

Turist Rehberleri Perspektifinden Efes Deneyim Müzesi

Ephesus Experience Museum From The Perspective of Tourist Guides

Ayşe ARSLAN ÖZKAN *

Makale Bilgisi

Geliş Tarihi: 19.02.2024
Kabul Tarihi: 27.09.2024
Doi:
10.20296/tsadergisi.1439574

Anahtar Sözcükler:

Deneyim Müzesi
Turist Rehberi
Efes Antik Kenti
Efes Deneyim Müzesi

ÖZET

Turizm bağlamında, sektörde rekabetçi ve çekici kalabilmek için modern teknolojinin kullanılması adeta zorunluluk haline gelmiştir. Sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik, gelişmiş turist deneyimi sağlamasına ve destinasyonların hedeflerine ulaşmasına yardımcı olmaktadır ve bu nedenle kamusal alanlarda giderek daha fazla kullanılan yeni bir teknoloji biçimidir. Efes Deneyim Müzesi bu teknolojilerin kullanıldığı ve ülkemizde yeni bir anlayış olan deneyim müzesi kapsamında öncülerden biridir. Müze memnuniyeti ve başarısı açısından ziyaretçilerin deneyimlerinin özenle incelenmesi önem arz etmektedir. Bu açıdan araştırmanın amacı, Efes Deneyim Müzesi'ni ziyaret eden turist rehberlerinin deneyimlerini ortaya koymaktır. Araştırma kapsamında çalışma grubu olarak mesleki bir grup olan turist rehberleri ele alınmıştır. Müze ve ziyaretçi ilişkisinde turist rehberi bilgilendirme ve yorumlama yaparak özellikle yeni ürün ve hizmetlerin ziyaretçilerle buluşmasında aracılık etmektedir. Nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşme tekniğiyle elde edilen veriler içerik analizi yapılarak incelenmiştir. Analiz sonucunda motivasyon, olumlu yönler, olumsuz yönler ve öneriler olmak üzere dört ana temaya ulaşılmıştır. Turist rehberleri genel olarak müzeden etkilenmiş ve deneyimleri hakkında olumlu görüşlerde bulunmuştur. Ayrıca mesleki anlamda değerlendirmeler yapılmış, müzenin geliştirilmesi ve başarısı için birtakım önerilerde bulunulmuştur. Araştırmanın gelecekte yapılacak araştırmalarda ele alınması gereken sınırlılıkları tartışılmış ve ileri araştırmalar için önerilerde bulunulmuştur.

Article Information

Submission: 19.02.2024
Acceptance: 27.09.2024
Doi:
10.20296/tsadergisi.1439574

Key Words:

Experience Museum
Tourist Guide
Ephesus Antic City
Ephesus Experience Museum

ABSTRACT

The integration of modern technology in tourism has become essential for maintaining competitiveness and enhancing attractiveness in the sector. Virtual reality (VR) and augmented reality (AR) are emerging technologies increasingly utilized in public spaces to enrich tourist experiences and support destinations in achieving their objectives. The Ephesus Experience Museum, a pioneer in the field of experience museums in Türkiye, employs these technologies and represents a novel concept in the country. Examining visitor experiences is crucial for evaluating museum satisfaction and success. This study aims to explore the experiences of tourist guides who visited the Ephesus Experience Museum. Tourist guides, as a professional group, were chosen as the study group due to their role as mediators between museums and visitors, introducing new products and services through information and interpretation. Data were collected using semi-structured interviews, a qualitative research method, and analyzed through content analysis. The findings revealed four main themes: motivation, positive aspects, negative aspects, and suggestions. Tourist guides generally expressed positive impressions of the museum and their experiences. However, the study also highlights limitations that should be addressed in future research, along with suggestions for further investigation.

Atf İçin

Arslan Özkan, A. (2024). Turist rehberleri perspektifinden Efes Deneyim Müzesi. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 28(3), 643-663. doi: 10.20296/tsadergisi.1439574

* Dr. Öğr. Üyesi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği, ayse.arslan@adu.edu.tr, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5459-0147>

GİRİŞ

Müzeler, modern toplumun temel kültürel kurumlarıdır (Spadoni vd., 2022). Kökeni Antik Yunan'a kadar giden müze kavramı günümüze kadar birçok açıdan değişime uğramıştır. Öyle ki ICOM (Uluslararası Müzeler Konseyi) 1974'ten bu yana kavramı sürekli olarak güncellemiştir. Prag'ta 2022 yılında toplanan ICOM Olağanüstü Genel Kurulu müze tanımı şu şekildedir: “*Müze; somut ve somut olmayan mirası araştıran, toplayan, koruyan, yorumlayan ve sergileyen, toplumun hizmetinde olan, kar amacı gütmeyen kalıcı bir kurumdur.*” Müzeler ziyaretçilere eğitim, eğlence, yansıma ve bilgi paylaşımı gibi deneyimler sunmaktadır (ICOM, 2023). Zaman içinde, müzelerdeki somut ve soyut mirasın sergilenme biçimleri, yeni teknolojik değişimlerle dönüşüm geçirmiştir. Bu nedenle eski müzecilik ve yeni müzecilik kavramları farklı dönem ve anlayışları yansıtmaktadır. Eski müzecilikte, müze küratörleri toplumun elit kesimine odaklanmıştır (McCall & Gray, 2014). Yıllar içinde müze ziyaretçi sayılarının düşmesi ve mali zorluklar gibi sorunlar geleneksel müzecilik anlayışını değişime zorlamıştır (He vd., 2018). Vergo (1989), toplumdaki demografik ve kuşaksal değişimi dikkate alarak “Yeni Müzecilik” terimini ortaya koymuştur. Dolayısıyla, müzeler kültürel olarak seçkin bir gruba hizmet veren kurumlar olmaktan öte ziyaretçi deneyimlerini geliştirerek geniş bir ziyaretçi yelpazesini kucaklamak üzere adımlar atmıştır (Slak & Mura, 2023). Bu terim, tarihsel açıdan önemli eserlerin korunmasının yanı sıra toplumsal ilgiyi teşvik etmek amacıyla ziyaretçi deneyimlerini geliştirme üzerinde durmaktadır. Ayrıca, ziyaretçilerin katılımını zenginleştirmeyi vurgulamaktadır (Savenije & de Bruijn, 2017). Buradan hareketle, müzeleri deneyim sağlayıcılar olarak anlamak için onları aynı zamanda deneyimlere yönelik alanlar olarak da görmek gerekir. Bu nedenle son yıllarda müzeler, bilginin iletişimi ve yayılmasına yönelik yöntem ve araçların yenilenmesi üzerine odaklanmıştır. Sonuç olarak, ziyaretçileri dahil etmek için kullandıkları yaklaşımlarda önemli değişiklikler görülmektedir. Hikaye anlatımı ve etkileşimli sergiler bu kapsamda en çok kullanılan yöntemler arasındadır. Ziyaretçilerin deneyime katılmasında büyük fırsatlar sağladıkları için her geçen gün daha yaygın olarak kullanılmaya devam etmektedir. Bu tür teknolojilerden yararlanılmasının temel amacı, müze ziyaretini çok daha ilgi çekici, sürükleyici ve farklı ziyaretçi türleri için uygun hale getirmektir. Böylece, ziyaretçiler müze deneyimlerinde aktif hale gelmektedir (Spadoni vd.,2022). Dolayısıyla, sıra müze ziyaretçisindedir (Macdonald, 2006:362). Ortaya çıkan bu bilgi birikimi içerisinde, teknolojinin ziyaretçi deneyimlerini iyileştirmedeki rolü hızla genişlemektedir (Hughes & Moscardo 2017; Lee vd., 2020). Müze sergilerini etkileşimli hale getirmek için kullanılan çeşitli yaklaşımlar vardır. Kolay bir şekilde etkileşimli içerik oluşturmak için en çok kullanılan yaklaşımlardan biri dijital teknolojilerin kullanılmasıdır. Sanal gerçeklik (VR) ve artırılmış gerçeklik (AR) teknolojileri, hem hikaye anlatımını hem de etkileşimi desteklemek için müze sergisi bağlamında 1990'lı yıllardan bu yana oldukça yaygın ve etkili bir şekilde kullanılmaktadır (Damala vd., 2007). Tablo 1'de başlıca kullanılan teknolojilere yer verilmiştir.

Tablo 1. Başlıca kullanılan teknolojiler

Teknoloji Türleri	Açıklama	Örnek Kaynaklar
Virtual reality (VR)	İşitsel, görsel ve dokunsal duyumlarla deneyimlenebilen bir ortamın bilgisayar tarafından oluşturulan bir simülasyonudur. Amacı, kullanıcıyı farklı bir dünyaya veya konuma taşıyabilecek gerçekçi ve sürükleyici bir deneyim yaratmaktır.	Sylaiou, Mania, Karoulis, White (2010)
Sanal gerçeklik	Sanal Gerçeklik (VR), gerçek dünyayı simüle eden, bilgisayar tarafından oluşturulan üç boyutlu bir durumdur. Kullanıcı, nesnelere ve kullanıcının diğer eylemleriyle etkileşime girerken, içine dalarak o ortamla etkileşime girebilir ve bu ortamı keşfedebilir.	ncert.nic.in (2023)
Augmented Reality (AR)	Genel olarak Artırılmış Gerçeklik, gerçek ortamın bilgisayar tarafından üretilen ve güncel olarak çoğunlukla grafik içerikle desteklenen içerikle zenginleştirilmesi anlamına gelir.	(Hyun, Lee, Hu, 2009)

Artırılmış Gerçeklik	VR'dan farklı olarak, genellikle akıllı telefon veya tablet gibi, kamerasını çevredeki ortamı yakalamak için kullanan ve ardından dijital içeriği bunun üzerine ekleyen bir cihaz aracılığıyla görüntülenir.	Chang, Chang, Hou, Sung, Chao, Lee (2014)
Mixed reality) MR Karma Gerçeklik	VR ve AR'yi harmanlayan bir teknolojidir. Dijital nesnelerin gerçek dünyaya entegre edilmesini sağlar ve gerçek zamanlı olarak etkileşime girerek kullanıcılara hem sanal hem de gerçek dünya ortamlarında sürükleyici bir deneyim sunar.	Nisi, Dionisio, Barreto, Nunes (2018)
3D	Baskı, özel bir makine kullanarak nesnelere katman katman oluşturularak nesnelere oluşturmanın bir yoludur.	Karaduman, Alan, Yiğit (2022)

Turizm bağlamında (müzeler/sergiler ve açık hava destinasyonları gibi birçok turistik mekanda) sürükleyici sanal ortamlar tasarlamak için VR ve AR teknolojilerinden sıklıkla yararlanılmaktadır. Her iki teknoloji de ziyaretçilere eşsiz, unutulmaz ve gelişmiş deneyimler sunmak adına gün geçtikçe daha yoğun talep görmektedir ve destinasyonların hedeflerine ulaşmalarına yardımcı olmaktadır (Bruno vd., 2010). VR ve AR gibi teknolojiler etkileşimli sanal bilgilerin gerçek dünyanın üzerine binmesiyle turizm deneyimini geliştirir (Damala vd., 2013). Özellikle, kültürel miras müzeleri üzerinde büyük etkiye sahiptir (Jung vd., 2018). Kültürel miras müzeleri, geleneksel kültürel deneyimleri (*öğrenme ve eğitim gibi*) diğer duygusal ve sıra dışı deneyimlerle (*eğlence, keyif alma ve sosyalleşme*) birleştirir (Trunfio vd., 2022). Bu bağlamda, AR kültürel miras turizmi alanında giderek daha fazla kullanılmakta ve potansiyel faydalar sağlamaktadır (Jung vd., 2018). AR, kültür turizmi ile ilgili bilgilere erişim ve bilgileri anlamaya yönelik son derece görsel ve etkileşimli bir sistemdir. AR gibi teknolojik yaklaşımlar ziyaretçilere kişiselleştirilmiş bir ortam deneyimleme fırsatı sunabilmektedir (Fritz vd., 2005). Örneğin AR sayesinde, tur alanında tarihi manzaralar sanki geçmişe yolculuk yapmış gibi deneyimlenebilmektedir (Park vd., 2006). VR, ziyaret öncesi ziyaretçilere bilgi sağlayarak ve destinasyon hakkındaki anlayışlarını geliştirerek potansiyel ziyaretçi ve destinasyon arasındaki mesafe engelini ortadan kaldırır (Accenture, 2023; Kim & Hall, 2019). Ayrıca VR, kullanıcılara eğitici, eğlenceli, kaçışçı ve estetik bir deneyim (Jung vd., 2016) ve tamamen içine girebilecekleri eksiksiz bir sanal ortam (Guttentag, 2010) sunmaktadır. Özellikle nesnelerin tarihi ve anlamı gibi ek içeriklerin dijital olarak gerçek eserlere eklendiği AR uygulamaları sayesinde ziyaretçiler, etkileşimli deneyimlerin keyfini çıkarabilirler. AR, müzelerde gerçek içeriklerin yanına sanal içerik eklemek ve gerçekliği "artırmak" amacıyla giderek daha fazla kullanılmaktadır. Bu şekilde nesnelere anlamlarını kendileri açıklayabilir, diğer nesnelere ilişkilendirilebilir (Spadoni vd., 2022) ve bu da ziyaretçi deneyimini önemli ölçüde etkiler (Damala vd., 2013).

Teknolojinin müzeler ve ziyaretçi deneyimleri üzerindeki etkileri dolayısıyla konuya ilişkin araştırmalar katlanarak artmaktadır. İzmir Selçuk ilçesi Efes Antik Kenti içinde yer alan Efes Deneyim Müzesi bahsedilen teknolojilerin kullanıldığı ve ülkemizde yeni bir anlayış olan deneyim müzesi öncülerinden biridir. Müze memnuniyeti ve başarısı açısından ziyaretçilerin deneyimlerinin yakından incelenmesi önem arz etmektedir. Turist rehberleri bölge çekiciliklerini ziyaretçilere tanıtan kişidir. Müze ve ziyaretçi arasındaki bu ilişkide yeni bir ürün olarak onu ziyaretçilere sunan ve hatta pazarlayan araçlardır. Bu açıdan araştırmanın amacı, Efes Deneyim Müzesi'ni ziyaret eden turist rehberlerinin deneyimlerini ortaya koymaktır. Ziyaretçilerin deneyim ve beklentilerine ilişkin çalışmalar müzeler için yönetim ve gelişim açısından önemlidir, bu açıdan araştırmanın ülkemizde yeni bir anlayışla hayata geçen deneyim müzelerine katkı sağlaması beklenmektedir.

Deneyim Müzesi Örnekleri

Birçok kültürel turizm organizasyonu, ziyaretçi deneyimini geliştirmek için AR ve VR kullanmaktadır. Dünyanın farklı yerlerinden bazı örnekler şöyledir:

2015 yılında Smithsonian Müzesi (Washington, DC), Kemik Salonundaki iskeletlere yepyeni bir boyut getirmek için AR teknolojisini kullanmıştır. Ziyaretçinin kemiklerin ait olduğu hayvanı görselleştirmesine olanak tanıyan "Deri ve Kemik" adlı uygulama ziyaretçilere sunulmuştur (Marques & Costello, 2015).

Manchester Sanat Galerisi'ndeki sergi, 3D modelleme yazılımının yardımıyla planlanmıştır. Tipik olarak galeri duvarlarında yapılan herhangi bir değişiklik, tek bir resmi asmadan veya taşımadan önce ilk olarak 3 boyutlu olarak görselleştirilebilir (manchesterartgallery.org, 2020).

Barcelona'daki Casa Batlló'da ziyaretler, dinamik ve yarı sürükleyici bir deneyim sağlayan AR kılavuzu kullanılarak düzenlenmektedir. Mekanın orijinal görünümünü, Gaudi'nin çocukluğunu ve ilham kaynaklarını keşfetmeye yönelik bir anlatı yolculuğuna dayanmaktadır (casabatllo.es, 2023). Güney Kore'deki Deoksugung sarayında 2020 yılından bu yana VR ve AR teknolojileri kullanılmaktadır. Önce ziyaretçilere Deoksugung Saray turunu 360 derecelik VR video aracılığıyla sunulmaktadır. VR hizmetine ek olarak, Mart ayında kullanıcıların 12 saray binasını 3D artırılmış gerçeklikte görüntülemesine olanak tanıyan "AR Deoksu Palace" hizmetini tanıtmıştır (businesskorea.co.kr, 2023).

Fransa'da Louvre'un Mona Lisa: Camın Ötesinde (Beyond the Glass) ilk sanal gerçeklik projesi olarak hayata geçirilmiştir. Leonardo da Vinci, yaratıcı süreçleri ve resim teknikleriyle ilgili en son bilimsel araştırmaları kullanılmıştır. VR deneyimi, boyama süreçlerinin ayrıntılı bir görünümünü sunmakta ve Leonardo da Vinci'nin eserine nasıl hayat verdiğini göstermektedir. Deneyim içinde ziyaretçiler Leonarda Mona Lisa'yı boyarken orada bulunma deneyimini yaşama fırsatını yakalamaktadır (Louvre, 2023).

Haziran 2021'de Paris'teki Muséum National d'Histoire Naturelle, Microsoft'un Hololens'i (başa takılan akıllı gözlük) aracılığıyla AR deneyimi sunmaya başlamıştır. "Revivre" adlı proje ile ziyaretçiler günümüzde nesli tükenmiş hayvanların dijitaleri ile buluşmaktadır (Muséum National d'Histoire Naturelle, 2023).

Singapur Ulusal Müzesi Story of the Forest (Ormanın Hikayesi) adlı sürükleyici bir enstalasyonu ziyaretçilerine sunmaktadır. Ünlü Japon dijital sanat kolektifi TeamLab tarafından yaratılan Ormanın Hikayesi, William Farquhar Doğa Tarihi Çizimleri Koleksiyonu'ndaki 69 çizimi üç boyutlu animasyonlara dönüştüren sürükleyici bir enstalasyondur (yerleştirme sanatı). Ziyaretçiler indirdikleri uygulama ile telefon ve tablet kameraları ile resimleri keşfedebilmektedir (National Museum of Singapore, 2023).

Birleşik Krallık'ta, Victorian ve Albert Müzesi tarafından 2021'de başlatılan ve "Alice: Curiouser and Curiouser" adlı sergisinin dijital ön izlemesi olan "Curios Alice: VR deneyimi" olmuştur. Sanal gerçeklik deneyimi, kullanıcıları Harikalar Diyarı'nda yaşayan Alice'in maceralarına sürüklemektedir (Victorian & Albert Museum, 2023).

Efes Deneyim Müzesi (EDM)

Resmi açılışı Kültür ve Turizm Bakanı Mehmet Nuri Ersoy'un katılımıyla 12 Ekim 2023 gerçekleşen EDM'nin inşası 1 yıl sürmüştür. Müze tasarımı yapılırken Lizbon'daki NARC, Basel'deki Novartis Pavilion'u, Oslo'daki Natural History Museum, Dubai'deki Museum of the Future, Stuttgart'taki Wagen Hallen ve Zürih'teki Swiss National Museum gibi müzeler örnek olarak alınmıştır.

Efes Antik Kenti'nin tarihsel sürecinin anlatıldığı müze üç ayrı salondan oluşmaktadır. İlk salonda, ziyaretçilerin mekanın içinde olma, kentin tarihi sokaklarında yürüdüğünü hissetme ve ortamın bir parçası olma hissini yaşamalarına olanak sağlayan liman caddesinden kente giriş yapılmaktadır. İkinci salon (ana salon) Efes Kenti'nin sosyal ve gündelik hayatlarına yer verilmektedir. Teras evler ve günlük yaşantı anlatılmaktadır.



Salon 2, Efes Deneyim Müzesi Yönetimi'nden 09.11.2023 tarihinde alınan izinle kullanılmıştır.

Üçüncü salon, ziyaretçileri Efes antik kentinin ana tanrıçası görkemli Artemis'in sesi karşılamaktadır. Salonda Artemis heykelinin çevresini saran aydınlatmalar görsel bir şölen sunmaktadır.



Salon 3, Efes Deneyim Müzesi Yönetimi'nden 09.11.2023 tarihinde alınan izinle kullanılmıştır.

Müze deneyimi toplam 18 dakika sürmektedir. EDM eş zamanlı olarak, 100-150 kişilik ziyaretçi gruplarını ağırlayabilme kapasitesine sahiptir. Seslendirme 16 farklı dilde yapılmaktadır. Türkçe seslendirmeler ünlü sanatçılar Selçuk Yöntem ve Gülen Karaman tarafından, İngilizce ise ünlü İngiliz sanatçılar David Schofield ve Olivia Williams tarafından gerçekleştirilmiştir (Efes Deneyim Müzesi Yönetimi, 2023).

İLGİLİ LİTERATÜR

Çağdaş müzeler kapsayıcı olmayı ve her yaşta insana hitap eden deneyimler sunmayı amaçlamaktadır. Bu deneyimler her yaşa yönelik eğitim programları, atölye çalışmaları, sergiler ve etkinlikler olabilir. Teknolojik gelişmelerin ışığında bu etkinliklere 3D, VR, AR ve MR gibi uygulamaların entegre edilmesi oldukça popülerdir. Müze deneyimleri ve müze deneyimlerinin

artırılması için kullanılan teknolojiler ilgili konular literatürde oldukça ilgi görmüştür. Bu araştırmalardan bazıları aşağıda sunulmaktadır:

Falk ve Dierking, Müze Deneyimi (1992) ve Yeniden Ziyaret Edilen Müze Deneyimi (2012) adlı kitaplarında bağlamsal öğrenme modeli adı verilen bir müze deneyim modeli ortaya koymuştur. Bu kapsamda, müze deneyimi olarak ziyaret öncesi, ziyaret sırası ve ziyaret sonrası olmak üzere üç aşamayı ele alarak deneyimi açıklamaya çalışmaktadır. Yazarlar, müzelerde teknoloji odaklı deneyimlerin arttığına dikkat çekerek, müzeler ile ziyaretçiler arasındaki ilişkilerin giderek daha şeffaf hale geldiğini de vurgulamaktadır.

Black (2012), *The Engaging Museum* adlı kitabında müzelere, ziyaretçileri için mümkün olan en yüksek kalitede deneyimi nasıl yaratabilecekleri konusunda rehberlik etmektedir. Bütünsel bir yaklaşım ile ziyaretçilerin koleksiyonla etkileşime girebileceği ortamın, onları ziyarete yönlendiren dürtülerin (ziyaret öncesi), ziyaret sırası ve sonrası aşamaların dikkatle incelenmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Müzeler ziyaretçi deneyimleri için geliştirilmelidir.

Larsen (2007), ziyaretçilerin müze ziyaretlerindeki keyifli deneyimlerine ilişkin metin kayıtlarına dayanarak, içerik analizini yaparak ziyaretçi deneyimini ve beklentilerini ölçmüştür. Sonuca göre; kolaylık ve eğlence, kültürel eğlence, kişisel özdeşleşme, tarihi anımsama ve kaçış olmak üzere beş tür ziyaretçi deneyim beklentisini ortaya koymuştur.

Sheng ve Chen (2012), müze ziyaretçilerinin deneyim beklentilerini araştırmıştır. Sonuca göre ziyaretçiler; kolaylık ve eğlence, kültürel eğlence, kişisel kimlik, tarihsel anılar ve kaçış olmak üzere beş tür deneyim beklentisi içindedir. Ayrıca ziyaretçilerin müze ziyareti tercihlerini ve farklı deneyim beklentileri demografik faktörlerine göre farklılık göstermektedir.

Jung vd., (2015), AR ve VR aracılığıyla tur deneyimlerinin etkisini incelemiştir ve turistlerin sürükleyici teknolojileri deneyimledikten sonra tekrar ziyaret etme niyetleri olduğunu ortaya koymuştur.

Jung vd., (2016), sosyal varlık teorisini uygulayarak ve deneyim ekonomisinin dört alanını (eğlence, eğitim, estetik ve kaçış deneyimi) dikkate alarak AR ve VR'nin müze ziyaretçisi deneyimi üzerindeki etkisini araştırmıştır. Yapısal eşitlik sonuca göre, estetik hariç diğer yönler ziyaretçi deneyimi üzerinde etkiye sahiptir ve bu etki turistlerin Geavor müzesini tekrar ziyaret etme niyetini teşvik etmektedir.

Gosling vd., (2016), müze yöneticilerinin algıları ile ziyaretçilerin deneyimleri arasındaki farklılıkları anlamak için nitel bir araştırma yapmıştır. Araştırma sonucuna göre, yöneticiler ve ziyaretçilerin görüşleri arasında tutarsızlıklar olduğu görülmüştür. Görüşülen kişilerden bazıları müze ziyaretlerine ilgi duymadıklarını vurgularken, diğerleri ziyaretlerinin sosyal etki ve merakla bağlı olduğunu belirtmiştir. Yöneticiler müze deneyiminin etkileşim, ziyaretçilerin bağımsızlığı ve etkinlik programı gibi farklı yönlerinin olduğunu vurgulamıştır.

Recupero vd., (2019), VR ve AR'ı birleştiren bir turun ziyaretçi deneyimini Sosyo-Kültürel Etkinlik Teorisi çerçevesinde analiz etmek için Roma'daki (İtalya) Ara Pacis Müzesi'nde gerçekleştirilen nitel bir araştırma gerçekleştirmiştir. Elde edilen bilgiler, müze misyonu ile ziyaretçi deneyimi arasında teknolojinin aracı olarak değerini vurgulamaktadır.

Lee vd., (2020), VR insanların eğlenceli deneyimler kazanmasını sağlayan son derece etkili bir teknoloji olarak kabul edilmektedir. Özümleyici deneyimlerin (eğitim ve eğlence) sürükleyici (kaçış ve estetik) deneyimler üzerindeki etkisi, genel VR müze deneyimi ve müzeyi ziyaret etme niyeti üzerindeki etkilerini incelemiştir. Sonuca göre, özümleyici deneyimlerin sürükleyici deneyimler, VR müze deneyimi ve müzeyi fiziksel olarak ziyaret etme niyeti üzerinde büyük bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir.

Pratisto vd., (2022), turizmde kullanılan sürükleyici teknolojileri ve diğer teknolojilerle olan entegrasyonunu 2012-2020 yılları arasındaki literatürden yararlanarak kapsamlı bir bakış açısıyla sunmuştur. İnceleme sonucunda, AR ve VR'nin diğer teknolojilerle bir araya getirilmesinin potansiyel kullanıcı deneyimi iyileştirmesi sağlayabileceğini belirlemiştir.

Anand vd., (2022), ziyaretçilerin turizmdeki AR tabanlı uygulamalara bakış açılarını incelemektedir. Bilgi kalitesi, sistem kalitesi ve hizmet kalitesi gibi üç tür kalite belirleyicisinin ziyaretçilerin AR uygulamalarına bakış açıları üzerindeki etkisini araştırmıştır. Ziyaretçi memnuniyeti ziyaretçilerin AR tabanlı mobil uygulamaları yeniden kullanmasını teşvik etmektedir.

Zhang ve Hu (2022), dijital müzelerde ziyaretçilerin öğrenme deneyimlerinin değerlendirilmesine yönelik bir araştırma gerçekleştirmiştir. Göz takibi (eye tracking) deneyleri aracılığıyla, dijital

müzedeki eğitim deneyimi sırasında ziyaretçilerin görsel verilerini elde edip analiz ederek değerlendirme yapılmıştır. Sonuç, ziyaretçilerin dijital müzelerdeki öğrenme deneyimine ilişkin araştırma ve uygulamaların daha da geliştirilmesi gerektiğini göstermektedir.

Lu vd., (2023), 122 çalışmayı eleştirel bir şekilde inceleyerek teknoloji ve müze ziyaretçisi deneyimlerine ilişkin araştırmalardaki eğilimleri değerlendirmiştir. İlk dönemde literatür öğrenme ve teknoloji kavramlarına ağırlık verirken; çağdaş literatürde niyet, davranış, tatmin, zevk ve sanal varlık gibi kavramlar ortaya çıkmıştır. Ayrıca, müzelerde kullanılan teknoloji biçimleri temel bilgisayar ekranlarından akıllı teknolojilere doğru kaymıştır.

Banfi vd., (2023), Appia Antica Arkeoloji Parkı'nda bulunan ve şu anda Museo Nazionale Romano, Antiquarium di Lucrezia Romana ve Antiquarium di Villa Dei Quintili'de sergilenen ilk grup eserlerden oluşan bir sanal müze tasarlamaya yönelik bir süreç önermektedir. Sonuç olarak, sürükleyici deneyimler yaratmayı amaçlayan etkileşimli temsil teknikleri, müzelerin dijital çağdaki dönüşümünü destekleyebilir: (i) geleneksel saha içi yollardan en yeni nesil VR ve AR deneyimlerine geçiş, (ii) yeni öğrenme biçimlerini garanti etme, büyük miktarda içeriğin iletilmesi, (iii) oda tadilatlarına veya yeni sergilere yatırım yapmak zorunda kalmadan yeni ziyaretçilerin ilgisini çekmek ve (iv) uzaktan paylaşılabilen dijital arşivlerin oluşturulmasının desteklenmesi.

Dağ vd., (2023), artırılmış gerçekliğin sürükleyici deneyimler, mekan memnuniyeti, kullanıcı katılımı ve algılanan özgünlük üzerindeki etkisini ölçmeyi amaçlamaktadır. Sürükleyici deneyim, mekan memnuniyetini, kullanıcı katılımını ve algılanan özgünlüğü olumlu yönde etkilemektedir. Ayrıca kullanıcı katılımının ve algılanan özgünlüğün, sürükleyici deneyim ile mekan memnuniyeti arasındaki ilişkiye aracılık etmektedir.

Müze deneyimlere ilişkin literatür, bireylerin ziyaretleri öncesinde, sırasında ve sonrasında hususları ele almıştır (Kirchberg & Tröndle, 2012). Bu açıdan araştırma müze deneyimi sonrası kapsamında değerlendirilebilir.

YÖNTEM

Araştırmanın Amacı

Efes Deneyim Müzesi (EDM), tarih, kültür, sanat ve teknolojiyi bir araya getirerek ziyaretçilerine yüksek kalitedeki görsel, duyuşsal ve etkileşimli teknolojileriyle bütünleşik bir deneyim sunmaktadır. EDM ziyaretçilere açılmadan önce, (Türkiye'de *Ayasofya Deneyim Müzesi'nden sonra 2. Deneyim müzesi olarak*) ilk izlenimler için TR'leri ağırlamıştır. TR'ler ülkemizin tarihi, kültürel, sanatsal değerlerini eşlik ettiği turist/turist gruplarına tanıtmaktadır. EDM yeni bir turistik ürün olarak Efes Antik Kenti içinde yer almaktadır. Özellikle bölgede rehberlik hizmeti veren TR'lerin bu yeni ürünü tanıtır pazarlayabilmesi için öncelikli olarak deneyimlemesi bu açıdan oldukça önemlidir. Bu kapsamda makalenin amacı, TR'lerin EDM deneyimlerini ortaya koymaktır. Araştırmanın sonucunun, hem müze küratörlerine hem de literatüre katkı sağlaması beklenmektedir. Ayrıca, ziyaretçilerin ihtiyaç ve beklentilerinin karşılanması noktasında başta EDM olmak üzere deneyim müzelerine yol gösterici olması ümit edilmektedir.

Veri Toplama ve Analizi

Nitel araştırma, keşif içeren bütüncül bir yaklaşımdır. Araştırmacının gerçek deneyimlere yüksek düzeyde katılımından kaynaklanan bir ayrıntı düzeyi geliştirmesini sağlayan doğal bir ortamda ortaya çıkan bir modeldir ve araştırılan sosyal olgunun katılımcının bakış açısıyla ele alınmaktadır.

(Creswell, 1994). Nitel araştırmada araştırmacının, toplanan verilerin betimlenmesi, açıklanması ve yorumlanmasında önemli işlevleri bulunmaktadır. Bu yaklaşımda araştırmacının durumla ilgili bir bağlantısı, deneyimi veya çıkarı olması önemli bir zorluktur, bu nedenle araştırmacının bu süreçte tüm önyargılarını bir kenara bırakması gereklidir (Williams, 2007:67). Nitel araştırmalar vaka çalışması, etnografi çalışması, fenomenolojik çalışma, temellendirilmiş teori çalışması ve içerik analizi çalışması olmak üzere beş farklı desende yürütülebilir (Creswell, 2009:13).

Creswell, deneyimlerin özüne ulaşabilmek için fenomenolojik yaklaşımı benimsemeyi önermektedir (Creswell & Creswell, 2017:14). Sosyal bilimlerde yaygın olarak kullanılan ve temeli filozof Edmund Husserl'in 21 yy.'daki çalışmalarına dayanan fenomenoloji yaklaşımında fenomene vurgu yapılarak yaşanmış deneyimler anlamlandırılmaya çalışılmaktadır. Deneyimler katılımcıların bakış açısı ile değerlendirilmektedir. Fenomen bir duygu, bir kavram ya da bir düşünce olabilmektedir. Dolayısıyla katılımcıların fenomene ilişkin algıları, bakış açıları, fenomeni nasıl anlamlandırdıkları,

fenomeni nasıl deneyimledikleri ve bu deneyimi nasıl betimledikleri üzerine odaklanılmaktadır (Tekindal & Uğuz Arsu, 2020:158). Dolayısıyla müze ziyaretçilerinin müzede yaşadıkları deneyimi anlamak adına nitel araştırma yönteminin faydalı olacağı düşünülmüştür. Bu doğrultuda, EDM ziyaretçilerinin müze deneyimlerini anlamak adına nitel araştırma yöntemlerinden fenomenolojik yaklaşım benimsenmiştir. Creswell (1998), fenomenolojik bir araştırmanın şu prosedürü izlemesini önermektedir: Deneyimi anlamaya yönelik soruların hazırlanması, katılımcılarla görüşmelerin gerçekleştirilmesi, elde edilen verilerin analiz edilerek anlam kümelerine ulaşılması ve son olarak okuyucuların deneyimin temel yapısını anlamasını sağlayan bir rapor sunulmasıdır. Buradan hareketle, literature dayalı soru formu oluşturulmuştur. Soru formu Gosling vd., (2016) ve Recupero vd., (2019) araştırmalarında kullandığı müzede deneyimleri ortaya koymaya çalışan 11 adet soru ve katılımcıların özelliklerini ortaya koyan (cinsiyet, yaş, eğitim durumu, ruhsatname alışı şekli, rehberlik tecrübesi, diller, çıkılan turlar, deneyim müzesi ziyareti) 8 adet sorudan oluşmaktadır.

Aydın Turist Rehberleri Odası (ATRO) yönetiminin EDM yetkileri ile görüşmesine istinaden tüm oda üyelerine mail aracılığıyla EDM ziyareti için davet iletilmiştir. ATRO'ya kayıtlı 18 TR müze ziyaretini gerçekleştirmiştir. Dolayısıyla araştırmanın grubunu, EDM'yi ziyaret eden 18 TR oluşturmaktadır. Örneklem seçilmeksizin tüm katılımcılara ulaşılmaya çalışılmıştır. Bir rehber sağlık durumu nedeniyle diğeri ise yoğunluğu sebebi ile araştırmaya katılmak istemediğini bildirmiştir. Diğer 16 TR'ye ulaşılmıştır. TR'ler ile görüşmeler 26 Eylül ve 25 Ekim 2023 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. TR'lerin müze ziyaretlerini nasıl değerlendirdiklerini anlamak amacıyla 16 adet karşılıklı telefon görüşmesi gerçekleştirilmiştir. Sezonun hala devam ediyor olması ve TR'lerin yoğunluğu dolayısıyla bu yöntem tercih edilmiştir. Rehberlerin uygun oldukları zaman belirlenmiş ve görüşmeler belirlenen zamanlarda yapılmıştır. Görüşmeler ortalama olarak 15 dakika sürmüştür. Katılımcılardan ses kaydı yapılması için izin alınmıştır, bir TR hariç hepsi ses kaydı için izin vermiştir, izin vermeyen TR ile yapılan görüşmede not alınmıştır. Veriler, nitel araştırma yöntemlerinde en yaygın olarak kullanılan yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile toplanmıştır (Patten & Newhart, 2018). Yarı yapılandırılmış görüşme tekniği derinlemesine bilgi edinmeyi mümkün kılmaktadır. Bu teknikte sorular önceden hazırlanmaktadır, görüşme esnasında anlaşılmayan sorular var ise düzenlenerek tekrardan katılımcıya yöneltilmektedir.

Yarı yapılandırılmış görüşme kapsamında TR'lerine sorulan sorular Tablo 2'de verilmektedir:

Tablo 2. Katılımcılara deneyimleri ile ilgili sorulan sorular

S-1	Daha önce deneyim müzesi ziyaretiniz oldu mu?
S-2	Müzeyi ziyaret etme motivasyonunuz nedir?
S-3	Genel olarak ziyaret hakkında ne düşünüyorsunuz?
S-4	Deneyim sizde herhangi bir anı ya da duygu uyandırdı mı? Onları tanımlayın.
S-5	Hangi unsurlar sizi olumlu yönde şaşırttı?
S-6	Hangi unsurlar sizi olumsuz yönde şaşırttı?
S-7	Ziyaretten bir şeyler öğrendiniz mi? Açıklayınız.
S-8	Müzeyi başkalarına tavsiye eder misiniz?
S-9	Müze yöneticilerinin ziyaretçi deneyimlerini iyileştirmek için neler yapabileceğini düşünüyorsunuz?
S-10	Tek bir ifade ya da cümle ile deneyiminizi ifade eder misiniz?
S-11	Ziyaretinizde tamamlamak/vurgulamak istediğiniz başka bir şey var mı?

Elde edilen ses kayıtları metine dökülmüştür ve ifadeler betimsel, yansıtılmış ve algısal olmak üzere üç kategoriye ayrılmıştır. Algısal (katılımcıların kalıp ifadeleri) ve yansıtılmış (sorunun cevabı ile ilgisi olmayan, konu dışı) ifadeler tespit edilerek analize dahil edilmemiştir. Örneğin TR'nin mesleki geçmişinden bahsetmesi. Müze ile alakalı olmayan bilgi paylaşması gibi. Böylece, analize tabi tutulacak betimsel ifadeler belirlenmiştir. Bu ayıklamadan sonra veriler tekrar içerik analizine tutularak, betimsel ifadelerden oluşan bir ifade havuzu oluşturulmuştur. Bu aşamaya açık kodlama denilmektedir. Bir sonraki aşamada veriler eksenli kodlama ile anlamlı gruplara bölünmüştür. Bu gruplar tema olarak adlandırılmaktadır. Veride her ne kadar anlam ekseni varsa o kadar tema oluşur. Anlamlı temaların bir araya gelmesiyle de boyutlar ortaya çıkar. Bu boyut ve temalar araştırmacı tarafından adlandırılır. Son aşamada, seçmeli kodlama gerçekleştirilerek tüm tema ve boyutlar bir bütün olarak ele alınmıştır. İfadelerin yer aldığı temalar ve boyutların uygunluğu tespit edilmiş ve

gerekli son kontroller yapılmıştır (Esen & Atay, 2023:2833). Araştırmanın kodlama ve temaların düzenlenmesinden sonra bulgular yorumlanmış ve sonuç ortaya konmuştur.

Araştırmanın Güvenirlilik ve Geçerliliği

Araştırmada Creswell'in (1998) önerdiği prosedürü gerçekleştirilirken; bilimsel araştırma sonuçlarının inandırıcılığı ölçütünün sağlanması oldukça önemlidir. Geçerlilik ve güvenilirlik araştırmalarda en yaygın olarak kullanılan inandırıcılık ölçütleridir. Ancak, nicel ve nitel araştırmalarda farklı açılardan değerlendirilmektedir (Yıldırım & Şimşek, 2013).

Guba ve Lincoln'a (1982) göre, nitel araştırmalarda geçerlik/güvenilirlikten ziyade inandırıcılık olması gerekmektedir. Araştırmacılara göre nitel araştırmada inandırıcılık inanılabilirlik (iç geçerlilik), güvenilebilirlik (güvenirlik), onaylanabilirlik (objektiflik) ve aktarılabilirlik (dış geçerlilik) ile sağlanabilir. Araştırma sonuçlarının doğruluğunu teyit etmek için bu stratejilerden bir yada daha fazlasının belirtilmesi önerilmektedir (Creswell, 2003).

İnanırlılığın sağlanması için uzun süreli etkileşim, katılımcı teyidi ve uzman incelemesi gibi pek çok yöntem vardır (Holloway & Wheeler, 1996). Araştırmanın yapıldığı ortamda bulunmak araştırmacının önyargılarından kurtulmasına yardımcı olur. Ayrıca, araştırmacı ve katılımcıların aynı ortamı paylaşması karşılıklı güven ve dostluğun kazanılmasına, doğru ve eksiksiz cevaplar alınmasına olanak sağlar (Houser, 2015). Araştırmacının, müze ziyareti sırasında katılımcılara eşlik etmesinin etkileşim açısından kolaylık sağladığını söylemek mümkündür.

Güvenirliliği sağlamak için araştırmacılar araştırma sürecinin mantıklı, izlenebilir ve açıkça belgelenmiş olmasını sağlayabilir (Tobin & Begley, 2004). Ziyaret öncesinde, katılımcılara araştırma hakkında bilgi verilmiş ve sonrasında gönüllük esasıyla görüşlerine başvurulacağı iletilmiştir. Dönüş yolunda katılımcıların araç içindeki değerlendirmeleri kayıt altına alınırken; daha detaylı cevaplar için her bir katılımcıyla ayrı ayrı görüşme ayarlanmıştır. Bu görüşmeler de ses kaydına alınmıştır.

Araştırmanın onaylanabilirliği araştırmacının yorumlarının ve bulgularının verilerden açıkça türetildiğini ortaya koymakla ilgilidir ve araştırmacının sonuçlara ve yorumlara nasıl ulaştığını göstermesini gerektirir (Tobin & Begley, 2004). Onaylanabilirlik için katılımcılardan alıntı yapmak çok önemlidir, böylece bulgular araştırmacının görüşleri yerine katılımcıların ifadelerini yansıtır (Lincoln & Guba, 1985). Araştırma bulguları ortaya konurken katılımcıların ifadelerine yer verilmesi araştırmanın onaylanabilirlik kriterini desteklemektedir.

Aktarılabilirlik kriteri nicel araştırmalarda "genellenebilirlik (benzer katılımcılar ile benzer sonuçlara ulaşma)" nitel araştırmalarda ise "uygunluk" kavramına karşı gelmektedir (Tobin & Begley, 2004). Nitel araştırmalarda nicel araştırmalar gibi genelleme amacı yoktur. Bunun yerine katılımcıların deneyimlerine odaklanılır ve deneyimlerinin ayrıntılı betimlemelerle okuyucuya aktarılması araştırmacının sorumluluğundadır (Lincoln & Guba, 1985). Böylece araştırmayı inceleyen okuyucular sonuçları kendi araştırmalarına uygulayabilirler. Nitel araştırmalarda aktarılabilirliğin kanıtlanması için örneklem seçiminin nasıl yapıldığı, katılımcıların özellikleri ve ortam bilgileri açık bir şekilde belirtilmelidir (Sharts-Hopko, 2002). Nitel araştırmalar yürüten çoğu araştırmacıya göre, örneklem büyüklüğünün yeterliliği araştırmanın kalitesi için önemli bir belirteçtir. Ancak, uygun örneklemin tam büyüklüğü konusunda bir fikir birliği yoktur. Bazı araştırmacılara göre ise örneklem büyüklüğü araştırmanın güvenilirliğini sağlamak ve güvenilir sonuçlara ulaşmak için oldukça önemlidir. Bazıları için örneklem büyüklüğü değerlendirilirken birimlerin sayısı önemsizdir, önemli olan araştırmaya dahil edilen birimlerin sunduğu verilerin bolluğudur. Bu bilgiler ışığında araştırmada, örnekleme iki eksikle ulaşılmamasının araştırmanın güvenilirliğini ve aktarılabilirliğini desteklediğini söylemek mümkündür.

BULGULAR ve YORUMLAR

Araştırma kapsamında EDM'yi ziyaret etmiş 16 TR ile yarı yapılandırılmış görüşme gerçekleştirilmiştir. Katılımcılara ait bilgiler Tablo 3'te sunulmuştur.

Tablo 3. Turist rehberlerine ait bilgiler

Cinsiyet	Yaş	Eğitim Durumu	Ruhsatname alım şekli	Deneyim	Diller	Turlar	Deneyim Müzesi Ziyaret
----------	-----	---------------	-----------------------	---------	--------	--------	------------------------

TR1	Erkek	55	Lisans	Bakanlık	32 yıl	Alm. ve İngilizce	Günübirlik	Yok
TR2	Erkek	38	Önlisans	Üniversite	4 yıl	Yunanca İngilizce	Günübirlik Anadolu	Var
TR3	Erkek	54	Lisans	Bakanlık	26 yıl	Almanca	Günübirlik Anadolu	Yok
TR4	Erkek	38	Lisans	Üniversite	4 yıl	İngilizce	Günübirlik	Var
TR5	Kadın	44	Lisans	Üniversite	17 yıl	İngilizce	Günübirlik	Var
TR6	Kadın	43	Lisans	Üniversite	16 yıl	İngilizce	Günübirlik	Yok
TR7	Kadın	47	Önlisans	Bakanlık	21 yıl	Rusça	Günübirlik	Yok
TR8	Erkek	37	Lisans	Bakanlık	11 yıl	Lehçe ve İngilizce	Günübirlik	Var
TR9	Erkek	50	Önlisans	Bakanlık	28 yıl	İngilizce	Günübirlik Anadolu	Yok
TR10	Erkek	38	Lisans	Üniversite	12 yıl	İngilizce	Günübirlik	Yok
TR11	Kadın	38	Lisans	Üniversite	13 yıl	İngilizce	Günübirlik	Yok
TR12	Kadın	36	Lisans	Üniversite	9 yıl	İngilizce	Günübirlik	Yok
TR13	Kadın	40	Lisans	Üniversite	19 yıl	İngilizce	Günübirlik	Yok
TR14	Kadın	53	Önlisans	Üniversite	5 yıl	İngilizce	Günübirlik	Var
TR15	Kadın	36	Lisans	Üniversite	12 yıl	İngilizce	Günübirlik	Yok
TR16	Kadın	36	Lisans	Üniversite	11 yıl	İngilizce	Günübirlik	Yok

Araştırmaya katılan TR'lerin 6'sı erkek, 10'u kadındır. En genç TR 36 yaşındayken; yaşı en büyük olan TR 54 yaşındadır. Eğitim durumları değerlendirildiğinde çoğunluğun lisans eğitimi aldığı ve ilgili rehberlik bölümü okuyarak rehberlik ruhsatnamesini aldığı görülmektedir. TR'lerden en az deneyime sahip olan 5 yıldır rehberlik yapıyorken; en deneyimli 32 yıldır rehberlik hizmeti vermektedir. Hizmet verilen dillere bakıldığında, TR'lerin çoğunluğunun dili İngilizce olmakla birlikte, Almanca, Yunanca, Lehçe ve Rusça da hizmet verenlerden oluştuğu görülmektedir. Kadın TR'ler günübirlik turlara eşlik ederken; erkeklerden bazıları hem günübirlik hem Anadolu, bazıları ise günübirlik turları tercih etmektedir. Geziye katılan TR'lerin beşi daha önce bir deneyim müzesi ziyareti gerçekleştirmişken; diğerleri için EDM ziyaret edilen ilk deneyim müzesidir.

Yapılandırılmış Görüşme Bulguları

TR'lerin müze ziyaretlerini nasıl değerlendirdiklerini anlamak amacıyla gerçekleştirilen 16 adet karşılıklı telefon görüşmesi içerik analizine tabi tutulmuştur. Analiz sonucu dört ana temaya ulaşılmıştır. Bu temalar:

1. Amaç/motivasyon
2. Olumlu yönler
3. Olumsuz yönler
4. Öneriler şeklindedir.

Tablo 4. Motivasyon teması

Katılımcı	Kodlar
TR1-2-3-4-5-6-9-10-14-15	Mesleki
TR7-8-11-12-13-16	Hem mesleki hem de kişisel

TR'lerin EDM ziyaret motivasyonlarına bakıldığında çoğunluğun mesleki bir amaçla müzeyi ziyaret ettiği; diğer TR'lerin ise hem mesleki hem de kişisel merak dolayısıyla ziyareti gerçekleştirdiği görülmektedir. TR'lerin konuya ilişkin ifadeleri şöyledir:

“Açıkçası benimki mesleki merak. Efesi anlatırken hep kafamızda canlandırmak istiyoruz müzede nasıl canlandırmışlar görmek istedim, merak ettim.” (TR1-6)

“Bölgede rehberlik yapan biri olarak ne sergileniyor merak ettim, ayrıca turumuzu tamamlayıcı olabilir mi diye görmek istedim. Örneğin Selçuk müzesine giderken Efes’te bulunmuş şu buluntuları, Artemis heykelini göreceksiniz çok heyecan verici diyorum. Bu nedenle müzede ne var merak etim.” (TR5)

“Öncelikli olarak kendim tecrübe etmek istedim. Daha önce böyle bir müze gezmedim, benim için ilkti. Misafirlere ne bilgi verebilirim onu da öğrenmiş olurum dedim. Bu sebeple müzede ne var merak etim. ATRO davet etmeseydi de kendim mutlaka giderdim” (TR12-16)

Tablo 5. Olumlu yönler teması

Katılımcı	Kodlar
TR 1-5-6-8-9-10-12-13-14-15-16	En etkili sahne
TR 1-8-9-10-11-12-14-16	Güzel/Farklı/eşsiz bir deneyim
TR 8-10-12-15-16	Teknoloji (Ses ve görüntü kalitesi, seslendirme)
TR 4-7-8-12-16	Kafeterya
TR 2-4-5-8-16	Müzenin alternatif oluşturması
TR 3-6-8-1-13	Görsel şov
TR 2-12-14-16	Müzenin ısısı/serinliği
TR 2-16	Uzun vadede Efes Antik Kenti’nin korunması/Yoğunluğu dağıtması
TR 2-14	Tamamlayıcılık
TR 4-5	Süre

TR’lerin değerlendirilmesi sonucunda olumlu yönler ana teması altında 10 alt temaya ulaşılmıştır. TR’ler en olumlu olarak değerlendirdikleri konu etkilendikleri bazı sahneler olmuştur. Bunun yanı sıra deneyim açısından farklı bulunması, teknolojik açıdan etkileyciliğinden bahçedeki kafeteryasına kadar birçok açıdan olumlu değerlendirmeler yapılmıştır. TR’lerin bu doğrultudaki ifadeleri aşağıda sunulmuştur:

“Açıkçası ben müzeyi beğendim. Efesi canlı bir şekilde görmek hoşumuza gitti canlandırma çok güzeldi. Dönemin insanlarını o döneme ait kıyafetlerle görmek ve bugün büyük kısmı yıkılmış ve restore edilmiş yapıları ayaktaymen görmek oldukça etkileyiciydi. 18 dakikalık da olsa kısa süreliğine kendini izole etmek orayı yaşamak farklı bir deneyimdi.” (TR1)

“Müzeyi faydalı bir enstrüman olarak kullanabilirim. Özellikle alt kapı alt kapı yaptığımız turlarda müzeyi değerlendirebilirim, hava durumunun uygun olmadığı zamanlarda, grubumda çok yaşlılar varsa ya da çocuk sayısı fazlaysa gene burayı tercih edebilirim değerlendirebilirim ve rehber olarak da benim işimi kolaylaştırabilir bence. Ziyaretçi gözüyle değerlendirdiğimizde özellikle sıcak yaz günlerinde 40-45 derece sıcaklıktan çıkmış misafirler burada klimalı güzel bir ortama girmesi ve 3 boyutlu bir şekilde ses efektleri ile burayı görmesi misafirler için çok pozitif duygu uyandırabilir. Turu tamamlayıcı bir unsur olabilir.” (TR2)

“Müze, uzun vadede Efes antik kentinin korunması için, yoğunluğun başka bir bölgeye çekilmesi için alternatif olabilir.” (TR2-16)

“Her müşteriyi Efes’e çıkaramıyoruz, yeni şeyler lazım. İnsanları yeni şeyler cezbediyor. Özellikle tekrar tekrar gelen müşteriler için geçerli bu durum. Gelen misafirlere her yıl gelin Efes’e gidelim olmuyor, bunun yerine yeni şunlar var dediğimiz anda onları cezbedebiliyoruz. Ayrıca Efes’i gezemeyen fiziksel anlamda sorun yaşayan ziyaretçiler için, ya da çocuklu aileler için çok uygun bence. Ziyaretçileri kısacık ağaçlı yolda yürütüp müzeye götürebiliriz. Hem tarihi dokuyu görüp hem de görsel efektlerle destekleyebiliriz.” (TR 4)

“Bahçedeki kafeterya, en az müze kadar etkileyiciydi. Tiyatrodan bakınca orası gözükmüyor, ama kafeden Arkadiyan caddesi ve tiyatro muazzam gözüküyor. Sadece orada bile küçük bir mola güzel olabilir. Özellikle fiziksel olarak sorunlu misafirlerin dinlenmesi için” (TR4-7-8-12)

“Süre açısından yeterli, hızlı ve gerekli bilgileri alıp çıkılıyor, hissiyatı ve akılda kalıcılığı açısından bence çok uygundu, çok idealdi.” (TR4-5)

“Efes yaklaşık 2 saat geziliyor anlatılanların çoğu uçup gidiyor ama turun sonunda böyle bir şeyle pastanın üstündeki çilek gibi son nokta ile tamamlanabilir. Ziyaret edenleri hoş zaman geçireceği bir yer. Ben turist gözüyle değerlendiriyorum bu sebeple bence bu kısmı ağır basmalı. Müzede akılda

kalıcılık daha baskın mesela liman caddesinden çıkıp kente giriş kısmı vardı orası çok etkileyiciydi. Ticaret yapanları tüccarları görüyorsun bişeyler satıyorlar, sağda solda önde görüntü var, tam olarak olayın içindesin. Bence insanların aklında kalacak bir şey olması lazımdı ve burada yapılmış. Unutulmaz bir deneyim olmuş. Renk kattı bence. 10 yıl önce gelenler Efes'i gezmiş ise yamaç evler gezilmediyse bir alternatif oluyor, müze de benzer şekilde bir zenginlik kattı. Tekrar ziyaret etmeleri için bir sebep sunuyor. Ses sistemi çok başarılıydı. Artemis toz şeklinde uçup gidiyor, görsel bir şölen var baslar titreşimler çok güzeldi.” (TR8)

“İlk defa böyle bir şey deneyimlediğim için oldukça etkilendim açıkçası. Kendimi bir filmin içinde bir başrol oyuncusu gibi hissettim. Ben de Efesliymişim gibi hissettim bu güzel bir tecrübe. Diğer bir artı da vakti olan misafirler için özellikle yaz sıcaklarında klimalı bir ortama girmeleri iyi gelebilir.” (TR12)

“Görsel şölen çok güzel, Liman caddesinden Efes'e girilen yer mesela çok başarılıydı, genel olarak kent hakkında bir fikir veriyor.” (TR13)

“Müze görevlilerinin karşılaması çok güzeldi, içerdeki atmosfer çok iyiydi, İlk sahne ilk giriş Artemis'in doğuşu çok iyiydi seslendirmede çok iyiydi. Orası benim tüylerimi diken diken etti.” (TR15)

“Açıkçası bu kadar beklemiyordum, o anı yaşadık hepimiz, yer ayağımızın altından kaydı. Sesler ve görseller çok yüksek kalitedeydi, etkilenmemek mümkün değil.” (TR16)

Tablo 6. Olumsuz yönler teması

Katılımcı	Kodlar
TR1-3-4- 6-8-10-11-12-13-15	İçerik
TR3-4-6-8-11-12-13-16	Giriş ücreti
TR1-4-11-13-14-15	Sahne Geçişleri
TR2-3-4-10-13-16	Müze lokasyonu
TR3-5-7- 13-15	Sağlık açısından
TR4-10-12-13	Artemis odaklılık
TR11-14	Süre

TR'lerin ifadeleri doğrultusunda olumsuz yönler ana teması altında 6 alt temaya ulaşılmıştır. Başta içerik olmak üzere, giriş ücretleri, sağlık konuları ile endişeler dile getirilmiştir. Bu doğrultuda TR'lerin başlıca ifadeleri şu şekildedir:

“Efektler çok fazlaydı, köpükler baloncuklar ilk giriş salonunda çok abartılı geldi. Onun yerine Efes'in diğer bölümlerini de içine alıp böyle bir bütün halinde Efesi bize gösterebilirlerdi ben daha mutlu olurum. Özellikle Hadrian Tapınağı ve kütüphane gibi önemli binalara yer vermemişler, gözüm bu ikisini aradı yer verseler çok iyi olurdu kütüphaneyi mutlaka görmeliydik. Görsel efektlerden çok daha fazla görsele yer verebilirlerdi. Böylelikle diğer bölümleri de görebilirdik.” (TR1-13)

“İnformasyon açısından gezilecek bir müze değil bence, içerik açısından zayıf buldum ancak görsel açıdan büyük bir şov var, misafir sorarsa tavsiye ederim” (TR10)

İçerik oldukça eleştirilen bir konu olmakla birlikte bazı rehber bu konu hakkında farklı görüşe sahiptir:

“Biz evet içeriği çok eleştirdik, ancak burayı her ziyaret eden TR, tarihçi ya da sanat tarihçi değil, bunu da unutmamak gerek, ziyaretçiye yeterli ” (TR8-11)

“Ufak tefek noksanlar vardı ama geneli bozmuyordu.” (TR14)

Diğer dikkat çeken konu ise giriş ücretidir:

“Fiyat biraz yüksek, daha uygun olabilirdi. Efes girişinden yüksek olmamalı. Efes'ten çok daha pahalı olamaz, bence bu doğru değil. Acenta fiyatı bile bence pahalı.” (TR1-3-4- 6-8-11-12-13-16)

Müze lokasyon açısından da eleştirilmiştir:

“ Müzenin lokasyonunun doğru yerde olduğunu düşünmüyorum.” (TR2-3-4-10-13)

TR'ler müzenin sağlık açısından bazı riskleri barındırdığını ve bazı gruplar için uygun olmayabileceğini belirtmiştir:

“Belli yaş altı çocuklar ürkebilir. Sesler görüntüler korkutucu olabilir.” (TR11-14)

“Her yer çok dönüyor, hem sağına hem soluna hem önüne bakmak zorundasın. Yorucu geldi bana.” (TR5)

“Sağlık açısından herkese uygun bulmadım epilepsisi olan klorostofobisi olan kişiler için uygun değil, travmatik geçmişi olan misafirleri uyarabilecek bir potansiyeli var.” (TR10)

“Efes turu sonrası dinlendirici olması lazım daha yorucu olmamalı, hep ayaktaydık.” (TR5)

“Müzenin adı Efes Deneyim Müzesi ancak Artemis çok ön planda tutulmuş, kent sönük kalmış.” (TR4-12-13)

Tablo 7. Öneriler teması

Katılımcı	Kodlar
TR1-3-4- 6-8-11-12-13-16	Giriş ücreti
TR1-3-9-11-12-13-14	İçerik
TR3-5-6-7- 12-13-15	Oturma alanlarının olması-Sağlık açısından uyarıların olması
TR1-4-11-13-14-15	Efektlerin azaltılması
TR1-8-16	Seslendirmeyi yapanların bilinmesi
TR10-11-12	Tutarlık
TR14-15	Reklam
TR2	Rehber dostu işletme anlayışı
TR5	Hatırlanabilirlik
TR1	Süre
TR10	Yeni gelişmelerin takibi

TR'ler deneyimlerini değerlendirirken müzenin olumsuz yönlerini iyileştirmek ve müzenin daha fazla ziyaretçi çekmesi için bir takım öneriler sunmuştur. Bu öneriler 11 alt temada açıklanmaktadır. En çok vurgulanan konular arasında giriş ücreti, içerik ve sağlık gelmektedir.

Giriş ücreti ile ilgili ifadeler şöyledir:

“Fiyat belki biraz daha uygun olabilirdi, fiyat daha uygun olursa daha fazla kişinin burayı ziyaret edeceğini düşünüyorum. Giriş ücreti 850 Türk lirası. Türklere %50 indirim yapılıyor ancak bu fiyat olarak oldukça yüksek. Çünkü Efes'in girişi 700 TL müzenin girişi 850 Türk Lirası. Bu yüksek bulunabilir o yüzden daha düşük bir fiyat politikasına giderlerse daha fazla kişinin burayı ziyaret edeceğini düşünüyorum Efes'e ayrı bir giriş ücreti ödeniyor, bir de müze için 850 TL ayrıca ödeniyor belki kombine bir bilet olabilir ya da Efesi ziyaret edenlere farklı bir uygulama hayata geçirilebilir.” (TR1)

“Alt geçiden (müze shoptan) belirli tutarda alışveriş yapıldığında müze dahil edilebilir. Kombine bilet uygulaması yapılabilir.” (TR6)

İçerik açısından TR'lerin şu önerilerde bulunmuştur:

“İnsanlar Efes'i araştırdıklarında görsellerde karşılına çıkan ilk şey kütüphane, bence burada mutlaka yer verilmeliydi. Hadrian Tapınağı'nı da gözlerim aradı doğrusu. Devlet agorası da eklenebilir” (TR3-11-12-13-14)

“Filozoflar, Efesin ünlü simaları, doktorları (Sorano, Rufus) kısa görüntülerle belirtilmesi, çok güzel olurdu. Günümüzde bile hala bilgilerinden yararlanan kişiler, böylece ziyaretçilerin genel kültürlerine de bir katkı sağlamış olur, diye düşünüyorum.” (TR12)

Efektler bazı rehber tarafından abartılı bulunmuştur, azaltılmasının uygun olacağı düşünülmektedir. Efektlerin yerine bilgi ve farklı görsellerin eklenmesi tavsiye edilmiştir.

“Çok fazla efekt vardı, biraz abartılmış bence. İçerikteki eksiklikler bu aralara yerleştirilebilir.” (TR1-4-11-13-14-15)

Seslendirme konusunda da TR'ler kimler tarafından yapıldığını bilmek istemektedir, zira böyle küçük detayların turisti etkileyeceği düşünülmektedir:

“Türkçe seslendirme Selçuk Yöntem tarafından yapılmıştı çok başarılıydı ancak İngilizceyi dinledikten sonra onun da çok başarılı olduğunu gördüm. Seslendirmeyi kimin yaptığını daha önceden bilsek daha iyi olabilir, biz de misafirlere bu konu hakkında bilgi veririz. Mesela Selçuk Yöntem bizim için çok önemli bir aktör dikkat çekiyor aynı şekilde İngilizce Almanca, İspanyolca

dillerinde de seslendirmeye yapan kişilerin kim olduğu bence çok önemli. Bence herkes tarafından tanınan aktör ünlü kişiler tarafından bir seslendirmenin yapılması müzenin başarısını mutlaka etkileyecektir diye düşünüyorum.” (TR1)

“Türkçe seslendireni biliyoruz ama diğer dillerde kim seslendirdi bilsek daha iyi olurdu. Turistler böyle küçük detaylardan hoşlanır.” (TR16)

Bir başka öneride oturma alanlarıyla ilgilidir, aslında bu konu sağlık açısından değerlendirilebilir. Ayrıca mutlaka girişte gerekli uyarıların yapılması oldukça önemli bir konu olarak vurgulanmıştır, olası bir sağlık sorunu ya da tazminatla karşılaşmak adına müze yönetimine şu öneriler sunulmuştur: “Efes turu sonrası dinlendirici olması lazım daha yorucu olmamalı. Bir salonda da oturarak deneyimleyebilecekleri bir alan olsa daha iyi olurdu. Yaşlılar için bence oturak yerleri olmalı. İki farklı seans sunulabilir, biri oturmalı biri ayakta.” (TR5-12)

“Küçük yaş grubu için uygun değil, bence uyarılarda belirtilmeli” (TR7)

“Belki bir sağlık kuruluşunun görüşü alınabilir, doktor görüşü ile bu kadar ses ve ışık travma yada başka bir krize sebebiyet verebilir mi diye sorulmalı. Bence girişte uyarılar yapılmalıdır, aksi durumda çok ciddi bir tazminatla karşılaşabilirler.” (TR10)

Müzedeki verilen bilgiler ile TR anlatımlarının tutarlı olması güven açısından kritik bir yere sahiptir.

“Bazı bilgilerde tutarsızlık vardı. Bizim anlatımlarımız ile burada verilen bilgilerin tutarlı olması lazım, misafirlerin bizim anlatımlarımızı sorgulamamıza sebep olabilir. Orayı daha güvenilir bulabilir ve oraya itibar edebilir. Bu bizim açımızdan hoş olmayan bir durum olur.” (TR10-11-12)

Müzenin ziyaret sonrası hatırlanabilir olması için ise şu öneri sunulmuştur:

“Karşılama yapanlar ve kafede servis yapanlar dönem kıyafetleri giyerek buradaki deneyimi daha da eşsiz kılabilir. Müzeden ayrılırken müzenin unutulmaması adına küçük bir hatıra verilebilir. Bilet kitap ayracı gibi kullanılabilir mesela. Anahtarlık, biletler barkodlu kitap ayracı gibi kullanılacak ziyaret tarihli bir hediye olabilir.” (TR5)

Süre bazı TR’ler tarafından ideal olarak değerlendirilirken; bazıları da daha uzun olmasını ümit etmiştir:

“Ayrıca süre birazcık daha uzatılabilirdi, 18 dakika nasıl geçtiğini anlamadık çok kendimizi kaptırmıştık. Belki biraz daha uzun olabilir zaman çok hızlı geçiyor, belki 30 dakika olsaydı daha fazla keyif alabilirdik. Tabii bu noktada zaman çok kıymetli özellikle gemiden gelen misafirler için belki de onu dikkate alarak süreyi kısa tuttular, ancak ben bir tık daha uzun olmasını isterdim.” (TR1)

Müze yönetiminin TR’ler ile işbirliği içinde olması ve TR dostu bir yaklaşım izlenmesi TR’ler tarafından beklenmektedir:

“Bence Efes’in tanıtımını yapan turist rehberleri ile daha yakından ilişki içerisinde olmaları unutulmamalıdır ki burayı birlikte pazarlayacağız, o yüzden işbirliği gerekli ve rehberlerle fikir alışverişinde bulunmalı. Rehber dostu bir yaklaşım benimsemeliler, özellikle Anadolu turlarında üst kapıdan girip alt kapıdan çıkış yapıyoruz ve Anadolu turlarında bu tarz ekstralar için daha fazla zamanımız oluyor o yüzden Anadolu turları üzerinde birazcık daha tanıtım çalışmaları yapmalı. Gemiden çıkan turların zamanları çok kısıtlı o yüzden bu bir alternatif olabilir.” (TR 2)

Bunlara ek olarak müze reklamının daha fazla yapılması ve müze kuratörlerinin gelişmeleri takip etmesi tavsiye edilmiştir. (TR10-14-15)

TR’ler bu deneyimden bilgi anlamında yeni bir şey öğrenmediğini ancak deneyim anlamında yeni olduğunu belirtmiştir. Örneğin “Buradaki bilgiler zaten bizim kullandığımız şeyler” (TR4), “Yeni bir şey öğrenmedim ama deneyim müzesi tecrübesi ilkti” (TR16).

Müze deneyiminin tek bir ifade/cümle ile açıklanması istendiğinde; TR1 “Etkileyici”, TR2 “Başarılı”, TR4 “Görsel bir şov hatta teknolojik bir şov bence. 10 Üzerinden 6,5 7 diyebilirim. Ortada değilim, tanıtım için çaba sarf ediliyor, bu da takdir edilmeli.” TR5 “Heyecan vericiydi.”; TR7 “Etkileyiciydi”; TR8 “Tek cümlede toplamak zor ama iyi ki yapılmış, ziyaret edilmesi gereken bir yer, Efesi tamamlayıcı bir unsur olduğunu düşünüyorum.” TR9 “Bence iyiydi. 10 üzerinden 6 puan veririm.”; TR10 “Etkileyiciydi, Görsellik ön planda tutulmuş, insanı içine çeken bir deneyim bence.” TR11 “Teknolojiyle uyumlu güzel bir görsel şölen olmuş, tecrübe edilmesi güzel olur.” TR12 “Kendimi bir filmin içinde bir başrol oyuncusu gibi hissettim açıkçası.”; TR13 “Değişik farklı güzel bir deneyimdi”; TR14 “Görülmesi gerekli bir müze.” TR15 “Güzel bir ışık gösterisiydi.”; TR16 “Harikaydı” şeklinde ifade ederken; TR3 “Artı eksi değerlendirsek eksisi daha ağır basar.”; TR6 “Beklentimin dışında, yani altında kaldı.” olarak cevap vermiştir. Buradan hareketle TR’lerin büyük

çoğunluğu (14'ü) olumlu olarak değerlendirilecek ifadelerle başvurmuştur, ancak ikisi (TR3-6) müze deneyimi hakkında olumsuz düşünceye sahip olduğunu belirtmiştir. Dolayısıyla bu cevaplar doğrultusunda TR'lerin çoğunluğunun bu deneyimden hoşnut kaldığını söylemek mümkündür. Nitekim birçoğu ziyaretçilerine de görmelerini tavsiye edeceğini dile getirmiştir.

SONUÇ ve TARTIŞMA

Teknoloji hem turistler hem de yerel ziyaretçiler için bir çekici bir unsur olarak kullanılabilir. (Edmonds vd., 2006). Ziyaretçilerin katılmayı beklediği eğitici, eğlence deneyimini sağlamak için büyüleyicilik, sürpriz etkisi ve içeriğin kalitesini artırmak için değerlendirilebilir. AR, bilgiyi bireyin tercihlerine göre kişiselleştirerek gerçek dünya algısını geliştirir. Ayrıca sosyal etkileşim ve bağlantı olasılığını artırma ve öğrenme deneyimini daha etkileşimli, ilginç ve eğlenceli hale getirme açısından da birçok fayda sağlar (Cranmer, 2017). Yenilikçi bir teknoloji olan AR, müzeler için benzersiz ve etkileşimli bir deneyim sağlar.

Araştırma TR'lerin EDM deneyimini ortaya koymaktır. Elde edilen analiz sonuçlarına göre motivasyon, olumlu yönler, olumsuz yönler ve öneriler olmak üzere 4 ana temaya ulaşılmıştır.

Motivasyon: TR'ler hem mesleki hem de kişisel merak dolayısıyla müzeyi ziyaret etmiştir. Bu sonuç Hosany ve Witham (2009) tarafından vurgulanan insanın deneyimlere yönelik arzusunu desteklemektedir. Pine ve Gilmore (1998) tarafından ele alınan müze ziyareti deneyiminin boyutları eğlence, eğitim (bilgi edinme), kaçış ve estetikdir. TR'lerin deneyim boyutu bu kapsamda eğitim olarak değerlendirilebilir. TR'ler yeni bir müze olan EDM'yi tanımak, öğrenmek istemiştir.

Olumlu Yönler: TR'lerin müze deneyimi hakkında değerlendirmelerinde bazı sahnelerden oldukça etkilendikleri görülmektedir. Limandan kente doğru giriş bu sahnelerin başında yer almaktadır. Dönemin yaşantısını yansıtması açısından Teras evler, Artemis ile ilgili sahneler de TR'ler tarafından çok beğenilmiştir. Bu sonuç, tarihi anımsama ve kültürel eğlence kapsamında değerlendirilebilir ve Larsen (2007); Sheng ve Chen (2012) araştırma sonucunu destekler niteliktedir.

TR'ler müze deneyiminin farklı bir deneyim olduğunu ifade etmektedir. Müzede kullanılan ses ve görüntü teknolojisi etkileyici ve başarılı bulunmuştur. Ek olarak seslendirmenin Selçuk Yöntem gibi başarılı bir sanatçı tarafından yapılmış olması beğenilmiştir. Müzenin kafeteryası da bazı rehberler tarafından güzel bir dinlenme yeri olarak değerlendirilmiştir. Müzenin olumsuz hava koşullarında ve fiziksel engelliler, yaşlılar, çocuklu aileler ve Efes'i daha önce ziyaret etmiş ya da birkaç defa ziyaret etmiş ziyaretçiler için bir alternatif oluşturabileceği ifade edilmiştir. Ayrıca müzenin yazın klimalı serinliği, kışında sıcak ortamı burayı ziyaret edecekler için bir hoşluk yaratacağı düşünülmektedir. Dikkat çeken sonuçlardan bir diğeri müzenin uzun vadede Efes'in korunması açısından katkı sağlayabileceğinin düşünülmesidir. Yeni teknolojilerin kullanımı destinasyonlardaki miras alanlarını koruma fırsatı sunmaktadır. Böylece değerli ve tarihi eserlerin ve destinasyonların turistler tarafından tahrip edilmesinin önüne geçilmektedir (Bec vd., 2019; Jung vd., 2016). Bu açıdan da müzenin Efes için fırsat yaratacağını söylemek mümkündür. Ek olarak, müze bazı rehberler tarafından ören yerinin bir tamamlayıcısı olarak değerlendirilmiştir. Efes Antik Kenti görünümüyle dünü ve müzede kullanılan teknolojik yeniliklerle bugünü biraya getiren bir kompozisyon olarak ifade edilebilir.

Olumsuz Yönler: TR'lerin büyük çoğunluğunun olumsuz olarak değerlendirdikleri konunun başında içerik gelmektedir. Özellikle içerikte kütüphane başta olmak üzere Efes'in diğer önemli yapılarına yer verilmemesi en çok eleştiri alan husustur. TR'ler müzeyi görsel açıdan etkileyici bulmakla birlikte içerik (bilgi açısından) olarak zayıf olarak değerlendirmiştir. Daha fazla bilgiye ve kentin önemli yapılarına yer verilmesinin daha iyi olacağı ifade edilmiştir. Bazı rehberler bu değerlendirmeyi TR olarak yaptıklarını ancak turist olarak ziyaret edenlerin müzeden etkilenip beğeneceğini de eklemiştir. Ayrıca sahneler arasındaki geçişler (baloncuklar, köpükler) çok fazla bulunmuştur. Diğer önemli bir husus giriş ücretidir, TR'lerin yarısı müze giriş ücretini oldukça yüksek olarak değerlendirmiş ve Efes Antik Kenti'nin giriş ücretinden fazla oluşunu da yanlış bir uygulama olarak değerlendirmiştir. TR'lerin bazıları müzenin lokasyonu eleştirmiştir, yer olarak Efes Antik Kenti içinde değil de ya Selçuk'ta ya da Artemis Tapınak alanında bir yerde olmasının daha doğru olacağı belirtilmiştir.

Dikkat çeken önemli bir konu da müzenin sağlık açısından uygunluk durumudur. Bazı TR'ler müzenin sağlık açısından herkese uygun olmadığını özellikle küçük yaştaki çocuklar, klostrofobi,

epilepsisi, travmatik geçmişi ve tansiyon sorunu olanlar için ciddi sağlık sorunlar yaratabileceğini belirtmiştir. Müzenin üç salonunda da ayakta duruluyor olması da bir sorun olarak değerlendirilmiştir. Hem görsellerin baş döndürücü etkileyciliği, hem sağlık açısından hem de ziyaretçilerin daha fazla yorulmaması için oturma alanlarının olması gerekliliği savunulmuştur. Diğer olumsuz olarak değerlendirilen durumlardan biri de müzede daha çok Artemis'e odaklanmasıdır, müzenin adının Efes Deneyim Müzesi olması ancak içerik ve isimin uyumsuz olduğu ifade edilmiştir. Bazı TR'ler süreyi kısa bulmuş, ancak özellikle zamanın çok kısıtlı olduğu gemi turlarını düşünülerek böyle bir sürenin belirlenmiş olma ihtimalini de eklemiştir.

Öneriler: TR'ler giriş ücretinde güncellenin yapılmasını gerekli görmektedir. Bu durum iki açıdan açıklanabilir. İlki daha uygun giriş ücreti ile daha fazla ziyaretçi çekilmesidir. Diğeri ise müzenin giriş ücretinin Efes Antik Kenti giriş ücretinden fazla olması yanlış bir uygulama olarak değerlendirilmesidir.

TR'lerin çoğunluğu müzeyi görsel açıdan etkileyici bulurken, bilgi açısından basit olarak değerlendirmiş ve içeriğe eklemelerin yapılması önermiştir. Özellikle kütüphane gibi başlıca mimari öğelere mutlaka yer verilmesi hususunda TR'ler neredeyse hem fikirdir. Bunlara ek Efes'in ünlü simalarına yer verilmesi de içeriği destekleyici bir unsur olarak sunulmuştur. Ayrıca bazı rehberler mesleki olarak değerlendirme yaptığını turistlerin kendileri kadar içeriği eleştirmeyeceğini hatta etkileneceğini de eklemiştir. Seslendirmelerin diğer dillerde de kimler tarafından yapıldığının bilgisinin ziyaretçilerle paylaşılmasının, ziyaretçiler üzerinde daha fazla etki yaratılması konusunda yardımcı olabileceği düşünülmektedir.

Sağlık açısından, ses ve görüntüden rahatsızlık duyabilecek gruplar için gerekli uyarıların yapılmasının önemi vurgulanmıştır. Müze ziyareti esnasında salonlarda oturum alanlarının bulunması bir eksiklik olarak değerlendirilmiş ve salonların yanlarına ya da bir ada gibi oturma alanların olmasının daha iyi olacağı belirtilmiştir. Özellikle Efes gezisinden sonra yorucu değil de dinlendirici bir deneyim olması açısından bu alanlara ihtiyaç duyulacağı düşünülmektedir.

Diğer önemli bir husus ise müzede verilen bilgilerin TR anlatımları ile tutarlı olmasıdır. Çelişkili ya da farklı bilgiler verilmesi hem müzeye karşı hem de TR'ye karşı güvensizlik yaratabileceği endişesi dile getirilmiştir. Müze yönetiminin Efes'in tanıtımını yapan TR'ler ile daha yakından ilişki içerisinde olmaları gerektiği belirtilmiştir. Karşılıklı işbirliğinin müzenin başarısını etkileyeceği düşünülmektedir. Müzenin ziyaret sonrası hatırlanabilir olması için de ziyaretçilere küçük hatıralık hediyelerin verilmesi önerisi sunulmuştur. Ayrıca içerik de Artemis'e odaklandığı için müzenin adının Artemis Deneyim Müzesi olması da TR'lerin sunduğu başka bir öneridir.

Araştırma sonuçlarına göre bir takım teorik ve uygulamaya yönelik çıkarımlar olabilir. İlk olarak araştırma ülkemizde oldukça yeni bir müze anlayışı olan deneyim müzeciliği literatürüne katkı sağlamaktadır. Ayrıca araştırma, konuyu TR'ler perspektifinden inceleyerek müze konusunda mesleki bir grup tarafından değerlendirmeyi ortaya koymaktadır. İkinci olarak araştırma, Efes Deneyim Müzesi'nin daha fazla ziyaretçi çekmesi için bir hizmet deneyimi tüketim mekanı olarak tanıtılmasına yönelik yönetsel çıkarımlara katkıda bulunmaktadır. Bu bulgu, müze yönetimine, ziyaretçilerin deneyimlerinin ve dolayısıyla ziyaretçi memnuniyetinin iyileştirilmesine yönelik değerli bilgiler sağlamaktadır. Bu açıdan TR'lerin müzeyi tanıtmaya uygulamaya yönelik bir çıkarımdır. Ayrıca TR'lerin sunmuş olduğu öneriler uygulamada müzeye daha fazla ziyaretçi çekme potansiyeli açısından pratik bir çıkarım olarak değerlendirilebilir.

Bu araştırmada bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. İlk olarak, veriler yalnızca EDM'yi ziyaret eden TR'lerden toplanmış olduğundan, bu çalışmanın sonuçlarını diğer deneyim müzelerine genellemek zordur. Bu nedenle gelecekteki çalışmalarda çeşitli müzelerden veri toplanarak daha kapsamlı ve uygulanabilir sonuçların elde edilmesinden faydalanılabilir. Ayrıca araştırma ziyaret sonrasındaki değerlendirmeyi ele almaktadır. Ziyaret öncesi ve anı da gelecek araştırmalara dahil edilebilir. Araştırma için seçilen hedef kitle, ilgili diğer araştırmalara alan açsa da genellemelere izin vermemektedir. Bu nedenle gelecekteki araştırmalar ziyaretçi perspektifinden ve müze küratörleri perspektifinden konuyu ele alması önerilebilir.

KAYNAKLAR

- Accenture (2023, December 15). Accenture technology vision 2018. https://www.accenture.com/t20180222T121502Z_w_/us-en/_acnmedia/Accenture/next-gen-7/tech-vision2018/pdf/Accenture-TechVision-2018-Exec-Summary.pdf.
- Anand, K., Arya, V., Suresh, S., & Sharma, A. (2022). Quality dimensions of augmented reality-based mobile apps for smart-tourism and its impact on customer satisfaction & reuse intention, *Tourism Planning & Development*, 20(1), 1-24.
- Banfi, F., Pontisso, M., Paolillo, F. R., Roascio, S., Spallino, C., Stanga, C. (2023). Interactive and immersive digital representation for virtual museum: vr and ar for semantic enrichment of museo nazionale romano, antiquarium di lucrezia romana and antiquarium di villa dei quintili. *ISPRS International Journal of Geo-Information*, 12(2), 28.
- Bec, A., Moyle, B., Timms, K., Schaffer, V., Skavronskaya, L., & Little, C. (2019). Management of immersive heritage tourism experiences: a conceptual model, *Tourism Management*, 72, 117–120.
- Black, G. (2012). *The engaging museum : developing museums for visitor involvement*. Routledge.
- Bruno, F., Bruno, S., De Sensi, G., Luchi, M. L., Mancuso, S., & Muzzupappa, M. (2010). From 3D reconstruction to virtual reality: A complete methodology for digital archaeological exhibition. *Journal of Cultural Heritage*, 11(1), 42-49.
- Businesskorea(2023,October7).<https://www.businesskorea.co.kr/news/articleView.html?idxno=48957>, 07.10.2023.
- Casabatllo (2023, October 7). <https://www.casabatllo.es/en/online-tickets/visit-be-the-first>.
- Chang, K. E., Chang, C., T., Hou, H., T., Sung, Y. T., Chao, H., L., Lee, C., M., (2014). Development and behavioral pattern analysis of a mobile guide system with augmented reality for painting appreciation instruction in an art museum. *Computer Education* 71:185–197.
- Cranmer, E. E. (2017). *Developing an Augmented Reality Business Model for Cultural Heritage Tourism: The Case of Geevor Museum*, (Dissertation), (Published Doctoral Thesis), Department of Operations, Technology, Events and Hospitality Management The Manchester Metropolitan University.
- Creswell, J. W. (1994). *Research design: Qualitative and quantitative approaches*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Creswell, J. W. (2003). *Research design: qualitative, quantitative and mixed methods approaches*. Sage Publications.
- Creswell, J. W. (2009). *Research design, qualitative, quantitative and mixed methods approaches*. SAGE Publication.
- Creswell, J.W., & Creswell, J.D. (2017). *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. 4th Edition, Sage, Newbury Park.
- Dağ, K., Çavuşoğlu, S., & Durmaz, Y. (2023). The effect of immersive experience, user engagement and perceived authenticity on place satisfaction in the context of augmented reality. *Library Hi Tech*.
- Damala, A., Schuchert, T., Rodriguez, I., Moragues, J., Gilleade, K., & Stojanovic, N. (2013). Exploring the affective museum visiting experience: adaptive augmented reality (a²r) and cultural heritage. *International Journal of Heritage in the Digital Era*, 2(1), 117-142.
- Damala, A., & Marchal, I. & Houlier, P. (2007). *Merging augmented reality based features in mobile multimedia museum guides*. In: Proceedings of the XXI International Symposium CIPA 2007. CIPA, GRC, pp. 259-264.
- Edmonds, E., Muller, L., & Connell, M. (2006). On creative engagement. *Visual Communication*, 5(3), 307-322.

- Efes Deneyim Müzesi Yönetimi (2023, Kasım 11). <https://www.demmuseums.com/tr/muzeler/efes-deneyim-muzesi>.
- Esen, O., & Atay, H. (2023). Otel işletmelerinde çalışanların iş yaşam kalitesini etkileyen boyutlar: Kuşadası örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 15(4), 2823–2845.
- Falk, J. H., & Dierking, L. D. (1992). *The museum experience*. Whalesback Books.
- Falk, J. H., & Dierking, L. D. (2012). *The museum experience revisited*. Walnut Creek: Routledge.
- Fritz, F., Susperregui, A., & Linaza M. T. (2005). *Enhancing cultural tourism experiences with augmented reality technologies*, The 6th International Symposium on Virtual Reality, Archaeology and Cultural Heritage VAST: 1-6.
- Gosling, M., Silva, J., Mendes, J., Coelho, M., Brener, I. (2016). Experiência turística em museus: percepções de gestores e visitantes, *Tourism & Management Studies*, 12(2), 107-116.
- Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1982). Epistemological and methodological bases of naturalistic inquiry. *Educational Communication and Technology Journal*, 30 (4), 233-252.
- Guttentag, D. A. (2010). Virtual reality: Applications and implications for tourism. *Tourism Management*, 31(5): 637-651.
- He, Z., Wu, L.L., & Li, X. (2018). When art meets tech: The role of augmented reality in enhancing museum experiences and purchase intentions. *Tourism Management* 68, 127-139.
- Holloway, I., & Wheeler, S. (1996). *Qualitative research for nurses*. Blackwell Science Ltd.
- Hosany, S., & Witham, M. (2009). Dimenasiions of cruisers' experiences, satisfaction and intention to recommend. *Journal of Travel Research*, 49(3), 351-364.
- Houser, J. (2015). *Nursing research: reading, using, and creating evidence*. (3rd ed.). Jones ve Bartlett Learning.
- Hughes, K., Moscardo, G. (2017). Connecting with new audiences: exploring the impact of mobile communication devices on the experiences of young adults in museums. *Visitor Studies* 20 (1) 33-55.
- Hyun M.Y., Lee S., Hu C. (2009). Mobile-mediated virtual experience in tourism: concept, typology and applications. *Journal of Vacation Marketing*, 15 (2), 149-164.
- ICOM(2023,October8).<https://icom.museum/en/resources/standardsguidelines/museumdefinition/#:~:text=A%20museum%20is%20a%20not,museums%20foster%20diversity%20and%20sustainability>.
- Jung, T. H., Lee, H., Chung, N., & tom Dieck, M. C. (2018). Cross-cultural differences in adopting mobile augmented reality at cultural heritage tourism sites. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(3), 1621–1645.
- Jung, T., Dieck, T. M. C., Lee, H., & Chung, N. (2016). *Effects of virtual reality and augmented reality on visitor experiences in museum, in inversini, A. ve Schegg, R. (eds), Information and Communication Technologies in Tourism*, Springer International Publishing.
- Jung, T., N. Chung, N., & Leue. M. C. (2015). The determinants of recommendations to use augmented reality technologies: The case of a Korean theme park. *Tourism Management*, 49, 75-86.
- Karaduman, H., Alan, Ü., Yiğit, E, Ö. (2022). Beyond "do not touch": the experience of a three-dimensional printed artifacts museum as an alternative to traditional museums for visitors who are blind and partially sighted. *Universal Access in the Information Society*. 19, 1-14.
- Kim, M. J., Hall, C. M. (2019). A hedonic motivation model in virtual reality tourism: comparing visitors and non-visitors. *International Journal of Information Management*. 46 236–249.

- Kirchberg, V., & Tröndle, M. (2015). The museum experience: Mapping the experience of fine art. Curator: *The Museum Journal*, 58(2), 169–193.
- Larsen, S. (2007). Aspects of a psychology of the tourist experience. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1), 7-18
- Lee, H., Jung, T. H., tom Dieck, M. C., & Chung, N. (2020). Experiencing immersive virtual reality in museums. *Information and Management*, 57(5), 103229.
- Lincoln, Y.S., & Guba, E.G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. SAGE, Thousand Oaks, 289-331.
- Louvre (2023, October 6). Mona Lisa: Beyond the Glass, Louvre, Paris. <https://www.louvre.fr/en/what-s-on/life-at-the-museum/the-mona-lisa-in-virtual-reality-in-your-own-home>.
- Lu, S. E., Moyle, B, Reid, S., Yang, E., Liu, B. (2023). Technology and museum visitor experiences: a four stage model of evolution. *Information Technology & Tourism* 25 (2), 151–174.
- Macdonald, S. (2006). *A companion to museum studies*. Blackwell Publishing, Malden.
- Manchesterartgallery (2023, October 7). <https://manchesterartgallery.org/virtually-there>.
- Marques, D. Costello, R. (2015). Skin & bones: An artistic repair of a science exhibition by a mobile app. *MIDAS*, 5, 1-19.
- McCall, V., Gray, C. (2014). Museums and the “new museology”: theory, practice and organisational change. *Museum Management and Curatorship*, (1990) 29, 1.
- Muséum National d’Histoire Naturelle, Paris. (2023, October 5). <https://www.jardindesplantesdeparis.fr/fr/revivre-les-animaux-disparus-en-realite-augmentee>.
- National Museum of Singapore (2023, October 5). <https://www.nhb.gov.sg/nationalmuseum/our-exhibitions/exhibition-list/story-of-the-forest#>.
- Ncert.nic.in (2023,October 9). <https://ncert.nic.in/textbook/pdf/keip102.pdf>.
- Nisi, V., Dionisio, M., Barreto, M., Nunes, N. (2018). A mixed reality neighborhood tour: understanding visitor experience and perceptions. *Entertainment Computing*, 27, 89–100.
- Park, D., Nam, T-J., Shi, C-K.. (2006). Designing an immersive tour experience system for cultural tour sites. In: *CHI'06 Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems*, Montreal, QC, Canada, 22–27 April 2006, pp. 1193–1198.
- Patten, M. L., & Newhart, M. (2018). *Understanding research methods: An overview of the essentials*. New York: Routledge.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the experience economy. *Harvard Business Review*, 76, 97-105.
- Pratisto ,E. K., & Thompson, N. & Potdar, V. (2022). Immersive technologies for tourism: a systematic review, *Information Technology & Tourism*, Springer, 24(2), 181-219.
- Recupero, A., Talamo, A., Triberti, S., & Modesti, C. (2019). Bridging museum mission to visitors’ experience: activity, meanings, interactions, technology. *Frontiers in Psychology*. 10, 2092.
- Savenije, G. M., & de Bruijn, P. (2017). Historical empathy in a museum: uniting contextualisation and emotional engagement. *International Journal of Heritage Studies*, 23(9), 832–845.
- Sharts-Hopko, N. C. (2002). Assessing rigor in qualitative research. *Journal of the Association of Nurses In Aids Care*, 13 (4), 84-86.
- Sheng, C.-W., & Chen, M.-C. (2012). A study of experience expectations of museum visitors. *Tourism Management*, 33, 53-60.

- Slak, V.N., Mura, P. (2023). Art and tourism—a systematic review of the literature. *Tourism Review* 78, 1.
- Spadoni, E., Porro, S., Bordegoni, M., Arosio, I., Barbalini, L., Carulli, M. (2022). Augmented reality to engage visitors of science museums through interactive experiences. *Heritage* 5, 1370–1394.
- Sylaiou, S., Mania, K., White, M., & Karoulis, A. (2010). Exploring the relationship between presence and enjoyment in a virtual museum. *International Journal of Human-Computer Studies*, 68, 243–253.
- Tekindal, M., & Uğuz Arsu, Ş. (2020). Nitel araştırma yöntemi olarak fenomenolojik yaklaşımın kapsamı ve sürecine yönelik bir derleme. *Ufku Ötesi Bilim Dergisi*, 20 (1), 153- 182.
- Tobin, G. A., & Begley, C. M. (2004). Methodological rigour within a qualitative framework. *Journal of Advanced Nursing*, 48, 388–396.
- Trunfio, M., Lucia, M. D., Campana, S., & Magnelli, A. (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), s. 1-19.
- Vergo, P. (1989). *The new museology*. Reaktion Books.
- Victorian & Albert Museum (2023, October 5). Curious Alice: The VR experience, London. Available <https://www.vam.ac.uk/exhibitions/alice-curiouser-and-curiouser>.
- Williams, C. (2007). Research Methods. *Journal of Business & Economic Research*, 5, 65-72.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. (9. Baskı). Seçkin Yayıncılık.
- Zhang, X., & Hu, J. (2022). A study on the learning experience of visitors of digital museums in STEAM education: From the perspective of visitors' visual evaluation. *Frontiers in Psychology*, 13:994693.

Extended Abstract

In the tourism sector, integrating modern technology has become essential for maintaining competitiveness and enhancing the attractiveness of destinations. Virtual reality (VR) and augmented reality (AR) have emerged as transformative technologies increasingly used in public spaces, such as historical sites, cultural heritage destinations, and museums, to offer immersive and memorable tourist experiences. These technologies also support destinations in achieving their goals, including visitor engagement and heritage preservation. Given the growing influence of technology on museums and visitor experiences, research in this area has expanded significantly. The Ephesus Experience Museum, located within the Ancient City of Ephesus in Selçuk, Izmir, is a pioneering example of an experiential museum in Türkiye that leverages VR and AR technologies. This innovative concept represents a new approach to museum experiences in the country. Evaluating visitor experiences at such institutions is critical for understanding museum satisfaction and assessing their success. This study aims to explore the experiences of tourist guides (TGs) who visited the Ephesus Experience Museum. TGs play a unique role as mediators between museums and visitors, providing information and interpretation that enhance visitors' understanding of new products and services. For this reason, TGs were selected as the study group. The study employed a qualitative research design, collecting data through semi-structured interviews. Content analysis was used to analyze the data, leading to the identification of four main themes: motivation, positive aspects, negative aspects, and suggestions. TGs reported visiting the museum for two primary reasons: professional interest and personal curiosity. This finding aligns with the works of Pine and Gilmore (1998) and Hosany and Witham (2009), which emphasize the dual motivations of professional growth and personal engagement in tourism-related contexts. Under the theme of positive aspects, 10 sub-themes emerged. TGs highlighted specific scenes within the museum as the most impressive elements, with the depiction of entering the ancient city from the port receiving the highest praise. Other key positive aspects included the integration of advanced technology, the quality of the cafeteria, and the overall atmosphere of the museum. TGs also noted that the museum has the potential to contribute to

the preservation of the Ancient City of Ephesus in the long term. By distributing visitor density on crowded days, the museum can prevent damage to valuable historical monuments, a conclusion supported by previous studies (Bec et al., 2019; Jung et al., 2016). Additionally, the museum is perceived as a complementary experience to the Ancient City of Ephesus, offering an alternative for visitors in adverse weather conditions or those with physical limitations, such as the elderly, families with children, and individuals with disabilities. It is also seen as an attractive option for repeat visitors to the ancient city. Six sub-themes were identified under the theme of negative aspects. Key concerns included content, entrance fees, and health-related issues. The most frequently cited criticism was the limited scope of the museum's content, which omits major structures of Ephesus such as the Celsus Library and the Temple of Hadrian. TGs also expressed dissatisfaction with the entrance fee, with half describing it as excessively high, particularly since it exceeds the fee for entering the Ancient City of Ephesus. Health-related concerns were another prominent issue. TGs noted that certain visuals and atmospheres in the museum might not be suitable for all visitors, potentially causing problems for young children, individuals with claustrophobia, epilepsy, traumatic experiences, or blood pressure issues. The absence of seating areas in the museum was also highlighted as a drawback, as visitors must remain standing throughout the experience. Further critiques included the museum's focus on Artemis, which some TGs felt was inconsistent with the museum's name, "Ephesus Experience Museum." Additionally, some TGs suggested that the museum's location within the Ancient City of Ephesus might not be ideal, proposing alternative locations such as Selçuk or the Artemis Temple area. Based on their experiences, TGs provided numerous suggestions for addressing the museum's shortcomings and enhancing its appeal, grouped into 11 sub-themes. The most emphasized areas for improvement were entrance fees, content, and health considerations. TGs recommended revising the entrance fee to make the museum more accessible to a broader audience. They argued that the current fee structure, which is higher than that of the Ancient City of Ephesus, may deter potential visitors. While most TGs found the museum visually impressive, they suggested enriching the content by including major architectural landmarks such as the Celsus Library and incorporating notable historical figures associated with Ephesus. Additionally, TGs proposed sharing information about the voice actors who dubbed the museum's audio content in 16 languages, which could enhance visitor engagement. In terms of health considerations, TGs emphasized the importance of providing clear warnings for groups who might be sensitive to the museum's visuals and sounds. They also suggested adding seating areas to accommodate visitors who might find the experience physically taxing. TGs stressed the need for consistency between the information provided in the museum and their own narratives. Discrepancies could undermine trust in both the museum and the TGs. Strengthening the relationship between museum management and TGs was also recommended, as mutual cooperation could enhance the museum's success. To make the museum experience more memorable, TGs suggested offering small souvenir gifts to visitors. Some also proposed renaming the museum "Artemis Experience Museum" to better align with its content. Despite some criticisms, TGs generally reported positive impressions of the museum and offered constructive suggestions for its development. The findings of this study have both theoretical and practical implications. Theoretically, the research contributes to the literature on experiential museums, a relatively new concept in Türkiye. Practically, the study provides valuable insights for museum management to improve visitor experiences and satisfaction. Additionally, TGs play a crucial role in promoting the museum, further enhancing its visibility and appeal. The study has some limitations, as data were collected solely from TGs who visited the Ephesus Experience Museum. Therefore, the results may not be generalizable to other experiential museums. Future research could address this limitation by collecting data from various museums to produce more comprehensive and applicable findings. It is also recommended that future studies explore the perspectives of other stakeholders, including general visitors and museum curators, to gain a more holistic understanding of experiential museum experiences.