

EFES DENEYİM MÜZESİ ZİYARETÇİLERİNİN ÇEVİRİM İÇİ YORUMLARININ İNCELENMESİ: TRIPADVISOR ÖRNEĞİ

Sinem KUNT¹

Öz

Efes Deneyim Müzesi'ni ziyaret etmiş müze ziyaretçilerinin TripAdvisor'da yer alan çevrim içi yorumları incelenmiştir. 57 adet yorum netnografi yöntemi ve MAXQDA Analytics Pro 2024 programı ile analiz edilmiş ve 260 kod tespit edilmiştir. Tanımlayıcı bilgiler için frekans analizi, en sık tekrarlanan kodlar için kelime bulutu analizi, temalara yönelik içerik analizi ve hiyerarşik kod-alt kod modeli kullanılmıştır. Bulgulara göre müze, açılış yılı olan "2023 yılında" (%96.5) ve "Kasım" ayında (33.3) en çok ziyaret edilmiştir. Yorum yazan ziyaretçilerin çoğunlukla "Erkek" (%41.9) olduğu ve yaşadıkları şehir kategorisinde "İstanbul'un" (%12.3) ön plana çıktığı görülmüştür. Ziyaretçiler, müzeyi "Aileleri" (%29.8) ile en fazla ziyaret etmişlerdir. Ziyaretçilerin yorumlarda kullandığı en sık kelimeler; "Efes", "Harika", "Deneyim", "Antik", "Müze" ve "Tavsiye" olarak sıralanmaktadır. Elde edilen kodlar beş temaya ayrılmıştır. Bu temalar: "Müze Deneyimi (87)", "Memnuniyet (65)", "Şikâyet (39)", "Tavsiye (37)" ve "Personel (32)"dir. Elde edilen sonuca göre müze deneyimleri; memnuniyet, tavsiye, şikâyet ve personel temalarının oluşmasında etkilidir.

Anahtar Kelimeler: Dijital Müzeler, Müze Deneyimleri, Efes Deneyim Müzesi, Tripadvisor

JEL Sınıflandırması: Z1, Z10, L8

ANALYSIS OF ON LINE REVIEWS OF EPHEBUS EXPERIENCE MUSEUM VISITORS: THE CASE OF A TRIPADVISOR

Abstract

The on line reviews of visitors who have visited the Ephesus Experience Museum were examined on Tripadvisor. A total of 57 reviews were analyzed using the netnography method and the MAXQDA Analytics Pro 2024 program, resulting in the identification of 260 codes. Frequency analysis was used for descriptive information, word cloud analysis for the most frequently repeated codes, content analysis for themes, and a hierarchical code-subcode model was employed. According to the findings, the museum was most visited in the "opening year of 2023" (96.5%) and in the month of "November" (33.3%). It was observed that most reviewers were "Male" (41.9%) and the city category of "Istanbul" (12.3%) was prominent. Visitors mostly visited the museum with their "Families" (29.8%). The most frequently used words in the reviews were: "Ephesus," "Wonderful," "Experience," "Ancient," "Museum," and "Recommend." The obtained codes were divided into five themes: "Museum Experience (87)," "Satisfaction (65)," "Complaint (39)," "Recommendation (37)," and "Staff (32)." According to the result, museum experiences contribute to the formation of the themes of satisfaction, recommendation, complaint, and staff.

Keywords: Digital Museums, Museum Experiences, Ephesus Experience Museum, Tripadvisor

JEL Classification: Z1, Z10, L8

¹ Doç. Dr., Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, e-mail: sinem.kunt@hbv.edu.tr, Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-5342-4734>

1. GİRİŞ

Geleneksel müze sergilemelerinin evriminde; sanal gerçeklik (VR), artırılmış gerçeklik (AR) ve karma gerçeklik (MR) gibi çok duyuşsal genişletilmiş gerçeklik (XR) teknolojilerinin entegrasyonunun kullanımı dikkat çekmektedir. Bu teknolojiler, geleneksel sergi formatına duyuşsal deneyimler (immersif) eklemektedir (Spadoni, Carulli, Ferrise ve Bordegoni, 2023). Bu yaklaşım daha etkileşimli ve anlamlı kültürel miras içeriği sunması sayesinde ziyaretçileri çekme ve ziyaretçilerin tekrar ziyaretlerini teşvik etmekte önemli faydalar sağlamaktadır (Carrozzino ve Bergamasco, 2010).

Evrensel değer taşıyan kültürel miraslar, teknoloji yardımıyla korunmakta, onarılmakta ve bakımı yapılmaktadır. Teknolojik yöntemler, kültürel eserlerin gelecek nesillere aktarımını daha da kolaylaştırmaktadır. Ayrıca, kültürel miras ve dijitalleşme, turizm sektöründe ziyaretçi memnuniyetini artırmak için de kullanılmaktadır (Kulakoğlu-Dilek, 2020). Kültürel mirası ve teknolojiyi birleştiren dünya çapında pek çok uygulama görülmektedir. Türkiye’de ise bir ilk olan Efes Deneyim Müzesi zengin tarihi geçmişi ve kültürü teknoloji ile zenginleştirerek ziyaretçilere miras bilincini interaktif bir şekilde deneyimletmektedir. Antik Efes’in 8,500 yıllık tarihini tüm duyularla deneyimlemek isteyen tarih, teknoloji ve kültür tutkunları için Efes Deneyim Müzesi, 2023 yılında ziyaretçilerini ağırlamaya başlamıştır (Demmuseums, 2024). Efes Deneyim Müzesi, dünyada yükselen trend olan deneyim müzeciliğinin Türkiye’de başarıyla uygulanan ilk örneklerinden olma özelliğini taşımaktadır. Bu çalışmanın amacı Efes Deneyim Müzesi ziyaretçilerinin Tripadvisor’da paylaşmış olduğu yorumlarını analiz ederek müze deneyimlerini incelemektir.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Deneyim müzeciliği, ziyaretçilere etkileşimli ve katılımcı şekilde bilgi sunmayı hedefleyen bir müze anlayışıdır (Shehade ve Stylianou-Lambert, 2020). Bu anlayış, geleneksel müzecilikten farklı olarak ziyaretçilerin sergilere bakıp sadece bilgi edinmesiyle kalmayıp aynı zamanda deneyimleyerek öğrenmelerini sağlamaktadır. Bazı müzeler yeni pedagojik çerçeveleri, anlatıları inşa etmenin ve sergilemenin alternatif yollarını ve izleyiciyi harekete geçiren araçları araştırmaktadır. Bu yaklaşım, müzelerin her yaştan halkın ilgisini çekmesine, farklı sosyal ve kültürel kökenden gelen ziyaretçileri sosyal olarak ilgilendiren, kapsayıcı olmasına ve çağdaş toplumdaki çeşitli topluluk seslerinin temsilcisi olmasına olanak sağlamayı da amaçlamaktadır (Sitzi, 2023). Bu sayede ziyaretçilere daha kişisel, derinlemesine ve öğrenmeye teşvik edici bir deneyim sunulabilmektedir. Bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler sayesinde 1990’lı yıllarda sanal müzecilik anlayışı gelişmeye başlamış ve eserlerin daha geniş kitlelere erişimi sağlanarak insanların hizmetine sunulmaya başlanmıştır (Kahraman, 2021).

Örneğin Kalifornia’daki Exploratorium Müzesi, 1969 yılında inşa edilen deneyim müzeciliğinin öncülerinden biridir. Bu müzede, ziyaretçilere interaktif sergiler ve deneylerle dolu bir ortam sunularak bilimi deneyimleme fırsatı verilmiştir (Barker, 2022).

Fransa’da bulunan Cité des Sciences et de l’Industrie Müzesi de 1986 yılında inşa edilmiş bir deneyim müzesidir. Bu müzede de ziyaretçiler bilimin çeşitli yönlerini görsel ve pratik olarak deneyimleme imkânı bulabilmektedirler (Pieters, Danblon ve Laumond, 2020).

Akkoç ve Çoşkun’un (2019) Eskişehir’de yer alan Anadolu Üniversitesi Cumhuriyet Tarihi Müzesi ziyaretçileri üzerinde yapmış oldukları araştırmaya göre modern müze ziyaretçilerinin tamamı artırılmış gerçeklik teknolojisinin bu alanda kullanılması hakkında olumlu yorum belirtmişlerdir.

Yazarlar, artırılmış gerçeklik teknolojisinin kullanımının, modern müze ziyaretçileri tarafından oldukça dikkat çekici, bilgilendirici ve etkileyici olacağını savunmaktadırlar.

İşçi, Güzel, Maktal Canko, İşçi ve Moroğlu (2020)'nin yapmış olduğu çalışmada Türkiye'deki müzeler, ziyaretçi deneyimleri ve yöneticilerin bakış açısı ile değerlendirilmiştir. TripAdvisor'da yer alan 1037 yorumunun içerik analizi ile incelenmesi sonucunda müze yöneticilerin ve ziyaretçilerin deneyim algılarının benzer olduğu, en sık sunulan ve algılanan deneyimin eğitim deneyimi olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgunun yanı sıra müzelerde ziyaretçilerin eğlence, estetik ve kaçış deneyimlerini de yaşadığı ancak bu deneyim sunumlarında aktif çoklu duyu ve teknolojiden de yararlanılması gerektiğinin altı çizilmiştir.

Eser (2021)'in 2018-2020 yılları arasında TripAdvisor'da Göbekli Tepe Açık Hava Müzesi'ne ilişkin 255 yorumu analiz etmesi sonucunda; teknoloji kullanımı, koruma ve bakım, eserler ve buluntular, müze evi, müze kart ve alan içi ulaşım olumlu kategoriler olarak sıralanırken müze giriş ücreti, kazı ve ziyaret alanı, alan içi bilgilendirme, engellilere ilişkin düzenlemeler, hediyeelik eşya, cafe ve bilet gişesi olumsuz kategoriler olarak sıranmıştır.

Ergin (2022) müzelerin dijitalleşme sürecini tarihsel açıdan incelemiş ve müze deneyimi ile teknoloji arasındaki ilişkiyi kapsamlı bir literatür taramasıyla araştırmıştır. Sonuç olarak, dijital duysal araçlar, konum tabanlı hikâye anlatımı, kitle kaynaklı veri, sanal galeriler, erişilebilir mekanlar ve sosyal ağlar gibi teknolojilerin müze deneyimini daha dahil edici, eğlenceli, etkileşimli ve öğretici bir hale getirdiği ve aktif katılımı teşvik ettiği bulunmuştur.

Şeker (2023)'in müze deneyimleri konusu üzere 1991-2023 yılları arasında yapılmış 981 adet çalışmanın bibliyometrik analizi sonucunda Türkiye'de müze deneyimi alanında 18 adet çalışmanın yürütüldüğü ve bu sayının yeterli olmadığı vurgulanmıştır. Müze deneyimine ilişkin en fazla çalışma ise Amerika Birleşik Devletleri'nde yapılmış müze, memnuniyet, deneyim ve duygular anahtar kelimeleri ön plana çıkmış anahtar kelimeler ile müze deneyimi arasındaki ilişkide müze deneyimi üzerinde memnuniyetin etkisinin duygular aracılığıyla bir anlam kazandığı sonucuna erişilmiştir.

Çuhadar (2024) Eskişehir Lüle Taşı Müze ziyaretçilerinin 2016-2023 yılları arasında TripAdvisor'da yer almış 190 yorumunu incelemiştir. Araştırma sonucunda olumlu deneyimler; mekânın temizliği, ulaşım kolaylığı, çevredeki mekanlar, ilgili personel, eserlerin niteliği, otantik atmosferin olması, girişlerin ücretsiz oluşu, alışveriş yerlerinin yeterliği şeklinde sıralanırken olumsuz deneyimler; alanın küçük olması, bilgilendirme hizmeti yetersizliği, imalathane havasında olması ve kalabalık oluşu şeklinde sıralanmıştır.

Deneyim müzeciliği genellikle interaktif görsel ve işitsel unsurlar, oyunlar, simülasyonlar, sanal gerçeklik uygulamaları gibi teknolojik araçları kullanarak ziyaretçilerle etkileşim kurmaktadır. Bu yöntemler, ziyaretçilerin konuya daha fazla odaklanmalarını ve öğrenme sürecini daha keyifli hale getirmelerini sağlamaktadır (Alabau, Fabra, Martí-Testón, Muñoz, Solanes ve Gracia, 2024). Örneğin, bir tarih müzesinde deneyim müzeciliği uygulaması, ziyaretçilere tarihi bir dönemi simüle eden interaktif bir sergi veya geçmişteki olayları yeniden canlandıran bir sanal gerçeklik deneyimi sunmaktadır. Doğa tarihi müzelerinde ise ziyaretçilerin fosil bulma simülasyonlarına katılmaları veya bir dinozor iskeletini sanal olarak incelemeleri gibi etkinlikler düzenlenerek müze ziyaretçilerinin daha etkili öğrenmeleri sağlanabilmektedir.

2. 1. Deneyim Müzeciliğine Dünya’dan Örnekler

2.1.1. Paris Eternal Mucha/Fransa

Alphonse Mucha, 1860 yılında Çek Cumhuriyeti’nde Dünya’ya gelmiştir. 1880’lerden hayatının sonuna kadar hem sahnelenmiş hem de belgesel fotoğrafları çekmiş ve fotoğrafçılığı ilk benimseyenlerden olmuştur (Muchafoundation, 2024).

Mucha Trust Koleksiyonu, Alphonse Mucha'nın dünyadaki en büyük ve en kapsamlı eserleri koleksiyonudur. Koleksiyonda yaklaşık 3.000 eser ve 4.000'e yakın fotoğraf yer almaktadır. Koleksiyon; tiyatro posterleri, reklam posterleri, sanat posterleri, dergi kapakları, basılı efemera – menüler, tiyatro programları, yağlıboyalı, pastel ve çizimleri, tasarımları, kitaplar ve dergileri, heykel ve 3D malzemeleri, mücevheratı, madalyaları ve fotoğrafları içermektedir.



Şekil 1. Mucha’nın Koleksiyonundan Dijital Bir Görüntü

Kaynak: (Muchafoundation, 2024)

Şekil 1’de görüleceği üzere bir ziyaretçi oluşturulan platform ile arka fon karşısında sahneografik deneyimleri yaşamaktadır. Bu sürükleyici ve etkileşimli sergi, ziyaretçilere Mucha'nın çalışmaları ve etkileri hakkında benzersiz bir deneyim sunmak için büyüleyici sahneografide en gelişmiş projeksiyon teknolojilerini kullanmaktadır (Muchafoundation, 2024).

2.1. 2. Carl Nielsen Müzesi/Danimarka

Carl Nielsen 1865 yılında Danimarka’da Dünya’ya gelmiş klasik Batı müziği bestecisi bunun yanı sıra virtüöz kemancı, orkestra şefi, kornet çalgısı ve müzik eğitimcisidir. Carl Nielsen'in müziği onu özel kılmakta dolayısıyla Carl Nielsen Müzesi ziyaret edildiğinde deneyimlerin hareket noktası müzik olmaktadır.



Şekil 2. Carl Nielsen’in Bestesini Dinleyen Bir Müze Ziyaretçisi

Kaynak: (Museumodense, 2024)

Kunt, S. (2025). Efes Deneyim Müzesi Ziyaretçilerinin Çevrim İçi Yorumlarının İncelenmesi: Tripadvisor örneği. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 27(49), 806-826.

Şekil 2’de görüldüğü üzere bir müze ziyaretçisi Carl Nielsen’in eserini deneyimlemektedir. Müze 1860 yılında kurulmuş olup Carl Nielsen’in hayatının anlatıldığı koleksiyonla ziyaretçilere deneyimler yaşatmayı, meraklarını uyandırmayı, kendilerine ve yaşadıkları dünyaya yeni bir bakış açısı kazandırmalarını hedeflemektedir (Museumodense, 2024).

2.1.3. Smithsonian Doğa Tarihi Ulusal Müzesi/Amerika Birleşik Devletleri

Smithsonian Doğa Tarihi Ulusal Müzesi, Vashington’ da bulunan ve dünyanın en büyük doğa tarihi müzelerinden biri olarak kabul edilen bir müzedir. Müzedeki iskeletlerin çoğu 1881 yılından itibaren sergilenmektedir ve büyük omurgalı hayvan gruplarından benzersiz bir koleksiyonunu temsil etmektedir.

"Mobil cihazlara indirilebilen Skin and Bones uygulaması" adlı uygulama, ziyaretçilere farklı hayvan türlerinin iskeletlerini karşılaştırma ve nasıl benzer veya farklı olduklarını gözlemleme imkânı sunmaktadır.



Şekil 3: Skin ve Bones Salonundan Bir Görüntü

Kaynak: (Smithsonian, 2023)

Bu uygulama, artırılmış gerçeklik (AR) teknolojisini kullanarak ziyaretçilere hayvanların canlıyken nasıl hareket ettiklerini ve nasıl göründüklerini görsel olarak deneyimleme fırsatı vermektedir. Şekil 3’te bir müze ziyaretçisi ekrana dokunarak görseli deneyimlemektedir. Smithsonian Doğa Tarihi Ulusal Müzesi’nin bu AR uygulaması, müzeye gelen ziyaretçilere interaktif ve eğitici bir deneyim sunarak, ziyaretçilerin bilim ve doğa tarihi hakkında derinlemesine anlayış kazanmalarını sağlamaktadır. Bu tür teknolojiler, müze deneyimlerini daha çekici ve öğretici hale getirerek ziyaretçilerin etkileşimini artırmakta ve bilgiyi daha çekici bir şekilde iletmeye yardımcı olmaktadır (Smithsonian, 2023). Bu sayede, deneyim müzeciliği sadece bilgiyi aktarmakla kalmayıp aynı zamanda ziyaretçilerin öğrenme sürecine aktif katılımını teşvik etmekte ve ziyaretçilere unutulmaz bir deneyim sunmaktadır.

2.2. Türkiye’nin İlk Deneyim Müzesi: Efes Deneyim Müzesi

İzmir’in Selçuk ilçesinde bulunan Efes Antik Kenti içinde yer alan Efes Deneyim Müzesi, Kültür ve Turizm Bakanlığı’na bağlıdır. Bu müze, 2023 yılında açılmış olup tarihi ve kültürel mirası modern teknolojiyle harmanlayarak ziyaretçilere etkileyici bir deneyim sunmaktadır. Müze, ziyaretçilere Antik Dönemdeki yaşamı ve kültürü deneyimleme fırsatı sunan interaktif bir yapıya sahiptir. Müze, Efes Antik Kentinin tarihi ve kültürel mirasını keşfetmek isteyen ziyaretçiler için tasarlanmıştır. Müze, Antik Döneme ait çeşitli temaları ve mekanları ziyaretçilere sunarak onlara o dönemin atmosferini hissettirmeyi amaçlamaktadır. Antik Yunan ve Roma dönemlerine ait yapıların yeniden inşa edildiği

Kunt, S. (2025). Efes Deneyim Müzesi Ziyaretçilerinin Çevrim İçi Yorumlarının İncelenmesi: Tripadvisor örneği. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 27(49), 806-826.

bölümler, ziyaretçilere tarihi bir yolculuk yapma fırsatı vermektedir. Efes Deneyim Müzesi, tarihi ve kültürel mirası interaktif bir şekilde deneyimlemek isteyen herkes için önemli bir ziyaret noktasıdır. Özellikle Antik Dönem tarihine ilgi duyanlar için eğitici bir deneyim sunmaktadır. Deneyim müzeciliğinin Türkiye’deki ilk örneklerinden olan ve DEM Müzecilik tarafından geliştirilen müze yerli ve yabancı turistlere hizmet vermektedir (Demmuseums, 2024).



Şekil 4: Efes Deneyim Müzesinden Bir Görüntü

Kaynak: (Mondodrawards, 2024)

Türkiye’nin ve dünyanın en önde gelen şirketlerinden ve akademik kurumlarından oluşan bir ekip tarafından tasarlanan Efes Deneyim Müzesi; mimarlar, küratörler, tasarımcılar, sanatçılar, teknoloji uzmanları, tarihçiler ve arkeologlardan oluşan geniş bir kadronun ortak çalışmasıyla ortaya çıkmıştır. Müze, tarihi ve kültürel mirası modern teknolojilerle birleştirerek ziyaretçilere eşsiz bir deneyim sunmaktadır. Şekil 4’te görüleceği üzere ziyaretçilerin Efes’in altın çağındaki gündelik hayatı, mimariyi, sanatı ve ticareti deneyimlemesini sağlamaktadır. Müze, Efes’in tarihi yapılarını, sokaklarını ve yaşamını yeniden yaratan interaktif ve çoklu-duyusal deneyimler sunmaktadır. Ziyaretçiler, sanal gerçeklik teknolojisi, artırılmış gerçeklik, dokunsal ekranlar gibi modern teknolojilerle Efes’in geçmişine dair daha derin bir anlayış elde edebilmektedirler (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2024).

Ayrıca müzede, Efes’in tarihini ve önemli yapılarını tanıtan bilgilendirici sergiler, rehberli turlar ve etkileşimli aktiviteler de bulunmaktadır. Bu sayede ziyaretçiler, antik Efes’in zengin tarihini ve kültürel mirasını keşfetme fırsatı bulmaktadırlar.

Efes Deneyim Müzesi hem yabancı turistler hem de yerli turistler için popüler bir ziyaret noktası olmasının yanı sıra Antik Döneme ait bilgi ve deneyimleri modern teknolojiyle birleştiren bir müze olarak da dikkat çekmektedir.

Müze içindeki interaktif deneyimler, ziyaretçilere geçmişi dokunarak keşfetme fırsatı sunmanın yanı sıra Antik Dönem kıyafetleri giyerek fotoğraf çekme, antik ticaret simülasyonları gibi etkinliklerle ziyaretçilere interaktif bir öğrenme ortamı da sunmaktadır. Deneyim Müzesi, ziyaretçilerine "immersive" teknolojiler kullanarak Antik Efes’teki günlük hayatı, mimariyi ve sanatı kişisel olarak deneyimleme imkânı sunmaktadır. Bu teknolojiler, izleyicileri zengin ve kapsayıcı bir işitsel ve görsel tecrübenin içine alarak, anlatılan hikayeleri gerçekmiş gibi yaşatmaktadır (Demmuseums, 2024).

Efes Deneyim Müzesi, Kültür ve Turizm Bakanlığı’na bağlı DEM Müzecilik tarafından geliştirilen ve işletilen bir müzedir. Müzede, tarihsel hikâyeler ve ileri teknoloji birleşerek ziyaretçilere eşsiz bir deneyim sunulmaktadır. Bu özel anlatım tarzı, müzeyi dünya çapında öncü örneklerden biri yapmaktadır. Ziyaretçiler hem tarih hem de teknoloji aracılığıyla zengin bir kültürel deneyim yaşama

fırsatı bulmaktadır. Bu özelliğine bağlı olarak Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu (UNESCO) 2024 yılında Efes Deneyim Müzesini "En İyi Müze" ödülüne layık görmüştür. Tasarım, sergi ve teknoloji alanında dünyanın en prestijli ödülllerinden biri olan Mondo-Dr Awards'da "Müzeler" kategorisinde birinciliği 2024 yılında Efes Deneyim Müzesi almış ve dünya çapında bir tanınırlık elde etmiştir (Mondodrawards, 2024).

3. YÖNTEM

Bu araştırma nitel bir araştırma türüne sahip olup netnografi yaklaşımı ile tasarlanmıştır. Netnografi, kısaca etnografi yöntemlerinin dijital ortamlara uyarlanmış halidir. Etnografi, kültürel antropolojinin bir yöntemi olarak insan gruplarının ve toplulukların sosyal yaşamlarını derinlemesine incelemeyi amaçlarken netnografi ise bu yöntemi çevrim içi ortamlara, özellikle de internet üzerindeki sosyal gruplara ve topluluklara uygulamaktadır (Kozinets, 1997). Yıldırım ve Şimşek (2016) etnografi/netnografi çalışmalarında bir topluluğun paylaştığı ortak deneyimlerin araştırma konusu olabileceğini ifade etmişlerdir. Buradan hareket ile bu çalışmanın amacı Efes Deneyim Müzesi ziyaretçilerinin Tripadvisor'da paylaşmış oldukları yorumları incelemektir.

3.1. Örnek Seçimi ve Veri Toplama

Bu çalışmada Efes Deneyim Müzesi'nde ziyaret deneyimi yaşamış ve bu deneyime ilişkin görüşlerini internet ortamında paylaşan müze ziyaretçileri çalışma grubu olarak belirlenmiştir. Netnografi deseninde veri toplama süreci dört aşamada gerçekleştirilmiştir. Birinci aşamada çalışma yapılacak sanal platforma karar verilmiştir. Bu platform ziyaretçi yorumlarının paylaşıldığı çevrim içi bir platform olan TripAdvisor'dır.

İkinci aşamada seçilen platformda gözlem yapılmıştır. Yorumlar genel olarak incelenmiş ve analiz edilebilir durumları gözden geçirilmiştir.

Üçüncü aşamada çevrim içi ortamdaki metinler, gönderiler ve yorumlar incelenmiş ve araştırma sorusu oluşturulmuştur. Araştırma sorusu "Efes Deneyim Müzesini ziyaret etmiş ve TripAdvisor'da yorum, metin ve gönderi paylaşmış ziyaretçilerinin müze deneyimleri nasıldır?" şeklinde belirlenmiştir.

Dördüncü aşamada toplanan veriler hiyerarşik kod-alt kod modeline göre içerik analizi ile incelenmiştir. İçerik analizi, netnografi araştırmalarında kullanılmaktadır (Akoğlu Kozak ve Güncan, 2021). Müze ziyaretçilerinin kendi sesleriyle ifade ettikleri düşünceleri ve duyguları yansıtmak, algıları, deneyimleri ve tutumları hakkında bir iç görüş sağlamak amacıyla doğrudan alıntılara da yer verilmiştir. Grubun kendi bakış açısını yansıtan alıntılar önem taşımaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2016).

Veriler, 22.08.2023-30.06.2024 tarihleri arasında yapılmış yorumları kapsamaktadır. Bu tarihler arasında toplam 57 yorum paylaşılmıştır. Verilerin analizinde MAXQDA Analytics Pro 2024 programı kullanılmıştır. Yorumların değerlendirilmesinde ve temaların oluşturulmasında müze ziyaretçilerinin görüşlerinden ve alanyazından (Çuhadar, 2024; Ergin, 2022; Eser, 2021; İşçi vd., 2020; Sert, 2025; Şeker, 2023) yararlanılmıştır. Yorumlar ayrı ayrı değerlendirilerek temalara ilişkin kodlamalar gerçekleştirilmiştir. Yapılan kodlamalara ilişkin alanında uzman bir kişiden görüş alınmıştır.

Kodlamalar ve temalara yönelik yapılan değerlendirmelerde ziyaretçi yorumlarının doğrudan alıntılara da yer verilmiştir. Analiz edilen yorumlara ilişkin tanımlayıcı bulgular (cinsiyet, yaşadığı şehir, ziyaret türü, ziyaret yılı, ziyaret ayı) frekans analizleri ile kategorilere ilişkin bulgular ise alt kod istatistiği, hiyerarşik kod-alt kod modeli ve kelime bulutu şeklinde örüntüler halinde görselleştirilmiştir.

4. BULGULAR

Araştırmada analiz edilen yorumlara ilişkin tanımlayıcı bulgular (cinsiyet, yaşadığı şehir, ziyaret türü, ziyaret yılı, ziyaret ayı) aşağıdaki tabloda paylaşılmıştır.

Tablo 1. Yorumda Bulunan Ziyaretçilerin Tanımlayıcı Özellikleri

Değişken	Grup	Sıklık	Yüzde	Birikimli Yüzde
Cinsiyet	Erkek	28	49.1	49.1
	Kadın	19	33.3	82.5
	Belirtilmemiş	10	17.5	100
	Toplam	57	100	100
Yaşadığı Şehir	İstanbul	7	12.3	12.3
	Kayseri	1	1.8	14.0
	İzmir	4	7.0	21.1
	Selçuk	3	5.3	26.3
	Kuşadası	1	1.8	28.1
	Gökçeada	1	1.8	29.8
	Belirtilmemiş	40	70.2	100
	Toplam	57	100	100
Ziyaret türü	Arkadaş	14	24.6	24.6
	Aile	17	29.8	54.4
	Çiftler	6	10.5	86.0
	İş	5	8.8	63.2
	Yalnız	7	12.3	75.4
	Belirtilmemiş	8	14.0	100
	Toplam	57	100	100
Ziyaret yılı	2023	55	96.5	96.5
	2024	2	3.5	100.0
	Toplam	57	100	
Ziyaret ayı	Haziran	1	1.8	1.8
	Nisan	1	1.8	3.5
	Aralık	5	8.8	12.3
	Kasım	19	33.3	45.6
	Ekim	14	24.6	70.2
	Eylül	11	19.3	89.5
	Ağustos	6	10.5	100
	Toplam	57	100	

Yukarıdaki Tablo 1 incelendiğinde müze ziyaretçilerinin %49.1'i "Erkek"tir. Ziyaretçilerin %70.2'si yaşadığı yeri belirtmemiş olmakla birlikte belirtilen yaşadıkları yer kategorisinde en fazla %12.3 ile "İstanbul" ifade edilmiştir. Ziyaret türü incelendiğinde en fazla %29.8 ile "Aile" belirtilmiştir. Ziyaretçiler, Efes Deneyim Müzesini müzenin açıldığı yıl olan "2023" yılında %96.5 ile en fazla ziyaret etmişlerdir. Ziyaret ayı değişkeni açısından ise müze en fazla %33.3 ile "Kasım" ayında ziyaret edilmiştir.

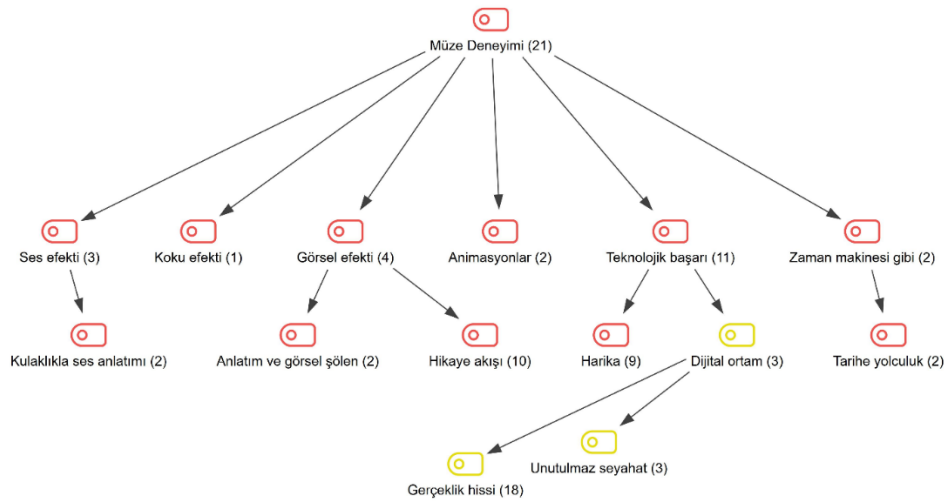


Şekil 5. Müze Ziyaretçilerin Yorumlarına İlişkin Kod Bulutu

Yukarıdaki Şekil 5'te görüleceği üzere ziyaretçiler yorumlarında; "Efes", "Harika", "Deneyim", "Antik", "Müze" ve "Tavsiiye" kelimelerini en sık kullanmışlardır.

4.1. Müze Deneyimi Temasına İlişkin Bulgular

57 adet yorum analiz edilmiş ve 260 adet kod tespit edilmiştir. Kodların temalar şeklinde dağılımları şu şekildedir: Müze deneyimi (87), memnuniyet (65), şikâyet (39), tavsiye (37) ve personel (32).



Şekil 6. Müze Deneyimi Temasına İlişkin Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli

Müze deneyimi temasına ilişkin 87 adet kod tespit edilmiştir. Şekil 6'da görüleceği üzere müze deneyimi teması altında "teknolojik başarı (23)" en çok kodlanan alt kod olmuştur. Bu kodu sırası ile "görsel efekti (16)" ve "ses efekti (5)" kodları takip etmektedir. Efes Deneyim Müzesi ziyaretçilerinin müze deneyimine ilişkin alt kod istatistikleri aşağıdaki tabloda görülmektedir.

Tablo 2. Müze Deneyimi Alt Kod İstatistiği

	Bölümler	Yüzde
Teknolojik başarı	23	45,10
Görsel efekti	16	31,37
Ses efekti	5	9,80
Zaman makinesi gibi	4	7,84
Animasyonlar	2	3,92
Koku efekti	1	1,96
TOPLAM	51	100,00

Yukarıdaki Tablo 2 incelendiğinde ziyaretçiler en fazla “Teknolojik başarı”dan (%45,10) bahsetmektedirler. Ziyaretçilerin teknolojik başarıya ilişkin düşüncelerine örnekler aşağıda sunulmaktadır:

...“Harika deneyimdi. Efesin tarihini, yaşantısını ve Tanrıça Artemisi sanal gerçeklikle anlatıyor, yaşıyor. Girişte dil tercihine göre kulaklıklar veriliyor (temiz). Selçuk Yöntem’in etkileyici sesiyle Efestesiniz. Görüntülere kaptırıp dengemi kaybettiğim de oldu :).”

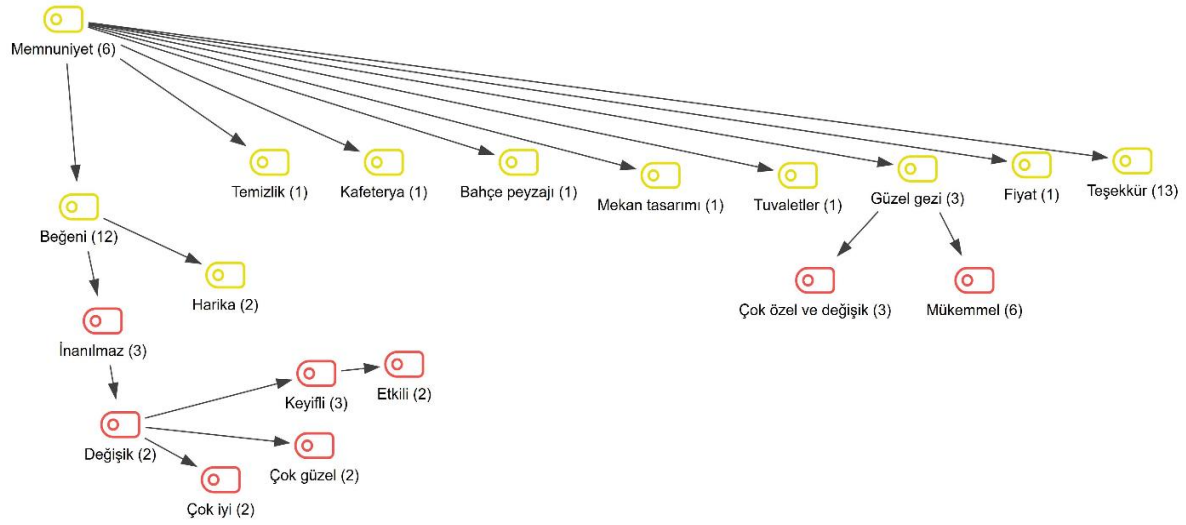
...”Harika deneyimdi. Zamanda yolculuk yapmış hissini sonuna kadar yaşıyorsunuz.”

...”Müze gösterimi ise muhteşem ötesi sunu idi. Efes'in doğusundan sonuna kadar kuruluştan bugüne kadarki süreci çok iyi deneyimleyebileceğiniz muhteşem gösteri idi.”

...“Tarihi, havası, sunum tarzıyla 1. sınıf kalite. Kesinlikle müzeye gidilmeli ve 3 boyutlu holografik ortam yaşanmalı. Kendinizi Efes'te hissedin.”

4.2. Memnuniyet Temasına İlişkin Bulgular

Ziyaretçilerin memnuniyet temasına ilişkin 65 adet kod elde edilmiştir. Şekil 7’de görüleceği üzere memnuniyet teması altında “beğeni (17)” en çok kodlanan alt kod olmuştur. Bu kodu sırası ile “teşekkür (13)” ve “güzel gezi (12)” kodları takip etmektedir. Müze deneyimi temasına ilişkin Hiyerarşik kod-alt kod modeli aşağıda Şekil 7’de sunulmuştur.



Şekil 7. Müze Deneyimi Temasına İlişkin Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli

Efes Deneyim Müzesi ziyaretçilerinin memnuniyetine ilişkin alt kod istatistikleri aşağıdaki Tabloda 3’te görülmektedir.

Tablo 3. Memnuniyet Temasına İlişkin Alt Kod İstatistiği

	Bölümler	Yüzde
Beğeni	17	35,42
Teşekkür	13	27,08
Güzel gezi	12	25,00
Temizlik	1	2,08
Kafeterya	1	2,08
Bahçe peyzajı	1	2,08
Mekan tasarımı	1	2,08
Tuvaletler	1	2,08
Fiyat	1	2,08
TOPLAM	48	100,00

İçerik analizi sonucunda ulaşılan diğer tema “memnuniyet”tir. Ziyaretçiler Efes Deneyim Müzesine yönelik memnuniyetlerini yukarıdaki Tablo 3’te görüldüğü üzere en fazla “Beğeni” (%35,42) olarak aktarmışlardır. Ziyaretçilerin aktardıkları sözlerden bazıları şöyledir:

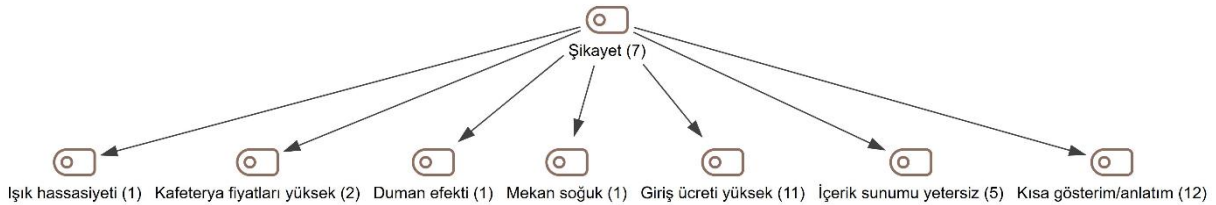
... “Çok aşırı beğendim çok sevdim yine gelmek istiyoruz.”

... “Ben çok beğendim. Önce Efes antik kentinin bugünkü halini gezip eski halini deneyim müzesinde görmek çok değişti . 18 dakikada eski zamanlara gidip sanki oradaymış gibi hissedebilmek çok özeldi. Teknoloji çok güzel kullanılmıştı. Tekrardan herkese teşekkür ediyor ve herkesin deneyimlemesini tavsiye ediyorum.”

“...Çok beğendim, Efes antik kentinin sokaklarını geziyormuşum gibi hissettim. Gösterinin içerisindeydik...”

4.3. Şikâyet Temasına İlişkin Bulgular

Ziyaretçilerin şikâyet temasına ilişkin 39 adet kod elde edilmiştir. Şikâyet teması altında “kısa gösterim/anlatım (12)” en çok kodlanan alt kod olmuştur. Bu kodu sırası ile “giriş ücreti yüksek (11)” ve “içerik sunumu yetersiz (5)” kodları takip etmektedir. Şikâyet temasına ilişkin Hiyerarşik kod-alt kod modeli aşağıda Şekil 8’de sunulmuştur.



Şekil 8. Şikâyet Temasına İlişkin Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli

Efes Deneyim Müzesi ziyaretçilerinin şikâyet temasına ilişkin alt kod istatistikleri aşağıdaki Tablo 4’te sunulmuştur.

Tablo 4. Şikâyet Temasına İlişkin Alt Kod İstatistiği

	Bölümler	Yüzde
Kısa gösterim/anlatım	12	36,36
Giriş ücreti yüksek	11	33,33
İçerik sunumu yetersiz	5	15,15
Kafeterya fiyatları yüksek	2	6,06
Işık hassasiyeti	1	3,03
Duman efekti	1	3,03
Mekân soğuk	1	3,03
TOPLAM	33	100,00

İçerik analizi sonucunda olumsuz yorum olarak değerlendirilen şikâyet teması ulaşılan bir diğer temadır. Ziyaretçiler Efes Deneyim Müzesine yönelik şikayetlerini Tablo 4’te görüldüğü üzere en fazla “Kısa gösterim/anlatım” (%36,36) şeklinde ifade etmiş ve şu şekilde aktarmışlardır:

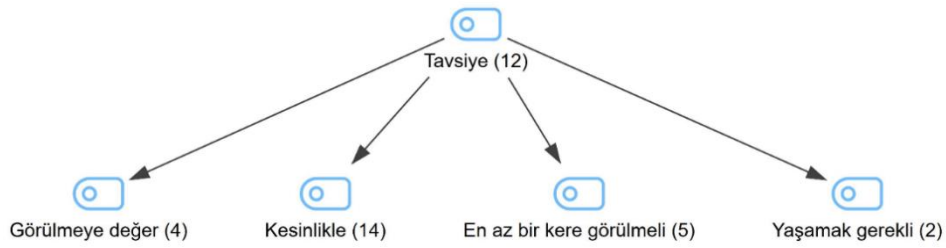
...“Çok kısa gösteri anlatıların az daha uzun ve ve acıklıyıcı olması gerekirdi. Görseller yeterli değil aynı zamanda yabancı turist içim az daha meryem ana ya vurgu yapılmalı.”

...“Asla Odenilen paranın karşılığı değil. Isık hassasiyeti olanlar, norolojik rahatsızlığı bulunanlar için bosa zaman ve para kaybı.”

...“Fiyatlara gelince bence yüksek.”

4.4. Tavsiye Temasına İlişkin Bulgular

Müze ile ilgili yorumlar incelendiğinde olumlu yorum olarak ele alınan tavsiye temasına ilişkin 37 adet kod elde edilmiştir. Ziyaretçilerin yaşamış oldukları deneyim tavsiye teması altında “kesinlikle (14)” şeklinde en çok kodlanan alt kod olmuştur. Bu kodu sırası ile “en az bir kere görülmeli (5)” ve “görülmeye değer (4)” kodları takip etmektedir. Tavsiye temasına ilişkin Hiyerarşik kod-alt kod modeli aşağıda Şekil 9’da sunulmuştur.



Şekil 9. Tavsiye Temasına İlişkin Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli

Efes Deneyim Müzesi ziyaretçilerinin tavsiye temasına ilişkin alt kod istatistikleri aşağıdaki Tablo 5’te verilmiştir.

Tablo 5. Tavsiye Temasına İlişin Alt Kod İstatistiği

	Bölümler	Yüzde
Kesinlikle	14	56,00
En az bir kere görülmeli	5	20,00
Görülmeye değer	4	16,00
Yaşamak gerekli	2	8,00
TOPLAM	25	100,00

İçerik analizi sonucunda olumlu yorum olarak değerlendirilen tavsiye teması ulaşılan bir diğer temadır. Ziyaretçiler Efes Deneyim Müzesine yönelik tavsiyelerinde yukarıdaki Tablo 2’de görüldüğü üzere en fazla “Kesinlikle” (%56) şeklinde yorumda bulunmuş ve şu şekilde ifade etmişlerdir:

...“İlk Efese gidişimde hayran kaldım Ağustos ta açılmış yeni bi yer tavsiye ederim.”

...“Efes Deneyim Müzesi’nde Unutulmaz Harika Tarih Yolculuğu Yaşattığınız İçin Çok Teşekkür Ederim Şiddetle herkese tavsiye ederim.”

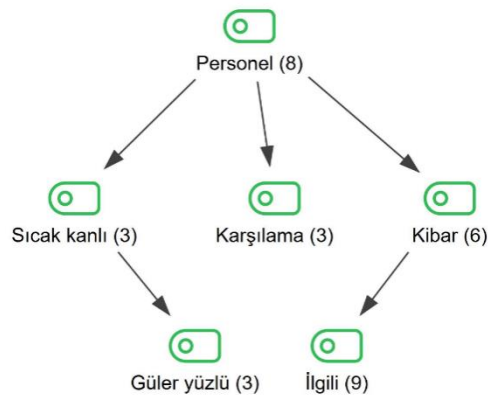
...“Kesinlikle herkesin en azından kere deneyimlemesini tavsiye ediyorum.”

...“Kesinlikle müzeye gidilmeli.”

...“Herkesin yaşamı boyunca en az bir defa görmesi gereken yerler listesinde en başta olması gerekir.”

4.5. Personel Temasına İlişkin Bulgular

İçerik analizi sonucunda personel temasına ilişkin 32 adet kod elde edilmiştir. Personel teması altında “*kibar* (15)” en çok kodlanan alt kod olmuştur. Bu kodu sırası ile “*sıcak kanlı* (6)” ve “*karşılama* (3)” kodları takip etmektedir. Personel temasına ilişkin Hiyerarşik kod-alt kod modeli aşağıda Şekil 10’da sunulmuştur.



Şekil 10. Personel Temasına İlişkin Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli

Efes Deneyim Müzesi ziyaretçilerinin personele ilişkin alt kod istatistikleri aşağıdaki tabloda görülmektedir.

Tablo 6. Personel Tamesına İlişkin Alt Kod İstatistiği

	Bölümler	Yüzde
Kibar	15	62,50
Sıcak kanlı	6	25,00
Karşılama	3	12,50
TOPLAM	24	100,00

Ziyaretçiler müze deneyimleri sırasında personelden almış oldukları hizmetlere ilişkin düşüncelerini en fazla “Kibar” (%62,50) olarak ifade etmiş ve aşağıdaki şekilde dile getirmişlerdir:

... “Ambiyans süperdi, personel güler yüzlü ve ilgiliydi. “

... “Müze çalışanlarının ziyaretçilere olan nezaket dolu yaklaşımları da takdire şayandı...!”

... “Kesinlikle gidilmesi gereken buram buram tarih kokan bir yer, gelen insanlarla ilgilenişleri ve güler yüzleri için bile tekrar gelinesi gereken bir yerdi teşekkürler.”

...“Bilet aldığınız gişe görevlisinden tutun bu deneyim boyunca size eşlik eden görevliye kadar hepsi nasıl kibar, nasıl nazik.”

Personel kodlaması ziyaretçilerin müze ziyaretleri sırasında müzede görev alan personellerin davranışları karşısında yapmış oldukları yorumlara dayanarak oluşturulmuştur.

Efes Deneyim Müzesi’ni ziyaret etmiş müze ziyaretçilerinin TripAdvisor’da yer alan çevrim içi yorumlarını incelemek amacıyla yapılan bu çalışmada toplam 57 adet yorum analiz edilmiş ve 260 kod tespit edilmiştir. Çalışmanın yapıldığı tarihte 57 adet yorumun yapılmış olmasının müzenin 2023 yılında açılmış olmasından kaynaklı olduğu düşünülmektedir. Dünyada önemli örnekleri görülen deneyim müzeciliğinin Türkiye’de bir ilk olan Efes Deneyim Müzesine ilişkin ziyaretçi deneyimlerinin incelenmesi neticesinde bir öngörü sağlanmıştır. Bilindiği üzere tüketiciler, satın aldıkları mal ve hizmetlere yönelik deneyimlerini paylaşma eğilimi göstermektedirler (O’connor, 2008). Teknolojideki gelişmeler sayesinde de bu deneyimler sosyal platformlar aracılığıyla daha hızlı ve etkin bir şekilde yayılmaktadır (Buhalis ve Law, 2008). Diğer taraftan da hizmet sektöründe kullanılan teknolojik araçlar tüketicilerin daha kaliteli deneyim yaşamalarını sağlamakta ve memnuniyet ve tavsiye etme davranışlarını etkilemektedir (Yılmaz, 2023). Bu araştırma kapsamında da deneyimin memnuniyet ve tavsiye etme davranışlarının oluşmasında etkili olduğu tespit edilmiştir.

Ziyaretçilerin tanımlayıcı bilgileri değerlendirildiğinde müze en fazla açılış yılı olan 2023 yılında ve kasım ayında ziyaret edilmiştir. Yorum yazan ziyaretçilerin çoğunlukla erkek olduğu ve yaşanılan şehir kategorisinde İstanbul’un ön plana çıktığı görülmüştür. İstanbul-İzmir arası ulaşım altyapısının gelişmesi sayesinde ziyaretçilerin İstanbul’dan İzmir’e ulaşımı kolaylaşmaktadır. Ziyaretçiler müzeyi en fazla aileleri ile ziyaret etmişlerdir. Ziyaretçilerin yorumlarda kullandığı en sık kelimeler; “Efes”, “Harika”, “Deneyim”, “Antik”, “Müze”, “Tavsiye” olarak sıralanmıştır.

Yorumların incelenmesi ile elde edilen kodlar beş temaya ayrılmıştır. Bu temalar: “Müze Deneyimi (87)”, “Memnuniyet (65)”, “Şikâyet (39)”, “Tavsiye (37)” ve “Personel (32)” şeklinde tespit edilmiştir. Ziyaretçiler müze deneyimi teması altında Efes’in tarihini ve tanrıça Artemisi sanal gerçeklikle gerçekmiş gibi yaşadıklarını, zamanla yolculuk yaptıklarını, ses, görüntü ve koku efektleri ile adeta Antik Çağ’da kendilerini hissettiklerini dile getirmişlerdir. Beş duyuya hitap eden faktörlerin kullanılmış olması tüketicilerin daha fazla etkilenmelerini sağlamıştır. Yaşadıkları bu deneyim memnuniyet teması altında daha ayrıntılı aktarılmıştır. Müze ziyaretçileri beğenilerini, teşekkürlerini ve tavsiye niyetlerini şu sözlerle aktarmışlardır:

...“Ben çok begendim. Önce Efes antik kentinin bugünkü halini gezip eski halini deneyim müzesinde görmek çok değişti. 18 dakikada eski zamanlara gidip sanki oradaymış gibi hissedebilmek çok özeldi. Teknoloji çok güzel kullanılmıştı. Tekrardan herkese teşekkür ediyor ve herkesin deneyimlemesini tavsiye ediyorum.”

Ziyaretçiler yaşadıkları bu deneyimde müze personelinin etkisi olduğunu da yorumlara eklemişler ve personelin nazik, sıcak kanlı ve ilgili olması yönünde kişilik özelliklerini ön plana çıkarmışlardır. Müze deneyimi, memnuniyet, tavsiye ve personel temaları olumlu yorumlar olarak değerlendirilmektedir. Şikâyet ise olumsuz tema ve yorum olarak ele alınmıştır. Müze ziyaretçileri en fazla müze giriş ücretinden, gösterimin/sunumun kısa olmasından ve içeriğim detaylı olmamasından dolayı olumsuz deneyim yaşadıklarını ifade etmişlerdir. Müze giriş ücretleri müze yetkililerinin görev ve sorumluluğunda olarak her yıl değişkenlik göstermektedir. Gösterimin kısa olmasının da yapay zekâ destekli uygulamalarının uzun süre kullanımında tüketicilerin bilişsel ve ruhsal sağlıkları üzerinde

olumsuz etki meydana getirmeleri ile açıklanabileceği düşünülmektedir (Bozkurt-Yüksel, 2020). Bu sebepten dolayı gösterimin süresi kısa tutulmuş olması ihtimal dahilindedir. Ziyaretçilerin ifadelerine dayalı olarak yaklaşık 18 dakikada 8500 yıllık Efes'in tarihini tüm zenginliği ile anlatmak mümkün olmamaktadır. İçeriğin detaylı hazırlanmamasının süreden kaynaklı olduğu düşünülmektedir.

5. DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Satın alma sürecinin bir parçası olarak tüketiciler satın alınan mal ve hizmete ilişkin deneyimlerini paylaşma eğilimindedirler. Çevrim içi platformlarda paylaşılan yorumlar henüz mal ve hizmet satın almamış bireyler için satın alma öncesi karar süreçlerine etki edebilmektedir. Hizmetlerin doğasının soyut olması tüketicilerin satın alma kararı öncesinde daha fazla bilgiye gereksinim duymalarına neden olmaktadır. Bu bağlamda bilgi arayışına giren bireyler çeşitli kaynaklardan elde ettikleri bilgiler doğrultusunda satın alma süreçlerini daha kolay yönetebilmektedirler.

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki ilerlemeler, birçok sektörde olduğu gibi turizm sektörünü de önemli ölçüde etkilemektedir. Özellikle teknoloji temelli yazılım ve donanımlar, akıllı cihazlar, yapay zekâ ve artırılmış gerçeklik uygulamaları tüketicilerin daha kaliteli, daha hızlı ve daha etkin deneyim yaşamalarını sağlamaktadır. Bu özellikler tüketicilerin deneyim, memnuniyet ve tavsiye etme davranışlarına da olumlu olarak yansımaktadır.

Deneyim müzeciliği uygulamaları, dünyada 1960'lardan sonra görülmeye başlamıştır. Amerika Birleşik Devletleri ve Fransa deneyim müzeciliğinin öncüleri olmuştur. Öncelikle amaç ziyaretçilere bilimi deneyimleme fırsatı vermek iken zaman ilerledikçe ve teknoloji geliştikçe eğitim, sanat, eğlence ve kaçış gibi deneyimlere evrilmiştir. Günümüzde ise dünyada sayıları gittikçe artan deneyim müzeleri bulunmaktadır. Fransa'da bulunan Paris Eternal Mucha, Danimarka'da yer alan Carl Nielson ve Amerika'da bulunan Smithsonian Doğa Tarihi Ulusal Müzesi deneyim müzeciliğinde en dikkat çeken müzeler olarak yer almaktadır. Türkiye'de 2023 yılında açılan ve bir ilki temsil eden Efes Deneyim Müzesi, Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı DEM Müzecilik tarafından en son teknolojilerle tasarlanmıştır. Müze, Efes'in 8500 yıllık tarihi mirasını gerçeklik hissi yaratarak yerli ve yabancı turistlerin deneyimlemesini sağlamaktadır.

Efes Deneyim Müzesi, müze kategorisinde 2024 yılında dünyada sergi, tasarım ve teknoloji alanında en seçkin ödüllerden biri olan Mondo-Dr Awards'a layık görülerek birincilik ödülü almış ve dünya çapında bir tanınırlık elde etmiştir. Efes Deneyim Müzesine yönelik ilerleyen zamanlarda ziyaretçi talebinin artacağı öngörülmektedir.

Araştırma diğer araştırmalarda olduğu gibi birtakım kısıtlara sahiptir. Bu çalışmadaki yorumlar 22.08.2023-30.06.2024 tarihleri arasında Efes Deneyim Müzesi'ne yönelik yapılan TripAdvisor'da yer alan 57 yorum ile sınırlandırılmıştır. Türkiye'de müze deneyimlerine ilişkin özellikle çevrim içi platformlardan veya yüz yüze veri toplama yöntemi ile elde edilen çok sayıda çalışma (Çuhadar, 2024; Ergin, 2022; Eser, 2021; İşçi ve diğerleri, 2020; Sert, 2025; Şeker, 2023) bulunmasına rağmen deneyim müzeciliği ile ilgili uygulamalı bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu sebeple elde edilen bulgular alanyazın ile tartışılamamıştır. Diğer taraftan elde edilmiş bulgular hakkında detaylı bilgiler paylaşılmaya gayret edilmiştir. Bu çalışma, Efes Deneyim Müzesi ziyaretçi deneyimlerine ilişkin yapılmış ilk çalışma özelliğine sahiptir.

Efes Deneyim Müzesi ziyaretçilerin deneyimlerini incelemek üzere tasarlanmış bu araştırma sonucunda alanyazına bir öngörü sağlanmıştır. Ziyaretçilerin müze deneyimleri özellikle teknolojik başarı, ses ve görüntü etkileri sayesinde olumlu özellikler gösterirken gösterimlerin kısa oluşu, giriş

ücretinin fazlalığı ve içerik sunumunun yetersiz oluşu olumsuz özellikler olarak değerlendirilmiştir. Bunun yanı sıra müze deneyimleri ziyaretçilerin memnuniyet, tavsiye, personel ve şikâyet temaların oluşmasında etkili olduğu görülmüştür. Tüm bunlar ışığında aşağıda destinasyon paydaşlarına ve bu konuda araştırma yapmayı planlayan bireylere yönelik öneriler sunulmuştur.

Destinasyon paydaşlarına yönelik öneriler:

- Efes Deneyim Müzesi ziyaretçi anketleri çeşitlik periyodlar ile gözden geçirilip değerlendirilmelidir.
- Ziyaretçilerin istek, beklenti ve gereksinimleri tespit edilmelidir.
- Memnuniyet, tavsiye ve şikâyet deneyimleri daha detaylı bir şekilde incelenmelidir.
- Efes Deneyim Müzesine ilişkin ulusal alanda bir tanıtım videosu çekilmeli ve gösterime sunulmalıdır.
- Uluslararası fuarlarda müzenin tanıtımı gerçekleştirilmelidir.

Araştırmacılara yönelik öneriler:

- Efes Deneyim Müzesi ziyaretçilerine yönelik yüz yüze anket yöntemi ile hizmet satın alma öncesi, esnası ve sonrası deneyimler değerlendirilmelidir.
- Efes Deneyim Müzesi ziyaretçilerine yönelik yapılan araştırma bulguları diğer deneyim müzelerini ziyaret etmiş ziyaretçilerin deneyimleri ile karşılaştırılmalıdır.
- Deneyim, memnuniyet, tavsiye ve şikâyet değişkenleri arasındaki ilişkiyi analiz edecek hipotezler geliştirilmelidir.
- Deneyim, memnuniyet, tavsiye ve şikâyet değişkenlerinin demografik değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediği analiz edilmelidir.

Etik Beyan

“Efes Deneyim Müzesi Ziyaretçilerinin Çevrim içi Yorumlarının İncelenmesi: Tripadvisor Örneği” başlıklı çalışmanın yazılması ve yayınlanması süreçlerinde Araştırma ve Yayın Etiği kurallarına riayet edilmiş ve çalışma için elde edilen verilerde herhangi bir tahrifat yapılmamıştır. Çalışma için etik kurul izni gerekmemektedir.

Katkı Oranı Beyanı

Çalışma tek yazarlı olup çalışmanın yazılmasından taslağın oluşturulmasına kadar tüm süreçlere yazarın katkısı % 100'dür.

Çatışma Beyanı

Yapılan bu çalışma gerek bireysel gerekse kurumsal/örgütsel herhangi bir çıkar çatışmasına yol açmamıştır.

Kunt, S. (2025). Efes Deneyim Müzesi Ziyaretçilerinin Çevrim İçi Yorumlarının İncelenmesi: Tripadvisor örneği. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 27(49), 806-826.

KAYNAKÇA

- Alabau, A., Fabra, L., Martí-Testón, A., Muñoz, A., Solanes, J.E. ve Gracia, L. (2024). Enriching User-Visitor Experiences in Digital Museology: Combining Social and Virtual Interaction within a Metaverse Environment. *Applied Science* 14(9), 1-23.
- Akkoç, İ. T. ve Çoşkun, E. (2023). Artırılmış Gerçeklik Teknolojisinin Müzecilik Faaliyetlerine Uygulanması: Eskişehir’de Modern Müze Ziyaretçilerine Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 7(4), 2513–2535.
- Barker, B. S. (2022). Tinkering Studio at the Exploratorium. *Research Anthology on Makerspaces and 3D Printing in Education edited by Information Resources Management Association*, içinde (ss. 492-513), Hershey: IGI Global Publishing.
- Buhalis, D. ve Law, R. (2008). Progress in Information Technology and Tourism Management: 20 Years on and 10 Years after the Internet—the State of Etourism Research. *Tourism Management*, 29(4), 609-623.
- Bozkurt-Yüksel, A. E. (2020). Yıkıcı Teknolojilerin Bedensel Zararlara Etkileri. *Uyuşmazlık Mahkemesi Dergisi*, 8(15), 483-538.
- Carrozzino, M. ve Bergamasco, M. (2010). Beyond Virtual Museums: Experiencing Immersive Virtual Reality in Real Museums. *Journal of Cultural Heritage*, 11, 452–458.
- Çuhadar, Y. (2024). Eskişehir Lületaşı Müzesi Ziyaretçilerinin Deneyimlerinin İncelenmesi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 8(1), 154-175.
- Demmuseums (2024). *Efes Deneyim Müzesi*. <https://www.demmuseums.com/tr/muzeler/efes-deneyim-muzesi/>
- Ergin, G. (2022). Müze Deneyiminin Dijital Teknolojilerle Oyunlaştırılması. *IDA: International Design and Art Journal*, 4(2), 200-213.
- Eser, S. (2021). Ziyaretçi Deneyimleri Üzerine Nitel Bir Araştırma: Göbekli Tepe Örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 18(2), 478-495.
- İşçi, C., Güzel, B., Maktal Cankö, D., İşçi, T. ve Moroğlu, F. (2020). Müze Deneyimi: Yönetim ve Ziyaretçi Perspektiflerinin Karşılaştırılması. *Turizm Akademik Dergisi*, 7(1), 29-45.
- Kozinets, R.V. (1997). "I want to believe": A Netnography of The X-Philes' Subculture of Consumption. *Advances in Consumer Research*, 24(1), 470-475.
- Kahraman, Z. (2021). Sanal Müzecilikte Yeni Yaklaşımlar. *Ankara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi*, 3(2), 145-160.
- Kozak, M. A. ve Güncan, Ö. (2021). Oyuncak Müzeleri ve Ziyaretçi Deneyimleri. *Social Science Development Journal*, 6(24), 74-97.
- Kulakoğlu Dilek, N. (2020). *Turizm Sektöründe Sanal Gerçeklik Teknolojisinin Kullanımına ve Etkisine Yönelik Keşifsel Bir Araştırma*. (Doktora Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2024). *Dünya’nın En İyisi Efes Deneyim Müzesi*. <https://basin.ktb.gov.tr/TR-373944/dunyanin-en-iyisi-efes-deneyim-muzesi.html>

- Kunt, S. (2025). Efes Deneyim Müzesi Ziyaretçilerinin Çevrim İçi Yorumlarının İncelenmesi: Tripadvisor örneği. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 27(49), 806-826.
- Kunt, S. (2023). Dijitalleşme Çağında Kültürel Mirası Yeniden Yorumlamak. *Kültürel Miras Araştırmaları*, 4(2), 49-60.
- Mondodrawards (2024). *Ephesus Experience Museum*. <https://mondodrawards.com/2024/portfolio/ephesus-experience-museum/>,
- Mucha Foundation (2024). *Past Exhibition*. <https://www.muchafoundation.org/en/exhibitions/past-exhibitions/exhibition/aix-en-provence-mucha>
- Museumodense (2024). *Carl Nielsen Museum*. <https://museumodense.dk/en/carl-nielsen-museum/>
- Nuryanti, W. (1996). Heritage and Postmodern Tourism. *Annals of Tourism Research*, 23(2), 249-260.
- O'Connor, P. (2008). User-Generated Content and Travel: A Case Study on Tripadvisor.Com. P. O'Connor, W. Höpken ve U. Gretzel (Ed.), *Information and Communication Technologies in Tourism* içinde (ss. 47-58), Vienna: Springer International Publishing.
- Pieters, C., Danblon, E. ve Laumond, J. P. (2020). Roboticists and Reporters: A Rhetorical Experiment at the Cité Des Sciences Et De l'Industrie (Paris, France). *IEEE Robotics & Automation Magazine*, 28(3), 141-149.
- Shehade, M. ve Stylianou-Lambert, T. (2020). Virtual Reality in Museums: Exploring the Experiences of Museum Professionals. *Applied Sciences*, 10(11), 1-20.
- Sitzia, E. (2023). Museology and Its Others: Analyzing Exhibition Storytelling through Narratology, Space Analysis, Discourse Analysis, and Ethnographic Research. K. Bijsterveld ve A. Swinnen (Ed.), *Interdisciplinarity in the Scholarly Life Cycle: Learning By Example in Humanities and Social Science Research* içinde (ss. 153-171), Cham: Springer International Publishing.
- Smithsonian (2023). *Bone Hall*. <https://naturalhistory.si.edu/exhibits/bone-hall>
- Spadoni, E., Carulli, M., Ferrise, F. ve Bordegoni, M. (2023). Impact of Multisensory XR Technologies on Museum Exhibition Visits. M. Antona ve C. Stephanidis (Ed.), *Universal Access in human-computer interaction. HCII 2023 (lecture notes in computer science, vol 14021)* içinde (ss. 120-132), Cham: Springer International Publishing.
- Sert, A. N. (2025). Temalı Otellerin Çevrim İçi Müşteri Yorumlarının İçerik Analiziyle İncelenmesi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 17(2), 1377-1393.
- Şeker, N. (2023). Müze Deneyimine Yönelik Bibliyometrik Bir Analiz. *Journal of Tourism Research Institute*, 4(2), 95-106.
- Uzzell, D. (1998). Interpreting Our Heritage: A Theoretical Interpretation. D. Uzzell ve R. Ballantyne (Ed.), *Contemporary Issues in Heritage & Environmental Interpretation* içinde (ss. 11-25), London: The Stationery Office.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yılmaz, A. (2023). *Artırılmış Gerçeklik Uygulamalarında Teknolojik Yatkinlığın Müşteri Deneyimi ve Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisi*. (Yüksek Lisans Tezi). Bursa Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa.

Extended Abstract

Analysis of On Line Reviews of Ephesus Experience Museum Visitors: The Case of A TripAdvisor

Aim: Experience-based museology began to emerge globally after the 1960s, with the United States and France being pioneers in this field. Initially aimed at providing visitors with the opportunity to experience science, it has evolved over time with technological advancements to include education, art, entertainment, and escapism. Today, there is a growing number of experience museums around the world. Notable examples include the Paris Eternal Mucha in France, the Carl Nielsen Museum in Denmark, and the Smithsonian National Museum of Natural History in the USA. In Turkey, the Ephesus Experience Museum, which opened in 2023, is the first of its kind. Designed by DEM Müzecilik, a cultural and tourism ministry-affiliated experience design company, it enriches visitors' understanding of Ephesus's 8,500-year history through cutting-edge technology. The aim of the study is to examine the on line comments on TripAdvisor to reveal the experiences of museum visitors who visited the Ephesus Experience Museum. For this purpose, it was aimed to evaluate a total of 57 comments shared on TripAdvisor.

Method: In this context, the comments were analyzed with the netnography method and the MAXQDA Analytics Pro 2024 program, and 260 codes were identified. Frequency analysis was used for descriptive information, word cloud analysis for the most frequently repeated codes, content analysis for themes and the hierarchical code-subcode model were used.

Findings: The museum was visited the most in 2023, the year it opened. Visitors visited the museum with their families the most. Museum Experiences; are positive thanks to technological success, visual and sound effects. On the other hand, short presentation, high entrance fee and inadequacy of content presentation were evaluated as negative experiences. The most frequently used words in the reviews were "Ephesus," "Wonderful," "Experience," "Ancient," "Museum," and "Recommend." The codes obtained from the reviews were categorized into five themes: "Museum Experience (87)," "Satisfaction (65)," "Complaint (39)," "Recommendation (37)," and "Staff (32)." Under the museum experience theme, visitors reported that they felt as if they had traveled back in time to experience Ephesus's history and the goddess Artemis through virtual reality, and that they felt as though they were in the Ancient Era with the help of sound, image, and scent effects. The use of factors appealing to the five senses made a significant impact on consumers. This experience was detailed under the satisfaction theme. Visitors expressed their appreciation, thanks, and recommendation intentions with comments such as:

... "I really liked it. It was very different to visit the current state of ancient Ephesus and then see its old state in the experience museum. Being able to feel like you are in the past in just 18 minutes was very special. The technology was used beautifully. I thank everyone again and recommend that everyone experience it."

Conclusion: According to the obtained result, museum experiences; are effective in the formation of satisfaction, recommendation, complaint and personnel themes. It is important to develop hypotheses in a way that will analyze the relationships between variables with quantitative methods. Whether the variables of experience, satisfaction, recommendation and complaint differ according to demographic variables can also be analyzed and thus the visitor profile can be determined. It is thought that it will contribute to the literature due to being the first study to analyze and reveal the experiences of visitors to the Ephesus Experience Museum. Visitors also mentioned the impact of the museum staff on their experience, highlighting their kindness, warmth, and attentiveness. The themes of museum experience, satisfaction, recommendation, and staff are considered positive aspects, while complaints are regarded as negative. Visitors mostly expressed dissatisfaction with the museum entrance fee, the short duration of the exhibition/presentation, and the lack of detailed content. Museum entrance fees are variable annually under the responsibility of museum officials. The short duration of the exhibition may be due to the potential negative effects of prolonged use of AI-supported applications on cognitive and emotional health. Therefore, it is possible that the exhibition duration was kept short. Based on visitors' comments, it is challenging to cover the 8,500-year history of Ephesus in detail within approximately 18 minutes. The lack of detailed content is believed to be due to time constraints. The Ephesus Experience Museum received the prestigious Mondo-Dr Awards for exhibition, design, and technology in 2024, gaining worldwide recognition. It is expected that visitor demand for the Ephesus Experience Museum will increase over time.
