Gelişen ve değişen teknoloji ile dijital sergileme teknikleri yaygın olarak görülmektedir. Dünya da ve Türkiye'de bazı örnekleri bulunmaktadır. Dünyada San Francisco'da bulunan Modern Sanatlar Müzesi (SFMOMA-San Francisco Museum of Modern Art) (Samis, 2001) ile New York'ta yer alan Modern Sanatlar Müzesi (MoMA PS1-Museum of Modern Art) (Bouchard, 2020), Yeni Müze (New Museum), Whitney Amerikan Sanatlar Müzesi (Whitney Museum of American Art) (Wands, 2021) gibi önemli müzeler sayılabilir. Ayrıca, Tokyo'da "dünyanın en büyük dijital sanat müzesi" unvanıyla açılan yeni bir müze daha bulunmaktadır (Erbay, 2022). Türkiye'de günümüzde yaygınlaşan dijital anlatım modellerine sahip müze örnekleri şu şekilde sayılabilir; İstanbul 1453 (Taşkıran, 2019), Panorama 1326 Müze ve Etkileşim Merkezi (Zülfikar, 2020), Gaziantep Savunması ve Kahramanlık Panoraması Müzesi (Büyüksalvarcı, 2020), Çanakkale Panorama 1915 (Tozlu, 2012), Efes dijital deneyim müzesi (Oğan, 2022).

2.2. Turist Rehberliği

Turist rehberliğinin geçmişi, Mısırlı rahiplere (Yıldız, 2018) ve Anadolu'da doğup büyümüş (Erdem, 2020) tarihçi ve coğrafyacı ve aynı zamanda tarihteki ilk tercüman ve rehber olan Herodot'a kadar gitmektedir (Polat, 2001). Rehberlik mesleği, insanların bilinmeyen bölgeleri güvenilir bilgiyle tanıma ihtiyacından doğmuştur (Rabotić, 2010). Bu görev, tarih boyunca farklı isimlerle anılmış olmasına rağmen, günümüzde en güncel adıyla tanımlanmaktadır (Tanrısever, 2019) ve hakkında çeşitli tanımlar bulunmaktadır (Koroğlu, 2012).

Turist rehberleri, turistlerin beklentilerini ve destinasyonun çekiciliğini birleştirerek etkili iletişim kurar ve misafir memnuniyeti sağlar. Ancak, teknolojinin hızlı gelişimiyle birlikte, rehberlerin sunduğu hizmetler teknolojik araçlar tarafından da sağlanabilir hale gelmektedir. Bu sebeple teknoloji, rehberlik mesleğinde giderek daha önemli bir rol oynamaktadır (Pirolo & Nasta, 2020; Özalkan, 2022). Rehberler Turist deneyimini zenginleştirme anlamında çeşitli materyaller kullanılır. Detaylı haritalar ve broşürler, ziyaretçilere gezilen yerin genel görünümünü ve önemli noktalarını gösterir (Ar, 2015). Fotoğraf ve video, Anlatılan konuları

görsel olarak destekleyerek ziyaretçilerin dikkatini çeker ve anlamalarını kolaylaştırır (Türker, 2020). Tarihi eserlerin veya yapıların küçük ölçekli modelleri, ziyaretçilere somut bir görsel sunarak konuları daha iyi anlamalarını sağlar (Güzelci, 2017). Ziyaretçilere kendi hızlarında gezme imkânı sunar ve sesli efektler ve müziklerle anlatımı zenginleştirir (Şahiner, 2013).

Turist rehberliği açısından bakıldığında, dijital ve elektronik kaynaklar farklı anlamlar taşırlar. Buna göre dijital müzeler, coğrafi sınırlamaları ortadan kaldırarak herkesin erişebilmesini sağlar ve farklı dillerde içerik sunarak uluslararası ziyaretçilere hitap eder ve rehberlerin etkileşimine uygun degillerdir (Tüfekçi, 2015). Bununla birlikte ziyaret alanlarındaki interaktif ekranlar ve sanal turlar, ziyaretçilerin aktif katılımını teşvik eder ve anlatımı daha etkileyici hale getirir (Gümüş & Erbay, 2019). Görsel ve işitsel unsurlarla desteklenen dijital içerikler, ziyaretçilerin deneyimini daha etkileyici hale getirir (Karayılanoğlu, 2020). Dijital müzeler, ziyaretçilere eğitici içerikler sunarak bilgi düzeylerini artırır ve çevrimiçi kaynaklar aracılığıyla uzaktan eğitim imkânı sağlar (Yum, 2020). Ziyaretçi geri bildirimleri, dijital müzelerin deneyimleri sürekli iyileştirmesine olanak tanır ve kişiselleştirilmiş turlar ziyaretçilerin ihtiyaçlarına göre uyarlanmış deneyimler sunar (Yaralı, 2023). Turist rehberleri, bu materyalleri ve dijital müzecilik uygulamalarını kullanarak ziyaretçilerin deneyimini daha zengin ve etkileyici hale getirir (Özalkan, 2022). Bu da ziyaretçilerin gezdikleri yerleri daha iyi anlamalarını ve keyifli bir deneyim yaşamalarını sağlar.

3. KURAMSAL ÇERÇEVE

Dijital müzeler, sanat ve kültürel mirası sanal ortama taşıyarak geniş kitlelere ulaşmayı amaçlayan yenilikçi platformlardır (Giannini, 2022). Bu bağlamda turist rehberlerinin rolü, dijital müze deneyiminin zenginleştirilmesi ve ziyaretçilerin daha derinlemesine bilgi edinmesi açısından büyük önem taşır (Mieli, 2020). Teknoloji Kabul Modeli (TAM) çerçevesinde değerlendirildiğinde, dijital müzecilik uygulamalarının turist rehberleri üzerindeki etkilerini anlamak, bu teknolojilerin benimsenmesini ve kabulünü daha iyi açıklayabilir (Kaş, 2015). TAM, yeni teknolojilerin kabul edilmesini belirleyen iki temel unsura odaklanır: Algılanan Kullanışlılık (Perceived Usefulness) ve Algılanan Kolay Kullanım (Perceived Ease of Use).

Dijital müzecilik uygulamalarının turist rehberleri açısından bu unsurlar bağlamında değerlendirilmesi, olumlu ve olumsuz yönlerin daha iyi anlaşılmasını sağlar (Cibaroğlu, 2018). Teknolojik gelişmeler, turist rehberleri tarafından genellikle tehdit olarak algılanmaktadır. Birçok araştırma, teknolojik gelişmelerin turist rehberleri üzerindeki olumsuz etkilerini vurgulamaktadır. Hein (2006), dijital rehberlerin rehberlik mesleğinin kişisel ve etkileşimli yönlerini tehdit ettiğini belirtmektedir. Hein'e göre, dijital rehberler, ziyaretçilere sadece bilgi sunmakla kalmaz, aynı zamanda rehberlerin sunduğu bağlamsal ve kişisel anlatımları da ortadan kaldırabilir. Bu durum, rehberlerin işlevlerini ve mesleki rollerini tehdit eden bir unsur olarak değerlendirilmektedir.

Van der Meer (2016), sanal turların rehberlik mesleğini nasıl tehdit ettiğini incelemiştir. Araştırma, sanal turların genellikle yüzeysel bilgi sunduğunu ve rehberlerin ziyaretçilere sağladığı derinlemesine bilgi ve kişisel etkileşimi yeterince sunmadığını ortaya koymaktadır. Van der Meer, sanal turların rehberlerin rolünü azaltabileceğini ve ziyaretçilere daha az

etkileşimli bir deneyim sunduğunu vurgulamaktadır ve Dijital tanıtım materyallerinin rehberlik mesleğine etkilerini incelemiştir. Bu çalışmada, dijital materyallerin rehberlerin rolünü azalttığı ve kişisel etkileşimi önemsizleştirdiği ifade edilmiştir. Ayrıca, Davenport dijital materyallerin rehberlerin sunduğu anlatım ve etkileşimin yerine geçemediğini, bu durumun da rehberlik mesleğinin değerini düşürdüğünü savunmaktadır (Davenport, 2002).

Dijital müzelerin bazı teknik olumsuz yönleri de bulunmaktadır (Büke, 2022). Platformların çökmesi veya görüntü kalitesinin düşüklüğü gibi problemler, ziyaretçilerin memnuniyetini azaltabilir ve turist rehberlerinin etkileşimini olumsuz etkileyebilir (Ercan, 2022). Etkileşim konusunda da dijital müzeler sınırlamalarla karşı karşıyadır (Pekowska, 2022). Dijital müzelerin teknik sorunları, ziyaretçilerin deneyimini olumsuz yönde etkileyebilir. Ayrıca, bazı eserler dijital ortamda tam anlamıyla temsil edilemeyebilir (Doğruer, 2023). Büyük ölçekli sanat eserleri veya karmaşık sergiler, dijital platformlarda yeterince iyi gösterilemeyebilir (Özcan, 2019). Dijital müzelerin geleceği, teknolojinin gelişimine paralel olarak şekillenecektir (Ayyıldız, 2022).

Dijital müzelerin en olumlu yönlerinden biri erişilebilirliktir (Fanea-Ivanovici, 2020). Coğrafi engeller ve fiziksel sınırlamalar ortadan kalktığı için dünyanın her yerinden insanlar, internet bağlantısı aracılığıyla müze koleksiyonlarına ulaşabilir (Acun, 2008). Bu durum, özellikle fiziksel olarak müzeye gitme imkânı olmayan bireyler için büyük bir avantajdır (Dilli, 2017). Rehberler, kişiselleştirilmiş turlar düzenleyerek ziyaretçilerin ilgi alanlarına uygun bilgiler sunar ve interaktif bir deneyim sağlar (Sezikli, 2023).

Dijital müzeler, modern dijital araçların kullanıcı dostu tasarımları ve etkileşimli ekranlar, mobil uygulamalar ve dijital rehberlik sistemleri sayesinde rehberlerin iş akışlarını kolayca entegre edebilmesine, turlarını daha verimli ve organize bir şekilde yürütmesine, böylece ziyaretçi memnuniyetini artırmasına olanak tanır (Shang, 2011; Karatay, 2015; Widtfeldt Meged, 2018; Aydoğan, 2021; Azadaliyev, 2023).

Dijital müzeler, müze yönetimleri için de maliyet tasarrufu sağlayabilir; sergilerin dijital ortamda sunulması, fiziksel alan gereksinimlerini ve bakım maliyetlerini azaltabilir (Durna, 2021). Ayrıca Turist rehberlerinin dijital ortamdaki varlığı, müze yönetimlerinin personel masraflarını da azaltabilir, çünkü rehberler birden fazla kişiye aynı anda hizmet verebilir (Hammady, 2020).

Artırılmış gerçeklik (AR) ve sanal gerçeklik (VR) gibi teknolojiler, dijital müze deneyimini daha da zenginleştirebilir ve ziyaretçilerin eserlerle daha etkileşimli bir şekilde bağlantı kurmasını sağlamaktadır (Trunfio, 2022). Bu teknolojiler, duygusal ve duyuşsal deneyimi artırarak dijital müzelerin fiziksel müzelerle olan farkını azaltmaktadır (Keş, 2018). Turist rehberleri, bu teknolojileri kullanarak ziyaretçilere daha etkileyici ve etkileşimli deneyimler sunmaktadır (Zeybek, 2022). Dijital müzeler, kültürel mirasın daha geniş kitlelere ulaştırılması ve eğitim amaçlı kullanımı açısından önemli bir alternatif sunmaktadır (Nacak, 2020). Erişilebilirlik, maliyet etkinliği ve eğitimsel değer gibi olumlu yönleri, dijital müzelerin cazibesini artırırken (Dündar, 2004) duygusal ve duyuşsal deneyim eksikliği, teknolojiye

bağımlılık ve etkileşim sınırlamaları gibi olumsuz yönler, bu deneyimin geliştirilmesi gereken alanlarını işaret etmektedir (Karabulut, 2023). Dijital müzeler, teknolojinin sağladığı imkânları en iyi şekilde kullanarak ve sürekli olarak kendilerini geliştirerek, kültürel mirası daha geniş kitlelere ulaştırmaya devam edecektir (Bozkurt, 2009). Turist rehberleri de bu süreçte önemli bir rol oynayarak, ziyaretçilerin dijital müze deneyimlerini zenginleştirmeye katkıda bulunabilir (Kaya Bedir, 2020).

TAM çerçevesinde değerlendirildiğinde, dijital müzecilik uygulamalarının turist rehberleri üzerindeki etkileri hem olumlu hem de olumsuz yönler içermektedir (Kara, 2022). Bu teknolojiler, bilgi aktarımını zenginleştirme, ziyaretçi deneyimini artırma ve verimlilik sağlama gibi birçok avantaj sunarken, aynı zamanda rehberlerin mesleki rolünü tehdit etme, teknolojiye bağımlılık yaratma ve kişisel etkileşimi azaltma gibi olumsuz etkiler de yaratabilir (Skov, 2009). Rehberler, bu dijital dönüşümü benimseyerek mesleklerini zenginleştirebilirler, ancak teknolojinin sunduğu zorlukları da göz önünde bulundurarak dengeli bir yaklaşım benimsemeleri gerekmektedir (Gong, 2021).

4. ÇATALHÖYÜK TANITIM VE KARŞILAMA MERKEZİ

Çatalhöyük, Türkiye'nin Konya iline bağlı Çumra ilçesi yakınlarında bulunan, tarih öncesi döneme ait bir arkeolojik sit alanıdır ve Neolitik Çağ'a tarihlenir (Saçan, 2010; Efecan, 2011). Dünya üzerindeki en eski yerleşim yerlerinden biri olan Çatalhöyük, tarımın ve yerleşik hayatın başlangıcı hakkında önemli kanıtlar sunar (Stone, 2000). Buradaki yapılar, sosyal yapı ve toplumsal ilişkiler hakkında bilgi verir (Gürkan, 2016; Tuncer, 2019). Duvar resimleri ve süslemeler, dönemin sanat anlayışı ve ritüel pratikler hakkında ipuçları sağlar (Baysan, 2023; Sağır, 2016). Ayrıca, bitki kalıntıları ve hayvan kemikleri tarım ve hayvancılığın önemini gösterir (Göde, 2021; Gürgör, 2017). Çatalhöyük, 2012 yılında UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne dahil edilmiştir ve korunmaktadır (Çelik, 2023). Konya büyükşehir belediyesi, Çatalhöyük'ü tanıtmak ve ziyaretçileri karşılamak amacıyla bir tanıtım merkezi projesi başlatmıştır.

Çatalhöyük Tanıtım ve Karşılama Merkezi, 21 Kasım 2023 tarihinde açılmış olup, kültürel mirasın korunması ve tanıtılması için önemli bir rol oynamaktadır. Bu merkez, hem Çatalhöyük'ün hem de Konya'nın turizm potansiyelini artırarak, bölgenin kültürel ve ekonomik gelişimine katkı sağlamaktadır (Kültür Turizm Bakanlığı, 2023). Türkiye'nin kültürel mirasını koruma ve turizm potansiyelini artırma amacı güden bu proje, ahşap mimarisi ile çevre dostu bir yaklaşım benimseyerek sürdürülebilir turizme katkıda bulunmaktadır. Bu merkez, turistleri ağırlamak, bilgilendirmek ve kültürel deneyimlerini zenginleştirmek amacıyla tasarlanmıştır.

Türkiye'nin en büyük "Ahşap Kamu Yatırımı" unvanına sahip olan bu merkez, 28.500 metrekarelik geniş bir arazi üzerine kurulmuştur. 2021'de temeli atılan projenin çalışmaları iki yıl boyunca kesintisiz devam etmiş ve bugün bu özel merkez ortaya çıkmıştır. Ziyaretçilerin tüm ihtiyaçlarını karşılayabilecek kapsamlı bir tesis olarak tasarlanmıştır. Merkez de kafeteryalar ve sergi alanları gibi çeşitli olanaklar bulunmaktadır. Toplamda 4.500

metrekarelik kapalı alana sahip olan merkez, müze niteliği taşıyan özellikleriyle öne çıkmaktadır (Konya Büyükşehir Belediyesi, 2023).

Bu proje, sadece Çatalhöyük'ün canlanmasına katkıda bulunmakla kalmayıp, aynı zamanda Konya turizmine önemli bir değer katmaktadır. Tanıtım ve Karşılama Merkezi, ziyaretçilere Çatalhöyük ve çevresi, kazı alanları, dönemin ev yaşamı ve ölüm temaları hakkında kapsamlı bilgiler sunulmaktadır. Çatı hariç tamamen ahşaptan yapılmış özgün mimarisi ile dikkat çeken merkez, çalışma ofisleri, hediyelik eşya satış alanı, çok amaçlı salon, seyir kulesi, kafeteryalar ve 151 araç kapasiteli otopark alanına da sahiptir. Dijital müzecilik bağlamında isminde dijital geçmemesine rağmen içerisinde dijital dokunmatik ekranlar, projeksiyon, sound shower teknolojisi, video meeting sistemi tetiklemeli kulaklıklar bulunmaktadır.

5. METODOLOJİ

Araştırma, nitel araştırma çerçevesinde şekillendirilmiş ve nitel veriler kullanılarak sonuçlara ulaşılmaya çalışılmıştır. Kelly (1980), turizmin yüz yüze etkileşim doğasına sahip olduğunu ve nitel yaklaşımların bunu araştırmak için çok uygun olduğunu belirtmektedir. Ayrıca, nitel araştırma yaklaşımları nispeten az sayıda vaka ve sınırlı araştırma koşulları hakkında zengin bilgi sağlar (Berg, 2019). Sosyal bilimler alanında yaygın olarak kullanılan görüşme tekniği, bireylerin deneyimleri ve görüşleri hakkında bilgi edinmek için kullanılan etkili bir yöntemdir. Nitel araştırmada kullanılacak veriler, alanda yeterli düzeyde kaynak ve ölçüm aracı bulunmadığından görüşme tekniği ile elde edilmiştir. Elde edilen verilerin daha detaylı olabilmesi için görüşmeler yarı yapılandırılmış şekilde uygulanmıştır (Desai, 2002; Marvasti, 2004; Jennings, 2005; Veal, 2006). Metodolojik yaklaşıma karar verildikten görüşme süreci şu şekilde takip edilmiştir; (i) veriler yazıya geçirilmesi, (ii) geçerlilik açısından doğrulama, (iii) analiz ve (iv) raporlama. Yarı yapılandırılmış görüşme öncesinde oluşturulan soruların konu hakkında belirli bilgi ve deneyime sahip kişiler tarafından yanıtlanacağı düşünüldüğünden bu çalışmada amaçlı örnekleme seçilmiştir. Amaçlı örneklem nitel araştırmalarda yaygın olarak kullanılmaktadır (Baltacı, 2019).

Görüşme sorularının geliştirilmesi ve geçerliğin sağlanması için, öncelikle ilgili literatürden öne çıkan konular ve alanlar ilgili bilgiler değerlendirilmiştir. Oluşturulan soru havuzu turist rehberliği ve müzecilik alanlarında uzmanlaşmış öğretim elemanları ile tartışılmış, bununla birlikte alanda çalışan rehberler ile ön görüşmelerde sorular denenmiş ve geri bildirimler alınmıştır (Turner, 2010). Bu sürecin sonrasında mülakatlarda sorulan soruların son şekli verilmiştir.

Tablo 1. Görüşme soruları

1. Dijital müzecilik ve dijital uygulamalar turist rehberliği açısından tehdit midir?
2. Çatalhöyük tanıtım ve karşılama merkezindeki teknolojik uygulamalar mesleğinizi icra ederken nasıl etkili oluyor? Bu konudaki avantaj ve dezavantajlardan bahsediniz.
3. Bu ve benzeri teknolojik müze ya da dijital uygulamaların turist rehberliği mesleğinin geleceğine ne gibi etkileri olabilir?
4. Böyle bir müzenin varlığı size göre turların artmasına ve Çatalhöyük'ün tanınmasına etki yapabilir mi?

5. Diğer klasik müze turları ile karşılaştırdığınızda Çatalhöyük Tanıtım ve Karşılama Merkezi'nin rehberlik mesleği açısından hangi farkları ortaya çıkıyor?

Amaçlı örnekleme tekniğine dayanarak araştırmacılar, Çatalhöyük dijital ve tanıtım merkezini tur programlarına eklemiş Çatalhöyük'e tur düzenleyen ilgili profesyonellerin alanlarını listelemiş ve potansiyel irtibat kişilerini değerlendirmiştir. Örneklem olarak profesyonel turist rehberleri çalışmaya dahil edilmiştir. Marshall, Cardon, Poddar ve Fontenot (2013), nitel çalışmalar için net bir örneklem sayısının var olmadığını, ancak konu ve alanın niteliğine göre doyum oranına ulaşılan miktarın yeterliliğini vurgulamışlardır. Buna göre mülakatlar herhangi bir sayısal çoğunluğa göre değil, sorulan sorulara verilen cevapların tekrar – doyum oranı göz önünde bulundurulmuştur. Ayrıca mülakat ve odak grup tartışmaları gibi çalışmalarda örneklem belirlenmesi araştırma konusunun kapsamı ve ağırlığına göre farklılık göstermekte olup, sonuç odaklı bir yaklaşımla bir ya da iki vaka (kişi ya da olay) ile yeterli sonuçlar elde edilebileceği ifade edilmiştir (Başkale, 2016). Buna göre 8 turist rehberinden alınan verilerle uygulama yapılmıştır.

Görüşmeler katılımcıların tercih ettiği tarih ve saatte yüz yüze gerçekleştirilmiş ve ortalama 20 dakika sürmüştür. Görüşmeler sırasında veri kaybını önlemek amacıyla katılımcıların izni alınarak ses kayıtları yapılmıştır. Son aşamada ise elde edilen veriler betimsel analiz tekniği ile analiz edilerek alt başlıklar halinde sunulmuştur. Betimsel analizin amacı ham verileri okuyucuların anlayabileceği ve kullanabileceği şekilde yapılandırmaktır (Çiftçi, 2013). Bu analizlerde elde edilen veriler öncelikle mantıksal bir sıraya dizildikten sonra yapılan açıklamalar yorumlanarak geleceğe yönelik tahmin sonuçlarına ulaşılır. Görüşme sorularının güvenilirliğini ve geçerliliğini sağlamak için, araştırmacılar alternatif görüşme sorularını seçmek için ilgili literatürü gözden geçirmişlerdir.

6. BULGULAR VE YORUMLAR

Yapılan mülakatlar izlenen sürece göre analize tabi tutulmuştur. Analiz sonuçları çalışmanın araştırmacıları tarafından yorumlamaya tabi tutulmuştur. Bu sayede birden fazla bakış açısı (üçgenleme) ile en doğru bulguya ulaşılmak istenmiştir (Başkale, 2016). Bulgular bilimsel temel çerçevesinde ayrıntılı betimlemeye tabi tutulmuş, araştırmacıların yorumları tamamen mülakat yapılan kişilerin söylemlerine sadık kalınarak yapılmıştır. Özellikle aktarım konusunda araştırmacılar veri kaybını en aza indirmeye ve okuyucuların daha iyi anlamasına yönelik bir raporlama süreci izlemişlerdir (Guba ve Lincoln, 1982). Her soru için verilen cevaplar formlarda toplanarak, aşağıdaki şekilde araştırmacılar tarafından soru soru yorumlanmıştır.

Soru 1. Dijital müzecilik ve dijital uygulamalar turist rehberliği açısından tehdit midir? Sorusuna katılımcılar; Teknolojinin turist rehberleri üzerinde hem faydalı hem de tehdit edici etkileri olduğunu belirtmektedirler. Teknolojinin sürekli geliştiğini ve bu değişime uyum sağlamak zorunda olduklarını kabul etmekte, fakat turist rehberliğinin misafirlerle yüz yüze etkileşimi gerektirdiğini vurgulamaktalar. Bu nedenle, dijital uygulamaların rehberlik mesleği için bir tehdit oluşturmadığını düşünmektedirler. Ayrıca dijitalleşmenin hayatın her alanında var olduğunu ve hayatı kolaylaştırdığını belirtmektedirler. Dijital araçları turist rehberliğine bir tehdit olarak görmek yerine, yardımcı olarak düşünmek gerektiğini ve rehberlerin, bilgi

vermenin ötesinde, turistlerin anlayış ve eğitim seviyelerine uygun şekilde bilgi sunan kişiler olduğunu ifade etmektedirler. Teknolojinin turist rehberliği üzerindeki etkilerine dair farklı bakış açıları bulunmaktadır. Bazıları bu gelişmeleri tehdit olarak görürken, diğerleri bu teknolojik yeniliklerin rehberlerin çalışmalarına yardımcı olabileceğini düşünmektedir. Bu değerlendirmeyi destekler nitelikte katılımcıların ifade ettiği değerlendirmeler;

“Dijitalleşme hayatımızın her alanında var hayatımızı kolaylaştırmakta fakat turist rehberliği için bir tehdit değil de bir yardımcı olarak düşünmeliyiz çünkü rehber dediğimizde sadece bilgi veren yönlendiren değil aynı zamanda kişilerin anlayış ya da eğitim durumuna göre onların kapasitesinde anlatan kişidir. Her bilgi herkese hitap etmeyebilir.”

“Bu tarz gelişmeler turist rehberleri üzerinde faydalı olduğu gibi tehdit oluşturduğu bir kısımda var. Birçok ören yerinde işte sesli anlatım gibi birçok özelliğin reklamı yapılmakta yani rehber tutmak yerine bunları alarak kendi başına gezmesi turist rehberleri için bir gelir kaybı oluşturma unsuru söz konusu ama diğer taraftan faydalı olduğu kısımlar var örneğin Efes deneyim müzesi gibi Efes antik kentini gezen turistlerin aklında bir şey canlanıyor ama orada görsel bir şölen şeklinde daha iyi anlamaları sağlanabiliyor.”

Soru 2. Çatalhöyük tanıtım ve karşılama merkezindeki teknolojik uygulamalar mesleğinizi icra ederken nasıl etkili oluyor? Bu konudaki avantaj ve dezavantajlardan bahsediniz.

Sorusuna katılımcılar; Genel olarak, Çatalhöyük Tanıtım ve Karşılama Merkezi, ziyaretçilere tarih öncesi döneme dair bilgileri daha somut, etkili ve anlaşılır bir şekilde sunarak önemli avantajlar sağladığını ifade etmektedirler. Teknolojik araçlar ve görselleştirme yöntemleri, ziyaretçilerin bilgiye erişimini kolaylaştırdığı ve onların zihninde kalıcı bir izlenim bıraktığını. Ancak, merkezin ücretsiz olması ve detaylı bilgi sunması, turistlerin rehber hizmetlerinden vazgeçmesine neden olabileceği. Rehberler açısından bu durum ekonomik bir dezavantaj yaratabileceğini. Ayrıca, teknolojik cihazların ses seviyesinde yetersizlikler veya anlatımları sabote eden ziyaretçiler gibi pratik zorluklar da dikkate alınması gerektiğini. Merkezin sunduğu teknolojik imkanlar ve rehberlerin birbirini tamamlayan rollerin dengelenmesi gerektiğini, böylece her iki tarafın da avantajlarından faydalanılması gerektiğini ifade etmektedirler. Bu değerlendirmeleri destekleyecek nitelikte katılımcı cevapları aşağıda yer almaktadır.

“Öncelikle Çatalhöyük tanıtım ve karşılama merkezi harika bir yer uzun zamandır böyle bir karşılama merkezine ihtiyaç vardı çocuk grupları ve onların komplike soruları için harika bir gösterim ve teknolojik cihazlar bulunuyor yetişkinler kendileri ayrıca bir anlatım ihtiyacı duymadan da gezebilirler fakat bazı cihazların sesi bazı misafirler için yetersiz olabiliyor yada ses dağılmadığı için cihazdan gelen ses tüm misafirlere gitmeyebiliyor anlatım yaparken bazı meraklı misafirler hemen cihazları denemeye çalışıp anlatımı sabote edebiliyorlar ayrıca dijital müzelerin tamamı için şunu söylemek gerekiyor çok detaylı bilgi verdiği için çok zaman kaybedebiliyoruz ve günün yarısını bu müzede geçirme durumu meydana gelebiliyor tabi bunlar dezavantajları avantajlarına geldiğimde ise Çatalhöyük çok eski bir yerleşim yeri prehistorik dönemden bahsediyor o dönem için dil, din, yazı, tarih hiçbir şey bulunmuyor yalnızca arkeologların buluntuları bize ışık tutuyor bu sebeple bu verilerin doğru bir şekilde nasıl bulunduğu uzmanlar tarafından anlatıldığı çok donanımlı bir merkez. ”

“Ben Çatalhöyük tanıtım ve karşılama merkezini çok güzel ve yeterli buldum bizler içinde faydalı detayları güzel gayet giden insanlar içinde uygun buluyorum özellikle görseller açısından daha güzel olmuş bide son zamanlarda şunu fark ettim dinleme cihazlarındaki sesin kısaldığını duydum ama dijital olarak gerçekten görsel efekt olarak insanların gözünde canlandırması harika bir durum.”

Soru 3. Bu ve benzeri teknolojik müze ya da dijital uygulamaların turist rehberliği mesleğinin geleceğine ne gibi etkileri olabilir?

Sorusuna katılımcılar; Genel olarak, katılımcılar, teknolojinin turizm rehberliği üzerindeki etkilerini hem bir fırsat hem de bir meydan okuma olarak görmektedir. Teknoloji, rehberlerin bilgi sunumunu zenginleştirip işlerini kolaylaştırabilirken, rehberlerin kendilerini sürekli geliştirmeleri ve değişen taleplere uyum sağlamaları gerektiğini de ortaya koymaktadırlar. Rehberlerin, teknolojiyi bir destek aracı olarak kullanarak, hizmetlerini daha interaktif ve etkileyici hale getirmeleri, mesleklerinin sürdürülebilirliği açısından önemli görünmektedir. Bu değerlendirmeleri destekleyecek nitelikte katılımcı cevapları aşağıda yer almaktadır.

“Turist rehberliği mesleği stratejik bir meslek olmakla beraber vazgeçilemez de bir meslektir kişilerle doğrudan iletişim kuran ve bir gün bile olsa o kişilerin Tüm sorumluluğunu alan kişilerin yaptığı meslektir bu sebeple teknoloji yalnızca rehberlerin elini güçlendirir fakat yine de rehberler kendilerini geliştirmeye devam etmeleri gerekir. Farklı dillerde farklı anlatım yöntemleri ile insanları ağırlamaları gerekir. Kendi anlatımlarını cihaz olmadan bile anlatımlarıyla ve hitaplarıyla akıcı hale getirip her duruma hazır olmaları gerekir.”

“Eğer ki çok fazla detaylara girilirse anlatımda ya da çok fazla dil çeşitliliği getirilirse mesela şu an sadece Türkçe ve İngilizce var ilerde bu sayı 15 e çıkarılırsa bunu turist rehberliği mesleğinde bir risk olarak görüyorum.”

Soru 4. Böyle bir müzenin varlığı size göre turların artmasına ve Çatalhöyük’ün tanınmasına etki yapabilir mi?

Sorusuna katılımcılar Çatalhöyük Tanıtım ve Karşılama Merkezi’nin açılışı ve dijitalleşmenin etkileri hakkında rehberlerin farklı görüşleri bulunuyor. Bazıları, merkezin erişim zorlukları ve sınırlı etkisi nedeniyle turist çekmede yeterince başarılı olmayabileceğini savunurken, diğerleri teknolojinin ve tanıtımın turist ilgisini artırmada büyük bir rol oynayabileceğini düşünmektedir. Sosyal medyanın ve dijital teknolojilerin, ziyaretçileri çekme ve tekrar gelmelerini sağlama potansiyeli de vurgulamaktadır. Tüm rehberler, tanıtımın ve erişim imkanlarının iyileştirilmesinin, Çatalhöyük’ün turizmde daha aktif bir rol oynaması için kritik olduğunu ifade etmektedir. Bu değerlendirmeleri destekleyecek nitelikte katılımcı cevapları aşağıda yer almaktadır.

“Tabi ki de etkisi olacaktır ancak yüzde 1 ya da 2 taş çatlasın yüzde 5 etkileyecektir şimdi Türkiye’nin gelen bir yıllık turist sayısına bakarsak ve bunun yüzde kaçının Konya’ya ve bunun yüzde kaçının Çatalhöyük’e geldiğine bakarsak bu sayı yüzde 1 i geçmeyecektir. Ağırlıklı olarak Turizm Acentalarının favori destinasyonların da bir tanesi değil Konya. Konya’yı destinasyonlarına ekleyen Acentalar ise yoğunlukla Mevlana müzesi Alaeddin tepesi kelebekler vadisi bilim merkezi ve sille daha çok tercih ediliyor günü birlik tu olduğu için genellikle merkezde bulunan yerleri turlarına ekliyorlar Çatalhöyük bu yerlere göre çok uzak bir yerde ve diğer destinasyonlara yakın değil bu sebeple Acentaların tur programlarına eklemek Acentaların işine gelmeyecektir bu noktada yapılması gereken bir çok şey var turizm destinasyon planlaması bileşeninden baktığımızda buranın turizmsel açıdan aktif olması için kolay erişim imkanının sağlanması gerekiyor yani direk Konya’ya gelen bir bireysel turist Çatalhöyük’e erişiminin sağlanması ve erişim olanağının olması gerekiyor ayrıca turizm bileşenlerinden cazibe yani çekicilik kısmını bu müze oluşturmuştur fakat erişim kolay olmadığı için artış seviyesi gözle görülür bir şekilde olmayacaktır.”

“Böyle bir müzenin varlığı böyle bir hizmetin varlığı harika bir katkı gelecek nesillere uygun teknolojide onların dilinden onlara anlatılan bir çalışma var ortada mekanın güzelliği insanları etkileyebilir fakat

şuanda çok yeni bizler bunu bildiğimiz için buraya turlarımızı getirebiliyoruz ama hiç gelmemiş bir rehber ya da Acenta burayı gezi rotasına eklemeyebilir burada tanıtım önemli rol oynadığını görürüz turların artmasını sağlayabilir elbette bu yine Acenta ve turist rehberlerinin uyguladıkları programla ayrıca misafirin kültür turu yapıyor olmasıyla alakalı olacaktır."

Soru 5. Diğer klasik müze turları ile karşılaştırdığımızda Çatalhöyük Tanıtım ve Karşılama Merkezi'nin rehberlik mesleği açısından hangi farkları ortaya çıkıyor?

Sorusuna katılımcılar; Rehberlerin görüşlerine göre, teknolojiyle desteklenen müzeler, ziyaretçilerin ilgisini daha kolay çekiyor ve daha zengin bir bilgi sunumu sağlamaktadır. Dijital araçlar, rehberlerin anlatımını kolaylaştırırken, ziyaretçilerin de daha etkileşimli ve detaylı bir deneyim yaşamalarını sağlamaktadır. Geniş alanlar ve ek olanaklar, kalabalık grupların rahatça hareket edebilmesini ve akıcı bir tur deneyimi sunulmasını mümkün kılmaktadır. Ancak, rehberler dijital müzeciliğin rehberliği tamamen ikame etmesinden ziyade tamamlayıcı bir rol oynaması gerektiğini savunmaktadır. Bu değerlendirmeleri destekleyecek nitelikte katılımcı cevapları aşağıda yer almaktadır.

"Klasik müzelerde misafirin dikkatini çekebilmek için daha çok efor sarf edip bulunan parçaların dikkatlerini çekmeye çalışırken dijital müzelerde özellikle Çatalhöyük tanıtım ve karşılama merkezinde ilgili alanda detaylı bilgiler ve görseller bulunuyor daha az eforla hem soruları bertaraf etmiş oluyorum hem de ilgili misafirin dikkatini çekmiş ve daha çok veri vermiş oluyoruz misafire bu bakımdan dijital müzelerde anlatım yapmak en kolaydır."

"Çatalhöyük tanıtım ve karşılama merkezi her materyal hakkında detaylı bilgi veriyor ve merkezin içinde bir kompozisyon şeklinde bahsetmiş vaziyetler kargaşadan uzak bilgiler sırasıyla misafirlere verilmekte hatta isterlerse misafirler detaylı bilgileri de oradaki kulaklık dokunmatik ekran ve devamlı akan videolardan dinleyebilirler klasik müzelerle bakarsak sunum ve kurgu açısından memnun etmeyebiliyor ve her ürün için biz rehberlerin anlatımına ihtiyaç duyabilir buda kalabalık gruplarda sorunlu bir durumdur."

7. SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Literatürde dijital teknolojilerin turizm ve müzecilik alanında önemli yenilikler getirdiği ve ziyaretçi deneyimlerini zenginleştirdiği yönünde birçok çalışma bulunmaktadır (Buhalis, 2008; Parry, 2007). Ancak, turist rehberlerinin bu teknolojilere yönelik algıları ve adaptasyon süreçleri hakkında sınırlı sayıda çalışma mevcuttur. Bu araştırma, bu eksikliği gidermeye yönelik önemli bulgular sunmaktadır. Çalışmamız, dijital müzecilik uygulamalarının turist rehberlerinin iş yükünü azaltma ve ziyaretçilere daha etkili bir deneyim sunma potansiyelini kabul ettiklerini göstermiştir. Ancak, rehberler, dijital teknolojilerin kişisel etkileşim ve derinlikli bilgi sunma konusunda yeterli olmadığını ve geleneksel rehberlik hizmetlerinin yerini tamamen alamayacağını düşünmektedirler.

Bu bulgu, (Cohen & Cohen, 2012) tarafından vurgulanan "bireysel rehberliğin ve kişisel etkileşimin vazgeçilmezliği" ile örtüşmektedir. Çatalhöyük Tanıtım ve Karşılama Merkezi gibi dijital teknolojilerin yoğun olarak kullanıldığı merkezler üzerine yapılan gözlemler, rehberlerin geleneksel rehberlik hizmetlerine olan talebin azalmasından endişe duyduklarını ortaya koymuştur. Bu durum, (Vermeulen & Seegers, 2009) tarafından ifade edilen, dijital teknolojilerin mesleki kimlik ve iş güvencesi üzerindeki etkilerine dair endişelerle paralellik göstermektedir. Çalışmamızın orijinal yönü, dijital müzecilik uygulamalarının turist rehberlerinin mesleki kimliği üzerindeki etkilerini daha derinlemesine incelemesidir. Önceki çalışmalar genellikle ziyaretçi deneyimlerine odaklanırken (Roussou, 2004; Chang, 2006), bu

araştırma rehberlerin perspektifini ele alarak literatüre katkı sağlamaktadır.

Kısaca dijital müzecilik uygulamaları, turist rehberlerinin mesleki pratiklerine hem olumlu hem de olumsuz etkilerde bulunabilir. Rehberler, teknolojinin sunduğu avantajları kabul etmekle birlikte, kişisel etkileşim ve rehberliğin vazgeçilmez olduğunu vurgulamaktadır. Gelecekteki çalışmalar, dijital ve geleneksel rehberlik yöntemlerinin entegrasyonunu inceleyerek, her iki yöntemin avantajlarını birleştiren yenilikçi çözümler geliştirebilir.

8. KAYNAKÇA

Acun, f. (2008). Küresel rekabette dijital kültür. Hacettepe üniversitesi türkiyat araştırmaları (hüta), (9), 11-46.

Akçaoğlu, a. &. (2020). Dijital çağda müzecilik anlayışına yenilikçi yaklaşımlar. *International Design and Art Journal*, 2(1), 67-79.

Aksu, m. (2019). Mimarlıkta video projeksiyon haritalama kullanımı. *Tasarım Enformatiği*, 1(2), 107-117.

Alemdar, s. (2014). Müzelerde teknolojik etkileşimli sergileme yöntemleri: İstanbul Sağlık Müzesi için bir öneri . Master's thesis, Fen Bilimleri Enstitüsü.

Ap, j. (2001). Case study on tour guiding: professionalism, issues and problems. *Tourism Management*, 551-563.

Ar, h. (2015). Somut olmayan kültürel mirasın korunmasında turist rehberlerinin rolü. Master's thesis, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Avcı, ş. K. (2018). Üç boyutlu sanal ortamlar ve artırılmış gerçeklik uygulamalarının öğrenme başarısı üzerindeki etkisi: bir meta-analiz çalışması. Doctoral dissertation, Necmettin Erbakan University (Turkey).

Ayaokur, a. (2014). Müzelerde bilgi yönetimi: Sadberk Hanım Müzesi örneği. Master's thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Aydın, s. (2019). Dlp projeksiyon cihazının vga kontrollü enerji yönetimi. *Teknik Bilimler Dergisi*, 7(1), 6-11.

Aydiner, h. M. (2022). Türkiye'de turizm destinasyon pazarlamasında dijital etkinlik kullanımı: pandemi süreci uygulamaları . Master's thesis, Hasan Kalyoncu Üniversitesi.

Aydoğan, d. (2021). Sanal gerçeklik sistemleri ile sanatın dijital dönüşümü . Doctoral dissertation.

Aytekin, h. (2016). Müzelerde artırılmış gerçeklik uygulamaları: Sakıp Sabancı Müzesi örneği . Master's thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Ayyıldız, ü. (2022). Dijital hiper gerçeklik bağlamında artırılmış gerçekliğin grafik tasarım alanında kullanımı . Doctoral dissertation, Marmara Üniversitesi .

Azadaliyev, s. (2023). Turizm sektöründe artırılmış gerçeklik ve dijital dönüşümün değerlendirilmesi. *Turizm Çalışmaları Dergisi*, 5(1), 11-26.

Bahar, m. (2020). Turist rehberliği saha denetlemelerinde karşılaşılan uygunsuzlukların önceliklerinin Pareto analizi ile belirlenmesi. *Turist Rehberliği Dergisi (Tured)*, 3(2), 90-100.

- Başoda, a. (2018). Gastronomi uzmanlığı, turları ve rehberliği: kavramsal bir çerçeve. Hitit üniversitesi sosyal bilimler enstitüsü dergisi, 1809-1926.
- Başkale, h. (2016). Nitel araştırmalarda geçerlik, güvenilirlik ve örneklem büyüklüğünün belirlenmesi. Dokuz eylül üniversitesi hemşirelik fakültesi elektronik dergisi, 9(1), 23-28.
- Bayrak, u.a. (2020). Müze sergilerinde artırılmış gerçeklik uygulamaları . Master's thesis, sosyal bilimler enstitüsü.
- Baysan, b. (2023). Eski anadolu mitlerinde geçen canlı varlıklar ve sembolik değerleri (mö 11. Binyılın sonuna kadar). Master's thesis.
- Bouchard, k. (2020). L'exposition revisitée par le sonore: l'émergence de nouveaux régimes d'écoute au musée d'art. Papyrus.bib.umontreal.ca.
- Boyras, b. (2011). Müzelerde sergileme yöntemleri bağlamında teknoloji kullanımı. Master's thesis, sosyal bilimler enstitüsü.
- Bozkurt, s. (2009). Toplumsal sorumluluk ve bilinçlendirme kampanyaları: tema vakfı örneği . Doctoral dissertation, istanbul kültür üniversitesi/sosyal bilimler enstitüsü/dinler tarihi anabilim dalı.
- Bunsuz, g. (2019). Müzelerde sergileme ve sunuma yönelik bir artırılmış gerçeklik uygulaması . Master's thesis, fen bilimleri enstitüsü.
- Büke, z. T. (2022). Müzelerin dijitalleşmesi: dijital müzelerin durumu ve yeni sergileme teknikleri. Dokuz eylül üniversitesi edebiyat fakültesi, 16(17), 100.
- Büyükkşalvarcı, a. (2020). Turist rehberlerinin panorama müzeleri hakkındaki görüşleri ve ziyaretçiler üzerindeki gözlemleri. Turizme akademik yaklaşımlar, 33.
- Caggianese, g. G. (2018). Evaluation of spatial interaction techniques for virtual heritage applications: a case study of an interactive holographic projection. Future generation computer systems, 81, 516-527.
- Ceylan, u. (2019). Turist rehberlerinin özellikleri. Kavramdan uygulamaya turist rehberliği mesleği içinde. Ankara: nobel yayıncılık.
- Cibaroğlu, m. O. (2018). Elektronik belge yönetim sisteminin genişletilmiş teknoloji kabul modeli temelinde benimsenmesi: sakarya üniversitesi örneği . Doctoral dissertation, sakarya üniversitesi (turkey), 1-24.
- Çolaković, a. H. (2018). Internet of things (iot): a review of enabling technologies, challenges, and open research issues. Computer networks, 144, 17-39.
- Çakır, s. Y. (2023). Ziyaretçi deneyimi ve sanal müzeler: müzelerin web sitelerine yönelik bir analiz. Selçuk iletişim, 16(2), , 235-266.
- Çelik, r. T. (2023). Miras ve kültürel turizm bağlamında kent: karaman üzerinden bir değerlendirme . Master's thesis, konya teknik üniversitesi.
- Demir, e. (2023). Yaratıcı drama yöntemiyle turist rehberlerinin sosyal becerilerinin geliştirilmesi ve meslek sorunlarının belirlenmesine yönelik bir uygulama . Master's thesis, kapadokya üniversitesi, lisansüstü eğitim, öğretim ve araştırma enstitüsü.
- Deniz, m. (2008). Müze sergileme mekanlarında güncel gösterim teknikleri ile mimari tasarım ilişkisi üzerine bir inceleme. Master's thesis, fen bilimleri enstitüsü.

- Dilli, r. (2017). Teachers' point of view on museums as a learning environment. *National education*, 214, 303-316.
- Doğruer, f. S. (2023). Dijital çağın müzecilik deneyimi: metaverse müze. *Türk arkeoloji ve etnografya dergisi*, (86), 65-81.
- Durmuş, a. (2012). Sanal bilim ve teknoloji müzesinde eğitsel arayüz ajanı kullanımının öğrencilerin ilgi ve başarılarına etkisi. *Acikbilim.yok*.
- Durna, e. C. (2021). Sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik teknolojilerinin turist tatmini üzerine etkileri: çanakkale tarihi yarımada örneği. Master's thesis, sakarya uygulamalı bilimler üniversitesi.
- Dündar, m. Ş. (2004). Enstrümantal analiz dersinde internet destekli öğretim uygulanmalı mıdır. *The turkish online journal of educational technology-tojet*, 3 (3), 135-143.
- Efecan, s. (2011). Geç neolitik döneme ait hacılar kazılarında bulunmuş terracota figürlerin çağdaş yorumlarla biçimlendirilmesi . Master's thesis, güzel sanatlar enstitüsü.
- Erbay, f. (2022). Dijital sanatın gelişim süreci: dijital sanat ve dijital sanat müzesi örnekleri. *Işık üniversitesi kurumsal akademik arşiv*.
- Ercan, f. (2022). Metaverse teknolojisinin gelecekte turizm sektörüne olası etkilerini belirlemeye yönelik bir araştırma. *Anadolu üniversitesi sosyal bilimler dergisi*, 22(4), 1063-1092.
- Ercan, f. (2022). Teknolojinin turist rehberliği üzerine etkilerini konu alan ulusal makalelerin meta-sentez tekniği ile incelenmesi. *Turizm akademik dergisi*, 9(1), 137-155.
- Ercan, m. (2009). Hologram baskı sisteminin incelenmesi ve sektördeki yeri . Doctoral dissertation, marmara üniversitesi (turkey).
- Ercansungur, d. O. (2018). Çok kullanıcıli çevrimiçi oyunların oyuncularının gündelik hayat pratikleri: tribal wars örneği. Master's thesis, sosyal bilimler enstitüsü.
- Erdem, h. H. (2020). Anadolu'da felsefi bilgeliğin kökenleri. *Felsefelogos*. *Felsefelogos*, 74.
- Ergin, g. (2022). Müze deneyiminin dijital teknolojilerle oyunlaştırılması. *Ida: international design and art journal*, 4(2), 200-213.
- Erkan, h. S. (2023). Türkiye'de en çok ziyaret edilen müzelerin erişilebilirlikleri yönünden değerlendirilmesi . Master's thesis.
- Erkek, r. (2019). Yeni medya teknolojilerinin film endüstrisine etkileri: netflix örneği. *Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, istanbul üniversitesi. Sosyal bilimler enstitüsü, istanbul*.
- Fanea-ivanovici, m. P. (2020). From culture to smart culture. How digital transformations enhance citizens' well-being through better cultural accessibility and inclusion. *Ieee access*, 8, 37988-38000.
- Giannini, t. (2022). Museums and digital culture: from reality to digitality in the age of covid-19. *Heritage*, 5(1), 192-214.
- Gong, c. (2021). Developing a unified definition of digital transformation. *Technovation*, 102, 102217.

- Goulding, c. (2000). The museum environment and the visitor experience. *European journal of marketing*, 34(3/4), 261-278.
- Göde, g. K. (2021). Tarihin gelişim sürecinde türk yemek kültürü ve beslenme alışkanlıklarının değişimi. *Food and health*, 7(3), 216-226.
- Göktepe, ı. B. (2013). Gerçek mekan, sanal mekan ve kurumsal kimlik ilişkisi . Master's thesis, sosyal bilimler enstitüsü.
- Guba, e. G., & lincoln, y. S. (1982). Epistemological and methodological bases of naturalistic inquiry. *Educational communication and technology journal*, 30 (4), 233-252.
- Güler, o. &. (2014). Mesleki eğitimde interaktif 3d eğitimin uygulanması ve stereoskopik 3d teknolojisi kullanımı. *Bilişim teknolojileri dergisi*, 7(3), 11.
- Gümüş, f. (2019). Müzelerde yapay zeka uygulamaları, etkileri ve geleceği.
- Gümüş, h. (2008). Türkiye'de ulusal turizm örgütlerinin yapısal analizi ve turizm pazarlamasına katkılarına yönelik bir araştırma çalışması . Master's thesis, balıkesir üniversitesi sosyal bilimler enstitüsü, 1-139.
- Gürgör, i. (2017). Paleolitik çağdan günümüze anadolu zooarkeolojik buluntuları . Master's thesis, sosyal bilimler enstitüsü.
- Gürkan, a. (2016). Neolitik dönemde kentlerin oluşum sürecinde simgesel düşüncenin etkisinin göbekli tepe ve çatalhöyük örnekleri üzerinden incelenmesi1.
- Güzelci, h. (2017). Sanat sergileri için diyagram tabanlı ve kullanıcı etkileşimli görselleştirme arayüzü tasarımı. Doctoral dissertation, istanbul kültür üniversitesi/fen bilimleri enstitüsü/mimarlık anabilim dalı/mimari tasarım bilim dalı.
- Hammady, r. M. (2020). Design and development of a spatial mixed reality touring guide to the egyptian museum. *Multimedia tools and applications*, 79(5), 3465-3494.
- İralı, a. E. (2021). Covid-19 pandemisi döneminde sanal müze farkındalığının incelenmesi: bir veri madenciliği analizi. *İnönü üniversitesi iletişim fakültesi elektronik dergisi (inif e-dergi)*, 6(2), 175-192.
- Işık, a. (2013). Stereoskopik üç boyutlu canlandırma ve uygulamaları.
- Jansson, a. (2007). A sense of tourism: new media and the dialectic of encapsulation/decapsulation. *Tourist studies*, 7(1).
- Jennings, g. R. (2005). Interviewing: a focus on qualitative techniques. In ritcheie, b. W., burns, p. & palmer, c. (eds). *Tourism research methods: integrating theory with practice*. Cabı, 99-118.
- Kahraman, g. İ. (2024). Turizmde dijitalleşmenin olumlu-olumsuz etkileri üzerine bir değerlendirme . *Journal of tourism & gastronomy studies*.
- Kahraman, z. (2021). Sanal müzecilikte yeni yaklaşımlar. *Ankara üniversitesi güzel sanatlar fakültesi dergisi*, 3(2), 145-160.
- Kamacioğlu, b. (2018). İnteraktif bir alan olan artırılmış gerçeklik teknolojisi ve uygulama örneği . Master's thesis, sosyal bilimler enstitüsü.

- Kara, d. K. (2022). Turist rehberlerinin teknoloji kullanımına yönelik algıların belirlenmesi üzerine nitel bir araştırma. *Yaşar üniversitesi e-dergisi*, 17(66), 517-537.
- Karabulut, h. (2023). Deprem sonrası kaygı bozukluğu ile mücadelede teknolojik yaklaşımlar: metaverse, dijital oyun ve chat gpt uygulamaları. *Eğitim alanında güncel bilimsel araştırmalar* 11, 73.
- Karadeniz, c. O. (2017). Müze eğitiminde dönüşümler: kocaali müzesi'nde eğitimcilerin eğitimi. *Milli eğitim dergisi*, 46(214), 37-59.
- Karaman, u. (2022). Sergi tasarımının dijitale doğru evrimleşen görsel öğeleri ve deneyimi. Master's thesis, ıfık üniversitesi.
- Karatay, a. (2015). Artırılmış gerçeklik teknolojisi ve müze içi eser bilgilendirme ve tanıtımlarının artırılmış gerçeklik teknolojisi yordamıyla yapılması. Master's thesis, sosyal bilimler enstitüsü.
- Karayılanoğlu, g. (2020). Digital interactive experiences in contemporary art museums. *Turkish online journal of design art and communication*, 10(4), 423-440.
- Kaş, e. (2015). Otel rezervasyon siteleri üzerinden yapılan online alışverişin teknoloji kabul modeliyle incelenmesi . Master's thesis, balıkesir üniversitesi sosyal bilimler enstitüsü, 1-163.
- Kaya, b. N. (2020). Türkiyedeki arkeoloji müzelerinde yeni çağdaş yaklaşımlar. Master's thesis, sosyal bilimler enstitüsü.
- Kaya, r. (2018). Sanal müzelerin tarih derslerinde kullanımının öğrenci görüşlerine göre değerlendirilmesi. *Turkish history education journal*, 7(1), 113-153.
- Kazan, i. (2019). Turizmde artırılmış gerçeklik kullanımı . Master's thesis, sosyal bilimler enstitüsü.
- Kelly, j.r. (1980). Leisure and quality: beyond the quantitative barrier in research. In t.l. goodale and p.a. witt (eds) *recreation and leisure: issues in an era of change*. State college, pa: venture, 300-314.
- Keş, y. A. (2018). Teknoloji ile büyüyen yeni nesil için interaktif müzeler. *Medeniyet sanat dergisi*, 4(2), 95-110.
- Komarac, t. (2024). Understanding virtual museum visits: generation z experiences. *Museum management and curatorship*, 39(3), 357-376.
- Konya büyükşehir belediyesi (2023). <https://www.konya.bel.tr/proje/catalhoyuk-tanitim-ve-karsilama-merkezi> (ulaşım tarihi:07.06.2024) adresinden alındı
- Köroğlu, ö. (2012). Doğaya dayalı gerçekleştirilen turizm faaliyetleri içerisinde turist rehberlerinin rolleri üzerine bir inceleme. *Karamanoğlu mehmetbey üniversitesi sosyal ve ekonomik araştırmalar dergisi*, 131-139.
- Köse, f. (2020). Türkiye'deki oyuncak müzelerinde somut olmayan kültürel mirasa yönelik eğitim etkinliklerinin incelenmesi . Doctoral dissertation.
- Köse, n. (2018). Dijital pazarlamadan fijital pazarlamaya geçişe örnek olarak artırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik uygulamalarının pazarlama üzerindeki katkılarının incelenmesi. *İstanbul aydın üniversitesi dergisi*, 10(1), 77-111.
- Kubilay, s. (2021). Dijital ayırım: eğitimde eşitsizlik sorunsalı. *Eğitim & bilim*, 59.

- Külük, c. (2019). Sanat müzelerindeki kopyalama programlarının tarihsel temelleri ve amerika'daki uygulama örnekleri. *Ibad sosyal bilimler dergisi*, 378-395.
- Kültür turizm bakanlığı (2023). <https://basin.ktb.gov.tr/tr-357879/bakan-ersoy-konya39da-catalhoyuk-tanitim-ve-karsilama-merkezi-acilisina-katildi.html> (ulaşım tarihi:07.06.2024) adresinden alındı
- Marshall, b., cardon, p., poddar, a. & fontenot, r. (2013). Does sample size matter in qualitative research? A review of qualitative interviews in is research, *journal of computer information systems*, 54(1), 11-22.
- Marvasti, a. B. (2004). *Qualitative research in sociology*. Sage publications. Uk.
- Mazan, i. (2020). Turistik çekiciliklerin markalaşmalarında turist rehberleri üzerine bir araştırma. *Turist rehberliği dergisi (tured)*, 3(1), 59-73.
- Mercin, l. (2017). Müze eğitimi, bilgilendirme ve tanıtım açısından görsel iletişim tasarımı ürünlerinin önemi. *Milli eğitim dergisi*, 46(214), 209-237.
- Mieli, m. (2020). Tourist information channels as consumer choice: the value of tourist guidebooks in the digital age. *Scandinavian journal of hospitality and tourism*, 20(1), 28-48.
- Mueck, r. (2019). Gerçekliğin gerçek görüntüsünün yeniden yorumlanması. In 3th international art symposium (p. 1942).
- Mutlu, m. (2019). Oluşumundan günümüze dijital sanat ve öğrencilerin dijital sanatla ilgili görüşleri . Doctoral dissertation, necmettin erbakan university.
- Nacak, e. (2020). Kültürel miras bağlamında dijital interaktif öyküleme yöntemlerinin kullanımı. Master's thesis.
- Oğan, o. (2022). Covid-19 ile değişen müze deneyimlerinin turizm coğrafyası yaklaşımıyla değerlendirilmesi:: dünya'dan ve türkiye'den örnekler. *Ege coğrafya dergisi*, 31(2), 337-353.
- Özalkan, s. Ö. (2022). Turist rehberleri bakış açısıyla dijitalleşme ve robot rehberler (a study of. *Journal of tourism and gastronomy studies*, 10(2), 1415-1435.
- Özcan, a. (2019). Grafik tasarımcının özgün üretim sürecinde yaratıcılık sorunu . Master's thesis, sosyal bilimler enstitüsü.
- Özkan, h. N. (2010). Müzelerde pazarlama ve istanbul müzelerinin interaktif pazarlama uygulamaları . Doctoral dissertation, marmara universitesi (turkey).
- Pękowska, r. (2022). Embodied cognition and the limits of digital museum experience. *Museum international*, 74(1-2), 192-214.
- Petit, o. V. (2019). Digital sensory marketing: integrating new technologies into multisensory online experience. *Journal of interactive marketing*, 45(1), 42-61.
- Pınarcık, p. (2023). Covid-19 pandemi sürecinin konuralp müzesi örneği üzerinden değerlendirilmesi. *Uluslararası müze eğitimi dergisi*, 5(cumhuriyetin 100. Yılında türkiye'de müzecilik ve müze eğitimi" özel sayısı), 52-61.
- Pirollo, l. & nasta, l. (2020). The changing face of museum tour guides. İçinde massi, m., vecco, m. & lin, y. (ed.), *digital transformation in the cultural and creative industries*. Routledge, london, ss: 61-78.

- Polat, t. (2001). Seyahat işletmelerinde profesyonel turist rehberliği, rehberlik mesleğinin sorunları ve çözüm önerileri üzerine bir alan araştırması. Master's thesis, anadolu university.
- Rabotić, b. (2010). Çağdaş turizmde turist rehberleri. Uluslararası turizm ve çevre konferansı, 353-364.
- Saçan, z. (2010). Kültürel turizm işletmeciliği ve konya-şırnak illeri karşılaştırılması . Master's thesis, sosyal bilimler enstitüsü.
- Sağır, a. (2016). Ölüm sosyolojisi bağlamında yemek, cenaze ve ölümün sofraya pratikleri üzerine. Türkiye sosyal araştırmalar dergisi, 20(1), 271-298.
- Samis, p. (2001). Points of departure: curators and educators collaborate to prototype a" museum of the future". In *ıchım* (1), 623-637.
- Sarıgül, h. (2021). Fen bilimleri öğretmenlerinin okul dışı öğrenme ortamlarına gerçekleştirilen gezilere yönelik deneyimleri . Master's thesis, aksaray üniversitesi fen bilimleri enstitüsü.
- Sariyar, h. (2019). Dijital çağda kimliğin kavramsallaştırması ve gerçeklik: twitter parodi hesapları . Master's thesis, sosyal bilimler enstitüsü.
- Sezikli, y. (2023). Artırılmış gerçeklik ile vücut sistemleri üzerinde öğrenmeyi sağlayan bir yazılımın gerçekleştirilmesi . Master's thesis, istanbul gelişim üniversitesi lisansüstü eğitim enstitüsü.
- Shang, j. Y. (2011). A mobile guide system framework for museums based on local location-aware approach. In 2011 international conference on computer science and service system (csss) , pp. 1935-1940.
- Sirek, s. (2022). Covid-19 sürecinde muhasebe ve finans sektöründe dijital dönüşümün önemi . Doctoral dissertation, international dublin university.
- Skov, m. (2009). The reinvented museum: exploring information seeking behaviour in a digital museum context. Danmarks biblioteksskole.
- Somyürek, s. (2014). Öğretim sürecinde z kuşağının dikkatini çekme: artırılmış gerçeklik. Eğitim teknolojisi kuram ve uygulama, 4(1), 63-80.
- Stone, m. (2000). Tanrılar kadinken. İstanbul: payel yayınevi.
- Styliani, s. F. (2009). Virtual museums, a survey and some issues for consideration. *Journal of cultural heritage*, 10(4), 520-528.
- Şahiner, e. (2013). Sinema dilinin yapım sonrası süreçte tekniğin olanaklarıyla yeniden yapılandırılması . Master's thesis, sosyal bilimler enstitüsü.
- Tağ, k. Ş. (2022). Bilim kurgu sineması alt türü siberpunkın simülasyon (hipergerçeklik) kuramı perspektifinde değerlendirilmesi . Master's thesis, sosyal bilimler enstitüsü.
- Tanrıseven, c. B. (2019). Dünyada turist rehberliği eğitimi. *Turist rehberliği dergisi (tured)*, 2(1), 44-56.
- Taşkıran, ö. (2019). Deneyimsel pazarlama kapsamında sanal turların müze ziyaretlerine etkisi: panorama 1453 örneği. *Uygulamalı sosyal bilimler dergisi*, 3(1), 1-19.
- Teker, n. (2016). Sanal müze sanal tur memnuniyet ölçeğinin türkçe'ye uyarlanması: geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Milli eğitim dergisi*, 45(209), 314-335.

- Tercan, e. (2012). Sanal model ölçme ve canlandırma . Master's thesis, fen bilimleri enstitüsü.
- Tezcan, ö. (2019). Modern müze iç mekânlarında kavramsal tasarım kriterleri kapsamında interaktif uygulamaların incelenmesi. Master's thesis, güzel sanatlar enstitüsü.
- Topsakal, y. (2024). Tüketici davranışı ve dijital pazarlama. Tüketici davranışları 4-güncel akademik çalışmalar, 91., 91.
- Tozlu, e. M. (2012). Çanakkale'nin engelli turizmüne ilişkin durumunun belirlenmesine ve planlanmasına yönelik bir çalışma. Aksaray üniversitesi iibf dergisi.
- Trunfio, m. L. (2022). Innovating the cultural heritage museum service model through virtual reality and augmented reality: the effects on the overall visitor experience and satisfaction. Journal of heritage tourism, 17(1), 1-19.
- Tuncer, b. &. (2019). Arkeo-turizm potansiyeli açısından çatalhöyük. Journal of international social research, 12(64).
- Tunç, g. (2019). Çok katmanlı kentlerde arkeolojik alanların yakın çevresinde yaşayanların arkeolojik varlıklar üzerine değerlendirmeleri: izmir örneği. Master's thesis, fen bilimleri enstitüsü.
- Turner, d. W. (2010). Qualitative interview design: a practical guide for novice investigators. The qualitative report, 15(3), 754-760.
- Tüfekçi, ş. (2015). Yazınsal çalışmalarda dijital yönelimler. Monograf, (4).
- Türker, a. K. (2020). Yeni tip koronavirus (covid-19) salgını sonrası turizm ve turist rehberliği. Turist rehberliği nitel araştırmalar dergisi, 1(1), 1-19.
- Türkmen, m. T. (2016). Turist rehberlerinin duygusal zeka yetenekleri ile liderlik davranışları arasındaki ilişkinin belirlenmesine yönelik bir araştırma . Master's thesis, balıkesir üniversitesi sosyal bilimler enstitüsü.
- Tüt, k. T. (2022). Turizm ekseninde somut kültürel mirasın sürdürülebilirliğinin incelenmesi. Journal of humanities and tourism research, 12(4), 782-797.
- Ünal, a. &. (2023). Profesyonel turist rehberlerinin iş sağlığı güvenliği sorunları ve mesleki yükümlülükleri. Sosyal, beşeri ve idari bilimler dergisi, 1066-1079.
- Vargün, ö. (2022). Teknolojinin belirleyiciliğinde müzelerde dijitalleşme süreci ve insan odaklı tasarım yaklaşımları. İdil sanat ve dil dergisi, 11(92), 565-584.
- Veal, a. J. (2006). Research methods for leisure and tourism (3rd edition). Prentice hall. Uk.
- Wands, b. (2021). Dijital sanat sergi küratörlüğünün 25 yılı: 1993–2018. Sanat dergisi, (37), 375-382.
- Widtfeldt, m. J. (2018). Disruptive network innovation in free guided tours. Scandinavian journal of hospitality and tourism, 18(3), 303-318.
- Yaralı, c. (2023). Dijital süreçlerin doğal ve kültürel miras turizminin gelişimine etkisi. Nevşehir hacı bektaş veli üniversitesi sbe dergisi, 13(ihtisaslaşma), 245-264.
- Yıldız, s. (2018). Profesyonel turist rehberlerinin teknolojik rehber algısını belirlemeye yönelik bir araştırma: istanbul örneği. International journal of social and humanities sciences research (jshsr), 5(31), 4686-4697.

- Yum, m. S. (2020). Eğitilence kavramı ve bu kavramın müze ve merkezlerdeki eğitim ekseninde kullanıcı deneyimi ile etkileşim odaklı disiplinlerarası tasarım kriterleri. Acikbilim.yok.gov.tr.
- Zencir, h. (2023). Türkiye ve dünya arkeoloji müzelerinde çağdaş sergileme modelleri üzerinden uygulamaların dijital ortamlara taşınması. Yüksek lisans tezi.
- Zeybek, b. (2022). Turizm diplomasisi kapsamında kent markalama: dijital çağda müzeler bir kentin markalaşmasına nasıl katkı sağlar? İletişim ve diplomasi, (7), 165-184.
- Zülfikar, a.b. ve ediz, ö. (2020). Değişen müze ve müzecilikte sergilemenin teknoloji boyutunun incelenmesi: bursa panorama müzesi örneği. Lycus dergisi.