

T.C.
ATILIM ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM VE OTEL İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI
TURİZM YÖNETİMİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

**DESTİNASYON REKABETİNDE MÜZELERİN PAZARLAMA
STRATEJİLERİNİN TURİZM ALANINDA ÇALIŞAN AKADEMİSYENLER
TARAFINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ: ANKARA ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan
Bahadır İnanç ÖZKAN

ANKARA-2015

T.C.
ATILIM ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM VE OTEL İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI
TURİZM YÖNETİMİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

**DESTİNASYON REKABETİNDE MÜZELERİN PAZARLAMA
STRATEJİLERİNİN TURİZM ALANINDA ÇALIŞAN AKADEMİSYENLER
TARAFINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ: ANKARA ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan

Bahadır İnanç ÖZKAN

Tez Danışmanı

Yrd. Doç. Dr. Gonca GÜZEL ŞAHİN

ANKARA – 2015

KABUL VE ONAY

Bahadır İnanç Özkan tarafından hazırlanan “Destinasyon Rekabetinde Müzelerin Pazarlama Stratejilerinin Turizm Alanında Çalışan Akademisyenler Tarafından Değerlendirilmesi: Ankara Örneği” başlıklı bu çalışma, 11.06.2015 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından Anabilim dalında Yüksek Lisans Tezi olarak oy birliği/oy çokluğu ile kabul edilmiştir.

Yrd. Doç. Dr. Sule Tuzlukaya

[Başkan İ m z a]

[Unvanı, Adı ve Soyadı] (Başkan)

YRD. DOÇ. DR. GONCA GÜZEL

[Danışman İ m z a]

[Unvanı, Adı ve Soyadı] (Danışman)

[Varsa İkinci Danışman İ m z a]

[Unvanı, Adı ve Soyadı] (varsa İkinci Danışman)

Doç. Dr. Mehmet Alparslan

[Üye İ m z a]

[Unvanı, Adı ve Soyadı]

ETİK BEYAN

Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Yönergesi'ne uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmasını;

- Akademik ve etik kurallar çerçevesinde hazırladığımı,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmasında yararlandığım eserlerin tümüne atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu bildirir,

Aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

11/06/2015
Bahadır İnanç ÖZKAN

ÖZ

ÖZKAN Bahadır İnanç. Destinasyon Rekabetinde Müzelerin Pazarlama Stratejilerinin Turizm Alanında Çalışan Akademisyenler Tarafından Değerlendirilmesi: Ankara Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2015.

Bu çalışmanın amacı Ankara'da yer alan müzelerin pazarlama stratejilerinin değerlendirilmesi, günümüzde müzeciliğin ve müze işletmeciliğinin turizm ve pazarlama konularıyla birlikte ele alınarak destinasyon rekabetinde nasıl etkili kullanılabileceğini göstermek ve Çağdaş Müze İşletmeciliğinin ne olduğunu ortaya koymaktır.

Ankara'da yer alan müzelerin pazarlama stratejileri ve müze uygulamaları Ankara'daki üniversitelerin turizm bölümünde yer alan akademisyenlere değerlendirilmesi sağlanmıştır. Bu bağlamda toplamda 88 akademisyenin 42 kişisine ulaşılmıştır. Değerlendirme 39 sorulu likert anket türünde yapılmış olup anketin Cronbach's Alpha güvenirlik analizi 0,916 oranında yüksek bir seviyede çıkmıştır.

Ankara'daki müzeler istedikleri ziyaretçi miktarını elde etmeleri için müzecilik alanında meydana gelen ve yaşanan yenilikleri sürekli takip etmelidir. Çağdaş müzecilikle alakalı gelişmeleri yakında takip etmeli ve kendi kurumlarına uygulamaları gerekmektedir. Özellikle müze, müzecilik, müze işletmeciliği ve müze turizmi konularında çalışma yapan insanların çalışmaları yakından takip edilmelidir.

Bu çalışmaya benzer çalışmaların yapılması şüphesiz ki Ankara'nın Müze Turizmi açısından ilerlemesine katkı sağlayacaktır. İleride buna benzer çalışmaların yapılması durumunda araştırma tekniğini ne olursa olsun kesinlikle müze yöneticilerinin de dâhil olması araştırmaya yarar sağlayacaktır.

Son olarak belirtilmesi gerekir ki buna benzer çalışmaların ülke genelinde müzeleri kapsayacak şekilde yapılması Türkiye için Müze Turizmi konusunda olumlu katkı ve yarar sağlayacaktır.

Bu tezin hazırlanmasında bana yardımcı olan danışman hocam Yrd. Doç. Dr. Gonca Güzel Şahin'e, manevi olarak benden desteğini esirgemeyen aileme, mezun olduğum üniversitedeki bölümde çalışan kıymetli hocam Doç.Dr. Mehmet Alparslan Küçük'e, Dr. Ömer Faruk Cantekin'e, Doç. Dr. Bülent Altunkaynak'a ve araştırma aşamasında bana yardımcı olan tüm hocalara teşekkür ederim.

Anahtar Sözcükler

Müze Turizmi, Kültür, Pazarlama, Ankara, Destinasyon.

ABSTRACT

OZKAN Bahadir Inanc. Evaluation of Museum Marketing Strategies in Destination Competition by Academicians in Tourism: Ankara Sample. M.A. Thesis. Ankara. 2015.

This study aims to evaluate the marketing strategies of museums in Ankara, to Show how museum studies and marketing combined can be effectively used in destination competition, and to explain the contemporary museology.

The marketing strategies of the museums in Ankara and related practises have been evaluated by the academicians at the faculties of tourism. The sample consisted of 42 participants. The data were collected using a 39- item Likert- type questionnaire(Cronbach'a Alpha 0,916).

The muesums in Ankara should follow the developments in museology to be informed to reach the desired level of visitors and adopt the developments about contemporary museology in their organisations. It is important to follow the studies in museums, museology, museum adinastration and museum tourism.

Smilar studies will certainly contribute to growth of the museum tourism in Ankara. The prospective studies should consider museum administrators in their research.

Finally, it must be noted that smilar studies should include the museums of all across Turkey.

My special thanks go to by supervisor Asistant Prof. Dr. Gonca Guzel Sahin, Assoc. Prof.Dr. Mehmet Alparslan Kucuk, Assoc. Prof. Dr. Bulent Altunkaynak and M.d. Omer Faruk Cantekin, and my family and academicians that helped me during my servey.

Key Words

Museum Tourism, Culture, Marketing, Ankara, Destination

GCCRIIS

İÇİNDEKİLER

ÖZ.....	i
ABSTRACT.....	iii
İÇİNDEKİLER.....	v
SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ.....	x
ŞEKİL VE TABLOLAR DİZİNİ.....	xi
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZM VE KÜLTÜR TURİZMİ

1.1. Turizm, Sürdürülebilir Turizm ve Kültür Tanımı.....	3
1.2. Turizm ve Kültür İlişkisi.....	6
1.3. Kültür Turizmine Genel Bir Bakış.....	7

İKİNCİ BÖLÜM

MÜZECİLİK VE MÜZE TURİZMİ

2.1. Müze ve Müzecilik Kavramı.....	9
2.1.1. Sahip Oldukları Koleksiyonlara Göre Müzeler.....	13
2.1.2. Bağlı Oldukları Kurumlara Göre Müzeler.....	16
2.1.3. Hizmet Alanlarına Göre Müzeler.....	17
2.1.4. Koleksiyonlarını Sergiledikleri Mekânlara Göre Müzeler.....	18
2.1.5. İşlevlerine Göre Farklı Müzeler.....	19
2.1.6. Diğer Müzeler.....	20
2.2. Müzeciliğin Tarihçesine Genel Bir Bakış.....	22
2.2.1. Dünya’da Müzecilik.....	22
2.2.2. Türkiye’de Müzecilik.....	23
2.3. Çağdaş Müze İşletmeciliği.....	25
2.3.1. Bilgi Teknolojilerinin Günümüz Müzeciliği Açısından Önemi.....	31
2.3.2. Bilgi Teknolojilerinin Müzeciliğe Sağladığı Hizmetler.....	32
2.4. Müze Turizmi.....	37

2.4.1. Dünya’da Müze Turizmi.....	38
2.4.1.1. British Museum.....	38
2.4.1.2. Louvre Museum.....	39
2.4.1.3. The Metropolitan Museum Of Art.....	40
2.4.2. Türkiye’de Müze Turizmi.....	42
2.4.2.1. Topkapı Sarayı Müzesi.....	42
2.4.2.2. Ayasofya Müzesi.....	43
2.4.2.3. Mevlana Müzesi.....	44

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ANKARA’DAKİ MÜZELERİN PAZARLAMA STRATEJİLERİ VE DESTİNASYON REKABETİ

3.1. Ankara Kavramı, Ankara’nın Tarihî ve Coğrafi Yapısına Genel Bir Bakış.....	46
3.2. Ankara’nın Kültürel Değerleri ve Müzeleri.....	48
3.2.1. Anıtkabir.....	48
3.2.2. Güvenlik Anıtı.....	48
3.2.3. Mimar Sinan Anıtı.....	48
3.2.4. Mithat Paşa Anıtı.....	48
3.2.5. Ulus Cumhuriyet Anıtı.....	49
3.2.6. Zafer Anıtı.....	49
3.2.7. Zübeyde Hanım Büstü.....	49
3.2.8. Duatepe Anıtı.....	49

3.2.9. Hatti Anıtı.....	49
3.2.10. Mehmetçik Anıtı.....	50
3.2.11. Ankara Evleri.....	50
3.2.12. Ayaş Evleri.....	50
3.2.13. Gdl Evleri.....	50
3.2.14. Beypazarı Evleri.....	51
3.2.15. Vehbi Koç Vakfı ve Ankara Araştırma Merkezi.....	51
3.2.16. Pembe Köşk.....	51
3.2.17. Beynam Atatürk Evi.....	51
3.3. Ankara'daki Müzeler.....	52
3.3.1. Kültür ve Turizm Bakanlığına Bağlı Müze ve ren Yerleri.....	52
3.3.2. TBMM'ye Bağlı Müzeler.....	55
3.3.3. Özel Müzeler.....	55
3.3.4. Askeri Müzeler.....	64
3.4. Destinasyon Pazarlama Stratejileri.....	68
3.4.1. Destinasyon Tanımı ve zellikleri.....	68
3.4.2. Marka Tanımı ve zellikleri.....	72
3.4.3. Pazarlama Aracı Olarak Müze Turizmi.....	74

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

METODOLOJİ VE UYGULAMA

4.1. Evren ve Örneklem.....	83
4.1.1. Araştırmanın Amacı.....	84
4.1.2. Araştırma Soruları.....	84
4.1.3. Varsayımlar ve Sınırlılıklar.....	85
4.1.4. Veri Toplama Yöntemi.....	85
4.2. Bulgular ve Yorum.....	86
Sonuç ve Öneriler.....	140

SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

CENTO: Merkezi Antlaşma Teşkilatı / Bağdat Paktı

ICOM: Uluslararası Müzeler Konseyi

TDK: Türk Dil Kurumu

GCCRIIS

ŞEKİL VE TABLOLAR DİZİNİ

Şekil 1. Müze Satım İşlemleri ve İlişkileri

Tablo 1. Araştırma Evreni Büyüklüğü

Tablo 2. Güvenirlik Analizi

Tablo 3. Ankete Katılan Kişilerin Cinsiyetine Göre Dağılımı

Tablo 4. Ankete Katılanlarının Yaşa Göre Dağılımı

Tablo 5. Ankete Katılanların Gelir Durumu

Tablo 6. Ankete Katılanların Çalıştıkları Kurum Türü

Tablo 7. Ankete Katılanların Unvanları

Tablo 8. Kültür ve Turizm Bakanlığına Bağlı Müzeleri Ziyaret Etme Durumu

Tablo 9. TBMM'ye Bağlı Olan Kurtuluş Savaşı Müzesini Ziyaret Etme Durumu

Tablo 10. A.O.Ç. Atatürk Evi Müzesi Ziyaret Edilme Durumu

Tablo 11. Ankara Vakıf Eserleri Müzesi Ziyaret Edilme Durumu

Tablo 12. Ankara Barosu Hukuk Müzesi Ziyaret Edilme Durumu

Tablo 13. Cumhurbaşkanlığı Atatürk Müze Köşkü Ziyaret Edilme Durumu

Tablo 14. Beypazarı Kent Tarihi Müzesi Ziyaret Edilme Durumu

Tablo 15. Beypazarı Kültür ve Tarih Müzesi Ziyaret Edilme Durumu

Tablo 16. Beypazarı Yaşayan Müze Ziyaret Edilme Oranı

Tablo 17. Çengelhan Rahmi Koç Müzesi Ziyaret Edilme Durumu

Tablo 18. Meteoroloji Müzesi Ziyaret Edilme Durumu

Tablo 19. MTA Tabiat Tarihi Müzesi Ziyaret Edilme Durumu

Tablo 20. Ortadoğu Teknik Üniversitesi Müzesi Ziyaret Edilme Durumu

Tablo 21. Özel TED Ankara Koleji Müzesi

Tablo 22. Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Oyuncak Müzesi Ziyaret Edilme Durumu

Tablo 23. PTT Müzesi Ziyaret Edilme Durumu

Tablo 24. Telekomünikasyon Müzesi Ziyaret Edilme Durumu

Tablo 25. TCDD Malıköy Müzesi Ziyaret Edilme Durumu

Tablo 26. TCDD Müzesi ve Sanat Galerisi Ziyaret Edilme Durumu

Tablo 27. TCDD Açık Hava Buharlı Lokomotif Müzesi Ziyaret Edilme Durumu

Tablo 28. Milli Mücadelede Atatürk Konutu ve Demiryolları Müzesi Ziyaret Edilme Durumu

Tablo 29. Mehmet Akif Ersoy Müzesi Ziyaret Edilme Durumu

Tablo 30. Türk Hava Kurumu Müzesi Ziyaret Edilme Durumu

Tablo 31. Türkiye Ormancılık Müzesi Ziyaret Edilme Durumu

Tablo 32. T.C. Ziraat Bankası Müzesi Ziyaret Edilme Durumu

Tablo 33. 75. Yıl Cumhuriyet Eğitim Müzesi Ziyaret Edilme Durumu

Tablo 34. Ziraat Fakültesi Müzesi Ziyaret Edilme Durumu

Tablo 35. Anadolu Mimarlık ve Mobilya Kültürel Miras Müzesi Ziyaret Edilme Durumu

Tablo 36. Mustafa Ayaz Müzesi Ziyaret Edilme Durumu

Tablo 37. Ülker Zaim Müzesi Ziyaret Edilme Oranı

Tablo 38. Sabahattin Yıldız Müzesi Ziyaret Edilme Oranı

Tablo 39. 100. Yıl (Olgunlaşma Enstitüsü) Müzesi Ziyaret Edilme Durumu

Tablo 40. G.Ü.M.E. Fakültesi Prof. Dr. Ülker Muncuk Müzesi Ziyaret Edilme Durumu

Tablo 41. Askeri Müzelerin Ziyaret Edilme Durumu

Tablo 42. Ölçek Maddelerine İlişkin Görüşlerin Yüzde Frekans Dağılımlarına İlişkin Sonuçlar

Tablo 43. Katılımcıların Cinsiyetine Göre Kültür ve Turizm Bakanlığına Bağlı Müzelere Gitme Sıklığı Nasıldır

Tablo 44. Cinsiyet ile Kültür ve Turizm Bakanlığına Bağlı Müzelere Gitme Sıklığı Arasındaki İlişki

Tablo 45. Katılımcıların Cinsiyeti ile Özel Müzelere Gitme Sıklığı Nasıldır?

Tablo 46. Cinsiyet ile Özel Müzelere Gitme Sıklığı Arasındaki İlişki

Tablo 47. Katılımcıların Yaşlarına Göre Kültür ve Turizm Bakanlığına Bağlı Müzelere Gitme Sıklığı Nasıldır?

Tablo 48. Katılımcıların Yaşları ile Kültür ve Turizm Bakanlığına Bağlı Müzelere Gitme Arasındaki İlişki

Tablo 49. Katılımcıların Yaşlarına Göre Özel Müzelere Gitme Sıklığı Nasıldır?

Tablo 50. Katılımcıların Yaşı ile Özel Müzelere Gitme Arasındaki İlişki

Tablo 51. Katılımcıların Unvanlarına Göre Kültür ve Turizm Bakanlığına Bağlı Müzelere Gitme Sıklığı Nasıldır?

Tablo 52. Katılımcıların Unvanı ve Kültür ve Turizm Bakanlığına Bağlı Müzelere Gitme Alışkanlıkları Arasındaki İlişki

Tablo 53. Katılımcıların Unvanlarına Göre Özel Müzelere Gitme Sıklığı Nasıldır?

Tablo 54. Unvan ile Özel Müzelere Gitme Arasındaki İlişki

Tablo 55. Yaşa Göre Ankara'daki Müzelere İlişkin Bir Fark Mıdır?

Tablo 56. Unvana Göre Ankara'daki Müzelere İlişkin Görüşler Arasında Bir Fark Var Mıdır?

GCCRIIS

Hazırlamış olduğum bu tezi, 2002 yılında Anadolu Medeniyetler Müzesi Müdürü iken görevi başında hayatını kaybeden amcam Dr. Turhan Özkan'ın aziz ruhuna armağan ediyorum.

GİRİŞ

Türkiye turizm açısından son derece önemli alternatiflere sahiptir. Fakat bu alternatifler ne yazık ki gereken ilgiyi görememektedir. Bu durum diğer turizm türlerinin imajına olumsuz yansımaktadır. Özellikle dünya ülkelerinin başkentleri turizm anlamında üst seviyelerde yer alırken, Ankara bu durum açısından son derece geride kalmıştır. Bu durum Ankara'nın denizi olmayışı ile açıklanamaz veya savunulamaz. Ankara'da deniz olmadığı bir gerçektir fakat Ankara Kültür Turizmi özellikle de Müze Turizmi anlamında son derece büyük ve önemli bir kaynağa sahiptir.

Bu noktada çalışma alanı olarak Ankara ilinde yer alan müzelerin önemi bir kat daha artmaktadır. Çalışmanın gerekli olan bölümünde görüleceği üzere Ankara müze potansiyeli açısından son derece zengin bir kenttir. Çalışmanın amacı; Ankara'da yer alan müzelerin pazarlama stratejilerinin ve uygulamalarının değerlendirilmesi, günümüzde müzeciliğin ve müze işletmeciliğinin turizm ve pazarlama konularıyla ele alınarak destinasyon rekabetinde nasıl etkili kullanılabileceğini göstermek ve çağdaş müze işletmeciliğinin ne olduğunu ortaya koymaktır.

Tezin problemi ise Ankara'daki müzelerin pazarlama stratejilerinin değerlendirilmesi, destinasyon rekabetinde Ankara açısından müze turizminin günümüz anlayışına göre nasıl pazarlanması gerektiği oluşturmaktadır.

Bu çalışmanın birinci bölümünde Turizm, Sürdürülebilir Turizm kavramları açıklanmış, Kültür, Turizm ve Kültür İlişkisi ve Kültür Turizmine Genel Bir Bakış başlıkları altında kavramlar tanımlanmıştır.

İkinci bölümde Müzecilik ve Müze Turizmi başlığı altında Müze ve Müzecilik kavramlarına yer verilmiş, günümüzde mevcut olan müze çeşitleri anlatılmış, Müzeciliğin Tarihçesine Genel Bir Bakış başlığı altında Dünya'da ve Türkiye'de Müzeciliğin gelişim aşamaları açıklanmıştır. Çağdaş Müze İşletmeciliği başlığı altında ise Çağdaş Müze İşletmeciliğinin ne olduğu belirtilmiş ve günümüz müzeciliğinde etkili unsurlar olan organizasyon ve bilgi teknolojileri anlatılmıştır.

Üçüncü bölümde Ankara'daki Müzelerin Pazarlama Stratejileri ve Destinasyon Rekabeti başlığı altında Ankara ilinin adının kaynağına, tarihî ve coğrafî yapısına değinilmiş, Ankara'nın Kültürel Değerleri ve Müzeleri bölümünde Ankara ilinin kültürel değerlerinden bahsedilmiş ve Ankara'da yer alan müzelerin Devlet, TBMM, Özel ve Askeri türlerine değinilmiş ve son başlıkta bir destinasyonun pazarlama stratejileri ve pazarlama aracı olarak Müze Turizmi başlığı altında gerekli bilgiler sunulmuştur.

Dördüncü bölümde ise Ankara'da yer alan müzelerin pazarlama stratejileri Ankara ilinde bulunan üniversitelerin Turizm bölümünde çalışan akademisyenler tarafından değerlendirilmiştir. Ankara'daki Üniversitelerin Turizm bölümünde çalışan akademisyenlere yönelik yapılan 39 maddelik likert ölçekli anket uygulamasının sonuçları açıklanmış olup, bu sonuçlardan elde edilen veriler doğrultusunda gerekli hipotezler oluşturulmuş ve yorumlanmıştır. Son olarak toplanan veriler doğrultusunda gerekli olan öneriler belirtilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. TURİZM VE KÜLTÜR TURİZMİ

1.1. Turizm, Sürdürülebilir Turizm ve Kültür Kavramı

Turizm kavramı oldukça geniş ve çok yönlü bir eylemdir. Turizm kavramını tanımlayan insanların bakış açılarına göre turizmin birden fazla tanımı mevcuttur. Bu başlık altında turizm tanımına, sürdürülebilir turizm ve Kültür kavramlarına yer verilecektir.

Turizm genel anlamıyla tanımlanacak olunursa; sürekli olarak ikamet edilen yerin dışında tüketici sıfatıyla dinlenme, eğlenme, tatil ve kültürel faaliyetler gibi ihtiyaçların giderilmesi gayesiyle yapılan hareketlerdir(Şahiner, 2012).

Bir başka tanıma göre turizm: turist, turistin gittiği yer yani destinasyon ve turist ile destinasyon arasında gerçekleşen eylem bütünüdür. Bu eylem, sosyal, kültürel, ekonomik, politik vb. çevreler içerisinde gelişen olaylar ya da sistemlerdir(Uluçeçen, 2011).

Tanımlar incelendiğinde turizmde iki unsur öne çıkmaktadır. Bunlardan birincisi seyahattir. İkinci unsur ise konaklamadır. Seyahat açısından kişilerin ikamet ettikleri yerlerin dışında bir yere seyahat etmesi gerekmektedir ki yapılan seyahat turizm açısından değerlendirilebilsin. Konaklama ise insanların buldukları yerlerin dışında geçici olarak kalmasıdır. Bu konu açısından konaklama süresi turizm için yeterli bir zaman dilimini kapsamalıdır.

Turizm tanımı yapılacak olunursa, insanların buldukları yerden başka bir yere seyahat etmeleri, gittikleri yerde en az 24 saat konaklamaları, eğlence, dinlenme, kültürel faaliyet gibi amaçlarla yapılan harekettir.

Son yıllarda özellikle Türkiye gibi ülkelerde turizm açısından sıklıkla dile getirilen bir kavram da sürdürülebilirlik olmuştur. Bu kavram turizm açısından da son derece öneme sahiptir. Aşağıda bu kavrama değinilecektir.

Sürdürülebilirlik kavramı son yıllarda pek çok sosyal bilimler dallarının literatürüne girmiş bulunmaktadır. Özellikle çevreye karşı duyarsızlıklar, pazar ekonomisindeki dalgalı fiyatlar ve krizler, bu kavramın üzerinde düşünülmesine ve çeşitli alanlarda uygulanmasına yol açmıştır. Bu bağlamda ilk önce sürdürülebilirlik kavramı açıklanacak daha sonra ise sürdürülebilir turizm kavramı tanımlanacaktır.

Sürdürülebilirlik; devamlılığı sağlamak, mevcudiyeti sürdürmek ya da himaye etmek anlamına gelmektedir. Bu nedenle, hemen hemen tüm insanlar ya da cemiyetler tarafından, olumlu bir kavram olarak algılanır(Uluçeçen, 2011). Ayrıca sürdürülebilirlik; günümüzün gereksinimlerini karşılarken tabii kaynakları müdafaa etmek ve gelecek kuşaklara uygun bir çevre bırakmak için yapılan çalışmalar olarak da tanımlanmaktadır(Demirel, 2010).

Başka bir tanımda ise sürdürülebilirlik bugünün yaşam standartlarını artırmak ve muhafaza etmek için, üretim ve verimlilik adına tabii ve kültürel kaynakların kullanımında, gelecek kuşaklar için tehlikeli ve riskli durumlara ulaşmasına sebep olan uygulama ve politikaları onaylamayan bir yaklaşım olarak tarif edilmektedir(Sezer, 2010).

Yukarıdaki tanımlar incelendiğinde sürdürülebilirlik kavramını şu şekilde tanımlamak mümkündür; doğal ve kültürel kaynakların sürekliliğini sağlamak, korumak, hayat kalitesini artırmak ve mevcut standartları yükseltmek ve gelecek kuşaklara yaşanabilir bir çevre bırakmak için yapılan faaliyetlerin tümüdür.

Sürdürülebilirlik konusu yukarıda da değinildiği üzere birden çok alanla ilişkilidir. Bu konu turizm açısından ele alındığında, sürdürülebilir turizm kavramı ortaya çıkmaktadır. Turizm birden fazla alanla ilişkili olduğundan, özellikle çevre, bu kavram turizm açısından da tanımlanması gerekmektedir.

Yerel Gündem 21 kapsamında yer alan, Dünya Turizm Örgütü'nün sürdürülebilir turizm kavramının tanımı şu şekildedir: "Bugünkü turistlerin ve ziyaret edilen bölgelerin gereksinimini karşılarken, bu bölgelerin gelecek için de korunması ve fırsatların iyileştirilmesidir". Sürdürülebilir turizm kavramı, Dünya Turizm Örgütü tarafından basitçe şöyle tanımlanmaktadır: "Turistlerin, sektörün, çevrenin ve ev

sahibi halkın ihtiyaçlarına yönelerek; günümüz ve gelecekteki ekonomik, sosyal ve çevresel tesirleri göz önüne alan turizmdir”(Kozak,2014, s. 15).

Yukarıdaki tanımlar incelendiğinde sürdürülebilir turizm kavramının ne çıkan iki unsurunu söylemek mümkündür. Bunlardan birincisi sürdürülebilirliğin yerel halkla iliŐkisidir ki, bir destinasyon bölgesinde oteller en fazla payı kapmakta ve bundan bölge halkı yararlanamamaktadır. Dolayısıyla sürdürülebilir turizm hem konaklama yerine gereken payı vermekle birlikte, hem de yerel halkın turizme katılmasını teŐvik ederek yöre insanının turizmden pay almasını sağlamayan bir turizm türüdür. İkinci bir husus ise sürdürülebilir turizmin çevreyle olan iliŐkisidir. Özellikle Türkiye’de yetkili bakanlığın çevreye yönelik uygulamaları ile turizm bölgelerinde çevre olan duyarlılık artmıştır. Aynı zamanda sürdürülebilir turizm açısından bakıldığında tarihi ve doğal çevrenin korunması ve gelecek nesillere aktarılması konusu diğer bahsedilen konulara göre daha büyük bir ehemmiyet arz etmektedir. Bu bağlamda taŐıma kapasitesi ve doğal sit alanları gibi konularda turizm faaliyetine katılan her insan daha da bilinçli hareket ederek turizmin sürdürülebilirliğine katkıda bulunmaktadır.

Unutulmaması gereken bir nokta ise sürdürülebilir turizm mevsimsel bir özellik taŐınamamaktadır. Yani sezonluk bir turizm çeşidi değildir. Süreklilik arz eder ve her zaman geliŐime ve geliŐtirmeye açıktır.

Sürdürülebilir turizm Őunlara bağladır: a) kısa ve uzun dönemde gelişmiş yaşam standardı bakımından ev sahibi halkın gereksinimlerinin karŐılanması, b) sayısı artan turistlerin isteklerini memnun etme ve onları çekmeye devam etmesi, c) bu iki amacı gerçekleŐtirirken çevrenin korunması(Kozak, a.g.e.,s. 17).

Yukarıdaki maddelere bakıldığında göze çarpan unsurlar; ekonomik kalkınma, süreklilik ve çevre korumasıdır. Buna göre sürdürülebilir turizmin anahtar kavramları, ilerleme, devamlılık, doğal ve kültürel alandır.

Turizm açısından en önemli kavramların başında Şüphesiz ki kültür gelmektedir. Kültürel etkileŐim turizm sayesinde giderek artmaktadır. AŞağıda kültür kavramına yer verilmiştir.

Kültür kavramı çok boyutlu niteliğe sahiptir. Günümüzde bu kavram birçok sosyal bilim dalı tarafından tanımlanmıştır. Özellikle bu tanımın üzerinde duran şüphesiz ki sosyolog ve davranış bilimciler olmuştur.

Turizm açısından da kültür önemli bir yere sahiptir. Çünkü turist diye nitelenen insanlar turizm hareketlerine katılırken, başlıca niyetlerinden birisi kendisinin sahip olduğu kültür dışındaki diğer kültürleri tanımaktır. Diğer yandan turist çeken ülkenin amacı da kendi kültürünü destinasyonlara gelen insanlara tanıtmaktır. O zaman kültür kavramı turizm açısından değerlendirildiğinde, bir ülkenin kültürünü tanımak için gelen insanlar ile destinasyon bölgesinin kendisini tanıtmada buluştuğu ortak değer veya paydır. Diğer bir yandan kültür turizmi ülkeler arası olacağı gibi bir ülke içerisindeki destinasyonu tanımak için de yapılabilir. Daha açık bir ifadeyle kültür turizmi dışarıdan gelen insanlar ile varılan noktadaki insanların ortak değeridir.

Kültür, bireyin bir cemiyetin üyesi olarak iletişim kurmasına, belirli tutumları ve olayları değerlendirmesine ve bunlardan bir sonuç veya sonuçlar çıkarmasına yardımcı olan değerler, düşünceler ve simgeler dizisidir(Gönen, 2008).

Kültürün meydana gelebilmesi için en önemli özelliklerden birisi de toplumdur. Bireyler toplumu, toplum da kültürü oluşturur. Kültür, toplumda yer alan bireylerin ahlak, inanış ve değer gibi unsurlarını da içerir çünkü bireyin toplumda meydana gelen bir olayı yorumlaması veya değerlendirmesi için din, gelenek ve hayat tarzı gibi unsurlara sahip olması gerekmektedir.

1.2. Turizm ve Kültür İlişkisi

Her toplumun bir kültürü olduğuna yukarıda değinilmişti. Toplumların kültürleri ve toplumun içindeki insanların birbirleriyle iletişime geçme yolları toplumu oluşturan insanların davranışlarına yansıdığı gibi bu insanların turistik davranışlarını da etkiler. Turist çeken toplulukların ve turistlerin kültürel özellikleri ve farklılıkları iletişim konusunda iki tarafı da etkilemektedir.

Farklı kültürlerle mensup insanların birbirleriyle etkileşime geçmesi, mesajların gönderilmesi ve bu mesajların anlamlandırılmasıyla ilgili duruma kültürlerarası iletişim denir. Kültürlerarası iletişimin amaçları arasında farklı kültürlerden gelen

insanlar arasında başlayan iletişim sürecini anlamak ve yorumlamak, bu süreçle ilgili birtakım tahminlerde bulunmak gelmektedir(Avcıkurt, 2009, ss. 108-109).

Yukarıda görüldüğü üzere turizm, kültürlerarası iletişimi sağlayan unsurların başında gelmektedir. Böylece turizm insanlara farklı kültürleri tanıma, o kültürden gelen insanlar ile iletişime geçme gibi fırsatlar sunmaktadır. Ayrıca insanlar turizm sayesinde birbirlerinin kültürlerini yakından tanıma fırsatı bulmakta ve onlarla ilgili gözlem yapabilme şansını da elde edebilmektedir. Bu açıdan bakıldığında turizm ile kültür arasında olumlu bir ilişki mevcuttur.

Diğer taraftan ise turizm ile kültür kavramları bazen olumlu sonuç vermeyebilir. Turist ile bölge halkının değerleri kimi zaman uyuşmayabilir ve bu durum iyi olmayan neticeler de ortaya çıkabilir.

1.3. Kültür Turizmine Genel Bir Bakış

Birey ya da fert, bir cemiyyete, topluma aittir. Her toplumun da kendisine özgü bir kültürü vardır. Ancak birey mensubu olduğu kültürün dışında da farklı kültürleri tanımak ister. Kültür kavramını sadece sosyolojik anlamda ele almak yanlış olacaktır. Kültür, sosyoloji, siyasi, dini, müzik gibi alanlarla ilişkili olduğu kadar turizmle de alakalıdır. İşte bu bağlamda kültür veya kültürel turizm tanımlanacaktır.

Dünya Turizm Örgütüne göre kültür turizmi, kültürel turizm kapsamında değerlendirilecek varlıklar, eğitim, sanat, kültür, şenlikler, arkeolojik sit alanlarının ve tabii güzelliklerin ziyaret edilmesi gibi faaliyetlerdir(Şahiner, 2012).

Kültür Turizmi, insanların kültürel bakımdan oldukça verimli yani zengin yerleri görmek, gün geçtikçe kaybolan veya unutulan yaşam biçimlerini öğrenmek ve takip etmek, kültürel değerleri bir anı olarak muhafaza etmek amacıyla yaptıkları gezilerle ilgili bir turizm türü olarak da tanımlanmaktadır(Saruhan, 2012).

Kültür turizmi, Muasır ve geçmiş kültürlere ait somut ve soyut değerlerle alakalı olarak, onları görme, haklarında bilgi toplama ve tecrübe kazanma niyetiyle meydana gelen ve bununla alakalı mal ve hizmetlerin elde edilmesine bağlı olarak direkt ve dolaylı etkinliklerden meydana gelen bir turizm türü veya çeşididir.(Gülcan, 2010, s. 102).

Kültür turizmi tanımlarına bakıldığı zaman göze çarpan ilk unsur zengin yaşam alanlarıdır. Fakat bu zengin yaşam alanlarına yapılan ziyaretin kültür turizmi kapsamında sayılabilmesi için tarihi bir değere sahip olması gerekir. İkinci unsur ise geçmişten gelen kültürel mirastır. Bu kültürel miras somut bir şekilde de olabilir soyut bir şekilde de olabilir. Örnek verilecek olursa UNESCO Dünya Miras Alanları Listesine girmiş olan Selimiye Camisi somut bir kültürel miras iken, özellikle Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesinde yaşayan ve yöreye giden insanların dikkatini çeken âşıklık geleneği somut olmayan mirasa girer. Son olarak ise bunları görmek veya deneyim yaşamak için yapılan geziler kültür turizmi kapsamına girer.

Kültür turizminin, var olan veya unutulmuş kültürel değerleri koruma ve yeniden canlandırma gibi olumlu ve pozitif tesirine rağmen planlı olmayan bir turizm büyümesiyle bazen somut ve soyut kültürel değerler üzerinde yıpratıcı ve tahripkâr neticelerinin de olduğu bilinmektedir. Diğer taraftan ise, kültür turizmi, özellikle kültür mirası konusunda özel bir tesire sahiptir. “Günümüzdeki toplumlar, geçmişten kendilerine kalan miras veya mirasları değerlendirmede çok arzuludurlar. Bireyler bazında miras, zanaat, güzellik, öğrenme ile ilgili ve hatta rekreasyon gibi türlü gereksinimleri karşılar. Kamu veya özel abidelerin sahipleri için bu vaziyet, anıtların korunması için ilgili kaynakların faal bir duruma geçirilmesi anlamına gelmektedir. Bu durum birçok özel kuruluş veya şirket için, turizmin yan ürününden kâr elde edilmesi veya bilgi beceri ve buluşlar için kaynak elde edilmesi manasındadır. Bölgesel yetkililer için ise, bölgenin olumlu imajını meydana getirmek ve mevcut çevreyi geliştirmek demektir. Ülkeler için de, milli kimliklerini tasdik etmek veya teyit etmek ve birlik ve beraberliği ilerletmek demektir”. Somut kültür varlığının bu etkileri sebebiyle kültür turizmi üzerinde dikkatli ve yoğun bir şekilde durulmaktadır. Bu durumda özellikle değinilen nokta, somut olan mirasın muhafazası konusudur(Gülcan, a.g.e., s. 102).

İKİNCİ BÖLÜM

2. MÜZECİLİK VE MÜZE TURİZMİ

2.1. Müze ve Müzecilik Kavramı

Müze; bir ülkenin veya medeniyetin geçmişini yansıtan, bilgiler veren ve insanların kültürlerini yükselmesini sağlayan kuruluşlardan biridir. Müze kavramı kültürel ve tarihi miras, sanat ve bilim, uygarlık tarihi gibi çoğaltılabilecek kavramları çağrıştıran bir kurum ve kavramdır.

Müze, “Topluma hizmet eden ve onun ilerlemesi amacıyla faaliyette bulunan beşeriyetin somut ve soyut kültürel mirası ile onun etrafının bilinmesi yani çevresinin bilinmesi ve sahip çıkılması amacıyla bilimsel metotlarla ortaya çıkaran, tetkik eden, değerlendiren, koleksiyonlar meydana getiren, muhafaza eden, takdim eden devamlı ve geçici şekilde sergileyen, eğiten, kültürel ve sanatsal beğenisini ve hayat görüşünü iletmesinde etkili olan, halka açık, ekonomik olarak kendine yarar sağlamayan kuruluştur”(Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü, 2015).

Başka bir tanıma göre Müze, devlet otoriteleri ya da onlara bağlı kâr amacı gütmeyen kurumlar tarafından yönetilerek, devlet bütçesi içinde çok az bir yüzdelik miktarı kapsayan kuruluşlardır(Atagök ve diğerleri, 1999,s. 33).

Müze, sanatsal ve kültürel açıdan veya tarihi veya ilmî eserlerin devamlı olarak sergilenmesi maksadıyla yapılan ya da kendisi sıralanan bu özellikleri sebebiyle halka açık olan kuruluş olarak tanımlamak mümkündür. Günümüz anlamıyla müzeler; “Toplumun ve onun gelişiminin hizmetinde olan, kamuya açık, insana ve onun yaşadığı çevreye tanıklık ettiği bulguların üzerinde inceleme ve araştırma yapan, elde eden, koruyan, malumatları paylaşan ve sonunda tetkik etme, eğitim ve haz alma doğrultusunda takdim eden, kâr elde etme düşüncesinden bağımsız, devamlılığı olan bir kurum” olarak tanımlanmaktadır(Mercan ve Cesur, 2014, s. 184).

Tanımlar incelendiğinde Müze, ekonomik gelir düşüncesinden tamamen soyutlanmış, eğitim, araştırma, kültürel birikimi zenginleştirme gibi faaliyetleri yürüten, kamuya açık, bir ulusun, medeniyetin veya uygarlığın tanıklığını yapan,

geçmişe ait eserleri toplayan, koruyan ve bunları sergileyen ve devamlılık arz eden bir kurumdur.

Çoğu müze koleksiyonlar etrafında kurulmuştur. Müzeler koleksiyonlarını elde etme ve koruma, insanlık ve doğa mirasını halka açık şekilde aktarma ve sergileme amacı çerçevesinde kurulmuştur. Ayrıca müzeler, interaktif, rekreasyonel ve düşünce alanları olarak da faaliyet gösterir. Müzeler diğer yerlerde bulunmayan unutulmaz deneyimler, fikirler ve aktiviteler sunar(Kotler, Kotler ve Kotler, 2008).

Bir halk hizmeti kuruluşu olarak müze görevini üç ana başlık altında özetleyebiliriz(Sezgin ve Karaman,2009,ss. 4-5):

- Muhafaza boyutu: mevcut bütün parçalar herhangi bir zarardan korunmalı ve muhafaza edilmelidir.
- Sergileme faaliyeti: sergi, ziyaretçiye iyi açıklanması gereken, sunulan heykel ve resimleri değerlendirmek için olanak vermelidir; bütün bilgilere beklentileri karşılamak açısından önem verilmelidir. (sanatçı, yer ve tarih, teknik kullanım vb.)
- Hizmet boyutu: bu boyut üç etkenle özetlenebilir; karşılama, ortaya koyma ve tamamlayıcı hizmetler.

Buraya kadar müze kavramının ne anlama geldiği incelendi. Bu noktadan sonra ise müze veya müzelerin nasıl bir kurum haline geldikleri ve müzecilik kavramının ne olduğu açıklanacaktır.

Müze kelimesi Grekçe mouseion kelimesinden meydana gelmiş, tarihsel süreçte Eski Mısır ve Mezopotamya'da kıymetli eşyaların tapınaklarda biriktirilmesi, savaşta zafer kazanan hükümdarların elde ettikleri hazineleri gücün timsali şeklinde tebaasının önünde sergilemesiyle ortaya çıkmıştır. Müzecilik faaliyeti ilk olarak sanatsal değeri fazla olan objelerin elde edilmesi ilk Eski Yunan'da doğmuştur. Hatta mühim merkezlerde bu eserlerin gösterilmesi için Hazine binaları yapılmıştır. Bu inşa edilen yapıların bünyesinde, Helenistik dönemde sosyal aktiviteler ve felsefi müzakereler yapılmıştır. Bir süreden sonra müzeler, münevver kişilerin toplanma mekânı haline gelmiştir(Altunbaş ve Özdemir, 2012, s. 3).

Yukarıdaki bilgilere bakıldığında değerli eşyaların toplanması, halka teşhir edilmesi müze kavramının bir bakıma müzeciliğe dönüşmesini sağlamıştır. Ayrıca değerli eşyalar için yapılan binalar ve bu yapılara aydın insanların gitmesi o döneme göre değerlendirildiğinde müzelerin bir bilim ve kültür merkezi işlevi de taşıdığını gösterir.

Belirli bir zamandan sonra müzeler, aydın kişilerin buluşma mahali durumuna gelince, bu yapıların içi daha bir itina ile düzenlenerek birçok sanat yapıtı teşhir edilmeye başlanmış, buna paralel olarak da, önceki dönemlerden kalma eserlerin elde edilmesine büyük hassasiyet verilmiştir. Romalılar'da önceki zamanlara ait eserlerden meydana gelen koleksiyon yaratma ve eserlerin birebir aynısını yapma, kültürlerinin vazgeçilmez bir hususiyeti olarak göze çarpmaktadır. Hatta Romalılar, eski Grek heykellerinin bir araya getirilmesi, ya da diğer bir deyişle, "Pinakothek" sahibi olmayı gurur olarak görmüşlerdir. Bu açıdan koleksiyonculuğun, en karakteristik ve günümüzle yakınlık gösteren taraflarıyla ilk olarak Roma'da doğduğunu söylemek mümkündür(Keleş, 2013, s.3).

Bu bağlamda denilebilir ki müzenin kurum olarak müzeciliğe dönüşmesindeki en önemli etkenin koleksiyonculuk olduğu da iddialar arasındadır.

Müze bir müessese olarak Avrupa'da bulunan mevcut koleksiyonların halkın ziyaretine açılmasıyla meydana gelmiştir. Ortaçağ'da ekonomik, sosyal ve kültürel yapılarda meydana gelen değişikliklerden sonra, Rönesans döneminde Akdeniz Havzası'nın dışına çıkılarak yeni kıtaların bulunması ve bunun neticesinde tabiata yönelik araştırmaların başlaması ile doğa ve dünya ile ilgili her şey de koleksiyonculuk kapsamına girmiştir. XVI. ve özellikle XVII. Yüzyılda koleksiyonculuğa ilgi artmış, kişisel koleksiyonlar meydana getirilmiştir. Özellikle saray mensupları ve soylular tarafından elde edilen bu koleksiyonların, farklı bilgi seviyesinde ve sosyal konumlarda bulunan soylu sınıfa mensup insanlara ve din kurumlarında çalışan insanlara açılması ile müze bir kurum olarak oluşmaya başlamıştır(Akmehmet ve Ödekan, 2006, s.49).

Müzecilik, müzelerin tarihlerini ve müzelerin temelini oluşturan felsefenin, zaman içerisinde müzelerin değişik yollardan kurulmasını ve gelişmesini, açık bir şekilde

belirtilmiş veya açığa vurulmamış amaçlarını veya politikalarını, eğitici veya sosyal rolünün çalışmasıdır(Vergo, 1997, s.1).

Müze ve Müzecilikle ilgili teorik bilgiler incelendiğinde müzelerin tek bir tip olmadığını ve birçok çeşidinin bulunduğu görülür. Bu durum müzelerin tek bir bakış açısıyla incelenmesinin mümkün olmadığını göstermektedir.

Dünyadaki müzeler genellikle şu başlıklar altında gruplandırılmaktadır(Sezgin ve Karaman, 2009, ss. 11-12).;

- 1) Sanat Müzeleri
- 2) Tarih Müzeleri
- 3) Antropolojik Müzeler
- 4) Doğa Tarihi Müzeleri
- 5) Bilim ve Endüstri Müzeleri
- 6) Çeşitli uzmanlık dallarıyla ilgili müzeler (cam, tütün, şarap, sağlık, vb. gibi)

Türkiye’de müzelerin koleksiyonlarına göre değerlendirilmesi değişik kaynaklardan izlenebilir(Atagök, 1999,s. 14):

1. Tarih ve Sanat Müzeleri: Anadolu Selçukluları, Beylikler ve Osmanlı devri eserlerini içine alan müzelerdir.
2. Arkeoloji ve Etnoğrafya Müzeleri: Arkeolojik ve etnoğrafik eserlerin birlikte sergilendikleri müzelerdir.
3. Arkeoloji Müzeleri: Tarih öncesi devirlerden Osmanlı devrine kadar eserlerin bulunduğu müzelerdir.
4. Etnoğrafya Müzeleri: Genellikle Osmanlı devri giyim-kuşamı, araç gereçleri gibi etnoğrafik eserlerin sergilendiği müzelerdir.
5. Anıt Müzeler: Mimarisi ve içindeki süslemeleriyle birlikte önem kazanmış tarihi yapılardır.

6. Müze Evler: Mimarisi ve içinde yaşadığı şahsiyet nedeniyle korunması gereken yapılardır.

7. Devrim Müzeleri: Türk tarihinde bir devrimi yansıtan müzelerdir.

8. Askeri Müzeler: Türk ordusunun tarihini gösteren müzelerdir.

9. Özel Müzeler: Bir kuruluşa ait müzelerdir.

10. Açık hava Müzeleri: Açık havada eserlerini sergileyen müzelerdir.

Müze çeşitleri daha detaylı bir şekilde ele alınabilir(Giresun Müze Müdürlüğü, 2015):

1. Sahip oldukları Koleksiyonlarına,
2. Kurumlarının bağlı olduğu yönetim birimine
3. Hizmetlerini gerçekleştirdikleri bölgeye,
4. Hitap ettikleri kesime,
5. Bünyelerindeki koleksiyonlarını sundukları mekânlara,
6. Fonksiyonlarına göre farklı müze türleri.

Türkiye'nin sahip olduğu zengin tarihi yapısı ülkede yer alan müzelerin birden fazla şekilde ve türde sınıflandırılmasına yol açmıştır. Özellikle Anadolu coğrafyasının geçmişten bu güne kadar birçok medeniyete ev sahipliği yapması, yine Anadolu'nun bünyesinde müze çeşitlerinin artmasına da olanak sağlamıştır. Dikkat edilirse Türkiye'de bazı müzeler, artık işlevliğini yitirmiş medrese, zaviye vb. yerlere de kurulmaktadır. Bu yerler belirlenirken de en önemli husus sergilenecek olan koleksiyonun hangi kültür, medeniyet, devir vb. faktörlere bağlı olmasıdır. Genellikle bu mekânlarda sergilenen koleksiyonlar yapının mimarisine veya sahip olmuş olduğu atmosfere uygunluk göstermektedir.

2.1.1. Sahip Oldukları Koleksiyonlarına Göre Müzeler

Sahip oldukları koleksiyonlarına göre bölümlendirilen müzeler; fayda sağlama ve tatmin olma özelliklerini göz önüne alarak öğrenme amacıyla bir araya

getirilmişlerdir. Bu müzeler şöyle sıralanabilmektedirler(Giresun Müze Müdürlüğü, 2015):

a) Genel Müzeler: Bu müze türleri çok yaygın değildir. Bünyelerinde birden fazla koleksiyonu bulundurabilirler. Genel müzeler diğer türlere göre en uygun olarak kabul edilirler.

b) Arkeoloji Müzeleri: Arkeoloji, artık var olmayan kültürlerle ilgili maddî olarak elde edilen bulguların tanımlanması ve ilmî yönden izah edilmesine dayalı bir bilim dalıdır. Bu tanıma göre bu müze türünü koleksiyonları arkeolojik kazılardan elde eden eserlerden meydana gelen müzeler olarak açıklamak mümkündür. Türkiye’de en yaygın müze türü arkeoloji müzeleridir. Arkeoloji Müzesi; “Türk arkeolojisinin sahip olduğu zenginliklerini barındıran, arkeolojik kazılardan elde edilen buluntuları değerlendirmeye tabi tutan, Anadolu’nun Prehistorik zamanlarından Bizans’ın son devrine kadar binlerce yıllık bir tarihi zamanın maddi kültür vesikalarını yığınlara sunan müzelerdir”(Giresun Müze Müdürlüğü, 2015).

c) Sanat Müzeleri: Sanat değeri taşıması açısından mühim olan, ancak bilimsel açıdan değeri de göz ardı edilemeyecek sanat eserlerinin kümeler şeklinde bir araya getirilip; birkaç yüzyılın sanat deneyimini ya da bir sanat akımını veya yalnızca belirli bir sanatçıyı kronolojik olarak koleksiyonlarında toplayan ve gelişmeleri takip eden müzelerdir(Giresun Müze Müdürlüğü, 2015).

d) Tarih Müzeleri: Tarih müzeleri genel anlamda bir müesseseyi, bir kenti, bir yöreyi, bir devleti veya cemiyeti düzenli olarak inceleyen, tarih sırasını ekonomik ve politik bünyesinde bir arada toplamış müzelerdir. Türkiye’de bu anlamda bir Tarih müzesinin olduğu söylemek pek mümkün değildir(Giresun Müze Müdürlüğü, 2015).

e) Etnografya Müzeleri: Etnografya müzeleri yaygın bir biçimde Avrupa’da bulunmakla birlikte Amerika, Asya ve Afrika kıtalarında da bulunmaktadır. Etnografya müzeleri bulunduğu bölge dışındaki yakın çevrede yer alan kültürlerinin etnografik eserlerini de toplayabilir. Aynı zamanda bu duruma bağlı olarak yer aldığı çevre veya bulunduğu yöre ile yakın çevresi veya yöresi arasında kültürel etkileşimi ve iletişimi sağlayabilir(Giresun Müze Müdürlüğü, 2015).

f) Doğa Tarihi ve Jeoloji Müzeleri: Genel olarak tabiatta var olan, fakat niteliklerine göre ayrılan, eski çağlardan günümüze ulaşan fosiller, mineraller, taş vb. unsurları bünyesinde bulunduran ve sergileyen müzelerdir(Giresun Müze Müdürlüğü, 2015).

g) Bilim Müzeleri: Bilim müzelerinin bir ülkenin kalkınması ve ilerlemesinde önemli bir unsur olduğu denilebilir. Çünkü bilimin gelişmesi ve terakkisi, halkın tümünün geçmişteki bilgilere malik olmasıyla alâkalıdır. Ayrıca bu tip müzelerde kurulacak düzenin hem öğrencilerin, hem de insanların çeşitleri aletleri kullanabilme imkanı verilir ve bu aletlerin hangi aşamalarla ve ne tarzda meydana getirildikleri öğretilir(Akkoç, 2010).

h) Planetaryumlar: İçerik olarak, gökyüzünün sanal mekânda animasyonu söz konusudur. Bu müze dünyanın her yerinde görülen bir tür değildir ve Türkiye’de bir örnek teşkili yoktur(Giresun Müze Müdürlüğü, 2015).

i) Endüstri Müzeleri: Endüstri müzeleri uygarlığın temsilcileri olmakla birlikte tüm teknolojileri kapsar. Fabrikalar, santraller vb. bu müze türündendir. Amaçları, ilgili buldukları bilim dallarının öğretilmesine ve bu bilim dalında çalışacak insanların yetiştirilmesinde yardımcı ve destek olarak, araştırma, inceleme ve gözlem yeteneklerini geliştirmektir(Akkoç, 2010).

j) Ekonomüzeler: İçerik bakımından ekomüzelerle benzer olan bu müze türleri, koruma, araştırma ve sergilemenin yanında ticari faaliyetler de yaparlar. Endüstrileşme karşısında büyük bir ivme ile gerileyen geleneksel üretim yöntemlerinin tanıtıldığı, pratik yapma yoluyla canlılığın korumaya çalışıldığı ekonomüzelerde tarım ve zanaat gibi konular ele alınır(Akkoç, 2010).

Müze çeşitlerinin gruplamasında en etkin ayırım, kuşkusuz koleksiyonların türleri göz önüne alınarak yapılandır. Koleksiyonun, “öğrenme, yarar sağlama veya zevk amacıyla bir araya getirilmiş ve özelliklerine göre sınıflara ayrılmış nesnelere bütünü” şeklinde yapılan tanımı gereği, menşesine, doğasına, nicelik ve/veya niteliğine, kronolojik bütünlüğüne vb. göre benzer ya da ilişkili konumdaki malzemeler tutarlı gruplar teşkil ederler(Atagök, 1999,s. 7).

Müzelerin tercih edilmesinde en önemli etken şüphesiz sahip oldukları koleksiyonlardır. Çünkü koleksiyonlar ziyaretçilere fayda sunma, beğenilerini artırma ve bu yolla müzelere çekilme, araştırma ve öğrenme amacıyla ortak bir yerde toplanmışlardır. Avrupa kıtası'nda yer alan ülkeler özellikle İngiltere ve Fransa bu yönden oldukça ilerleme kaydetmişlerdir.

2.1.2. Bağlı Oldukları Kurumlara Göre Müzeler

Devlete ait müzeler, yerel yönetime bağlı müzeler, yükseköğretim kurumları olan üniversite müzeleri, askeri kuruma bağlı askeri müzeler, bağımsız ya da özel müzeler, ticari amaçlı kuruluş müzeleri bu müze türleri kapsamında gösterilebilir(Giresun Müze Müdürlüğü, 2015).

a) Devlet Müzeleri: Devlete ilişkin olan bu müzeler, korunması gerekli eski eserleri muhafaza etmek ve değerlendirmek gayesi ile kurulmuşlardır. Türkiye'de bu müzelerin çoğunluğu Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı Eski Eserler ve Müzeler Genel Müdürlüğü'nün sorumluluğu altındadır(Giresun Müze Müdürlüğü, 2015).

b) Belediye Müzeleri: Ortak gayeleri genellikle halka hizmettir. Devlet tarafından desteklenebilir aynı zamanda denetlenebilir(Akkoç, 2010). Türkiye'de İstanbul Büyükşehir Belediyesi'ne bağlı Atatürk İnkılap Müzesi, Tevfik Fikret Aşiyen Müzesi (1945), İstanbul Şehir Müzesi (1945), Tanzimat Müzesi (Ihlamur Köşkleri), Belediye Müzesi, Taşova Belediyesi Müzesi, Alpaslan Belediyesi Müzesi (Amasya), bu tür müzelerdendir(Giresun Müze Müdürlüğü, 2015).

c) Özel Müzeler: Koleksiyonlarının sergilenmesi ve yönetimi özel kişilere bağlı olan müzelerdir. Ancak bu müzeler de devlet kuruluşları tarafından denetlenebilen müze türlerindedir. Türkiye'de bu müze türünde ilk müze 1980 yılında Sadberk Hanım adına kurulmuştur. Daha sonra bu müze türüne Basım Müzesi, Sait Faik Abasıyanık Müzesi, Sabancı Müzesi gibi müzeler dâhil olmuştur(Giresun Müze Müdürlüğü, 2015).

d) Vakıf Müzeleri: Somut olan kültür varlıklarını koruma gayesiyle kurulmuş müzelerdir(Giresun Müze Müdürlüğü, 2015).

e) Eğitim Kuruluşlarına, Üniversitelere Bağlı Müzeler: Bu müzeler eğitim, araştırma ve inceleme amacıyla kurulmuş olan müzelerdir. Bu tür müzeler, üniversiteden ortaöğretim seviyesine kadar her eğitim kurumunda bulunabilir(Giresun Müze Müdürlüğü, 2015).

f) Askeri Müzeler: Askeri müzeler üç şekilde koleksiyonlarına eşya toplarlar: Birincisi tarihi bir hadise ile ilgili olması, ikincisi askeri bir gereç olup sanat açısından değerli olması, üçüncüsü askeri araç ve gereçlerin gelişim ve ilerleme aşamalarını göstermesi. Bunların dışında askeri eserler sadece o ülkeye ait aletlerinden ve araçlarından oluşmayabilir. Yapılan savaşlar neticesinde diğer ülkelerden kalma savaş aletleri ve gereçleri de askeri müzenin koleksiyonunu meydana getirebilirler. Askeri müzeler bir ulusun yapmış olduğu kahramanlıklarını ve fedakârlıklarını göstererek milli olarak övünmesini artıran müzelerden biri olarak kabul edilmektedir(Akkoç, 2010).

Müzelerin yönetim tarzları her ülke farklılık gösterdiği gibi müzelerin yapısı da ülke sınırları içerisinde çeşitlilik gösterebilir. Bu çeşitlilik müze idaresinin benimsemiş olduğu amaçlara veya politikalara bağlıdır. Müze idaresinin politikaları da kendisinden daha yüksek bir kuruma bağlılığı ifa eder.

2.1.3. Hizmet Alanlarına Göre Müzeler

Bu tür müzeler ulusal, bölgesel ve yerel müzeler olarak üç kategoride incelenebilir(Giresun Müze Müdürlüğü, 2015).

a) Bölge Müzeleri: Genelde nüfus dağılımına göre meydana gelir. Yeri nerede olursa olsun, büyük şehirden uzakta olan bir müze, bölge müzesi olarak kabul edilir. Fakat gerçek anlamda bölge müzesi, büyük bir merkezden uzakta olan, sadece coğrafi bölgesel ya da yöresel konularla alakalı bulunan müze türüdür(Akkoç, 2010).

b) Halk Müzeleri: Bu müze türü genel anlamda 19.asırda ilerleme göstermiş, buldukları ülkelerin etnografyasında bölge müzelerinin içinde yer alırlar. Çoğu zaman bağımsız değillerdir. Bu müzelerin bir kısmı etnografya müzeleri ile bir aradadırlar. Halk müzeleri herhangi bir bina bünyesinde yer alabileceği gibi bir ev,

bir belde veya bir çiftlik de olabilir. Ülkemizde bu müze türüne örnek olarak Safranbolu Evleri verilebilir(Akkoç, 2010).

c) Ekomüze: Bir bölgedeki halkın iştirak etmesiyle, bir yörenin ve yöreye bağlı yaşam şekillerinin araştırılması, muhafazası, kültür ve tabiat varlıklarının değerlendirilmesi faaliyetlerinin kalıcı olarak sağlayan bir müze türüdür (Akkoç, 2010).

d) Hizmet Ettikleri Topluma Yönelik Müzeler: Bu tür müze sınıflandırması içerisine eğitici rolü olan, konusunda uzmanlaşmış ve genel toplum müzeleri dâhil edilebilir(Giresun Müze Müdürlüğü, 2015).

Dikkat edildiğinde yukarıda değinilen müzelerde iki faktör öne çıkmaktadır. Bunlardan birincisi coğrafi alan, ikincisi ise belirli bir uzmanlık alanı oluştuğudur. Özellikle ilk iki sıradaki müze türleri bulunmuş olduğu coğrafya ile ilgili her türlü özelliği yansıtmaktadırlar. Bu coğrafi alan müzelerde birden fazla konunun yansıtılması yerine sadece belirli konuları yansıtmaktadır. Diğer bir husus ise belirli konu veya konularda uzmanlık gerektirmesidir. Koleksiyon açısından zengin müzeler ile kıyaslandığında bu tür müze türleri belirli bir uzmanlığı yansıttığı görülmektedir. Yani koleksiyonu fazla olan müzeler birden fazla alana yönelirken, yukarıda sayılan müzeler belirli alanlara yönelmektedirler.

2.1.4. Koleksiyonlarını Sergiledikleri Mekânlarına Göre Müzeler

Geleneksel, açık hava ve anıt müze örnekleri bu tür müze sınıflamasının arasındadır(Giresun Müze Müdürlüğü, 2015).

a) Açık Hava Müzeleri: Genellikle eserlerin açık bir havada halka açık olarak sergilendiği müze türleridir. Bu müze türleri; kırsal bölgelerdeki açık hava müzeleri, bölgesel açık hava müzeleri ve ulusal açık hava müzeleri şeklinde üç türe ayrılır(Akkoç, 2010).

b) Anıt Müzeler: Mimari ve tarihi açıdan değerli olan yapıların müze olarak tahsis edilmesiyle meydana gelen müzelerdir. Bu açıdan mimarisi ve içinde yer alan süslemeleri ile birlikte belirli bir öneme sahip olan ve değeri bulunan bazı yapılar

müze olarak değerlendirilir. Bu müze türlerine Anıtkabir, Ayasofya Camii ve Dolmabahçe Sarayı örnek olarak gösterilebilir(Akkoç, 2010).

c) Müze Evler: Tarihi, mimari yapısı ve bünyesinde bulunan değerlerden ötürü korunması gerekli olan konak ve evlerdir. Birgi'deki Çakırağa Konağı, Yozgat Nizamoğlu Konağı, Eskişehir Osmanlı Evi, Amasya Haznedarlar Konağı bu tür müzelerdendir(Akkoç, 2010).

Bu sınıflandırmada daha çok görüleceği üzere mekân ön plana çıkmaktadır. Koleksiyonların gösterimi, sergilerin ziyaretçilere sunulması ve müzelerin sahip olduğu görevleri yerine getirmesi özel mekânda olmaktadır. Ayrıca bu sınıflandırmaya giren müzeler de belirli konularda uzmanlaşma gerektirmektedir.

2.1.5. İşlevlerine Göre Farklı Müzeler

Yukarıda yapılan sınıflamanın dışında meydana gelen farklı tür müze türleri de mevcuttur. Bunlar, Atatürk (Müze) Evleri, tek kişilik veya nesneyi konu edinen müzeler, devrim müzeleri ve sanal müzelerdir(Giresun Müze Müdürlüğü, 2015).

a) Tek Kişilik veya Nesneyi Konu Alan Müzeler: Bir tek objeyi ve onun özelliklerini içeren müzeler olarak tanımlanabilir. Bu müze türüne Bursa Orman Müzesi örnek olarak gösterilebilir(Giresun Müze Müdürlüğü, 2015).

b) Atatürk (Müze) Evleri: Atatürk Müzeleri genellikle olarak "Atatürk Evleri" şeklinde de bilinmektedir. Atatürk Müzeleri, Atatürk'ün yaşadığı süre boyunca oturduğu, bir süre kaldığı, savaş yılları boyunca "karargâh" şeklinde faydalandığı, yapmış olduğu gezilerinde misafir olarak konakladığı, arkadaşlarıyla çeşitli toplantılar yaptığı, istirahat ettiği, çalışmalar yaptığı evler, köşkler, saraylar ve resmi yapılarıdır. Bu yapıların bir kısmı ülke dışında olmakla birlikte çoğu Türkiye sınırları içerisinde yer almaktadır(Giresun Müze Müdürlüğü, 2015).

c) Devrim Müzeleri: Devrim müzelerinin içeriği diğer müze türlerine göre farklılık göstermektedir. Diğer müzelerde eserler nesnel bir gerçeklik gözler önüne serilirken, devrim müzelerinde öznelidir. Buradaki hedef nesne değil, amaçtır. Vurgu amaca göre yapılır (Giresun Müze Müdürlüğü, 2015).

d) Sanal Müzeler: Müzeler, İnternet'te gelişmekte, yerel ve global izleyicilere kültürel bilgiyi getirmektedir. İnternette müze web sitelerinin sayısı fazladır ve gün geçtikçe de artmaktadır. Hemen hemen her gün listeye yeni bir müze eklenmesiyle 120 ülkede online adres listesi 10.000 müzenin üzerindedir. Bu-gün bazı müzeler sanal dünyadaki katılımın yeryüzündekinden daha çok olduğunu hesaplamaktadır(Sezgin ve Karaman, 2009, s. 19).

Yukarıdaki bilgiler incelendiğinde ilk iki maddede yer alan müze türleri sadece bir tek konuya odaklanmışlardır. Dolayısıyla koleksiyonları da tek bir konudan ibarettir. Sadece tek bir konu üzerinde yoğunlaşırlar.

Devrim müzelerinde ise vurgu tamamen tarihi gelişmelere aittir. Bu vurgulamaya belirli bir devirde kullanılan propaganda afişleri, gazete haberleri vb. gibi faktörler etkilidir. Bu tip müzede de uzmanlık sadece tek alanı kapsamaktadır.

Sanal müze konusu günümüzde günden güne artan bir öneme sahiptir. Sanal müze uygulaması ile müzeler ellerindeki koleksiyonları dijital ortama aktarmakla birlikte, üç boyutlu gezi imkanı, koleksiyonlardan çalınan değerli eşyalar hakkında bilgi veya bu eksiği sanal ortamda kapatma ve hologram vb. gibi durumlarla kullanılan ve günden güne popülerliği artan bir uygulamadır. Sanal müzelere evde kullanılan bilgisayar vasıtasıyla ulaşılabilceği gibi müzelerin sağlamış olduğu birtakım dokümanlar(CD Rom) ile de ulaşmak mümkündür.

2.1.6. Diğer Müzeler

Bu müzeler dışında aşağıdaki müzeler de müze çeşitleri içerisinde yer almaktadır(Sezgin ve Karaman, a.g.e., s. 19).

a) Çocuk Müzeleri: Çocuk Müzeleri, nesnelere faydalı hale getiren profesyonel personeli ile, aslında eğitim amaçlı ve belirli günlerde halka açık olan, sürekli kâr amaçlı olmayan örgütlenmiş kurumlardır.

Çocuk müzesi temelde dört tarzda geleneksel müzeden farklılaşır(Sezgin ve Karaman, a.g.e., ss. 20-21).

- Eğitim her objeyi, aktiviteyi ve olayı açıklar. Her bir galeride açıklamak için bir fikir, her bir sergide anlatmak için bir hikaye, her bir gösterinin arkasında bir amaç vardır.
- Canlı renkler ve şiddetli ışıldayan efektler çocukların ilgisini yakalamada kullanılmıştır. Etiketler kolayca anlamayla ve çağdaş dille yazılmıştır.
- Sergiler daha da genç iyi görünümü meydana getirmek için dikkati bir şekilde düzenlenmiş, materyaller tanımlı düzende sunulmuş her zaman uygulamalı ve katılımlı sergiler kullanılmıştır.
- Çocuk öğrenmenin en önemli kaynağıyla ilişki kurmaktadır.

b) Denizaltı Müzesi: Denizcilik, deniz savaşları, deniz araçları gibi deniz mirasını belirli ölçüde sergilemek için denizaltı müzeleri kurulmuştur.

Örneğin; Kanada Hükümeti 30'dan daha fazla yıldır ülkenin batan deniz mirasını yönetiminde bulundurmaktadır. Fransa ve İngiltere arasındaki XVIII.yy savaşlarından Louisbourg limanında Fransız deniz kuvveti gemilerinin birçok tarihi enkazları korumak için bir çabanın olduğu 1961'de ortaya çıkmıştır.

Türkiye'de de İzmir Büyükşehir Belediyesi ve Güney Deniz Saha Komutanlığı işbirliğiyle Balçova İnciraltı'nda hazırlanan TCG Ege Fırkateyn ve TCG Piri Reis Denizaltı müzesi hizmete açılmıştır.

c) Spor Müzesi: Kulüplerin çeşitli branşlarda aldığı madalyalar, başarılar, şiltler, fotoğraflar bilgi ve belgelerden oluşan müzelerdir.

Spor tarzda müze tarzı, nesnel sunumlar ve geniş kitlelere işitsel-görsel şovlar sunar ki bunlar kamuoyu anlamında kırılma noktasında ön sırada yer alır.

Türkiye'de Galatasaray Spor Kulübü'nün kurucusu Ali Sami Yen 1905 yılında Kalamış'ta ilk Galatasaray Müzesini açmıştır. Müzede o güne kadar kazanılmış madalyalar ve kupaların yanı sıra tarihi fotoğraf ve belgelerle forma ve şiltler bulunmaktadır.

Bu kategoride yer alan müzeler hitap ettikleri kitle açısından diğer müzelerden farklılık göstermektedir. Özellikle çocuk müzesi bu kategoride en önemli olanıdır. Müzelerin eğitim görevine de sahip olduğu yukarıda vurgulanmıştır. Bu kapsamda

çocuk müzeleri, küçük yaşta çocukları eğitme misyonunu yerine getirme açısından son derece önemli bir konuma sahiptir. Çocuk müzelerinde en önemli husus bu müzelerin çocukların ilgi, alaka ve ihtiyaçlarına cevap vermesidir. Denizaltı müzeleri ise ülkelerin tarihinde yer alan deniz savaşlarında kullanılan gemilerden günümüze kadar ulaşan parçalarını sergilemesi açısından son derece önemlidir. Çünkü özellikle bu alanda çalışan ve ilgi duyan insanlar veya bu konuda araştırma yapmak isteyen araştırmacıların tek başvuru kaynağı bu müzeler olacaktır. Ayrıca vurgulanması gerekir ki 2015 yılının Çanakkale Savaşlarının 100.yılı olması nedeniyle Türkiye Cumhuriyeti'nin sahip olduğu Denizaltı müzesi ayrı bir öneme sahip olacaktır. Çanakkale deniz savaşlarında elde edilen koleksiyonlar çağdaş sunum tekniklerine göre sergilenir ve bu konuda gerekli kurum ve şahıslar üzerlerine düşen görevi yerine getirirse bu müze tarihi bir fırsatı kaçırmamış olacaktır.

Spor müzeleri ise ülkede yer alan spor kulüplerinin başarılarını sergilemek için açılan müzelerdir. Burada amaç tarihi başarılarda kazanılan objeleri yakından göstermektir.

2.2.Müzeciliğin Tarihçesine Genel Bir Bakış

2.2.1. Dünya'da Müzecilik

Müze oluşumunun temel işlevi olan toplama ve biriktirme etkinliklerini antik çağlardan bu yana değişik formalarda izlemek mümkündür. Bilgi biriktirme biçiminin antik dönemlerin felsefe ve edebiyat okulları aracılığıyla yapılmakta olduğu bilinmektedir ki; bunların en ünlüsü Aristoteles ve Platon'un okullarıdır. Söz konusu okulların en ünlüsü içinde binlerce yazma eser bulunduğu bahsedilen İskenderiye Kütüphanesidir. Burası Helenistik dönemde, soyluların koruması altında özgürce araştırmalarını yapan, matematikçi, astronom, coğrafyacı, filozof ve şairlerin oluşturduğu bir bilim ve sanat merkezi olarak anılmaktadır. Diğer önemli kütüphaneler ise Efes Celcus Kütüphanesi ve Bergama Kütüphanesidir. Müzecilikle ilişkili bilgi biriktirme kavramlarını, müze kurumunun batı temelli bir yapılanma olarak tek yönlü ele alınması, tüm bu bilgilerin, dönemin yaratıcılığının ve refahın sembolü olan sanat eserlerinin yüzyıllar boyunca kaybolduğu ve ancak Rönesans Dönemi'nde tekrar ortaya çıktığını düşünmek hata olur. Or-tadoğuda özellikle ilmi ve edebi eserlerin koleksiyonlar halinde bir arada toplandığı bilinmektedir. Bu

eserlerin korunması ve faydalanılması için meydana getirilen kütüphaneler ilk olarak medrese ve camiler bünyesinde kurulmuştur. Halka açık kütüphanelerin en eskisinin Emeviler devrinde Halid bin Yezid bin Muaviye tarafından kurulan olduğu söylenmektedir. Dönemin en önemli kütüphaneleri arasında Fatimiler döneminde 1043-1044 yılları arasında vezirlik yapan Ebül Kasım Ali'nin girişimiyle kitapların ciltlenmesi, kataloglanması gibi işlemlerin gerçekleştirilmiş olmasından dolayı gerçek bir koleksiyon niteliği taşıyan Kahire kütüphanesini saymak mümkündür(Atagök, 1999,ss. 3-4).

Müze fikri Rönesans ve Aydınlanma Devri arasında oluşmuştur. Başlarda hümanistler gündün güne daha çok değer kazanan Eski Roma eserlerini bulmuşlar daha sonra, antika koleksiyonculuğu tutkusu yayılmış ve bu Avrupa'nın en etkili aileleri tarafından benimsenmiştir(Sezgin ve Karaman, 2009, s.5).

Uzun dönemler yaşayan sanatçıların yapmış oldukları eserler toplanmış, XVII. yüzyıl boyunca hayatını kaybeden sanatla uğraşan insanların bırakmış oldukları eserlere ilgi de artmıştır. Önceleri koleksiyonlar ilgi uyandırmak ve dikkat çekmek için sergilenirken, XVIII. yüzyılda tarihi gösteren ve duyguları artıran sergiler meydana getirilmiştir.(Akkoç, 2010).

XIX.yüzyıl başlarında antik heykel sanatı en değerli sanat olmuştur. Birçok sanat eseri Fransa ve diğer ülkelere getirilmiş ve bütün Avrupa üzerinde gerçek bir sanat anlayışı oluşmuştur. Müzeler tapınak olarak düşünülmüş ve bütün ülkeler sahip oldukları hazineyle gurur duymuşlardır(Sezgin ve Karaman, 2009, ss. 5-6)

2.2.2. Türkiye’de Müzecilik

Türkiye’de toplama işlevini bir adım aşan ve sergilemeye geçişi sağlayan ilk müzecilik hareketi 1846 yılında Aya İrini Kilisesi’ndeki silah deposunun ziyarete açılmasıyla başlar. Böylece ilk Türk müzesinin bir Askeri Müze olduğundan söz edilebilir(Atagök, 1999,s. 12).

Daha sonraları arkeolojik eserler de aynı binaya getirilmeye başlanmıştır. Sonra bu eserler 1876 yılında Çinili Köşk’e taşınmış, 1891 yılında Osman Hamdi Bey’in

desteği ile, Mimar Valaury tarafından tasarımı yapılan, İstanbul Arkeoloji Müzesi açılarak Türkiye tam anlamıyla bir müzeye sahip olmuş olur(Akkoç, 2010).

1846 yılında, Tophane-i Âmire Müşiri Ahmet Fethi Paşa eski silahları toplayarak İstanbul'da Aya İrini Kilisesi'nde Mecmua-ı Ešliha-ı Atika ve Mecmua-ı Âsar-ı Atika adıyla ilk müzeyi kurmuştur(Mercan ve Cesur, 2014, s.185).

Mecmua-ı Ešliha-ı Atika(Eski Silahlar Koleksiyonu): Önce Müze-i Askeri, daha sonra askeri müze denilmiştir. 1856 yılında Yedikule Hisarında bulunan eski toplar da buraya nakledilmiştir(Sezgin ve Karaman, 2009,s. 8).

Mecmua-ı Âsar-ı Atika(Eski Eserler Koleksiyonu): Arkeolojik eserlerin teşhir edildiği bu bölümde vaktiyle Hipodromdaki kazı sırasında bulunan yılanlı sütuna ait olan ve yılanlardan birinin çene kısmı ile Topkapı Sarayı ikinci avlusunda, mutfaklar önünde yapılan kazıda ortaya çıkarılan porfir imparator lahitleri ile arabacı Prophyrios heykelinin kaidesi vardı. Bu ilk Osmanlı müzesinde her tarafına gönderilen genelgeler sonucu pek çok antik eser toplanmıştır(Sezgin ve Karaman, a.g.e.,s. 9).

Cumhuriyet'in ilanından sonra, Türk müzeciliğinde yeni bir dönem başladı. 1924'te Topkapı Sarayı'nın onarılarak mevcut eşyası ile birlikte ziyarete açılması kararlaştırıldı. 1925 yılında tekke ve zaviyelerin kapanmasına dair kanun yürürlüğe girdikten sonra, buralarda bulunan müzelik değerdeki eserler, mahallî müzelere taşındı. Süleymaniye'deki Evkaf-ı İslamiyet Müzesi(İslam Vakıfları Müzesi), Vakıflardan alınarak Müzeler Müdürlüğüne bağlandı ve 1927 yılında Türk ve İslam Eserleri Müzesi adıyla yeniden düzenlenerek ziyarete açıldı. Konya Mevlâna Dergâhı ve Türbesi, 1927'de müze olarak düzenlendi. Bu arada, Ankara'da Etnografya Müzesi binası tamamlanarak 1928'de hizmete girdi. Bursa, Adana, Manisa, İzmir, Kayseri, Afyon, Antalya, Bergama, Edirne gibi şehirlerde yeni müzeler kuruldu, ya da mevcutlar geliştirildi. Ayasofya, 1934'te Bakanlar Kurulu kararıyla müze oldu. Türk Tarih Kurumu ve Ankara'da Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi'nin açılışı ile birlikte müzelere uzman personel yetiştirilerek Türk müzeciliğine daha bir bilimsel yön verildi. Ankara'daki Roma Hamamı arkeolojik

kazıları, Ahlatlıbel, Alacahöyük, Alishar ve Boğazköy kazıları bu dönemin ilk milli kazıları oldu, verimli sonuçlar alındı(Sezgin ve Karaman, a.g.e.,ss. 10-11).

Bu kazılardan çıkan müzelik eserler, Ankara'daki Mahmut Paşa Bedesteninde toplanarak, Hitit Müzesi kuruldu. Bu müze bugün Anadolu Medeniyetleri adıyla Türkiye'nin ve dünyanın sayılı müzeleri arasında yerini aldı(Sezgin ve Karaman, a.g.e.,s. 11).

2.3. Çağdaş Müze İşletmeciliği

Bu başlık altında günümüzde müzeciliğin ne anlama geldiği açıklanacaktır. Klasik dönem müzeciliğin artık son bulduğu bir gerçektir. Günümüzde müzeler bu anlayışın yerine modern bir anlayış getirmektedirler.

Günümüzde müzecilik anlayışı teknolojinin gelişimiyle farklı bir boyut kazanmıştır.

60'lı yıllara kadar, müzecilik bir takım temel görevler dışına çıkamamış, eserlerin toplanması, korunması ve ziyaretçiye sunulması ile sınırlı kalmıştır. Fakat 60'lı yıllardan itibaren, dünyada yaşanan ekonomik, sosyal kültürel ve siyasi değişimler, toplumları derinden etkilemiş ve tüm alanlarda olduğu gibi müzecilik alanında da geleneksel bakış açısını değiştirmiştir. Bunun sonucunda, müzelerde, çağdaş müzecilik anlayışının hâkim olacağı süreç başlamıştır(Yıldırım,2012, s. 7).

Günümüzdeki müzeciliğin temel misyonu, müzenin bünyesinde yer alan koleksiyonlarla insanların ihtiyaçları ve alakaları arasında bir bağ kurmak şeklinde belirlenmiştir. Vurgu nesnelere insanlara yönelmiş, insanlara iyi bir deneyim yaşatmak önemli bir husus olmuştur(Gürhan, 2012).

Klasik müzecilik eser üzerine temellenmiş bir haldeyken, çağdaş müzecilik ise ziyaretçilerin ihtiyaçları üzerine temellenmiştir. Bu anlayış doğrultusunda müzeler ziyaretçilerini bekleyen kurumlar olmaktan çıkmaya, başlamış, daha çok ziyaretçiyi müzelere çekebilmek amacıyla tanıtım faaliyetlerine hız vermişlerdir(Yıldırım,2012, s. 8).

Günümüz müzeciliğinde müzeler düzenledikleri etkinlikleri mümkün oldukça toplumun tüm kesimlerini göz önüne alarak gerçekleştirmektedirler. Müzelerdeki

sürekli sergilerin yanı sıra geçici sergiler, rehberli müze turları, film gösterimleri, söyleşi, konferans ve atölye çalışmaları çağdaş müze etkinliklerinin başında gelmektedir. Günümüz müzeciliğinde esas amaç bulunan eserleri depolama, sadece sergiye açmak değil tam aksine eğitimidir. Müzelerde insanlara sunulan sergiler toplumların emeklerinin, düşünce tarzlarının, hayatı ne şekilde yorumladıklarının ve inançlarının kanıtını, zamanın yaşam biçimini ve sanat zevkini gösterdiğinden müzeler tarihin idrak edilmesine, eski ananelerin tekrar öğrenilmesine ve tabi olarak eğitim formal yerler olan okulun dışında da devam ettiği düşüncesinin benimsenmesine yardımcı olmaktadır.(Gürhan, 2012).

Çağdaş müzecilikte müze, bir tek kurum olarak değil; kütüphane ve toplantı salonları, laboratuvar ve eğitim kısımlarıyla bir “kültür kompleksi” şeklinde çok yönlü olarak kabul edilen bir kurumdur(Keleş, 2003, s 8).

Yukarıdaki bilgiler ışığında modern müzecilik, sadece eserlerin sergilenmesi demek olmadığı bir gerçektir. Artık günümüzdeki müzeler eser sergilemenin yanı sıra eğitim, seminer, konferans gibi organizasyonların düzenlendiği bu sayede insanların müze ile tanıştığı kuruluşlar olmaya başlamışlardır.

Eski müze anlayışına bakıldığında sadece koleksiyon ve koleksiyonculuk ön plana çıkmıştı. Çağdaş müzecilikte ise artık müzeler eserlerin sergilendiği yer olmaktan çıkmış ve müzeler sergileme fonksiyonunun yanı sıra çeşitli etkinliklerin düzenlendiği bilim ve kültür merkezleri de olmuşlardır.

Çoğu ziyaretçiler, ziyaret ettikleri müzelerde sosyallik aramaktadır. Bu durum insanların diğerlerini izlediği basit biçime dönüşebilir. Bazı insanlar, eğitimsel ve katılımcı deneyimleri tercih ederler ve sanat atölyelerine katılmaktadırlar. Genellikle aileler, çocuklarını eğitecek ve bir işle meşgul edecek deneyimler aramaktadırlar. Diğerleri ise rekreasyonel deneyimlerle birlikte eğitici deneyimler de ararlar(Kotler ve diğerleri, 2008).

Yukarıdaki bilgilere göre, çağdaş müzecilik anlayışında ziyaretçilerin de müzeleri nasıl gördüğü ve müzenin sunduğu birtakım deneyimlerden faydalanmak istediği görülmektedir. Ayrıca ailelerin çocuklarına da deneyimler kazandırmak istemesi çağdaş müzecilik anlayışında göz ardı edilmemesi gereken bir taleptir. Çünkü aileler

çocuklarının hem müzede eğitsel deneyimler kazanmalarını isterlerken hem de çocuklarını bırakabilecekleri yerler ararlar.

Çağdaş müze işletmeciliği açısından organizasyon da önemli bir konu teşkil etmektedir. Zira müzelerin organizasyonu çağdaş müzecilikle beraber gelişme ve farklılık göstermiştir. Bu noktada müzelerde organizasyon konusuna değinilecektir.

Müzelerin günümüzde koleksiyon ve sergileme faaliyetinde bulunmadığı bir gerçektir. Yukarıda ifade edildiği gibi müzeler sadece eski zamanlardan kalan eserleri sergileyen ve toplayan kurumlar olmaktan çıkmış, eğitim, kültür ve bilimsel çalışmaların yapıldığı bir kurum haline gelmiştir.

Bu başlık altında modern müzelerin organizasyonunun günümüze göre irdelenmesi konu edilmektedir.

Bilimsel organizasyon, temelinde tüm gelişmiş ülkelerde olduğu gibi, muhafaza etmek için aldığı kültür mirasının akademik kıstaslar doğrultusunda incelenmesini, gelecek nesillere konularında uzman araştırmacılar tarafından değerlendirilmeye tabi tutularak iletilmesini içerir. Bu yüzden müzelerin içerdikleri objeler ve gereçler doğrultusunda ihtisas müzeleri biçiminde kurumsallaşmayı sağlamaları yönünde görüş birliğinin bulunduğu şüphesizdir(Tüzün, 2010).

Gerçekte farklı şeyler meydana getiren birçok müze vardır. Organizasyonun en üst noktasındaki bir grup insan sorumluluklarını ve belirli mesuliyetlerini paylaşarak beraber strateji geliştirirler ve fikir birliğine vararak bir karara ulaşırlar(Sandell ve Janes, 2007, s. 75).

Gelişen müzeler, belirli bir müzenin neden var olduğunu ve nereye doğru gittiği hakkında görüşleri içeren, paylaşılan kültür gelişimine ve değerlere önem verirler. Genel olarak başarılı örgütsel yenilik, dönüşümsel liderliği vurgular, değişen organizasyonların doğasına ve organizasyonun atmosferine ve kültürüne önem verir, maliyet kısıtlamasına, organizasyonun yeniden yapılanmasına ve küçülmesine önem vermez(Sandell ve Janes, a.g.e., s. 122).

Müzeler bir kültür organizasyonu olduğu kadar bir ilim organizasyonudur. Bu bakımdan müzelerde organizasyon içerisinde konusunda uzman kişilerin bulunması

organizasyonunun içerisinde bulunan kıymetli eşya, belge vb materyallerin daha iyi muhafıza edilmesi, saklanması ve sergilenmesi gibi olumlu sonuçlara yol açacaktır. Ayrıca bir şehirde bulunan müzelerin bir bütün olarak değil yalnızca bir konuda uzmanlaşması müzeciliğin organizasyonu bakımından da son derece pozitif sonuçlar verecektir.

Türkiye’de bulunan müzeler zamanın koşullarına göre kendi içerisinde organizasyon yapılarını düzenlemektedir. Türkiye’de müze içerisindeki etkinliklerin çeşitlenmesi, kalifiye eleman yetiştirmeye yönelik projeler, Batı’daki gelişmeleri izleyerek ve örnek alarak yapılan uygulamalar, konusunda uzmanlaşmış kişilerin doğru yerlerde olmaya başlaması müzelerdeki organizasyon yapısını daha çağdaş bir duruma getirmektedir.

Yukarıda değinilen durum sadece devlet müzeleri için geçerli değildir. Özel teşvikin desteği ile kurulan veya bir vâkıfa ait olan müzeler için de aynı durum geçerlidir. Özel ve Devlet Müzelerinin organizasyon içinde yeniden yapılanmaları Türkiye’deki müzecilik açısından da önemlidir. Bu sayede özel sektör müzeleri ile devlet müzeleri bir rekabete giriyor olacaktır ki bu rekabet Türk Müzeciliğinin kalitesini artırmasını sağlayacaktır.

Organizasyon anlayışındaki bu değişimlerin etkisi şüphesiz müzecilik anlayışını da değiştirmiştir. Müzeciliğin işlevlerinin ya da anlayışının sorgulandığı dönemlerde müzeler sadece koleksiyonları sergileme gibi misyonları yerine getiriyordu. Nitekim çağımızda müzeler organizasyon yapısındaki değişikliklerle birlikte sergileme gibi görevlerinin yanına başka amaçlar da edinmiştir.

Bugün müzeler, koleksiyonları ile varlıklarını sürdürmek için devamlılıklarına ihtiyaç duydukları ziyaretçiler arasında denge kurmak zorunluluğu yaşıyorlar. Bazı müzeler koleksiyon odaklı değil ziyaretçi odaklı kurumlar olma yolunda girişimlerde bulunuyorlar. Bu yeni ilişki ziyaretçiye yönelik hizmet geliştirmekten müze otoritesinin paylaşılması, kaynak topluları sergi ve koleksiyonların oluşturulmasında ve yorumlanmasında müze içinde aktif rol almalarına kadar uzanan bir yelpazede, kurumsal geleneklerin sorgulanabilirliği ve idari kararlılığın ölçüsüne

göre farklılıklar gösteriyor(Vehbi Koç Vakfı Sadberk Hanım Müzesi İktisadi İşletmesi,2008).

Kâr amaçlı stratejik yönetimin, esas ve ortak araçlarının kâr amacı gütmeyen müzelerin özel durumlarına göre yorumlanması gerekir. Daha kapsamlı stratejik yönetim anlayışı için ikinci adım olarak müzenin görevlerini kamu kuruluşlarının görevleri olarak görmek, kültür politikasının ana esasları ile ilişkilendirmek ve bunları stratejik yönetimin temel prensipleri haline getirmek stratejik yönetim yayınları kurmak için önerilmektedir. Böylelikle stratejik müze yönetimi, organizasyon, planlama, öncülük etme, koleksiyon, araştırma, sergi, kamu programları, yönetim ve pazarlama gibi müze çalışanlarının tüm alanlarını müzenin ana hedefleri görüşü içinde kapsamaktadır. Müzelerin karşılaştıkları zorluklarla başa çıkabilmeleri için, stratejik müze yönetimi müzenin içeriğindeki gelişmelerle ilgili denetlemeye, analize, rakiplere ve kendi kendini değerlendirmeye stratejik olarak gerek duyar. Bu temelde stratejik müze yönetimi amaca yönelik, değer güdümlü ve ileriye yönelik düşünme sağlar(Sandell ve Janes, 2007; s. 151).

Müzelerde organizasyon içerisinde zamana göre anlayış farklılıklarının çıkması pek tabii bir süreçtir. Çünkü müzenin otoritesini ziyaretçilerle paylaşması toplumun tüm kesimine ulaşması demektir ki bu da açık bir şekilde merkezileşmeden uzaklaşıp demokratikleşmeye doğru alınan bir yoldur. Aynı zamanda bu tutumun müzenin sadece belirli bir kesime ulaşmayıp cemiyetin tüm kesimlerine ulaşması bütünleştirici bir hedefi de beraberinde getiriyor. Elbette toplumun veya cemiyetin tüm kesimine ulaşma ve demokratikleşme süreci zor ve sancılı süreçtir. Bu durumda müzelerdeki organizasyon yapısı yani zamana göre yeniden yapılandırılmış organizasyon yapısı şehir ahalisi ile sağlıklı ilişkiler kurduğu vakit yukarıda yazılan hedefe de ulaşmış olacaktır.

Çağdaş müze işletmeciliğinde önem arz eden diğer bir önemli konu ise bilgi teknolojileridir. Bilgi teknolojilerinin günden güne gelişmesi ile birlikte çağdaş müze işletmeciliğinde önemi artan bir konu olmuştur.

Bilgi teknolojileri özellikle son yıllarda gerek teoride gerekse günlük dilde sık kullanılan ve karşılaşılan bir kavramdır. Son yıllarda artan teknolojik gelişmeler dikkate alındığında bu kavramın da tanımlanması gereği duyulmuştur.

Bu başlık altında ilk önce teknoloji terimi daha sonra ise bilgi teknolojisi terimlerinin tanımı yapılacaktır.

Bilgi teknolojileri, bilginin, sanayi işlemlerinde düzenli bir biçimde uygulanması demek olan teknoloji, daha geniş manada ise herhangi bir objenin araştırılması, geliştirilmesi, üretilmesi, pazarlanması, satış ve satış sonrası dönemlerde sunulan hizmetleri kapsayan sürecin, etkili ve doğru bir biçimde gerçekleşmesi için kullanılacak olan bilgi ve becerilerin tamamıdır(Kurtulan, 2009).

Yukarıdaki tanımdan anlaşılacağı üzere teknoloji tek boyutlu bir kavram değil, çok boyutlu bir kavramdır. Aynı zamanda teknoloji kavramı sadece özel bir alan için geçerli olmayıp uygulanabilirliği tüm alanlar için geçerlidir.

Teknolojinin tanımını şu şekilde tanımlamak mümkündür: Gerek sanayi dallarında gerek günlük insan hayatında aynı zamanda sosyal ve pozitif bilimlerde sorunların çözümü, ilerlemenin sağlanmasına yönelik bilimsel ilkelere dayanan her çeşit uygulamadır.

Tanımı yapılan teknoloji kavramının ışığında bilgi teknolojisinin tanıma da yapılacaktır.

TDK'ye göre bilgi teknolojisi, "Bilginin toplanması, işlenmesi, saklanması ve gerektiğinde herhangi bir yere iletilmesi ya da herhangi bir yerden bu bilgiye erişilmesini elektronik, optik, bilgisayar yongası gibi tekniklerle kendiliğinden sağlayan, bilgisayar, genel ağ, cep telefonları, banka kartları, akıllı kartlar, telefonla sesli yanıt sistemleri, sayısal yayınlar gibi teknolojiler bütünü"(TDK, 2015).

Kavram incelendiğinde önemli olan unsurların başında bilgi gelmektedir. Denilebilir ki bilgi esas unsur, onu taşıyan, muhafaza eden ve ileten çeşitli aletler ise yan unsurdur. Bu yan unsurların önemli olabilmesi için gerekli olan şey bilgidir, bilgiyi taşımaları veya iletmeleridir. Aynı zamanda bilgiyi taşıyan ürünlerin taşımış olduğu bilgiye ulaşılabilirlik de önemli bir unsurdur.

Bilgi Teknolojisi, bilginin üretilmesini, paylaşılmasını, erişilmesini sağlayan aynı zamanda bir yerde tutulmasını veya saklanmasını sağlayan teknolojik ürünlerin tümüne verilen addır.

2.3.1. Bilgi Teknolojilerinin Günümüz Müzeciliği Açısından Önemi

Bu bölümde yukarıda tanımı verilen bilgi teknolojisini müzecilik açısından önemine değinilecektir.

Son yıllarda meydana gelen teknolojik ilerlemeler karşısında bir kurum olan müzelerin de kayıtsız kalmadığı bir gerçektir. Müzecilikte ve müzelerde bilgi teknolojileri ürünlerinden en çok kullanılanı bilgisayar olmuştur. Dünyadaki ünlü müzeler teknolojik gelişmelere bağlı olarak kendi internet sitelerini açmışlardır. Bu ünlü müzeleri görme imkânına sahip olamayan insanlar bilgisayar vasıtasıyla bu müzelerin internet sayfalarına girmekteler ayrıca müzelerde yer alan ünlü koleksiyonları da görmektedirler. Buna paralel olarak kullanıcılar müzelerde sanal tur gezintisi de yapabilmektedirler.

Müzelerde bilgisayar ve bilgi teknolojilerinden yararlanmanın olmazsa olmaz hale geldiği durumlar sadece bununla kalmamaktadır. Sergilenen objelerin sağlıklı ortamda sergilenebilmeleri için yapılan nem kontrolleri, günümüzde bilgisayar destekli olarak yapılmakta, sergileme esnasında ziyaretçinin ilgisini çekmek ve algısını doğru yere yönlendirebilmek için, sergi salonlarında bir çok görsel ve işitsel elektronik ekipmanlardan faydalanmaktadır. Bilgi teknolojilerinin kullanılması, günümüzde yapılan müzecilik faaliyetlerinde standart haline gelmiştir. Günümüzde bilgi teknolojileri müzede yapılan tüm işlerde kullanılır olmuştur(Yıldırım,2012, s. 11).

Yukarıdaki bilgilerden anlaşılacağı üzere bilgi teknolojileri ve bilgisayarlar müze ve müzeciliğe faydası olmuştur. Bilgi teknolojileri ile sergilenen eşyalar bilimsel kıstaslara göre sunulmaktadır. Bunun yanında sergilenen eşyaların zarar görmemesi açısından, obje internet ortamına aktarılarak internet üzerinden sergilenebilmektedir. Sergilenen eşyalarla ilgili ziyaretçilerin anında bilgilendirilmesi için objenin altına veya yanına bilgisayarlar konulup bilgilerin aktarılması ve ziyaretçiyi doğru yerlere

yönlendirmesi açısından bilgi teknolojileri ve bilgisayarlar günümüzde müzecilik için olmazsa olmaz araçlar durumundadır.

2.3.2. Bilgi Teknolojilerinin Müzeciliğe Sağladığı Hizmetler

Yukarıda değinildiği gibi bilgi teknolojisinin müzeciliğe sağladığı birçok yararlar vardır. Bu başlık altında bilgi teknolojilerinin müzeciliğe hangi konularda katkı sağladığı ve müzelerin bunlardan ne derece yararlandığına değinilecektir.

Bu konuları belirlemek ve bilgi vermek için ICOM'un 2007 yılında yapmış olduğu müze tanımından faydalanılacaktır.

ICOM müzeyi şu şekilde tanımlamaktadır: “müze toplumun ve toplumun gelişimi hizmetinde olan insanlığın ve çevresinin somut ve somut olmayan mirasını elde eden, koruyan, araştıran, ileten ve sergileyen, eğitim, çalışma, yararlanma amaçlı kâr amacı gütmeyen kalıcı bir kurumdur”(ICOM, 2015).

Yukarıdaki tanıma bakıldığında müzelerin amacı birden fazla olduğu görülmektedir. Bu amaçlar, somut olan eserleri elde etme, koruma, araştırma, iletişim, eğitim ve sergilemedir. Bu görevler ile bilgi teknolojileri arasındaki bağ açıklanacaktır. Belirtmek gerekir ki somut olan eserleri elde etme kelimesi aşağıda koleksiyonculuk şeklinde ele alınacaktır.

Teknolojinin son yıllarda hızlı bir şekilde gelişmesiyle birlikte koleksiyonculuğa da farklı bir bakış açısı getirmiştir. Nitekim çoğu müze bilgi teknolojilerinin vermiş olduğu avantaj ile koleksiyonculuğa artık dijital boyut da eklenmiştir. Bir başka deyişle geleneksel koleksiyonculuğun yanına dijital koleksiyonculuk da eklenmiştir. Dijital koleksiyonculukla birlikte birtakım yenilikler de söz konusu olmaya başlamıştır.

Geleneksel koleksiyonlarda nesne, estetik değeri ve içerdiği tüm anlamlar sebebiyle korunur ve sergilenir. Buna paralel olarak, nesne farklı kişiler tarafından farklı anlamları ve ilişkileri ile değerlendirilir ve değer kazanır. Dijital koleksiyonlarda ise her türlü metin görüntü ve ses toplanabilirken bunların ilişkilendirilebileceği kişiler, mekânlar, tarihsel veya sanatsal dönemler, kurumlar, buluşlar, olaylar da koleksiyona

dâhil edilebilmekte, zaman içerisinde bu bilgiler üzerinde değişiklik yapılabilmektedir(VEKAM,2007).

Yukarıdaki bilgiler incelendiğinde koleksiyonculuğa dijital boyutun da eklenmesiyle birlikte veya bir başka deyişle bilgi teknolojilerinin koleksiyonculuğa nüfuz etmesiyle birlikte koleksiyonculuk çok yönlü olmuş ve zenginleşmiştir. Geleneksel koleksiyonculukta bir nesne hakkında bilgiler sadece yazılı olarak sunulmaktaydı fakat bilgi teknolojilerinin bu alana etki etmesi ile birlikte koleksiyonu ziyaret eden insanlar eser hakkında daha fazla bilgiye sahip olmakta ve çeşitli düşünce biçimleri sunarak eser hakkında değişik yönleri keşfetmeye yardımcı olur.

Bilgi teknolojilerinin koleksiyonculuğa getirmiş olduğu ve müzecilikte son yıllarda kullanılmaya başlanan bir diğer avantaj ise, müzelerde bulunmayan veya geçmiş dönemde bir ülkede meydana gelen yağma, eser kaçakçılığı gibi durumlardan ötürü yitirdiği eserleri dijital ortama aktararak eksiliğini gidermiş olmasıdır. Böylelikle müzeler bu açığını yani kaybetmiş oldukları veya çalınan eserlerden doğan eksikliğini dijital ortama aktararak ziyaretçilerine farklı bir deneyim oluşturmaktadırlar(Saraç,2012).

Schweibenz(1998)'e göre internet, müzelere resim, ses, metin, video ve koleksiyonlara uzaktan erişimi sunan objelerin ve bilgilerin sunulmasını vaat eden interaktif hiper medya ortamına bağlanma imkanı sunuyor(Schweibenz, 1998, s. 189).

Müzelerin bir diğer görevi ise korumadır. Müzeler sahip olmuş oldukları eserleri ve koleksiyonları korumakla mükelleftirler. Bilgi teknolojilerinin bu alanda müzelere sağladığı yarar muhakkak ki vardır. Öncelikle koruma tanımını yapmak gerekmektedir. Tanımdan yola çıkarak bilgi teknolojilerini müzecilikte koruma anlamında ne gibi yararlar sağladığı belirlenecektir.

Koruma, müze koleksiyonundaki yapıtların sergilenme ya da depolanma koşulları altında yaşam süreçlerinin uzatılması için alınan tüm önlemlerdir(Boyar, 2006). Bir başka tanıma göre koruma, her türlü doğal afet, eser kaçakçılığı, yağmalama veya talan gibi durumlara karşı aynı zamanda objelerin veya maddi bulguların

sergilenmesi ve depolanması durumlarında meydana gelebilecek birtakım olumsuz durumlardan etkilenmemeleri için alınan tedbirlerdir(Gürhan, 2012).

Tanımlar incelendiğinde korumanın sadece sosyal olaylara karşı bir tedbir olmadığını aynı zamanda doğal afet veya olaylara karşı da bir tedbir olduğu açık bir şekilde anlaşılmaktadır. Bilgi teknolojilerindeki hızlı ilerleme müzelere de koruma konusunda yardım sağlamaktadır. Güvenlik için kamera konulması, kaçakçılığın önüne geçmek gibi durumlara karşı turnike sisteminin konulması müzeciliğe sağlanan olumlu katkılardandır. Turnike sistemi ayrıca müzelerin günlük ve yıllık ziyaretçi sayılarını belirlemede de etkin bir şekilde kullanılmaktadır. Bunların dışında kartla geçiş sisteminin de kullanılması bilgi teknolojilerinin müzelere sağladığı avantajlardan biridir.

Koruma denilince akla sadece kaçakçılık gibi yağma gibi durumlar gelmemelidir. Son dönemlerde müze olarak kullanılan tarihi eserlerin restorasyonuna da büyük bir önem verilmektedir. Teknolojinin getirmiş olduğu yenilikler ile müze olarak kullanılan yapılar aslına uygun olarak tekrar inşa edilmektedir. Böylelikle müze olarak kullanılan yapıların orijinalliğine de bağlı kalınmaktadır.

Araştırma konusunda ise müzeler kendilerini gün geçtikçe geliştirmektedirler. Bünyelerinde buldurmuş oldukları eserlerin kataloglanması, dijital ortama aktarılması, bünyelerinde kütüphaneler ve medya merkezlerinin açılması araştırma yapmak isteyen öğretim üyeleri, öğrenci ve çeşitli meslek gruplarına büyük ölçüde yarar sağlamaktadırlar. Böylece araştırmacılar istemiş oldukları veya hedefledikleri bilgilere hızlı ve kolay bir biçimde ulaşmaktadırlar(Yıldırım, 2012).

İletişim konusu da müzeler açısından son derece önemli bir konudur. Özellikle son yıllarda bilgisayar ve internet kullanımının artması neticesinde birçok kurum kendi internet sitelerini kurmuştur.

Günümüz müzelerinde de buna benzer sistemler kullanılmaktadır. Müzelerin, internet sayfalarını kullanımına karşı olan alakası her gün artmakta, müzelere ait bilgiler ve haberler bu siteler vasıtasıyla duyurulmaktadır. Aynı zamanda müzeler düzenlemiş oldukları etkinliklerle ilgili çeşitli video görüntülerini de kendi internet siteleri vasıtasıyla geniş kitlelerle paylaşmaktadır. Esas önem arz eden konu ise müze

bünyesinde gerçekleşecek olan sergilerin, sempozyumların, konferansların ve eğitim uygulamalarının basılı afişlerine ve duyurularına müzelerin oluşturdukları internet sayfalarından ulaşılmasıdır. Böylece gerçek veya tüzel kişiler basılı belgelere rahatlıkla ulaşabilmektedir. (Boyraz, 2011).

Önceki bölümlerde de değinildiği gibi müzeler artık eserlerin ve koleksiyonların sergilendikleri yerler olmaktan çıkmış, sergilemenin yanında da eğitim, araştırma gibi faaliyetlerin gerçekleştirildiği merkezler haline gelmiştir. Bundan ötürü müzeler yani sergilemenin dışında da gerçekleştirdiği eğitim araştırma, seminer gibi faaliyetleri bilgi teknolojilerini kullanarak duyurmak istemektedirler. Ayrıca günümüzde müzeler kendi uygulamalarını yaratmaktadırlar. Böylece müzeyi önceden ziyaret etmeyi planlayan insanlar müze hakkında ulaşım bilgileri, sergilenen eserler, koleksiyon bilgileri gibi konularda iletişim teknolojileri sayesinde bilgi sahibi olmaktadır.

Eğitim sadece okullarda verilen bir süreç değildir. Eğitim okul dışında aile gibi birçok kurumda da verilmektedir. Bunlardan bir tanesi ise müzelerdir. Müze'nin tanımında da değinildiği üzere müzenin bir eğitim amacı da bulunmaktadır.

Müzelerin eğitim maksadıyla kullanılması topluma birden fazla yönden yarar sağlayacaktır. Öncelikle müze, eğitim bilimlerinde önemli bir ilke olan “yaşayarak öğrenme” kaidesinin gerçekleşmesine yönelik uygun bir ortam sunmaktadır. Müzelerde yer alan objelerden ilham alınarak drama, hikâye anlatımı ve sanat çalışmaları yapılabilir. Geçmiş dönemlerde yaşamış önemli kişiler ve tarihe iz bırakan önemli olaylar canlandırılarak öğrencilerin empati kurma ve kanıtları kullanma gibi yetenekleri geliştirilebilir veya kazandırılabilir. Müze ile eğitimin birlikte yer aldığı bir süreçte öğrenciler objeleri gözlemleyebilir, nesnelere ilgi kurabilir, kendilerini daha rahat bir şekilde ifade edebilir, müzenin verdiği mesajı anlayabilir ve kültürel değerleri idrak etmede daha arzulu olabilir(Tüzün, 2010).

Yukarıda görüldüğü üzere müzeler vasıtasıyla birden fazla eğitim metodu müze vasıtasıyla gerçekleştirilebilir. Ayrıca müzelerde dokunarak öğrenme ve diğer metotlar ileride genç yaştaki öğrenciler için meslek seçiminde yardımcı olur. Çünkü müzenin vermiş olduğu mesajı kendi kişilik ve yeteneklerine uygun olması

durumunda birey kendi mesleği olarak müzecilik ve müzecilikle alakalı bir meslek grubunu seçecektir. Eğitim çağındaki bir birey objeyi gözlemleme yolu ile yorum yeteneğini geliştirebilir.

Sergileme konu müzeler için hassasiyetle üzerinde durulması gereken bir konudur. Müzeler sahip olmuş oldukları koleksiyonları ve eserleri çağın gerekliliklerine göre sunmalıdırlar.

Ne tür sergileme sisteminin, ne maksatla kullanılacağı ve iletilmek istenen mesajın hangi oranda verileceği konusu önem taşımaktadır. Bundan dolayı müze yöneticileri ve müze personeli sergileme teknolojisi konusunda meydana gelen yenilikleri sürekli takip etmeli, bunların çalıştıkları müzelerde uygulanabilme durumunu araştırmalı ve müze sergilerini daha da etkili duruma gelmesini sağlamalıdırlar(Boyras,2011).

Müzelerde çalışan uzman kişilerin ve diğer çalışanların sergilemenin daha anlamlı ve anlaşılır hale gelmesi açısından teknolojik gelişmeleri ilgi ve dikkatle izlemesi gerekmektedir. Teknolojik anlamdaki gelişmeler sergilenen objenin veya koleksiyonun daha kolay idrak edilmesine yardımcı olacağı gibi, insanların objelere farklı açıdan bakmalarını da sağlayacaktır. Aynı zamanda bilgi teknolojisinin sergilenen koleksiyon ve yapıların estetik değerini de artmasında olumlu katkıda bulunacaktır.

Telekomünikasyon teknolojilerinin kullanımı, müzelere ilginç görüş açısı ve sanal müze yaratılması dolayısıyla da geleneksel müzeye yeni, dijital taraflar eklenmesi fırsatını sunuyor. Bu yolla müzeler ve sundukları dijital bilgiler, gelişen multimedya endüstrisi ve halka sosyal yardım yapan müze girişimleri için çekiciliğin özü olacak(Schweibenz, 1998 ,s.189).

Bilgi teknolojilerinin yukarıda bahsedildiği üzere müze ve müzecilik kavram ve konularına getirmiş olduğu yeniliklerin önemi son derece büyüktür. Bilgi teknolojilerinin kullanımı müzenin daha fazla insana ulaşmasını sağlayacaktır. Aynı zamanda koleksiyonlarını dijital ortamda sergileme fırsatı da müzelere sunulmaktadır. Bunun yanında bilgi teknolojileri müzelere sanal müze uygulamasını da sunarak, ziyaretçilerin gidemediği müzelere de internet ortamında gezi imkânını sunuyor. Bu bağlamda Ankara'da yer alan müzelerin kendi internet sitelerinde

gerekli düzenlemeleri yapmaları bilinirlik ve tercih edilebilirlik konularında bir adım öteye taşıyacaktır.

2.4. Müze Turizmi

Müzeler, kültür turizminin en önemli parçalarından biridir. Bir destinasyon bölgesinde yer alan müzeler, bölgedeki kültürel birikimi aktarmada mühim bir misyon üstlenmektedirler. Sadece bir ülkede yer alan müzeleri görmek için de turizm faaliyetini gerçekleştiren insanlar mevcuttur.

Müze ile turizm birbirine ortak yarar temin edebilir. Turizm sayesinde müzelerde tutulan koleksiyonların bilinirliği çoğalırken, müzeler turizm bakımından alternatif destinasyonlar meydana getirerek, turist miktarının yükselmesine olumlu bir şekilde sebep olur, aynı zamanda kendi bölgesine veya bölgelerine ekonomik bakımdan kazanç sağlar(Kervankiran, 2014, s. 348).

Müze turizmini sadece uluslararası bir turizm hareketi şeklinde düşünmek hata olur. Müze turizmi yabancı turiste yönelik olduğu gibi yerel turiste de yöneliktir. Özellikle yaz aylarında müzelerin belirli yerlerinde düzenlenen konser, sergi vb. etkinlikler müze turizmini sağlamak içindir. Türkiye’de de bu hareketliliği görmek mümkündür. Ayrıca Türkiye’nin müzelerle ilgili 2023 Turizm Stratejisinde yer alan “Uluslararası standartlarda kentsel sembol oluşturacak şehir müzeleri kurulacaktır.” ifadesi müzelerin turizm açısından önemini kavranmasını gösteren bir örnektir.

Müzelerden ve eski eserlerden turizm açısından ne şekilde faydalandığını anlamak için turizm sektörü açısından önemli olan iki ülkeye yani İtalya ve Fransa’dan bu husustaki uygulamalara bakılabilir. Fransız müze yöneticileri, yapmış oldukları müze gecelerinde etkili ışıklandırma ile ziyaretçilere açılan büyük ve önemli müzelerinin giriş fiyatlarını, olağan ziyaret ücretlerinin dört-beş katına yükseltmektedir. Fransa’da yapılan diğer uygulamada ise, müzeye giriş fiyatı kadar fotoğraf çekim ücreti ödemek koşuluyla müzelerde turistlerin hatıra resimleri çekmelerine izin verilmesidir. İtalyanlar yöneticiler de Fransız müze yöneticileri gibi tüm gün çalıştığı için gündüz müzeleri görmeye ve ziyaret etmeye zaman ayıramayan insanları müzelerden faydalandırma fikriyle geceler tertip etmektedir. Ayrıca İtalya’da, Turizm İdaresi, tarihsel yapılar içinde sahneler hazırlatıp yaz aylarında çeşitli

etkinlikler düzenlemekte, konserler icra ettirmekte, opera konserleri verdirmektedir. Bu örneklerden de anlaşılacağı üzere turistlerin boş zamanlarını en faydalı bir biçimde doldurmak, onları en üst tatmin seviyesine getirmek ve müzeye gelen insanların gönülleri rahat bir biçimde fazladan para vermelerini sağlamak için her şey detaylı bir biçimde düşünülmüştür(Sezer, 2010).

Yukarıdaki bilgilere bakarak Müze Turizmi tanımlanmaya çalışılacaktır. Müze turizmi, kültürel miras ile ilgili her şeyin sergilendiği, bulunduğu destinasyona ekonomik kâr sağlayan, bir ülke veya şehrin bilinirliğini artırıp imajını olumlu etkileyen, çeşitli etkinlikler düzenleyerek insanların bilinçlenmesini sağlayan bir turizm türüdür.

Müze turizminin tanımından sonra Dünya’da müze turizmi başlığı altında en fazla 2014 yılında ziyaret edilen 3 müzeye değinilecek, daha sonra bu durum Türkiye’de müze turizmi başlığı altında 2014 yılında en fazla ziyaret edilen 3 müzeye değinilecektir.

2.4.1. Dünya’da Müze Turizmi

Günden güne teknoloji ve ulaşım araçlarının gelişmesi ile birlikte insanlar gittikleri turistik destinasyonlarda yer alan müzeleri ziyaret etmeye başlamışlardır. Müze ve müzeciliğin tam anlamıyla yerleştiği ve yarattığı marka ile müzeler dünyanın her yerinden turist çekmektedir. Bu başlığın altında dünyada en fazla ziyaretçi çeken 3 müzeye dair bilgiler verilip ziyaretçi sayıları paylaşılacaktır.

2.4.1.1. British Museum

British Museum 1753’te dünyanın ilk ulusal müzesi olarak kuruldu. British Museum’un kökleri fizikçi, doğa bilimci ve koleksiyoncu olan Sir Hans Sloane’ye kadar uzanır. Yaşamı boyunca Sloane, ölümünden sonra bozulmamış olarak sergilemek istediği 71.000 objeyi toplamıştır. Bu yüzden Sloane bütün koleksiyonunu kral II. George’ye mirasına 20.000 pound ödemesine karşılık miras bıraktı. 7 Haziran 1753’te mirasın kabul edilmesiyle Sanat Parlamentosu British Museum’u kurmuş oldu. Kurulan koleksiyon geniş bir şekilde kitapları, el yazmaları, doğal nesnelere ve bazı para, madalya, metin ve resimleri içeren antikaları

içermekteydi. 1757’de Kral II. George İngiliz hükümdarlarının Kraliyet kütüphanesini özel el yazmaları ile donattı. 15 Haziran 1759’da British Museum halka açıldı(British Museum, 2015).

British Museum’un orijinal koleksiyonları içerisinde antikalar, para ve madalyalar, doğal tarihi nesnelere ile geniş bir kütüphane bulunmaktadır. Ayrıca dünya kültüründen yaklaşık 8 milyon nesne bulunmaktadır(British Museum, 2015).

2013 yılında British Museum’a gelen kişi sayısı 6.701.036 olarak açıklanmıştır. Aynı yılda müze birden fazla önemli sergilere de ev sahipliği yapmıştır. Bu sergiler şunlardır: Ice Age Art: arrival of the modern mind; Life and death in Pompeii and Herculaneum and Shunga: sex and pleasure in Japanese art. Life and death in Pompeii and Herculaneum 471.000 ziyaretçi tarafından ziyaret edilmiştir. Aynı zamanda bu sergi müze tarafından sergilenen ilk canlı sinema olması açısından da önemlidir(British Museum,2015).

British Museum sahip olmuş olduğu koleksiyonlar neticesinde çağımızda dünya tarihinin neredeyse tamamını barındıran bir müze olduğu açıktır. Özellikle Anadolu’dan eserlerin götürüldüğü ve her medeniyete ait eserlerin barınması bakımından bu müze İngiliz Turizmi açısından son derece büyük bir öneme sahiptir. Dikkat edilmesi gereken diğer bir nokta ise 2013 yılında müzeye gelen ziyaretçi sayısıdır. Bu rakam açık bir şekilde göstermektedir ki müze bir destinasyon için markadır ve imajdır. Aynı zamanda bu rakam müzeciliğin tam anlamıyla kurumsallaştığı, uygulandığı anlamına da gelmektedir. Bu sayede müze işletmeciliği de uzmanlaşmıştır. Bir müzenin bilinirliğinin artması da sergi açısından da önemlidir. Özellikle sergilerini sergilemek isteyen sanatçılar müzelerin bilinirliğine bakmaktadırlar. Bu açıdan müze gerek turizm gerek sanat açısından son derece önemli pozisyona veya konuma sahiptir.

2.4.1.2. Louvre Museum

Başarı mimari değişimi ile Louvre 12. Yüzyılın sonlarından beri Paris’in merkezine hâkim durumdadır. Kentin batı tarafına inşa edilen müze, şehrin büyümesinden dolayı orijinal yapısı zamanla şehri çevrelemiştir. İlk zamanların ürkütücü kalesi, ilk

olarak I. François'ın modern konutuna, daha sonra ise "Güneş Kral" XIV. Louis'in görkemli sarayına dönüştü(Louvre Museum, 2015).

Louvre koleksiyonu, ortaçağdan 1848'e kadarki Batı sanatını, antik dünya medeniyetinin biçimlendirici çalışmalarını ve İslami sanat eserlerini kapsar(Louvre Museum, 2015).

Louvre müzesindeki koleksiyonlar sekiz bölüme ayrılmıştır. Bu bölümler şunlardır: Resim Koleksiyonu, Mısır Antikaları, Yunan, Roma ve Etrüsk Antikaları, Yakın Doğu Antikaları, Heykeller, Dekoratif Sanatlar, İslami Sanat ve Baskı ve Çizimler.

2013 yılında Louvre Müzesini 9.334.435 kişi ziyaret etmiştir(The Art Newspaper Special Report Spring/summer 2014).

Louvre Müzesi, sahip olduğu koleksiyonuyla ve tarihi dokusuyla Avrupa'da önde gelen müzelerdendir. Koleksiyonun çeşitliliği destinasyon tercihinde son derece cazip bir seçenek oluşturmaktadır. Özellikle dünyaca ünlü Mona Lisa tablosunun bu müzede olması turistlerin nazarında daha tercih edilebilir bir konuma sürüklemektedir. Ayrıca dikkat edilmesi gereken bir nokta ise müze koleksiyonu bölümünde yer alan, sanat değeri yüksek olan Resim Koleksiyonudur. Sanata ilgi duyan, geçmişte yapılan resimleri merak eden insanlar ve sanatçılar, kendi alanlarında yapılan çalışmalarını görmek için yine bu müzeyi tercih ederler.

2.4.1.3. The Metropolitan Museum of Art

The Metropolitan Museum of Art'ın kökleri bir grup Amerikalının sanat galerisi ve ulusal bir enstitü yaratmak, sanatı ve sanat eğitimi Amerikan insanlarına taşımak için karar verdiği 1866 Paris, Fransa'ya kadar uzanır. Fikri hazırlayan avukat John Jay Fransa'dan Amerika'ya dönmesi üzerine projeye hızlı bir şekilde ilerledi. Jay's'in başkanlığı altında New York Union League Kulübü amacı için sivil liderleri, iş adamlarını, sanatçıları, koleksiyoncuları ve hayırseverleri topladı. 13 Nisan 1870'de The Metropolitan Museum of Art halka açılmasıyla kurulmuştur. Aynı yılın 20 Kasım'ında Müze ilk objesini yani bir Roma Lahitini elde etti(The Metropolitan Museum Of Art,2015).

The Metropolitan Museum of Art organizasyon ve bünyesinde bulundurmuş olduğu bölümler itibariyle yukarıda değinilen diğer müzelerden farklılık gösterir. Bu müzede göze çarpan iki bölüm bulunmaktadır. Bunlardan birincisi koleksiyonların sergilenmesi için olan küratör bölümü, ikincisi ise araştırma ve koruma için olan bölüm. Birinci bölüm olan küratör bölümde on yedi adet kategori vardır. Bunlar şunlardır: Yerel sanatı göstermede kullanılan American Wing, Antik Yakın Doğu Sanatı, Silah ve Zırh Koleksiyonu, Afrika, Okyanusya ve Amerika Sanatı, Asya Sanatı, Kostüm Enstitüsü, Resim Koleksiyonu, Mısır Sanatı, Avrupa Çizimleri, Avrupa Mimarisi ve Dekoratif Sanatlar, Yunan ve Roma Sanatı, İslami Sanat, Robert Lehman Koleksiyonu, Ortaçağ Sanatı ve Müzeye girişte kullanılan dehliz, Modern ve Çağdaş sanat, Müzik Enstrümanları ve Fotoğraf bölümü olmak üzere tam 17 adettir. İkinci bölümde ise Objeleri Koruma, Resimleri Koruma, Kağıt Koruma, Fotoğraf Koruma, Bilimsel Araştırma ve Tekstil Koruma bölümleri olmak üzere altı bölüm mevcuttur.

2013 yılında bu müzeye gelen ziyaretçi sayısı 6.726.727 kişi olarak açıklanmıştır(The Art Newspaper Special Report Spring/summer 2014).

Yukarıdaki bilgiler incelendiğinde The Metropolitan Museum of Art bünyesinde bulundurduğu çeşitli departmanlarla diğer müzelerden farklı özellik göstermektedir. Ayrıca araştırma ve koruma bölümlerinin olması bu müzeyi bilim merkezi haline de getirmektedir.

Genel bir değerlendirme yapıldığında yukarıda incelenen ve bilgi verilen üç müze, Müze ve Müzeciliği tam anlamıyla benimsemiş ve pratikte uygulamış ve uygulamakta olan kurumlardır. Bu uzmanlaşma yukarıdaki müzeleri gerek sergilerin uluslararası ve yerel ziyaretçilere sunulmasında gerekse de destinasyon tercihinde ön plana çıkartmaktadır. Ayrıca dikkat edilirse değinilen müzelerin hepsinin bir tarihi dokusu mevcuttur. Bu tarihi doku da müzeleri ön plana çıkaran sebepler arasındadır. Diğer bir çekici unsur ise müzelerin geçmiş dönemlere ve medeniyetlere ait geniş eserlere sahip olmasıdır. Bu çeşitlilik her milliyet ve dinden insanı müzeye çekmekte ve bu durum ülke turizmine olumlu bir şekilde yansımaktadır.

2.4.2. Türkiye’de Müze Turizmi

Bu bölümde Türkiye’de 2014 yılında en fazla ziyaretçi çeken müzelere yer verilecektir. Bu müzeler ile ilgili bilgiler verilecek olup ziyaretçi sayıları açıklanacaktır.

2.4.2.1. Topkapı Sarayı Müzesi

Fatih Sultan Mehmed’in 1453 yılında İstanbul’u fethetmesinden sonra 1460 yıllarında yapımına başlanan ve 1478 yılında tamamlanan Saray; Marmara Denizi, İstanbul Boğazı ve Haliç arasındaki tarihi İstanbul yarımadasının ucundaki Sarayburnu’nda bulunan Doğu Roma akropolü üzerindeki 700.000 metrekarelik bir alan üzerine kurulmuştur. Fatih Sultan Mehmed’den itibaren otuzbirinci padişah Sultan Abdülmecid’e kadar yaklaşık dört yüz yıl süreyle imparatorluğun idare, eğitim ve sanat merkezi olarak kullanılmıştır. XIX.yüzyılın ortalarında hanedanın Dolmabahçe Sarayı’na taşınması ile terkedilmiş olmasına rağmen önemini her zaman korumuştur. Türkiye Cumhuriyetinin kuruluşundan sonra, 3 Nisan 1924 yılında müze haline getirilen ve Cumhuriyet’in ilk müzesi olan Topkapı Sarayı Müzesi, günümüzde yaklaşık 400.000 metrekarelik bir alan kaplamaktadır. Kara tarafından Fatih’in yaptırdığı Sur-i Sultani, deniz tarafından ise Doğu Roma surları ile şehirden ayrılan Topkapı Sarayı, mimari yapıları, koleksiyonları ve yaklaşık 300.000 arşiv belgesi ile dünyanın en büyük saray-müzelerinden biridir(Lulu Tata Çocuklu Gezi Rehberi, 2015).

Topkapı Sarayı Müzesi’nde yer alan koleksiyonlara bakıldığında ise oldukça geniş ve önemli bir koleksiyon göze çarpmaktadır. Müze’de yer alan koleksiyonlar şunlardır: Avrupa Porselenleri, Bakır ve Tombak Mutfak Eşyası, Çin ve Japon Porselenleri, Gümüşler, Hırka-i Saadet Dairesi ve Kutsal Emanetler, İmparatorluk Hazinesi, İstanbul Cam ve Porselenleri, Padişah Kaftanları, kumaşlar, halılar ve kutsal örtüler, Padişah Portreleri ve Resim Koleksiyonu ve Silahlar olmak üzere on adet koleksiyon bulunmaktadır(Topkapı Sarayı Müzesi, 2015).

Topkapı Sarayı Müzesi, araştırmacılara Saray Arşivi ve Yazma Eserler bölümleri altında, araştırmacılara eserler üzerinde araştırma yapması ve daha yeni bilgilere ulaşması için hizmet sağlamaktadır.

Görüleceği üzere Topkapı Sarayı Müzesi sahip olmuş olduğu koleksiyon ve tarihi dokusuyla Avrupa'nın sayılı müzeleri ile rekabet edebilecek düzeydedir. Topkapı Sarayı Müzesi zengin koleksiyona sahip olmasına rağmen, bu koleksiyon Avrupa'da yer alan müzeler ile karşılaştırıldığında çeşitlilik arz etmemektedir.

2014 yılında Topkapı Sarayı Müzesi'ne gelen ziyaretçi sayısı 3.553.078'dir(DÖSİM, 2015).

Topkapı Sarayı Müzesi'ne gelen ziyaretçi sayısı ile önceki başlıkta değinilen müzelere gelen ziyaretçi sayısı karşılaştırıldığında rakam oldukça düşük ve geri bir seviyededir.

2.4.2.2. Ayasofya Müzesi

En çok ziyaret edilen müzeler arasında yer alan Ayasofya; sanat ve mimarlık tarihi bakımından dünyanın en önde gelen anıtlardan biri olup, dünyanın 8. harikası olarak gösterilmektedir. Bu yapı daha VI.yy'da Doğu Romalı Philon tarafından da, dünyanın 8.incisi harikası olarak nitelendirilmiştir. Bugünkü Ayasofya aynı yerde fakat öncekilerinden farklı bir mimari anlayışla yapılmış olan üçüncü yapıdır. Bu yapı, İmparator Justinianos tarafından (527-565) dönemin iki önemli Mimarı olan Tralles'li (Aydın) Anthemios ile Miletos'lu (Balat) İsidoros'a yaptırılmıştır(Ayasofya Müzesi, 2015). Yapımına 23 Şubat 532'de başlanmış, 5 yıl 10 ay gibi kısa bir sürede tamamlanarak büyük bir törenle, 27 Aralık 537' de ibadete açılmıştır. 916 yıl kilise olan yapı, 1453 Yılında Fatih Sultan Mehmed tarafından İstanbul'un fethiyle camiye çevrilerek, 482 yıl cami olarak kullanılmıştır. Atatürk'ün emri ve Bakanlar Kurulu'nun Kararı ile 1935 yılında Ayasofya müze olarak kapılarını ziyarete açmıştır(Lulu Tata Çocuklu Gezi Rehberi ,2015).

Ayasofya Müzesi'nde yer alan koleksiyonlar şunlardır: İkona ve Kilise Eşyaları, Türbe Eşyaları ve Taş Eserler(Ayasofya Müzesi, 2015).

Yer alan koleksiyonlar gerek Müslüman gerekse de Müslüman olmayan insanlar için önem atfetmekte ve Ayasofya Müzesi'ni daha çekici hale getirmektedir. İstisnasız olarak İstanbul'a her giden insanın uğradığı bir mekan olan Ayasofya Müzesi aynı

zamanda iç mekanında bulundurmuş olduğu çini, mozaik, mihrap, minber, kütüphane ve diğer unsurlarla birlikte turizm açısından son derece önemli bir yere sahiptir.

2014 yılında Ayasofya Müzesi'ne gelen ziyaretçi sayısı 3.574.043'tür(DÖSİM, 2015).

2.4.2.3. Mevlana Müzesi

Bugün müze olarak kullanılmakta olan Mevlâna Dergâhı'nın yeri, Selçuklu Sarayı'nın Gül Bahçesi iken bahçe, Sultan Alâeddin Keykubad tarafından Mevlâna'nın babası Sultânü'l-Ulemâ Bâhaeddin Veled'e hediye edilmiştir. "Kubbe-i Hadra" (Yeşil Kubbe) denilen türbe dört fil ayağı (kalın sütun) üzerine 130.000 Selçukî dirhemine Mimar Tebrizli Bedrettin'e yaptırılmıştır. Bu tarihten sonra inşâ faaliyetler hiç bitmemiş 19. yüzyılın sonuna kadar yapılan eklemelerle devam etmiştir. Mevlevî Dergâhı ve Türbe 1926 yılında "Konya Âsâr-ı Âtîka Müzesi" adı altında müze olarak hizmete başlamıştır. 1954 yılında ise müzenin teşhir ve tanzimi yeniden gözden geçirilmiş ve müzenin adı "Mevlâna Müzesi" olarak değiştirilmiştir(Kaylıhan Zeybek, 2015).

2014 yılında Mevlana Müzesi'ne gelen ziyaretçi sayısı 2.075.056'dır(DÖSİM, 2015)

Genel bir değerlendirme yapılacak olursa Türkiye'de Müze Turizminin alacağı çok yol vardır. Öncelikli olarak müzelere gelen ziyaretçi sayısını artırmak ve koleksiyon zenginliğini çoğaltmak için, ülkeden kaçırılan eserlerin tekrar Türkiye'ye getirilmesi sağlanmalıdır. Ünlü ressamların veya sanat adamlarının koleksiyonlarının ülkede herhangi bir müzede sergilenmesi için gerekli çalışmalar yapılmalıdır. Bu durum hem ülke turizmine katkı sağlayacağı gibi müzelerin bilinirliğine ve imajına olumlu katkıda bulunacaktır. Aynı zamanda müze potansiyeli açısından zengin olan şehirlerin, bünyesinde barındırmış oldukları müzeleri tanıtıcı faaliyetlerde bulunmalı ve yetkili kurumların üzerine düşen görevleri ve sorumlulukları yerine getirmeleri gerekmektedir. Türkiye Müze açısından son derece zengin bir ülkedir. Eski çağlardan bu zamana kadar Anadolu topraklarında hüküm sürmüş olan medeniyetlerin tarihine sahip olan Türkiye bu potansiyeli iyi değerlendirmeli ve hedefini yüksek tutmalıdır. Aynı zamanda müzeler tanıtma ve pazarlama faaliyetlerine yoğun bir şekilde katılarak yerel ve yabancı turistlerin destinasyon

seçiminde cazip ve belirleyici unsur olarak ön plana çıkması gerekmektedir. Türkiye’de yer alan müzeler kendi internet sitesini oluşturmalı ve çağın gerekliliklerine göre bu internet sitelerini donatmalıdır.

Dünya’da özellikle Avrupa ve Amerika’da müzecilik tam anlamıyla oturmuş ve yerleşmiştir. Müzeler, turistlerin destinasyon seçiminde önemli bir faktör olmaktadır. Gün geçtikçe müzeler, bulunmuş oldukları şehirler ile özdeşleşir duruma gelmektedirler. Koleksiyon açısından da son derece zengin olan bu müzeler gerek iç gerekse de dış turizm açısından ülkelerine olumlu katkılar sağlamaktadırlar.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. ANKARA'DAKİ MÜZELERİN PAZARLAMA STRATEJİLERİ VE DESTİNASYON REKABETİ

3.1. Ankara Kavramı, Ankara'nın Tarihî ve Coğrafi Yapısına Genel Bakış

Ankara adının nereden geldiği tam olarak bilinmemektedir. Resmi belgelere dayanmayan ve günümüze kadar ulaşan söylentilere göre; tarihte geçen ilk adı Galatlar tarafından verilmiş olan ve Yunanca çapa anlamına gelen Ankyra'dır. Bu isim zamanla değişerek Ancyre, Engüriye, Angara, Angora ve nihayet Ankara olmuştur(Gençlik Haber Sitesi, 2015).

Ankara'nın doğusunda bulunan Çorum ili sınırları içinde yer alan Boğazköy'de (Hattuşa) yapılan kazılarda, şehirle ilgili önemli bulgular elde edilmiştir. Bazı yabancı tarihçilere göre Hitit eserlerinde sıkça rastlanan Ankuwa, büyük bir olasılıkla bugünkü Ankara şehrinin bulunduğu yerdedir. Hititlerden sonra yöreye Friglerin hâkim oldukları görülmektedir. Eski çağ kaynaklarındaki bir efsaneye göre de Ankara'yı büyük Frig kralı Midas kurmuştur. Şehir merkezi Ulus'ta yapılan kazılarda, Friglerin oturduğuna dair kesin bilgiler elde edilmiştir. Frig devletinin yıkılmasında birinci derece rol oynayan Kimmer istilasından sonra Ankara Lidyalıların eline geçmiştir. Fakat bu hâkimiyet Pers kralı Kyros'un bütün Anadolu ile birlikte Ankara'yı da zapt etmesi üzerine çok çabuk sona ermiştir. Aradan iki asır geçtikten sonra Büyük İskender, Anadolu'daki Pers hâkimiyetine son vermiştir. İmparator Augustus'un Ankara'yı kesin olarak almasından sonra burası bir eyalet olarak gelişmiş, mabetler, Pazar yerleri, yollar ve suyuolları yapılmıştır. Ankara 334 – 1073 yılları arasında Bizans İmparatorluğu'nun hâkimiyeti altında kalmıştır. Bu süre zarfında da Hıristiyanlığın Anadolu'daki önemli bir merkezi olmuştur. VII. Yüzyıldaki Sasani akınlarından sonra Araplar şehri bir süre ellerinde tutmuşlardır. Ankara'nın kaderi Bizans ordularının Selçuklu Sultanı Alparslan tarafından 1071 yılında mağlup edilmesiyle sonuçlanan Malazgirt Meydan Muharebesi ile tayin edilmiştir(Gençlik Haber Sitesi, 2015).

Bu galibiyet sonucunda şehir Türklerin eline geçmiştir. Ankara'nın Türklerin eline geçmesi son derece önemlidir. Çünkü Ankara Kalesi askeri bakımdan önemli bir

konumdaydı. Diğer taraftan, Ege liman kentlerinden başlayarak Mezopotamya ve diğer doğu ülkelerine kadar uzanan önemli yollar üzerinde bulunan bölge, aynı zamanda doğal kaynaklar açısından da zengindi. Ankara'nın en parlak devri Alaaddin Keykubat zamanıdır. Bu dönemde şehir askeri bakımdan tahkim edilmiş, cami ve medrese gibi dini ve ilmi eserlerle de imar edilmiştir(Gençlik Haber Sitesi, 2015).

Selçuklu Sultanı II. Gıyaseddin Keyhüsrev zamanında şehir Moğolların istilasına uğramış, tüm çabalara rağmen istilanın önüne geçilememiştir. Moğol saldırıları sonrasında Selçuklu Devleti zayıf düşmüş ve bu durum Anadolu'da İlhanlılar devletinin egemenliği altına girmesine kadar sürmüştür. Ankara bir süre İlhanlıların gönderdiği valilerin, sonra da Eratna oğullarının yönetimi altında kalmıştır. 1354 yılında şehir Osmanlı Ülkesine katılmıştır. Yıldırım Beyazıt devrine kadar önemli bir olay olmamıştır. Ankara Savaşı'ndan sonra şehrin kaderi değişmiştir. Timur Ankara'dan ayrıldığı sırada, Yıldırım Beyazıt'ın oğlu Mehmet Çelebi padişahlığını ilan etmiş ve böylece Ankara'yı da almıştır. Kanuni Sultan Süleyman devrinde Anadolu'da bir eyalet örgütü kurulmuş ve Ankara bu eyaletlerden birinin merkezi olmuştur. Şehir 17. Yüzyılın başlarında Celali ayaklanması sırasında isyancıların eline düşmüştür. II. Mahmut'a isyan eden Mısır valisi Mehmet Ali Paşa'nın kısa bir zaman hâkimiyetine Ankara, tekrar Osmanlıların eline geçmiş ve artık hiçbir istilaya uğramadan bir Osmanlı vilayeti olarak kalmıştır(Gençlik Haber Sitesi, 2015).

27 Aralık 1919 tarihinde, başta Mustafa Kemal Paşa olmak üzere "Anadolu ve Rumeli Müdafaa-i Hukuk Cemiyeti Heyeti Temsilliyesi" Ankara'ya gelerek 29 Aralık 1919'da yayımlanan bir tebliğ ile bütün mebuslara toplantının Ankara'da yapılacağını duyurmuştur. Bu genelgeden sonra 23 Nisan 1920 tarihinde kurulan Türkiye Büyük Millet Meclisi Hükümetinin merkezi Ankara olarak ilan edilmiştir. 13 Ekim 1923 tarihinde çıkarılan bir kanun ile Ankara, Türkiye Cumhuriyeti'nin başkenti olmuştur. Başkent seçildiği yıllarda Ankara çok az sayıda binası olan küçük, yoksul ve çorak bir şehirdi. İstiklal Savaşı'mızın hazırlanıp sevk ve idare edildiği bir merkez olarak Milli Mücadelemizin sembolü haline gelen bu tarihi şehir, 29 Ekim 1923 tarihinde Türkiye Cumhuriyeti'nin ilanından sonra giderek büyümüş, yepyeni, büyük ve modern bir görünüm kazanmıştır(Yılmaz, 2010).

3.2. Ankara'nın Kültürel Değerleri ve Müzeleri

3.2.1. Anıtkabir

Anıtkabir, Türk Kurtuluş Savaşı'nın ve inkılaplarının önderi ve Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk cumhurbaşkanı Mustafa Kemal Atatürk'ün, Ankara Anıttepe'de (eski adıyla Rasattepe) bulunan anıt mezarıdır. Ayrıca dördüncü cumhurbaşkanı Cemal Gürsel de 1966 yılında devrim şehitleri bölümüne defnedilmiştir (6 Kasım 1981 tarihli Devlet Mezarlığı Kanunu 1.madde 2.fıkra gereğince, 27 Ağustos 1988'de çıkartıldı). 1973'den beri İsmet İnönü'nün kabri de Anıtkabir'dedir.(Anıtkabir Derneği, 2015).

3.2.2. Güvenlik Anıtı

Kızılay semtinde Güven Park içinde yer alır. Türk Ulusu'nun polis ve jandarmaya bir armağanı olduğundan dolayı Emniyet Anıtı da denilmektedir. Anıtın Kızılay'a bakan yönünde güveni temsil eden bir sopayı eline alan kuvvetli genç erkek heykelleri yer almıştır. Anıtın Bakanlıklar semtine bakan yönünde ise; Atatürk'ün Kurtuluş Savaşı'nda ve inkılâp hareketlerinde beraber bulunduğu arkadaşları belirtilmektedir. Heykellerin altında anıtın yapılış tarihi olan 1935 yılı Romen rakamları ile yazılıdır(Kültür ve Turizm Bakanlığı Türkiye Kültür Portalı, 2015).

3.2.3. Mimar Sinan Anıtı

Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi'nin bahçesinde yer alır. 1956 yılında Türkiye Emlak ve Kredi Bankası tarafından heykeltıraş Hüseyin Anka Özkan'a yaptırılmıştır(Kim Kimdir Biyografi Bankası, 2015).

3.2.4. Mithat Paşa Anıtı

Ulus'ta T.C. Ziraat Bankası Genel Müdürlüğü binasının yanındadır. Mithat Paşa'yı o zamanın giysileri içinde bir koltukta oturur şekilde betimleyen heykel büyük boydadır. Solda üç başak ve çark, sağda ise terazi, tabanda ise “ Mithat Paşa 1822–1884” yazısı yer almıştır(Kültür ve Turizm Bakanlığı Türkiye Kültür Portalı, 2015).

3.2.5. Ulus Cumhuriyet Anıtı

Ulus Meydanı'nda yer alır. Arkada devrilmiş bir çınar ağacı Osmanlı İmparatorluğu'nu ve onun gövdesinden fişkırarak çıkan genç bir fidan yeni Türkiye Cumhuriyeti'ni temsil eder. Arka yüzünde mermi taşıyan kadın figürü, Türk Anasının Kurtuluş Savaşı'ndaki kahramanlığının bir hatırasıdır(E- Ankara Info Ankara Rehberi, 2015).

3.2.6. Zafer Anıtı

Yenişehir semtinde Atatürk Bulvarı üzerinde, Ordu Evi önündedir.(Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

3.2.7. Zübeyde Hanım Büstü

İsmet Paşa Kız Enstitüsü binasının önündedir. Atatürk'ün annesi Zübeyde Hanım'ın büstü Türk Kadınlar Birliği Merkezi tarafından Türk analarının en büyüğüne armağan olmak üzere 31 Mart 1964 tarihinde dikilmiştir(Neyi ile Meşhur, 2015).

3.2.8. Duatepe Anıtı

Anıt duvarlarında Duatepe'deki 81 şehidin pirinç harflerle yazılmış bilgileri yer alır. Anıt simgesel olarak Anadolu halkının Mustafa Kemal Atatürk önderliğinde coşkunu bir ırmak gibi zafere ve uygarlığa koşma öyküsünü anlatır. Mustafa Kemal'in şahlanan atının üzerindeki figürü Türk Milleti'nin önderi olmaktan duyduğu gurur ve mutluluğu ifade eder. Geri planda yer alan Atatürk, İnönü ve Mareşal Çakmak'ın heykelleri emir komuta birliğini, Halide Edip Adıvar'ın heykeli ise Türk kadınının Kurtuluş Savaşı'na katkısını anlatır. Atatürk ve yaverinin dürbünle ovayı izledikleri sahne ise biraz sonra kazanılacak olan zafere ve ardından gelecek bağımsızlığı umutla bekleyen Türk Ulusunu ifade eder. Anıtta bulunan iki bayraktan biri 38. Alay'ın sancağını, diğeri ise Türk Bayrağı'nı ifade eder(Kültür ve Turizm Bakanlığı Kültür Portalı, 2015).

3.2.9. Hattı Anıtı

Hititlerin sembolü olarak bilinen bu heykel aslında Eski Tunç Çağı halkı olan (M.Ö. 3.binin ikinci yarısı) Hattilere aittir. Hattiler hayvan biçimli tanrıların kültürünü

geliştirmişler, özellikle de Boğa en önemli simge olmuştur. Boğa ile gök-güneş kurslarının birlikteliği, boğanın en büyük gök Tanrısı temsil ettiği düşündürmektedir(Travel Guide Turkey, 2015).

3.2.10. Mehmetçik Anıtı

Sakarya Zaferi Mehmetçik Anıtı Polatlı ilçesinin 6 km batısında Kartaltepe’de yer almaktadır. Mehmetçik Anıtı 6 Ağustos 2008 tarihinde açılmıştır.(Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

3.2.11. Ankara Evleri

Kentin eski yerleşme bölgelerinde, özellikle de kale içi bölgesinde görülen evlerdir. Sayılı örnekleri 17,18 ve 19 ncü yüzyıllardan kalmış olan Ankara Evleri daha çok ahşap ve kerpiçten yapılmış, çoğunlukla iki katlı yapılardır. Bu evlerin alt kat avlusunda hizmetlilerin odaları birinci katta ev sahibinin oturduğu odalar bulunur. Genellikle evin dışında ve bir yanı açık merdivenlerden, “seyregah ya da sergah” denilen sütunlu, dört bir yanı açık, üstü kapalı bir taraçaya çıkılır. Evlerin tavanlarında tavan göbeklerinde, kapılarda ve diğer bölümlerinde geometrik, rumi ve hatai motifli süslemeler görülür(Travel Guide Turkey, 2015).

3.2.12. Ayaş Evleri

Ayaş evleri mimari özellikleri açısından geleneksel Türk evlerinin tipik özelliklerini taşır. Genellikle iki katlı ve yarı kargir, yarı ahşap olan evlerin zemin katında ahır, kiler ve büyük evlerde hizmetkâr odası gibi mekânlar bulunur. Asıl yaşama alanı olan üst katlarda sofa etrafına konumlanan iki veya üç odanın yanı sıra mutfak ve tuvalet-banyo gibi servis mekânları bulunur(Travel Guide Turkey, 2015).

3.2.13. Güdül Evleri

Güdül ilçesinin kent merkezinde belirlenen kentsel sit alanında günümüze değin ayakta kalan bu tarihi evler de geleneksel Türk evlerinin özelliklerini taşımaktadır(Neyi ile Meşhur, 2015).

3.2.14. Beypazarı Evleri

Beypazarı'nın dik yamaçlar ve vadilere kurulmuş olan eski kesimi, çarşı ve geleneksel konutlardan oluşan karakteristik dokusuyla, doğal manzara özellikleriyle tarihi ve görsel zenginliği olan bir yerleşimdir. 100 yıllık geçmişi olan evler, Osmanlı ve geleneksel Türk evlerinin tipik özelliklerini taşır. Cumbalı veya üstünde "kuşkana" olarak adlandırılan bir çatı katı olan iki veya üç katlı yapılardır(Travel Guide Turkey, 2015).

3.2.15. Vehbi Koç Vakfı ve Ankara Araştırma Merkezi

Vehbi Koç ve Ankara Araştırmaları Merkezi (VEKAM), Keçiören'de, kentin ayakta kalan son örneklerinden, Vehbi Koç'a ait bağ evinde faaliyet göstermektedir. 1923 yılında Mareşal Fevzi Çakmak'tan satın alınan bağ evini, Koç Ailesi uzun yıllar yazlık konut olarak kullanmıştır. Vehbi Koç'un Ankara'daki hayatının büyük bir bölümünü geçirdiği ve çocuklarının doğduğu ev, I. Derecede Korunması Gerekli Kültür Varlığı statüsündedir. 1992 -1993 yıllarında restore edilen bağ evi, 1994 yılında Vehbi Koç Vakfı'na bağlanarak Ankara üzerine akademik çalışmalar yapmak, Ankara'ya dair her türlü bilgi ve belgeyi derleyerek araştırmacılara sunmak amacıyla hizmete açılmıştır(Vehbi Koç ve Ankara Araştırmaları Merkezi, 2015).

3.2.16. Pembe Köşk

İsmet İnönü'nün 1927 yılında satın aldığı Çankaya ilçesindeki bağ evi (Pembe Köşk) ilk yerleşme düzeninde korunmuş olup, günümüzde yaşayan bir müze-ev olarak varlığını sürdürmekte, konferans ve sergilere ev sahipliği yapmaktadır (Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

3.2.17. Beynam Atatürk Evi

Bâla ilçesi Beynam köyü sınırları içinde yer alan iki katlı ev Türk Silahlı Kuvvetlerini Güçlendirme Vakfı tarafından onarılmış ve 26 Aralık 2005 tarihinde ziyarete açılmıştır(Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

Görüleceği üzere Ankara kültürel açıdan zengin bir potansiyele sahiptir. Bu potansiyelin büyük çoğunluğu cumhuriyetle alakalıdır. Aynı zamanda İstanbul ne

kadar kültürel açıdan imparatorluk dönemini yansıtıyorsa Ankara da o derece kültürel açıdan cumhuriyeti yansıtmaktadır. Bu potansiyelin yetkili makamlar ve kişiler tarafından değerlendirilmesi Ankara'nın hak ettiği seviyeye ve duruma ulaşmasında etkili olacaktır. Aynı zamanda bu kültür potansiyelinin etkili bir şekilde tanıtımının veya pazarlamasının yapılması Ankara'ya turizm açısından son derece yararlı olacaktır

3.3. Ankara'daki Müzeler

3.3.1. Kültür ve Turizm Bakanlığına Bağlı Müze ve Ören Yerleri

1. Anadolu Medeniyetler Müzesi

Ankara'da ilk müze, Kültür Müdürü Mübarek Galip Bey tarafından 1921 yılında kalenin Akkale olarak isimlendirilen burcunda kurulmuştur. O zamanki Kültür (Hars) Müdürü Hamit Zübeyr Koşay tarafından, devrin Maarif Vekili Saffet Ankan'a metruk halde bulunan Mahmut Paşa Bedesteni ve Kurşunlu Hanın onarılarak müze binası olarak kullanılması önerilmiş, bu fikir kabul edilerek, 1938 yılından 1968'e kadar devam eden bir restorasyon çalışması başlatılmıştır. Müze yapısı 1968 yılında son şeklini almıştır. Bugün idari bina olarak kullanılan Kurşunlu Han'da araştırmacı odaları, kütüphane, konferans salonu, laboratuvar ve iş atelyeleri yer almakta, Mahmut Paşa Bedesteni ise teşhir salonu olarak kullanılmaktadır. Bugün kendine özgü koleksiyonları ile dünyanın sayılı müzeleri arasında yer alan Anadolu Medeniyetleri Müzesinde, Anadolu Arkeolojisi, Paleolitik Çağdan başlayarak günümüze kadar Osmanlı devrinin bu tarihi mekanlarında kronolojik bir sırayla sergilenmektedir (Anadolu Medeniyetler Müzesi, 2015).

2. Ankara Devlet Resim ve Heykel Müzesi

Müzedede hem Türk Plastik Sanatları'nın geçirdiği gelişim dönemlerini ve gruplarını yansıtan eserler, hem de satın alma ya da yerli-yabancı yayınevleri veya büyükelçiliklerin bağışlarıyla zenginleşerek bu alanda büyük bir boşluğu dolduran Plastik Sanatlar Kütüphanesi yer alır. Bunlara ek olarak geliştirilen Türk Plastik Sanatçıları Belgeği ile müze bu alanda çalışan araştırmacıların ihtiyaçlarına cevap verecek bir düzeydedir (Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

Müzenin eğitim dışındaki en önemli sorumluluğu eserlerin korunması sorunudur. Müze, bu sorumluluğunu ısı, nem ve istif açısından en sağlıklı depolama sisteminin geliştirildiği bir yöntemle sağlamaktadır. Tüm korumaya karşın zaman faktörü nedeniyle kaçınılmaz olarak yıpranan eserlerin bakım ve onarımı, müze bünyesinde oluşturulan yenileme atölyelerinde uzmanlarca yapılmaktadır(Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

Müzenin 1980 yılında geçirdiği yenileme sırasında ve daha sonraki onarımlarda üzerinde önemle durulan konu da, amatör ve profesyonel tüm sanatçıların çalışabileceği resim, heykel ve seramik atölyelerinin nasıl oluşturulacağı olmuştur(Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

3. Cumhuriyet Müzesi (II. TBMM Binası)

Cumhuriyet Müzesi binası mimar Vedat Tek tarafından Cumhuriyet Halk Fırkası binası olarak tasarlanmış ve 1924 yılında inşa edilmiştir. 29 Ekim 1923 tarihinde bugünkü Kurtuluş Savaşı Müzesi'nde Türkiye Cumhuriyeti ilan edilmiş ve bu bina uzun süre I.TBMM binası olarak kullanılmıştır(Ankara Büyükşehir Belediyesi, 2015). Ne var ki I.TBMM binası zamanla yetersiz kalmış, gelişen cumhuriyet Türkiye'sinin ihtiyaçlarını karşılayamaz hale gelmiştir. Bu nedenle, bugünkü Cumhuriyet Müzesi binası birtakım eklentiler ve değişiklikler yapılarak 18 Ekim 1924 tarihinde II. TBMM Binası olarak kullanılmaya başlanmıştır(Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

1924-1960 yılları arasında Atatürk ilke inkılaplarının gerçekleştirildiği, çağdaş yasaların çıkarıldığı, uluslar arası alanda Türkiye'nin etkinliğini ve saygınlığını artıran antlaşmaların yapıldığı, çok partili sisteme geçişin sağlandığı bir binadır. II. TBMM işlevini 27 Mayıs 1960 tarihine kadar 36 yıllık bir dönem boyunca sürdürmüştür(Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

4. Etnoğrafya Müzesi

Etnoğrafya Müzesi Ankara'nın Namazgâh adı ile anılan semtinde, Müslüman Mezarlığı olan tepede kurulmuştur(Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

5. Gordion Müzesi ve Ören Yeri

1963 yılında, yaklaşık 15.000 metrekarelik alanda kurulan Gordion Müzesi, 1990'lı yıllarda eklenen depoları, laboratuvarı, görüntü ve bilgilendirme salonu, açık ve kapalı teşhiri ve açıklama bilgileriyle Türkiye'nin önemli müzelerinden birisidir. Müzede sergilenen eserler arasında Eski Tunç Çağı'ndan başlayarak Orta ve Geç Tunç Çağı'na, Erken Firik Çağı'na ait çanak ve çömlekler, Erken Demir Çağı'na ait kabartmalı ortostatlar, yine Erken Firik Çağı'na ait demir aletler yer alır. Dokumacılıkta kullanılan ağır şaklar, cam, mühür baskıları M.Ö. 4 ve M.Ö. 2.yüzyıllar arasına tarihlenen İskender sikkeleri müzenin giriş salonunda yer almaktadır(Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

6. Roma Hamamı ve Açık Hava Müzesi

Ankara Roma Hamamı Ören Yeri, Ulus Meydanından Yıldırım Beyazıt Meydanına uzanan Çankırı Caddesi üzerinde, caddenin batısında 2,5 m yükseklikte bir plato üzerinde bulunur(Türkiye'nin Başkenti Ankara, 2015).

Hamam iki bölümden oluşmaktadır. Palaestra(oyun yeri) ve hamam kısmı. Palaestra dört tarafı revaklarla çevrilmiş yaklaşık kare planlı bir alandır. Hamam kısmı Palaestraya bağlı olup, tüm Roma Hamamlarının sahip olduğu şu kısımlardan oluşur(Türkiye'nin Başkenti Ankara, 2015):

1. Firigidarium: Soğuk Kısım
2. Tepidarium: Ilık Kısım
3. Caldarium: Sıcak Kısım

Firigidarium kısmında bir yüzme havuzu(piscina) ile soyunma yeri(apoditorium) vardır. Caldarium denilen bölümde ise terleme yeri(sudatorium) bulunur. Ayrıca çeşitli avlular, külhan olarak adlandırılan ocaklar, servis kısımları ve su depoları bulunmaktadır(Türkiye'nin Başkenti Ankara, 2015).

7. Şefik Bursalı Müzesi

Ressam Şefik Bursalı'nın yaşadığı ev Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından Şefik Bursalı Müzesi olarak düzenlenmiştir. Resim alanında Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı ilk özel müzedir(Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

3.3.2. TBMM'ye Bağlı Müzeler

1. Kurtuluş Savaşı Müzesi (I. TBMM Binası)

Ulus meydanında bulunan tarihi I. Büyük Millet Meclisi binasının yapımına 1915 tarihinde İttihat ve Terakki Cemiyeti kulübü binası olarak başlanmış, planı evkaf mimarı Salim Bey tarafından yapılmış, yapımına kolordunun askeri mimarı Hasip Bey nezaret etmiştir. Birinci Ulusal Mimarlık Dönemi yapılarından olan iki katlı binanın duvarlarında Ankara taşı kullanılmıştır. 23 Nisan 1920 ile 15 Ekim 1924 I. TBMM Binası olarak kullanılan yapı daha sonra Cumhuriyet Halk Fıkrası Genel Merkezi ve Hukuk Mektebi olarak işlevini sürdürmüş, 1952 yılında Maarif Vekaletine devredilmiş, 1957 yılında müze olarak açılmasına karar verilerek çalışmalara başlanmıştır. Bina, 23 Nisan 1961 tarihinde “Büyük Millet Meclisi Müzesi” adı ile halkın ziyaretine açılmıştır. Atatürk'ün doğumunun 100.yılı kutlama programı çerçevesinde, Kültür Bakanlığı Eski Eserler ve Müzeler Genel Müdürlüğü tarafından yapılan yenileme, teşhir ve tanzim çalışmaları sonucu 23 Nisan 1981 tarihinde “Kurtuluş Savaşı Müzesi” adıyla yeniden ziyarete açılmıştır(Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

3.3.3. Özel Müzeler

1. Atatürk Orman Çiftliği Atatürk Evi Müzesi

Türk Ulusu Ata'sına sevgi ve saygısının göstergesi olarak O'nun doğup büyüdüğü evin aynısını kendisi tarafından kurulan Atatürk Orman Çiftliği arazi üzerinde inşa etmiş ve 10 Kasım 1981 tarihinde müze olarak açmıştır(Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

Yapılan binanın ölçüleri, içine yerleştirilen eşyaların ölçü, desen ve biçimleri Selanik'teki evin aynısıdır. Yerleştirme düzeni de aslına uygun olarak yapılmıştır(Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

2. Ankara Vakıf Eserleri Müzesi

Müze binası Cumhuriyetin ilk yıllarından kalma tarihi bir yapıdır. Müzede teşhir salonları, çeşitli sergiler için çok amaçlı sergi salonu, koruma ve onarım birimleri ile halı yıkama havuzu da yer almaktadır. Ayrıca, depolama ve saklama alanları mevcuttur(Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

Ankara Vakıf Eserler Müzesi halı ağırlıklı bir müzedir ve 16.yüzyıldan başlayarak her yüzyılın örneklerine ev sahipliği yapmaktadır. Müzede halılardan başka şamdanlar, Kuran-ı Kerimler, padişah vakfiyeleri, saatler, hat levhaları, Kâbe örtüleri, para keseleri, çini panolar ile ahşap kapı ve pencere kanatları, ahşap panolar ve kürsü gibi Türk ahşap oyma sanatının seçkin örnekleri sergileniyor(Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

3. Ankara Barosu Hukuk Müzesi

Türkiye'nin ilk ve tek Hukuk Müzesi Av. Vedat Ahsen Coşar başkanlığı döneminde Ankara Barosu tarafından 21.12.2005 tarihinde alınan kararla kurulmuştur. Müzede hukuk kurumunun geçirdiği gelişim, belgeler, fotoğraflar, heykeller, gravürler, resimler, cüppeler, daktilolar ve daha birçok nesnelere anlatılmıştır. Müzede pek çok türden eser yer alır. Sayfaları altın suyu çizgilerle donatılmış ve ceylan derisi ile ciltlenmiş el yazması kitaplar, hesap makineleri ve daktilolar, dava dilekçeleri ve mahkeme kararları ve kararın değerine göre alınan harcın alındığını belirten pullar, yapım malzemesi, gümüş, pirinç, sedef, akik olabilen mühürler, kişinin toplumda taşıdığı statüye, gelir düzeyine göre, çeşitlilik arz eden mühürler, kadınların yargılama yaparken giydiği el dokuması kumaştan dikilen altın sırma yakalı kırmızı ya da siyah cübbeler. Günümüzde bir sanatsal obje olarak müzede yerini alan hokkalar, divitler, yazı takımları ve sümenler. Din adamlarının Kur'an okurken kullandıkları ya da hukuk adamlarının fetva kesmek için "kara kaplı kitabı" açarken kullandıkları rahleler. Sağlam ağaçlardan yapılan ve ayaklarına yapılan işlemler, oyma ve kakmalarla süslü masalar. Tarihte önemli yargılamaları içeren yazıtlar, tarih boyunca

yapılan hukuksal uygulamaların taş ve mermerlere kazınmış örnekleri... Nihayet, tarih boyunca tutulmuş Hammurabi ve Salon Kanunları, Roma Kanunları, Azteklerde Hukuk, Hunlarda Hukuk, Magna Carta, Islahat Fermanı, Hattı Hümayun, Orhun Anıtları gibi sayısız önemli hukuksal metinler bu müzenin eserleri arasında yer almaktadır(Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

4. Cumhurbaşkanlığı Atatürk Müze Köşkü (Çankaya Müze Köşk)

Atatürk 27 Aralık 1919 tarihinde Ankara'ya geldikten sonra önce Ziraat Mektebi'nden sonra Ankara Garındaki konutta oturmuştur. Daha sonra Ankaralı Bulgurzade Tevfik Efendi'nin Çankaya'daki iki katlı bağ evi Ankaralılar tarafından satın alınarak Ordu Köşkü adıyla Başkumandan Atatürk'e tahsis edilmiştir(Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

1924 yılında bugünkü şeklini alan bina 1932 yılında Cumhurbaşkanlığı yeni köşkü yapıncaya kadar ilk Cumhurbaşkanlığı Köşkü olarak görev yapmıştır. 1950 yılında Atatürk Müzesi adıyla Atatürk'ün kullandığı eşyalar orijinal konumlarında kullanılarak ziyarete açılmıştır. Binanın yan ve ön cephesinde yer alan pencereli kütüphane odası, ceviz rengi eski tarz rafları, camekânlı dolapları, kanepeler ve büyük çalışma masasıyla bu oda Büyük Nutuk'un kaleme alındığı mekândır.(Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

5. Beypazarı Kent Tarihi Müzesi

İlk çağlardan günümüze kadar Beypazarı ile ilgili tüm tarihi dönemler; maketler, kalıntılar, her döneme has eserler ve tüm belgelerle Kent Tarihi Müzesi'nde görülebilir(Beypazarı 06 Güncel Haber Portalı, 2015).

6. Beypazarı Kültür ve Tarih Müzesi

Hafız Mehmet Nurettin Karaoğuz tarafından Ankara Valiliği İl Özel İdaresi'ne bağışlanan 150 yıllık konak, 1997 yılından itibaren "Beypazarı Tarih ve Kültür Evi" olarak kullanılmaktadır. Müzede Beypazarı ve yöresinin kültürel özelliklerini ve tarihi geçmişini yansıtan eserlerle birlikte Roma, Bizans ve Osmanlı dönemlerinden kalan çeşitli tarihi eserler de sergilenmektedir(Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

7. Beypazarı Yaşayan Müze

Abbaszade Konağı; 19.yüzyılda yapımına başlanmıştır. Son iki yıl içerisinde restorasyonu tamamlanan yan yana iki konaktan birisidir(Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001). Konak; Osmanlı döneminin mimari yapısını yansıtmaktadır. Beypazar Belediyesi tarafından restore edilen ve “Yaşayan Müze” olarak ziyarete açılan konakta; tarihi eşyaların yanı sıra yörenin en özel kıyafetleri olan “Bindallı” örnekleri de sergilenmektedir(Beypazarı 06 Güncel Haber Portalı, 2015).

8. G.Ü.M.E Fakültesi Prof. Dr. Ülker Muncuk Müzesi

Ankara’da idealist bir grup öğretmen tarafından Kız Teknik Yüksek Öğretmen Okulu bünyesinde, Cumhuriyetimizin kuruluşunun 50.yılı nedeniyle 1974 yılında açılmıştır. Etnografik nitelikli bir müzedir. Müzede bulunan eserlerin büyük bir kısmı 50 yıl öncesinden Prof. Dr. Ülker Muncuk ve Kız Teknik Yüksek Öğretmen Okulu’nun öğretmenleri tarafından Anadolu’nun pek çok yöresi dolaşarak toplanmıştır. Müzede ayrıca, sanat değeri yüksek 50’ye yakın eser ile hibe yoluyla gelmiş eserler de yer almaktadır. Eserlerin bir kısmı Topkapı Müzesi’ndeki eserlerle eş değerdedir. Müzede sergilenen eserler arasında giysiler, işlemler, takılar, çoraplar, dokümanlar, oylar ve keseler yer alır(Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

9. Çengelhan Rahmi Koç Müzesi

Ankara’nın ilk sanayi müzesidir. Müzenin yer aldığı han, Kanuni Sultan Süleyman döneminde Mihrimah Sultan’ın eşi Damat Rüstem Paşa tarafından 1522-1523 yılları arasında yaptırılmıştır. Han, Ankara Kalesi’nin ana giriş kapısının karşısında, eskiden At Pazarı adı verilen mevkide, bedestenlerin yakınında yer alır(Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

10. 100.Yıl Müzesi (Olgunlaşma Enstitüsü Müzesi)

Ankara Kız Teknik Olgunlaşma Enstitüsü içinde 24 Kasım 1981 tarihinde açılan müze, giderek tükenmekte ve yozlaşmakta olan Türk El Sanatlarını gelecek nesillere aktarmak amacıyla, iki büyük ve bir küçük salonda kurulmuştur. Müzede 934 adet

etnografik eser bulunmakta olup, bunlar Anadolu'nun çeşitli yerlerden toplanarak koleksiyona katılmıştır (Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

Okul bünyesinde giyim, sırma, fantezi nakış, Türk işleri, renkli nakış, makine nakışları, dokuma, moda, çiçek, seramik, ipek baskı, resim, taş bebek, folklorik bebek, beslenme ve ev yönetimi atölyelerinde üretilen işlerin yapımında eski Türk El Sanatları örnek alınmakta ve bunun içinde müzeden yararlanılmaktadır(Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

11. Meteoroloji Müzesi

Günümüzde Devlet Meteoroloji Genel Müdürlüğü, İstiklal Savaşı sırasında Genel Kurmay Başkanlığı olarak kullanılan tarihi binada en modern alet ve cihazlarla ve 1100'den fazla çeşitli büyüklükteki istasyonlara hizmet vermektedir. Bu tarihi binada Atatürk'ün kaldığı ve Kurtuluş Savaşı harp planlarını hazırladığı oda Atatürk Odası adıyla müze haline getirilmiştir. Odada bulunan soba, masa ve perdeler Atatürk zamanından kalmıştır. Binada ayrıca Meteorolojik verilerin ölçümünde kullanılan birçok eski alet ve cihazların sergilendiği Meteoroloji Müzesi açılmıştır(Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

12. MTA Tabiat Tarihi Müzesi

Doğanın milyonlarca yıl öncesine dayanan karanlık yönleri, yapılan jeolojik, paleontolojik, paleoantropolojik ve pre-historik çalışmalarla aydınlatılmaktadır. Türkiye'nin ilk ve tek tabiat tarihi müzesi Maden Teknik Araştırma (MTA) genel müdürlüğü bünyesinde 7 Şubat 1968 tarihinde kurulmuş, 2003 yılında ise yeni müze binasına taşınmıştır. Müzenin sergi salonlarında Türkiye'nin ve dünyanın çeşitli yerlerinden derlenmiş 5000'den fazla örnek sergilenmektedir(Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

13. Orta Doğu Teknik Üniversitesi Müzesi

Orta Doğu Teknik Üniversitesine ait arkeolojik ve etnografik eserlerden oluşan bir müzedir. İlk olarak üniversite arazi içerisindeki arkeolojik alanlardan elde edilen eserleri sergilemek ve yavaş yavaş ortadan kalkan halk el sanat eserlerini toplamak amacıyla kurulmuştur (Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

14. Özel Ted Ankara Koleji Müzesi

Türkiye'nin yabancı dille eğitim yapan ilk özel Türk okulu olan TED Ankara Koleji Vakfı Okulları'nın 77 yıllık tarihini gelecek kuşaklara aktaracak olan okul müzesi, 21 Mayıs 2008 tarihinde İncek Kampüsü'nde açıldı. Çeşitli temalardan oluşmuş galerilerde: geçmişten günümüze okul, etkinlik, öğretmen, öğrenci fotoğrafları; 80 yıllık tarihi orijinal objeleri ile yansıtan temsili sınıf; önemli tarihi vesikalar, diplomalar, takdimnameler, müfettiş raporları, kayıt belgeleri; ders aletleri, dönem dönem kullanılmış olan ofis aletleri, pikaplar, radyo ve televizyonlar, makaralı ses ve görüntü aletleri, efsanevi kolej bandosunun müzik aletleri, piyano, akordeon; el yazması notalar; müzenin nadide eserlerinden olan Rus bestecinin Mustafa Kemal Paşa için bestelediği Zafer Marşı'nın notaları; yaklaşık 30 bin mezunun yıllık fotoğrafları ve bilgileri yer almaktadır(Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

15. Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Oyuncak Müzesi

Ankara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Fakültesi Oyuncak Müzesi 20 Nisan 1990 tarihinde açılmıştır. Temel işlevi hızlı toplumsal değişim içinde kaybolmakta olan oyuncakları korumaktır. Halen 5000 dolayında oyuncak barındıran müzede oyuncaklar beş ana grupta toplanmaktadır(Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

16. PTT Müzesi

PTT'nin 142.kuruluş yıldönümü olan 23 Ekim 1982 tarihinde dönemin Başbakanı Bülent Ulusu tarafından Aydınlıkevler semtindeki Türk Telekom bahçesi içerisindeki 3 katlı binada kurulan müze, Posta, Telgraf, Telefon ve Pul müdürlükleri olmak üzere 4 bölümden oluşur. Müze'nin Posta, Telgraf ve Telefonla ilgili bölümlerine ait eserler 24.02.2000 tarihinde İstanbul ili Sirkeci semtinde kurulan ve 01.05.2000 tarihinde Prof. Dr. Enis Öksüz tarafından hizmete açılan müzeye gönderilmiştir. Ankara'daki binasında faaliyetini sürdüren müzede Türk pulları, bu pulların basımına esas teşkil eden resim baskı örnekleri, posta kartı ve örnekleri, ilk gün

zarfları, özel gün zarfları, KKTC pulları ve ilk gün zarfları, Hatay pulları, Dünya Posta Birliğine üye 200 ülkede dolaşıma çıkan pullar bulunmaktadır (Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

17. Telekomünikasyon Müzesi

Müze aktif ve eğitici müzecilik anlayışı ile hazırlanmıştır. Hızla gelişen iletişim teknolojilerinin tarihi boyutunu göstermesinin yanı sıra bu sistemlerin nasıl çalıştığını da uygulamalı olarak sunarak bilimsel zihniyetin gelişmesine katkı sağlamaktadır. Bu yönüyle de müze “Eğitim, Bilim ve Teknoloji Merkezi” niteliği taşımakta ve hedef kitlesi olan eğitim kurumlarının ve öğrencilerin büyük ilgisini çekmektedir (Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

18. TCDD Malıköy Müzesi

1919-1922 yılları arasında gerçekleştirilen Kurtuluş Savaşı sırasında asker lojistik faaliyetleri, Sakarya Savaşı’nda trenlerin sevk ve idaresi ile askerlerin cephe ve merkez komutanlıkla olan muhabere faaliyetleri bu binadan yürütülmüştür. Sakarya Savaşı’nda yaralanan askerler için hazırlanan revir binası, bir seyyar hastane ve uçak pisti olarak iş görmüştür (Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

19. TCDD Müzesi ve Sanat Galerisi

1924 yılında yapılan, tarihi değeri tescilli bina, bir katı 340 metrekare olmak üzere iki katlı taş bir yapıdır. Bu yapının korunması ve müze olarak değerlendirilmesi gerektiğine inanılmış, yapının özelliği bozulmadan restore edilmiştir (Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

20. TCDD Açık hava Buharlı Lokomotif Müzesi

TCDD tarafından hizmete açılan “Açık hava Buharlı Lokomotif Müzesi” geçmiş ile gelecek arasında kültür köprüsünün en önemli halkalarından birini oluşturur. Gar alanında 16.000 metrekarelik bir alanda açılan müzede 10 adet hizmet dışı buharlı lokomotif ve demiryolları ile ilgili bilgi ve fotoğrafların yer aldığı bir Teşhir Vagonu bulunur. Lokomotifler 1912, 1924, 1932, 1942, 1943 ve 1948 yıllarına ait Alman,

İngiliz, Amerikan ve İsveç yapımıdır(Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

21. Milli Mücadelede Atatürk Konutu ve Demiryolları Müzesi

Bağdat demiryolunun yapımı sırasında inşa edilen konut Ankara Gar binası içinde yer alır. Atatürk, 27 Aralık 1919 tarihinde Ankara'ya gelince bina kendisine ayrılmış, 1920-1922 tarihleri arasında çok önemli iç ve dış kararlara tanıklık etmiştir. Kurtuluş Savaşı'nın hareket planları burada hazırlanmış, 21 Ekim 1921 tarihinde Fransızlarla yapılan anlaşma görüşmeleri burada yapılmış ve anlaşma burada imzalanmıştır. Yine 23 Nisan 1920 tarihinde TBMM'nin oluşturulması kararı bu binada verilmiş ve bugünün her yıl Milli Egemenlik ve Çocuk Bayramı olarak kutlanması kararı bu binada alınmıştır(Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

22. Mehmet Akif Ersoy Müzesi

Bugünkü müze evin binası İstiklal Savaşı yıllarında Burdur Milletvekili Mehmet Akif Ersoy'a tahsis edilmiş ve şair İstiklal Marşı'nın şiiri başta olmak üzere pek çok şiirini bu binada yazmıştır. Yapı 30 Ekim 1949 tarihinde Şehir Meclisi'nin kararı ile Mehmet Akif Evi adını almış ve müzeye dönüştürülmüşse de uzun yıllar bakımsız ve harap bir halde kalmıştır. Hacettepe Üniversitesi merkez yerleşkesinin kuruluşu sırasında yapı aslına uygun olarak onarılmış ve ziyarete açılmıştır(Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

23. Türk Hava Kurumu Müzesi

Türk Hava Kurumu Müzesi tarihi Paraşüt Kulesi yerleşkesinin içinde 19 Mayıs 2002 tarihinde açılmıştır(Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

Dünya havacılık tarihine geçmiş önemli gelişmeleri maket, model ve dokümanlarla gösteren, ziyaretçilere ayrıntılı bilgiler veren müze, Türk havacılık tarihinde kullanılan uçak örneklerini de sergilemektedir(Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

Bunların yanı sıra, değişik vitrinlerde, ulu önder Atatürk'ün kaleme aldığı Nutuk'un ilk basımı, Uluslar arası Genç Ressamlar resim yarışmasında dereceye giren

gençlerin yaptığı resimler, THK'nin bugüne kadar bastırıldığı pullar, I. Dünya Hava Oyunları ve havacılık tarihinin kilometre taşları sayılan olayların resimleri müzenin eserleri arasında yer alırlar(Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

24. Türkiye Ormancılık Müzesi

Ormancılık Müzesi konusunda Türkiye'nin ilk ve tek müzesidir. Bir ihtisas müzesi olarak Türkiye'deki ormancılığın tarihsel gelişimini tanıtmayı, orman ve ormancılık hakkında halkı bilgilendirmeyi amaçlamaktadır(Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

25. T.C. Ziraat Bankası Müzesi

T.C. Ziraat Bankası Genel Müdürlük binası 1926-1927 yılları arasında İtalyan mimar Guilano Mongeri tarafından yapılmış. I. Ulusal Mimarlık Dönemi yapılarındandır. Binanın şeref salonunda yer alan müze, Ziraat Bankasının 118.yıldönümünün kutlandığı 20 Kasım 1981 tarihinde açılmış olup, Türkiye'nin ilk ve tek banka müzesidir(Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

26. 75.Yıl Cumhuriyet Eğitim Müzesi

Müze, Atatürk Lisesi yanında genişçe bir bahçesi ve bodrumu olan tek katlı müstakil bir binada hizmet vermektedir. Zamanın Milli Eğitim Bakanı Hikmet Uluğbay tarafından verilen bir talimatla 4 Kasım 1998 tarihinde ziyarete açılmıştır(Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

Müze, dört sergi salonu, sembolik eski bir sınıf tasarımı, belgesel fotoğrafların sergilendiği bir koridor, bir oturma ve dinlenme yeri ile ziyaretçilere hizmet vermektedir(Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

27. Ziraat Fakültesi Müzesi

Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Müzesi, Halkalı Ziraat Mekteb-i Ali'nde Ankara Ziraat Mektebi'ne, oradan Yüksek Ziraat Enstitüsü'ne, oradan da Ziraat Fakültesi'ne uzanan bir tarihsel süreci kapsayan müzede cam dıvalar, çok eski projeksiyon, sinema fotoğraf makinaları ile okulun mezunları arasından seçilmiş adlara ilişkin diploma, fotoğraf, rapor, mektup, dilekçe, telgraf vb. bir dönemin

tarihselliğine ışık tutan pek çok özgün belge bulunmaktadır(Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

28. Anadolu Mimarlık ve Mobilya Kültürel Miras Müzesi

Türkiye'nin bu ilk mimarlık ve mobilya müzesi 25.12.2008 tarihinde açılmıştır. Bu müze vasıtasıyla Anadolu mimarisinin iç ve dış mekânlarında kullanılan simgeleşmiş 1000 adet form ve motif, 30 adet saray, köşk, konak, cami ve evden alınarak, zengin bir kültürel birikimle bütünsel bir Anadolu mimarisi yaratılmıştır(Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

29. Mustafa Ayaz Müzesi

1.700 m²'lik bir alanda 7 kattan oluşan ve toplam kullanım alanı 5.000 m² olan müzenin üst katında sanatçının özel ofisi, yan uğraş atölyeleri bulunmakta, 1,2. ve 3.katlarında ise Ayaz'ın değişik dönemlere ait eserleri sergilenmektedir (Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

30. Ülker Zaim Müzesi

Müzedede Osmanlı dönemine ait giysi ve takılar, ev eşyaları ve arkeolojik eserler sergilenmektedir(Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

31. Sabahattin Yıldız Müzesi

Özel Sabahattin Yıldız Müzesi, Ankara Etnografya Müzesi Müdürlüğüne bağlı olarak faaliyet göstermektedir(Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

3.3.4. Askeri Müzeler

1. Alagöz Karargâh Müzesi

Türk Kurtuluş Savaşı'nın dönüm noktası olan ve 22 gün ve 22 gece süren Sakarya Meydan Savaşı, Türk zevkine göre yapılmış ve döşenmiş olan bu iki katlı çiftlik evinde, planlanmış ve yürütülmüştür(Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

Alagöz Köyü'ndeki karargâh binası Türkoğlu Ali'nin oğulları tarafından, Büyük Atatürk'ün anısına müze yapılması için Milli Eğitim Bakanlığı'na hibe edilmiştir. Bakanlıkça yenilenip bahçesi düzenlenen karargâh binası 10 Kasım 1968 tarihinde yapılan törenle ziyarete açılmıştır(Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

2. Anıtkabir, Atatürk ve Kurtuluş Savaşı Müzesi

Müze, Anıtkabir'de Atatürk'ün Anıt Mezarının bulunduğu Şeref Salonunun altında yer alan sütunlu alanda kurulmuştur(Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

Mısak-ı Milli Kulesi'nin kapısından girilen müze, üç ana bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde Atatürk'ün özel eşyaları sergilenmekte, ikinci bölümde panorama ve yağlı tablolarla Çanakkale Muharebeleri ile Kurtuluş Savaşı tasvir edilmekte, üçüncü bölümde ise farklı tonozlarda Milli Mücadele ve Devrimler anlatılmaktadır Ayrıca, başta Büyük Önder Mustafa Kemal Atatürk olmak üzere, Kurtuluş Savaşı'na katılan komutanların portreleri ile Kurtuluş Mücadelesinden çeşitli anların resmedildiği büyük boyutlu tablolar sergilenmektedir. Müzenin sunduğu yeniliklerin birini de, ziyaretçilerin müze ve Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşuna ilişkin bilgileri alabilmesi için oluşturulan ve farklı dillerde hazırlanan sesli tanıtım sistemi oluşturmaktadır(Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

3. MSB Arşiv Müzesi

MSB Arşiv Müdürlüğü Arşiv Müzesi ilk olarak 10 Kasım 1995 tarihinde açılmıştır. Daha sonra yapılan tadilatın arkasından bilgi ve belge bakımından zenginleştirilerek 2005 yılında üç salon olarak yeniden açılmıştır. Müzenin birinci salonunda Kırım, Osmanlı-Rus, Trablusgarp, Balkan ve 1. Dünya Savaşlarını içeren bilgi ve belgeler sergilenmektedir. İkinci salonda, Ulu Önder Atatürk ile ilgili bilgi ve belgeler ile Türk Ulusunu simgeleyen panoramanın yanı sıra MSB Arşiv Müdürlüğüne hazırlanan kitap, CD ve hediyelik eşyaların satış bölümü bulunmaktadır. Üçüncü salonda Kuruluş Savaşı, Kore Savaşı ve Kıbrıs Barış Harekâtı dönemini içeren bilgi ve belgeler sergilenmektedir(Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

4. Devlet Mezarlığı Müzesi

Devlet Mezarlığı ve Müzesi 30 Ağustos 1988 tarihinde devlet töreni ile ziyarete açılmıştır. Müzede, “simge” olarak adlandırılan bir anıt bulunur ve onun çerçevesinde de cumhurbaşkanları ve İstiklal Savaşı komutanlarının mezarları yer alır. Müze binası giriş ve alt kat olmak üzere iki bölümden oluşmaktadır. Müzede cumhurbaşkanları ile İstiklal Savaşı komutanlarının eşya ve belgeleri sergilenmektedir. Giriş katında, “İstiklal Savaşı” konulu fotoğraf sergisi ile müzede mezarları bulunan komutanların varislerinden temin edilen eserler sergilenmektedir. Müzenin alt kısmında ise, Devlet Mezarlığına defnedilmiş olan cumhurbaşkanları ve İstiklal Savaşı komutanlarının varislerinden temin edilen eşyalar sergilenmektedir(Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

5. Haritacılık Müzesi

“Haritacılık Müzesi” 2.nci sınıf bir askeri müzedir. Müze ilk olarak 2 Mayıs 1971 tarihinde Harita Yüksek Teknik Okulu Komutanlığı bünyesinde kurulmuştur. Müze haritacılıkla ilgili eski alet ve malzemelerle arşivlerden ve yurt içi ve yurt dışından temin edilen haritalarla zenginleştirilmiş ve müzeye bir şeref salonu eklenmiştir. Bir atlas odası hazırlanarak eski atlasların incelenmesi için uygun şartlar oluşturulmuştur. Müzenin “Tarihi Haritalar” kısmında, Girit, Rodos, Korfu gibi değişik adaların, Çanakkale ve çevresinin, Kafkasya bölgesinin kabartma haritaları, Çankaya Ordu Köşkü’nün planı, 1908 yılı Osmanlı İmparatorluğu Avrupa kısmı haritası, 1914 yılı Bakırköy haritası, 1912 yılı Osmanlı Haritası, 1874 tarihli Kıbrıs haritası gibi eserler yer alır(Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

6. Hava Müzesi

20 Ağustos 1997 tarihinden itibaren Ankara Hava Müzesinde kuruluş çalışmalarına başlanmış, sergilenecek eserlerin çağdaş müzecilik anlayışına uygun olarak değerlendirilmesi ve tarihlemesi yapılmıştır. Bu şekilde hazırlanan eserlerin halka tanıtımının yapılması, bakımı ve korunmasının sağlanması ve havacılık tarihinin gelecek kuşaklara daha iyi bir şekilde tanıtılması için müze 18 Eylül 1998 tarihinde açılmıştır(Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

7. Sakarya Şehitleri Anıtı ve Müzesi

Sakarya şehitleri adına Polatlı ilçesinin Şehitlerkaşı Tepesine dikilen anıt 28 Ekim 1973 tarihinde Cumhuriyetin 50.yıldönümünde ziyarete açılmıştır. Sakarya Şehitler Anıtı, anıt gövdesi, heykeller ve müzeden oluşmaktadır. Müzede, Sakarya Savaşı'nı belgelendiren fotoğraflar, belgeler ve çeşitli silahlar sergilenmektedir(Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

8. Topçu ve Füze Okulu Müzesi

Polatlı ilçe merkezinde, Topçu ve Füze okulu kışlası içindedir. Askeri silah müzesi olarak Türkiye'de ikinci sırada yer alır. Üç bölümden oluşan müzede, değişik cins ve çapta toplar, kıyafetler, harp aracı ve gereçleri sergilenmektedir(Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

9. Jandarma Müzesi

Jandarma Genel Komutanlığı'nın 167 yıllık tarihini ve kültürel mirasını gelecek nesillere aktarmayı amaçlamaktadır. Bu tarihi süreç içerisinde Jandarma Teşkilatı'nın tarihi ile ilgili çalışmalara imkân sağlamak amacıyla kurulan Jandarma Müzesi, 21 Kasım 2005 tarihinde açılmıştır. Müze, Osmanlı Devleti Dönemi, Cumhuriyet Dönemi, Jandarma Genel Komutanları, Jandarma Şehitleri Bölümü, Belge ve Yabancı Jandarma Giysileri, Kütüphane Arşiv ve Dinlenme Salonu, Hediyelik Eşya Satış Reyonu ve Kafeteryadan oluşmaktadır(Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2001).

Ankara'nın sahip olduğu müze potansiyeli yukarıda arz edilen şekildedir. Dolayısıyla Ankara müze açısından son derece zengin bir yapıya sahiptir. Bu zenginliğin iyi bir şekilde pazarlanması, şüphesiz ki turizm açısından olumlu bir katkı verecektir. Özellikle Kültür Turizmi altında Müze Turizminin yoğunlaştırılması ve bu turizm koluna yönelik faaliyetlerin sıklaştırılması Ankara'nın senenin her günü boyunca talep görmesini sağlayacaktır. Bu talebin oluşması için gerekli kişilerin uygun yöntem ve teknikleri uygulaması elzemdir. Turizm anlamında bir ülkenin başkenti bu kadar zenginliğe rağmen az talep görüyorsa burada yanlış giden bir durum var demektir. Bu yüzden bu yanlışlığın nerede yapıldığının bir an önce tespiti ve bu

zenginliğin kullanılmasına yönelik verimli çalışmaların yapılması Ankara'yı turizm bakımından hak ettiği değeri bulmasına ve kalkınmasına olanak sağlayacaktır.

3.4. Destinasyon Pazarlama Stratejileri

Destinasyon rekabetinde, destinasyonun çevresi, konumu, turistik konaklama tesisleri önemli bir yer tutmakla birlikte sahip olduğu kültür potansiyeli de önemlidir. Turistik destinasyonlar birbirleri yarış halinde olduklarında bile bir bütün halinde olmalıdır. Turistik destinasyonun bir imajı olmalıdır ve bu imaj salt bir unsura ait olmamalıdır. Turistik destinasyonun unsurları destinasyonu oluşturur. Bu unsurlar yeteri kadar tanınması o destinasyon için gereklidir. Bu bağlamda Kültür Turizmi'nin önemli bir alanını oluşturan müzeler de bu rekabette önemli bir yer teşkil etmektedirler. Destinasyon içinde yer alan müzelerin markalaşması gerekmektedir. Bu markalaşma müzeye yeterli düzeyde talep yaratacak olup, uluslararası bir boyut eklenecektir.

Bu başlık altında destinasyon ve marka kavramları açıklanacak olup, bu kavramın Müze Turizmi'ne ne şekilde etki yaptığı açıklanacaktır.

3.4.1. Destinasyon Tanımı ve Özellikleri

Destinasyon kavramı turizm için hem teoride hem de pratikte sıkça kullanılan ve karşılaşılan bir kavramdır. Destinasyon kavramının içine pazarlama, yönetim, imaj gibi birçok unsur eklenebilir ve bu unsurların eklenmesiyle destinasyon kavramı çok boyutlu olarak ele alınabilir. Özellikle turizm potansiyeli yüksek olan ülkeler için destinasyon sadece bir kelime olmaktan çıkmış, ülkeler sahip olmuş oldukları destinasyondan başarı bekler olmuşlardır. Destinasyonun içine deniz, kum, güneş, konaklanacak otel, yöre insanların turiste bakış açısı gibi çoğaltılabilecek unsurlar girebileceği gibi yörede yer alan tarihi eserler, anıtlar ve müzeler de girebilir. Bu başlık altında destinasyon kavramı turizm açısından ele alınacaktır.

Turizm destinasyonu; bir turist grubunun yerel bir toplum içinde bulunduğu coğrafi bir mekân veya bölge şeklinde tanımlanır. Destinasyon, girdi ve çıktılarını, toplumların, verilen veya sağlanan hizmetlerin bir arada yer aldığı sistem şeklinde değerlendirilir(Cengiz, 2012).

Turizm destinasyonu, bir ülkenin tamamından küçük ve ülke içinde yer alan pek çok şehirden büyük, insanların zihinlerinde bir imaja sahip olan, marka haline gelmiş, milli bir alan ve belirleyici turistik çekim merkezlerine, konser, festival, şenlik gibi etkinliklere, yer aldığı bölge içindeki ulaşım ağına, gelişme ve ilerleme potansiyeline, etrafında yer alan bölgeler ve ulusal düzeyde ulaşım olanaklarına ve turistik yatırımlar açısından coğrafi gelişme potansiyeline ve uygun coğrafya alanına sahip bölge şeklinde tanımlanır(Saruhan, 2012).

Yukarıdaki tanımlar incelendiğinde destinasyon öncelikle bir coğrafyadır. Bu coğrafyanın içine yerli ve yabancı ziyaretçilerin algıladıkları imge yer alır ki oluşan imge insanların tercihlerini belirleyen önemli bir faktördür. Daha sonra ise yine önemli bir unsurlardan olan cazibe kavramı yer alır. Turist grubu bir destinasyon seçeceği zaman imajın yanında coğrafi bir bölgenin çekiciliğine de bakarlar. Diğer bir husus ise ulaşımıdır. Ulaşım konusunda turistler fazla zorluk çekmemek isterler. Dolayısıyla kısıtlı olan zamanlarını ulaşım içerisinde harcamamak ve zahmetli yolculuklara katlanmamak istemeleri turistin doğal bir beklentisidir ve isteğidir. Bir diğer husus ise destinasyon bölgesinde yer alan tesislerdir. Her turist gittiği destinasyon bölgesinde yer alan tesislerin iyi olmasını ve hizmet kalitelerinin yüksek olmasını bekler. Aynı zamanda tesis çeşitliliği destinasyon içerisindeki rekabeti artıracığı gibi hizmet kalitesini de üst seviyeye çıkaracaktır.

Turizm destinasyonu tanımlanacak olursa, imaj, ulaşım, çekicilik ve tesisleşme yönünden turizm potansiyeline cevap verebilen, gelişme durumu olan, doğal, tarihi ve turistik kaynakların yer aldığı bir coğrafyadır.

Doğal kaynaklar bakımından oldukça zengin olan destinasyonlar, sahip oldukları üstünlükleri iyi bir şekilde kullanamaz ve turizm bakımından faydalanamazken; doğal ve tarihi kaynaklar bakımından uygun potansiyeli olmayan destinasyonlar ise yapmış oldukları faaliyetler ve yarattıkları doğal olmayan çekicilikler sayesinde turizm hareketlerine tesir edebilmeyi başarmaktadırlar(Saruhan, 2012).

Destinasyonlar bir ürün şeklinde ele alınıp değerlendirilecek olunursa yapıları açısından farklı olmalarından ötürü niteliklerini aşağıdaki gibi belirtmek mümkündür(Ülker, 2010).;

1. Destinasyon ürününün yapısı gereği bir bütün olması ve destinasyon temelindeki hizmetlerin, niteliklerin ve olanakların olmasından ötürü iki taraflılık veya boyutluluk durumu mevcuttur. Bu doğrultuda destinasyon direkt ve dolaylı şekilde turizmle alâkalı olan ürünler şeklinde iki kısımdan oluşur.

2. Destinasyon ürünü onu tüketenleri elde ettiği hizmet ve tecrübelerden meydana gelir. Böyle bir durumda bir destinasyon ürünü yerli veya yabancı turistler için farklı anlamlara sahip olabilmektedir. Pazarlamacıların turistlerin elde ettiği bu destinasyon deneyimi üzerinde ise kontrolü çok azdır.

3. Destinasyonlar tek bir bileşik yapıdır. Bu açıdan destinasyonlar yer aldıkları bölgeye, ait oldukları ülkeye ve yerel açıdan durumlarına göre değerlendirmeye tabi tutulurlar.

4. Destinasyonlar birden fazla şekilde satışın gerçekleşmesi için son derece uygundur. Fiziksel mekân birçok farklı tüketici kesimlerine farklı özellikleri baz alınarak satılması mümkündür.

Boş zamanın giderek artması, her yıl yapılan tatil sayısının artma eğilimine yansımaktadır. Turizm endüstrisi, müze yöneticileri ve politikalarını oluşturan kesim tarafından çok derin bir biçimde analiz edilmelidir. İç ve dış turizm hareketleri temel alınarak, turizm endüstrisi şu konularda incelenmelidir:

Turistler ve denizaşırı ziyaretçiler

Turizmde eğilimler

Ziyaretçilere yönelik etkinliklere katılım eğilimleri

Turistlere yönelik etkinliklere ilişkin tahminler

Yatırım eğilimleri

Turist endüstrisine yapılan kamu harcamaları

Bu analizler sonucunda turizmin müzelere yapacağı katkıların neler olabileceği daha açık bir şekilde görülecek, politika ve stratejiler daha sağlıklı bir biçimde oluşturulacaktır(Demir, 1998).

Bu analizleri müze yöneticilerinin de yapması müzeler için daha sağlıklı ve iyi neticeler verecektir. Özellikle çağındaki gelişmeleri veya günün gerektirdiği yeniliklere sahip olmayan müze veya müzeler imaj kaybına uğrayacak ve bu müzenin ziyaretçi sayısını etkileyecektir. Bir destinasyon bölgesine yapılacak yatırımın bölgede yer alan müze veya müzeleri nasıl ve ne şekilde etkileyeceği tahmin edilmelidir ve buna göre uygun adımlar atılmalıdır. Müze yöneticilerinin bölgeye gelen turistlerin ne tür turist olduğunu yani yerli mi yabancı mı olduğunu bilmelidir ve müzelerini yerli – yabancı ayrımı yapmaksızın hazırlamalıdır. Aynı zamanda, müze yöneticisi dünyadaki ekonomik koşulları dikkatle takip etmeli ve bölgeye gelecek turist sayısını bu ekonomik duruma göre takip etmelidir. Örnek verilecek olursa Rubledeki dalgalanmalar özellikle Türkiye ve onun güney kesimlerini olumsuz şekilde etkileyeceği turizm otoriteleri tarafından dile getirilmektedir. Buradan hareketle Türkiye'nin güneyinde yer alan müzelerin yöneticileri bu durumu görmemezlikten gelmemelidir.

Destinasyonların önemli bir çekim unsuru olan “kültür” olgusu tüketilmeye uygun veya elverişli ürün şeklinde algılanmakta ve kültür turizmi bu bakış açısıyla görülmektedir. Kültür turizmi bir destinasyona ait kültüre – yaşam tarzına, mirasına, sanatına, endüstrisine odaklı turistik ürün türüdür(Keskin, 2008). Kültür turizmi ile destinasyonlara gelen yerli ve yabancı turistler eğitim seviyesi yüksek ve ekonomik açıdan güçlü turistlerdir(Saruhan, 2012).

Kültür turizminin gelişmesindeki esas neden; turistlerin ait oldukları kültür dışındaki kültürleri ve kültürel mekânları gezme tecrübesi edinmeleri ve görmek istemeleri aynı zamanda müzelerde sergilenen ve çeşitli ören yerlerinde bulunan eserleri görmek aynı zamanda mensubu olmadığı farklı kültürler ile tanışmak istemeleridir(Saruhan, 2012).

Destinasyonlar arasındaki rekabette en önemli faktörlerin başında şüphesiz ki müzeler önemli bir yere sahiptir. Bir destinasyona gitmeden önce turistler destinasyon hakkında araştırma yaparlar. Bu araştırmanın içerisine imaj, tarihi ve doğal güzellikler, yöre insanının turiste karşı tutumu gibi unsurların yanında bölgede yer alan müze veya müzeler de önemli bir etkiye sahiptir. Yerli veya yabancı turistler daha önce bilmediği veya bildiği halde göremediği eserleri görmek isterler. Bu

bağlamda ortaya müzeler çıkmaktadır. Belirtilmesi gerekir ki müze sadece dört tarafı çevirili betonarme binadan oluşmamaktadır. Günümüzde özellikle Türkiye ve Yunanistan gibi ülkelerde açık hava müzeleri de mevcuttur. Bu bağlamda gerek açık hava müzeleri olsun gerek bilinen anlamda müzeler olsun destinasyon rekabetinde önemli bir paya sahiptir. Böylece sadece kültür turizmi için seyahat eden insanlar açısından müzeler son derece belirleyici ve çekici bir unsurdur. Kültür turizmine katılan insanlar için seyahat acenteleri kültür turları düzenlemektedirler aynı zamanda tur operatörleri de kültür turları organize etmektedirler. Destinasyon içinde yer alan müzeler gerek acente gerekse de tur operatörleri açısından belirleyici faktör olmuşlardır.

3.4.2. Marka Tanımı ve Özellikleri

Marka için yapılacak herhangi bir tanımlama sınırlı kalmaktadır. Markayı tanımlamak görsellik, algı, konumsallık, değerler, imaj ve kimlik kavramları ile mümkündür(Özdemir, 2008, s. 115). Marka değer yaratıcı olmalı ve yaratılan değer tüketiciler tarafından tanınmalıdır(İpar, 2011). Markayı ya da markaları anlamak için onu oluşturan dört unsura odaklanılması gerekmektedir. Bunlar meydana getirilen ürün, markanın çevresi, markanın iletişimi ve markanın davranışdır. Meydana getirilen ürün, işletmenin ürettiği ve satışa sunduğudur. Markanın çevresi, meydana gelen ürünün nerede üretildiği ve nerelere satıldığıdır. Markanın iletişimi, üretilen ürünün ne olduğunu ve neye yaradığını kitlelere anlatmasıdır. Markanın davranışı ise markayı üreten işletmenin esas unsuru olan çalışanların ne şekilde davrandığını tanımlar(Saruhan, 2012).

Bu bağlamda marka soyut bir kavramdır. Fabrika ürünü üretir ve bu ürettiği ürün henüz markalaşmamıştır. Ürüne bir marka değerini veren onu satın alan ve tüketen insanlardır. Yalnızca bir defa satın alınmayla ürün kendi marka değerini oluşturmaz. Ürünün marka olması için kendisini diğer ürünlerden ayıran belirli bir takım özelliklere sahip olması gerekir. Ayrıca ürünü tüketen insanların o ürünü nasıl konumlandıkları da markanın oluşması açısından büyük bir ehemmiyete sahiptir. Ürün görsel açıdan marka yaratma potansiyeline sahip olmalıdır. Anlaşılacağı üzere marka bir anda oluşan bir kavram veya değer değildir. Markanın oluşması bir süreci kapsar ve bu sürecin en önemli hissedarı onu tüketen ve satın alan insandır.

Müze ile marka birbirleri ile doğrusal bir ilişki içerisinde. Müzeleri de marka yapan, markalaştıran onu ziyaret eden insanlardır. Markanın dört duyusu ile müze ilişkisi ortaya konulması gerekir. Müzenin ürünü sahip olduğu koleksiyonlar, atölyeler, sergiler vb. unsurlardır. Müzeler bu unsurları ziyaretçilerine veya hedef kitlelerine sunarlar. Çevre ise gerek müzenin konumu gerekse sahip olduğu atmosferdir. Çünkü ürünler bu konum ve atmosfere göre satılmaktadır. İletişim ise müzenin sahip olduğu değerler hakkında bilgilerin verilmesidir. Davranış ise müze personelinin gelen ziyaretçilere karşı sergilediği tutumlarıdır. O halde denilebilir ki müzenin hem destinasyon hem de kendisi için marka olabilmesi adına markanın özünü oluşturan unsurları eksiksiz bir şekilde gerçekleştirmesi gerekmektedir.

Markanın özünü oluşturan bu olgular aynı zamanda destinasyon için de gereklidir. Destinasyonun ürünü sahip olduğu konaklama tesisleri, müzeler, anıtlar, inanç merkezleri, mesire alanları, rekreasyon yerleri vb. unsurlardır. Çevre destinasyon bölgesinin coğrafi durumu ve kendi içindeki vaziyetidir. İletişim ise destinasyonda neler yapılabileceğini ve ne olduğunu gösteren faaliyetlerdir. Davranış ise yöre insanının gerek iç gerek dış turistlere karşı takındığı tutum ve sergilediği davranışlardır.

Bu doğrultuda iyi marka isminin şu özellikleri taşıması gerekir(Özdemir, 2008, s. 116);

- . Ürünün yararları ve kalitesi hakkında bir şey söylemelidir,
- . Telaffuzu, fark edilmesi ve hatırlanması kolay olmalıdır,
- . Ayırıcı olmalıdır,
- . Yabancı dillere kolaylıkla çevrilebilmelidir.

Bu bağlamda müzenin iyi bir marka haline gelebilmesi için sahip olduğu koleksiyon, sergi, atölye vb. unsurlar sahip olduğu değerler hakkında ziyaretçiye bir şeyler aktarması ve onda ilgi uyandırması, müzenin telaffuzu, başka dillere rahat çevirimi, müzelerin rekabet halinde olduğu diğer müzelerden kendini ayırt edici özelliklere sahip olması ve müze isminin başka dillere rahat bir şekilde çevrilmesi gerekmektedir.

Markalaşma stratejileri, bütün müzelerin kararlarında ve aktivitelerinde yerine getirilmesi için müzelerin konumlandırma stratejilerini güçlendirmeyi amaçlar. İki düzeyi içerir. Birinci düzey markalaşmanın gerçekleşmeye çalıştığı; görünürlük (marka bilinci), ilgi ve sadakat (marka sadakati veya bağlılığı), hedeflerini içermektedir. İkinci düzey görünürlüğü, ilgiyi ve sadakati içeren araçları kapsar(Kotler ve diğerleri, 2008).

En etkili destinasyon pazarlama unsurlarından biri olan markalaşma, ürünün kontrol edilebilirliği zayıf olduğu için zor bir süreci ve uzun süreli, yatırımı gerektirir. Nitekim uzun vadede destinasyonun turistlerin aklındaki konumunun doğru bir marka oluşumu ile birlikte olumlu yönde değişeceği gerçeği bu yatırımı zorunlu kılmaktadır(Özdemir, 2008, ss. 114-115).

Marka kimliğinin karakterleri, var olan ve yeni kurulan rakipler tarafından keskinleştirilir. Marka kimlikleri müze organizasyonunun önemli hedefleri; rakipler üzerindeki avantajlarını, olumlu algılarını, zamanla aşılınmış güvenini, beğenilen faydalarını, markanın hedeflerine ulaşmadaki başarılı performansına eşlik eden güveni başarma kabiliyetini yansıtır(Kotler ve diğerleri, 2008).

3.4.3. Pazarlama Aracı Olarak Müze Turizmi

Bu başlık altında pazarlama unsuru olarak Müze Turizminin turizme yaptığı katkı açıklanacaktır.

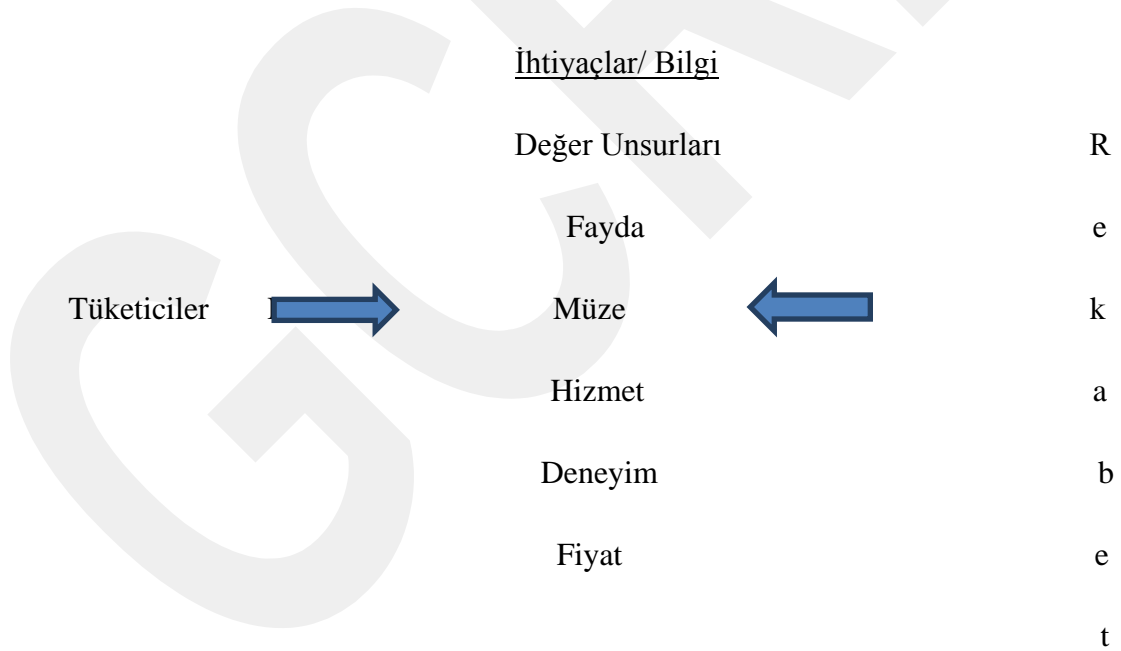
Müzeler bilindiği üzere klasik anlayıştan modern anlayışa geçmiştir. Klasik anlayışta müzeler sadece koleksiyonculuk görevi görmekteydi. Çağdaş anlamda ise müzeler koleksiyon ve sergilemenin yanında eğitim, kültür vb. unsurlara yer vermektedir. Bu bağlamda her şeyden önce müze yöneticileri çağdaş pazarlama tekniklerini bilmek zorundadırlar. Ancak bu şekilde müze pazarlanabilir ve bir gelir elde edilebilir.

Pazarlama anlayışları geleneksel ve çağdaş olarak iki grup altında incelendiğinde geleneksel pazarlama anlayışında asıl amaç sadece malın satılmasıken çağdaş pazarlama anlayışında yine satılması gereken bir mal söz konusu olmakla beraber asıl amaç malın satılması değil pazarda egemen olan tüketicinin isteğine uygun mal ve hizmetin tüketiciye sunulmasıdır(Sezgin ve Karaman, 2009: s. 92).

Pazara hitap edebilmek için pazarın özelliklerinin çok iyi bilinmesi gerekmektedir. Pazarın çözümlenmesi yapılarak, özellikleri ve büyüklüğü açık biçimde ortaya konur. Daha sonra da, pazarın tamamına mı, yoksa sadece bir kısmına mı girileceğine karar verilir. Pazarlamadaki söyleyişle hedef pazar seçilmiş olur. İyi yapılmış hedefleme pazarlamada önemli bir adımdır. Müze ziyaretçilerinin kimler olduğu, kimlerin müze ziyaretinden neden hoşlanmadığı ele alınarak, amaçlar gözden geçirildikten sonra, pazarlama cephesinde hangi tür gruplara özel çaba gösterilmesi gerektiğine ilişkin kararlar alınabilir. Her müze pazarını belirlemeli, analiz etmeli, bölümlenmeli ve stratejisini ona göre ayarlamalıdır.

Müzeler için pazarlama, ziyaretçilere düşük maliyette büyük bir değer sunmayı aynı zamanda bolluk yaratmayı amaçlayan karşılıklı bir süreçtir(Kotler ve diğerleri, 2008).

Şekil 1. Müze Satım İşlemleri ve İlişkileri(Kotler ve diğerleri, a.g.e., s. 23).



Değer=Fonksiyonel ve duygusal fayda

Para, zaman, enerji, fiziksel maliyet

Şekil 1’de görüldüğü gibi pazarlama, müşteriler, müzeler ve rakipler arasındaki karşılıklı bir süreçtir. Tüketicilerin tatmin olma ve müze ziyaretinin avantajlarına ilişkin bilgi edinme ihtiyaçları vardır. Müze diğer müzelerde daha az görülen benzersiz, kendine özgü ve uygun bir değer sunmak zorundadır. Değer yeteri kadar yüksekse (faydalar değeri aşıyorsa), tüketici müze ve müzenin sunduklarına beklenen bir şekilde olumlu tepki verir(Kotler ve diğerleri, a.g.e., s. 22).

Pazarın niceliksel ve niteliksel özellikleri, hedef pazarın belirlenmesinde önemli kolaylıklar sağlar(Demir;1998).

Hedef Pazar analizi ile müzeler hitap etmek istedikleri veya çekmek istedikleri kesimi çok açık bir şekilde görürler. Hedef Pazar analizi ile pazarlama faaliyetleri veya etkinlikleri daha şuurlu bir hal alır. Mantıklı kararlar, öneriler veya uygulamalar bu analize göre ortaya çıkar. Bu analiz ile müze, ne istediğini bilir ve gerçekleştireceği faaliyetler buna göre şekil alır.

Çağdaş pazarlama anlayışının diğer sektörlerle beraber müzelerde de giderek yaygınlaşması sonucu müzeler hizmet sunan kurumlar olarak günümüzde asıl amaçları olan koleksiyon toplamak ve araştırma yapmak ana amaçlarıyla beraber, ziyaretçilerin müzeyi boş zamanlarında daha çok tercih edecekleri bir mekân haline getirme çabası içine girmiştir(Sezgin ve Karaman, 2009, s. 93).

Müzelerde oluşturulan pazarlama karması: ürün (product), yer (place), fiyat (price), tutundurmadır (promotion). Fiziksel özelliklerinin yanında ziyaretçilerin, onları tatmin ettiği ölçüde olumlu olarak değerlendirdiği genel kabul görmüş geleneksel ürün kavramından farklı olarak kabul edilen “müze ürünü” , ziyaretçilerin ilgi ve beğenisi sağlayacak en küçük ayrıntıyı dahi içermektedir. Müze ürünün genellikle soyut özellikler taşıması sebebiyle, müze ürününe verilen tepkinin yapısı fiziksel olmaktan ziyade psikolojiktir. Ziyaretçinin ürüne ilişkin izlenimlerini yani müze deneyimini, her biri eşit önem taşıyan gösterim, görevlilerin dış görünüşü, atmosfer, vb. müzeyi oluşturan her şey etkilemektedir(Sezgin ve Karaman, 2009, s. 99).

Pazarlamanın müze alanına girmesi ve müzenin turizm ile bağdaştırılması sonucunda hem teoride hem de pratikte bir kavram çıkmıştır. Bu kavram müze ürünü ’dür.

Müze ürünü nedir? Ürün kullanıcının zihnindeki bir imajlar demetidir. Müze ürününe verilen tepkinin yapısı, fiziksel olmaktan ziyade psikolojiktir. Ziyaretçi, ürüne ilişkin izlenimlerini (müze deneyimi), her biri eşit önem taşıyan girdilerle (gösterim, görevlilerin dış görünüşü, atmosfer gibi) birleştirir. Müze ürününün “deneyim” olarak düşünülmesi olayı henüz çok yenidir. Geçmişte, ürün, korunan koleksiyon olarak düşünülmüş ve bu koleksiyonun toplumla olan ilişkisi göz ardı edilmiştir(Demir, 1998).

Yukarıdan da anlaşılacağı üzere, müze ürünü soyut bir kavramdır. Ziyaretçi müzeye gitmeden önce göremez, elle tutamaz. Ancak müze ziyareti gerçekleştikten sonra kişinin yaşamış olduğu tecrübe müze ürününe dönüşür. Aynı zamanda vurgulamak gerekir ki ziyaretçiyi müzeye çeken müzenin sahip olduğu koleksiyon ve sergilerle birlikte eğitim, kültür vb. çalışmalarıdır. Bundan ötürü müze ürünü ziyaretçinin bu deneyimleri yaşamasından sonra zihinde meydana gelir. Önceki satırda değinilen değerler ne kadar mükemmel yerine getirilirse müze ürünü o derecede başarılı olur. Bütün bu faktörlerin uyumlu bir şekilde çalışması müze ürünün başarıya ulaşması için şarttır.

Hedef kitle olan insanların davranışları, müze pazarlamasında önemli bir teşkil etmektedir. Müze Müşterileri ile alakalı sorulması gereken üç soruya verilecek cevaplar son derece önem arz etmektedir(Sezgin, Haşiloğlu, İnal, 2011, s. 206):

□ Kültürün hedef kitlesi kim(ler)dir?: Müze, gelen ziyaretçilere bir kültürü sergilemektedir. Bu kültüre en fazla ihtiyacı olanlar grubunu da, ilk olarak, eğitim ve öğretimlerini sürdürmekte olanlar insanlar meydana getirebilir. Bu açıdan, ilk ve ortaöğretimde okuyan öğrenciler müzelerin ana hedef kitlesi içerisinde yer alırlar. Bunun yanı sıra, askerlik hizmetini yapmakta olanlar, üniversitede okuyan öğrenciler, yurtlarda ya da pansiyonlarda yaşayan öğrenciler de müzelerin önemli hedef kitleleridir.

□ Hangi duygu veya niyetlerle satın alırlar?: Müzeler, gelen insanlara görsellik sunmaktadır. Bu yüzden insanların gözleriyle birlikte ruhlarına da hitap edilmektedir. Müze ziyaretlerindeki temel amacın, kendini ispat etme gereksinimi olduğu

denilebilir. İnsanlar, yaptıkları ziyaretleri, gelecekte onun çevresini oluşturanlara anlatmakta ve bildiklerini ispat etmeye çabalamaktadır.

□ Satın alma kararını nasıl verilir?: Müzeye yapılacak olan ziyaret için alınan kararları, bilhassa ilk ve orta öğretim öğrencilerinde öğretmenlerin veya velilerin büyük bir tesiri olmaktadır..

Müze turizmi ve pazarlama konuları açısından bir diğer önemli husus ise müze binalarının fiziki durumlarıdır. Fiziki açıdan yeterlilik müzelerin pazarlanmasında son derece etkili bir faktördür.

Pazarlama yöneticileri, müzenin amaçlarını karşılayan talep türlerini, zamanı ve düzeyi etkilemek için çalışırlar. Müzelerle ilgili altı adet talep durumu vardır(Kotler ve diğerleri, 2008, s. 25).

1. Olumsuz Talep: Tüketiciler müzenin sunduklarından hoşlanmazlar ve onlardan kaçınabilirler

2. Potansiyel Talep: Tüketiciler ilgi duymaktadırlar fakat var olan sergi ve programlardan memnun olmayabilirler.

3. Azalan Talep: Müze ziyaretçileri, zamanla müze programlarını daha seyrek kullanırlar.

4. Düzensiz Talep: Ziyaretçi sayısı sezona, aya ve güne göre değişiklik gösterir.

5. Tam Talep: Ziyaretçiler bir dizi müze, sergi ve programlara yeterli düzeyde katılırlar.

6. Fazla Talep: Müze talebi karşılamak için yeterli programlar, hizmetler ve imkânlar sunamaz.

Müze müdürlerinin ve müzenin pazarlanmasında karar ve rol alıcılarının kendi müzelerini bu altı talebe göre değerlendirmeleri, bağlı olmuş oldukları kurumun pazarlanmasında daha gerçekçi sonuçlar elde etmesine ve somut politikalar veya uygulamalar üretmesine yardımcı olacaktır. Her müze yöneticisi bağlı oldukları kurumların tam talep görmesini isterler. O halde bir müzenin tam talep yaratması için

çağın koşullarına göre pazarlama teknik ve yöntemlerini kullanılmalıdır. Müze yöneticileri, pazarlama konusunda uzman olan kişilerle birlikte çalışmalıdır. Bu tezin konusu olan Ankara'da yer alan müzelerin düzensiz talep yaratmasından ziyade tam talep yaratması istenilen sonuçları elde etmede faydalı olacaktır.

Miras koruma hizmeti bakımından müzelerin ikinci işlevi müze binasının orijinalliğini himaye etmesidir. Müze binalarına bakılacak olunursa çoğu bina tarihi bir özelliğe sahiptir. Bundan dolayı sahip olunan koleksiyonun en önemli unsurlarından biri şüphesiz ki müzelerin binalarıdır. Bu müze binalarının eski olması periyodik olarak restore edilme durumlarını gündeme getirmektedir. Yapılabilecek en önemli hata orijinal yapıya zarar verecek modern görünüm ve tasarımlar olacaktır.(Cengiz, 2006, s. 91).

Bilindiği üzere müzelerin ilk görevi bünyesinde barındırmış oldukları koleksiyon ve sergileri muhafaza etmek, gelecek nesillere aktarmak ve korumaktır. Bunun yanında müzeler tarihi bir yapı içerisinde yer alıyorsa bu yapıyı korumak zorundadır. Çünkü hedef pazara açılırken fiziki durum son derece ehemmiyetli bir durum arz etmektedir. Fiziki durum hitap edilmek istenilen hedef kitle için çekici unsurlardan biridir. Müze yöneticileri müzelerin bulunmuş oldukları tarihi yapıları restore ederek korumalıdır. Fakat bu konuda önemli bir husus ise restorasyon çalışması sırasında tarihi yapının orijinalliğinin bozulmaması ve aslına sadık kalınarak onarılmasıdır. Türkiye'deki çoğu müze tarihi yapılar içerisinde yer almaktadır. Dolayısıyla bu yapılara dikkat edilmesi ve gelecek nesillere aktarılması aynı zamanda korunması ve muhafaza edilmesi son derece önemli bir konu olmakla birlikte pazarlama ve rekabet açısından belirleyici unsurlardan biridir.

Müzenin yerleşimi ve fiziksel altyapısı da müze binasının içinde bulunan ziyaretçilerin yön bulma yeteneğini etkilemektedir. Birçok müze labirentlere benzer şekilde çok büyüktürler. Küçük müzelerde izdiham olabilirken, bazı müzeler, ziyaretçilerinin müze içinde tek bir yöne doğru hareket etmelerini tercih edebilirler. Yön bulma için giriş niteliğindeki bilgiler, broşürlere basılmış bir müze haritasını, temalara göre izlenecek yolu gösteren broşürleri, müze içinde galerilerin yerlerini ayrıntılarıyla ortaya koyan stratejik yerlere yerleştirilmiş posterleri içermelidir. Yön gösteren işaretler, posterler ve hatta bayraklar şeklinde bina içinde yerleştirilebilir.

Müze, işaretlerin ilettiği mesajları her zaman göz önünde bulundurmalıdır. Müzenin inşaat ve düzenine ilişkin kararlar, ya da temizleme-parlatma zamanları, ziyaretçi ihtiyaçları göz önünde bulundurularak yapılabilir. İzdihamdan kaçınılmalı (örneğin, müze mağazasında), tuvaletler engelli kişilerin kullanabilecekleri şekilde ve yiyecek-içecek departmanına yakın bir yerde olmalıdır(Demir, 1998).

Yukarıda değinilen çeşitli faktörlerde bir müzenin pazarlanması açısından etkilidir. Müze sadece kendini fiziksel görünüm ve sergi ile koleksiyon açısından pazarlamaz. Müzeye gelen ziyaretçiler gerek gezme ve görme anlamında gerekse acil durumlarda haritada çıkışları, sergi salonlarını vb. yerleri görmek isterler. Ayrıca insan tabiatı gereği ilk defa geldiği bir yerde kaybolmak istemez. Özellikle çok büyük yapılara sahip olan müzeler için harita, yönlendirme levhaları, mesaj panoları gibi unsurlar önem arz etmektedir. Ayrıca tarihi ve kültürel dokuyu bir arada bulunduran müzelerin fiziki alt yapısı ile ilgili herhangi bir sorun olmamalıdır. Yöneticiler ve çalışanlar bu konuda dikkatli davranmalıdırlar. Temizleme ve parlatma vakitleri müzenin en yoğun olduğu saate getirilmemesine dikkat edilmelidir.

Müze mağazası, ziyaret deneyiminin çok küçük de olsa önemli bir parçasıdır ve müze mağazasının kalitesi müzeye yansiyacaktır. Birçok ziyaretçi müzeden ziyaretlerinin hatırası ile ayrılmak ister. Bu, müze koleksiyonlarını gösteren bir kitap, bir sanat poster, müzenin adının yazdığı bir tişört ya da başka bir hatıra olabilir. Müzeler kuruldukları ilk dönemlerde hediyelik eşya mağazaları kurmuşlardır. Bu mağazalar, tipik olarak küçük, ücra bir yerde gönüllüler tarafından müzenin koleksiyonlarını yansıtan sınırlı eşya sunmuştur. Sonunda daha geniş seçenekte kitap, bijuteri, çocuk oyunları vb. daha çok parça eşya mağazaya katılmış ve ziyaretçilerine küçük hizmetler işe başlayan müze mağazası, büyük bir faaliyet ve önemli gelir kaynağı haline gelmiştir(Sezgin ve Karaman, 2009, s.107).

Müze mağazalarında satılacak eserlere dikkat edilmelidir. Çünkü müzenin hedef pazarından gelen insanların alım gücü müze mağazasının performansı ile doğru orantılıdır. Müze yönetimi alım gücü düşük bir hedef kitleye hitap ediyor ve hizmet sunuyorsa mağazada satacağı ürünler de hedef kitlenin alım gücü ile orantılı olmalıdır. Alım gücü düşük olan bir kitle, finansal açıdan kendini aşan ve sıkıntıya sokan bir hediyelik eşya almayı istemez. Bundan ötürü müzede yer alan mağaza, yer

kaplamaktan başka bir faaliyette bulunmayacaktır. Ayrıca müze yönetimi hitap ettiği hedef kitlenin zevk ve tercihlerini de iyi bilmelidir. Bu müzede hangi ürünlerin satılacağı ve müzeye ek gelir sağlayacağı konusunda yardımcı olacaktır. Bir diğer husus ise mağaza içeriğinin ve biçiminin müze ile uyumlu olmasıdır. Müzenin ruhuna aykırı bir mağaza yapmak müzenin imajını ve tarihi atmosferini bozacaktır. Bundan ötürü mağazanın içeriği ve yapısı müzelerin ruhu ile uyum içerisinde olmalıdır.

Müzeler düzenli ziyaretçilerinin olmasını istiyorsa müzeye gelen ziyaretçilerin de isteklerine önem vermelidir. Pazarlama açısından müzenin amacı ziyaretçi sayısını artırmak, farklı kitlelere ulaşmak ve bu sayede tanınırlığını artırmak olmalıdır. Sadece eserleri sergilemek müzenin amaçları arasında yer almamalıdır, pazarlama açısından daha güçlü bir konum elde edilmek isteniyorsa eğitim, kültür vb. faaliyetlere de yönelmekte fayda vardır.

Müzeler her yaşta insana açık olan kurumlardır. Dolayısıyla müzeler bu faktörü göz önüne alarak kendilerinde gerekli düzenlemeleri yapmalıdırlar. Yaşlı bir ziyaretçi herhangi bir müzeye girdiğinde dinlenebilmeli, ufak yaşta küçük çocuklar eğlenebilmeli, araştırma ve öğrenme eylemlerini gerçekleştirecek olan insanlar da bu faaliyetler için gerekli kaynak ve alanı bulabilmelidirler. Ayrıca müzeler fizik açısından sadece sağlıklı insanların geldiği yerler ve mekânlar değildir. Görme veya fiziksel açıdan engelli olan insanlar için de müzeler gerekli düzenlemeyi yapmalıdırlar. Bu tip düzenlemeler ile pazarlama açısından da güçlü ve avantajlı bir durum sağlanabilir. Müzeler daha güçlü konumlar elde etmek istiyorlarsa çağdaş veya modern pazarlama anlayışlarını mutlaka benimsemelidirler. Aynı zamanda belirtilmesi gerekir ki bu anlayışı benimseyerek müze ile toplum ilişkisi oluşturulmalıdır.

Türkiye’de T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın başlatmış olduğu Müzekart uygulaması müzelerin pazarlanması açısından son derece yararlı bir uygulamadır. Bu uygulama toplumun her kesiminden olan insanlara hizmet vererek, müzeler, açık hava müzeleri, ören yerleri vb. yerlere giriş için kolaylıklar sağlamaktadır. Aynı zamanda bu uygulama yerli turisti müze ve müzede gerçekleştirilen faaliyetlere çekmek için de kullanılmaktadır. Bu uygulamanın kendine özel bir internet sitesi de

mevcut olmakla birlikte, karta sahip olmak için yapılan başvuruda herhangi bir sıkıntı da yaşanmamakta olup gayet pratik bir şekilde ve zaman kaybına uğramadan temin edilmektedir.

GCCRIS

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

METODOLOJİ VE UYGULAMA

4. Araştırma Yöntemi

4.1. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Ankara ilindeki üniversitelerin Turizm bölümünde görev olan öğretim üyeleri oluşturmaktadır. Bu amaçla araştırma örneklemini oluşturacak öğretim üyeleri Ankara'daki devlet ve vakıf üniversitelerinden basit seçkisiz örnekleme yöntemi ile seçilmiştir. Devlet ve vakıf üniversitelerinden kaç öğretim üyesinin seçileceğini belirlemek için örneklem büyüklüğü formülünden yararlanılmıştır (Yamane, 2010, s.124).

$$n = \frac{Nz^2 pq}{(N-1)d^2 + z^2 pq}$$

Burada

N: Ankara'da Turizm bölümünde görevli öğretim üyesi sayısı

z: Güvenirlilik düzeyine karşılık gelen tablo değeri ($\alpha=0.05$ için $z=1.96$)

d:duyarlılık oranı ($d=0.1$)

p:İstenilen özelliğin evrendeki tahmini oranı

$q=1-p$

Bu çalışmada %95 güvenirlilik düzeyi dikkate alınmıştır. Bu durumda $z=1.96$ olarak alınır. Toplam öğretim üyesi sayısı $N=88$ 'dir (64 devlet ve 24 özel). Çalışmada devlet ve vakıf üniversitelerine göre karşılaştırmalar önemlidir. Bu özellik dikkate alınarak devlet okuluna ilişkin oran $p=0.73$ ($64/88$) vakıf üniversitelerine ilişkin oran $q=0.27$ ($24/88$) olarak alınmıştır. Bu oran tahmininde 0.1'lik bir sapma ile tahmin yapılmak istenmektedir bu nedenle $d=0.1$ olarak alınmıştır. Bu durumda örneklem büyüklüğü

$$n = \frac{90(1.96)^2(0.5)(0.5)}{89(0.01)^2 + (1.96)^2(0.5)(0.5)} = 40.95$$

olarak elde edilir. Buna bağı olarak çalışmada öğretim üyelerinden en az 41 tanesi seçilmelidir. Devlet ve vakıf üniversitelerinden seçilecek öğretim üyelerinin dağılımı ise orantılı paylaştırmaya göre aşağıdaki gibi belirlenmiştir.

Tablo 1. Araştırma Evreni Büyüklüğü

Üniversite	Evren büyüklüğü (N)	Örneklem Büyüklüğü (n)
Devlet	64	30
Vakıf	24	11
Toplam	88	41

4.1.1. Araştırmanın Amacı

Tezde daha öncede belirtildiği gibi Ankara'nın zengin bir müze potansiyeli vardır. Bu potansiyel yeteri kadar iyi değerlendirilememektedir. Bu nedenden dolayı bu çalışmada Ankara'da yer alan müzelerin pazarlama stratejilerinin ve uygulamalarının değerlendirilmesi, günümüzde müzeciliğin ve müze işletmeciliğinin, turizm ve pazarlama konularıyla birlikte ele alınarak destinasyon rekabetinde nasıl etkili kullanılabileceği göstermek ve çağdaş müze işletmeciliğinin ne olduğunu ortaya koymak amaçlanmıştır.

4.1.2. Araştırma Soruları

Ankara ilinde bulunan üniversitelerin Turizm bölümünde çalışmakta olan öğretim görevlilerine 39 maddelik likert ölçekli bir anket sorulmuştur. Elde edilen veriler ışığında bu anket güvenilirlik analizine tabi tutulmuştur. Bu kapsamda 39 maddelik ölçeğin Cronbach Alfa güvenilirliği 0.916 olarak yüksek bir iç tutarlılık bulunmuştur.

Tablo 2. Güvenirlik Analizi

Güvenirlik Analizi	
Cronbach's Alpha	Öge Sayısı
0,916	39

4.1.3. Varsayımlar ve Sınırlılıklar

Bu araştırma Ankara ilinin sahip olduğu kültürel potansiyel ile İç Anadolu Bölgesi'nde turizm destinasyonu olarak önemli bir müze kaynağının olduğunu ve bu kaynağın yeteri kadar kullanılmadığını ve pazarlanamadığını varsaymaktadır. Araştırmada zaman ve kişi bakımından sıkıntılar mevcuttur. Araştırmada ilk olarak anket uygulaması müze yöneticilerine, kamu kurumlarında çalışan ve bu konuyla ilgili olan şube müdürlerine ve çalışanlarına ve özel müze yöneticilerine yapılmak istenmiş fakat gerekli izinlerin alınmasında sıkıntı yaşanması ve ilgili kişilerin katılım göstermemesi üzerine Ankara'daki üniversitelerin Turizm bölümünde çalışan öğretim üyelerine anketin yapılması kararlaştırılmıştır. Turizm bölümünde çalışan öğretim üyelerine anketin cevaplanmasını sağlamak veya cevaplamaya ikna etmek aynı zamanda e-posta yoluyla gönderilen anketlerin geri dönüş alınamaması sebebiyle araştırma kişilere ulaşmada sıkıntı çekmiştir. Müze, Müze Turizmi ve Ankara'daki Müzeler, Sürdürülebilir Turizm vb. konulara araştırmada değinilmiş olup, saha çalışması olarak anket uygulanmıştır. Anketlerden elde edilen veriler analize tabi tutulmuştur.

4.1.4. Veri Toplama Yöntemi

Araştırma için 22 Nisan 2015 tarihi ile 22 Mayıs 2015 tarihleri arasında üniversitelerin Turizm bölümünde çalışan öğretim elemanlarına anket uygulanmıştır. Araştırmada nicel araştırma tekniği kullanılmıştır.

Hedefler doğrultusunda çalışmaya literatür taraması ile başlanmış olup, literatür taramasında sonra ise saha çalışması olan anket uygulaması yapılmıştır. Ayrıntılı bir literatür çalışması yapılmış olup, konuyla ilgili kitap, makale, süreli yayın ve internetten toplanan veriler dikkatlice bir araya getirilmiştir.

4.2. Bulgular ve Yorum

Yukarıda da değinildiği üzere, bu çalışmada gerekli olan öğretim elemanı sayısına ulaşılmıştır. Bu hususta şu bulgular elde edilmiştir:

Tablo 3. Ankete Katılan Kişilerin Cinsiyetine Göre Dağılımı

		Kişi sayısı	%
Cinsiyet	Erkek	26	61,9
	Kadın	16	38,1
	Toplam	42	100,0

Tablo 3.'den de görüleceği üzere ankete 42 kişi katılmış olup, bunların 26 kişisi erkek, 16 kişisi ise kadındır. Yüzde oranlarında ise %61,9 oranında erkek katılımcı, %38,1 oranında ise bayan katılımcı ankete iştirak etmiştir.

Tablo 4. Ankete Katılanlarının Yaşa Göre Dağılımı

		Kişi sayısı	%
Yaş	20-30	10	23,8
	31-40	14	33,3
	41-50	13	31,0
	51-60	4	9,5
	61+	1	2,4
	Toplam	42	100,0

Tablo 4. incelendiğinde ankete katılan öğretim elemanlarının 10'u 20-30 yaşları arasında, 14'ü 31-40 yaşları arasında, 13'ü 41-50 yaşları arasında, 4'ü 51-60 yaş aralığında ve 1'i 61 ve üstü yaşındadır. 20-30 yaş arasında olan öğretim üyeleri araştırmanın % 23,8'lik kısmını, 31-40 yaş aralığında olan öğretim üyeleri % 33,3'lük bir kısmı, 41-50 yaş aralığında olan öğretim elemanları % 31,0'luk bir kısmı,

51-60 yaş arası % 9,5'lik bir kısmı ve 61 yaş ve üstü ise % 2,4'lük bir kısmı oluşturmaktadır.

Tablo 5. Ankete Katılanların Gelir Durumu

	Kişi sayısı	%	
Gelir durumu	1500-2500TL	2	4,8
	2500-3500TL	21	50,0
	3501 TL ve üzeri	19	45,2
	Toplam	42	100,0

Tablo 5. incelendiğinde ankete katılan öğretim üyelerinin 2 tanesinin geliri 1500-2500TL arasında olup % 4,8 oranındadır. 2500-3500TL arasında geliri olan öğretim üyelerinin sayısı 21 ve oranı % 50'dir. 3501TL ve üzeri geliri olan öğretim elemanının sayısı 19 ve oranı ise %45,2'dir.

Tablo 6. Ankete Katılanların Çalıştıkları Kurum Türü

	Kişi sayısı	%	
Çalışmakta olduğunuz kurum türü:	Devlet	30	71,4
	Vakıf	12	28,6
	Toplam	42	100,0

Tablo 6. incelendiğinde ankete katılan öğretim elemanlarının 30'u devlet üniversitelerinde çalışmakta olup bu oran %71,4'tür. Vakıf üniversitelerinde çalışan ve ankete katılan öğretim elemanlarının sayısı 12, oranları ise %28,6'dır. Buradan da anlaşılacağı üzere ankete en çok katılım devlet üniversitelerinden olmuştur.

Tablo 7. Ankete Katılanların Unvanları

	Kişi sayısı	%
Profesör	5	11,9
Doçent	9	21,4
Yrd. Doç.	9	21,4
Doktor	1	2,4
Uzman	2	4,8
Araştırma Görevlisi	13	31,0
Öğretim Görevlisi	3	7,1
Toplam	42	100,0

Tablo 7’de görüldüğü üzere ankete katılan öğretim üyelerinden 5 kişi Profesör olup oranları ise % 11,9, Doçent unvanına sahip olup ankete katılan öğretim elemanlarının sayısı 9 ve oranları % 21,4, Yardımcı Doçent unvanına sahip ve ankete katılan öğretim elemanlarının sayısı 9 ve oranları % 21,4, Doktor unvanına sahip ve ankete katılan öğretim elemanı sayısı 1 ve oranı % 4,8, Araştırma Görevlisi unvanına sahip öğretim elemanlarının sayısı 13 ve oranları % 31,0, Öğretim Görevlisi unvanına sahip öğretim elemanlarının sayısı 3 ve oranları %7,1’dir. Buna göre anket uygulamasına katılanların büyük çoğunluğu Araştırma Görevlisi olup, daha sonra profesör ve Doçent unvanına sahip öğretim elemanları gelmektedir.

Tablo 8. Kùltür ve Turizm Bakanlığına Bağlı Mùzeleri Ziyaret Etme Durumu

		Kişi sayısı	Kişi sayısı%
Anadolu Medeniyetler Mùzesi	Evet	39	92,9%
	Hayır	3	7,1%
Ankara Devlet Resim ve Heykel Mùzesi	Evet	31	73,8%
	Hayır	11	26,2%
Cumhuriyet Mùzesi (II. TBMM Binası)	Evet	34	81,0%
	Hayır	8	19,0%
Etnoğrafya Mùzesi	Evet	36	85,7%
	Hayır	6	14,3%
Gordion Mùzesi ve Ören Yeri	Evet	22	52,4%
	Hayır	20	47,6%
Roma Hamamı Açık Hava Mùzesi	Evet	26	61,9%
	Hayır	16	38,1%

Tablo 8. incelendiğinde öğretim elemanları tarafından Kùltür ve Turizm Bakanlığına bağlı olan mùzelerin en çok ziyaret edileni Anadolu Medeniyetleri Mùzesidir. Öğretim elemanlarının bu mùzeyi ziyaret etme oranı % 92,9 olup, ziyaret eden öğretim elemanı sayısı ise 39'dur. Anadolu Medeniyetler Mùzesi'nden sonra öğretim elemanları tarafından en fazla ziyaret edilen müze ise % 85,7'lik bir oran ve 36 kişi ile Etnoğrafya Mùzesi olmuştur. Bu mùzeyi % 81,0'lik bir oran ve 34 kişi ile Cumhuriyet Mùzesi (II.TBMM Binası) izlemiştir.

Dikkat edilmesi gereken bir oran ise Gordion Mùzesi ve Ören Yeri ile Roma Hamamı ve Açık Hava Mùzesi'nin ziyaret edilmeme oranları ve durumudur. Bu oranlar Ankara'da yer alan ve devlete bağlı olan mùzeler için çok fazla yüksektir. Gordion Mùzesi ve Ören Yeri'nin ziyaret edilmeme oranı %61,9 ve Roma Hamamı ve Açık Hava Mùzesi'nin ziyaret edilmeme oranı % 38,1'dir.

Tablo 9. TBMM'ye Bağlı Olan Kurtuluş Savaşı Müzesini Ziyaret Etme Durumu

		Kişi sayısı	Kişi sayısı%
TBMM'ye bağlı olan Kurtuluş Savaşı Müzesini (I. TBMM Binası) ziyaret ettiniz mi?	Evet	33	78,6%
	Hayır	9	21,4%

Tablo 9.'dan da anlaşılacağı üzere TBMM'ye bağlı olan Kurtuluş Savaşı Müzesini (I.TBMM Binası) ziyaret eden öğretim elemanı sayısı 33 ve oranları % 78,6'dır. Bu müzeyi ziyaret etmeyen öğretim elemanlarının sayısı ise 9 kişi olup oranları ise % 21,4 olmuştur.

Tablo 10. A.O.Ç. Atatürk Evi Müzesi Ziyaret Edilme Durumu

		Kişi sayısı	%
A.O.Ç. Atatürk Evi Müzesi	Evet	26	61,9
	Hayır	16	38,1
	Toplam	42	100,0

Tablo 10.'a bakıldığında A.O.Ç. Atatürk Evi Müzesi'ni ziyaret eden öğretim elemanlarının sayısı 26 ve oranları %61,9'dur. Bu müzeyi ziyaret etmeyen öğretim elemanlarının sayısı 16 olup oranları ise % 38,1'dir.

Tablo 11. Ankara Vakıf Eserleri Müzesi Ziyaret Edilme Durumu

		Kişi sayısı	%
Ankara Vakıf Eserleri Müzesi	Evet	2	4,8
	Hayır	40	95,2
	Toplam	42	100,0

Tablo 11. incelendiğinde Ankara Vakıf Eserleri Müzesi'ni ziyaret eden öğretim elemanlarının sayısı 2 olup oranları % 4,8 olmuştur. Bu müzeyi ziyaret etmeyen öğretim elemanlarının sayısı ise 40 olup oranları % 95,2'lik bir düzeyde meydana gelmiştir.

Tablo 12. Ankara Barosu Hukuk Müzesi Ziyaret Edilme Durumu

		Kişi sayısı	%
Ankara Barosu Hukuk Müzesi	Hayır	42	100,0

Tablo 12. incelendiğinde Ankara Barosu Hukuk Müzesi'ni ankete katılan hiçbir öğretim elemanı ziyaret etmemiştir.

Tablo 13. Cumhurbaşkanlığı Atatürk Müze Köşkü Ziyaret Edilme Durumu

		Kişi sayısı	%
Cumhurbaşkanlığı Atatürk Müze Köşkü	Evet	11	26,2
	Hayır	31	73,8
	Toplam	42	100,0

Tablo 13. incelendiğinde ankete katılan öğretim elemanlarından 11 kişi bu müzeyi ziyaret etmiş olup bu oran % 26,2, bu müzeyi ziyaret etmeyen öğretim elemanlarının sayısı 31 oranları ise % 73,8'dir.

Tablo 14. Beypazarı Kent Tarihi Müzesi Ziyaret Edilme Durumu

		Kişi sayısı	%
Beypazarı Kent Tarihi Müzesi	Evet	33	78,6
	Hayır	9	21,4
	Toplam	42	100,0

Tablo 14. incelendiğinde Beypazarı Kent Tarihi Müzesi'ni ziyaret eden öğretim elemanlarının sayısı 33 olup bu oran %78,6 vuku bulmuştur. Bu müzeyi ziyaret etmeyen öğretim elemanlarının sayısı ise 9 olup oranları ise %21,4 şeklinde gerçekleşmiştir.

Tablo 15. Beypazarı Kültür ve Tarih Müzesi Ziyaret Edilme Durumu

		Kişi sayısı	%
Beypazarı Kültür ve Tarih Müzesi	Evet	26	61,9
	Hayır	16	38,1
	Toplam	42	100,0

Tablo 15. incelendiğinde ankete katılan öğretim elemanlarının 26'sı Beypazarı Kültür ve Tarih Müzesi'ni ziyaret etmiş olup bu oran %61,9 şeklinde gerçekleşmiştir. Bu müzeyi ziyaret etmeyen öğretim elemanlarının sayısı 16 olup oran ise %38,1 şeklinde olmuştur.

Tablo 16. Beypazarı Yaşayan Müze Ziyaret Edilme Oranı

		Kişi sayısı	%
Beypazarı Yaşayan Müze	Evet	32	76,2
	Hayır	10	23,8
	Toplam	42	100,0

Tablo 16.'da görüleceği üzere Beypazarı Yaşayan Müze'yi ankete katılan öğretim elemanlarından 32 kişi ziyaret etmiş olup, bu oran %76,2 şeklinde gerçekleşmiştir. Bu müzeyi ziyaret etmeyen öğretim elemanlarının sayısı 10 kişi olup oran ise %23,8 şeklinde gerçekleşmiştir.

Tablo 17. Çengelhan Rahmi Koç Müzesi Ziyaret Edilme Durumu

		Kişi sayısı	%
Çengelhan Rahmi Koç Müzesi	Evet	30	71,4
	Hayır	12	28,6
	Toplam	42	100,0

Tablo 17. incelendiğinde ankete katılan öğretim elemanlarının 30'u bu müzeyi ziyaret etmiş olup bu oran % 71,4 şeklinde gerçekleşmiştir. Bu müzeyi ziyaret etmeyen öğretim elemanlarının sayısı 12 olup oran ise & 28,6 şeklinde meydana gelmiştir.

Tablo 18. Meteoroloji Müzesi Ziyaret Edilme Durumu

		Kişi sayısı	%
Meteoroloji Müzesi	Evet	2	4,8
	Hayır	40	95,2
	Toplam	42	100,0

Tablo 18. incelendiğinde Meteoroloji Müzesini ziyaret eden öğretim elemanlarının sayısı 2 olup, bu oran % 4,8 şeklinde gerçekleşmiştir. Bu müzeyi ziyaret etmeyen öğretim elemanlarının sayısı 40 olup oran ise % 95,2 şeklinde meydana gelmiştir.

Tablo 19. MTA Tabiat Tarihi Müzesi Ziyaret Edilme Durumu

		Kişi sayısı	%
MTA Tabiat Tarihi Müzesi	Evet	17	40,5
	Hayır	25	59,5
	Toplam	42	100,0

Tablo 19 incelendiğinde ankete katılan öğretim elemanlarının 17'si bu müzeyi ziyaret etmiş olup, oran % 40,5 şeklinde gerçekleşmiştir. Bu müzeyi ziyaret etmeyen akademisyenlerin sayısı ise 25 olup % 59,5 şeklinde meydana gelmiştir.

Tablo 20. Ortadoğu Teknik Üniversitesi Müzesi Ziyaret Edilme Durumu

		Kişi sayısı	%
Ortadoğu Teknik Üniversitesi Müzesi	Evet	6	14,3
	Hayır	36	85,7
	Toplam	42	100,0

Tablo 20. Ortadoğu Üniversitesi Müzesini ankete katılan öğretim elemanlarından 6 tanesinin ziyaret ettiğini ve bu oranın % 14,3 şeklinde olduğunu, bu müzeyi ziyaret etmeyen öğretim elemanlarının sayısının ise 36 olduğunu ve bu oranın % 85,7 olduğunu göstermektedir.

Tablo 21. Özel TED Ankara Koleji Müzesi

		Kişi sayısı	%
Özel TED Ankara Koleji Müzesi	Evet	2	4,8
	Hayır	40	95,2
	Toplam	42	100,0

Tablo 21. göstermektedir ki Özel TED Ankara Koleji Müzesi'ni ziyaret eden öğretim elemanlarının sayısı 2 olup bu oran % 4,8 şeklinde gerçekleşmiştir. Bu müzeyi ziyaret etmeyen akademisyenlerin sayısı 40 olup oran ise % 95,2 şeklinde gerçekleşmiştir.

Tablo 22. Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Oyuncak Müzesi Ziyaret Edilme Durumu

		Kişi sayısı	%
Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Oyuncak Müzesi	Evet	3	7,1
	Hayır	39	92,9
	Toplam	42	100,0

Tablo 22.'den anlaşılmaktadır ki Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Oyuncak Müzesi'ni ziyaret eden öğretim elemanlarının sayısı 3 olup oranları ise % 7,1 şeklinde gerçekleşmiştir. Bu müzeyi ziyaret etmeyen öğretim elemanlarının sayısı ise 39 olup, oranları ise % 92,9'dur.

Tablo 23. PTT Müzesi Ziyaret Edilme Durumu

		Kişi sayısı	%
PTT Müzesi	Evet	8	19,0
	Hayır	34	81,0
	Toplam	42	100,0

Tablo 23. göstermektedir ki PTT Müzesi'ni ziyaret eden öğretim elemanlarının sayısı 8 olup oranları % 19,0 şeklinde gerçekleşmiştir. Bu müzeyi ziyaret etmeyen öğretim elemanlarının sayısı 34 olup oranları % 81,0 şeklinde meydana gelmiştir.

Tablo 24. Telekomünikasyon Müzesi Ziyaret Edilme Durumu

		Kişi sayısı	%
Telekomünikasyon Müzesi	Evet	3	7,1
	Hayır	39	92,9
	Toplam	42	100,0

Tablo 24. göstermektedir ki Telekomünikasyon Müzesini ziyaret eden öğretim elemanlarının sayısı 3 olup oranları ise %7,1 şeklinde meydana gelmiştir. Bu müzeyi ziyaret etmeyen öğretim elemanlarının sayısı ise 39 olup oranları % 92,9 şeklinde gerçekleşmiştir.

Tablo 25. TCDD Malıköy Müzesi Ziyaret Edilme Durumu

		Kişi sayısı	%
TCDD Malıköy Müzesi	Evet	4	9,5
	Hayır	38	90,5
	Toplam	42	100,0

Tablo 25.'den anlaşılacağı üzere TCDD Malıköy Müzesi'ni ziyaret eden öğretim elemanlarının sayısı 4 olup oranları % 9,5 şeklinde meydana gelmiştir. Bu müzeyi ziyaret etmeyen öğretim elemanlarının sayısı 38 olup oranları % 90,5 şeklinde meydana gelmiştir.

Tablo 26. TCDD Müzesi ve Sanat Galerisi Ziyaret Edilme Durumu

		Kişi sayısı	%
TCDD Müzesi ve Sanat Galerisi	Evet	9	21,4
	Hayır	33	78,6
	Toplam	42	100,0

Tablo 26.'dan anlaşılacağı üzere TCDD Müzesi ve Sanat Galerisi'ni ziyaret eden öğretim elemanı sayısı 9 olup oranları ise % 21,4'tür. Bu müzeyi ziyaret etmeyen öğretim elemanlarının sayısı ise 33 olup oranları % 78,6 şeklinde gerçekleşmiştir.

Tablo 27. TCDD Açık Hava Buharlı Lokomotif Müzesi Ziyaret Edilme Durumu

		Kişi sayısı	%
TCDD Açık Hava Buharlı Lokomotif Müzesi	Evet	14	33,3
	Hayır	28	66,7
	Toplam	42	100,0

Tablo 27.'de görüleceği üzere TCDD Açık Hava Buharlı Lokomotif Müzesi'ni ziyaret eden öğretim elemanlarının sayısı 14 olup oranları ise % 33,3 şeklinde meydana gelmiştir. Bu müzeyi ziyaret etmeyen öğretim elemanların sayısı 28 olup oranları % 66,7 şeklinde gerçekleşmiştir.

Tablo 28. Milli Mücadelede Atatürk Konutu ve Demiryolları Müzesi Ziyaret Edilme Durumu

	Kişi sayısı	%	
Milli Mücadelede Atatürk Konutu ve Demiryolları Müzesi	Evet	6	14,3
	Hayır	36	85,7
	Toplam	42	100,0

Tablo 28.'de görüleceği üzere ankete katılan öğretim elamanlarının 6'sı bu müzeyi ziyaret etmiş olup oranları % 14,3 şeklinde meydana gelmiştir. Bu müzeyi ziyaret etmeyen öğretim elemanlarının oranı ise % 85,7 olup kişi sayısı ise 36'dır.

Tablo 29. Mehmet Akif Ersoy Müzesi Ziyaret Edilme Durumu

	Kişi sayısı	%	
Mehmet Akif Ersoy Müzesi	Evet	9	21,4
	Hayır	33	78,6
	Toplam	42	100,0

Tablo 29.'dan anlaşılmaktadır ki Mehmet Akif Ersoy Müzesi'ni ankete katılan öğretim elemanlarından 9 kişi ziyaret etmiş olup oranları ise % 21,4 şeklinde gerçekleşmiştir. Bu müzeyi ziyaret etmeyen öğretim elemanları 33 kişi olup oranları % 78,6 şeklinde meydana gelmiştir.

Tablo 30. Türk Hava Kurumu Müzesi Ziyaret Edilme Durumu

		Kişi sayısı	%
Türk Hava Kurumu Müzesi	Evet	8	19,0
	Hayır	34	81,0
	Toplam	42	100,0

Tablo 30.'dan anlaşılacağı üzere Türk Hava Kurumu Müzesi'ni ankete katılan öğretim elemanlarından 8 kişi ziyaret etmiş olup bu oran % 19,0 şeklinde gerçekleşmiştir. Bu müzeyi ziyaret etmeyen öğretim elemanlarının sayısı ise 34 olup oranları ise % 81,0 şeklinde meydana gelmiştir.

Tablo 31. Türkiye Ormancılık Müzesi Ziyaret Edilme Durumu

		Kişi sayısı	%
Türkiye Ormancılık Müzesi	Evet	1	2,4
	Hayır	41	97,6
	Toplam	42	100,0

Tablo 31.'den anlaşılacağı üzere Türkiye Ormancılık Müzesi'ni ankete katılan öğretim elemanlarından yalnızca 1 tanesi ziyaret etmiş olup, bu oran % 2,4 şeklinde meydana gelmiştir. Bu müzeyi ziyaret etmeyen öğretim elemanlarının sayısı 41 olup oranları ise % 97,6 şeklinde gerçekleşmiştir.

Tablo 32. T.C. Ziraat Bankası Müzesi Ziyaret Edilme Durumu

		Kişi sayısı	%
T.C. Ziraat Bankası Müzesi	Evet	4	9,5
	Hayır	38	90,5
	Toplam	42	100,0

Tablo 32'den anlaşılacağı üzere T.C. Ziraat Bankası Müzesi'ni ankete katılan öğretim elemanlarından 4 kişi ziyaret etmiş olup bu oran ise % 9,5 şeklinde gerçekleşmiştir. Bu müzeyi ziyaret etmeyen öğretim elemanlarının sayısı ise 38 olup oranları % 90,5 şeklinde meydana gelmiştir.

Tablo 33. 75. Yıl Cumhuriyet Eğitim Müzesi Ziyaret Edilme Durumu

		Kişi sayısı	%
75. Yıl Cumhuriyet Eğitim Müzesi	Hayır	42	100,0

Tablo 33. göstermektedir ki 75. Yıl Cumhuriyet Eğitim Müzesi'ni ankete katılan öğretim elemanlarından hiçbiri ziyaret etmemiştir.

Tablo 34. Ziraat Fakültesi Müzesi Ziyaret Edilme Durumu

		Kişi sayısı	%
Ziraat Fakültesi Müzesi	Evet	1	2,4
	Hayır	41	97,6
	Toplam	42	100,0

Tablo 34.'de görüleceği üzere ankete katılan öğretim elemanlarından yalnızca 1 kişi bu müzeyi ziyaret etmiş olup bu oran % 2,4 şeklinde meydana gelmiştir. Bu müzeyi ziyaret etmeyen öğretim elemanlarının sayısı 41 olup oran ise % 97,6 şeklinde gerçekleşmiştir.

Tablo 35. Anadolu Mimarlık ve Mobilya Kültürel Miras Müzesi Ziyaret Edilme Durumu

	Kişi sayısı	%	
Anadolu Mimarlık ve Mobilya Kültürel Miras Müzesi	Hayır	42	100,0

Tablo 35.'de görüleceği üzere Anadolu Mimarlık ve Mobilya Kültürel Miras Müzesi'ni ankete katılan öğretim elemanlarından hiçbiri ziyaret etmemiştir.

Tablo 36. Mustafa Ayaz Müzesi Ziyaret Edilme Durumu

	Kişi sayısı	%	
Mustafa Ayaz Müzesi	Evet	1	2,4
	Hayır	41	97,6
	Toplam	42	100,0

Tablo 36.'dan anlaşılacağı üzere Mustafa Ayaz Müzesi'ni ankete katılan öğretim elemanlarından sadece 1 kişi ziyaret etmiş olup bu oran % 2,4 şeklinde gerçekleşmiştir. Bu müzeyi ziyaret etmeyen öğretim elemanlarının sayısı ise 41 olup oranları % 97,6 şeklinde meydana gelmiştir.

Tablo 37. Ülker Zaim Müzesi Ziyaret Edilme Oranı

		Kişi sayısı	%
Ülker Zaim Müzesi	Evet	1	2,4
	Hayır	41	97,6
	Toplam	42	100,0

Tablo 37.'den anlaşılacağı üzere Ülker Zaim Müzesi'ni ankete katılan öğretim elemanlarından yalnızca 1 tanesi ziyaret etmiş olup bu oran % 2,4 şeklinde gerçekleşmiştir. Bu müzeyi ziyaret etmeyen öğretim elemanlarının sayısı ise 41 olup oran % 97,6 olarak meydana gelmiştir.

Tablo 38. Sabahattin Yıldız Müzesi Ziyaret Edilme Oranı

		Kişi sayısı	%
Sebahattin Yıldız Müzesi	Evet	1	2,4
	Hayır	41	97,6
	Toplam	42	100,0

Tablo 38.'dan anlaşılacağı üzere Sabahattin Yıldız Müzesi'ni ankete katılan öğretim elemanlarından yalnız 1 kişi ziyaret etmiş olup oran %2,4 şeklinde gerçekleşmiştir. Bu müzeyi ziyaret etmeyen öğretim elemanlarının sayısı 41 olup oran % 97,6 şeklinde olmuştur.

Tablo 39. 100. Yıl (Olgunlaşma Enstitüsü) Müzesi Ziyaret Edilme Durumu

		Kişi sayısı	%
100. Yıl (Olgunlaşma Enstitüsü) Müzesi	Hayır	42	100,0

Tablo 39.'dan anlaşılacağı üzere 100. Yıl (Olgunlaşma Enstitüsü) Müzesi'ni ankete katılan öğretim elemanlarından hiçbir ziyaret etmemiştir.

Tablo 40. G.Ü.M.E. Fakültesi Prof. Dr. Ülker Muncuk Müzesi Ziyaret Edilme Durumu

		Kişi sayısı	%
G.Ü.M.E. Fakültesi Prof. Dr. Ülker Muncuk Müzesi	Evet	1	2,4
	Hayır	41	97,6
	Toplam	42	100,0

Tablo 40.'dan anlaşılacağı üzere G.Ü.M.E. Fakültesi Prof. Dr. Ülker Muncuk Müzesi'ni ankete katılan öğretim elemanlarından yalnızca 1 tanesi ziyaret etmiş olup oran % 2,4'tür. Bu müzeyi ziyaret etmeyen öğretim elemanlarının sayısı ise 41 olup % 97,6'dır.

Tablo 41. Askeri Müzelerin Ziyaret Edilme Durumu

		Kişi sayısı	Kişi sayısı%
Alagöz Karargâh Müzesi	Evet	5	11,9%
	Hayır	37	88,1%
Anıtkabir, Atatürk ve Kurtuluş Savaşı Müzesi	Evet	39	92,9%
	Hayır	3	7,1%
MSB Arşiv Müzesi	Evet	0	0,0%
	Hayır	42	100,0%
Devlet Mezarlığı Müzesi	Evet	5	11,9%
	Hayır	37	88,1%
Haritacılık Müzesi	Evet	0	0,0%
	Hayır	42	100,0%
Hava Müzesi	Evet	7	16,7%
	Hayır	35	83,3%
Sakarya Şehitleri Anıtı ve Müzesi	Evet	6	14,3%
	Hayır	36	85,7%
Topçu ve Füze Okulu Müzesi	Evet	2	4,8%
	Hayır	40	95,2%
Jandarma Müzesi	Evet	0	0,0%
	Hayır	42	100,0%

Tablo 41. incelediğinde ankete katılan öğretim elemanlarının en fazla ziyaret ettikleri Askeri Müze, Anıtkabir, Atatürk ve Kurtuluş Savaşı Müzesi olmuştur. Bu müzeyi ziyaret edenlerin sayısı 39 olup oran 92,9 şeklinde vuku bulmuştur. Bu müzeyi % 16,7'lik bir oran ve ziyaretçi sayısı 7 olan Hava Müzesi izlemektedir. Hava

Müzesi'ni ise % 14,3'lük bir oran ve 6 kişi ile Sakarya Şehitleri Anıtı ve Müzesi izlemektedir. Bu müzeyi de % 11,9'luk oranlara sahip olan iki müze, Alagöz Karargâh Müzesi ve Devlet Mezarlığı Müzesi izlemektedir. MSB, Haritacılık ve Jandarma Müzelerine ankete katılan öğretim elemanlarının hiçbiri gitmemiştir.

Tablo 42. Ölçek Maddelerine İlişkin Görüşlerin Yüzde Frekans Dağılımlarına İlişkin Sonuçlar

	Hiç katılmıyorum		Katılmıyorum		Bir fikrim yok		Katılıyorum		Kesinlikle katılıyorum	
	Kişi sayısı	%	Kişi sayısı	%	Kişi sayısı	%	Kişi sayısı	%	Kişi sayısı	%
1. Müze; kültür, bilim, estetik, eğitim, eğlence merkezidir.	1	2,4%	1	2,4%	0	0,0%	22	52,4%	18	42,9%
2. Ankara'daki müzeler uluslararası bir markadır.	7	16,7%	12	28,6%	9	21,4%	8	19,0%	6	14,3%
3. Ankara'daki müzelerin mimarisi ziyaretçiler için etkileyicidir.	3	7,1%	10	23,8%	12	28,6%	12	28,6%	5	11,9%
4. Ankara'daki müzelerin fiziksel özellikleri ziyaretçiler için tatmin edicidir.	2	4,8%	8	19,0%	15	35,7%	15	35,7%	2	4,8%
5. Ankara'daki müzelerin atmosferi ziyaretçiler için etkileyicidir.	1	2,4%	3	7,1%	14	33,3%	19	45,2%	5	11,9%
6. Ankara'daki müzelerde eserlerin sunumu ziyaretçiler için etkileyicidir.	1	2,4%	3	7,1%	15	35,7%	18	42,9%	5	11,9%
7. Ankara'daki müzeler yaşayan müzedir.	1	2,4%	8	19,0%	22	52,4%	9	21,4%	2	4,8%
8. Ankara'daki müzelerde sergilenen eserleri detaylı olarak anlatan bir kitap basılmıştır.	6	14,3%	7	16,7%	23	54,8%	2	4,8%	4	9,5%
9. Ankara'daki müzelerde sergilenen eserleri anlatan bir film gösterilmektedir.	5	11,9%	17	40,5%	16	38,1%	3	7,1%	1	2,4%
10. Ankara'daki müzelerde sergilenen eserlerle ilgili çeşitli dillerde işitsel alet kullanılmakta	1	2,4%	5	11,9%	8	19,0%	23	54,8%	5	11,9%
11. Ankara'daki müzelere ulaşım olanakları rahat ve kolaydır.	1	2,4%	8	19,0%	5	11,9%	22	52,4%	6	14,3%

12. Ankara'daki müzelerin internet sitesindeki bilgiler yeterlidir.	5	11,9%	9	21,4%	11	26,2%	14	33,3%	3	7,1%
13. Ankara'daki müzelerde sanal ortamda üç boyutlu gezi imkânı vardır.	7	16,7%	7	16,7%	18	42,9%	7	16,7%	3	7,1%
14. Ankara'daki müzelerin "Halkla İlişkiler Departmanı" hizmetleri yeterlidir.	8	19,0%	14	33,3%	18	42,9%	1	2,4%	1	2,4%
15. Ankara'daki müzelerde ziyaretçilerle ilgilenen elemanların eğitim düzeyi, iletişim becerileri tatmin edicidir.	5	11,9%	12	28,6%	21	50,0%	3	7,1%	1	2,4%
16. Ankara müzelerinde engelli ziyaretçiler için uygun fiziksel alt yapı bulunmaktadır.	4	9,5%	10	23,8%	11	26,2%	16	38,1%	1	2,4%
17. Ankara'daki müzelerde engellilere yönelik çalışmalar vardır; konuşan imgeler vs.	5	11,9%	2	4,8%	15	35,7%	17	40,5%	3	7,1%
18. Ankara'daki müzelerde kullanılan yönlendirme levhaları tatmin edicidir.	2	4,8%	5	11,9%	11	26,2%	18	42,9%	6	14,3%
19. Ankara'daki müzelerde çeşitli organizasyonlar yapılmaktadır; film gösterimi, konser, dans, moda gösterileri.	3	7,1%	18	42,9%	12	28,6%	8	19,0%	1	2,4%
20. Ankara'daki müzelerde çeşitli yaş gruplarına yönelik "müze gezi programları" hazırlanmaktadır.	3	7,1%	12	28,6%	14	33,3%	11	26,2%	2	4,8%
21. Ankara'daki müzelerde çocuklu ailelerin çocuklarını bırakabilecekleri ortamlar hazırlanmıştır.	12	28,6%	16	38,1%	10	23,8%	3	7,1%	1	2,4%
22. Ankara'daki müzelerin kütüphanesi vardır.	8	19,0%	6	14,3%	14	33,3%	13	31,0%	1	2,4%
23. Ankara'daki müzelerin etkileyici cafe ve restoranı vardır.	2	4,8%	12	28,6%	12	28,6%	14	33,3%	2	4,8%
24. Ankara'daki müzelerde dinlenme alanları vardır.	1	2,4%	3	7,1%	13	31,0%	21	50,0%	4	9,5%
25. Ankara'daki müzelerin hediyelik eşya mağazası vardır.	0	0,0%	3	7,1%	7	16,7%	22	52,4%	10	23,8%

26. Ankara'daki müzelerin rehberlik hizmetleri vardır.	3	7,1%	9	21,4%	14	33,3%	13	31,0%	3	7,1%
27. Ankara'daki müzelerde özellikle çocuk ve genç gruplarına yönelik etkinlikler hazırlanmaktadır sergiler, ışık ve ses oyunları.	6	14,3%	20	47,6%	11	26,2%	4	9,5%	1	2,4%
28. Ankara'daki müzelerde, müze tanıtımına yönelik billboardlar kullanılmaktadır.	8	19,0%	15	35,7%	10	23,8%	9	21,4%	0	0,0%
29. Ankara'daki müzeler, müze tanıtımına yönelik gazetelerden yararlanmaktadır.	7	16,7%	24	57,1%	10	23,8%	1	2,4%	0	0,0%
30. Ankara'daki müzeler, müze tanıtımına yönelik radyo ve televizyon kanallarını kullanmaktadır.	8	19,0%	22	52,4%	10	23,8%	2	4,8%	0	0,0%
31. Ankara'daki müzelerde hizmet kalitesi tatmin edicidir.	2	4,8%	12	28,6%	14	33,3%	12	28,6%	2	4,8%
32. Ankara'daki müzelerde, müze tarafından gezici sergiler düzenlenmektedir.	6	14,3%	18	42,9%	14	33,3%	3	7,1%	1	2,4%
33. Ankara'daki müzelerde sergilenen eser çeşidi tatmin edicidir.	0	0,0%	6	14,3%	8	19,0%	20	47,6%	8	19,0%
34. Ankara'daki müzeler tarafından geçici sergiler düzenlenmektedir.	5	11,9%	11	26,2%	15	35,7%	11	26,2%	0	0,0%
35. Ankara'daki müzelerin farklı dillerde hazırlanmış tanıtıcı broşürleri vardır.	1	2,4%	5	11,9%	16	38,1%	15	35,7%	5	11,9%
36. Ankara'daki müzelerin adresleri, internet sitesi ve tanıtıcı materyallerde açık bir şekilde gösterilmiştir.	0	0,0%	8	19,0%	11	26,2%	20	47,6%	3	7,1%
37. Ankara'daki müzelerin olduğu bölgede müzenin yerine ilişkin yönlendirme tabelaları tatmin edicidir.	4	9,5%	6	14,3%	11	26,2%	17	40,5%	4	9,5%
38. Ankara'daki müzelerde eserlerin sunumu ziyaretçiler için etkileyicidir.	1	2,4%	6	14,3%	8	19,0%	24	57,1%	3	7,1%

39. Ankara'daki müzelerde sergilenen eserleri anlatan slayt gösterisi yapılmaktadır.	8	19,0%	14	33,3%	9	21,4%	9	21,4%	2	4,8%
--	---	-------	----	-------	---	-------	---	-------	---	------

Bu tablolar ile birlikte şu hipotezler karşılaştırılacaktır:

H0: Ankara zengin bir müze potansiyeline sahip olmasına rağmen bu potansiyel iyi bir şekilde değerlendirilememektedir.

H0 hipotezi değerlendirilecek olursa, yukarıda verilen tablolar ışığında açık bir şekilde görülmektedir ki Ankara ili sahip olduğu müze potansiyeli sadece belirli birtakım müzeler üzerine yoğunlaşmıştır. Bazı özel müzelerin ve askeri müzelerin yeteri kadar hatta hiçbir şekilde ankete katılanların ziyaret etmesini sağlayamadıkları görülmektedir. Ayrıca askeri müzeler içinde de gereken ilgi sadece Anıtkabir, Atatürk ve Kurtuluş Savaşı Müzesi üzerine yoğunlaşmıştır. Özel müzeler anlamında yoğunluk Beypazarı Kent Tarihi Müzesi üzerindedir. Bütün bunlar göstermektedir ki Ankara müze potansiyeli açısından son derece elverişli olmakla birlikte, bu müzeler yeteri kadar iyi bir şekilde değerlendirilememektedir.

H1: Ankara'daki müzeler çağdaş bir müzecilik anlayışına sahiptir.

H1 hipotezi değerlendirilecek olunursa, bu hipotezle ilgili sorulara verilen cevaplara bakmak gerekmektedir. Çağdaş Müzecilik anlayışının nasıl olduğu yukarıda belirtildi. Bu bağlamda bu hipotezle ilgili sorulara verilen yanıtlar değerlendirildiğinde ankete katılan öğretim üyelerinin % 28,6'lık bir kesimi Ankara'daki müzelerde ziyaretçilerle ilgilenen elemanların eğitim düzeyini ve iletişim becerilerini tatmin edici bulmuyor. Yine katılımcıların %42,9'luk bir bölümü Ankara'daki müzelerde çeşitli organizasyonlar, film gösterimi, konser, dans, moda gösterileri, yapıldığına katılmıyor. Öğretim üyelerinin % 28,6'lık bir kesimi Ankara'daki müzelerde çeşitli yaş gruplarına yönelik "müze gezi programları" hazırlandığına katılmıyor. Ankete katılan öğretim üyelerinden % 47,6'lık bir kesim Ankara'daki müzelerde özellikle çocuk ve genç gruplarına yönelik, sergiler, ışık ve ses oyunları, etkinliklerin hazırlandığına katılmıyorlar. %42,9'luk bir kesim

Ankara'daki müzelerde, müze tarafından gezici sergiler düzenlendiğine katılmamaktadırlar. Bu veriler ışığında H1 hipotezi yani Ankara'daki müzeler çağdaş bir müzecilik anlayışına sahiptir ifadesi reddedilmiştir.

H2: Ankara'daki müzelerin hizmetleri tatmin edicidir.

H2 hipotezi için değerlendirme yapıldığında ankete katılan öğretim elemanlarının % 54,8'i Ankara'daki müzelerde sergilenen eserlerle ilgili çeşitli dillerde işitsel (audio) aletler kullanıldığına katılmaktadır. Katılımcıların %31,0'lik kesimi Ankara'daki müzelerin kütüphanesi olduğuna katılmaktadır. Öğretim üyeleri Ankara'daki müzelerin etkileyici kafe ve restoranı vardır sorusuna % 33,3'lük bir oranda katıldıklarını belirtmişlerdir. Öğretim üyeleri Ankara'daki müzelerin hediyelik eşya mağazası vardır sorusuna % 52,4'lük bir oranla katıldıklarını ve yine % 31,0'lık bir kesim Ankara'daki müzelerde rehberlik hizmeti olduğuna katıldıklarını bildirmişlerdir. Bu durumda H2 hipotezi kabul edilmiş olup Ankara'daki müzelerin hizmetleri tatmin edicidir.

H3: Ankara'daki müzelerde sergilenen eserler tatmin edicidir.

H3 hipotezi değerlendirilecek olunursa ankete katılan öğretim elemanlarının %47,6'lık bir kesimi Ankara'daki müzelerde sergilenen eser çeşidinin tatmin edici olduğunu düşünmektedir. Bu durumda H3 hipotezi yani Ankara'daki müzelerde sergilenen eserler müzeyi ziyaret eden insanların beklentilerini karşılamaktadır

H4: Ankara'daki müzelerin müze turizminin gelişmesi için yaptığı çalışmalar yetersizdir.

H4 hipotezi incelenecek olursa, ankete katılan öğretim elemanlarının % 35,7'lik bir kısmı Ankara'daki müzelerde, müze tanıtımına yönelik billboardlar kullanılmaktadır ifadesine katılmıyor. Katılımcılar Ankara'daki müzeler, müze tanıtımına yönelik gazetelerden yararlanmaktadır sorusuna % 57,1'lik bir oranda katılmadıklarını beyan etmişlerdir. Öğretim görevlileri Ankara'daki müzeler, müze tanıtımına yönelik radyo ve televizyon kanallarını kullanmaktadır sorusuna ise cevap olarak katılmadıklarını %52,4'lük bir oranda bildirmişlerdir. Bu durumda H4 hipotezi yani Ankara'daki

müzelerin, müze turizminin gelişmesi için yaptığı çalışmalar yetersizdir hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 43. Katılımcıların Cinsiyetine Göre Kültür ve Turizm Bakanlığına Bağlı Müzelere Gitme Sıklığı Nasıldır?

		Cinsiyet			
		Erkek		Kadın	
		n	%	n	%
Anadolu Medeniyetler Müzesi	Evet	23	88,5%	16	100,0%
	Hayır	3	11,5%	0	0,0%
Ankara Devlet Resim ve Heykel Müzesi	Evet	17	65,4%	14	87,5%
	Hayır	9	34,6%	2	12,5%
Cumhuriyet Müzesi (II. TBMM Binası)	Evet	19	73,1%	15	93,8%
	Hayır	7	26,9%	1	6,3%
Etnoğrafya Müzesi	Evet	21	80,8%	15	93,8%
	Hayır	5	19,2%	1	6,3%
Gordion Müzesi ve Ören Yeri	Evet	13	50,0%	9	56,3%
	Hayır	13	50,0%	7	43,8%
Roma Hamamı Açık Hava Müzesi	Evet	15	57,7%	11	68,8%
	Hayır	11	42,3%	5	31,3%

Katılımcıların Cinsiyeti ile Kültür-Turizm Bakanlığına bağlı müzelere gitme sıklıkları arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı ki kare testi ile test edilmiş ve sonuçları Tablo 44’de gösterilmiştir.

Tablo 44. Cinsiyet ile Kültür ve Turizm Bakanlığına Bağlı Müzelere Gitme Sıklığı Arasındaki İlişki

		Cinsiyet
Anadolu Medeniyetler Müzesi	Ki kare	1,988
	Sd	1
	p	0,159
Ankara Devlet Resim ve Heykel Müzesi	Ki kare	2,506
	Sd	1
	p	0,113
Cumhuriyet Müzesi (II. TBMM Binası)	Ki kare	2,745
	Sd	1
	p	0,098
Etnoğrafya Müzesi	Ki kare	1,363
	Sd	1
	p	0,243
Gordion Müzesi ve ren Yeri	Ki kare	0,155
	Sd	1
	p	0,694
Roma Hamamı Açık Hava Müzesi	Ki kare	0,514
	Sd	1
	p	0,474

Katılımcıların cinsiyeti ile Kültür-Turizm Bakanlığına bağlı müzelerin her birine gitme sıklıkları arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır($p>0.05$).

Tablo 45. Katılımcıların Cinsiyeti ile Özel Müzelere Gitme Sıklığı Nasıldır?

		Cinsiyet			
		Erkek		Kadın	
		n	%	n	%
A.O.Ç Atatürk Evi Müzesi	Evet	17	65,4%	9	56,3%
	Hayır	9	34,6%	7	43,8%
Ankara Vakıf Eserleri Müzesi	Evet	1	3,8%	1	6,3%
	Hayır	25	96,2%	15	93,8%
Ankara Barosu Hukuk Müzesi	Evet	0	0,0%	0	0,0%
	Hayır	26	100,0%	16	100,0%
Cumhurbaşkanlığı Atatürk Müze Köşkü	Evet	7	26,9%	4	25,0%
	Hayır	19	73,1%	12	75,0%
Beypazarı Kent Tarihi Müzesi	Evet	20	76,9%	13	81,3%
	Hayır	6	23,1%	3	18,8%
Beypazarı Kültür ve Tarih Müzesi	Evet	15	57,7%	11	68,8%
	Hayır	11	42,3%	5	31,3%
Beypazarı Yaşayan Müze	Evet	19	73,1%	13	81,3%
	Hayır	7	26,9%	3	18,8%
Çengelhan Rahmi Koç Müzesi	Evet	17	65,4%	13	81,3%
	Hayır	9	34,6%	3	18,8%
Meteoroloji Müzesi	Evet	2	7,7%	0	0,0%
	Hayır	24	92,3%	16	100,0%
MTA Tabiat Tarihi Müzesi	Evet	11	42,3%	6	37,5%
	Hayır	15	57,7%	10	62,5%
Ortadoğu Teknik Üniversitesi Müzesi	Evet	4	15,4%	2	12,5%
	Hayır	22	84,6%	14	87,5%
Özel TED Ankara Koleji Müzesi	Evet	2	7,7%	0	0,0%
	Hayır	24	92,3%	16	100,0%

Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Oyuncak Müzesi	Evet	1	3,8%	2	12,5%
	Hayır	25	96,2%	14	87,5%
PTT Müzesi	Evet	6	23,1%	2	12,5%
	Hayır	20	76,9%	14	87,5%
Telekomünikasyon Müzesi	Evet	2	7,7%	1	6,3%
	Hayır	24	92,3%	15	93,8%
TCDD Malıköy Müzesi	Evet	2	7,7%	2	12,5%
	Hayır	24	92,3%	14	87,5%
TCDD Müzesi ve Sanat Galerisi	Evet	6	23,1%	3	18,8%
	Hayır	20	76,9%	13	81,3%
TCDD Açık Hava Buharlı Lokomotif Müzesi	Evet	10	38,5%	4	25,0%
	Hayır	16	61,5%	12	75,0%
Milli Mücadelede Atatürk Konutu ve Demiryolları Müzesi	Evet	5	19,2%	1	6,3%
	Hayır	21	80,8%	15	93,8%
Mehmet Akif Ersoy Müzesi	Evet	6	23,1%	3	18,8%
	Hayır	20	76,9%	13	81,3%
Türk Hava Kurumu Müzesi	Evet	5	19,2%	3	18,8%
	Hayır	21	80,8%	13	81,3%
Türkiye Ormanlık Müzesi	Evet	0	0,0%	1	6,3%
	Hayır	26	100,0%	15	93,8%
T.C. Ziraat Bankası Müzesi	Evet	3	11,5%	1	6,3%
	Hayır	23	88,5%	15	93,8%
75. Yıl Cumhuriyet Eğitim Müzesi	Evet	0	0,0%	0	0,0%
	Hayır	26	100,0%	16	100,0%
Ziraat Fakültesi Müzesi	Evet	1	3,8%	0	0,0%
	Hayır	25	96,2%	16	100,0%
Anadolu Mimarlık ve Mobilya Kültürel Miras Müzesi	Evet	0	0,0%	0	0,0%
	Hayır	26	100,0%	16	100,0%

Mustafa Ayaz Müzesi	Evet	1	3,8%	0	0,0%
	Hayır	25	96,2%	16	100,0%
Ülker Zaim Müzesi	Evet	1	3,8%	0	0,0%
	Hayır	25	96,2%	16	100,0%
Sebahattin Yıldız Müzesi	Evet	0	0,0%	1	6,3%
	Hayır	26	100,0%	15	93,8%
100. Yıl Müzesi (Olgunlaşma Enstitüsü Müzesi)	Evet	0	0,0%	0	0,0%
	Hayır	26	100,0%	16	100,0%
G.Ü.M.E. Fakültesi Prof. Dr. Ülker Muncuk Müzesi	Evet	0	0,0%	1	6,3%
	Hayır	26	100,0%	15	93,8%

Katılımcıların Cinsiyeti ile Özel Müzelere gitme sıklıkları arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı ki kare testi ile test edilmiş ve sonuçları Tablo 46’de gösterilmiştir.

Tablo 46. Cinsiyet ile Özel Müzelere Gitme Sıklığı Arasındaki İlişki

		Cinsiyet
A.O.Ç Atatürk Evi Müzesi	Ki kare	0,350
	Sd	1
	p	0,554
Ankara Vakıf Eserleri Müzesi	Ki kare	0,126
	Sd	1
	p	0,722
Cumhurbaşkanlığı Atatürk Müze Köşkü	Ki kare	0,019
	Sd	1
	p	0,891
Beypazarı Kent Tarihi Müzesi	Ki kare	0,110
	Sd	1
	p	0,740

Beypazarı Kültür ve Tarih Müzesi	Ki kare	0,514
	Sd	1
	p	0,474
Beypazarı Yaşayan Müze	Ki kare	0,365
	Sd	1
	p	0,546
Çengelhan Rahmi Koç Müzesi	Ki kare	1,222
	Sd	1
	p	0,269
Meteoroloji Müzesi	Ki kare	1,292
	Sd	1
	p	0,256
MTA Tabiat Tarihi Müzesi	Ki kare	0,095
	Sd	1
	p	0,758
Ortadoğu Teknik Üniversitesi Müzesi	Ki kare	0,067
	Sd	1
	p	0,795
Özel TED Ankara Koleji Müzesi	Ki kare	1,292
	Sd	1
	p	0,256
Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Oyuncak Müzesi	Ki kare	1,118
	Sd	1
	p	0,290
PTT Müzesi	Ki kare	0,719
	Sd	1
	p	0,397
Telekomünikasyon Müzesi	Ki kare	0,031

	Sd	1
	p	0,860
TCDD Malıköy Müzesi	Ki kare	0,266
	Sd	1
	p	0,606
TCDD Müzesi ve Sanat Galerisi	Ki kare	0,110
	Sd	1
	p	0,740
TCDD Açık Hava Buharlı Lokomotif Müzesi	Ki kare	0,808
	Sd	1
	p	0,369
Milli Mücadelede Atatürk Konutu ve Demiryolları Müzesi	Ki kare	1,363
	Sd	1
	p	0,243
Mehmet Akif Ersoy Müzesi	Ki kare	0,110
	Sd	1
	p	0,740
Türk Hava Kurumu Müzesi	Ki kare	0,001
	Sd	1
	p	0,969
Türkiye Ormancılık Müzesi	Ki kare	1,665
	Sd	1
	p	0,197
T.C. Ziraat Bankası Müzesi	Ki kare	0,321
	Sd	1
	p	0,571
Ziraat Fakültesi Müzesi	Ki kare	0,630
	Sd	1

	p	0,427
Mustafa Ayaz Müzesi	Ki kare	0,630
	Sd	1
	p	0,427
Ülker Zaim Müzesi	Ki kare	0,630
	Sd	1
	p	0,427
Sebahattin Yıldız Müzesi	Ki kare	1,665
	Sd	1
	p	0,197
G.Ü.M.E. Fakültesi Prof. Dr. Ülker Muncuk Müzesi	Ki kare	1,665
	Sd	1
	p	0,197

Ki kare testinin p değerine göre katılımcıların cinsiyeti ile Özel müzelerin her birine gitme sıklıkları arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır($p>0.05$).

Tablo 47. Katılımcıların Yaşlarına Göre Kültür ve Turizm Bakanlığına Bağlı Müzelere Gitme Sıklığı Nasıldır?

		Yaş									
		20-30		31-40		41-50		51-60		61+	
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Anadolu Medeniyetler Müzesi	Evet	8	80,0%	14	100,0%	12	92,3%	4	100,0%	1	100,0%
	Hayır	2	20,0%	0	0,0%	1	7,7%	0	0,0%	0	0,0%
Ankara Devlet Resim ve Heykel Müzesi	Evet	7	70,0%	10	71,4%	11	84,6%	3	75,0%	0	0,0%
	Hayır	3	30,0%	4	28,6%	2	15,4%	1	25,0%	1	100,0%
Cumhuriyet Müzesi (II. TBMM Binası)	Evet	8	80,0%	12	85,7%	11	84,6%	3	75,0%	0	0,0%
	Hayır	2	20,0%	2	14,3%	2	15,4%	1	25,0%	1	100,0%

Etnoğrafya Müzesi	Evet	8	80,0%	13	92,9%	11	84,6%	4	100,0%	0	0,0%
	Hayır	2	20,0%	1	7,1%	2	15,4%	0	0,0%	1	100,0%
Gordion Müzesi ve Ören Yeri	Evet	5	50,0%	9	64,3%	6	46,2%	2	50,0%	0	0,0%
	Hayır	5	50,0%	5	35,7%	7	53,8%	2	50,0%	1	100,0%
Roma Hamamı Açık Hava Müzesi	Evet	6	60,0%	12	85,7%	6	46,2%	2	50,0%	0	0,0%
	Hayır	4	40,0%	2	14,3%	7	53,8%	2	50,0%	1	100,0%

Katılımcıların yaşı ile Kültür-Turizm Bakanlığına bağlı müzelere gitme sıklıkları arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı ki kare testi ile test edilmiş ve sonuçları Tablo 48'da gösterilmiştir.

Tablo 48. Katılımcıların Yaşları ile Kültür ve Turizm Bakanlığına Bağlı Müzelere Gitme Arasındaki İlişki

		Yaş
Anadolu Medeniyetler Müzesi	Ki kare	3,960
	Sd	4
	p	0,411
Ankara Devlet Resim ve Heykel Müzesi	Ki kare	3,722
	Sd	4
	p	0,445
Cumhuriyet Müzesi (II. TBMM Binası)	Ki kare	4,667
	Sd	4
	p	0,323
Etnoğrafya Müzesi	Ki kare	7,529
	Sd	4
	p	0,110
Gordion Müzesi ve Ören Yeri	Ki kare	2,129

	Sd	4
	p	0,712
Roma Hamamı Açık Hava Müzesi	Ki kare	6,614
	Sd	4
	p	0,158

Ki kare testi p değerlerine göre katılımcıların yaşı ile Kültür-Turizm Bakanlığına bağlı müzelere gitme sıklıkları arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır ($p > 0.05$).

Tablo 49. Katılımcıların Yaşlarına Göre Özel Müzelere Gitme Sıklığı Nasıldır?

		Yaş									
		20-30		31-40		41-50		51-60		61+	
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
A.O.Ç Atatürk Evi Müzesi	Evet	4	40,0%	10	71,4%	9	69,2%	2	50,0%	1	100,0%
	Hayır	6	60,0%	4	28,6%	4	30,8%	2	50,0%	0	0,0%
Ankara Vakıf Eserleri Müzesi	Evet	1	10,0%	1	7,1%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Hayır	9	90,0%	13	92,9%	13	100,0%	4	100,0%	1	100,0%
Ankara Barosu Hukuk Müzesi	Evet	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Hayır	10	100,0%	14	100,0%	13	100,0%	4	100,0%	1	100,0%
Cumhurbaşkanlığı Atatürk Müze Köşkü	Evet	5	50,0%	2	14,3%	3	23,1%	1	25,0%	0	0,0%
	Hayır	5	50,0%	12	85,7%	10	76,9%	3	75,0%	1	100,0%
Beyazıt Kent Tarihi Müzesi	Evet	9	90,0%	11	78,6%	10	76,9%	2	50,0%	1	100,0%
	Hayır	1	10,0%	3	21,4%	3	23,1%	2	50,0%	0	0,0%
Beyazıt Kültür ve Tarih Müzesi	Evet	7	70,0%	8	57,1%	9	69,2%	1	25,0%	1	100,0%
	Hayır	3	30,0%	6	42,9%	4	30,8%	3	75,0%	0	0,0%
Beyazıt Yaşayan Müze	Evet	9	90,0%	12	85,7%	8	61,5%	2	50,0%	1	100,0%

	Hayır	1	10,0%	2	14,3%	5	38,5%	2	50,0%	0	0,0%
Çengelhan Rahmi Koç Müzesi	Evet	6	60,0%	10	71,4%	10	76,9%	3	75,0%	1	100,0%
	Hayır	4	40,0%	4	28,6%	3	23,1%	1	25,0%	0	0,0%
Meteoroloji Müzesi	Evet	0	0,0%	1	7,1%	1	7,7%	0	0,0%	0	0,0%
	Hayır	10	100,0%	13	92,9%	12	92,3%	4	100,0%	1	100,0%
MTA Tabiat Tarihi Müzesi	Evet	3	30,0%	6	42,9%	5	38,5%	2	50,0%	1	100,0%
	Hayır	7	70,0%	8	57,1%	8	61,5%	2	50,0%	0	0,0%
Ortadoğu Teknik Üniversitesi Müzesi	Evet	1	10,0%	3	21,4%	2	15,4%	0	0,0%	0	0,0%
	Hayır	9	90,0%	11	78,6%	11	84,6%	4	100,0%	1	100,0%
Özel TED Ankara Koleji Müzesi	Evet	0	0,0%	1	7,1%	1	7,7%	0	0,0%	0	0,0%
	Hayır	10	100,0%	13	92,9%	12	92,3%	4	100,0%	1	100,0%
Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Oyuncak Müzesi	Evet	1	10,0%	2	14,3%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Hayır	9	90,0%	12	85,7%	13	100,0%	4	100,0%	1	100,0%
PTT Müzesi	Evet	3	30,0%	4	28,6%	1	7,7%	0	0,0%	0	0,0%
	Hayır	7	70,0%	10	71,4%	12	92,3%	4	100,0%	1	100,0%
Telekomünikasyon Müzesi	Evet	1	10,0%	2	14,3%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Hayır	9	90,0%	12	85,7%	13	100,0%	4	100,0%	1	100,0%
TCDD Malıköy Müzesi	Evet	2	20,0%	1	7,1%	1	7,7%	0	0,0%	0	0,0%
	Hayır	8	80,0%	13	92,9%	12	92,3%	4	100,0%	1	100,0%
TCDD Müzesi ve Sanat Galerisi	Evet	4	40,0%	2	14,3%	2	15,4%	1	25,0%	0	0,0%
	Hayır	6	60,0%	12	85,7%	11	84,6%	3	75,0%	1	100,0%
TCDD Açık Hava Buharlı Lokomotif Müzesi	Evet	4	40,0%	5	35,7%	3	23,1%	1	25,0%	1	100,0%
	Hayır	6	60,0%	9	64,3%	10	76,9%	3	75,0%	0	0,0%
Milli Mücadelede Atatürk Konutu ve Demiryolları Müzesi	Evet	2	20,0%	2	14,3%	1	7,7%	1	25,0%	0	0,0%
	Hayır	8	80,0%	12	85,7%	12	92,3%	3	75,0%	1	100,0%
Mehmet Akif Ersoy	Evet	3	30,0%	3	21,4%	2	15,4%	1	25,0%	0	0,0%

Müzesi	Hayır	7	70,0%	11	78,6%	11	84,6%	3	75,0%	1	100,0%
Türk Hava Kurumu Müzesi	Evet	2	20,0%	2	14,3%	4	30,8%	0	0,0%	0	0,0%
	Hayır	8	80,0%	12	85,7%	9	69,2%	4	100,0%	1	100,0%
Türkiye Ormancılık Müzesi	Evet	1	10,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Hayır	9	90,0%	14	100,0%	13	100,0%	4	100,0%	1	100,0%
T.C. Ziraat Bankası Müzesi	Evet	2	20,0%	2	14,3%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Hayır	8	80,0%	12	85,7%	13	100,0%	4	100,0%	1	100,0%
75. Yıl Cumhuriyet Eğitim Müzesi	Evet	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Hayır	10	100,0%	14	100,0%	13	100,0%	4	100,0%	1	100,0%
Ziraat Fakültesi Müzesi	Evet	0	0,0%	1	7,1%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Hayır	10	100,0%	13	92,9%	13	100,0%	4	100,0%	1	100,0%
Anadolu Mimarlık ve Mobilya Kültürel Miras Müzesi	Evet	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Hayır	10	100,0%	14	100,0%	13	100,0%	4	100,0%	1	100,0%
Mustafa Ayaz Müzesi	Evet	0	0,0%	0	0,0%	1	7,7%	0	0,0%	0	0,0%
	Hayır	10	100,0%	14	100,0%	12	92,3%	4	100,0%	1	100,0%
Ülker Zaim Müzesi	Evet	1	10,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Hayır	9	90,0%	14	100,0%	13	100,0%	4	100,0%	1	100,0%
Sebahattin Yıldız Müzesi	Evet	1	10,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Hayır	9	90,0%	14	100,0%	13	100,0%	4	100,0%	1	100,0%
100. Yıl Müzesi (Olgunlaşma Enstitüsü Müzesi)	Evet	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Hayır	10	100,0%	14	100,0%	13	100,0%	4	100,0%	1	100,0%
G.Ü.M.E. Fakültesi Prof. Dr. Ülker Muncuk Müzesi	Evet	1	10,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Hayır	9	90,0%	14	100,0%	13	100,0%	4	100,0%	1	100,0%

Katılımcıların yaşı ile özel müzelere gitme sıklıkları arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı ki kare testi ile test edilmiş ve sonuçları Tablo 50’de gösterilmiştir.

Tablo 50. Katılımcıların Yaşı ile Özel Müzelere Gitme Arasındaki İlişki

		Yaş
A.O.Ç Atatürk Evi Müzesi	Ki kare	3,725
	Sd	4
	p	0,445
Ankara Vakıf Eserleri Müzesi	Ki kare	1,680
	Sd	4
	p	0,794
Cumhurbaşkanlığı Atatürk Müze Köşkü	Ki kare	4,382
	Sd	4
	p	0,357
Beypazarı Kent Tarihi Müzesi	Ki kare	3,009
	Sd	4
	p	0,556
Beypazarı Kültür ve Tarih Müzesi	Ki kare	3,634
	Sd	4
	p	0,458
Beypazarı Yaşayan Müze	Ki kare	5,115
	Sd	4
	p	0,276
Çengelhan Rahmi Koç Müzesi	Ki kare	1,257
	Sd	4
	p	0,869
Meteoroloji Müzesi	Ki kare	1,171
	Sd	4
	p	0,883

MTA Tabiat Tarihi Müzesi	Ki kare	2,132
	Sd	4
	p	0,712
Ortadoğu Teknik Üniversitesi Müzesi	Ki kare	1,579
	Sd	4
	p	0,812
Özel TED Ankara Koleji Müzesi	Ki kare	1,171
	Sd	4
	p	0,883
Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Oyuncak Müzesi	Ki kare	2,585
	Sd	4
	p	0,630
PTT Müzesi	Ki kare	3,865
	Sd	4
	p	0,425
Telekomünikasyon Müzesi	Ki kare	2,585
	Sd	4
	p	0,630
TCDD Malıköy Müzesi	Ki kare	1,943
	Sd	4
	p	0,746
TCDD Müzesi ve Sanat Galerisi	Ki kare	3,058
	Sd	4
	p	0,548
TCDD Açık Hava Buharlı Lokomotif Müzesi	Ki kare	2,976
	Sd	4

	p	0,562
Milli Mücadelede Atatürk Konutu ve Demiryolları Müzesi	Ki kare	1,270
	Sd	4
	p	0,866
Mehmet Akif Ersoy Müzesi	Ki kare	1,021
	Sd	4
	p	0,907
Türk Hava Kurumu Müzesi	Ki kare	2,547
	Sd	4
	p	0,636
Türkiye Ormancılık Müzesi	Ki kare	3,278
	Sd	4
	p	0,512
T.C. Ziraat Bankası Müzesi	Ki kare	3,537
	Sd	4
	p	0,472
Ziraat Fakültesi Müzesi	Ki kare	2,049
	Sd	4
	p	0,727
Mustafa Ayaz Müzesi	Ki kare	2,285
	Sd	4
	p	0,683
Ülker Zaim Müzesi	Ki kare	3,278
	Sd	4
	p	0,512
Sebahattin Yıldız Müzesi	Ki kare	3,278

	Sd	4
	p	0,512
G.Ü.M.E. Fakültesi Prof. Dr. Ülker Muncuk Müzesi	Ki kare	3,278
	Sd	4
	p	0,512

Ki kare testi p değerlerine göre katılımcıların yaşı ile özel müzelerin her birine gitme sıklıkları arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır($p>0.05$).

Tablo 51. Katılımcıların Unvanlarına Göre Kültür ve Turizm Bakanlığına Bağlı Müzelere Gitme Sıklığı Nasıldır?

		Unvan													
		Profesör		Doçent		Yrd. Doç.		Doktor		Uzman		Araştırma Görevlisi		Öğretim Görevlisi	
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Anadolu Medeniyetler Müzesi	Evet	5	100,0%	9	100,0%	9	100,0%	0	0,0%	2	100,0%	11	84,6%	3	100,0%
	Hayır	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	100,0%	0	0,0%	2	15,4%	0	0,0%
Ankara Devlet Resim ve Heykel Müzesi	Evet	4	80,0%	7	77,8%	9	100,0%	0	0,0%	1	50,0%	8	61,5%	2	66,7%
	Hayır	1	20,0%	2	22,2%	0	0,0%	1	100,0%	1	50,0%	5	38,5%	1	33,3%
Cumhuriyet Müzesi (II. TBMM Binası)	Evet	3	60,0%	9	100,0%	8	88,9%	0	0,0%	1	50,0%	11	84,6%	2	66,7%
	Hayır	2	40,0%	0	0,0%	1	11,1%	1	100,0%	1	50,0%	2	15,4%	1	33,3%
Etnoğrafya Müzesi	Evet	4	80,0%	8	88,9%	8	88,9%	1	100,0%	2	100,0%	10	76,9%	3	100,0%
	Hayır	1	20,0%	1	11,1%	1	11,1%	0	0,0%	0	0,0%	3	23,1%	0	0,0%
Gordion Müzesi ve Ören Yeri	Evet	3	60,0%	2	22,2%	6	66,7%	0	0,0%	1	50,0%	7	53,8%	3	100,0%
	Hayır	2	40,0%	7	77,8%	3	33,3%	1	100,0%	1	50,0%	6	46,2%	0	0,0%
Roma Hamamı Açık Hava Müzesi	Evet	3	60,0%	4	44,4%	7	77,8%	0	0,0%	1	50,0%	8	61,5%	3	100,0%
	Hayır	2	40,0%	5	55,6%	2	22,2%	1	100,0%	1	50,0%	5	38,5%	0	0,0%

Katılımcıların ünvanı ile Kültür Turizm Bakanlığına bağlı müzelere gitme sıklıkları arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı ki kare testi ile test edilmiş ve sonuçları Tablo 52’de gösterilmiştir.

Tablo 52. Katılımcıların Ünvanı ve Kültür ve Turizm Bakanlığına Bağlı Müzelere Gitme Alışkanlıkları Arasındaki İlişki

		Ünvan
Anadolu Medeniyetler Müzesi	Ki kare	16,485
	Sd	6
	p	,011*
Ankara Devlet Resim ve Heykel Müzesi	Ki kare	7,862
	Sd	6
	p	0,248
Cumhuriyet Müzesi (II. TBMM Binası)	Ki kare	9,912
	Sd	6
	p	0,128
Etnoğrafya Müzesi	Ki kare	2,102
	Sd	6
	p	0,910
Gordion Müzesi ve Ören Yeri	Ki kare	7,978
	Sd	6
	p	0,240
Roma Hamamı Açık Hava Müzesi	Ki kare	5,725
	Sd	6
	p	0,455

Ki kare testi p değerlerine göre katılımcıların ünvanı ile Anadolu Medeniyetler Müzesine gitme sıklıkları arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur($p < 0.05$). Diğer müzelere gitme sıklıkları ile ünvan arasında ilişki bulunamamıştır($p > 0.05$).

Tablo 53. Katılımcıların Unvanlarına Göre Özel Müzelere Gitme Sıklığı Nasıldır?

		Unvan													
		Profesör		Doçent		Yrd. Doç.		Doktor		Uzman		Araştırma Görevlisi		Öğretim Görevlisi	
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
A.O.Ç Atatürk Evi Müzesi	Evett	4	80,0%	5	55,6%	8	88,9%	0	0,0%	1	50,0%	6	46,2%	2	66,7%
	Hayır	1	20,0%	4	44,4%	1	11,1%	1	100,0%	1	50,0%	7	53,8%	1	33,3%
Ankara Vakıf Eserleri Müzesi	Evett	0	0,0%	0	0,0%	1	11,1%	0	0,0%	0	0,0%	1	7,7%	0	0,0%
	Hayır	5	100,0%	9	100,0%	8	88,9%	1	100,0%	2	100,0%	12	92,3%	3	100,0%
Ankara Barosu Hukuk Müzesi	Evett	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Hayır	5	100,0%	9	100,0%	9	100,0%	1	100,0%	2	100,0%	13	100,0%	3	100,0%
Cumhurbaşkanlığı Atatürk Müze Köşkü	Evett	1	20,0%	3	33,3%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	6	46,2%	1	33,3%
	Hayır	4	80,0%	6	66,7%	9	100,0%	1	100,0%	2	100,0%	7	53,8%	2	66,7%
Beypazarı Kent Tarihi Müzesi	Evett	3	60,0%	7	77,8%	7	77,8%	0	0,0%	2	100,0%	11	84,6%	3	100,0%
	Hayır	2	40,0%	2	22,2%	2	22,2%	1	100,0%	0	0,0%	2	15,4%	0	0,0%
Beypazarı Kültür ve Tarih Müzesi	Evett	2	40,0%	6	66,7%	6	66,7%	0	0,0%	1	50,0%	8	61,5%	3	100,0%
	Hayır	3	60,0%	3	33,3%	3	33,3%	1	100,0%	1	50,0%	5	38,5%	0	0,0%
Beypazarı Yaşayan Müze	Evett	3	60,0%	5	55,6%	7	77,8%	0	0,0%	2	100,0%	12	92,3%	3	100,0%
	Hayır	2	40,0%	4	44,4%	2	22,2%	1	100,0%	0	0,0%	1	7,7%	0	0,0%
Çengelhan Rahmi Koç Müzesi	Evett	4	80,0%	7	77,8%	7	77,8%	1	100,0%	1	50,0%	8	61,5%	2	66,7%
	Hayır	1	20,0%	2	22,2%	2	22,2%	0	0,0%	1	50,0%	5	38,5%	1	33,3%
Meteoroloji Müzesi	Evett	0	0,0%	1	11,1%	1	11,1%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Hayır	5	100,0%	8	88,9%	8	88,9%	1	100,0%	2	100,0%	13	100,0%	3	100,0%
MTA Tabiat Tarihi Müzesi	Evett	3	60,0%	3	33,3%	5	55,6%	0	0,0%	1	50,0%	3	23,1%	2	66,7%
	Hayır	2	40,0%	6	66,7%	4	44,4%	1	100,0%	1	50,0%	10	76,9%	1	33,3%
Ortadoğu Teknik Üniversitesi Müzesi	Evett	0	0,0%	2	22,2%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	2	15,4%	2	66,7%
	Hayır	5	100,0%	7	77,8%	9	100,0%	1	100,0%	2	100,0%	11	84,6%	1	33,3%
Özel TED Ankara	Evett	0	0,0%	1	11,1%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	7,7%	0	0,0%

Koleji Müzesi	Hayır	5	100,0%	8	88,9%	9	100,0%	1	100,0%	2	100,0%	12	92,3%	3	100,0%
Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Oyuncak Müzesi	Evet	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	2	15,4%	1	33,3%
	Hayır	5	100,0%	9	100,0%	9	100,0%	1	100,0%	2	100,0%	11	84,6%	2	66,7%
PTT Müzesi	Evet	0	0,0%	1	11,1%	3	33,3%	0	0,0%	0	0,0%	3	23,1%	1	33,3%
	Hayır	5	100,0%	8	88,9%	6	66,7%	1	100,0%	2	100,0%	10	76,9%	2	66,7%
Telekomünikasyon Müzesi	Evet	0	0,0%	0	0,0%	1	11,1%	0	0,0%	0	0,0%	1	7,7%	1	33,3%
	Hayır	5	100,0%	9	100,0%	8	88,9%	1	100,0%	2	100,0%	12	92,3%	2	66,7%
TCDD Malıköy Müzesi	Evet	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	50,0%	3	23,1%	0	0,0%
	Hayır	5	100,0%	9	100,0%	9	100,0%	1	100,0%	1	50,0%	10	76,9%	3	100,0%
TCDD Müzesi ve Sanat Galerisi	Evet	1	20,0%	1	11,1%	0	0,0%	0	0,0%	1	50,0%	5	38,5%	1	33,3%
	Hayır	4	80,0%	8	88,9%	9	100,0%	1	100,0%	1	50,0%	8	61,5%	2	66,7%
TCDD Açık Hava Buharlı Lokomotif Müzesi	Evet	3	60,0%	1	11,1%	2	22,2%	0	0,0%	1	50,0%	6	46,2%	1	33,3%
	Hayır	2	40,0%	8	88,9%	7	77,8%	1	100,0%	1	50,0%	7	53,8%	2	66,7%
Milli Mücadelede Atatürk Konutu ve Demiryolları Müzesi	Evet	1	20,0%	1	11,1%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	3	23,1%	1	33,3%
	Hayır	4	80,0%	8	88,9%	9	100,0%	1	100,0%	2	100,0%	10	76,9%	2	66,7%
Mehmet Akif Ersoy Müzesi	Evet	1	20,0%	2	22,2%	3	33,3%	0	0,0%	0	0,0%	3	23,1%	0	0,0%
	Hayır	4	80,0%	7	77,8%	6	66,7%	1	100,0%	2	100,0%	10	76,9%	3	100,0%
Türk Hava Kurumu Müzesi	Evet	1	20,0%	2	22,2%	0	0,0%	0	0,0%	1	50,0%	3	23,1%	1	33,3%
	Hayır	4	80,0%	7	77,8%	9	100,0%	1	100,0%	1	50,0%	10	76,9%	2	66,7%
Türkiye Ormancılık Müzesi	Evet	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	7,7%	0	0,0%
	Hayır	5	100,0%	9	100,0%	9	100,0%	1	100,0%	2	100,0%	12	92,3%	3	100,0%
T.C. Ziraat Bankası Müzesi	Evet	0	0,0%	0	0,0%	2	22,2%	0	0,0%	0	0,0%	2	15,4%	0	0,0%
	Hayır	5	100,0%	9	100,0%	7	77,8%	1	100,0%	2	100,0%	11	84,6%	3	100,0%
75. Yıl Cumhuriyet Eğitim Müzesi	Evet	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Hayır	5	100,0%	9	100,0%	9	100,0%	1	100,0%	2	100,0%	13	100,0%	3	100,0%
Ziraat Fakültesi Müzesi	Evet	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	7,7%	0	0,0%
	Hayır	5	100,0%	9	100,0%	9	100,0%	1	100,0%	2	100,0%	12	92,3%	3	100,0%

Anadolu Mimarlık ve Mobilya Kültürel Miras Müzesi	Evet	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Hayır	5	100,0%	9	100,0%	9	100,0%	1	100,0%	2	100,0%	13	100,0%	3	100,0%
Mustafa Ayaz Müzesi	Evet	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	50,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Hayır	5	100,0%	9	100,0%	9	100,0%	1	100,0%	1	50,0%	13	100,0%	3	100,0%
Ülker Zaim Müzesi	Evet	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	7,7%	0	0,0%
	Hayır	5	100,0%	9	100,0%	9	100,0%	1	100,0%	2	100,0%	12	92,3%	3	100,0%
Sebahattin Yıldız Müzesi	Evet	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	7,7%	0	0,0%
	Hayır	5	100,0%	9	100,0%	9	100,0%	1	100,0%	2	100,0%	12	92,3%	3	100,0%
100. Yıl Müzesi (Olgunlaşma Enstitüsü Müzesi)	Evet	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Hayır	5	100,0%	9	100,0%	9	100,0%	1	100,0%	2	100,0%	13	100,0%	3	100,0%
G.Ü.M.E. Fakültesi Prof. Dr. Ülker Muncuk Müzesi	Evet	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	7,7%	0	0,0%
	Hayır	5	100,0%	9	100,0%	9	100,0%	1	100,0%	2	100,0%	12	92,3%	3	100,0%

Katılımcıların unvanı ile özel müzelere gitme sıklıkları arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı ki kare testi ile test edilmiş ve sonuçları Tablo 54’de gösterilmiştir.

Tablo 54. Unvan ile Özel Müzelere Gitme Arasındaki İlişki

	Ünvan	
A.O.Ç Atatürk Evi Müzesi	Ki kare	6,769
	Sd	6
	p	0,343
Ankara Vakıf Eserleri Müzesi	Ki kare	2,046
	Sd	6
	p	0,915
Cumhurbaşkanlığı Atatürk Müze Köşkü	Ki kare	7,354
	Sd	6
	p	0,289
Beypazarı Kent Tarihi Müzesi	Ki kare	6,343

	Sd	6
	p	0,386
Beypazarı Kültür ve Tarih Müzesi	Ki kare	4,782
	Sd	6
	p	0,572
Beypazarı Yaşayan Müze	Ki kare	9,472
	Sd	6
	p	0,149
Çengelhan Rahmi Koç Müzesi	Ki kare	2,042
	Sd	6
	p	0,916
Meteoroloji Müzesi	Ki kare	2,800
	Sd	6
	p	0,833
MTA Tabiat Tarihi Müzesi	Ki kare	5,074
	Sd	6
	p	0,534
Ortadoğu Teknik Üniversitesi Müzesi	Ki kare	10,031
	Sd	6
	p	0,123
Özel TED Ankara Koleji Müzesi	Ki kare	2,046
	Sd	6
	p	0,915
Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Oyuncak Müzesi	Ki kare	6,434
	Sd	6
	p	0,376

PTT Müzesi	Ki kare	3,975
	Sd	6
	p	0,680
Telekomünikasyon Müzesi	Ki kare	4,630
	Sd	6
	p	0,592
TCDD Malıköy Müzesi	Ki kare	9,416
	Sd	6
	p	0,151
TCDD Müzesi ve Sanat Galerisi	Ki kare	6,765
	Sd	6
	p	0,343
TCDD Açık Hava Buharlı Lokomotif Müzesi	Ki kare	5,812
	Sd	6
	p	0,445
Milli Mücadelede Atatürk Konutu ve Demiryolları Müzesi	Ki kare	3,917
	Sd	6
	p	0,688
Mehmet Akif Ersoy Müzesi	Ki kare	2,424
	Sd	6
	p	0,877
Türk Hava Kurumu Müzesi	Ki kare	4,191
	Sd	6
	p	0,651
Türkiye Ormanlık Müzesi	Ki kare	2,285
	Sd	6

	p	0,892
T.C. Ziraat Bankası Müzesi	Ki kare	4,308
	Sd	6
	p	0,635
Ziraat Fakültesi Müzesi	Ki kare	2,285
	Sd	6
	p	0,892
Mustafa Ayaz Müzesi	Ki kare	20,488
	Sd	6
	p	,002*
Ülker Zaim Müzesi	Ki kare	2,285
	Sd	6
	p	0,892
Sebahattin Yıldız Müzesi	Ki kare	2,285
	Sd	6
	p	0,892
G.Ü.M.E. Fakültesi Prof. Dr. Ülker Muncuk Müzesi	Ki kare	2,285
	Sd	6
	p	0,892

Ki kare testi p değerlerine göre katılımcıların ünvanı ile Mustafa Ayaz Müzesine gitme sıklıkları arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur($p < 0.05$). Diğer müzelere gitme sıklıkları ile unvan arasında ilişki bulunamamıştır($p > 0.05$).

Tablo 55. Yaşa Göre Ankara'daki Müzelere İlişkin Bir Fark Mıdır?

Sorular		N	Ortalama	Std. sapma	Kruskal Wallis Testi	p
2. Ankara'daki müzeler uluslararası bir markadır.	20-30	10	2,50	1,269	5,898	0,207
	31-40	14	3,00	1,177		
	41-50	13	2,77	1,363		
	51-60	4	4,00	1,414		
	61+	1	1,00	.		
7. Ankara'daki müzeler yaşayan müzedir.	20-30	10	2,90	0,738	1,948	0,745
	31-40	14	3,07	0,829		
	41-50	13	3,08	1,038		
	51-60	4	3,50	0,577		
	61+	1	3,00	.		
12. Ankara'daki müzelerin internet sitesindeki bilgiler yeterlidir.	20-30	10	2,80	1,033	1,424	0,840
	31-40	14	3,07	1,207		
	41-50	13	3,08	1,256		
	51-60	4	3,00	1,414		
	61+	1	4,00	.		
28. Ankara'daki müzelerde, müze tanıtımına yönelik billboardlar kullanılmaktadır.	20-30	10	2,00	0,816	4,216	0,378
	31-40	14	2,50	1,092		
	41-50	13	2,85	1,068		
	51-60	4	2,50	1,291		
	61+	1	2,00	.		
29. Ankara'daki müzeler, müze tanıtımına yönelik gazetelerden yararlanmaktadır.	20-30	10	1,90	0,568	3,429	0,489
	31-40	14	2,29	0,726		
	41-50	13	2,23	0,832		
	51-60	4	1,75	0,500		
	61+	1	2,00	.		

30. Ankara'daki müzeler, müze tanıtımına yönelik radyo ve televizyon kanallarını kullanmaktadır.	20-30	10	1,90	0,568	3,029	0,553
	31-40	14	2,29	0,914		
	41-50	13	2,31	0,855		
	51-60	4	1,75	0,500		
	61+	1	2,00	.		
	Total	42	2,14	0,783		
31. Ankara'daki müzelerde hizmet kalitesi tatmin edicidir.	20-30	10	2,80	1,229	1,761	0,780
	31-40	14	3,07	0,997		
	41-50	13	3,00	0,913		
	51-60	4	3,00	0,816		
	61+	1	4,00	.		
35. Ankara'daki müzelerin farklı dillerde hazırlanmış tanıtıcı broşürleri vardır.	20-30	10	3,70	0,949	2,040	0,728
	31-40	14	3,43	1,016		
	41-50	13	3,23	1,013		
	51-60	4	3,25	0,500		
	61+	1	4,00	.		
36. Ankara'daki müzelerin adresleri, internet sitesi ve tanıtıcı materyallerde açık bir şekilde gösterilmiştir.	20-30	10	3,50	0,707	4,541	0,338
	31-40	14	3,64	1,008		
	41-50	13	3,38	0,870		
	51-60	4	3,00	0,816		
	61+	1	2,00	.		
37. Ankara'daki müzelerin olduğu bölgede müzenin yerine ilişkin yönlendirme tabelaları tatmin edicidir.	20-30	10	3,10	1,370	4,285	0,369
	31-40	14	3,71	0,825		
	41-50	13	3,00	1,225		
	51-60	4	2,75	0,957		
	61+	1	4,00	.		
38. Ankara'daki müzelerde eserlerin sunumu ziyaretçiler için	20-30	10	3,70	0,949	1,538	0,820
	31-40	14	3,50	0,941		

etkileyicidir.	41-50	13	3,46	0,967		
	51-60	4	3,25	0,957		
	61+	1	4,00	.		

Sonuçlara göre katılımcıların yaşlarına göre Ankara'daki müzelere ilişkin görüşleri arasında anlamlı fark bulunamamıştır($p>0.05$).

Tablo 56. Unvana Göre Ankara'daki Müzelere İlişkin Görüşler Arasında Bir Fark Var Mıdır?

Sorular		N	Ortalama	Std. sapma	Kruskal Wallis Testi	p
2. Ankara'daki müzeler uluslararası bir markadır.	Profosör	5	2,80	1,64	2,655	0,851
	Doçent	9	3,11	1,45		
	Yard. Doç.	9	2,89	1,54		
	Doktor	1	2,00	.		
	Uzman	2	4,00	1,41		
	Araştırma Görevlisi	13	2,62	1,19		
	Öğretim Görevlisi	3	2,67	0,58		
7. Ankara'daki müzeler yaşayan müzedir.	Profosör	5	3,20	0,84	3,979	0,680
	Doçent	9	3,44	0,88		
	Yard. Doç.	9	2,78	1,09		
	Doktor	1	3,00	.		
	Uzman	2	3,00	0,00		
	Araştırma Görevlisi	13	3,08	0,76		
	Öğretim Görevlisi	3	2,67	0,58		
12. Ankara'daki müzelerin internet sitesindeki bilgiler	Profosör	5	2,60	0,89	9,384	0,153
	Doçent	9	3,89	0,93		

yeterlidir.	Yard. Doç.	9	3,00	1,41		
	Doktor	1	3,00	.		
	Uzman	2	3,50	0,71		
	Araştırma Görevlisi	13	2,77	1,09		
	Öğretim Görevlisi	3	2,00	1,00		
28. Ankara'daki müzelerde, müze tanıtımına yönelik billboardlar kullanılmaktadır.	Profosör	5	2,80	0,84	8,366	0,212
	Doçent	9	3,11	1,05		
	Yard. Doç.	9	2,22	1,09		
	Doktor	1	3,00	.		
	Uzman	2	3,00	1,41		
	Araştırma Görevlisi	13	2,15	0,99		
	Öğretim Görevlisi	3	1,67	0,58		
29. Ankara'daki müzeler, müze tanıtımına yönelik gazetelerden yararlanmaktadır.	Profosör	5	2,00	0,00	4,721	0,580
	Doçent	9	2,33	0,87		
	Yard. Doç.	9	2,00	0,87		
	Doktor	1	3,00	.		
	Uzman	2	2,50	0,71		
	Araştırma Görevlisi	13	2,08	0,64		
	Öğretim Görevlisi	3	1,67	0,58		
30. Ankara'daki müzeler, müze tanıtımına yönelik radyo ve televizyon kanallarını kullanmaktadır.	Profosör	5	2,00	0,00	6,733	0,346
	Doçent	9	2,22	0,97		
	Yard. Doç.	9	2,22	0,83		
	Doktor	1	3,00	.		
	Uzman	2	3,00	1,41		

	Araştırma Görevlisi	13	2,08	0,64		
	Öğretim Görevlisi	3	1,33	0,58		
31. Ankara'daki müzelerde hizmet kalitesi tatmin edicidir.	Profosör	5	3,00	1,00	3,845	0,698
	Doçent	9	3,33	0,71		
	Yard. Doç.	9	2,78	1,09		
	Doktor	1	3,00	.		
	Uzman	2	4,00	1,41		
	Araştırma Görevlisi	13	2,77	1,17		
	Öğretim Görevlisi	3	3,00	0,00		
35. Ankara'daki müzelerin farklı dillerde hazırlanmış tanıtıcı broşürleri vardır.	Profosör	5	3,40	0,55	3,964	0,681
	Doçent	9	3,56	0,88		
	Yard. Doç.	9	3,11	1,05		
	Doktor	1	3,00	.		
	Uzman	2	3,00	0,00		
	Araştırma Görevlisi	13	3,77	1,09		
	Öğretim Görevlisi	3	3,00	1,00		
36. Ankara'daki müzelerin adresleri, internet sitesi ve tanıtıcı materyallerde açık bir şekilde gösterilmiştir.	Profosör	5	2,80	0,84	4,931	0,553
	Doçent	9	3,67	0,87		
	Yard. Doç.	9	3,44	0,88		
	Doktor	1	3,00	.		
	Uzman	2	3,50	0,71		
	Araştırma Görevlisi	13	3,62	0,96		
	Öğretim Görevlisi	3	3,00	1,00		

37. Ankara'daki müzelerin olduğu bölgede müzenin yerine ilişkin yönlendirme tabelaları tatmin edicidir.	Profosör	5	3,40	0,89	1,283	0,973
	Doçent	9	3,11	1,05		
	Yard. Doç.	9	3,44	1,51		
	Doktor	1	3,00	.		
	Uzman	2	3,50	0,71		
	Araştırma Görevlisi	13	3,15	1,28		
	Öğretim Görevlisi	3	3,33	0,58		
38. Ankara'daki müzelerde eserlerin sunumu ziyaretçiler için etkileycidir.	Profosör	5	3,60	0,55	5,109	0,530
	Doçent	9	3,44	0,73		
	Yard. Doç.	9	3,89	1,17		
	Doktor	1	3,00	.		
	Uzman	2	3,50	0,71		
	Araştırma Görevlisi	13	3,46	1,05		
	Öğretim Görevlisi	3	3,00	1,00		

Sonuçlara göre katılımcıların ünvana göre Ankara'daki müzelere ilişkin görüşleri arasında anlamlı fark bulunamamıştır($p>0.05$).

Sonuç ve Öneriler

Türkiye dünya turizm pazarında önemli ülkelerle rekabet halindedir. Rekabet edilen ülkelere bakıldığında ise bu ülkelerin başkentleri ülkeler için son derece önemli bir paya sahiptir. Fakat bu durum Türkiye için geçerli değildir. Ne yazık ki Ankara, Türkiye'nin başkenti olmasına rağmen turizme yeteri kadar katkı verememekle birlikte turizmden iyi bir düzeyde yararlanamamaktadır. Hâlbuki Ankara, kültürel açıdan son derece zengin bir şehirdir. Özellikle müze açısından son derece muazzam bir potansiyele sahip olan Ankara bu potansiyelini maalesef iyi bir şekilde kullanamamaktadır. Yukarıdaki araştırma sonuçlarından ve hipotezlerden anlaşılacağı üzere sahip olunan müze miktarına rağmen, müzeler kendilerini tanıtmaya yönelik faaliyetlerde bulunmamaktadırlar. Sergilenen eserlerin tatmin edici olmasına ve hizmetlerin beklentilerini karşılamasına rağmen Ankara'daki müzeler beklenen çıkışı yapamamaktadırlar.

Araştırmadaki sınırlılıklara değinilecek olunursa, bu çalışmanın anket uygulaması ilk başta müze yöneticilerine, müze ve müzecilikle ilgili kamu kurumlarında çalışan daire başkanlarına, birim müdürlerine, birim çalışanlarına ve özel müzelerin yöneticilerine yönelik yapılması planlanmış fakat gerekli izinlerin alınmasında sıkıntılar yaşanmış, müzecilikle ilgili birimlerde çalışanların yardımcı olmak istememeleri, müze yöneticilerinin isteksizliği sebebiyle araştırmanın evreni Ankara'daki üniversitelerin Turizm bölümünde çalışan akademisyenlere yapılması kararlaştırılmıştır. Bu bağlamda Turizm bölümü olan üniversitelere gidilmiş, ulaşılan öğretim üyelerine anket elden verişmiş, ulaşılamayan akademisyenlere elektronik posta yolu ile ulaşılmış olup ankete katılmaları sağlanmıştır. Ne yazık ki atılan elektronik postaya yanıt vermeyen öğretim üyeleri de mevcuttur.

Bu çalışmada Ankara'daki müzelerin pazarlama stratejileri, Ankara'da yer alan üniversitelerin Turizm bölümünde çalışan akademisyenler tarafından değerlendirilmiştir. Bu çalışmaya benzer çalışmaların ortaya çıkması durumunda araştırmaya kesinlikle müze yöneticilerinin, ilgili kamu kurumlarında çalışan ve bu konuyla alakalı olan birim müdürlerinin ve çalışanlarının dâhil edilmesi daha etkili sonuçlar alınması açısından yararlı olacaktır.

Bu çalışmanın Türkiye genelindeki müzelere yönelik yapılması Türkiye’de Müze Turizminin gelişmesi ve ilerleme kaydetmesi için faydalı olacaktır.

Ankara’daki müzeler istenilen ziyaretçi miktarını elde etmeleri için müzecilik alanındaki yenilikleri sürekli takip etmelidir. Çağdaş müzecilikle ilgili gelişmeleri yakından izlemeli, kendilerine uygulamaları gerekmektedir. Bu yüzden başta yöneticilerin her türlü yeniliğe karşı açık ve istekli olmaları, müzecilik, müze ve Müze Turizmi gibi konularda bilimsel çalışma yapan insanlara köstek değil destek olmaları gerekmektedir. Bu bilimsel çalışmalar yakından takip edilmelidir. Turizm alanında çalışan bilim insanlarının müze turizmi hakkında görüşleri periyodik olarak dikkate alınmalıdır. Aynı zamanda müzecilik konusu üzerinde çalışan bilim adamlarının da görüşleri alınmalıdır.

Son olarak Ankara’daki tüm müzeler, seyahat acenteleri ile anlaşıp, tur programlarına kendilerini dâhil ettirmelidirler. Bu sayede ziyaretçi sayıları da artış gösterecektir. Özel müzeler ise müzecilik adına gayet güzel yaptıkları işleri pazarlama boyutuna çıkardıkları zamandan itibaren patlama yapacaklardır. Özellikle PTT Pul Müzesi, araştırmacılara yaklaşımı, yardımcı olması açısından takdire şayan bir yaklaşım izlemektedir. Bu yaklaşımını pazarlama seviyesine çıkarttığı andan itibaren devlet müzelerini bile geçecek potansiyele sahiptir.

Kaynakça

Akkoç, M. (2010). 5018 Sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu Çerçevesinde Müzelerin Finansman Sorunu ve Çözüm Yolları. (Yayınlanmış Uzmanlık Tezi). Kültür ve Turizm Bakanlığı. Ankara

Akmehmet, K.T. ve Ödekan, A. (2006). Müze Eğitiminin Tarihsel Gelişimi. İTÜ Dergisi, (1), 47-58.
http://itudergi.itu.edu.tr/index.php/itudergisi_b/article/viewFile/1085/1074

Aksoy, H.H. (2003). Eğitim Kurumlarında Teknoloji Kullanımı ve Etkilerine İlişkin Bir Çözümleme. Eğitim, Bilim ve Toplum, (1), 4-23.
<http://www.egitimbilimtoplum.com.tr/index.php/ebt/article/viewFile/28/38>

Akyazı Havadis. 30 Mayıs 2015 tarihinde <http://www.akyazihavadis.com/3391-3391.html> adresinden erişildi.

Altunbaş, A. ve Özdemir, Ç. (2012). Çağdaş Müzecilik Anlayışı ve Müzeler, Kültür ve Turizm Bakanlığı. <http://teftis.kulturturizm.gov.tr/Eklenti/4655,makale.pdf?0>

Anadolu Medeniyetler Müzesi. 29 Mayıs 2015 tarihinde <http://www.anadolumedeniyetlerimuzesi.gov.tr/TR,77764/muzenin-tarihcesi.html> adresinden erişildi.

Anıtkabir Derneği. 29 Mayıs 2015 tarihinde <https://www.anitkabir.com.tr/> adresinden erişildi.

Ankara Büyükşehir Belediyesi. 30 Mayıs 2015 tarihinde <http://www.ankara.bel.tr/ankara-kent-rehberi/muzeler> adresinden erişildi.

Ankara Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü. (2001). Ankara Rehberi. Ankara: Ankara Valiliği Kültür ve Turizm Müdürlüğü.

Atagök,T.(Ed.) (1999). Yeniden Müzeciliği Düşünmek. İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi Basım Yayın Merkezi

Avcıkurt, C. (2009). Turizm Sosyolojisi Genel ve Yapısal Yaklaşım. Ankara: Detay

Ayasofya Müzesi. (2015). 25 Şubat 2015 tarihinde <http://ayasofyamuzesi.gov.tr/tr/koleksiyon> adresinden erişildi.

Aymoli. 30 Mayıs 2015 tarihinde <http://www.aymoli.com/ayasofya-cami-tarihi-ve-ozellikleri/> adresinden erişildi.

Beypazarı 06 Güncel Beypazarı Haber Portalı. 30 Mayıs 2015 tarihinde <http://www.beypazari06.com/beypazari-tanitim/beypazari-muzeleri-2> adresinden erişildi.

Boyar, H. (2006). Bilgi Toplumu Oluşumu ve Küreselleşmenin Kentsel Mekana Etkilerinde “Müzeler” Örneği. (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi. Ankara

Boyraz, B. (2011). Müzelerde Sergileme Yönetimi Bağlamında Teknoloji Kullanımı. (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi). Yıldız Teknik Üniversitesi. İstanbul

British Museum (2015). 24 Şubat 2015 tarihinde http://www.britishmuseum.org/about_us/the_museums_story/general_history.aspx adresinden erişildi.

British Museum. (2015). 24 Şubat 2015 tarihinde http://www.britishmuseum.org/about_us/the_museums_story/the_collection.aspx adresinden erişildi.

British Museum. (2015). 24 Şubat 2015 tarihinde http://www.britishmuseum.org/about_us/news_and_press/press_releases/2014/record_visitor_figures.aspx adresinden erişildi.

Cengiz, E. (2006). Müze Pazarlaması: Pazarlama Karmaşı Elemanlarının Müzelere Uyarlanması, Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (1),87-108. <http://dergipark.ulakbim.gov.tr/cusosbil/article/view/5000001091/5000001782>

Cengiz, F. (2012). Üçüncü Yaş Turistlere Yönelik Turistik Ürün Analizi: Alanya Uygulaması. (Yayınlanmış Doktora Tezi). Akdeniz Üniversitesi. Antalya

Demir, C. (1998). Müzelerde Pazarlama: Müze- Ziyaretçi İlişkilerinde Çağdaş Pazarlama Yaklaşımı. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Anadolu Üniversitesi. Eskişehir

Demirel, H. (2010). Turizmde Sürdürülebilirlik. (Yayınlanmış Uzmanlık Tezi). Kültür ve Turizm Bakanlığı. Ankara

DÖSİM. (2015). 25 Şubat 2015 tarihinde <http://dosim.kulturturizm.gov.tr/assets/documents/2014-TOPLAM-internet.pdf> adresinden erişildi.

Ersun, N. ve Arslan, K. (2011). Turizmde Destinasyon Seçimini Etkileyen Temel Unsurlar ve Pazarlama Stratejileri, Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, (2), 229-248. http://dosya.marmara.edu.tr/ikf/iib-dergi/2011-2/229-248_ersun-arslan.pdf

Gençlik Haber Sitesi. 29 Mayıs 2015 tarihinde <http://www.on5yirmi5.com/dosya/turkiyenin-illeri/6-ankara-hakkinda-genel-bilgi> adresinden erişildi.

Giresun Müzesi. 30 Mayıs 2015 tarihinde <http://www.giresunmuzesi.gov.tr/category/haber-ve-duyurular/> adresinden erişildi.

Gönen, H. (2008). Kamu Sektöründe Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM). (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi). Çukurova Üniversitesi. Adana

Gülcan, B. (2010). Türkiye’de Kültür Turizminin Ürün Yapısı ve Somut Kültür Varlıklarına Dayalı Ürün Farklılaştırma İhtiyacı, İşletme Araştırmaları Dergisi, (2/1), 99-120. <http://www.isarder.org/tr/2010cilt2no1/e55.pdf>

Gürhan, F. (2012). Müzecilikte Algı Yönetimi ve Eğitim Topkapı Sarayı Örneği. (Yayınlanmış Uzmanlık Tezi). Kültür ve Turizm Bakanlığı. İstanbul

ICOM. (2015). 18 Şubat 2015 tarihinde http://archives.icom.museum/hist_def_eng.html adresinden erişildi.

İpar, M. S. (2011). Turizmde Destinasyon Markalaşması ve İstanbul Üzerine Bir Uygulama. (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir Üniversitesi. Balıkesir

Keleş, V. (2003). Modern Müzecilik ve Türk Müzeciliği, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (1-2), 1-17. <http://e-dergi.atauni.edu.tr/ataunisobil/article/view/1020000006/1020000050>

Kervankiran, İ. (2014). Dünyada Değişen Müze Algısı Ekseninde Türkiye'deki Müze Turizmine Bakış. International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic, (9-11), 345-369. http://www.turkishstudies.net/Makaleler/630681445_22Kervankiran%C4%B0smail-sos-345-369.pdf

Keskin, S. (2008). Destinasyon Odaklı Gelişim Açısından Turizm Planlaması: İstanbul Örneği. (Yayınlanmış Uzmanlık Tezi). Kültür ve Turizm Bakanlığı. Ankara

Kim Kimdir. 29 Mayıs 2015 tarihinde <http://www.kimkimdir.net.tr/anitlar/mimar-sinan-aniti-ankara> adresinden erişildi.

Kotler, N., Kotler, P. ve Kotler, W. (2008). Museum Marketing & Strategy. San Francisco: Jossey – Bass

Kozak, M (Ed.) (2014). Sürdürülebilir Turizm. Ankara: Detay

Kurtulan, M. (2009). Küresel Rekabet Ortamında İşletmelerde Teknoloji Geliştirme Birimlerinin Kurulması ve Teknoloji Yönetimi. (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi). Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi. Karaman

Kuter, N. ve Ünal, H. E. (2009). Sürdürülebilirlik Kapsamında Ekoturizmin Çevresel, Ekonomik ve Sosyo-Kültürel Etkileri, Kastamonu Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, (2), 146-156. <http://dergipark.ulakbim.gov.tr/kastorman/article/view/5000083068/5000077204>

Kültür – Sanat. 29 Mayıs 2015 tarihinde <http://www.e-ankara.info/145/ankara-kultur-sanat-rehberi,-ankara-resim-galeri,-ankara-tiyatro,-ankara-sinema,-ankara-bale.html> adresinden erişildi.

Kültür Portalı. 29 Mayıs 2015 tarihinde <http://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/genel/gezilecekyer/duatepe-aniti> adresinden erişildi.

Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü. (2015). 22 Ocak 2015 tarihinde <http://www.kulturvarliklari.gov.tr/TR,69904/turkiyede-muzecilik.html> adresinden erişildi.

Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü. 25 Şubat 2015 tarihinde <http://www.kulturvarliklari.gov.tr/TR,43870/konya---mevlana-muzesi.html> adresinden erişildi.

Louvre Museum. (2015). 24 Şubat 2015 tarihinde <http://www.louvre.fr/en/history-louvre> adresinden erişildi.

Louvre Museum. (2015). 24 Şubat 2015 tarihinde <http://www.louvre.fr/en/departements> adresinden erişildi.

Mercan, Ş.O. ve Cesur, M. (2014). Müze Kart Uygulamasının Türkiye'deki Müze Ziyaretlerine Ait İstatistikler Açısından Önemi ve Çanakkale Müzeleri, Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, (1), 183 – 201. <http://nisantasi.edu.tr/uploads/sbd/Ni%C5%9Fanta%C5%9F%C4%B1%20%C3%9Cniversitesi%20Sosyal%20Bilimler%20Dergisi%20Cilt.2%20Say%C4%B1.1.pdf>

Neyi ile Meşhur. 29 Mayıs 2015 tarihinde <http://www.neyiilemeshur.com/ankara/ankaranin-tarihi-yerleri-kaleleri-camileri-muzeleri-ankara-evleri-2470.html> adresinden erişildi.

Özdemir, G. (2008). Destinasyon Pazarlaması. Ankara: Detay

Rehberim.net Ücretsiz İlan Sitesi. 30 Mayıs 2015 tarihinde <http://www.rehberim.net/forum/baska-yere-sigmayanlar-222/81594-muze-ve-oren-yerleri-8.html> adresinden erişildi.

Sandell, R. Ve Janes, R. (2007). Museum Management and Marketing. Oxon: Routledge

Saruhan, G.E. (2012). Kentsel Markalaşma Sürecinde Kültür Turizminin Etkisi: Antakya (Hatay) Örneği. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Atılım Üniversitesi. Ankara

Schweibenz, W. (1998). The “Virtual Museum”: New Perspectives For Museums to Present Objects and Information Using as Internet as Knowledge Base and Communication System, Internationalen Symposiums für Informationswissenschaft, (6), 185-200. http://www.informationswissenschaft.org/wp-content/uploads/isi/isi1998/14_isi-98-dv-schweibenz-saarbruecken.pdf

Sezer, M.S. (2010). Türkiye Turizm Sektöründe Müze Turizminin Payının Değerlendirilmesi. (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi). Hacettepe Üniversitesi. Ankara

Sezgin, M. Ve Karaman, A. (2009). Müze Yönetimi ve Pazarlaması. Konya: Çizgi

Sezgin, M., Haşiloğlu, B. ve İnal, M.E. (2011). Müze Pazarlamasında Müşteri İlişkileri ve Deneyimleri Üzerine Bir Araştırma, ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi, (13), 201-220. <http://apache.beun.edu.tr/index.php/zkesbe/article/view/256/207>

Şahiner, T. (2012). İnanç Turizmi Potansiyeli ve Halkın İnanç Turizmine Bakışı Açısından Karaman. (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi). Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi. Konya

TDK. (2015). 16 Şubat 2015 tarihinde http://tdk.gov.tr/index.php?option=com_bilimsanat&arama=kelime&guid=TDK.GT.S.54e2104e809512.06542328 adresinden erişildi.

The Art Newspaper Special Report Spring/Summer. (2014). 24 Şubat 2015 tarihinde http://www.museus.gov.br/wp-content/uploads/2014/04/TheArtNewspaper2013_ranking.pdf adresinden erişildi.

The Metropolitan Museum of Art. (2015). 24 Şubat 2015 tarihinde <http://www.metmuseum.org/about-the-museum/history-of-the-museum/main-building> adresinden erişildi.

Topkapı Sarayı. (2015). 25 Şubat 2015 tarihinde <http://www.topkapisarayi.gov.tr/tr/tarih%C3%A7e> adresinden erişildi.

Topkapı Sarayı. (2015). 25 Şubat 2015 tarihinde <http://www.topkapisarayi.gov.tr/tr/koleksiyon> adresinden erişildi.

Topkapı Sarayı. (2015). 25 Şubat 2015 tarihinde <http://www.topkapisarayi.gov.tr/tr/koleksiyon?page=1> adresinden erişildi.

Travel Guide Turkey. 29 Mayıs 2015 tarihinde <http://travelguideturkey.org/?p=586> adresinden erişildi.

Türkiye Kültür Portalı. 29 Mayıs 2015 tarihinde <http://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/ankara/gezilecekyer/guvenlk-aniti> adresinden erişildi

Türkiye Kültür Portalı. 29 Mayıs 2015 tarihinde <http://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/ankara/gezilecekyer/mthat-pasa-aniti> adresinden erişildi

Türkiye Tanıtma Portalı. 29 Mayıs 2015 tarihinde http://turkiyetanitma.com/sehir_tanitim.php?id=10 tarihinde erişildi.

Türkiye'nin Başkenti Ankara. 30 Mayıs 2015 tarihinde <http://ankara.ankaram.net/tr/index.php?page=tanitimdetay&katid=1&id=48> adresinden erişildi.

Tüzün, A. B. (2010). Modern Müze İşletmeciliği. (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi). Çukurova Üniversitesi. Adana

Uluçeçen T.H. (2011). Özel İlgi Turizmi: Kapsamı, Çeşitleri ve Türkiye'de Uygulanabilirliği.(Yayınlanmış Uzmanlık Tezi). Kültür ve Turizm Bakanlığı. Ankara

Ülker, E. (2010). Destinasyon Pazarlamasında Destinasyon Seçimi Karar Verme Süreci Üzerine Bir Çalışma: Bozcaada Örneği. (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi). Trakya Üniversitesi. Edirne

Vehbi Koç ve Ankara Araştırmaları Merkezi. (2007). Geçmişten Geleceğe Türkiye'de Müzecilik I. Ankara: Vehbi Koç ve Ankara Araştırmaları Merkezi.

Vehbi Koç ve Ankara Araştırmaları Merkezi. (2008). Geçmişten Geleceğe Türkiye'de Müzecilik II Eğitim, İşletmecilik ve Turizm. Ankara: Vehbi Koç ve Ankara Araştırmaları Merkezi.

Vehbi Koç ve Ankara Araştırmaları Merkezi. 29 Mayıs 2015 tarihinde <http://vekam.org.tr/index.php?dil=tr&page=kurumsal&state=tarihce> adresinden erişildi.

Vergo, P. (1997). *New Museology*. London: Reaktion. 25 Haziran 2015 tarihinde https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=CeQR7V46oPkC&oi=fnd&pg=PP1&dq=museology&ots=3T354ql5i6&sig=zICEmQiUcZINGOz_OVzAu_yGUY0&redir_esc=y#v=onepage&q=museology&f=false adresinden erişildi.

Yamane, T. (2010). *Temel Örnekleme Yöntemleri*, Alptekin Esin, M. Akif Bakır, Celal Aydın, Esen Gürbüzsel (Çev)., İstanbul: Literatür Yayıncılık.

Yılmaz, K.A. (2010). *Türkiye’de İç Turizmin Canlanması ve Pazarlanmasına Yönelik Çalışmalar: Ankara Şehir Markası İçin Bir Model Örneği*. (Yayımlanmış Uzmanlık Tezi). Kültür ve Turizm Bakanlığı. Ankara

Zerenler, M., Türker, N. ve Şahin, E. (2007). Küresel Teknoloji, Araştırma Geliştirme (AR-GE) ve Yenilik İlişkisi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (17), 653-667. <http://dergisosyalbil.selcuk.edu.tr/susbed/article/view/509/491>

EKLER

EK-1. Anket Formu Örneği

GCPRIS

Değerli katılımcılar,

Bu anket Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm ve Otel İşletmeciliği Anabilim Dalı'nda hazırlanan "Müzelerin Pazarlama Stratejileri ve Destinasyon Rekabeti: Ankara Örneği" adlı yüksek lisans tezine veri sağlamak amacıyla hazırlanmıştır. Bilgiler bilimsel bir çalışmada kullanılacak olup gizlilik ilkesine bağlı kalınacaktır. Katılımlarınız için teşekkür ederim.

BAHADIR İNANÇ ÖZKAN

- Cinsiyet:** Erkek Kadın
- Yaşınız:** 20-30 30-40 40-50 50-60 60 ve üstü
- Gelir durumunuz:** 1500TL-2500TL 2500TL-3500 TL 3500 TL ve üstü
- Çalışmakta olduğunuz kurum türü:** Devlet Vakıf
- Unvanınız:** Profesör Doçent Yrd. Doç. Dr. Doktor Uzman
 Araştırma Görevlisi Öğretim Görevlisi

Aşağıdaki Kültür ve Turizm Bakanlığına bağlı müzelerden hangisini ya da hangilerini ziyaret ettiniz?

- Anadolu Medeniyetler Müzesi Ankara Devlet Resim ve Heykel Müzesi
 Cumhuriyet Müzesi (II. TBMM Binası) Etnoğrafya Müzesi
 Gordion Müzesi ve Ören Yeri Roma Hamamı Açık Hava Müzesi

Aşağıdaki Özel Müzelerden hangisini ya da hangilerini ziyaret ettiniz?

- A.O.Ç Atatürk Evi Müzesi Ankara Vakıf Eserleri Müzesi
 Ankara Barosu Hukuk Müzesi Cumhurbaşkanlığı Atatürk Müze Köşkü
 Beypazarı Kent Tarihi Müzesi Beypazarı Kültür ve Tarih Müzesi
 Beypazarı Yaşayan Müze Çengelhan Rahmi Koç Müzesi
 Meteoroloji Müzesi MTA Tabiat Tarihi Müzesi
 Ortadoğu Teknik Üniversitesi Müzesi Özel TED Ankara Koleji Müzesi
 Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Oyuncak Müzesi
 PTT Müzesi Telekomünikasyon Müzesi
 TCDD Malıköy Müzesi TCDD Müzesi ve Sanat Galerisi
 TCDD Açık Hava Buharlı Lokomotif Müzesi

- () Milli Mücadelede Atatürk Konutu ve Demiryolları Müzesi
- () Mehmet Akif Ersoy Müzesi () Türk Hava Kurumu Müzesi
- () Türkiye Ormancılık Müzesi () T.C. Ziraat Bankası Müzesi
- () 75. Yıl Cumhuriyet Eğitim Müzesi () Ziraat Fakültesi Müzesi
- () Anadolu Mimarlık ve Mobilya Kültürel Miras Müzesi
- () Mustafa Ayaz Müzesi () Ülker Zaim Müzesi
- () Sebahattin Yıldız Müzesi
- ()100. Yıl Müzesi (Olgunlaşma Enstitüsü Müzesi)
- () G.Ü.M.E. Fakültesi Prof. Dr. Ülker Muncuk Müzesi

Aşağıdaki Askeri Müzelerden hangisini ya da hangilerini ziyaret ettiniz?

- () Alagöz Karargâh Müzesi
- () Anıtkabir, Atatürk ve Kurtuluş Savaşı Müzesi () MSB Arşiv Müzesi
- () Devlet Mezarlığı Müzesi () Haritacılık Müzesi
- () Hava Müzesi () Sakarya Şehitleri Anıtı ve Müzesi
- () Topçu ve Füze Okulu Müzesi () Jandarma Müzesi

Aşağıda TBMM'ye bağlı olan müzeyi ziyaret ettiniz mi?

- () Kurtuluş Savaşı Müzesi (I. TBMM Binası)

Aşağıdaki ifadelere katılım derecenizi belirtiniz

(1 Kesinlikle Katılmıyorum, 2 Katılmıyorum, 3 Bir fikrim yok, 4 Katılıyorum, 5 Kesinlikle Katılıyorum)

	1	2	3	4	5
1. Müze; kültür, bilim, estetik, eğitim, eğlence merkezidir.	()	()	()	()	()
2. Ankara'daki müzeler uluslararası bir markadır.	()	()	()	()	()
3. Ankara'daki müzelerin mimarisi ziyaretçiler için etkileyicidir.	()	()	()	()	()
4. Ankara'daki müzelerin fiziksel özellikleri ziyaretçiler için tatmin edicidir.	()	()	()	()	()

	1	2	3	4	5
5. Ankara'daki müzelerin atmosferi ziyaretçiler için etkileyicidir.	()	()	()	()	()
6. Ankara'daki müzelerde eserlerin sunumu ziyaretçiler için etkileyicidir.	()	()	()	()	()
7. Ankara'daki müzeler yaşayan müzedir.	()	()	()	()	()
8. Ankara'daki müzelerde sergilenen eserleri detaylı olarak anlatan bir kitap basılmıştır.	()	()	()	()	()
9. Ankara'daki müzelerde sergilenen eserleri anlatan bir film gösterilmektedir.	()	()	()	()	()
10. Ankara'daki müzelerde sergilenen eserlerle ilgili çeşitli dillerde işitsel(audio) aletler kullanılmaktadır.	()	()	()	()	()
11. Ankara'daki müzelere ulaşım olanakları rahat ve kolaydır.	()	()	()	()	()
12. Ankara'daki müzelerin internet sitesindeki bilgiler yeterlidir.	()	()	()	()	()
13. Ankara'daki müzelerde sanal ortamda üç boyutlu gezi imkânı vardır.	()	()	()	()	()
14. Ankara'daki müzelerin "Halkla İlişkiler Departmanı" hizmetleri yeterlidir.	()	()	()	()	()
15. Ankara'daki müzelerde ziyaretçilerle ilgilenen elemanların eğitim düzeyi, iletişim becerileri tatmin edicidir.	()	()	()	()	()
16. Ankara müzelerinde engelli ziyaretçiler için uygun fiziksel alt yapı bulunmaktadır.	()	()	()	()	()
17. Ankara'daki müzelerde engellilere yönelik çalışmalar vardır; konuşan imgeler vs.()	()	()	()	()	()
18. Ankara'daki müzelerde kullanılan yönlendirme levhaları tatmin edicidir.	()	()	()	()	()
19. Ankara'daki müzelerde çeşitli organizasyonlar yapılmaktadır; film gösterimi, konser, dans, moda gösterileri.	()	()	()	()	()
20. Ankara'daki müzelerde çeşitli yaş gruplarına yönelik "müze gezi programları" hazırlanmaktadır.	()	()	()	()	()
21. Ankara'daki müzelerde çocuklu ailelerin çocuklarını bırakabilecekleri ortamlar hazırlanmıştır.	()	()	()	()	()
22. Ankara'daki müzelerin kütüphanesi vardır.	()	()	()	()	()
23. Ankara'daki müzelerin etkileyici cafe ve restoranı vardır.	()	()	()	()	()
24. Ankara'daki müzelerde dinlenme alanları vardır.	()	()	()	()	()
25. Ankara'daki müzelerin hediyelik eşya mağazası vardır.	()	()	()	()	()
26. Ankara'daki müzelerin rehberlik hizmetleri vardır.	()	()	()	()	()
27. Ankara'daki müzelerde özellikle çocuk ve genç gruplarına yönelik etkinlikler hazırlanmaktadır sergiler, ışık ve ses oyunları.	()	()	()	()	()

	1	2	3	4	5
28. Ankara'daki müzelerde, müze tanıtımına yönelik billboardlar kullanılmaktadır.	()	()	()	()	()
29. Ankara'daki müzeler, müze tanıtımına yönelik gazetelerden yararlanmaktadır.	()	()	()	()	()
30. Ankara'daki müzeler, müze tanıtımına yönelik radyo ve televizyon kanallarını kullanmaktadır.	()	()	()	()	()
31. Ankara'daki müzelerde hizmet kalitesi tatmin edicidir.	()	()	()	()	()
32. Ankara'daki müzelerde, müze tarafından gezici sergiler düzenlenmektedir.	()	()	()	()	()
33. Ankara'daki müzelerde sergilenen eser çeşidi tatmin edicidir.	()	()	()	()	()
34. Ankara'daki müzeler tarafından geçici sergiler düzenlenmektedir.	()	()	()	()	()
35. Ankara'daki müzelerin farklı dillerde hazırlanmış tanıtıcı broşürleri vardır.	()	()	()	()	()
36. Ankara'daki müzelerin adresleri, internet sitesi ve tanıtıcı materyallerde açık bir şekilde gösterilmiştir.	()	()	()	()	()
37. Ankara'daki müzelerin olduğu bölgede müzenin yerine ilişkin yönlendirme tabelaları tatmin edicidir.	()	()	()	()	()
38. Ankara'daki müzelerde eserlerin sunumu ziyaretçiler için etkileyicidir.	()	()	()	()	()
39. Ankara'daki müzelerde sergilenen eserleri anlatan slayt gösterisi yapılmaktadır.	()	()	()	()	()

İNTİHAL RAPORU

Turnitin Orijinallik Raporu

nanç Özkan tarafından

Tez Tarama (SBE tez) den

- 20-Tem-2015 14:39 EEST' de işleme konu
- NUMARA: 556679606
- Kelime Sayısı: 34784

Benzerlik Endeksi

%15

Kaynağa göre Benzerlik

Internet Sources:

%15

Yayınlar:

%3

Öğrenci Ödevleri:

%2

ÖZGEÇMİŞ

Adı ve Soyadı: BAHADIR İNANÇ ÖZKAN

Doğum Yeri ve Tarihi: 25/07/1989

Öğrenim Durumu:

Derece	Alan	Üniversite	Yıl
Lisans	Seyahat İşl. Turizm Reh. Öğrt	Gazi Üniversitesi	2013
Yüksek Lisans	Turizm Yönetimi	Atılım Üniversitesi	2014

İş Deneyimi:

Çalıştığı Yer	Görev	Yıl
Renewa Club	Misafir İlişkileri Görevlisi	2014

Yabancı Diller: İngilizce, Rusça

Yayımlar: -

E-posta: inancozkan@gmail.com

Telefon: -

Tarih: 27.05.15