



Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Anabilim Dalı
Kamu Yönetimi Bilim Dalı

TÜRKİYE TURİZM SEKTÖRÜNDE MÜZE TURİZMİNİN PAYININ DEĞERLENDİRİLMESİ

Mustafa Serdar Sezer

Yüksek Lisans Tezi

Ankara, 2010

TÜRKİYE TURİZM SEKTÖRÜNDE MÜZE TURİZMİNİN PAYININ DEĞERLENDİRİLMESİ

Mustafa Serdar Sezer

Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Anabilim Dalı
Kamu Yönetimi Bilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

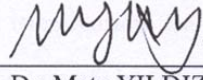
Ankara, 2010

KABUL VE ONAY

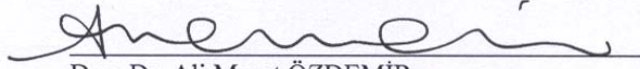
Mustafa Serdar Sezer tarafından hazırlanan "Türkiye Turizm Sektöründe Müze Turizminin Payının değerlendirilmesi" başlıklı bu çalışma, 14.06.2010 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.



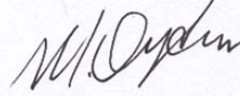
Prof. Dr. Doğan Nadi LEBLEBİCİ



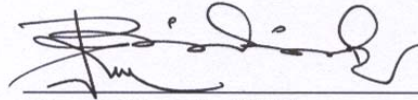
Doç. Dr. Mete YILDIZ (Danışman)



Doç. Dr. Ali Murat ÖZDEMİR



Doç. Dr. Mehmet Devrim AYDIN



Doç. Dr. Muhittin ACAR

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Prof. Dr. İrfan ÇAKIN
Enstitü Müdürü

BİLDİRİM

Hazırladığım tezin tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin kağıt ve elektronik kopyalarının Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım:

Tezimin tamamı her yerden erişime açılabilir

Tezim sadece Hacettepe Üniversitesi yerleşkelerinden erişime açılabilir

Tezimin ... yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin tamamı her yerden erişime açılabilir.

14.06.2010


Mustafa Serdar Sezer

En iyi arkadaşım Babama...

TEŞEKKÜR

Bu tezin hazırlanmasında, anket çalışmasına katkılarından dolayı Topkapı Sarayı Müzesi, Mardin Müzesi, Antalya Müzesi ve Anadolu Medeniyetleri Müzesi personeline, sağladığı istatistiki bilgilerden dolayı Kültür ve Turizm Bakanlığı Müzeler ve Dış İlişkiler Daire Başkanı Zülküf Yılmaz'a, verilerin yorumlanmasında önerileriyle katkıda bulunan Kültür ve Turizm Bakanlığı müfettişleri Asım Keser ve Necdet Yılmaz'a, anketin uygulanmasındaki yardımlarından dolayı Haluk Özata ve İmran Eriş'e, özellikle istatistiki konularda vermiş olduğu bilgilerle beni yönlendiren Doç. Dr. Mehmet Devrim Aydın'a ve son olarak da araştırmamın her aşamasında bana yol gösteren ve yardımlarını esirgemeyen tez danışmanım Doç. Dr. Mete Yıldız'a teşekkürlerimi sunarım.

ÖZET

SEZER, M. S. Türkiye Turizm Sektöründe Müze Turizminin Payının Değerlendirilmesi, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2010.

Bu çalışmada turist ve turizm kavramları incelenmiş; Türkiye'deki turizm sektörünün yapısına, uygulanagelen turizm politikalarına, ülkedeki turizm sektörünün zaman içerisindeki gelişimine ve bugünkü durumuna değinilmiş; turizm sektörü içerisinde müze turizminin durumuna yer verilerek müzeler ile turizmin ilişkisi ortaya konulmuştur. Türkiye'de Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı 188 müze bulunmasına rağmen, Türkiye'ye gelen turistlerin sadece %25'i bu müzeleri ziyaret etmektedir. Ancak, müzelerin ve tarihi yerlerin turistler için birincil çekiciliklerden olduğu da bilinmektedir. Müzelerin Türkiye'deki turizme katkısının artırılması, turizmde mekan ve zaman bakımından sürdürülemezlikle karşı karşıya kalan Türkiye'nin, bu sürdürülemezlik sorununa bir nebze çözüm olması amacıyla müzelere gelen yabancı ziyaretçilerle anket yapılmıştır. Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı dört müzede yapılan anketlerden elde edilen veriler ışığında müzelere gelen turist sayısını ve müzelerin turizm sektör içerisindeki önemini artırmak amacıyla Kültür ve Turizm Bakanlığı'nca uygulanabilecek önerilere yer verilmiştir.

Anahtar Sözcükler

Turizm, Kültür Turizmi, Müzeler, Müze Turizmi.

ABSTRACT

SEZER, M S. The evaluation of museum tourism share in the sector of Turkish tourism, Master Study, Ankara, 2010.

In this study, the concept of tourism and its structure in Turkey has been analysed. The emphasis is on the existing policies of tourism, the development of tourism sector in the course of time, its current state. Especially the museum tourism is emphasized and the relationship between tourism and museums is analyzed. Although there are 188 museums managed by the Turkish Ministry of Culture and Tourism, only %25 of the tourists coming to Turkey visit these museums. However, it is known that museums and historical sites are primary hotspots for tourists. Turkey faces an unsustainable situation in tourism in terms of place and time so a survey was prepared in order to find a solution for the unsustainability slightly and to increase museum's contribution to tourism. In four museums managed by the Turkish Ministry of Culture and Tourism, this survey is applied to foreign tourists. Based on the findings, recommendations for the Ministry of Culture and Tourism are made in an attempt to increase the number of tourists coming to Turkey and to emphasize the importance of museums in the tourism sector in Turkey.

Keywords

Tourism, Cultural Tourism, Museums, Museum Tourism

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY.....	i
BİLDİRİM.....	ii
TEŞEKKÜR.....	iv
ÖZET.....	v
ABSTRACT.....	vi
İÇİNDEKİLER.....	vii
KISALTMALAR.....	ix
ÇİZELGELER.....	x
ŞEKİLLER.....	xii
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM: TURİZM

1.1. TURİZM KAVRAMI.....	3
1.1.1. Turizmin Tarihsel Gelişimi.....	3
1.1.2. Turizm ve Turizme İlişkin Bazı Kavramlar.....	5
1.1.3. Turizm Türleri.....	8
1.1.3.1. Ziyaret Edilen Yere Göre Turizm Türleri.....	8
1.1.3.2. Katılanların Yaşlarına Göre Turizm Türleri.....	9
1.1.3.3. Katılanların Sosyo-Ekonomik Durumlarına Göre Turizm Türleri.....	10
1.1.3.4. Katılan Kişi Sayısına Göre Turizm Türleri.....	10
1.1.3.5. Katılanların Amaçlarına Göre Turizm Türleri.....	10
1.2. TURİZM SEKTÖRÜ.....	11
1.2.1. Dünyada Turizm Sektörünün Mevcut Durumu.....	12
1.2.2. Gelecek İçin Öngörüler.....	15
1.3. TÜRKİYE’DE TURİZM SEKTÖRÜ VE POLİTİKALARI.....	16
1.3.1. Türkiye’de Turizm Sektörü.....	16
1.3.2. Türkiye’ye Gelen Turistlerin Profili.....	20
1.4. TURİZM SEKTÖRÜNÜN YARATTIĞI OLUMSUZLUKLAR.....	24
1.4.1. Türkiye’de Turizmin Sorunları.....	27
İKİNCİ BÖLÜM: SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM VE KÜLTÜR TURİZMİ	
2.1. SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM.....	32
2.2. KİTLE TURİZMİNE ALTERNATİF OLARAK KÜLTÜR TURİZMİ.....	37

2.3. MÜZELER VE TURİZM	44
2.3.1. Müze.....	45
2.3.2. Türkiye’de Müzecilik.....	47
2.4. MÜZE TURİZMİ.....	50
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: ARAŞTIRMA	
3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI.....	56
3.2. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI.....	56
3.3. YÖNTEM.....	56
3.4. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ	56
3.5. EVREN VE ÖRNEKLEM.....	57
3.5.1. Topkapı Sarayı Müzesi	58
3.5.2. Antalya Müzesi	58
3.5.3. Anadolu Medeniyetleri Müzesi.....	59
3.5.4. Mardin Müzesi	59
3.6. VERİLERİN TOPLANMASI.....	62
3.7. VERİLERİN ANALİZİ	63
3.8. ARAŞTIRMANIN BULGULARI VE YORUMLAR.....	63
3.8.1. Ziyaretçilerden Elde Edilen Bulgu ve Yorumlar	63
3.8.1.1. Ziyaretçilerle İlgili Demografik Bilgiler.....	64
3.8.1.2. Ziyaretçilerin Türkiye’yi Ziyaretine İlişkin Bilgiler.....	66
3.8.1.3. Ziyaretçilerin Müze Ziyaretlerine İlişkin Bilgiler.....	67
3.8.2. Ziyaretçilerden Elde Edilen Bulgu ve Yorumlar	77
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	86
KAYNAKÇA	92
EK 1: Türkçe Anket Örneği.....	101
EK 2: İngilizce Anket Örneği	105
EK 3: Rusça Anket Örneği	109
EK 4: Almanca Anket Örneği.....	113
EK 5: Fransızca Anket Örneği.....	117
EK 6 : Bulgarca Anket Örneği.....	121

KISALTMALAR

DPT: Devlet Planlama Teşkilatı

BMDTÖ: Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü

OECD: Organisation for Economic Co-operation and Development

TÜİK: Türkiye İstatistik Kurumu

UNWTO: United Nations World Tourism Organization

ÇİZELGELER

Çizelge 1: Türkiye’de Turizm Gelirleri ve GSMH’ya Katkısı	18
Çizelge 2: En Fazla Turist Çeken ve Turizm Geliri Elde Eden On Ülke (2009).....	18
Çizelge 3: Yıllar İtibariyle Turizmin Ödemeler Dengesine Etkisi.....	19
Çizelge 4: Türkiye’de Konaklama Tesislerinin Yatak Kapasitesi	20
Çizelge 5: Kültürel Turizmin Temel Dayanakları	40
Çizelge 6: Türkiye’ye En Çok Turist Gönderen İlk On Ülke	41
Çizelge 7: Turizm ile Müzelerin İlişkisi	51
Çizelge 8: Yıllara Göre Müze Ziyaretçi Sayıları	53
Çizelge 9: Yıllara Göre Müzeleri Ziyaret Eden Turist Sayıları ve Toplam Turist Sayıları	53
Çizelge 10: Müzeleri Ziyaret Eden Yabancı Müze Ziyaretçi Sayısı Ortalaması.....	59
Çizelge 11: Seçilen Müzelerin Yabancı Ziyaretçi Sayıları	61
Çizelge 12: Araştırmaya Katılanların Yaş Gruplarına Göre Dağılımı.....	64
Çizelge 13: Araştırmaya Katılanların Cinsiyetlerine Göre Dağılımı.....	64
Çizelge 14: Araştırmaya Katılanların Uyruklarına Göre Dağılımı	65
Çizelge 15: Araştırmaya Katılanların Eğitim Düzeylerine Göre Dağılımı.....	65
Çizelge 16: Araştırmaya Katılanların Gelir Düzeyleri.....	65
Çizelge 17: Araştırmaya Katılanların Türkiye’ye Geliş Nedeni.....	66
Çizelge 18: Araştırmaya Katılanların Türkiye’yi Ziyaret Sayıları	66
Çizelge 19: Türkiye’yi Birden Fazla Ziyaret Eden Katılımcıların Türkiye’ye Geliş Nedeni	67
Çizelge 20: Katılımcıların Türkiye’ye Geliş Şekli.....	67
Çizelge 21: Katılımcıların Hoşlandığı Müze Türleri	68
Çizelge 22: Katılımcıların Müzenin Bulunduğu Şehri Ziyaret Sayısı	68
Çizelge 23: Katılımcıların Müzeyi Ziyaret Sayısı	69
Çizelge 24: Katılımcıların Başka Bir Müzeyi Ziyaret Etme Durumu.....	69
Çizelge 25: Katılımcıların Müzeyi Hangi Yolla Öğrendiği	69
Çizelge 26: Müzeden Rehber Aracılığıyla Haberdar Olan Katılımcıların Müzeye Geliş Şekli	70
Çizelge 27: Katılımcıların Müzeye Geliş Şekli	70
Çizelge 28: Katılımcıların Müzeye Geliş Şekli	70

Çizelge 29: Araştırmaya Katılan Ziyaretçilerin Müze Ziyaret Sıklıkları.....	71
Çizelge 30: Güvenilirlik Analizi	71
Çizelge 31: Ziyaretçilerin Tatilde Yaptıkları Faaliyetlere Verdikleri Önem Düzeyi	71
Çizelge 32: Güvenilirlik Analizi	72
Çizelge 33: Ziyaretçilerin Müze Ziyaretine İlişkin İfadelere Katılım Düzeyleri.....	73
Çizelge 34: Ziyaretçilerin Türkiye'yi Ziyaret Etme Şekline Göre Tatilde Yaptıkları Faaliyetlere Verdikleri Önem Dereceleri Arasındaki Farklılıklar	78
Çizelge 35: Ziyaretçilerin Müzeyi Ziyaret Etme Şekline Göre Müze Ziyaretine İlişkin Alışkanlıkları Arasındaki Farklılıklar	78
Çizelge 36: Ziyaretçilerin Yaş Gruplarına Göre Tatilde Yaptıkları Faaliyetlere Verdikleri Önem Dereceleri Arasındaki Farklılıklar	80
Çizelge 37: Ziyaretçilerin Yaş Gruplarına Göre Müze Ziyaretine İlişkin Alışkanlıkları Arasındaki Farklılıklar	81
Çizelge 38: Ziyaretçilerin Müze Ziyaret Sıklıklarına Göre Tatilde Yaptıkları Faaliyetlere Verdikleri Önem Dereceleri Arasındaki Farklılıklar	83
Çizelge 39: Ziyaretçilerin Müze Ziyaret Sıklıklarına Göre Müze Ziyaretine İlişkin Alışkanlıkları Arasındaki Farklılıklar	84

ŞEKİLLER

Şekil 1: Turizm Türleri	9
Şekil 2: 1950-2005 Yılları Arasında Turizmin Büyüme Eğilimi.....	14
Şekil 3: Dünya Turizm Örgütü 2020 Yılı Turizm Öngörüsü.....	15
Şekil 4: Türkiye’de Yıllara Göre Turist Sayısı	17
Şekil 5: Türkiye’ye Gelen Turistlerin Yaş Gruplarına Göre Dağılımı (2008).....	21
Şekil 6: Türkiye’ye Gelen Turistlerin Eğitim Durumları (2008).....	22
Şekil:7 Turistlerin Türkiye’ye Geliş Amaçları (2007).....	22
Şekil 8: Gelir Dilimi ve Seyahat Tercihine Göre Turistler (2008).....	23
Şekil 9: Geliş Amaçları ve Seyahat Tercihlerine Göre Turistler (2008).....	23
Şekil 10: Türkiye’de Turizm Sektörünün Sorunları.....	29
Şekil 11: Aylara Göre Türkiye’ye Gelen Turist Sayıları	35
Şekil 12: 2008 Yılında Türkiye’ye Gelen Turistlerin Uyruklarına Göre Dağılımı.....	42
Şekil 13: Kültürel Turizmdeki Çekimin Müze Sektörüne Uygulanması.....	90

GİRİŞ

İnsanlar ilk çağlardan itibaren din, savaş, fetih, ticaret, göç ve merak edilen yerleri görme gibi amaçlarla seyahat etmişlerdir. Bu amaçların dışında insanların seyahat etme nedenlerinden bir başkası da başka kültürleri tanımaktır. Günümüzdekinin aksine tatil yapma amaçlı seyahat ya da turizm o dönemin kendine özgü şartları, sosyoekonomik yaşam, ulaşım vb. nedenlerle turizmin ana nedeni olmamıştır. Günümüzde hizmet sektörü içerisindeki önemi gittikçe artan turizm sektörü, deniz, kum ve güneş üçgenine sıkışmış; sonuçta aşırı kapasite kullanımı nedeniyle çevresel riskler ortaya çıkmıştır. Bu süreçte ülkelerde bölgeler arası ve hatta şehirler arası kalkınma düzeyinde önemli farklılıklar oluşmuştur. Bu gibi nedenler ile sürdürülebilir turizm kavramı ülkelerin turizm politikası belirleme süreçlerinde sıkça yer almaya başlamıştır.

Tezin Amacı ve Önemi

Türkiye’de turizm sektörü, ülkenin sahip olduğu tarihi, doğal ve kültürel özellikler nedeniyle gün geçtikçe gelişmekte ve sektörün ekonomik faaliyetler içerisindeki önemi artmaktadır. Sektör zaman içerisinde büyürken sorunları da bu büyümeye paralel olarak çoğalmaktadır.

Türkiye’nin turizm potansiyelini tam anlamıyla kullanabilmesi adına tatil turizminin yanında kültür turizmi, spor turizmi gibi alternatif turizm alanlarının da sektöre dahil edilmesi arayışı gündemdedir. Kültür turizmi kapsamında yer alan müze turizminin, ortalama yıllık turist giriş sayısının %25’i kadar yabancı turistlerin müzeleri ziyaret ettiği verisi ışığında, bu alanda zengin bir mirasa sahip olan Türkiye turizm sektörü içerisinde çok küçük bir yer kapladığı görülmektedir.

Medeniyetlerin buluşma noktası olduğu iddiasıyla uluslararası arenada boy gösteren Türkiye’nin bu tezini güçlendirecek şekilde, bahsedilen medeniyetlerin mirasının bir kısmını koruyup sergilediği müzelerin, turizm sektörü içerisindeki öneminin artması ülkemiz açısından olumlu bir gelişme olacaktır.

Tezin Sorusu

Çalışmada; yabancı ziyaretçilerin müze ziyaret sayısını artırarak ülkenin turizm potansiyelini geliştirmenin yollarının ne olabileceği ve turizm politikası belirleme

sürecinde müze turizminin sektör içerisindeki öneminin nasıl artırılabilceği sorularına cevap aranmıştır.

Tezin Yöntemi ve Planı

Bu çerçevede tezin ilk iki bölümünde turizm sektörünün Türkiye'deki ve dünyadaki durumu ile sürdürülebilir turizm ve kültür turizmi kavramlarına, müzeler ile turizmin ilişkisine değinilmiştir. Üçüncü bölümde müzeleri ziyaret eden yabancı turistlerden anket yöntemiyle veriler toplanmış ve analiz edilmiştir. Son bölümde ise Türkiye'nin müze turizmini geliştirebilmesine yönelik önerilere yer verilmiştir.

Tezin Kapsamı

Araştırma Kültür ve Turizm Bakanlığına bağlı müzelere gelen yabancı ziyaretçileri (uluslararası turistleri) kapsamaktadır.

Tezin Sınırlılıkları

Araştırma sadece yabancı müze ziyaretçilerini kapsamaktadır bu nedenle araştırmadan çıkan sonuçlar tüm müze ziyaretçileri için geçerli değildir. Ayrıca araştırmanın yapılacağı müzeler evreninde 188 adet müze yer alırken evreni temsil etme yeteneği yüksek olduğu düşünülen; Topkapı Sarayı Müzesi, Anadolu Medeniyetleri Müzesi, Antalya Müzesi ve Mardin Müzesi olmak üzere dört müze seçilmiştir. Araştırmanın diğer bir sınırlılığı ise turizmin bir yıla yayılan faaliyet olmasına rağmen araştırma döneminin kısıtlı olması nedeniyle anketlerin Eylül 2009 – Nisan 2010 tarihleri arasındaki yedi aylık dönemde yapılabilmiş olmasıdır.

BİRİNCİ BÖLÜM: TURİZM

Tezin bu bölümünde turizmin tarihsel süreç içerisindeki gelişimine değinilmiş ve turizm, turist kavramları tanımlanarak turizmin çeşitli türlerinden bahsedilmiştir. Ayrıca dünyada ve Türkiye’de turizm sektörünün mevcut durumu ile gelecekte gerçekleşmesi muhtemel gelişmelere yer verilerek, turizmin sektörünün sorunları ve sektörün yarattığı olumsuzluklara değinilmiştir.

1.1. TURİZM KAVRAMI

Günümüzde Türkiye gibi birçok ülke ekonomisini derinden etkileyen, küresel ekonominin önemli bir parçasını oluşturan, kültürlerarası etkileşimin ana öğelerinden birisi olan turizm ya da eski dönemler için seyahat eylemi, tarihsel süreç içerisinde sürekli yer almakla birlikte bu eylemin ardında yatan nedenler de insanlığın gelişimi ile birlikte evrimleşmiştir ve evrim süreci halen devam etmektedir. Bu bağlamda çalışmanın ana teması olan turizmin tarihsel gelişimine çalışmanın başında kısaca değinmek yerinde olacaktır.

1.1.1. Turizmin Tarihsel Gelişimi

Modern anlamda turizm kavramı içinde ele alınmamakla birlikte, insanların dünyada var olmalarından beri çeşitli nedenlerle seyahat ettikleri bilinmektedir. İlk çağlarda ekonomik faaliyetler toplayıcılık, avcılık, tarım ve çok az olsa da ticarete dayandığı için boş zaman kavramı henüz gelişmemiştir (Sivil, 2007: 9). Eski dönemlerde seyahat, temelde yiyecek bulma, yeni barınaklar geliştirme gibi basit insan ihtiyaçları ile doğal afetlerden kaçma, çatışma, savaş gibi nedenlerle olmuştur. Günümüzde de bu gibi etkenlerin dünya nüfusunun bir kısmı üzerinde etkisi olmakla birlikte, toplam seyahatler içerisinde bu etkenlerden kaynaklanan seyahatler geçmişe nazaran çok daha azdır (UNESCO, 2006: 8). Turizm şeklinde algılanabilecek seyahatlerin başlangıcı, çoğunluğun sandığı gibi tatil amaçlı turizm değil, bilinmeyeni bilme, görülmeyeni görme ve öğrenme içgüdüleri ile gerçekleşen kültürel gezilerdir (Kızılırmak ve Kurtuldu, 2005: 101) Günümüzden 5.000 yıl kadar önce Aşağı Mısır’daki Menfis çevresinde bulunan piramitler, birçok ziyaretçi tarafından ziyaret edilmiştir. Eski Yunan Olimpiyat Oyunları ise kitlelerin seyahat etmesine neden olmuştur (Sivil, 2007: 9).

Günümüz turizmine benzer seyahatler ise 17. yüzyılda Avrupa’da ülke içi ve komşu ülkeler arasında büyük şehirleri, kültür merkezlerini görme ve bunlar hakkında bilgi sahibi olma isteğiyle yapılmıştır. 1627 yılında Fransız bir papaz “Yabancılara Seyahat Rehberi” adlı kitabını yayınlamıştır. 16. ve 17. yüzyıllarda yapılan turistik seyahatler ve ziyaret edilen kültürel merkezler arasında İstanbul’u da unutmamak gerekir. Döneminin oldukça ihtişamlı bir mimariye, kalabalık, kozmopolit bir kültüre sahip sayılı kentlerinden olan İstanbul’a turistler, İtalya, Yunanistan, Suriye, Kafkas ülkeleri ve İskandinavya’dan gelmişlerdir. Boş zaman kavramının henüz belirginleşmediği bu devirlerde seyahatler, çalışmayan genç, zengin ve asil bir azınlık sınıf (genç aristokratlar) için mümkün olmuştur. Birkaç yıl süren, bilgi ve görgünün arttırıldığı İngiltere’den İtalya’ya kadar bütün Avrupa kıtası boyunca 1670’de başlayan Grand Tour’lar¹ ile yolculuklar, mevki sahibi kişilerin eğitim ve eğlence aracı olmaya başlamıştır. Bu tarihlerde zengin İngiliz gençler arasında bilgi ve görgülerini arttırmak ve eğitimlerini tamamlamak için büyük turlara katılmak bir modaydı. Grand Tour’lar birçok yerin turistik açıdan önem kazanmasında büyük rol oynamıştır (Sivil, 2007: 9-10).

17. yüzyıl’ın sonlarından itibaren seyahat faaliyetlerinin arkasında yatan merak, eğitim, gibi etkenler evrilmiş; daha çok toplumundaki elitlerin gelişmiş dünyadan kaçışı şeklinde olan, çok karmaşık hizmet ve yapılarla desteklenen isteğe bağlı boş zaman seyahatine dönüşmüştür (UNESCO, 2006: 8). Seyahat eden kimseye verilen yeni bir terim olan “turist” kavramı ilk kez 1800’lerde kullanılırken, “turizm” kavramı ise ilk kez 1811’de İngiltere’de yayımlanan “Sporting Magazine” adlı bir dergide yazıya dökülmüştür (Smith, 1989: 17). Turizm ve turist kavramlarının İngiltere’de ortaya çıkması sürpriz değildir çünkü faaliyet anlamında bugünkü turizm faaliyetlerine benzer turistik geziler ilk kez İngiliz Thomas Cook’un 1841’de başlattığı günübirlik

¹ 17. ve 18. yüzyıllarda aristokrat sınıfında yer alan aileler, çocuklarını bir ile üç yıl arasında değişen sürelerde iyi planlanmış eğitim seyahatlerine gönderirlerdi. Bu seyahatlere daha sonra “Grand Tour” adı verilmiştir.

seyahatlerdir. Yine ilk seyahat acentesi 1845 yılında Thomas Cook tarafından kurulmuştur² (Ünal, 2007: 4).

Gelişmesini sürdüren turizm hareketleri 1. Dünya Savaşı yıllarında sekteye uğramakla beraber savaştan hemen sonra ani bir gelişme göstermiştir. Çünkü düşman devletlerin birbirini tanıma, savaşılan alanları görme istekleri kuvvetlenmiştir. Bu da turizmin insanların sadece seyahat etme isteklerine bağlı olmadığını gösterir. İkinci Dünya Savaşı'nın sonunda turizm, geniş alanlara yayılışını sürdürmüştür (Sivil, 2001: 12). Bu dönemde Avrupa, savaşın ortaya çıkardığı gerileme ve hasarları ortadan kaldırmaya çalışırken; turizm Avrupa'yı yeniden kurabilmek için temel bir araç ve ekonomik kalkınma açısından çok ihtiyaç duyulan döviz girdisinin hızlı bir şekilde sağlanması için potansiyel bir kaynak olarak görülmüştür (Coşkun, 2004: 8). Savaşın getirdiği sıkıntıyı yok etme isteğinin sonucu olarak deniz, kum ve güneş üçlüsü önem kazanmaya başlamıştır. Kitle³ turizmi hareketi sektörde yeniden kendine yer bulmuştur. Kış sporları moda haline gelmiş; özel oto sahipliğinin artması, nüfusun hareketliliğini de arttırmış ve demiryollarıyla varılmayan turizm merkezlerine erişilmiş; böylece turizmin gelişmediği yerlerde de turizm canlanmıştır. Müzelerin, tarihsel kalıntıların (sarayların, şatoların), fuarların ziyareti ve festivallere katılma, dağcılık, kayak yapma gibi faaliyetleri de bu dönemin turizm hareketleri içerisinde sıralayabiliriz. 1980 sonrasında havayolu ağlarının gelişmesi ve hava yolculuğunun daha geniş kitleler tarafından ulaşılabilir olması büyük kitlelerin uzun mesafe yolculuklarını mümkün kılmıştır (Sivil, 2007: 12-13).

1.1.2. Turizm ve Turizme İlişkin Bazı Kavramlar

Turizmin ilk tanımı 1905 yılında Guyer-Fueler tarafından “gittikçe artan hava değişimi ve dinlenme gereksinimleri, doğa ve sanatla beslenen göz alıcı güzellikleri tanıma

² Demiryollarının sunduğu olanakları görüp tur düzenleyen ilk kişi marangoz ve gezici vaiz İngiliz Thomas Cook'tur. Derby-Rugby tren hattında kişi başına bir şilin gibi indirimli bir fiyatla özel turlar düzenlemiştir (Kozak vd., 2008: 30).

³ Bu çalışmada da sık sık kullanılacak kitle turizmindeki kitle deyimini yakından incelendiğinde iki temel anlamın olduğu görülmektedir. Bunlardan birincisi kitle halinde insanların turizme katılmasıdır. Bu anlamıyla geniş grupların turizmdeki paylarını belirleyen niceliksel bir kavram özelliği taşımaktadır. Böylece niteliksel olarak turist karakterleri hakkında bilgi sağlanması imkansız olmaktadır. Kitle deyiminin turizmdeki ikinci anlamı ise organik bir oluşumu belirtmesidir. Bu açıdan bakıldığında, bireysel turistik hareketlerin karşısı olarak kolektif konaklama ve seyahatleri belirtmek için kitle deyimini kullanılmaktadır (Usta, 1988: 106).

isteğine; doğanın insanlara mutluluk verdiği inancına dayanan ve özellikle ticaret ve sanayinin gelişmesi ve ulaşım araçlarının kusursuz hale gelmelerinin bir sonucu olarak ulusların ve toplulukların birbirlerine daha çok yaklaşmasına olanak veren modern çağa özgü bir olay” şeklinde yapılmıştır (Kozak vd., 2008: 1). Turizm terimleri sözlüğünde turizm, “asıl ikametgahı dışındaki başka bir yere eğlence, tatil, kültür, arkadaş veya akraba ziyareti, aktif spor, toplantı, görev, öğrenim, sağlık, transit geçiş vb. amaçlarla seyahat etmenin doğurduğu olaylar bütünü” olarak tanımlanmaktadır (Turizm Bakanlığı, 1999: 233). Turizmin bir faaliyet olarak günümüzde en çok kabul gören tanımlarından birisi 1963 tarihli Birleşmiş Milletler’in “24 saatten az olmamak, sürekli kalışa dönüşmemek ve gelir sağlayıcı herhangi bir uğraşta bulunmamak koşulu ile bireyin yolculuk ve/veya konaklamalarından doğan olay ve ilişkilerin tümüdür.” şeklindeki tanımıdır (Tuyluoğlu, 2003: 4).

Uluslar arası standartlar oluşturmak için hazırlanan Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü’nün (BMDTÖ) Turizm İstatistikleri Tavsiye Kararları Temmuz 1991’de Ottawa’daki Uluslararası Seyahat ve Turizm Konferansı’nda sunulmuş ve Birleşmiş Milletler İstatistik Komisyonu’nda Mart 1993’de kabul edilmiştir. Yayımlanan bu belgeye göre turizm, “kişilerin yaşadıkları yerin dışına, boş vakitlerini değerlendirmek ya da iş için veya başka nedenlerle yaptıkları ve bir yılı aşmayan seyahat eylemleridir.” Bu tanımın göze çarpan bir özelliği talep yanlı bir tanım olmasıdır. Turizm sıklıkla bir endüstri olarak anılmaktadır ancak endüstriler geleneksel olarak arz yanlı olarak tanımlanmaktadır. Bu tanımda turizm belirli bir mal ya da hizmetin arz edicisi şeklinde belirlenmemiştir. Turizm bir mal ya da hizmet şeklinde tanımlanmaktan çok bir mal ya da hizmet tüketimi olarak tanımlanmıştır. Örneğin bir kimsenin kendi kaldığı yörede bir şeyler içmesi için herhangi bir işlem yapması açık bir şekilde turizm kapsamında değilken, başka bir kimsenin tatil amacıyla ziyaret ettiği aynı yerde aynı içecek için ödeme yaparak işlemde bulunması turizm olarak değerlendirilmektedir. Bu yüzden turizm sektörünün ekonomik açıdan kuramsal içeriği herhangi bir ürünün bir kimse tarafından (turist) son tüketiminden oluşmaktadır. Buradan yola çıkarak turizmin tanımı, tüketilen üründen çok turizmi oluşturan eylemleri gerçekleştiren kişinin tanımının altında saklıdır (UNWTO, 1995: 1-2).

Yukarıda turizmin anahtar ögesi olarak turizm şeklinde değerlendirilebilecek bir eylemde bulunan kişi olarak belirlenmişti. Bu eylem ya da işlem bir şeyin satın

alınması, ödeme yapılması veya trampa edilmesidir. Turizm işlemlerini oluşturan birçok işlemde doğal olarak turizme konu bir mal ya da hizmet için para ödenmektedir ve bu da turizm harcamasını doğurmaktadır. Bu modelde tüketici, ziyaretçi olarak tanımlanan kişidir. Tüketimin bir tarafında mal ya da hizmet varken diğer tarafında ziyaretçi olmak zorundadır. Bu anlayış yeniden satış (ithalat) için yapılan tüketimleri kapsamamaktadır. Model tüketici konumundaki ziyaretçinin kişiliğine odaklanmıştır (UNWTO, 1995: 3).

Ziyaretçi tanımları ise aşağıda yer almaktadır:

Kişiler yaşadığı yerden farklı bir ülkeye (varış ülkesine) giriş yapan ancak, oraya göç etme veya iş bulma amacıyla gelmemiş olan, diplomatik veya askeri görevlerle orada bulunmayan, mülteci olmayan ve bir yıldan fazla süreyle orada kalmayacak olan kişiler ayrıca aşağıdaki nedenlerle varış ülkesinde bulunuyorlarsa “uluslararası ziyaretçi” sayılacaklardır:

- Eğlence, tıbbi tedavi veya dini gelenekleri nedeniyle o ülkeye gitmiş olan,
- Ailevi nedenlerle, sportif olaylar, konferanslar ve bilimsel çalışmalar nedeniyle o ülkede bulunan,
- Başka bir ülkeye transit geçiş nedeniyle gemi ya da uçak seyahatinde olup da araçları o ülkede bir süreliğine duranlar,
- Ticari nedenle veya iş seyahati için bir yıldan az süreyle o ülkede kalan yabancılar,
- Bir makinenin kurulması için orada bulunan teknisyenler,
- Uluslararası bir kurumda çalışan ve bir görev için bir yıldan az bir süreyle varış ülkesinde bulunanlar da bu kategoridedir.

Ayrıca yukarıda sayılan uluslararası ziyaretçiler, uluslararası turistler ve uluslararası gezginler (günübirlikçiler) olarak iki sınıfta tanımlanabilir. “Uluslararası turistler” varış ülkesinde bir gecedan daha fazla konaklayan ziyaretçilerken, “uluslararası gezginler” varış ülkesinde bir gecedan daha az konaklayan ziyaretçilerdir.

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü “ulusal (yerli) turisti” ülkesinde kaldığı yerden başka bir yere gidenlerden, bu yeri 24 saatten fazla ancak 1 yıldan az olmak kaydıyla eğlence, tatil, spor, iş, buluşma, toplantı, bilimsel çalışma, arkadaş ziyareti,

sağlık, veya dini nedenlerle ziyaret edenler olarak tanımlamaktadır. Gittikleri yerde 24 saatten az kalanlar ise “ulusal (yerli) gezgin” olarak tanımlanan ziyaretçilerdir (Smith, 1989: 19-20).

Yerli turistin ya da iç turizmin belirlenmesinde tam bir fikir birliği yoktur. Ülke ya da şehir içindeki her seyahat iç turizm faaliyeti olarak mı sayılacaktır? Bu soruna değişik ülkeler farklı çözümler bulmuşlardır. Kanada’da bir faaliyetin turizm olarak değerlendirilebilmesi için kişinin 80 km uzağa seyahat etmesi esas alınırken, ABD’de 50-80 km arasında mesafe dikkate alınmaktadır (Kozak vd., 2008: 2). Türkiye’de 1996 tarihli Seyahat Acenteleri Yönetmeliği’nde ise turist, “para kazanma amacı olmaksızın, dinlenmek ve eğlenmek için ya da kültürel, bilimsel, sportif, idari, diplomatik, dinsel, sihi ve benzeri nedenlerle, oturduğu yer dışına geçici olarak çıkan ve tüketici olarak belirli bir süre seyahat edip yeniden ikametgahına dönen kimse” olarak tanımlanmaktadır (Kozak, 2008: 8-9).

1.1.3. Turizm Türleri

Günümüzde turizm oldukça gelişmiş bir sektör olarak farklı turizm türlerini içermektedir. Aynı zamanda bu turizm türleri zaman içerisinde sürekli değişmekte ve aralarına yeni turizm türleri eklenmektedir. Her turizm türü farklı ülkeler ve bölgeler için önem arz etmekte, zaman içerisinde kimi turizm türlerinin önemi ve sektördeki payı artarken kimi turizm türlerinininki azalmaktadır.

Turizm türleri, turizm faaliyetine katılan kişi sayısına, katılanların yaşlarına, katılanların amaçlarına, katılanların sosyo-ekonomik durumlarına ve ziyaret edilen yere göre sınıflandırılabilir (Kozak, 2008: 19-32). Şekil 1’de turizm türleri gösterilmektedir.

1.1.3.1. Ziyaret Edilen Yere Göre Turizm Türleri

İç Turizm: Bir ülkenin vatandaşlarının kendi ülke sınırları içerisinde turizm faaliyetlerine katılmalarına iç turizm denilmektedir.

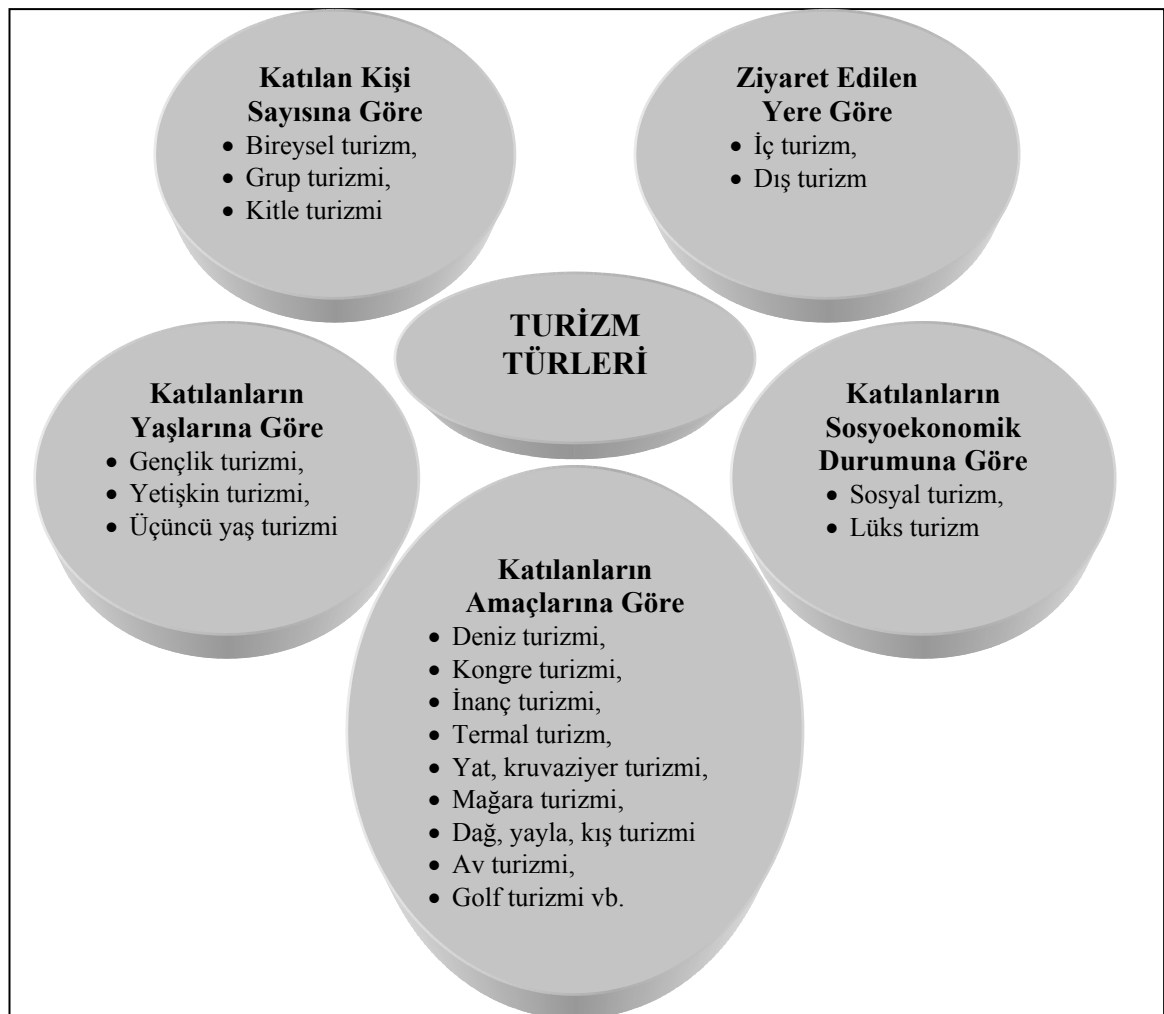
Dış Turizm: Yabancıların başka bir ülkeye veya ülke vatandaşlarının yabancı bir ülkeye seyahatleri dış turizmi ifade etmektedir (Kozak vd., 2008: 12-13). Bu çalışmada da incelenecek turizm alanı dış turizmdir.

1.1.3.2. Katılanların Yaşlarına Göre Turizm Türleri

Gençlik Turizmi: 15-24 yaş arası gençlerin aileleri yanlarında olmaksızın turizme katıldıkları turizm türüdür.

Yetişkin (orta yaş) Turizmi: 25-60 yaş arası kişilerin katıldıkları turizm türüdür. Bu dönemdeki bireyler henüz yoğun çalışma dönemindedirler ve turizme katıldıkları dönemler genellikle yaz aylarıdır.

Üçüncü Yaş Turizmi: 60 ve üzeri yaş grubunda yer alan insanların gerçekleştirdikleri turizm etkinlikleridir. Yeterli gelir ve boş zamana sahip olmanın yanı sıra aile sorumluluğunun da azaldığı bir dönem olan üçüncü yaştaki bu kişiler önemli bir turist olma potansiyeline sahiptir (Kozak vd., 2008: 14-16). Özellikle Türkiye'nin mevsimsel yoğunlaşmayı azaltabilmek ve turizmi dört mevsime de yaymak için bu turistlere yönelik tanıtım faaliyetlerine girişmesi yerinde bir eylem olacaktır.



Şekil 1: Turizm Türleri

1.1.3.3. Katılanların Sosyo-Ekonomik Durumlarına Göre Turizm Türleri

Sosyal Turizm: Ekonomik ve sosyal yönden zayıf durumda olan işçiler, memurlar, emekliler, gençler, engelliler, çiftçiler, esnaflar gibi kişilerin bir takım özel önlemler ve teşvik uygulamaları ile turizme katılmalarının sağlandığı turizm türüdür (Kozak vd., 2008: 15-16). Türkiye’de de turizmin ilk gelişmeye başladığı yıllarda devlet, kurduğu sosyal tesisleri aracılığıyla çalışan kesimi turizm faaliyetlerine dahil etmeye çalışmıştır.

Lüks Turizm: Bu turizm türünde geliri yüksek düzeyde olan bireyler oldukça pahalı otellerde konaklarlar ya da her türlü konfora sahip transatlantiklerde seyahat ederler (Kozak vd., 2008: 30).

1.1.3.4. Katılan Kişi Sayısına Göre Turizm Türleri

Bireysel Turizm: Bu sınıflandırmanın çıkış noktası turizme bireysel olarak katılımın temel alınmasıdır. Bireysel olarak turizme katılanların çoğunluğu Batı Avrupa ülkeleri vatandaşları olmakla birlikte Amerikalı, Kanadalı ve Avusturyalı’ların sayısı da giderek artmaktadır.

Kitle Turizmi: 1950’li yıllardan sonra gözlemlenmeye başlayan bu turizm çeşidi günümüzün turizm hareketlerinin belirleyicisi durumundadır. Kitle turizminin belirgin özelliği turistlerin daha çok paket turları tercih etmesidir. Turizmin gelişimi aşamasında üzerinde en fazla durulan turizm türüdür. Ancak, belli bir aşamadan sonra kitle turizmine önem veren ülkelerde doğal ve kültürel dengeler ile koruma-kullanma konusuna özen gösterilmesi gerekmektedir.

Grup Turizmi: Burada çeşitli toplumsal grupların turizme birlikte katılmaları söz konusudur. Dernek üyeleri, öğrenci grupları, meslek organlarının katılımı ile gerçekleştirilen bu turizm çeşidinde gruptaki kişi sayısı sınırlıdır (Kozak vd., 2008: 11-12).

1.1.3.5. Katılanların Amaçlarına Göre Turizm Türleri

İnsanlar çok çeşitli amaçlarla turizm faaliyetine katılmaktadır. Bu bağlamda, deniz-kum-güneş üçlüsünden oluşan deniz turizmi, turizm çeşitleri arasında %20’lik paya sahip olan ve insanların toplantı amacıyla katıldıkları kongre turizmi, çeşitli rahatsızlıklarını tedavi etme amacı olan insanların katıldığı termal turizm gibi birçok turizm türü tanımlanabilir (Kozak vd., 2008: 21-22). Dolayısıyla insanlar hangi amaçla

turizme katılıyorlar ise turizmin türü de bu amaca göre adlandırılmaktadır. Özel ilgi turizmi de denilen ve insanların daha spesifik amaçlarla turizme katıldığı bir turizm türü de bu grupta yer almaktadır. Özel ilgi seyahatleri tarım, arkeoloji, mimari tarz, sanat, kuş gözetleme, iş endüstrisi, kaleler ve saraylar, etkin çalışmalar, festival, balık avlama, avcılık, çiçek düzenleme, botanik⁴, kıymetli taş ve madenler, müzik, golf, tarih, edebiyat, doğa, opera, fotoğrafçılık, mesleki ilgiler, fiziksel araştırma, safariler, kayak yapma, dalgıçlık, sosyal çalışmalar, spor, öğrenim, tiyatro, şarap tatma gibi faaliyetler yapma amacıyla örgütlenen seyahatlerdir (Avcıkurt, 2007: 162).

1.2. TURİZM SEKTÖRÜ

Günümüzde turizm, milyonlarca etkileşimin bir arada ortaya çıktığı, kendine özgü tarihi ve dili olan, çok sayıda insanın katıldığı bir kitle hareketi niteliğini kazanmıştır. Turizm uçak şirketleri, deniz yolları, tren, kiralık araba şirketleri, seyahat pazarlamacıları ile pansiyonlar, restoranlar ve toplantı merkezleri gibi kimi büyük kimi küçük iş kollarından oluşan birçok alt sektörle bağlantılıdır (Çımat ve Bahar, 2003: 15). Turizm sektörü ve sektörün etkisi pek çok farklı ürün satıcısını içerdiğinden kolayca tanımlanamamakta ve ölçülememektedir. Turizmin Dünya Ticaret Örgütü'nün Hizmet Ticareti Genel Anlaşması'nda (General Agreement on Trade in Services) yapılan görece sınırlı tanımı, bilgisayarlı rezervasyon sistemleri, seyahat gemileri ve birçok ulaşım hizmetlerini, otel inşası gibi birbiriyle ilişkili çok sayıda hizmetleri içermektedir (OECD, 2008: 1). Turizm sektörü aynı zamanda ticaret ve yatırım politikaları, istihdam ve iş yasaları, teşebbüslerin gelişimi, kamu-özel sektör işbirliği, kırsal planlama, altyapı gelişimi, kültürel kaynakların ve biyolojik farklılığın korunması, doğal kaynakların yönetimi, güvenlik, eğitim ve insangücü gelişimi gibi çok geniş bir yelpazede yer alan konularla yakından ilgilidir (WB, 2006: 1). Türkiye'de de turizm sektörünün 33 alt sektör ile ilişkili olduğu ve bu sektörlerin gelişmesine doğrudan katkı sağladığı belirtilmektedir (Avcıkurt, 2007: 43).

Dünyada otomotiv, petro-kimya, bilgisayar, iletişim gibi ekonomik sektör devlerini geride bırakarak en önemli sektör durumuna gelen turizm, son 40-50 yıllık dönem

⁴ Botanik turizmi açısından Türkiye çok önemli bir avantaja sahiptir. Türkiye'de yetişen 10.000 çeşit bitkiden 3.000'den fazlası endemiktir (Yağcı, 2007: 140).

içinde hissedilir bir büyüme eğilimini yakalamıştır (Sivil, 2007: 9). Turizm ve seyahat sektörlerinin yöneticilerinden oluşan Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi'ne göre dünya GSMH'na turizm ve seyahatin katkısı 2006 yılında %10,3'ken 2016 yılında %10,9'a yükselecektir. Sektör doğrudan istihdam sağladığı gibi destek endüstrilerde de geniş bir alanda dolaylı istihdam sağlamaktadır. Konseyin tahminlerine göre 2006 yılı itibariyle toplam istihdamın 234 milyonu sektörde yer almaktadır başka bir deyişle her 12 kişiden birisi turizm sektöründe istihdam edilmektedir. 2005 yılında doğrudan istihdam 2,1 milyon artarken dolaylı istihdam da 6,5 milyon artmıştır. Hatta birçok ekonomide hizmet sektörleri arasında diğer sektörlerle en çok bağlantısı bulunan sektörün turizm olduğu öne sürülebilmektedir. Ayrıca turizm birçok gelişmekte olan ülke için çok önemli bir döviz kaynağıdır (OECD, 2008: 1-3). Türkiye'de turizmin genel istihdam içerisindeki payı ise %3'dür (Yağcı, 2007: 206).

Turizm aynı zamanda küreselleşmenin de anahtar ögesidir ve ülkelerin ekonomileri, hizmet ve istihdam performansı ile ilişkisi geniş ölçüde kabul edilmektedir. Hükümetler aynı zamanda ulusal, bölgesel ve yerel düzeyde bu sektör ile ilgili politikalara artarak önem vermektedir (OECD, 2009: 7). Uluslararası örgütler de ülkeleri bu konuda ulusal politika geliştirmeleri ve turizme gerekli önemi vermeleri için desteklemektedir.

1.2.1. Dünyada Turizm Sektörünün Mevcut Durumu

1950'lerden bu yana uluslar arası seyahat, toplumun geneli için ulaşılabilir olmaya başlamış ve 1995 yılı itibariyle turist sayısı yıllık ortalama %7,1 artışla 25 milyondan 565 milyona ulaşmıştır. Aynı dönemde (cari fiyatlarla ve uluslararası taşımacılık hariç) uluslararası turizm geliri 2,1 milyar dolardan 406 milyar Dolara ulaşmıştır (UNWTO, 1999: 11).

Gelişen ulaşım ve iletişim araçlarının yardımıyla turizm hareketleri artmaya devam etmektedir. Turizmdeki gelişmeyi yönlendiren belli başlı etkenler şu şekilde sıralanabilir:

- Boş zamanın artması, ücretli tatil hakkının yaygınlaşması⁵,

⁵ İlk ücretli tatil hakkı 1840 yılında bir işletme sahibi olan İngiliz H. Ashworth'dur. Ücretli iznin verilmesinden hemen bir yıl sonra 1891'de modern anlamda ilk sosyal turizm kuruluşu T. A. Leonard tarafından Lancashire'da kurulmuştur. Bu şirket 1987 yılında Cooperative Holiday Association adını alarak dinlenme ve eğlenceye uygun yerleri satın alma ya da kiralama yoluyla işletmeye başlamıştır

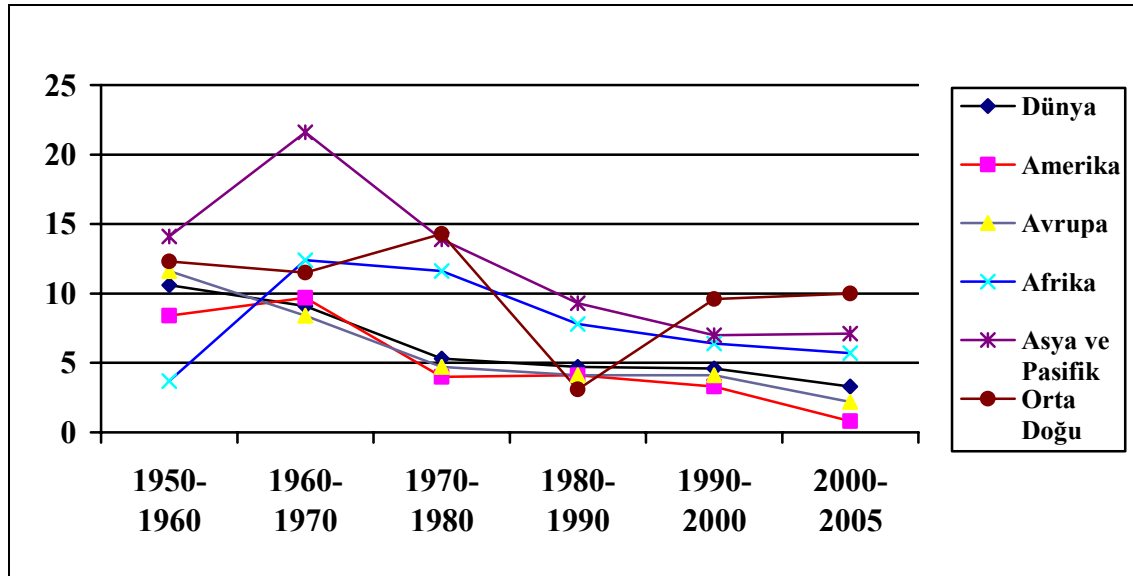
- Gelirlerin artması ve kişiler arasında daha dengeli biçimde dağılması,
- Ulaşım araçlarının gelişmesi, hız ve konforun artması,
- Konaklama biçimlerinin yaygınlaşması ve çeşitliliği,
- Tanıtma, reklam ve halkla ilişkiler faaliyetlerinin olumlu etkisi,
- İkinci konutların yaygınlaşması,
- Belirli turistik yörelerin gözde hale gelmesi,
- Toplumlarda tatil düşüncesinin yaygınlaşması,
- Paket turların ortaya çıkması ve kabul görmesi,
- Sınır geçiş işlemlerinde resmi işlemlerin azalması,
- Tatilin lüks olarak değil bir ihtiyaç olarak görülmeye başlanması,
- 2. Dünya Savaşından sonra insanlardaki gezme, görme ve yabancı kültürleri tanıma isteğinin artması (Sivil, 2007: 18).

Dünya genelinde turist varışlarının sayısı (turizm) 1990'ların ilk yarısında büyümesini sürdürmüştür. 1990-1995 yılları arasında en iyi performans gösteren bölgeler ise yıllık %8,3'lük büyümeyle Doğu Asya ve Pasifik, %6,6'lık büyümeyle Orta Doğu, %6,1'lik büyümeyle Afrika ve %5,9'luk büyümeyle Güney Asya'dır. Dünya genelinde %4,3'lük büyüme ortalamasının altında kalan bölgeler ise %3,7'lik büyümeyle Avrupa ve %3,3'lük büyümeyle Amerika olmuştur (UNWTO, 1999: 11).

1995-2007 yılları arasında büyüme ortalaması 2001-2003 yılları arasında yaşanan SARS, terör ve ekonomik gerilemeye rağmen yıllık ortalama %4'den fazla olmuştur. Uluslararası turizm gelirleri 2006 yılı ile karşılaştırıldığında %5,6'lık büyümeyle 2007 yılında 856 milyar dolara yükselmiştir. Uluslararası turist varışlarından kaynaklanan tüm ihracat gelirleri ise günlük üç milyar dolar ile 2007 yılında yaklaşık bir trilyon dolar olarak gerçekleşmiştir. 2007 yılında uluslararası turist varışları 2006 yılına göre %6,6 artarak 903 milyon olmuştur. 2010 yılında uluslararası turist varışlarının bir milyara ulaşması beklenmektedir (UNWTO, 2008-a: 1).

(Usta, 1988: 108). Metinde geçen sosyal turizmin çeşitli tanımları olmakla birlikte tüm tanımların genel özelliği dar gelirli kimselerin özellikle de ücretli kesimin turizm faaliyetlerinden faydalanmasıdır.

1950'den 2005 yılına kadar turizmin bölgelere göre büyüme eğilimi 5 yıllık dönemler halinde aşağıdaki şekilde görülmektedir. Şekil 2'de de görüldüğü üzere Avrupa ve Amerika bölgelerinin turizm sektörlerinin büyüme hızı 1960'lı yıllarla birlikte dünya turizm büyüme hızının altına düşmüştür. Artık bu bölgelerin turizmde doyma noktasına ulaşmaya yaklaştığı, turizmde bu bölgelerden daha farklı yeni varış noktalarının gözde olduğu söylenebilir.



Şekil 2: 1950-2005 Yılları Arasında Turizmin Büyüme Eğilimi⁶

Kaynak: UNWTO, 2006: 3

BMDTÖ'ne göre de 1950 yılında en çok tercih edilen 15 varış noktası toplam uluslararası varışların %98'ini çekerken 1970'de bu oran %75'e, 2007'de ise %57'ye gerilemiştir. Bu durum gelişmekte olan ülkelerin birçoğunda yeni varış noktalarının tercih edildiğini göstermektedir (UNWTO, 2008-a: 1).

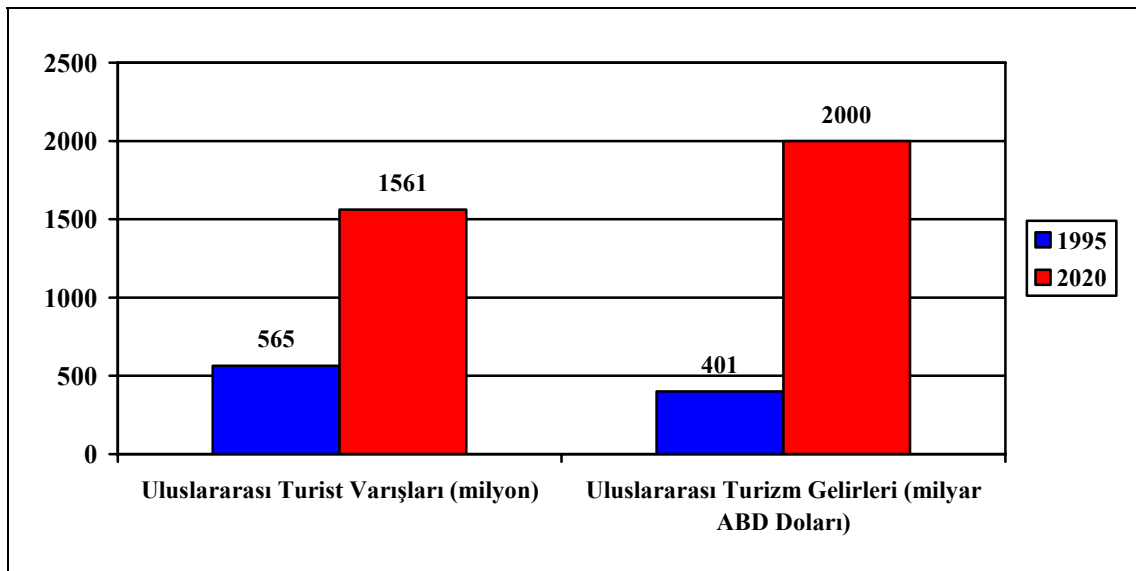
2008 yılında uluslararası turist varışları 2007 yılındaki varışlara göre 21 milyon artarak 924 milyona ulaşmıştır ve %2'lik bir artış meydana gelmiştir. Dünya ekonomisindeki finansal krizler, petrol fiyatlarındaki ve döviz paritelerindeki aşırı dalgalanmalar sonucu turizm talebi yıl boyunca yavaşlamıştır. Ocak ve Temmuz ayları arasında uluslararası turist varışları %5 artarken yılın geri kalan yarısında %1'lik düşüş meydana gelmiştir. 2008'in ikinci yarısında 2007'de iki haneli büyüme rakamlarına ulaşan Avrupa ve Asya turizmde %3'lük küçülme meydana gelmiştir. Diğer taraftan Amerika %1, Afrika %4 Orta Doğu %5'lik büyüme rakamlarıyla yılın ikinci yarısındaki pozitif büyüme sürecini

⁶ Şekil BMDTÖ'nün verilerine göre araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.

devam ettirmiş, ancak yılın ilk yarısına nazaran gözle görülür bir düşüş görülmüştür. Tüm yıl boyunca en iyi performans gösteren bölgeler ise bir önceki yıla göre %11'lik artışla Orta Doğu, %5'lik artışla Afrika ve %4'lük artışla Amerika olmuştur. Tüm dünyadaki olumsuz duruma rağmen Honduras, Nikaragua, Panama, Uruguay, Kore, Çin, Endonezya, Mısır, Lübnan, Ürdün ve Türkiye gibi varış noktaları 2008 yılında büyümesini sürdürmüşlerdir (UNWTO, 2009: 3-4). 2009 yılında turist varışları 2008 yılına nazaran dünya genelinde %4'lük bir düşüş ile 880 milyona turizm gelirleri ise 942 milyar Dolar'dan 852 milyar Dolar'a gerilemiştir (UNWTO, 2010: 1).

1.2.2. Gelecek İçin Öngörüler

BMDTÖ'nün kısa vadeli tahminlere göre 2010 yılında uluslar arası turist varışları %3 ile %4 arasında artacaktır (UNWTO, 2010: 3). BMDTÖ'nün uzun vadeli öngörülerinin yer aldığı 2020 Turizm Vizyonu çalışmasında 2020 yılında uluslar arası turist varışlarının sayısının dünya genelinde artması ve 1,6 milyar olması öngörülmektedir. Bu sayı 1990'ların sonunda kaydedilen sayının 2,5 katıdır. 21. yüzyılda insanların seyahatlerinde patlama yaşanmaya devam edecektir. Turizm gelişiminde en çok göze çarpan özellik 20. yüzyılın ikinci yarısında beklenmedik şekilde yaşanan büyümenin sürekli olarak devam etmesidir. Her ne kadar büyüme hız keserek yıllık ortalama %4'e gerilese de turizmin büyümesinin sona ereceğine dair bir işaret de bulunmamaktadır (UNWTO, 1999: 9).



Şekil 3: Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü 2020 Yılı Turizm Öngörüsü

Kaynak: UNWTO, 1999: 9

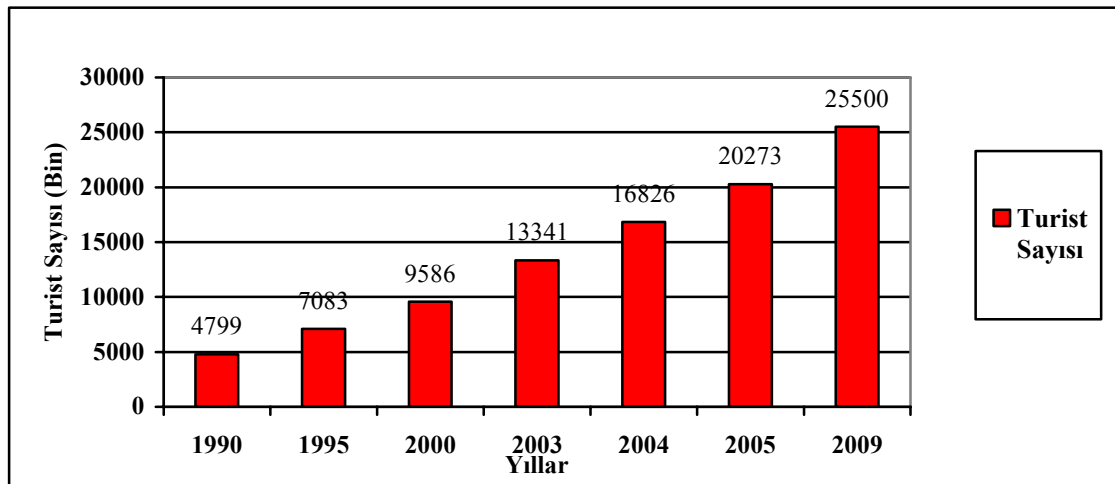
1950'den bu yana dünya turizm pazarlarının sayısı ve alansal dağılışı da büyük değişikliklere uğramıştır. 1950'lerde, dünya turizm pazarının kalbi %66'lık pay ile Avrupa'da atarken ikinci sırada %30 ile Amerika gelmekteydi. Bu yıllarda dünya turizminin bölgesel kalıbı iki kutuplu idi. 2005'e gelindiğinde Avrupa'nın turizmden aldığı pay %55'e, Amerika'nın ise %16'ya gerilemiştir. Buna karşılık, Asya ve Pasifik'in payı 1950'de %1'iken 2005'de %19'a yükselerek turizmin dağılım dengesinde üç kutuplu bir düzenin doğmasına yol açmıştır. 2020 tahminlerine göre; Avrupa'nın payı %46'ya inecek, Amerika'nın payı %18'lerde kalacak, Asya ve Pasifik'in payı ise % 26'lara ulaşacaktır (Emekli vd., 2006: 6-8). Türkiye'nin turizm büyüme performansına daha sonra değinilecek olmakla birlikte ülkenin, artık Avrupa turizm ülkelerinden çok turizm büyüme hızı halen dünya ortalamasının üzerinde olan Orta Doğu, Afrika, Asya ve Pasifik bölgelerindeki varış noktalarıyla rekabete girişmesinin gerekeceği söylenebilir.

1.3. TÜRKİYE'DE TURİZM SEKTÖRÜ VE POLİTİKALARI

Çalışmanın bu kısmında Türkiye'deki turizm sektörünün yapısına, sektörün ekonomi içerisindeki önemine, tarihsel gelişimine, devlet tarafından uygulanan politikalar ile turizmin mevcut sorunlarına değinilecektir.

1.3.1. Türkiye'de Turizm Sektörü

Türkiye'de de turizm sektörü özellikle 1980 yılından sonra büyük bir gelişme göstermiş ve ülkenin ekonomik sıkıntılar yaşadığı dönemlerde büyük bir döviz girdisi sağlayarak döviz ihtiyacının giderilmesinde, işsizliğin azaltılmasında, ödemeler bilançosunun iyileştirilmesinde önemli bir paya sahip olmuştur (Çımat ve Bahar, 2003: 1). Türkiye'de turizm sektörü bugün Akdeniz ve Ege bölgesi başta olmak üzere bütün ülke açısından önemlidir. Ancak, turizmin yarattığı ekonomik etkiler zaman zaman abartılmakta ve turizm neredeyse Türkiye'nin bütün kalkınma problemlerini çözecek sihirli bir değnek gibi görülebilmektedir (Yağcı, 2007: 18).



Şekil 4: Türkiye’de Yıllara Göre Turist Sayısı⁷

Kaynak: UNWTO, 2006: 1; UNWTO, 2010: 7

Tarihsel ve kültürel mirası ile birlikte doğal kaynakları da büyük bir zenginlik ve çeşitlilik gösteren Türkiye’nin, turizm potansiyelinin değerlendirilebilmesi amacı ile turizm yatırım ve girişimlerine sağlanan destekler ve tanıtım çabaları sonucunda turizm sektörü, ekonomik ve sosyal yaşamda ağırlıklı olarak yer almaya başlamıştır. Ekonomik bir faaliyet olarak turizm, 2005 yılında Türkiye’de GSMH içinde %5,5, ödemeler dengesi bilançosunda ise %24,5 oranında paya ulaşan bir faaliyet alanı konumuna yükselmiştir (DPT, 2007: 1). Ancak GSMH hesaplama yönteminin değişmesi ve GSMH’nin artmasıyla turizmin payı 2006 yılından itibaren gerilemiştir. Çizelge 1’de yıllara göre turizm gelirleri ve bu gelirlerin GSMH içerisindeki payına yer verilmiştir. Bununla birlikte 2006 ve 2009 yıllarında Türkiye’nin turizm gelirlerinde de bir gerilemenin yaşanmış olduğu çizelgede görülmektedir.

⁷ Şekil BMDTÖ’nün verilerine göre araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.

Çizelge 1: Türkiye’de Turizm Gelirleri ve GSMH’ya Katkısı⁸

	GSMH(milyar \$)	Turizm Geliri (milyar \$)	Pay (%)
1990	150	3,2	2,1
1995	170	5,0	2,9
2000	201	7,6	3,8
2003	239	13,2	5,7
2004	300	15,9	5,3
2005	330	18,0	5,5
2006	526	16,8	3,2
2007	648	18,5	2,8
2008	742	22,0	3,0
2009	617	21,3	3,5

Kaynak: DPT, 2007: 75-76; Maliye Bakanlığı, 2010 :1; UNWTO, 2010: 7

Türkiye 2009 yılı itibariyle dünyanın en çok turist çeken ülkeleri arasında 25,5 milyon turist ile yedinci, en fazla turizm geliri elde eden ülkeler arasında ise 21,3 milyar Dolar ile dokuzuncu sıraya kadar yükselmiştir. Aşağıdaki çizelgede en çok turist çeken ilk on ülkenin 2009 yılı turist sayıları ve turizm gelirleri yer almaktadır.

Çizelge 2: En Fazla Turist Çeken ve Turizm Geliri Elde Eden On Ülke (2009)

Ülkeler	Turist Sayısı (milyon)	Ülkeler	Turizm Gelirleri (milyar \$)
Fransa	74,2	ABD	94,2
ABD	54,9	İspanya	53,2
İspanya	52,2	Fransa	48,7
Çin	50,9	İtalya	40,2
İtalya	43,2	Çin	39,7
İngiltere	28,0	Almanya	34,7
Türkiye	25,5	İngiltere	30,1
Almanya	24,2	Avustralya	25,6
Malezya	23,6	Türkiye	21,3
Meksika	21,5	Avusturya ⁹	18,9

Kaynak: UNWTO, 2010: 7

Çizelge 2’deki verilerden yola çıkıldığında turist başına harcama miktarında ilk sırada 1.715 Dolar ile Amerika Birleşik Devletleri’nin (ABD) yer aldığı görülmektedir. ABD’yi 1.434 Dolar ile Almanya, 1.075 Dolar ile İngiltere, 1.019 Dolar ile İspanya,

⁸ Çizelge BMDTÖ, DPT ve Maliye Bakanlığı’ndan derlenen verilere göre araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.

⁹ Avusturya’ya ait veri 2007 yılına aittir.

931 Dolar ile İtalya, 835 Dolar ile Türkiye, 779 Dolar ile Çin, 656 Dolar ile Fransa izlemektedir. Turist sayısı sıralamasında 7., turizm gelirleri sıralamasında 9. sırada yer alan Türkiye, turist başına harcama sıralamasında 6. sırada yer almaktadır.

Turizm gelirleri Türkiye'nin ödemeler dengesinde son yıllarda artan ihracat ile payı düşse ve dalgalı bir seyir izlese de halen önemli bir yere sahiptir. Bu durum aşağıdaki çizelgede görülmektedir.

Çizelge 3: Yıllar İtibariyle Turizmin Ödemeler Dengesine Etkisi¹⁰

Yıllar	İhracat (milyar \$)	Turizm Geliri (milyar \$)	Pay (%)
1980	2,9	0,4	13,8
1985	7,9	1,5	18,6
1990	12,9	3,2	24,9
1995	21,6	4,9	22,9
2000	27,8	7,6	27,5
2001	31,3	10,1	32,1
2002	36,1	11,9	33,0
2003	47,2	13,6	28,8
2004	63,0	15,9	25,2
2005	73,4	18,0	24,5
2006	85,5	16,8	19,6
2007	107,3	18,5	17,2
2008	132,0	22,0	16,7
2009	102,1	21,3	20,9

Kaynak: DPT, 2007: 76-77; Maliye Bakanlığı, 2010: 1; UNWTO, 2010: 7

Türkiye'nin 2009 yılı turizm gelirlerinin %9,7 oranında artarak 24,9 milyar dolar olması, 2023 yılında ise 63 milyon turist gelmesi ve turizm gelirlerinin de 86 milyar dolara ulaşması beklense de (DPT, 2009: 36; Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007: 3). 2009 yılında beklenen gelir elde edilememiş; Türkiye turizmden 21,3 milyar Dolar gelir elde etmiştir.

Turizmin bağlantılı olduğu bu sektörlerin başında konaklama sektörü gelmektedir. Türkiye'nin konaklama tesisleri ve bu tesislerin yatak kapasiteleri yıllar itibariyle oldukça gelişmiştir. 2009 yılında 25 milyondan fazla turist ziyaret ettiği Türkiye'de mevcut konaklama tesislerinin türleri ve yatak kapasiteleri Çizelge 4'de yer almaktadır.

¹⁰ Çizelge BMDTÖ, DPT ve Maliye Bakanlığı'ndan derlenen verilere göre araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.

Çizelge 4: Türkiye’de Konaklama Tesislerinin Yatak Kapasitesi¹¹

Tür	Sınıf	Turizm Yatırım Belgeli			Turizm İşletme Belgeli			Belediye Belgeli		
		Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
Otel	5 yıldız	141	40897	91923	238	74330	159016	-	-	-
	4 yıldız	188	34648	75170	432	62765	131168	-	-	-
	3 yıldız	171	10982	23020	615	43676	88875	-	-	-
	2 yıldız	72	2785	5572	643	25535	50522	-	-	-
	1 yıldız	24	705	1385	105	3665	7326	-	-	-
Toplam		596	90017	197070	2033	209971	436907	4534	132624	293808
Motel		4	93	188	18	472	953	308	6297	15045
Tatil Köyleri		34	9968	21819	95	27163	61277	23	2202	6406
Termal Otel ve Kaplıca		10	2203	6399	12	1269	2795	33	2021	5593
Pansiyon		24	496	1000	67	1048	2080	2081	28063	67980
Kamping		4	873	2511	9	517	1499	54	2425	6839
Diğer		104	8891	25204	280	11547	26751	-	-	-
Toplam		776	112541	254191	2514	251987	532262	7033	173632	395671

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2009-a; Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2009-b

Ülkemizde kıyı turizmiyle başlayan turizm hareketleri zamanla çeşitlenmiş, kültürel ağırlıklı ziyaretler ve diğer turizm türleri ile yeni yapılanmaya girmiş, mekânsal çeşitlenmeye uğramıştır. Son yılların turizm politikaları ise İkinci turizm hamlesi başlığı altında Avrupa Birliği ve Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü’nün öngörülerini doğrultusunda gelişmektedir. Sürdürülebilir kalkınma ilkeleri doğrultusunda; alternatif turizm politikaları üretilerek, turizm türlerini çeşitlendirme açısından yayla turizmi, kırsal turizm, köy turizmi, ekoturizm, termal turizm, kültürel turizm, inanç turizmi gibi turizm türleri ve rafting, trekking, kuş gözetleme, atlı doğa yürüyüşleri, yamaç paraşütü, mağaracılık, avcılık gibi turistik etkinlikler öne çıkarılmaya çalışılmaktadır (Emekli, 2005: 103).

1.3.2. Türkiye’ye Gelen Turistlerin Profili

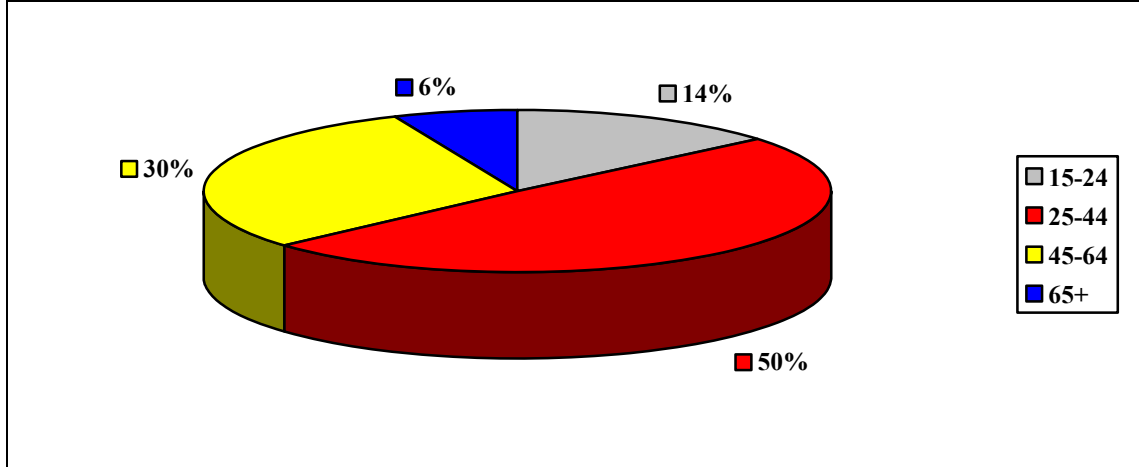
Genel olarak turistlerin Türkiye’yi tercih nedenleri arasında fiyatların uygunluğu (%25) ilk sırada yer alırken, onu Türk halkını tanıma (%20), Türkiye merakı (%19), kültürel etkinlikler (%15), ucuz alışveriş (%15), iş olanakları (%6), kaliteli ürünler (%3) ve Türkiye mutfağı (%2) gibi nedenler takip etmektedir (Avcıkurt, 2007: 151). Gerçekten de BMDTÖ’nün verilerine göre ekonomik kriz dönemi olan 2009’ yılında da Türkiye’ye

¹¹ Turizm belgeli tesislere ilişkin veriler 2007 yılına, belediye belgeli tesislere ilişkin veriler ise 2006 yılına aittir.

gelen turist sayısı bir önceki yıla göre %2 artarken dünya genelinde %4,3'lük bir gerileme yaşanmış, uluslararası turist varışlarında ilk on ülkeler olan Fransa'da (%-6,3), Amerika'da (%-5,3), İspanya'da (%-8,7), Çin'de (%-4,1), İngiltere'de (%-7), Almanya'da (%-2,7) uluslararası turist varışlarının sayısı azalmıştır (UNWTO, 2010:7). Bu durum Türkiye'deki fiyatların turistler açısından uygun bulunmasından kaynaklanmaktadır.

2008 yılında Türkiye'ye gelen turistlerin %32,4'ü Antalya'dan ülkeye giriş yaparken, %22,5'i ise İstanbul'dan giriş yapmıştır. 2008 yılında turistlerin gerçekleştirdiği yaklaşık 221,5 milyon gecelik konaklamanın 66,2 milyonu İstanbul'da, 64,2 milyonu ise Antalya'da gerçekleşmiştir. Bu illeri 17,6 milyon gecelik konaklama ile Muğla, 9,6 milyon gecelik konaklama ile İzmir ve 9,4 milyon gecelik konaklama ile Ankara takip etmektedir (TÜİK, 2009:5-36)

Türkiye İstatistik Kurumu'nun verilerine göre ¹² 2008 yılında Türkiye'ye gelen turistlerin yaş gruplarına göre dağılımına bakıldığında gelen turistlerin yarısının 25-44 yaş grubunda olduğu görülmektedir (Şekil: 5).



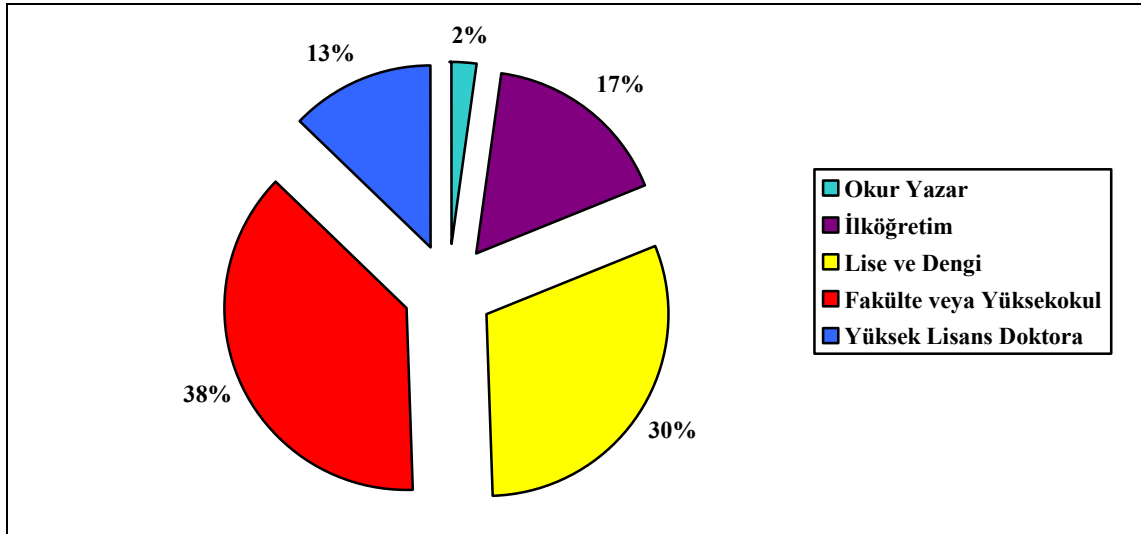
Şekil 5: Türkiye'ye Gelen Turistlerin Yaş Gruplarına Göre Dağılımı (2008)¹³

Kaynak: TÜİK, 2009: 34

¹² BMDTÖ'nün kabul ettiği tanımlar, uluslar arası bir veri tabanı oluşturmada ülkelerin kullanması gereken ölçütler olarak önem taşımaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu bu alanda bir kısım verileri bizzat tutmakta, bazı verileri ise Kültür ve Turizm Bakanlığı, Emniyet Genel Müdürlüğü, Gümrük Müsteşarlığı gibi diğer resmi kurumlardan derleyerek çeşitli turizm istatistikleri yayımlamaktadır. BMDTÖ'nün kullandığı Turizm Uydu Hesapları'na geçiş tarihi olarak ise 2011 yılı belirlenmiştir (TÜİK, 2009).

¹³ Şekil, TÜİK'in verilerine göre araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.

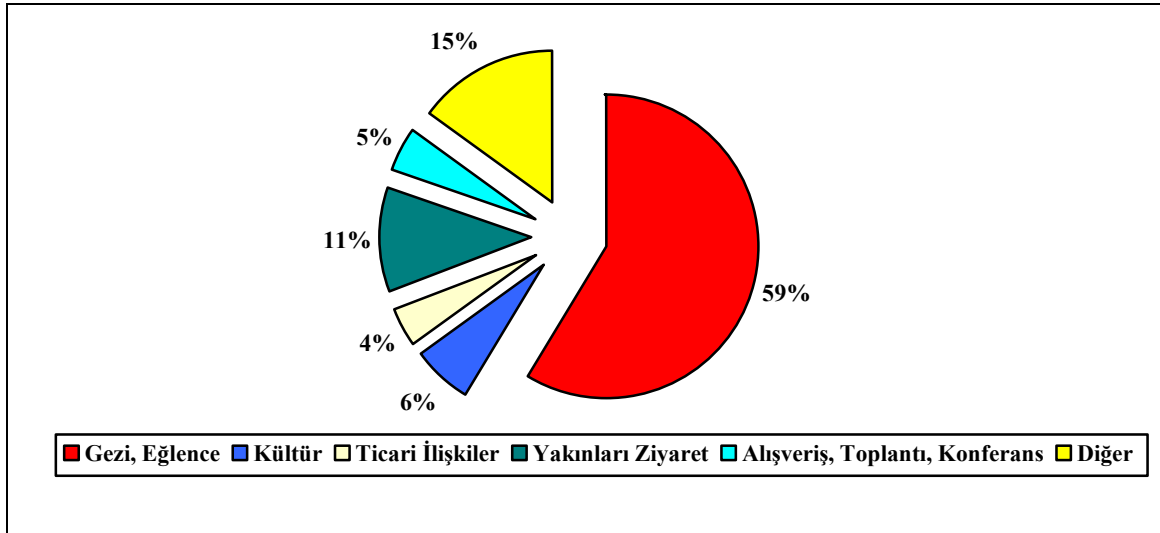
Turistlerin eğitim durumları incelendiğinde ise gelen turistlerin yaklaşık %51'lik kısmının yüksekokul veya daha üst düzeyde eğitim aldığı görülmektedir (Şekil: 6).



Şekil 6: Türkiye'ye Gelen Turistlerin Eğitim Durumları (2008)¹⁴

Kaynak: TÜİK, 2009: 34

2008 yılında ülkeye gelen turistlerin geliş amaçları incelendiğinde %59 ile en başta gezi ve eğlence gelmektedir (Şekil: 7).

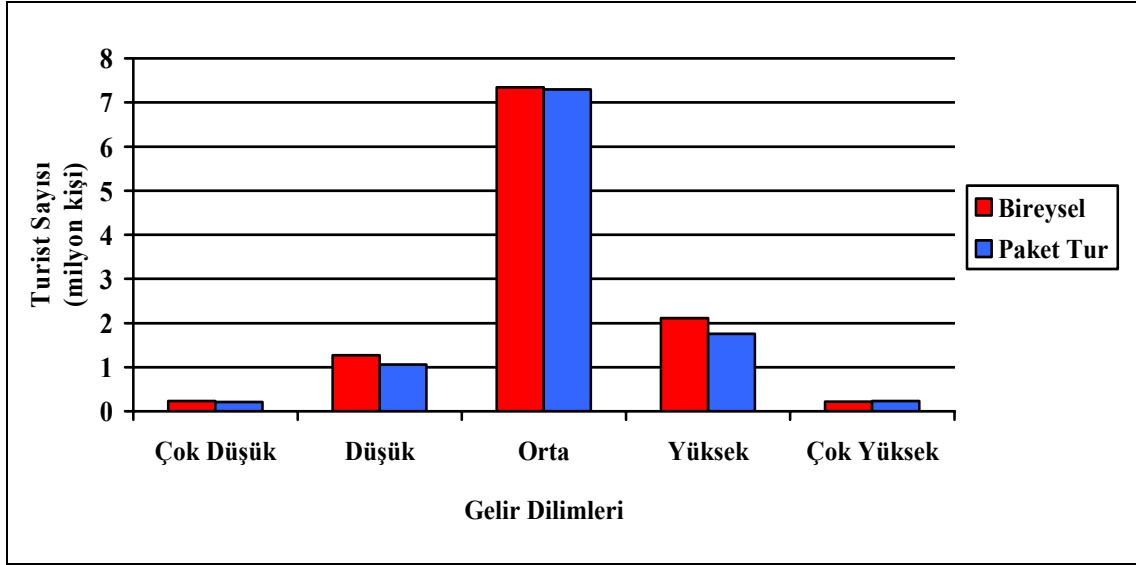


Şekil:7 Turistlerin Türkiye'ye Geliş Amaçları (2007)¹⁵

Kaynak: TÜİK, 2009: 32

¹⁴ Şekil TÜİK'in verilerine göre araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.

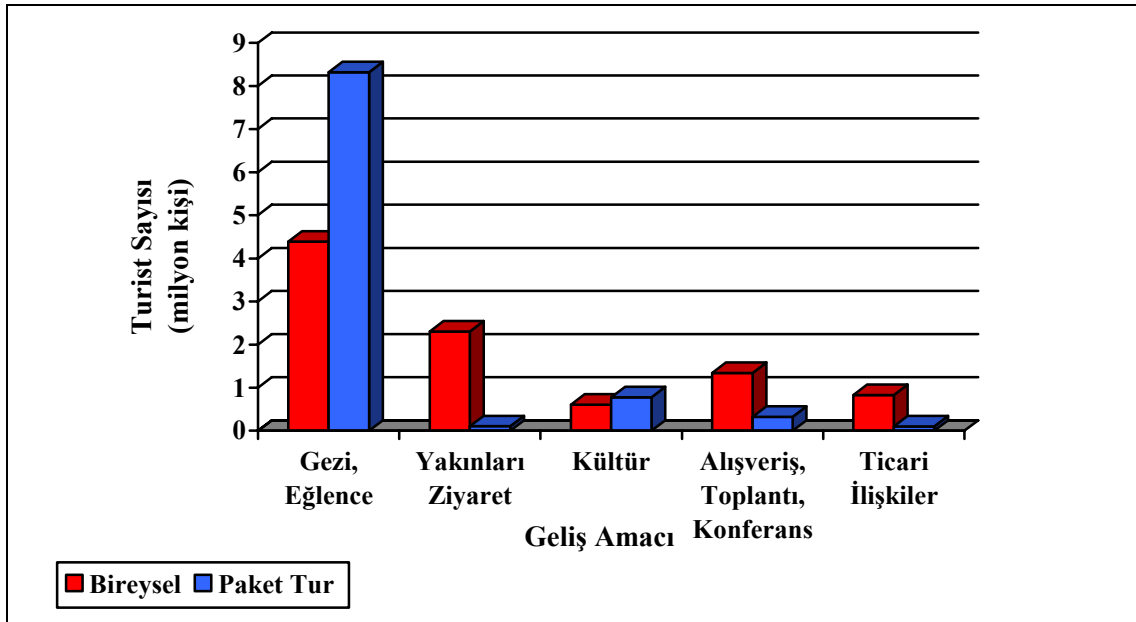
¹⁵ Şekil TÜİK'in verilerine göre araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.



Şekil 8: Gelir Dilimi ve Seyahat Tercihine Göre Turistler (2008)¹⁶

Kaynak: TÜİK, 2009: 32-33

Seyahat acentaları ve tur şirketleri Türk Turizmi'nde önemli bir yere sahiptir. 2008 yılı verileri incelendiğinde gerek yüksek gelir diliminde yer alan turistlerin, gerek ise düşük gelir diliminde yer alan turistlerin, gerçekleştirdikleri seyahatlerin yarıya yakını acenta veya tur şirketi aracılığıyla gerçekleştirdiği görülmektedir.



Şekil 9: Geliş Amaçları ve Seyahat Tercihlerine Göre Turistler (2008)¹⁷

Kaynak: TÜİK, 2009: 32-33

¹⁶ Şekil TÜİK'in verilerine göre araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.

¹⁷ Şekil TÜİK'in verilerine göre araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.

Geliş nedenlerine ve seyahat tercihlerine göre turistler incelendiğinde gezi ve eğlence amaçlı olarak ülkeye gelen turistlerin yaklaşık %65'inin, kültür için gelenlerin ise %60'ının tur şirketleri ve seyahat acentalarını tercih ettiği görülürken; yakınları ziyaret, alışveriş, ticaret gibi nedenler ile ülkeye gelen turistlerin çoğunun bireysel olarak seyahat ettikleri görülmektedir.

1.4. TURİZM SEKTÖRÜNÜN YARATTIĞI OLUMSUZLUKLAR

Turizmin yarattığı sorunlar genellikle turist sayısının çokluğundan, turistlerin yarattığı sezonluk talepten, turistlerin belirli bir yerde yoğunlaşmasından, uyumlu bir turizm politikası olmamasından, ev sahibi ile konuklar arasındaki kültürel farklılıklardan, pek çok turistten gelen talebin pahalı çevresel balonlar içerisine hapsedilmesinden kaynaklanmaktadır (Urry, 2009: 100). Hem turizmin gelişimini sürdürebilmek hem de bu gelişimin olası sakıncalarını ortadan kaldırabilmek, turizm sektörünün şimdiki ve gelecekteki muhtemel sorunudur. Turizm sektörünün sorunları her sektörde olduğu gibi turizmin kendi içinde barındırdığı özelliklerden kaynaklanmaktadır. Turizm endüstrisi, daha önce de bahsedildiği gibi, talep yanlı tanımlanmaktadır ve özünde üretim değil tüketim kavramı yer almaktadır. Bu da turizmin emrine amade nadir doğal ve kültürel kaynakların tüketilmesi tehlikesini ortaya çıkarmaktadır.

Turizmin gelişimi ekonomik büyümenin, yoksulluğun azaltılmasının, doğal ve kültürel kaynakların korunması için iyi bir araç olabilmektedir. Turizm bir çok ülke ve topluluk için önemli bir gelişim fırsatıyken aynı zamanda turizmin toplumsal yapının bozulması, turizme ev sahipliği yapan toplulukların doğal kültürel yapısına, kültürel ve doğal mirasın gerçek yapısına zarar vermesi gibi çok önemli olumsuz etkileri de olmaktadır (WB, 2006: 1). Ülkeler için en büyük turizm sorunları arasında ilk akla gelenler varış ülkesinde çevresel ve kültürel yozlaşma, ekonomik açıdan bu sektöre bel bağlayan ülkeler için talebin öngörülemesizliği, esnekliği ve mevsimlik özellikler göstermesi, bir yanda kaliteden taviz verilmemesi dururken diğer yandan aynı kalitede hizmet veren turizm yörelerinin birbirine benzeşmesi sonucu farklılıkların ortadan kalkması, sonuç olarak da bir müddet sonra varış yerlerinin cazibesini yitirmesi ve kendisi küreselleşme olgusunun bir besleyicisi olması nedeniyle sektörde aşırı küresel rekabetin olmasıdır.

Her ülke potansiyel ziyaretçilerin harcamalarını çekebilmek ve artırabilmek için eşi olmayan cazibe merkezleri yaratmaya çalışmaktadır. Ayrıca göz önünde bulundurulması gereken diğer bir husus, turizm ve ilişkili sektörlerin sadece küresel rekabetin baskısı altında olmadığıdır. Bunlar aynı zamanda sermaye ve işgücü gibi faktör pazarlarında turizme nazaran daha fazla katma değer yaratan diğer sektörlerle de rekabet halindedir (OECD, 2009: 7). Turizmin uluslararasılaşması her turistik yerin özellikle de internet üzerinden kıyaslanabilmesi anlamına gelmektedir. Dolayısıyla insanlar kendi ülkeleri dışında bir yeri ziyaret etme kararı aldığında aslında yurt dışındaki başka bir yeri ziyaret etmeme kararı almış olmaktadırlar. Bu uluslar arasılaşma sonucunda farklı ülkeler ya da ülke içerisindeki farklı yerler uzun uzadıya bakılacak türden nesnelere sunma konusunda uzmanlık kazanmaya başlamaktadırlar (Urry, 2009: 85). Bu büyük rekabet turizmin olumsuz etkilerini daha da artırmaktadır.

Aslında turizm alanında ortaya çıkan sorunların çoğunluğu kitle turizminden doğmakta ve sürdürülebilir turizm kavramına yeterince önem verilmemesinden kaynaklanmaktadır. Kitle turizminden kaynaklanan sorunları başlıklar halinde sayarsak bu sorunlar:

- Taşıma kapasitesini zorlayan çok sayıda katılım,
- Mekan ve zamanda yoğunlaşma,
- Hızlı ve denetimsiz gelişim,
- Büyük ölçekli, toplu konaklama düzeni,
- Genellikle kıyılara ve özgün doğa parçalarına yöneliş,
- Yerel mimariyi dışlayan, anonim turizm mimarisi,
- Yerel halk ve turist arasındaki düzensiz ve bozuk ilişkiler, sosyal çevreden kopuk turistik bölgelerin ortaya çıkması (Anklav turizm),
- Uluslar arası arenada büyük ölçekli tur operatörlerine bağımlılık,
- Yerel turistik ürünlerin niteliklerini kaybetmesi, turizme uygun olarak standart ürün haline dönüşmesi,
- Ölçek ekonomilerinin hakim olması, küçük yatırımcıların zamanla piyasadan uzaklaşmak zorunda kalması (Tokmak, 2008: 4).

Turizmin olumsuz etkilerinden diğerleri ise turizme yönlendirilen yatırımların fırsat maliyetinin iyi değerlendirilmemesi, yabancı düşmanlığı, suç oranında artış, turistlerin davranışlarını taklit sonucu ortaya çıkan kültürel yozlaşma, ses kirliliği ve betonlaşmadır (Kozak vd., 2008: 86-96).

Ayrıca kitle turizmine bağımlı az gelişmiş ülkelerin diğer varış ülkelerine nazaran daha farklı sorunlarla karşılaşması da muhtemeldir: Turizm, ulusal gelire katkısı doğrudan ve dolaylı uyarılmış harcamalar yoluyla gelirin yayılması, ödemeler dengesine ve istihdama katkıda bulunması, vergi gelirlerini artırması, verimli ve altyapı yatırımlarına imkan sağlaması, ticari fırsatları artırması gibi birtakım gerekçelerle kamu tarafından yoğun olarak teşvik edilen bir sektördür. Ancak, çeşitli ülke deneyimlerinden hareket eden “Bağımlılık Paradigması” içindeki yazarlar, turizmin olumlu etkilerinin büyük ölçüde gelişmiş ülkelerde ortaya çıktığını, özellikle yoksul az gelişmiş ülkelerde ise genellikle “Batıya Yönelik Kitle Turizmi Tarzı”nın hakimiyetinden kaynaklanan bağımlılık ilişkilerinin, olumsuz ekonomik etkilere yol açtığını vurgulamaktalar¹⁸. (Soyak, 2006: 1-5).

Bağımlılık Paradigması’na yöneltilecek bazı eleştiriler vardır: Bunlardan ilki dünya turizminin tümüyle çok uluslu şirketlerin elinde olmadığıdır. Diğer bir eleştiri ise kitle turizminin dünya turizminin sadece bir parçası olduğu ve turizmin tümüyle kitle turizmiyle özdeşleştirilemeyeceğidir (Yağcı, 2007: 166). Bununla birlikte birçok gelişmekte olan ülkenin bir gelişme stratejisi olarak turizme alternatif oluşturabilecek seçeneklere sahip olup olmadığı da sorulmalıdır. Gelişmekte olan ülkelerin alternatif yokluğundan turist bakışının nesnelere olarak kendi cazibelerini artırmaktan fazla bir seçeneği olmadığını görmek güç değildir (Urry, 2009: 106).

Tüm bu etkilerine rağmen kitle turizminin olumsuzluğu öne çıkarılırken amaç, tüm dünyada ve Türkiye’de iyi planlanamaması yanında, yaygınlığı sebebiyle de çevresel kalitenin bozulmasına neden olan kitle turizminin terk edilmesini önermek değildir. Gelecekte de var olacak kitle turistine hizmet edecek mevcut yatırımların yeterliliği

¹⁸ Turizmin ekonomik faydaları beklentilerin altında kalmıştır. Gelişmekte olan dünyadaki turizm yatırımlarının büyük bir bölümü Amerika ya da Batı Avrupa merkezli büyük şirketler tarafından gerçekleştirildiğinden, turist harcamalarının büyük bir kısmı ilgili şirketlerin kasasına akmakta, fiyatların ancak %20 ila %60’lık kısmı ev sahibi ülkelerde kalmaktadır (Urry, 2009: 105). Avrupa seyahat pazarının %75’i 10 büyük seyahat grubunun kontrolü altındadır. Örneğin West Leendsbank tarafından kontrol edilen TUI ve LTU Alman seyahat pazarının %48’ini elinde tutmaktadır (Yağcı, 2007: 144)

vurgulanırken, turizm sektörünün sürdürülebilirlik kapsamında gelişen alternatif turizm türlerine yönelmesinin gerekliliğidir (Ovalı, 2007: 65).

1.4.1. Türkiye’de Turizmin Sorunları

Türkiye’de turizm sektörünün sorunlarının çoğunluğu da turizm sektörünün ilk gelişmeye başladığı dönemlerde teşvik edilen ancak, sonraları yarattığı sorunlar fark edilen kitle turizminden doğmaktadır.

Devlet Planlama Teşkilatı tarafından hazırlanan Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu’nda yer alan SWOT analizinde (DPT, 2007: 14-15) Türk turizminin zayıf yanları şu şekilde yer almaktadır:

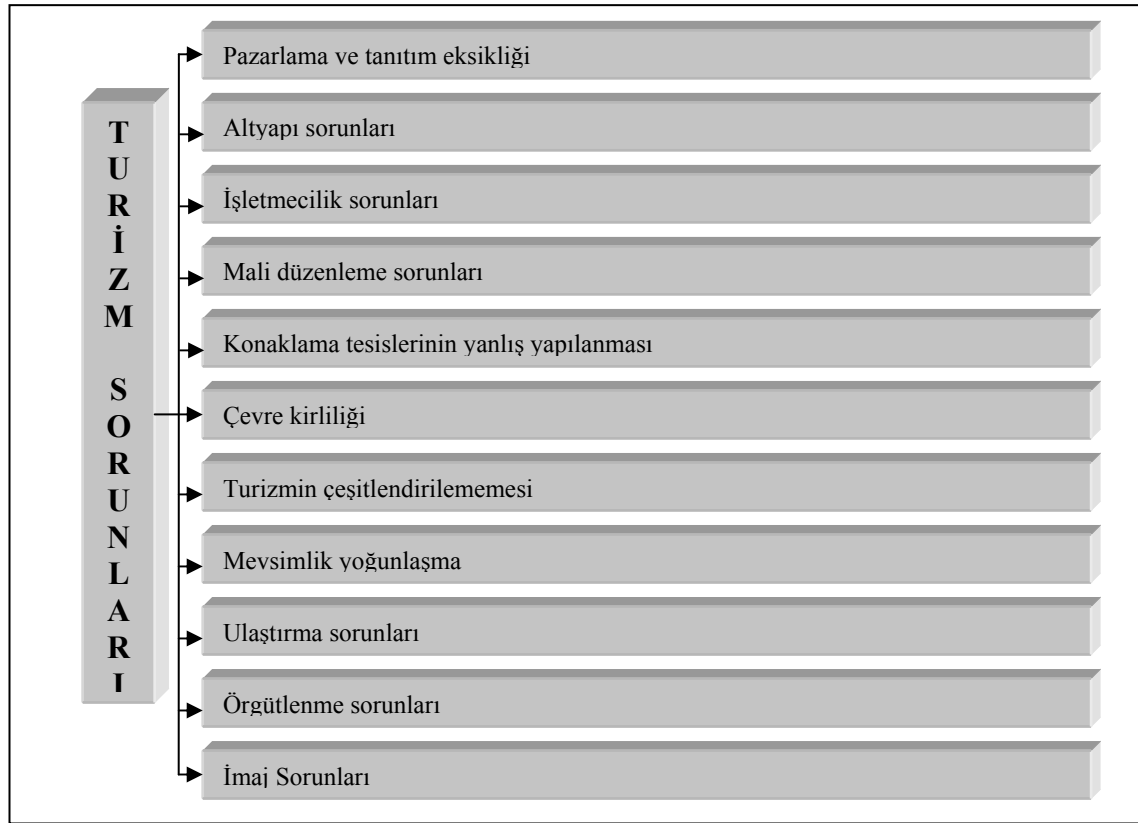
- Medyanın yayımladığı olumsuzlukların yabancıları etkileme esnekliğinin yüksekliği,
- Altyapı ve hizmet kalitesinin ve destek sektörlerdeki gelişmenin, hızlı talep artışına paralel olarak artan gereksinimlere yanıt verememesi,
- Sağlık, teknik altyapı ve enerji konularında yetersizlik,
- Büyük ölçekli otellerin kırsal yakın çevre ve özgün mimari ile uyumsuzluk içinde olmaları,
- Bölgesel ölçekte bütünleşik stratejik planlama yönetimine işlerlik kazandırılmaması ve planlamada yetki karmaşası,
- Araştırma yetersizliği nedeni ile stratejik kararların alınmasındaki güçlükler,
- Turizmde yeterince çeşitlendirmeye ve coğrafi yaygınlaştırmaya gidilmemesi,
- Yat turizmi için liman ve marina yetersizliği,
- Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın ve belediyelerin verdiği turizm işletmeleri belgelerinin farklı standartlar içermesi ve bu durumun karışıklığa yol açması,
- İç turizm ile ilgili stratejik planlama eksikliği,
- Doğal, tarihi ve kültürel mirasın özgün niteliklerinin yer yer erozyona uğraması sonucu talep yaratıcı faktör olmaktan uzaklaşması,
- Tanıtma ve pazarlamaya ayrılan kaynakların kullanımındaki eşgüdüm yetersizliği,

- Rekabet üstünlüklerinin ortaya konulmasındaki güçlükler nedeni ile pazarlamanın düşük fiyatlara yapılması, düşük fiyatların bir çekim unsuru haline gelmesi.

Türkiye’de tanıtıma ayrılan bütçe rekabet halinde olunan diğer ülkelere göre oldukça düşüktür ve bu fonların kullanımında tek bir yetkili kuruluş yoktur. Altyapı alanında imar planlarına uyulmamakta, bazı yörelerde çöpler ve kanalizasyon atıkları denize dökülmektedir. Turizmi Teşvik Kanunu’nun uygulandığı ilk dönemlerde çoğunlukla turizm işletmeciliği alanında hiç eğitimi olmayan müteahhit gibi kimselerin turizm işletmeciliğine girişmesi ve sektörde yeterli kalifiye elemanın istihdam edilmemesi işletmecilik alanında sorunlar ortaya çıkarmaktadır. Rakip ülkelere nazaran daha yüksek KDV uygulamasının olması, kredilerin faizlerinin yüksek ve geri ödeme dönemlerinin kısa olması mali düzenlemelerdeki eksikliklerdendir. Ziyarete gelen turistlerin çoğunun orta gelir düzeyinde olmasına rağmen tesislerin bu kesime yönelik üç yıldızlı değil beş yıldızlı inşa edilmesi ve bu sefer de beş yıldızlı otellerin maliyetlerini düşürmek için kaliteden ödün vermesi otellerin yanlış yapılanmasının bir sonucudur (Kozak, 2008: 160-161). Turizm tesislerinin kıyılarda yoğunlaşması turizm sezonunda bu alanların nüfusunda aşırı artışa yol açmaktadır. Kıyı bölgelerindeki merkezlerin %81’inin ve iç bölgelerdeki merkezlerin %50’sinin nüfusunda yaz aylarında yoğun bir artış görülmektedir. Bunun sonucunda yerleşik nüfusa göre merkezi hükümetten mali destek alan belediyelerin hizmetleri aksamaktadır. Türkiye’deki turistik yerleşim yerlerinin %40’ında turistik gelişmeden kaynaklanan çevresel sorunlar yaşandığı belirtilmektedir (Avcıkurt, 2007: 53,55).

Planlamanın doğru yapılmaması nedeniyle önemli çevre sorunları ortaya çıkmış; özellikle kıyı kesimlerindeki doğal kaynaklar hızla yozlaşmıştır. Deniz-kum-güneş üçlüsüne yönelik turizme yatırım yapılması sonucunda turizm çeşitlendirilememiş bu nedenle de mevsimlik yoğunlaşmalar ile karşı karşıya kalınmıştır. Kara, deniz ve hava yolu ulaşımında nicelik ve nitelik bakımından yetersizlikler söz konusudur. Ulaştırma alanındaki bu yetersizlikler turizm potansiyelinin tam olarak ortaya çıkmasını da engellemektedir. Turizmin bir çok alanla ilişkili olması nedeniyle Kültür ve Turizm Bakanlığı yetkilerini kullanırken Çevre ve Orman, Sanayi ve Ticaret gibi bir çok bakanlıkla ortak çalışmak zorundadır ancak eşgüdüm eksikliği söz konusudur. İmaj açısından da terör, trafik kazaları, farklı kültürel özelliklerin çekici değil itici yönünün

öne çıkması, turistlere daha yüksek fiyatlarla mal ve hizmet satılması olumsuzlukların başında gelmektedir (Kozak, 2008: 161-162).



Şekil 10: Türkiye’de Turizm Sektörünün Sorunları

Kaynak: Kozak, 2008: 161

Türkiye’de turizm sektörü son yıllarda oldukça gelişmiş ancak uygulanan politikaların yetersizliği sonucu sektörde birçok sorun ortaya çıkmıştır. Türkiye’deki turizm sektörünün sorunları Şekil 10’da görsel olarak ifade edilmiştir (Kozak, 2008: 158-159).

Yukarıda bahsedilen sorunların giderilmesi için başarılı bir turizm gelişiminin sağlanması ve yönetiminin gerçekleştirilmesi gereklidir. Türkiye’de bakanlık düzeyinde turizm politikası geliştiren örgüt Kültür ve Turizm Bakanlığı’dır. Bakanlığın amacı kuruluş kanununda;

“Kültürel değerleri yaşatmak, geliştirmek, yaymak, tanıtmak, değerlendirmek ve benimsetmek, tarihî ve kültürel varlıkların tahribini ve yok edilmesini önlemek, yurdun turizme elverişli bütün imkânlarını ülke ekonomisine olumlu katkı sağlayacak şekilde değerlendirmek, turizmin geliştirilmesi, pazarlanması, teşvik ve desteklenmesi için gerekli önlemleri almak, kültür ve turizm konularıyla ilgili kamu kurum ve kuruluşlarını yönlendirmek ve bu kuruluşlarla işbirliğinde bulunmak, yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları ve özel sektör ile iletişimi geliştirmek ve işbirliği yapmak”

olarak belirlenmiştir.

Uzun dönemli bir turizm planlaması yaklaşımı ile ulusal bölgesel ve işletme düzeyinde kârlılık oranlarını yükseltmek ve turizm piyasasında yer alan karar birimlerinin memnuniyetini artırmak mümkündür. Turizmde tesadüfe bırakılmış bir sektörel gelişme öncelikle turizm faaliyetinden yararlanmayı bekleyen yerel halka ve ardından bölge ve ülke ekonomisine zarar getirir (Yağcı, 2007: 195). Bu nedenle kamu yönetimi turizm politikalarının belirlenmesinde ve turizm planlarının uygulanmasında etkin görev alması gerekmektedir.

Plansız bir turizm gelişimi, kısa dönemde mikro ölçekte kârlılık yaratsa bile uzun dönemde toplumsal ve çevresel değerler açısından büyük maliyetlerin ortaya çıkmasına neden olur. Dolayısıyla bölgesel ve ulusal düzeyde turizm planlamasının neden gerekli olduğu şu şekilde özetlenebilir:

- Turizmin hammaddesi sayılan doğal ve kültürel kaynakların gelecek kuşakların kullanımı için korunması,
- Ulusal ve bölgesel kalkınma politikalarıyla, turizme ait politikaların uyumlaştırılarak sektörler arası bağlantıların kurulması,
- Turizmin geliştirilmesini amaçlayan kararların alınmasında konuyla ilgili tüm kesimlerin yan yana getirilebilmesi,
- Turistik çekim unsurları, turistik faaliyetler, olanaklar, hizmetler ve turizm pazarlarını geliştirecek düzenlemelerin yapılması,
- Turizmin neden olabileceği olası sorunların azaltılması ve turizmden elde edilecek ekonomik getirilerin olabildiğince eşit bir şekilde dağıtılması,
- Turizmin gelişmesine katkıda bulunacak alt yapı faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi,
- Özel turizm alanlarına ait ayrıntılı planların hazırlanması ve turizme uygun düzenlemelerin belli standartlara sadık kalınarak hayata geçirilmesi,
- Gerekli kurumsal düzenlemeleri gerçekleştirerek turizm gelişim planları ve politikalarının etkili bir şekilde uygulanmasının sağlanması.

Turizm planlamasının turizm politikasının en belirgin ve en etkin araçlarından biri olarak kabul edilmesi nedeniyle yukarıda özetlenen gerekliliklerin yerine getirilmesi aynı zamanda başarılı bir turizm politikasının sürdürülmesi anlamına da gelecektir (Yağcı, 2007: 195-196). Ayrıca devletin turizmden vergi gelirlerine yönelik bir beklenti içinde olduğu da bir gerçektir. Türkiye’de turizm, vergi kaçığının en yoğun olduğu sektörler arasında yer alırken ABD’de aynı sektörden ekonomiye yılda 41 milyar doların üzerinde vergi geliri sağlanmaktadır (Yağcı, 2007: 170).

Tarihsel süreç içerisinde sürekli gelişimini sürdüren turizm sektörü Türkiye’de de sürekli gelişmektedir. 2010 yılında dünya genelinde uluslararası turist varışlarının bir milyara ulaşması beklenirken 2009 yılı itibariyle de Türkiye’ye gelen turist sayısının %2’lik artışla 25,5 milyon olduğu görülmektedir. Dünya genelinde turist varışlarındaki artışın büyüme hızı yavaşlarsa da halen sürmekte ve bu artışın duracağına dair herhangi bir işaret de bulunmamaktadır. Türkiye’nin turistler tarafından tercih edilmesinin birincil nedeninin fiyatların düşüklüğü olduğu olgusu göz önüne alındığında ekonomik kriz dönemi olan 2009 yılında olduğu gibi dünya genelinde %4,3’lük bir gerileme yaşanırken, Türkiye’de %2’lik bir artış kaydedilmiştir. Görülmektedir ki dünya genelinde sektör gerilese dahi Türkiye’de ilerlemesine devam etmektedir. Bu nedenle Türkiye’ye olan turist talebinin zirve noktasına ulaştığı söylenemez. Ancak, Türkiye’de deniz-kum-güneş üçlüsüne sıkışmış turizm talebinin farklı turizm alanlarına yöneltilmesi, böylece aşırı kapasite kullanımı nedeniyle çevresel sorunlarla karşılaşan ülkenin, bu sorunu için çözüm yolları aranması gerekmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM: SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM VE KÜLTÜR TURİZMİ

Çalışmanın bu bölümünde turizmde sürdürülebilirliğe, özellikle Türkiye gibi, turizmi deniz-kum-güneş üçlüsü üzerine kurulu olan ülkelerde sürdürülebilir turizmin gerekliliğine ve kitle turizmine alternatif olarak geliştirilebilecek kültür turizmine değinilecektir. Ayrıca kültür turizmi içerisinde yer alan müze turizminden bahsedilerek müzeler ile turizmin ilişkisi ortaya konulacak, Türkiye’de müzecilik ve Türkiye’deki müze turizmi incelenecektir.

2.1. SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM

Turizm politikalarındaki gelişmeler ekonomi politikaları ile paralellik göstermektedir. Başlangıçta ekonomi politikaları üretimi ve gelirleri artırmaya yönelik olarak hazırlanmış turizm politikaları da talebin ve dolayısıyla döviz gelirlerinin artırılması üzerine yoğunlaşmıştır. Daha sonraları sosyal, kültürel ve doğal kaynakların korunmasını kapsayan sürdürülebilir kalkınma, devletin en önemli sorumluluklarından birisi haline gelmiş ve ekonomi politikaları ekonomik değişkenler ile birlikte insanların sosyal refahını da dikkate almaya başlamıştır. Bu yeni yaklaşımla birlikte turizm politikaları da sürdürülebilir kalkınma temeline uygun bir gelişme göstermiştir (Coşkun, 2004: 9). Günümüzde her yıl milyarlarca dolar ekonomik değer yaratan uluslararası turizmden daha fazla pay almak isteyen ülke ve bölgeler genel turizm politikalarını seyahat eğilimlerinde ve turizm talebinde meydana gelen değişimleri de dikkate alarak sürdürülebilir turizm anlayışına uygun hale getirmek zorundadırlar. Turizm politikalarını bu şekilde belirleyen ülkeler hem turizmin sürdürülebilirliğini sağlayacak hem de daha fazla gelir elde edebileceklerdir. Etkin turizm politikaları uygulamayan ülkelerde ise, turizmin kaynağını oluşturan çevresel, sosyo-kültürel ve tarihi kaynaklar zarar görecektir ve turizm kendi kendini yok edecektir (Sarkım, 2008: 1).

Turizmin kitlesel ölçek kazanmasıyla birlikte etkilerinin ağırlaşması ve olumsuzlaşması çeşitli platformlarda daha arzu edilebilir turizm şekillerinin alternatif olarak ortaya sürülmesine neden olmuştur. Kitle turizmine bir tepki olarak gelişen turizmin alternatif şekilleri şu ortak özelliklere sahiptir:

- Turizmin mekan ve zaman açısından yayılması,

- Yavaş ve denetimli bir gelişme,
- Çevreye uyumlu, düzgün turizm mimarisi,
- Yerel halk ile turist arasındaki iletişimde uyumluluk,
- Bağımsız çalışan, uzmanlaşmış tur operatörleri,
- Geleneksel ve özgün değerlerin korunması,
- Yerel ölçekte turizm planlaması,
- Turistik istihdamda yöre halkına öncelik verilmesi (Avcıkurt, 2007: 101-102).

1992 Rio Konferansı ile gündeme gelen “sürdürülebilirlik” kavramı tüm sektörlerin kendi iş kollarında “sürdürülebilir” faaliyetlerini gerçekleştirilmesi gereğinin altını çizmektedir. Sürdürülebilirlik çeşitli şekillerde tanımlanmaktadır. Sürdürülebilirlik gelecek kuşakların ihtiyaçlarını tehlikeye atmaksızın, şimdiki kuşakların ihtiyaçlarını karşılayan gelişim olarak tanımlanabilir. Başka bir tanımda ise sürdürülebilirlik bugünün yaşam standartlarını artırmak ve korumak için, üretim ve verimlilik adına doğal ve kültürel kaynakların kullanımında, gelecek nesiller için tehlikeli ve riskli boyutlara ulaşmasına neden olan uygulama ve politikaları kabul etmeyen bir yaklaşımdır (Kozak ve Bahçe, 2009: 92-93). En yaygın benimsenen sürdürülebilirlik kavramı turizme uygulandığında “turizm kaynaklarının tüketilmeden, kirletilmeden ve tahrip edilmeden gelecek nesillerin de kullanabilmesini sağlayacak şekilde kullanımının düzenlenmesi” olarak ifade edilebilir. BMDTÖ ise sürdürülebilir turizmi “mevcut tesislerin ve ev sahibi bölgenin ihtiyaçları karşılanırken kültürel bütünlük, temel ekolojik süreç, biyolojik çeşitlilik ve yaşam destek sistemlerinin devamlılığının sağlanması” şeklinde tanımlamaktadır (Avcıkurt, 2007: 104).

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü’nce belirlenen “Küresel Sürdürülebilir Turizm Kriterleri” dört ana başlık etrafında toplanmaktadır; bunlar:

- Etkili sürdürülebilir planlama,
- Yerel toplulukların ekonomik ve sosyal faydasının yükseltilmesi,
- Kültürel mirasın korunması ve
- Çevreye olan olumsuz etkilerin azaltılmasıdır (UNESCO, 2009: 9-10).

Sürdürülebilir turizm kavramı içerisinde turistin ve ev sahibi bölgenin gereksinimlerini karşılarken, korumayı hedefleyen, kültürel bütünlüğün, uyumun bozulmamasını, doğal kaynakların, kültürel, tarihsel alt yapının tahrip edilmemesini, biyolojik çeşitliliğin korunmasını, bu çabalarla ekonomik gelişmenin eşgüdümlü yürütülmesini öngören yaklaşımlar yer almaktadır (Özkan, 2005: 39). Sürdürülebilir turizm kavramı sadece deniz-güneş-kum üçgeninde yürütülen kitle turizmine alternatif olan turizm türlerini kapsayan bir yaklaşım değildir. Deniz-kum-güneş üçlüsüne yönelik olan turizm türü de dahil olmak üzere tüm turizm türlerinde sürdürülebilirlik sağlanmalıdır. Ancak özellikle Türkiye gibi sahil şeridinde plansız olarak ya da planlara rağmen gelişen turizmin sürdürülebilirliğini sağlayabilmek için alternatif turizm türlerine önem verilerek buradaki talebin diğer turizm türlerine yönlendirilmesi sağlanmalıdır.

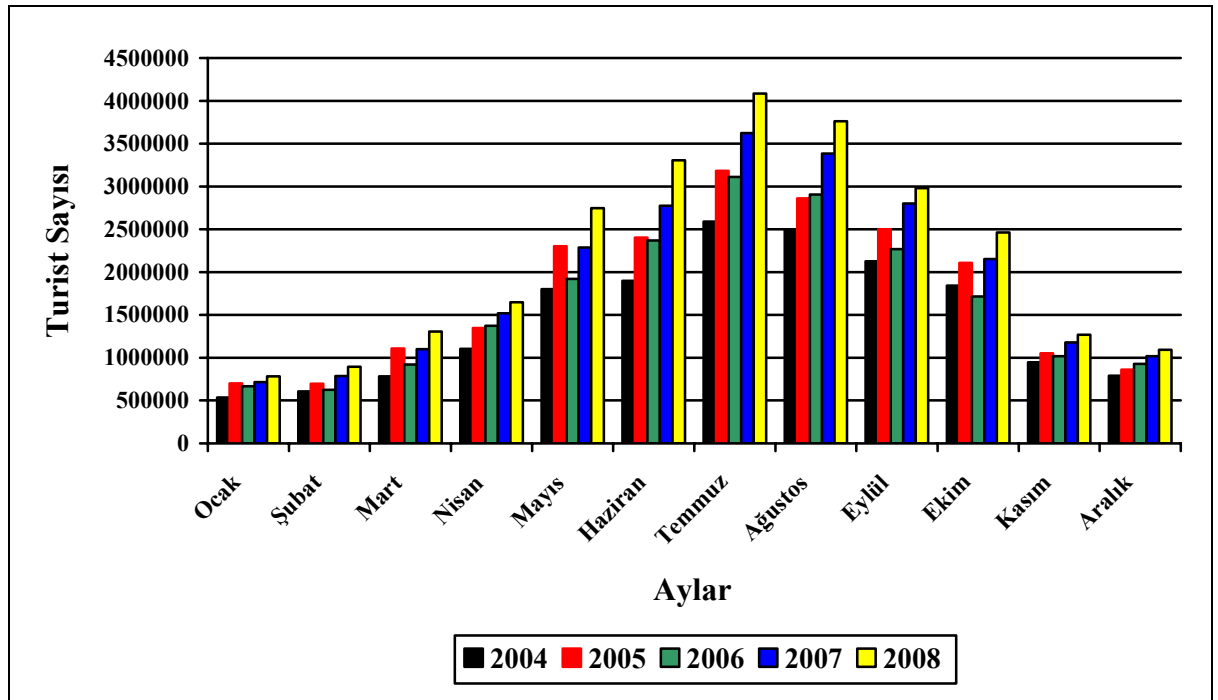
Türkiye’de turizm politikalarını anlamak bağlamında kalkınma planları incelendiğinde turizm politikası uzun yıllar boyunca kitlelerin kıyı şeridine yönlendirilerek deniz-güneş-kum turizminin geliştirilmesi yönünde olmuştur. 1973-1977 dönemini kapsayan Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı ile birlikte çevreyi gözetici önlemler alınması gerekliliğine değinilmiştir (DPT, 1973). 1985-1989 dönemleri arasında uygulanan Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı’nda turizmin çeşitlendirilmesi sorunu dile getirilirken (DPT, 1985), ilk kez Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı’nda “sürdürülebilir turizm” kavramına yer verilmiştir (DPT, 2001).

Mekânsal açıdan sürdürülebilirlik bağlamında taşıma kapasitesinin aşılması konusu özellikle kıyı kesimlerinde önem taşımaktadır. Kitle turizminin uzun dönem özendirilmesi kıyı kesimlerde sürdürülemez bir turizm olgusunun ortaya çıkmasına neden olmuştur. DPT Çevre Özel İhtisas Komisyonu Raporu’nda bu durum aşağıdaki şekilde ifade edilmektedir (DPT, 2007: 11).

“Türkiye deniz ve kıyı alanları üzerindeki baskıda turizm etkinliklerinin ayrı bir yeri bulunmaktadır. Turizm hareketleri özellikle 1970’li yıllardan sonra hızlanmış, 1980’lerde turizmden elde edilecek geliri artırmak üzere alınan önlemler ülkeye gelen turist sayısında büyük bir artışa yol açmıştır. Bu açıdan 1982 yılında çıkartılan Turizmi Teşvik Kanunu, Türkiye’de kitle turizminin gelişimi açısından bir dönüm noktasını simgelemektedir. Yasayla bir yandan bu alandaki girişimleri desteklemek üzere özel önlemler getirilirken bir yandan da bozulmamış kıyı alanları, verimli tarım toprakları, tarihi ve doğal değerler turizmin hizmetine sunulmuştur.”

Birleşmiş Milletler'e göre Akdeniz Bölgesi'ndeki turist sayısı 1980'lerde 100 milyon civarındayken, 2025'de 760 milyona çıkacak ve böylece yiyecek su ve insan kaynakları üzerinde büyük bir baskı oluşacaktır (Urry, 2009: 100).

Mekân bakımından sürdürülemez bir turizm olgusu yanında zaman bakımından da sürdürülemezlik ile karşı karşıya kalan Türkiye'yi aylar itibariyle ziyaret eden turist sayıları aşağıdaki şekilde görülmektedir. Şekilden de anlaşılacağı üzere turizmde mevsimsel yığılma Mayıs-ekim ayları arasında gerçekleşmektedir.



Şekil 11: Aylara Göre Türkiye'ye Gelen Turist Sayıları¹⁹

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı (2009-c: 2-3).

Türkiye'nin diğer potansiyel turizm alanlarını planlı bir şekilde turizme kazandırarak taşıma kapasitesinin aşıldığı bölgelerdeki talep baskısını azaltması turizmin mekansal ve zamansal sürdürülebilirliğini sağlamak açısından önemlidir. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nca hazırlanan 2023 Türkiye Turizm Strateji Belgesi'nde de sürdürülebilirliğe önem veren ilkeler yer almaktadır. Bu ilkelerden bazıları:

- Bölgeler arasındaki gelişme farklılıklarının giderilerek sürdürülebilir kalkınma hedefine katkıda bulunulması,

¹⁹ Şekil Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın verilerinden hareketle araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.

- Var olan turizm bölgelerinin sürdürülebilirlik perspektifi içinde yeniden ele alınarak planlanması ve kaliteli yaşanabilir çevreler oluşturulması,
- Turizmin gelişiminin sürdürülebilir çevre politikaları ile desteklenmesi,
- Turizmde ürünün çeşitlendirilerek sezonun bütün bir yıla yayılması,
- Sürdürülebilir turizmin tanıtılarak eko-turizm, kırsal turizm ve agro-turizm konularında kamu, özel ve sivil toplum kuruluşlarının bilinçlendirilmesi,
- Yöreye özgü farklı turizm türlerinin birbirine entegrasyonunu sağlayarak çok çeşitli turizm imkanlarını sağlık, eğitim, v.b. farklı sektörel kullanımlarla bir arada sunulabilen alternatif turizm odaklı (sağlık ve termal, golf, kış sporları, doğa turizmi vb.) turizm kentlerinin oluşturulmasıdır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007: 4-5).

2007-2013 dönemi için uygulamaya konulan Dokuzuncu Kalkınma Planı'nda turizmle ilgili olarak yapılan değerlendirmeler incelendiğinde turizmin potansiyeli olan ancak günümüze kadar değerlendirilmemiş bölgelere turizmin yönlendirilerek sosyal ve ekonomik kalkınmaya katkı sağlaması; yatırımların doğal, tarihsel ve sosyal çevreyi koruyucu bir yaklaşım içinde ele alınması; turizmin mevsimlik ve coğrafi dağılımını iyileştirmek için alternatif turizm alanlarına önem verilmesi; kültür turizminin geliştirilmesi ve yöresel marka yaratmaya yönelik olarak, özgün tarihi ve doğal mirasların korunup geliştirilerek ekonomik değere dönüştürülmesi politika tedbirleri olarak sayılmıştır (DPT, 2006). Bu tedbirlerin tamamı sürdürülebilirliği sağlamaya yönelik tedbirler olarak göze çarpmaktadır.

Türkiye'de turizmin sürdürülebilmesi için kültür turizmi, sağlık turizmi, termal turizm, kış turizmi, golf turizmi, kongre turizmi gibi birçok alternatif turizm alanı bulunmaktadır. Yapılan bir araştırmada Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçilerin yaklaşık üçte birini çeken Antalya'da turizmin; yayla, kış, dağ, kırsal, av, mağara, kamp, karavan ve akarsu turizmi gibi turizm türleri ile çeşitlendirilerek zenginleştirilebileceği; böylece alternatif turizm türlerinin gündeme gelmesiyle turizm sezonunun bütün bir yıla yayılması olanağı doğacak, turizm hareketlerindeki yoğunluk dağıtılacak dolayısıyla turizmden elde edilen gelirlerin artırılması ile beraber sürekliliği de sağlanabileceği vurgulanmıştır (Sarı, 2008: 12-45). Yapılan başka bir çalışmada Çanakkale'de, her ne

kadar kitlesel ölçekte güneş ve deniz turizmine yoğunlaşmış olsa da, kültür turizmi ve özel kültürel tatiller vb. için yeni turizm ürünlerinin geliştirilmesi konusunda önemli bir potansiyel bulunduğu ancak, bu potansiyelin yeterince değerlendirilmediği ortaya konulmuştur (Kelkit, 2003: 18-23). Çorum, Bolu, Sivas, Giresun ve Çankırı illeri için yapılan çalışmalarda da bu durum öne çıkmaktadır (Günay, 2007: 87-101; Kuter, 2007: 71-77; Özcan, 2005: 55-75; Yeşiltaş ve Öztürk, 2008: 1-18; Gökçe, 2006). Bu aşamada tur operatörlerine özel önem verilmesi gerekmektedir. Daha önce de değinildiği gibi, Türkiye'ye gelen turistlerin yaklaşık yarısı tur operatörleri aracılığıyla gelmektedir. Ancak, Türkiye'ye tur düzenleyen tur operatörlerinin seyahat broşürleri üç ana kapsamda gruplandırılabilir: özel ilgi turizmi, deniz turizmi ve her ikisinin birleşimi. Buna göre özel ilgi tatil broşürleri tarihi değerleri, arkeolojiyi, doğayı ve yerel halkı ön plana çıkarmaktadır. Broşürlerdeki bilgi insan unsurunu vurgulamakta ve belirtilen yerler hakkında iyi bilgi sunulmaktadır. Konaklama lüks olmayan tesislerde ya da tercihen yöredeki aileler yanında olmaktadır. Fakat tur operatörlerince Türkiye üzerine hazırlanan broşürlerin büyük bir kısmı deniz-kum-güneş üçlüsünü işlemektedir (Avcıkurt, 2007: 98). 2009 yılında ABD, Almanya, İngiltere ve Hollanda tur operatörleri üzerine yapılan bir çalışmada bu dört ülkeden 297 tur operatörünün düzenlediği turların %43,1'inin kültür turizmi turları olduğunu ortaya koymuştur (Günel vd., 2009: 280).

2.2. KİTLE TURİZMİNE ALTERNATİF OLARAK KÜLTÜR TURİZMİ

20. Yüzyıl'ın büyük bir kısmında turizm ve kültür çok farklı alanlar olarak görülmüştür. Özellikle 1980'lerde ise kültürel turizm birçok varış noktasının ekonomik gelişimi için temel kaynak olarak görülmeye başlanmıştır²⁰. Kültür ve turizm, ülkelerin ve bölgelerin rekabet gücünü ve çekiciliğini artıran karşılıklı fayda ilişkisi içinde iki ögedir. Ülkelerin kültürel varlıkları, kalabalıklaşan küresel piyasada farklılık yaratmaktadır. Aynı

²⁰ Glasgow 1980'lerin başında kültürü büyük bir çekicilik olarak kullanarak ekonomik değişim ve imaj değişimi kampanyasına girişmiştir. Şehir 1990 yılında Avrupa Kültür Başkenti seçilerek Burrell Koleksiyonu, Glasgow Sanat Müzesi gibi bir çok yeni kültürel tesisler açmıştır. Bu program şehrin imajını dramatik bir şekilde geliştirmiştir. Şehre gelen turist sayısı %150 artmıştır. Bu durum kültür, turizm ve kent imajı arasındaki güçlü ilişkiyi işaret etmektedir (OECD, 2009: 32).

zamanda turizm de kültürün değerini artırmakta, gelir yaratarak kültürel mirası güçlendirmekte ve desteklemektedir (OECD, 2009: 17-19).

Genel olarak kültür turizmi kavramı, kültürel faaliyetleri temel alan turizm deneyimlerini ifade eden, turizmin kültürle bağlantılı değişik açılımlarını birleştiren genel bir kavram olarak kullanılmaktadır. Kültür turizmi, “kişilerin kültürel gereksinimlerini karşılamak amacıyla, yeni bilgiler edinmek ve deneyimler yaşamak üzere, yaşadıkları yer dışında kültürel çekiciliklere sahip yerlere yaptıkları turizm hareketleri” olarak tanımlanmaktadır. Diğer bir tanımda kültür turizmi, “insanların eğitim düzeylerine ve bunun sonucunda artan kültür düzeylerine bağlı olarak, değişik kültürleri tanımak ve bilgi düzeylerini geliştirmek amacıyla yaptıkları seyahatler” olarak ifade edilmektedir.

Kültürel turizm uluslararası turizm pazarında yeni turistik ürün olarak ön plana çıkmaya başlamıştır. Çünkü güneş-deniz-kum pazarına yönelik tatil turizminin doyuma ulaşması, çevre ve ekolojik denge konusunda yapılan tartışmalar, doğal güzellikler ve kaynaklardan yoksun olmak ve bireylerin tarihi değerler hakkında bilinçlenmeye başlamaları sonucu kültürel motiflere yönelmiş durumdadır (Emekli, 2005: 101).

Kültür ve turizm arasındaki bu ilişkinin gelişmesini sağlayan etkenler talep ve arz açısından değerlendirildiğinde; talep açısından:

- Başka kültürlere olan ilginin artması,
- Eğitim düzeyinin artması sonucu kültürel birikimin artması,
- Gelişmiş bölgelerdeki nüfusun yaşlanması,
- Postmodern tüketim şekliyle maddiyatçılıktan çok kişisel gelişime vurgu yapılması,
- Doğrudan tecrübe etme isteği,
- Seyahat imkanlarındaki artış sonucu diğer kültürlere ulaşımın kolaylaşması,

Arz açısından ise:

- Kültürel turizm gelişiminin istihdamı ve geliri artırması,
- Kültürel turizmin yükselen pazar ve nitelikli turizm olarak görülmesi,

- Yeni teknolojiler sayesinde turizm ve kültür ile ilgili bilgilere ulaşımın kolaylaşması,
- Yeni ulusların ve bölgelerin ortaya çıkmasıyla farklı kültürlerin tanınması isteği,
- Bölgelerin ve ulusların imaj oluşturma isteğidir (OECD, 2009: 19-20).

Kültür turizmini iki ana başlık altında incelenebilir;

- **Deneyime yönelik kültür turizmi:** Turistlerin görsel sanatlar, festivaller ve sanatın diğer alanlarına yönelik organizasyonlara katılmalarıyla gerçekleşir.
- **Kültürel miras turizmi:** Belirli doğal alanları ziyaret etme, tarihi kalıntıları, anıtları ve yapıları gezme, çekim yerinin tarihini ve doğasını bir arada inceleme amaçlarını taşıyan kültür turizmi şeklidir (Özkan, 2005: 35).

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'ne göre, dünya genelindeki tüm turizm turlarının % 37'sinin kültürel turizme ait olduğu ve talebin her yıl %15 oranında arttığı tahmin edilmektedir. Toplam turizm talebindeki artışın %3-4'lerde olduğu düşünüldüğünde, kültürel turizmdeki artış hızının ne kadar yüksek olduğu ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla kültürün tüketimi, artan bir şekilde ekonominin canlandırılmasında kullanılmış ve kültürel olanakların yaratılması, yatırımları çekmek için rekabetçi mücadelede önemli bir silah olmuştur (Günel vd., 2009: 277). Araştırmalar önümüzdeki yıllarda sanat, tarih ve kültürel etkinlikleri seyahat etmenin en önemli nedenlerinden birisi sayacak turistlerinin sayısının artacağını göstermektedir (Kozak ve Bahçe, 2009: 142). Yapılan bir araştırmada, "gezinin planlanması sırasında en önemli etken nedir?" sorusu sorulduğunda, 1980 yılında kültür % 48 oranında önemliyken bu rakamın 1990'lı yıllarda % 88'lere ulaştığı belirlenmiştir (Kızılırmak ve Kurtuldu, 2005: 103). Birleşmiş Milletler'in yürüttüğü bir çalışmada yerli turistlerin %30'unun kültür turizmini tercih eden ve varış noktası seçimi yaparken özel sanatsal, kültürel olaylar ile tarihi mirastan etkilenen kişiler olduğu ortaya çıkmıştır (OECD, 2009: 21). Amerikan Seyahat Endüstrisi verilerine göre, kültürel turizm için seyahat eden turistler kültürel ve tarihi yerleri ziyaret etmek için ortalama turistlerden daha fazla zaman ayırmakta ve daha fazla geceleme yapmaktadırlar (Kozak ve Bahçe, 2009: 152). Kültür ve turizm arasındaki bu sıkı bağ aynı zamanda ulusal ve bölgesel düzeydeki yönetsel yapıya da yansımaktadır. Artan sayıda ülke (dünya çapında 25 ülkede, OECD

ülkelerinde ise 4 ülkede) kültür ve turizm benzer yönetsel yapı altında, örneğin bakanlık düzeyinde örgütlenmektedir (OECD, 2009: 24).

Kültürel turizmin gelişimi, kültürel turizmin klasik imajının halen güçlü bir şekilde tarihi alanların ve müzelerin pasif tüketimini içeren Avrupa modeline sıkı sıkıya bağlı kalıyor gibi görünse de, dünyanın diğer bölgelerinde seyrek de olsa farklı kültürel turizm türleri ortaya çıkmaktadır. Çok çeşitli öğeleri içinde barındıran kültür turizminin temel dayanakları aşağıdaki çizelgede yer almaktadır (Kozak ve Bahçe, 2009: 146).

Çizelge 5: Kültürel Turizmin Temel Dayanakları

Boyut	Sınıflar
Sanatsal, tarihi yerler ve sit alanları	Anıtlar Müzeler Kültürel sergiler Dünya kültür mirasları
Kültürel ilgiye yönelik insan faaliyetleri	Popüler ve dini kutlamalar Müzik, sinema, tiyatro, dans El sanatları ve popüler mimari Geleneksel mutfak Kültürel rotalar
Ekonomik etkinlikler	Endüstri ve madencilik mirası Geleneksel üretim yöntemleri Ticari fuarlar
Doğal güzellikler	Doğal parklar

Kaynak: Kozak ve Bahçe, 2009: 147

Çeşitli ülkeler kültür miraslarını kültür turizmi adı altında turizm pazarına sunarak imajlarının olumlu olarak tanınmasına neden olmuşlar ve turizm pazarından alternatif turizm çeşitlerinden olan kültür turizmiyle büyük pay almayı hedeflemişlerdir. (Köybaşı, 2006: 23-24). Dünya'nın en çok turist çeken ülkesi Fransa'nın en çok turist çektiği aylar Akdeniz ülkesi olması dolayısıyla doğal olarak Temmuz-Ağustos-Eylül'dür. Ancak tarihi yerlerin, doğal güzelliklerin ve kültürel aktivitelerin fazla olması yılın diğer zamanlarında da turizmi canlı tutmaktadır. Kış turizmi talebi de hızla büyümektedir. Fransa'da deniz kıyıları %35, kırsal alanlar %24 ve dağlar %20 oranlarında tercih edilmektedir (Sivil, 2007: 70).

Tarih öncesi yerleşmelerden günümüze pek çok kültürün ülkemizde birçok örneği vardır. Hititler, Urartular, Galatlar, Likyalılar, Lidyalılar, İyonyalılar, Helenler, Romalılar, Selçuklular, Osmanlılar ve Modern Türkiye Cumhuriyeti bu topraklarda yaşamış ve yaşamaya devam etmektedir. Tüm sözü edilen uygarlıklar bu topraklarda yaşamış, gelişmiş ve varolan insanlık kültürüne sonsuz katkılarda bulunmuştur. Ancak, kültür turizmde dünyadaki birçok ülkeden daha fazla zengin değerlere sahip olmasına rağmen Türkiye’de kültür turizmi istenilen düzeyde gelişmemiştir (Kızılırmak ve Kurtuldu, 2005:104). Türkiye denilince akla halen deniz turizmi gelmekte ve turistlerin büyük bir kısmı geçmişte olduğu gibi bugün de belirli bölgelerde özellikle de kıyı kesimlerde yoğunlaşmaktadır.

Avrupa’daki turizmin %50’den fazlasının kültürel miras ve kültür turizmi ile ilgili olduğu göz önüne alındığında bu turizm alanına daha çok önem verilmesi gerektiği ortaya çıkmaktadır. Çünkü Türkiye’ye gelen turistlerin yaklaşık yarısı Avrupa Birliği üyesi ülkelerden gelmektedir.

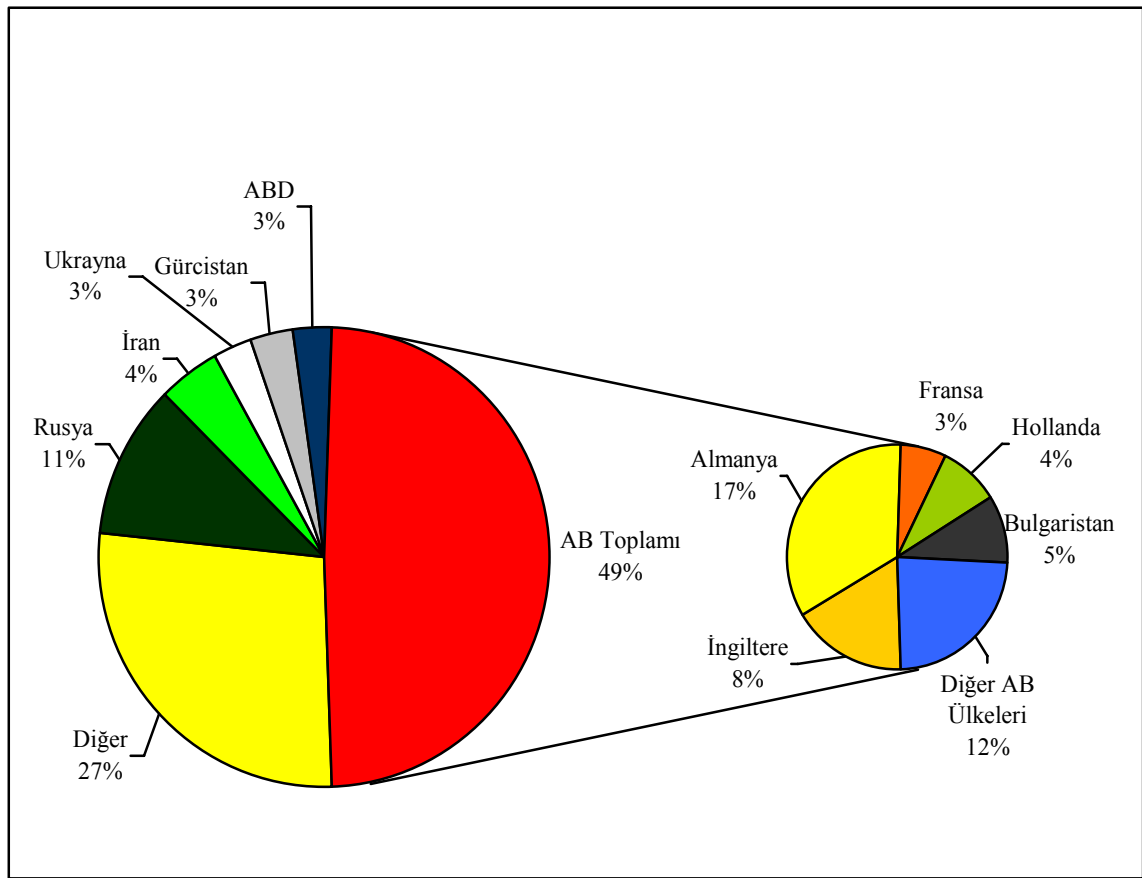
Çizelge 6: Türkiye’ye En Çok Turist Gönderen İlk On Ülke

Ülkeler	2004	%	2005	%	2006	%	2007	%
Almanya	3.983.939	22,7	4.243.584	20,1	3.762.475	19,0	4.149.805	17,8
Rusya	1.605.006	9,2	1.864.682	8,8	1.853.442	9,3	2.465.336	10,5
İngiltere	1.387.817	7,9	1.757.843	8,3	1.678.845	8,5	1.916.130	8,2
Bulgaristan	1.309.885	7,5	1.621.918	7,7	1.177.906	5,9	1.239.667	5,3
İran	628.726	3,6	957.244	4,5	865.941	4,4	1.058.206	4,5
Hollanda	1.191.382	6,8	1.254.153	5,9	997.556	5,0	1.053.675	4,5
Fransa	548.858	3,1	701.190	3,3	657.859	3,3	768.167	3,3
ABD	291.102	1,7	434.991	2,1	532.419	2,7	642.911	2,8
Gürcistan	234.937	1,3	367.338	1,7	549.328	2,8	630.979	2,7
Ukrayna	293.459	1,7	380.397	1,8	487.917	2,5	593.302	2,5

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2009-c.

Türkiye'ye en çok turist gönderen ilk on ülkeden beşi AB üyesidir. Bu beş ülkenin 2007 yılı itibariyle Türkiye'ye gelen toplam turistler içerisindeki payı ise %49,6'dır. 2008 yılı istatistiklerine göre hazırlanmış Şekil 12 de aşağıda yer almaktadır. Bu şekile göre de durum aynı şekildedir. Bu durum AB ülkelerinin Türkiye için önemini göstermektedir.

Avrupa Birliği vatandaşlarının varış noktası seçiminde %31 ile gidilecek yerdeki çevresel güzellik en önemli etken olurken, varış noktasının sahip olduğu kültürel miras bu turistlerin varış noktası seçimini belirlemede %24 ile ikinci etken olmaktadır (The Gallup Organization, 2009: 47).



Şekil 12: 2008 Yılında Türkiye'ye Gelen Turistlerin Uyruklarına Göre Dağılımı²¹

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2009-c

Türkiye dünyadaki ve özellikle Akdeniz bölgesindeki önemli varış noktalarından biridir. Değişen turizm talebine bağlı olarak, Türkiye'nin sahip olduğu kültürel ve doğal

²¹ Şekil Kültür ve Turizm Bakanlığı verileri baz alınarak araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.

mirasın yeni turizm türlerinden olan kültürel turizme yönelik olarak ortaya çıkarılması mümkün olabilecektir (Ateşoğlu, 2006: 141).

Ayrıca kültür turizmi turizm gelirlerinin artırılmasında da önemli role sahiptir. Werking'in 2003 yılında kültürel turistlerin kim olduğu üzerine yaptığı araştırmada bu turistlerin daha yüksek gelirli ve daha fazla para harcayan, eğitilmiş, 50 yaş üstü, bireysel veya küçük gruplar halinde gezen, seyahat dönemi genellikle Nisan-Eylül arasında olan ve tatil için bölgede daha fazla zaman harcayan kişiler olduğunu bulunmuştur (Uygur ve Baykan, 2007: 39). Kültürel turizm için gelen turist, diğer turistlerden günde 62 Dolar, her ziyarette de 200 Dolar fazla harcama yapmaktadır. Bunun yanında kültürel turizm için gelenler ziyaretleri esnasında birden fazla turizm bölgesini ziyaret etmektedirler (Emekli, 2005: 102).

İdeal gibi görünmesine karşın kültür turizmini desteklemeyen, uygulanabilirlikten uzak bir ütopya olduğunu savunan görüşler de bulunmaktadır. Bu görüşlere göre;

- Küçük ölçekli turizm gelişimi, büyük ölçekli turizm sorununu engelleyemez,
- Kültür turizmi politikaları uzun süreli olup, kuramda kalmakta ve pratikte işe yaramamaktadır,
- Çözümlemeyi hedefledikleri sorunların karmaşıklaşmasına ve büyümesine neden olmaktadır,
- Kültür turizmi kavramı doğası gereği her yerde ileriye dönük bir eylem olamaz ve bazı durumlarda tehlikeli biçimde aldatıcı olabilir,
- Kültür turizmi önerdiği hedeflerin tersine, paket turların yayılmasına öncülük edecektir,
- Turistleri bilinçlendirerek çevresel sorumluluk yüklemek her zaman mümkün olmayacaktır,
- Mikro düzeydeki turizm belki duyarlı olarak planlanabilir, fakat makro düzeye çıkınca işin büyüklüğü ve karmaşıklığı nedeniyle hazırlanan program hantallaşır, denetlenemez ve planlanamaz,

- Kültür turizmi ile birlikte turist yükünün mevsim ve alanlarını genişletme politikası aldaticı olabilir. Bunlar duyarlı planlama adı altında büyüme politikalarıdır,
- Değişik toplum katmanlarının birbirleriyle çatışan çıkarları nedeniyle, akılcı, kapsamlı ve uzun süreli bir turizm planı üzerinde uzlaşmak mümkün olmayabilir (Ovalı, 2007: 77).

Unutmamak gerekir ki kültür turizmi de sürdürülebilirlik ilkelerine dayalı planlarla geliştirilemezse, yörelerin sahip olduğu kültürel varlıklar üzerinde olumsuz etkilere neden olmaktadır. Bunun sonucunda ise, yerel kültürel varlıkların bozulması, özüne yabancılaşması ve kendine özgü yapısını kaybetmesi söz konusu olmaktadır (Uygur ve Baykan, 2007: 30). Kültür turizminin yoğun rekabet ve kontrolsüz gelişiminin kültürel varlıklara zarar vermemesine dikkat edilmelidir ( zkan, 2005:37). Örneğin Topkapı Sarayı'nın taşıma kapasitesine ilişkin yapılan bir çalışmada (Tokmak, 2008), müzenin taşıma kapasitesinin üzerinde ziyaretçi ağırladığı ortaya çıkmıştır. Mısır Müzesi Müdürü de taşıma kapasitesi sorununu “Yıllık 2,5 milyon kişi tarafından ziyaret edilen bir müzede bir yanda eserlerin koruması ve güvenlik gereklilikleri dururken diğer taraftaki kültürel turizm gerekliliklerini nasıl bağdaştırabiliriz?” şeklinde ifade etmektedir (Herreman, 1998: 11).

2.3. MÜZELER VE TURİZM

Müzeler geçmişe ilişkin her türlü bilgi, belge ve yapıtı saklamak, korumak, sergilemek ve tanıtmak amacıyla oluşturulmuş bilimsel kuruluşlar olmakla birlikte bu kuruluşlar ziyaretçilerini bilinçlendirmenin yanı sıra yapmış oldukları bilimsel çalışmalarla da evrensel kültürün önemli unsurları olarak dikkat çekmektedirler (Kültür Bakanlığı, 2002: 8). İnsanlarda artan ilgi, merak ve boş zamanın yanında dünya üzerinde artan turizm aktiviteleri, gelişen iletişim ve ulaşım teknolojilerinin de yardımı müzelerin tek bir ya□ı içerisinde çok işlevli bir hal almasına yardımcı olmuştur. Yine 20. yüzyılda gündeme gelen “sürdürülebilirlik” kavramı ile “kullanırken koruma” bilinci gelişmiştir. Belirli bir tarihi ve kültürel zenginliğe sahip olan alanların değerleri artmış, artan değer, alanların daha fazla kişi tarafından merak edilerek ziyaretine sebep olmuştur (Boyar, 2006: 28-29). Çalışmanın bu bölümünde turizm açısından önemli değerler olan müze

kavramına, Türkiye’de müzeciliğe, dünyada ve Türkiye’deki müzelerin turizm ile ilişkisine değinilecektir.

2.3.1. Müze

Müze sözcüğü Latince, Mousa’lar (esin perileri) tapınağı demek olan “museum” ve Eski Yunanca “mouseion”dan gelir. Antikçağ’da İskenderiye’de I. Ptolemaios’un Müz’lere adadığı Mouseion isimli bir tapınak yaptırmış olması ve bu tapınakta ünlü İskenderiye Kütüphanesinin bulunuşu, aynı zamanda tapınağın, bilginlerin istediğı kadar konaklayabileceğı, eğitim verebileceğı, araştırma yapabileceğı bir bilim merkezi oluşu “müze” kavramının ve müzenin niteliğinin ne olduğı konusunda ilk ipuçlarını vermektedir (Karabıyık, 2007: 3). Uluslararası Müzecilik Konseyi’ne (International Council of Museums - ICOM) göre müze; “Sürekli bir kuruluş olarak, kazanç amacı gütmeyen, toplumun gelişmesine hizmet eden, topluma açık, insanın ve çevresinin görgü tanıkları olan malzemeler üzerinde araştırma yapan, bunları toplayan, saklayan, işleten, aynı zamanda eğitim ve inceleme amacıyla sergileyen bir kuruluştur” (ICOM, 2004: 222). Müzeler İç Hizmet Yönetmeliğı’nde ise müze; “Kültür varlıklarını tespit eden, ilmi metotlarla açığa çıkaran, inceleyen, değerlendiren, koruyan, tanıtan, sürekli ve geçici olarak sergileyen, halkın kültür ve tabiat varlıkları konusundaki eğitimini, bedii zevkini yükselten, dünya görüşünü geliştirmede tesirli olan daimi kuruluştur” şeklinde tanımlanmaktadır.

Günümüzde müzelerin toplama, koruma, belgeleme, sergileme ve eğitim gibi asıl amaçlarının yanında, diğere birçok kullanım içerisinde de gerekli mekansal ortamı yarattığı görülmektedir. Bugünümüzün müzeleri;

- Çevreyi gezme, görme ve turizm,
- Eğitim,
- Tarihi mekan ziyaretlerinde,
- Eğlence,
- Hediye satın alma,
- Yeme-içme,
- Akademik ve amatör araştırma,

- Derleme ve kaydetme,
- Sosyal ve toplumsal çalışma,
- Kişisel, politik ve sosyal amaçların gerçekleştirilmesi,
- Materyal ödünç verme,
- İstihdamın yaratılması,
- Gönüllülerin istihdam edilmesi,
- Yerel, bölgesel veya ulusal imaj oluşturma,
- Televizyon, radyo, film gibi kullanımlarda alan çalışması,
- Ürün tanıtımı,
- Beceri ve sanat eğitimi,
- Eğlence ve

özel etkinlikler için bir mekan oluşturmaktadırlar. Başka bir deyişle, müzeler sahip oldukları mekansal özellikleri ve işlevleri ile yukarıda sayılan birçok etkinlik için gerekli mekansal gereksinimi karşılayabilmektedirler (Boyar, 2006: 8-9). Müzelerin yukarıda değinilen işlevlerinin gün geçtikçe artmasıyla birlikte müze türleri de gün geçtikçe artmaktadır. Neredeyse her konuda herhangi bir yerde bir müze kurulabilmektedir. Gerçi bunlara müze demenin ne derece doğru olduğu da tartışma konusudur. Eğlence ve seyahat sektörünün hızla gelişmesiyle birlikte müzeler de kendilerine olan ilgiyi canlı tutabilmek amacıyla değişime gitmektedirler. Müzeler gitgide ticari girişimlere benzetilmektedir. Bu durum müzelere ticari bir işletmeden farklı kimlik kazandırmaya çalışan müze çalışanları açısından hoş karşılanmamaktadır. Müzelerin doğasında gözle görülür bir değişim gerçekleşmektedir. Artık ziyaretçilerden müzedeki eserlere huşu içerisinde bakmaları beklenmemektedir. Ziyaretçi katılımına daha fazla vurgu yapılmaktadır. “Yaşayan müzeler” “ölü müzeler”in yerini almaktadır (Urry, 2009: 208, 210, 215). Ancak, müzeleri ölü ya da yaşayan şeklinde niteleyen müzeye gelen ziyaretçi miktarıdır. Dünyanın en nadide eserlerini içinde barındıran müze, eğer ziyaretçisi yoksa ölü bir müze olarak nitelenecektir. Bu çalışmada hazırlanan anket sorularının bir kısmı da ziyaretçilerin bir müzeye giderken ya da gittiklerinde kendileri için en önemli olan şeyin ne olduğunu ortaya koymak üzere hazırlanmıştır.

Zaman içerisinde uzmanlaşma sonucu müzeler de çeşitli türlere ayrılmışlardır. Müze türlerinin gruplamasında en çok kullanılan ayırım, müzede bulunan koleksiyonların türleri göz önüne alınarak yapılan ayırmadır. Koleksiyonlarına göre müzeler;

- Arkeoloji Müzeleri
- Sanat Müzeleri
- Tarih Müzeleri
- Etnografya Müzeleri
- Doğa Tarihi Müzeleri
- Jeoloji Müzeleri
- Bilim Müzeleri
- Askeri Müzeler

• Endüstri Müzeleri vb. (İsmayilov, 2007: 13). şeklinde sınıflandırılmaktadır. Bu müze türlerini barındırdığı koleksiyona göre artırmak mümkündür. Hatta çoğu zaman içinde herhangi bir eser yer almasa dahi binası ile öne çıkan ve ilgi çeken saray müzeler de müze türleri arasında yer almaktadır.

2.3.2. Türkiye’de Müzecilik

Türkiye’de müzecilik anlayışı, Osmanlı’dan günümüze kadar olan zaman diliminde Batı’daki gibi bir gelişme göstermemiştir. Batı toplumlarında daha ortaçağda varolan asillerin değerli eşya toplama merakı koleksiyonculuğu geliştirmişti. Rönesans’ta yaşanan gelişmeler daha çok bu toplama merakını perçinleme ve toplanılan nesnelere çeşidini değiştirmeye yaramıştır. Yaşanan sosyal değişiklikler sonucunda koleksiyonculuk sadece asil sınıfın değil zengin burjuvanın da hobisi haline gelmiştir. (Karabıyık, 2007: 12) Türk’lerde eski eserlere olan ilgi ve korumacılık Selçuklu dönemine kadar uzanmaktadır. 13. Yüzyıl’da Alaaddin Keykubad’ın 1221’de Konya’da Alaaddin Tepesi’nin etrafına surları inşa ettirirken kendinden önceki Bizans ve Roma dönemine ait kabartmaları, heykelleri ve mimari parçaları toplayarak görünecek bir şekilde duvarlarda bir süsleme elemanı olarak kullandığı bilinmektedir (Kültür Bakanlığı, 2002: 8).

Batıda ise bazı güçlü ailelerde yüzyıllar boyunca farklı nesillerin elinde çoğalan koleksiyonlar söz konusudur. Daha sonraki dönemlerde ise bu koleksiyonların önce bağışlamalar sonucu, daha sonra da Fransız İhtilali sonrası devletin, asillerin mallarına el koyma ve Louvre sarayı örneğindeki gibi bunları halka açma çabasından dolayı, bu koleksiyonlar halk müzelerinde sergilenmiştir. Bütün bu gelişim sürecinde devletin rolü, ulusal devlet anlayışının görüldüğü Fransız İhtilali dönemi ve sonrası hariç, çok değildir (Karabıyık, 2007: 13).

Osmanlı’da müzecilik yönetici sınıfın girişimiyle başlamıştır. İlk serginin Sultan Abdülmecit’in isteğiyle açılmış olması da bunu gösterir. Yine müzeciliğin gelişimi de devlet eliyle, yönetici sınıfın isteğiyle olmuştur. Bundan sonraki dönemde müzecilik kültürünün ülkede henüz gelişmemesi nedeniyle Avrupalı müze yöneticilerinin kullanıldığı bir dönemdi. O yıllarda müzeciliğimizde Avrupalıların etkin olduğunu görmüş, bu durum 19. Yüzyıl’ın sonunda değişmiştir (Karabıyık, 2007: 14).

Ülkedeki ilk müzenin, Topkapı Sarayı’nın girişindeki ilk avluda yer alan Aya İrini Kilise’sinde, Tophane Müşiri Fethi Paşa tarafından 1847–48 yıllarında kurulduğu bilinmektedir. Ayrıca Tanzimat Devri’nin sadrazamı, Mehmet Emin Ali Paşa’nın 1869 yılında ilk Müze-i Hümayun’u da aynı yere kurdurduğu bilinmektedir. 1847’de Tophane Müşiri Fethi Paşa tarafından kurulan St. İrene (Aya İrini) Kilisesi’ndeki müze bir silah müzesi, askeri müze gibi düzenlenmiştir. 1880 yılında ise Arkeoloji Müzesi’nin bahçesindeki Fatih Sultan Mehmet devrinden kalma köşkte yani bugünkü adıyla Çinili Köşk’te ilk müze kurulmuş; Aya İrini’deki silahlar buraya taşınmış ve 36 maddelik ilk “Asar-ı Atika Nizamnamesi” (Eski Eserler Yasası) Suphi Paşa tarafından yayımlanmıştır. Sultan Abdülhamit Han tarafından 1881 yılında “Müze-i Hümayun” yani Emperyal Müze Müdürü tayin edilen Osman Hamdi Bey’le Osmanlı arkeolojisi ve müzeciliği uluslararası saygınlığa ulaşmıştır. Osman Hamdi Bey 1882 yılında içinde kaçakçılığı önleyen²² sert hükümler bulunan “Asar-ı Atika Nizamnamesini” çıkartmış; bugünkü Eski Şark Eserleri Müzesi’nin olduğu yerde ilk Güzel Sanatlar Okulu’nu

²² Aynı dönemlerde Bergama’dan kaçırılan 12 metre yüksekliğinde ve 35 metre kenarı olan kare bir alana oturan at nalı biçimindeki Zeus Sunağı’nı bugün Berlin’de görenler hayrete kapılmaktadır. Bir yol mühendisi olan Carl Human, yöredeki bir çalışma için taşa ihtiyacı olması üzerine tesadüfen bulduğu bu eseri, 1865’den 1871’e kadar parça parça Almanya’ya göndermiştir. Yapının beş basamaklı temelleri bugün Bergama’da gerçek yerindeyken, Sunak Berlin’de sergilenmektedir. Garip bir ironi olsa gerek, söz konusu mühendisin mezarı ise Bergama’da bulunmaktadır (Taşkın, 1993: 379-387).

kurmuştur. Ayrıca Topkapı Sarayı'nın hemen altında, Gülhane Parkının üstünde yer alan "Müzehane-i Hümayun" (İmparatorluk Müzesi) dediğimiz bugünkü bina 1891 yılında İstanbul Arkeoloji Müzesi yapılmıştır.

Atatürk sayesinde modern bir seviyeye yükselen Türk müzeciliği ile beraber ulusal mirasımızı barındıran müzelerin birçoğunun geçmişleri ancak, Cumhuriyet'in kuruluş yıllarına dek gitmektedir. Atatürk'ün isteği ile Milli Eğitim Bakanlığı'na bağlı olarak 1922 yılında kurulduktan kısa bir süre sonra hars, yani kültür dairesine dönüştürülerek ilgi alanı genişletilen "Türk Asar-ı Atika Müdürlüğü" (Eski Eserler Müdürlüğü), sadece eski eserler ve müzelerle değil, kütüphane ve güzel sanatlarla da ilgilenmiştir. Atatürk, Topkapı Sarayı'nın müze olmasını Bakanlar Kurulu'nun 1 Nisan 1924 günlü kararı ile uygun bulmuş, sarayın bir bölümü 1927'de, tamamı da 1934'te ziyarete açılmıştır (Özğören, 2007 : 45-46). Bakanlar Kurulu kararıyla, Topkapı Sarayı'nın mevcut eşyası ile müze olarak ziyarete açılması kararı alınması, Fransız İhtilali'nden sonra Louvre'un halk müzesi haline getirilmesiyle bir paralellik göstermektedir²³ (Karabıyık, 2007: 18).

Bakanlar Kurulu'nun 24 Kasım 1934 tarihli kararı ile 1935 yılında Ayasofya da müzeye çevrilmiştir. 1923 yılında Ankara Arkeoloji Müzesi, 1924 yılında Antalya Müzesi, Adana Müzesi ve Ankara Etnografya Müzesi, 1926 yılında Tokat Müzesi, Amasya Müzesi, Sinop Müzesi ve Sivas Müzesi, 1929 yılında Kayseri Müzesi, 1933 yılında Afyon Müzesi, 1934 yılında Efes Müzesi ve İzmir Müzesi, 1935 yılında Manisa Müzesi, 1938 yılında Hatay Müzesi, 1939 yılında Niğde Müzesi ve 1941 yılında ise Kastamonu Müzesi açılmıştır (Özğören, 2007 : 46). Bugün Türkiye'de Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı 101 adet müze müdürlüğü ve bu müdürlüklere bağlı 188 adet müze bulunmaktadır. Ayrıca yine bakanlığın denetiminde 140 adet özel müze²⁴ bulunmaktadır (Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü, 2010).

²³ Avrupa müzeleri arasında en ayrıcalıklısı "müzelerin müzesi" Louvre'dur. Otoritesini koleksiyonlarının zenginliğinden çok, başta Paris'e borçludur. Çünkü 19. Yüzyıl'da Paris modernitenin ve sanatın merkezi olarak nam salmayı başarabilmiştir. Bir başka etmen de Louvre'un bir devrimin eseri olmasıdır. 1792'de monarşiye son verilmesinden dokuz gün sonra halk, kraliyet sarayı ve hazinelerini kendi mülkiyetine geçirecek müzeleştirilmiştir. Bundan böyle Louvre Sarayı, Fransız ulusunun zaferinin ve iktidarının sonsuzluğunun sahnesi olmuştur (Karabıyık, 2007: 37).

²⁴ Türkiye'deki ilk özel müze olan "Sadberk Hanım Müzesi" 1981 senesinde İstanbul'da kurulmuştur (Karabıyık, 2007: 28).

2.4. MÜZE TURİZMİ

Turizm strateji belgeleri turizmi geliştirmek amacıyla kültürel mirası önemli bir alan olarak görmektedirler. Kültürel miras turizminin kurumsal öğelerinden birisi de müzelerdir. Turizm ile müzelerin arasındaki ilişki gelişirken aynı zamanda turizm de gelişmekte, müzeler ise yeni ziyaretçiler elde etmektedir (Jolliffe ve Smith, 2001: 150). Bir topluma ait kültürel varlıkların daha fazla anlam ve değer kazanmasına olanak sağlayan kültür turizmi sayesinde, o toplumda kültürel varlıklarını korumak ve yaşatmak konusunda ortak bir duyarlılık ve bilinç gelişmektedir. Eski zamanlardan beri devam eden turizm ve kültür arasındaki çok yönlü ilişkiler, kişilerin kültürel amaçlarla yaptıkları seyahatlerin artması sonucu kültür turizmi kavramının doğmasına sebep olmuştur. Geçmiş zamanlarda yaşamış insan topluluklarına ait kültürel ve tarihsel değeri olan nesnelere sergileyerek ülkelerin dolaylı olarak da uygarlıkların tarihsel oluşumunu yansıtan müzeler; insanları geçmiş zamanlara bağlamakta, onlara yüzyılların biriktirdiği kültür varlıklarını anlatmakta ve turistlerin ziyaret ettikleri ülkelerde ilgi gösterdikleri yerlerin başında gelmektedir. Turizmin ülke ekonomisine katkısı ve müzelerin turizm sektörü içerisindeki özel konumu nedeniyle müzeler, zengin Türk tarihi ve kültürünü tanıtırken ziyaretçi sayısının sürekli artmasına sebep olmaktadır (Özgören, 2007 : 245-246).

Tarihsel olarak müzeler seyahatlerin doğrudan nedeni olmuşlar; farklı yerlerden gelen ziyaretçiler koleksiyonları görmek için müzeleri ziyaret etmişlerdir. 19. yüzyıl ile 20. yüzyılın başlarında seyahatlerin merkezinde müzeler yer almıştır (Jolliffe ve Smith, 2001: 151).

Michelin Guide²⁵ ilk yayınlandığı günden beri müzeler, turist deneyiminin asıl öğesi olmuşlardır (Urry, 2009: 206). 20. yüzyılda turizm ve müze kavramları birbirleriyle iç içe geçmiştir. Kentsel turizmin birer öğesi durumunda olan kimi yerler de aslında birer müze durumundadırlar. Turizmde çekim merkezi olan ülkeler yada toplumlar doğal ve tarihi zenginliklerini, kültürel değerlerini müzelerde sergilemektedirler. Gerek kültürel turizm, gerek kentsel turizm, gerekse turizmin başka herhangi bir biçiminde, yerel

²⁵ 1900'lü yıllardan bu yana yayınlanan bir rehberdir. Bugün 12 farklı seri halinde yayınlanan rehberde 45.000'den fazla otel, restoran vb. hakkında bilgi verilmektedir.

toplumun tarihini ve kültürel özelliklerini yansıttığı için, ayrıca o topluma özgü kurumlar olmaları sebebiyle müzeler, turizm konusunda vazgeçilmez birer öğedirler. Turizmde gidilecek yerlere ihtiyaç vardır ve müzeler de birinci sırada yer alan çekiciliklerdir (Boyar, 2006: 89, 93, 95). Bununla birlikte turizm ulusal geliri artırırken aynı zamanda müzelerin gelirlerini de artırmada anahtar etkindir. Ayrıca müzeler ile tarihi miraslar sıklıkla tur paketlerinin merkezinde yer almaktadır (ICOM, 2004: 106). Sonuç olarak müze-turizm ilişkisinde karşılıklı bağımlılık söz konusudur.

Çizelge 7: Turizm ile Müzelerin İlişkisi

Benzerlikler	Seyahatin sonucudur. Kültürel miras ile ilgili deneyimleri örgütler ve sergiler. Bir turiste/ziyaretçiye bağımlıdır.
Farklılıklar	Turizm genellikle kâr amaçlıdır. Müzeler genellikle kâr amacı olmayan kurumlardır.
Bağlantılar	Turistler müzeleri ziyaret eder. Müzeler eserleri turistlere sunar.

Kaynak: Jolliffe ve Smith, 2001: 167.

Turizmle müzelerin ilişkisi Çizelge 7’de görülmektedir. Müzeler eserlerini ziyaretçilerinin gerek uzaktan gerekse yakından bir seyahat sonucu gelerek görmeleri için sergilerler, turizm ise tanımı gereği bir seyahat olgusunu içermek zorundadır. Turizm varış noktasındaki kültürü, kültürel mirası örgütlü bir şekilde çoğunlukla da paket halinde turistlere sunarken, müzeler de ziyaretçilerine kültürel mirası sergileriyle sunarlar. Nihayetinde turizm turiste ihtiyaç duyarken müzeler de ziyaretçiye ihtiyaç duyarlar. Farklı olarak turizm genellikle kâr amaçlı bir sektörken, müzeler kâr amacı gütmeyen kuruluşlardır. Sonuç olarak turistler müzeleri ziyaret eder, müzeler de eserlerini turistlere sunarlar.

Bazı ülkeler, özellikle de gelişmiş ülkeler, müzeleri turizmin ayrılmaz bir parçası olarak görmektedirler. Örneğin Fransa’da son on yılda Paris ve diğer bölgelerdeki Kültür Bakanlığı yönetiminde olan 2.000 müzeye yüz milyonlarca Frank yatırım yapılmıştır. (Herreman, 1998: 9-10). Britanya’da korunması ön görülen 500.000 bina, 17.000 koruma altına alınmış eser, 5.500 koruma alanı vardır. Ayrıca her 15 günde bir yeni bir

müzenin açıldığı söylenmektedir (Urry, 2009: 169). Müzelerden ve eski eserlerden turizm bakımından nasıl yararlandırıldığını anlamak için iki önemli turizm ülkesi olan İtalya ve Fransa'dan bu konudaki örneklere bakılabilir. Fransız müze idarecileri, düzenledikleri müze gecelerinde yoğun bir ışıklandırma ile ziyaretçi çekmektedir. İtalyanlar da bütün gün çalıştığı için gündüz müzeleri görmeye ve gezmeye vakit ayıramayan halkı müzelerden yararlandırma düşüncesiyle geceler düzenlemektedir. Ayrıca İtalya'da, Turizm İdaresi, tarihsel dekorlar içinde sahneler kurdurup yaz aylarında burada konserler verdirmekte, operalar temsil ettirmektedir. Bu örneklerden de anlaşılacağı gibi turistlerin boş zamanlarını en iyi şekilde doldurmak, onları memnun için her şey düşünülmüştür (Özgören, 2007 : 44). Bugün müzeler turizmin bir ögesi konumundadır. Turistin varış noktası bir bütün olarak değerlendirildiğinde, müzeler bu varış noktalarının bir parçası olarak yer almaktadır. İki gecelik otel konaklaması, kısa bir şehir turu ve bir müzenin ziyareti sıklıkla bir tatil paketi şeklinde turistlere sunulabilmektedir (Jolliffe ve Smith, 2001: 152).

2007 yılında Notr Dame Katedrali'ni 13,5 milyon, Euro Disney'i 11 milyon, Pompidou Kültür Merkezi'ni 7,6 milyon, Technico-scientifique-La Villette'yi 5,8 milyon, Eyfel Kulesi'ni 5,4 milyon, Louvre Müzesini 5 milyon, Versailles Sarayını 5 milyon kişi ziyaret ederken, Paris'e gelen toplam turist sayısı 25 milyon olmuştur (Boyar, 2006: 91). İngiltere'de ise 2007 yılında sadece Londra'daki müzeleri ziyaret eden ziyaretçi toplamı 31,4 milyon kişidir²⁶ (The Guardian, 2009).

Ancak, Türkiye'nin müze turizmi anlamında elindeki potansiyelden yeterince faydalandığı söylenemez. Türkiye'deki müzelerin bir kısmı ücretli olarak ziyaret edilebilirken bir kısmı ise ücretsiz olarak ziyaret edilebilmektedir. Fakat Türkiye'deki müze ziyaretçisi sayılarına bakıldığında müzelerin pek de ilgi görmediği, turistlerce ziyaret edilen müzelerin ise oldukça sınırlı olduğu görülmektedir (Çizelge: 8, Çizelge: 9).

²⁶ İspanya ucuz paket tatillerde, Tayland egzotik tatillerde, İsviçre kayak ve dağcılık tatillerinde uzmanlaşırken, Britanya ise deniz aşırı ülkelerden gelen turistlere yönelik olarak tarihi olanı ve antika değer taşıyanı vurgulayan bir tatil anlayışı geliştirmiştir. Kuzey Amerikalılar Britanya'yı çoğunlukla "şu antika ülke" ya da "şu eski ülke" diye anmaktadırlar. Bu vurguyu deniz aşırı ziyaretçilerin Britanya'nın içlerinde kalmayı tercih etmelerinde, sahilleri ya da kırsal bölgeleri nadiren ziyaret etmelerinde görmek mümkündür (Urry, 2009: 173).

Çizelge 8: Yıllara Göre Müze Ziyaretçi Sayıları²⁷

Yıllar	Yerli Ziyaretçi Sayısı	Yabancı Ziyaretçi Sayısı	Toplam Ziyaretçi Sayısı
2000	4.028.174	2.864.481	6.892.655
2001	4.341.468	3.792.005	8.133.473
2002	4.382.839	3.088.773	7.471.612
2003	5.377.378	2.671.531	8.048.909
2004	4.928.039	2.814.382	7.742.421
2005	5.747.480	5.371.440	11.118.920
2006	5.141.578	4.087.851	9.229.429
2007	6.315.942	5.872.034	12.187.976
2008	*	*	12.422.148

Kaynak: TÜİK, 2009-a: 1.

Çizelge 9: Yıllara Göre Müzeleri Ziyaret Eden Turist Sayıları ve Toplam Turist Sayıları²⁸

Yıllar	Ziyaretçi Sayısı	Toplam Turist Sayısı	Müzeleri Ziyaret Eden Turistlerin Toplam Turist Sayısına Oranı (%)
2000	2.864.481	10.428.153	27
2001	3.792.005	11.618.969	33
2002	3.088.773	13.256.028	23
2003	2.671.531	14.029.558	19
2004	2.814.382	17.516.908	16
2005	5.371.440	21.121.886	25
2006	4.087.851	19.819.833	21
2007	5.872.034	23.340.911	25

Kaynak: TÜİK, 2009-a: 1; Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2009-c: 1.

2007 yılında toplam turistlerin $\frac{1}{4}$ 'ü (5.872.034 kişi) müzeleri ziyaret etmiş, bu ziyaretçilerin 1.287.796'sı Topkapı Sarayı'nı, 1.290.600'ü Ayasofya Müzesi'ni, 260.222 kişi ise Mevlana Müzesi'ni ziyaret etmiştir. Kültür ve Turizm Bakanlığı'na

²⁷ Veriler Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı müzeleri kapsamaktadır. Ayrıca ören yerleri ziyaretçi sayıları bu kapsamda yer almamaktadır. 2008 yılına dair yerli yabancı ziyaretçi ayrımı ile ilgili veri bulunmamaktadır.

²⁸ Çizelge araştırmacı tarafından TÜİK verilerinden yararlanılarak hazırlanmıştır.

bağlı 188 müze olduğu düşünüldüğünde sadece bu üç müzenin toplam ziyaretçi sayısının tüm müzelerin toplam ziyaretçi sayısının %48'ini oluşturması dikkat çekmektedir.

Aynı yıl İstanbul'dan giriş yapan turist sayısı 6.453.598'ken Antalya'dan giriş yapan turist sayısı 7.291.734'dir. Ancak Antalya Müzesi'ni ziyaret eden turist sayısı 102.062 kişi olmuş, gelen turistlerin sadece %1,4'ü müzeyi ziyaret etmiştir. %1,4'lük ziyaretçi oranı oldukça düşük bir orandır.

Aynı şekilde aynı şehirde bulunan müzelerin ziyaretçi sayıları arasında da büyük farklılıklar vardır. Örneğin yukarıda belirtildiği üzere Topkapı Sarayı'nı 1.287.796 turist ziyaret ederken hemen yanındaki İstanbul Arkeoloji Müzesini toplamda (yerli-yabancı) 176.636 kişi ziyaret etmiştir.

Birçok ülke turizmin ilk gelişim aşamasında turizmdeki gelişimin sürdürülebilir olmasından çok, turizm sektöründen olabildiğince gelir elde etmeyi amaçlamış; bu amaca ulaşabilmek için de en uygun yol olarak kitle turizmine yönelmiştir. Ancak, kitle turizminin gitgide artması, özellikle Türkiye gibi turizm sektörü deniz-kum-güneş üçlüsü üzerine kurulu ülkelerde başta kıyı bölgelerde olmak üzere çevresel sorunların doğmasına yol açmıştır. Kitle turizmine alternatif olarak bir çok turistik varış noktası konumundaki ülke turizm politikalarını kültür turizmini geliştirecek şekilde uygulamanın yollarını aramaktadır. Kültür turizmi, sanatsal faaliyetlere ve festivallere katılmaktan, müzelerin ve tarihi alanların ziyaret edilmesine kadar pek çok faaliyeti içeren, turizmi hem zaman bakımından hem de mekan bakımından sürdürülebilir kılacak bir turizm türüdür ve Türkiye bu alanda oldukça büyük potansiyele sahiptir. Ancak, Türkiye'nin bu potansiyelini yeterince kullanmadığı bir gerçektir. Çoğu zaman kısa bir şehir turu, bir gecelik konaklama ve o şehirdeki bir müzenin ziyareti tur paketi olarak turistlere sunulabilmekteyken, Türkiye'ye gelen turistlerin ancak %25'i ülkedeki 188 müzeden herhangi birisini ziyaret etmektedir. Çoğu ülke tarihi alanlarını ve müzelerini ülkeye turist çekme amacıyla kullanırken, Türkiye'ye gelmiş olan turistleri dahi müzelere çekebilme başarı sağlanamamaktadır. Örneğin 2007 Antalya'ya gelen yedi milyondan fazla turist sadece %1,4'ü Antalya Müzesi'ni ziyaret etmiştir. Çalışmanın bundan sonraki bölümünde Türkiye'de müze turizminin geliştirilmesine yönelik olarak hangi tedbirlere başvurulabileceği araştırılacaktır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: ARAŞTIRMA

Tezin araştırma bölümünde araştırmanın amacına, sınırlılıklarına, yöntemine ve hipotezlerine, evrenine ve evrendeki örneklemin seçimine değinilmiş; sonrasında ise bu örneklemden toplanan veriler yorumlanmıştır.

3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI

Araştırmanın amacı Türkiye’deki müzeleri ziyaret eden yabancı ziyaretçilerden anket yöntemi ile bilgi alınarak yabancı ziyaretçilerin müze ziyaret sayısını artırıp, ülkenin müze turizmi anlamında potansiyeline ulaşmasına ve turizm politikası belirleme sürecinde müzelerin turizm sektörü içerisinde öneminin nasıl artırılabilceğine cevap aramaktır.

3.2. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI

Araştırma sadece yabancı müze ziyaretçilerini kapsamaktadır bu nedenle araştırmadan çıkan sonuçlar tüm müze ziyaretçileri için geçerli değildir. Ayrıca araştırmanın yapılacağı müzeler evreninde 188 adet müze yer alırken evreni temsil etme yeteneği yüksek olduğu düşünülen dört müze seçilmiştir. Araştırmanın diğer bir sınırlılığı ise turizmin bir yıla yayılan faaliyet olmasına rağmen araştırma döneminin kısıtlı olması nedeniyle anketlerin Eylül 2009 – Nisan 2010 tarihleri arasındaki yedi aylık dönemde yapılabilmiş olmasıdır.

3.3. YÖNTEM

Yukarıda tanımlanan soruna yönelik çözüm önerileri sunmak amacıyla Türkiye’deki dört müzede yabancı ziyaretçilerle anket yapılarak veriler toplanmıştır.

3.4. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ

Araştırmanın hipotezleri turistlerin Türkiye’yi ve müzeyi ziyaret etme şekli (bireysel ya da tur programı ile) ve yaşlarına göre farklılıklar üzerine kurulmuştur.

H1: Ziyaretçilerin Türkiye'yi ziyaret etme şekillerine göre tatilde yaptıkları faaliyetlere verdikleri önem dereceleri $p=0,05$ anlamlılık düzeyinde istatistiki olarak farklıdır.

H2: Ziyaretçilerin müzeyi ziyaret etme şekillerine göre müze ziyaretine ilişkin alışkanlıkları $p=0,05$ anlamlılık düzeyinde istatistiki olarak farklıdır.

H3: Ziyaretçilerin yaş gruplarına göre tatilde yaptıkları faaliyetlere verdikleri önem dereceleri $p=0,05$ anlamlılık düzeyinde istatistiki olarak farklıdır.

H4: Ziyaretçilerin yaş gruplarına göre müze ziyaretine ilişkin alışkanlıkları $p=0,05$ anlamlılık düzeyinde istatistiki olarak farklıdır.

H5: Ziyaretçilerin müze ziyaret sıklıklarına göre tatilde yaptıkları faaliyetlere verdikleri önem dereceleri $p=0,05$ anlamlılık düzeyinde istatistiki olarak farklıdır.

H6: Ziyaretçilerin müze ziyaret sıklıklarına göre müze ziyaretine ilişkin alışkanlıkları $p=0,05$ anlamlılık düzeyinde istatistiki olarak farklıdır.

3.5. EVREN VE ÖRNEKLEM

Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı 188 müzeyi ziyaret eden yabancı ziyaretçiler (turistler) araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Evren belirlenirken yabancı müze ziyaretçilerinin son beş yıllık ortalaması alınmıştır²⁹. Evren belirlendikten sonra bu evreni temsil edecek müzelerin seçimi aşamasında hem çeşitli müze türlerini ve turizm türlerini içine alacak, hem de coğrafi olarak Türkiye'yi temsil edebilecek şekilde İstanbul Topkapı Sarayı, Ankara Anadolu Medeniyetleri Müzesi, Antalya Müzesi ve Mardin Müzesi olmak üzere dört müze belirlenmiştir.

Topkapı Sarayı, Türkiye'deki kültür turizminin merkezi olan İstanbul'da bulunması, saray müze olması ve yabancı müze ziyaretçilerinin yaklaşık $\frac{1}{4}$ 'ünü kendisine çekmesi nedeniyle seçilmiştir. Antalya Müzesi, deniz turizmi denince Türkiye'de ilk akla gelen

²⁹ Kültür ve Turizm Bakanlığı'nca 2007 yılına kadar yerli ve yabancı ziyaretçi sayılarına ilişkin olarak ayrı istatistiki veriler tutulmuştur. Bu veriler, yerli ziyaretçiye farklı, yabancı ziyaretçiye farklı bilet satıldığı için bu biletlerin satış rakamına göre derlenmiştir. Ancak, 2007 yılından sonra her iki ziyaretçi türü de aynı ödemeyi yaparak müzeleri ziyaret etmeye başladığından aynı tür biletler satılmaya başlanmıştır. Bu nedenle 2007 yılı sonrası için yerli-yabancı ziyaretçi sayılarına ilişkin ayrı istatistiki veriler bulunmamaktadır. Ancak, bu alanda yabancı müze ziyaretçilerine yönelik araştırmaların yapılabilmesi için Kültür ve Turizm Bakanlığı'nca farklı ücretlendirme şeklinde olmasa da ayrı bir yöntemle yabancı müze ziyaretçilerin sayısını gösteren verilerin tutulması gerekmektedir.

şehir olan ve tek başına Mısır'ı ziyaret eden turist sayısı kadar turisti ağırlayan il olan Antalya'da bulunması, buna rağmen yukarıda bahsedildiği şekilde şehre gelen turist sayısı göz önüne alındığında oldukça az ziyaret edilen bir müze olması nedeniyle seçilmiştir. Mardin Müzesi Doğu Anadolu Bölgesi gibi nispeten turizmle yeni tanışan bölgede olması, etnografya ve arkeoloji müzesi olması nedeniyle tercih edilmiştir. Anadolu Medeniyetleri Müzesi de nispeten az ziyaret edilen bir müzedir. 2007 yılında 6.822.721 gecelik konaklama ile beşinci sırada bulunan Ankara ilinde bulunmasına rağmen aynı tarihte müzeye 162.290 yabancı ziyaretçi gelmiştir. İstanbul ve Antalya'ya nispeten ziyaret edilecek turistik alanları ve yapılacak turistik faaliyetleri az olan Ankara'daki Anadolu Medeniyetleri Müzesi'nin ziyaretçi sayısının, İngiltere'nin başkenti Londra'da 30 milyondan fazla müze ziyaretçisi olduğu göz önüne alındığında, oldukça az olduğu söylenebilir. Bu nedenle Anadolu Medeniyetleri Müzesi de coğrafi açıdan ve nitelik bakımından evreni temsil yeteneği yüksek görülerek araştırma kapsamına alınmıştır. Aşağıda araştırmanın yürütüleceği müzeler hakkında kısa bilgiler verilmiştir.

3.5.1. Topkapı Sarayı Müzesi

Topkapı Sarayı, Osmanlı İmparatorluğu'na yüzyıllar boyu başkentlik yapmış İstanbul'da devletin yönetim merkezi ve hanedanlık ikametgahı olarak kullanılmak amacıyla 1460-1468 yılları arasında Fatih Sultan Mehmet tarafından yaptırılmış, çeşitli dönemlerde eklenen binalarla görkemli bir görünüm kazanmıştır. Saray 03.04.1924 tarihinde müze haline getirilerek ziyarete açılmıştır. Topkapı Sarayı Müzesi geçici ve sürekli 14 sergi mekanı, Kubbealtı, Arz Odası, Enderun Kütüphanesi, Sofa Köşkü, Bağdat Köşkü, Revan Köşkü, Harem ve 86.000 eseri ile dünyanın en zengin saray müzelerindedir (Kültür Bakanlığı, 2002: 88).

3.5.2. Antalya Müzesi

1922 yılında Süleyman Fikri Erten tarafından kurulan, önce Kaleiçi'nde daha sonra da Yivli Minare'de faaliyet gösteren ve 1972 yılında bugünkü binasına taşınan Antalya Müzesi, özellikle Roma Devri heykelleri ve son dönem kazılarında ortaya çıkan değerli eserleriyle önemli dünya müzeleri arasında yer almış 1988 yılında Avrupa Konseyi Özel Ödülü'nü almıştır (Kültür Bakanlığı, 2002: 35).

3.5.3. Anadolu Medeniyetleri Müzesi

Ankara Kalesi'nin dış duvarının güneydoğu kıyısında yeniden düzenlenmiş iki Osmanlı yapısı olan Mahmut Paşa Bedesteni ve Kurşunlu Han'da yer almaktadır. Kendine özgü koleksiyonları ile dünyanın sayılı müzeleri arasında yer alan müzede, Anadolu'nun arkeolojik eserleri Paleolitik Çağdan başlayarak sergilenmektedir. Anadolu Medeniyetleri Müzesi 1997 yılında İsviçre'nin Lozan Kenti'nde 68 müze arasından birinci seçilerek "yılın müzesi" unvanını elde etmiştir (Kültür Bakanlığı, 2002: 18-19).

3.5.4. Mardin Müzesi

1895 yılında Antakya Patriği tarafından Süryani Patrikhanesi olarak yaptırılan bina 1995 yılında müze olarak hizmete açılmıştır. Kuzey Mezopotamya ve Güneydoğu Anadolu kültürlerinin Eski Tunç, Asur, Urartu, Grek, Pers, Helenistik, Roma, Bizans, Selçuklu, Artuklu ve Osmanlı dönemlerine ait arkeolojik eserlerin yanında, Midyat İlçesi'nin gümüş işçiliğinden örnekler, yöresel giysiler, kılıçlar, seramik takımları, bakır eşyalar gibi etnografik eserler de müzede sergilenmektedir (Kültür Bakanlığı, 2002: 141).

Araştırma için yukarıda bahsi geçen dört müze seçilerek hem bölgesel anlamda, hem turizm türleri anlamında hem de müze türleri anlamında evreni temsil edecek nitelikte müzeler araştırma alanı olarak belirlenmiştir.

Çizelge 10: Müzeleri Ziyaret Eden Yabancı Müze Ziyaretçi Sayısı Ortalaması

Yıllar	Ziyaretçi Sayısı
2003	2.671.531
2004	2.814.382
2005	5.371.440
2006	4.087.851
2007	5.872.034
Yıllık Ortalama	4.163.447

Çizelge 10'daki verilere göre, elde edilebilen veriler ışığında son beş yılın ortalaması alındığında 4.163.447 sayısı elde edilmektedir. Elde edilen bu sayı örneklem

formülünde kullanılmıştır (Baş, 2006: 39). Örneklem bulma işleminin sonucu aşağıda gösterilmiştir.

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

n: Örneklem büyüklüğünü,

N: Araştırmaya konu evreni,

p: Topluluk oranını veya tahminini,

q: 1-p'yi,

t: Güvenirlilik düzeyini,

d: Örneklem hatasını ifade etmektedir.

N: 4.163.447

p: 0,5

q: 0,5

t: 1,96

d: 0,05

$$n = \frac{4.163.447 \times (1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}{(0,05)^2 \times (4.163.447 - 1) + (1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5} \quad n=384$$

%0,5 örneklem hatasında örneklem sayısı 384 olarak bulunmuştur. 384 örneklem sayısının seçilen dört müzeye dağılımında söz konusu müzelerin yıllık ziyaretçi ortalamasına oranlanması yöntemi kullanılmıştır.

Çizelge 11: Seçilen Müzelerin Yabancı Ziyaretçi Sayıları

Yıllar	Topkapı Sarayı Müzesi	Antalya Müzesi	Anadolu Medeniyetleri Müzesi	Mardin Müzesi
2003	482.866	39.514	190.432	15
2004	685.505	64.477	38.595	1.176
2005	1.279.492	104.266	184.683	1.653
2006	1.287.796	75.716	145.863	394
2007	896.280	102.061	162.290	811
Yıllık Ortalama³⁰	926.388	77.206	144.373	810

Kaynak: Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü, 2009.

a: Topkapı Saray Müzesi'nin beş yıllık ziyaretçi sayısı ortalaması

b: Antalya Müzesi'nin beş yıllık ziyaretçi sayısı ortalaması

c: Anadolu Medeniyetleri Müzesi'nin beş yıllık ziyaretçi sayısı ortalaması

d: Mardin Müzesi'nin beş yıllık ziyaretçi sayısı ortalaması

n: Örneklem sayısı

na: Topkapı Saray Müzesi'nde uygulanacak anket sayısı

nb: Antalya Müzesi'nde uygulanacak anket sayısı

nc: Anadolu Medeniyetleri Müzesi'nde uygulanacak anket sayısı

nd: Mardin Müzesi'nde uygulanacak anket sayısı

$$n \times a$$

$$na = \frac{a + b + c + d}{5}$$

$$a + b + c + d$$

$$na = 310$$

$$nb = 25$$

$$nc = 48$$

$$nd = 1$$

Formül uygulandığında, Topkapı Sarayı Müzesi'nde 310, Antalya Müzesi'nde 25, Anadolu Medeniyetleri Müzesi'nde 48 ve Mardin Müzesi'nde 1 anket uygulanması gerektiği görülmüştür. Topkapı Sarayı Müzesi'nde uygulanması gerekli anket sayısı

³⁰ Verilerin ortalamasının hesaplanmasında, medyan ile aritmetik ortalama kullanıldığı durumlarda, iki yöntemin sonucunun da birbirine yakın çıkması söz konusu olduğundan aritmetik ortalama yöntemi tercih edilmiştir.

evreni temsil edecek nicelikte olmasına rağmen diğer üç müzede yapılması öngörülen anket sayısı evreni temsil edecek nicelikte olmadığından bu üç müzede de 100'er anket yapılmasına karar verilmiştir. Bu yüzden Topkapı Sarayı Müzesi'nde 310, Antalya Müzesi, Anadolu Medeniyetleri Müzesi ve Mardin Müzesi'nde de 100'er adet olmak üzere toplamda 610 anket uygulanmasına karar verilmiştir.

3.6. VERİLERİN TOPLANMASI

Araştırma ile ilgili kuramsal bilgiler kütüphane, internet ve resmi belge incelenmesi yolu ile ikincil veriler kullanılarak elde edilmiştir. Uygulamaya yönelik verilerin toplanmasında ise anket tekniğinden faydalanılmıştır. Yerli ziyaretçilere anket uygulanmamıştır. Anket yapılan yabancı ziyaretçiler basit tesadüfi örnekleme göre rasgele seçilmiştir. Ziyaretçilere yönelik olarak hazırlanan anketler ziyaretçilerin tatilde yaptıkları faaliyetlere verdikleri önem derecesi, müzeleri ziyaret etme sebeplerini, hangi durumlarda gittikleri ülkelerdeki müzeleri ziyaret ettiklerini ve bir müzeyi ziyaret etmelerinde kendileri için önemli olan olguları ortaya koymak üzere hazırlanmıştır. Alana yönelik özel soruların bir kısmının belirlenmesinde daha önce bu alanda yapılan ancak, yabancı ziyaretçilere yönelik olmayan Özgören (2007) ve Tokmak'ın (2008) çalışmalarından faydalanılmıştır. Soruların geri kalanı ise araştırmacı tarafından belirlenmiştir.

Veri toplamada kullanılan anket kitapçığı 18 sorudan oluşmaktadır. Anketin birinci bölümünde ziyaretçilere ilişkin demografik bilgiler ile ziyaretçilerin Türkiye'yi ziyaretlerine ilişkin sorular sorulmaktadır.

Anketin ikinci bölümünde ziyaretçilerin tatilde yaptıkları faaliyetlere verdikleri önem derecesini ölçen sorular yöneltilmiştir. Bu bölümde 5'li Likert ölçeği kullanılmıştır.

Anketin üçüncü bölümünde ziyaretçilerin müzeyi ve şehri ziyaretine ilişkin sorular sorulmuştur.

Anketin dördüncü bölümünde ise ziyaretçilerin müze ziyaretine ilişkin alışkanlıklarını belirlemeye yönelik sorular sorulmuştur. Bu bölümde de ikinci bölümde olduğu gibi 5'li Likert ölçeği kullanılmıştır.

Ziyaretçilerle yapılan anketlerden kullanılabilir olan anket oranının azami %60-75³¹ olacağı tahmin edilerek Topkapı Saray Müzesi için 400, diğer üç müze için ise 150'şer anket hazırlanmıştır. Anketler Türkiye'ye en çok turist gönderen ilk on ülkeden altısının (Almanya, Fransa, Rusya, İngiltere, Amerika ve Bulgaristan) dillerinde ve Türkçe olmak üzere altı dili içerecek kitapçıklar şeklinde bastırılmıştır.

Araştırma Eylül 2009 – Nisan 2010 tarihleri arasında yapılmıştır. Anketlerin Topkapı Saray Müzesi'nde yapılması gereken kısmı bizzat araştırmacı tarafından uygulanmıştır. Diğer üç müzedeki anketler müzelerdeki görevliler tarafından ziyaretçilere uygulanmıştır. Ziyaretçilerin, ankette belirtilen ifadelere cevap verirken, kendilerine uygun düşen katılım ve önem düzeylerini (Kesinlikle Katılmıyorum:1, Katılmıyorum:2, Ne katılıyorum ne katılmıyorum:3, Katılıyorum:4, Kesinlikle katılıyorum:5 ve Hiç önemli değil:1, Önemli değil:2, Ne önemli ne önemsiz:3, Önemli:4, Çok önemli:5) işaretlemeleri istenmiştir.

3.7. VERİLERİN ANALİZİ

Müzelerde uygulanan anketlerden Topkapı Sarayı'nda 316, Antalya Müzesi'nde 107, Anadolu Medeniyetleri Müzesi'nde 105, Mardin Müzesi'nde 102'si kullanılabilir olduğu görülmüş, toplamda 630 anket değerlendirmeye alınmıştır. Elde edilen verilerin analizinde SPSS 16 for Windows programı aracılığı ile istatistiksel yöntemler kullanılmıştır. Veriler üzerinde frekans analizi, t-testi ve ANOVA testi yapılmıştır. ANOVA ve t-testlerinin sonuçları 0,05 anlamlılık düzeyine göre yorumlanmıştır.

3.8. ARAŞTIRMANIN BULGULARI VE YORUMLAR

3.8.1. Ziyaretçilerden Elde Edilen Bulgu ve Yorumlar

Öncelikle ankete katılan ziyaretçilerle ilgili genel bilgileri içeren analiz sonuçları ve tablolar aşağıda verilmiştir.

³¹ Geri dönüşü olan anketlerin bir kısmı yerli ziyaretçilerce doldurulduğundan bir kısmında ise anket sorularının tamamı yanıtlanmamış olduğundan kullanılamamıştır.

3.8.1.1. Ziyaretçilerle İlgili Demografik Bilgiler

Bu bölümde, ziyaretçilerden elde edilen demografik bilgiler (ziyaretçilerin yaşları, cinsiyetleri, uyrukları vb.) yorumlanmıştır.

Çizelge 12: Araştırmaya Katılanların Yaş Gruplarına Göre Dağılımı

Yaş Grupları	Frekans	Yüzde (%)
20'den küçük	33	5,2
21-30 yaş arası	240	38,1
31-40 yaş arası	106	16,8
41-50 yaş arası	98	15,6
51-60 yaş arası	75	11,9
60 yaşından büyük	78	12,4
Toplam	630	100

Çizelge 12'ye göre araştırmaya katılanlardan en geniş yaş grubunu %38,1 ile 21-30 yaş arası kişiler oluşturmaktadır. En dar yaş grubunu ise %5,2 ile 20'den küçük yaştaki kişiler oluşturmaktadır. Diğer yaş grupları arasında ise belirgin bir farklılık görülmemektedir.

Çizelge 13: Araştırmaya Katılanların Cinsiyetlerine Göre Dağılımı

Cinsiyet	Frekans	Yüzde (%)
Kadın	399	63,3
Erkek	231	36,7
Toplam	630	100

Çizelge 13'e göre araştırmaya daha çok kadınlar katılmış olup, kadınların katılım oranı %63,3 iken erkeklerin katılım oranı %36,7'dir.

Çizelge 14'de araştırmaya katılan yabancı müze ziyaretçilerinin uyruklarına göre dağılımı görülmektedir. Araştırmaya en fazla katılım İngiliz ve Almanlarca yapılmış olup, %22,4'lük "diğer" seçeneğinin içerisinde ankete katılan toplam katılımcılara oranı, %2'den daha az olan 30 ayrı uyrukta katılımcı yer almaktadır. Dolayısıyla araştırmaya toplamda 40 ayrı uyrukta kişi katılmıştır.

Çizelge 14: Araştırmaya Katılanların Uyruklarına Göre Dağılımı

Uyruk	Frekans	Yüzde (%)
İngiliz	121	19,2
Alman	117	18,6
Amerikan	79	12,5
Fransız	75	11,9
Hollandalı	21	3,3
İsveçli	20	3,2
İtalyan	15	2,4
İspanyol	14	2,2
Avusturyalı	14	2,2
Avustralyalı	13	2,1
Diğer	168	22,4
Toplam	630	100

Çizelge 15: Araştırmaya Katılanların Eğitim Düzeylerine Göre Dağılımı

Eğitim Düzeyi	Frekans	Yüzde (%)
İlköğretimi bitirmemiş	11	1,7
İlköğretim mezunu	16	2,5
Lise mezunu	91	14,4
Üniversite mezunu	347	55,1
Yüksek Lisans veya doktora mezunu	165	26,2
Toplam	630	100

Çizelge 15’de araştırmaya katılan ziyaretçilerin eğitim seviyeleri yer almaktadır. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin %81’den fazlası üniversite, yüksek lisans ve doktora düzeyinde eğitime sahiptir. Daha önceki bölümlerde Türkiye’ye gelen turistlerin eğitim durumu göz önüne alındığında, üniversite ve daha yüksek düzeyde eğitime sahip turistlerin, toplam turistlere oranının %51 olduğu belirtilmiştir. Bu iki veri birlikte değerlendirildiğinde, müzelere gelen turistlerin daha yüksek eğitim düzeyine sahip kişiler olduğu söylenebilir. Bu durum müzelerin eğitim seviyesi yüksek kişiler tarafından daha fazla ilgi gördüğünü göstermektedir.

Çizelge 16: Araştırmaya Katılanların Gelir Düzeyleri

Gelir	Frekans	Yüzde (%)
1000 Dolar’dan az	169	26,8
1000-2000 Dolar arası	147	23,3
2000-5000 Dolar arası	181	28,7
5000 Dolar’dan fazla	133	21,2
Toplam	630	100

Yukarıdaki çizelgede anket yapılan ziyaretçilerin gelir düzeyleri görülmektedir. Oranlar göz önüne alındığında ziyaretçilerin gelir düzeyleri arasında çok büyük farklılık görülmemektedir. Türkiye'ye gelen turistlerin %25,3'ünün 2500 dolar ve üzeri, %27,8'inin 1000-2500 dolar arası, %16,5'inin 500-1000 dolar arası, %13'ünün 250-500 dolar ve %12,8'inin 250 doların altında bir gelir düzeyine sahip olduğu düşünüldüğünde (Avcıkurt, 2007: 151), müzeyi ziyaret eden turistlerin gelir seviyesinin genel ortalamadan yüksek olduğu söylenebilir.

3.8.1.2. Ziyaretçilerin Türkiye'yi Ziyaretine İlişkin Bilgiler

Bu bölümde müzeleri ziyaret eden yabancı ziyaretçilerin Türkiye'yi ziyaretine ilişkin bilgiler (ziyaret sayısı, nasıl geldiği, ne amaçla geldiği vb.) yorumlanmıştır.

Çizelge 17: Araştırmaya Katılanların Türkiye'ye Geliş Nedeni

Türkiye'ye Geliş Nedeni	Frekans	Yüzde (%)
Tatil	516	81,9
Toplantı veya konferans	47	7,5
Akraba veya arkadaş ziyareti	36	5,7
Eğitim	22	3,5
Ticaret	4	0,6
Alışveriş	1	0,2
Diğer	4	0,6
Toplam	630	100

Araştırmaya katılanların %81,9'u tatil için, %7,5'i toplantı veya konferans amacıyla, %5,7'si ise akraba ya da arkadaşlarını ziyaret etmek için Türkiye'yi ziyaret ettiklerini belirtmişlerdir. Bu durum müze ziyaretinin sadece tatilin bir parçası olmadığını, müzelerin başka amaçlarla ülkeye gelenler tarafından da ziyaret edildiklerini göstermektedir.

Çizelge 18: Araştırmaya Katılanların Türkiye'yi Ziyaret Sayıları

Türkiye'yi Ziyaret Sayısı	Frekans	Yüzde (%)
Bir	411	65,2
İki	119	18,9
Üç	47	7,5
Üçten fazla	53	8,4
Toplam	630	100

Katılımcıların %65,2'sinin Türkiye'yi ilk kez ziyaret ettiği görülmektedir. Üçten fazla ziyaret edenlerin oranı ise %8,4'dür.

Çizelge 19: Türkiye'yi Birden Fazla Ziyaret Eden Katılımcıların Türkiye'ye Geliş Nedeni

Türkiye'ye Geliş Nedeni	Frekans	Yüzde (%)
Tatil	175	79,9
Toplantı veya konferans	25	11,4
Akraba veya arkadaş ziyareti	15	6,8
Eğitim	3	1,4
Diğer	1	0,5
Toplam	219	100

Türkiye'yi birden fazla ziyaret edenlerin Türkiye'ye geliş nedenleri Çizelge 19'da yer almaktadır. Çizelge 19, Çizelge 17 ile birlikte değerlendirildiğinde, Türkiye'ye birden fazla gelenlerin geliş nedenleri arasında yer alan konferans veya toplantı ve akraba ya da arkadaş ziyareti için gelenlerin oranı artış göstermektedir. Bu durum Türkiye'yi birden fazla ziyaret edenlerin geliş amaçları arasında yer alan tatilin yine birinci önceliğini korurken diğer iki seçeneğin oranının da göreceli olarak arttığını göstermektedir.

Çizelge 20: Katılımcıların Türkiye'ye Geliş Şekli

Türkiye'ye Geliş Şekli	Frekans	Yüzde (%)
Tur organizasyonu ile birlikte	222	35,2
Bireysel olarak	408	64,8
Toplam	630	100

Ankete katılan ziyaretçilerin %35,2'si ülkeye tur organizasyonu ile birlikte gelirken, %64,8'i bireysel olarak gelmiştir.

3.8.1.3. Ziyaretçilerin Müze Ziyaretlerine İlişkin Bilgiler

Araştırmanın bu bölümünde müzeleri ziyaret eden yabancı ziyaretçilerin müzeyi ziyaretine ilişkin veriler (ziyaret sayısı, nasıl geldiği vb.) değerlendirilmiştir. Aşağıdaki çizelgede ziyaretçilerin hoşlandığı müze türleri yer almaktadır. Anketteki bu soruda katılımcıların birden fazla seçenek işaretlemesine izin verilmiştir. Ziyaretçilerin %26,1'i saray müzelerden hoşlandıklarını belirtmişlerdir. Arkeoloji ve sanat müzeleri de

beğenilen müzeler arasındadır. İstanbul Topkapı Saray Müzesi'nde katılımcılardan 207 kişi arkeoloji müzelerinden hoşlandığını belirtmesine rağmen sadece 82'si (%39,6) İstanbul Arkeoloji Müzesi'ni ziyaret edeceğini/ettiğini belirtmiştir. Bilindiği üzere İstanbul Arkeoloji Müzesi, Topkapı Saray Müzesi'nin hemen yanında yer almaktadır. Ziyaretçilerin arkeoloji müzesini sevmelerine rağmen neden İstanbul Arkeoloji Müzesi'ne gitmeyip Topkapı Saray Müzesi'ne gittiği ise anket sonuçlarından çıkan farklı bir araştırma konusudur³².

Çizelge 21: Katılımcıların Hoşlandığı Müze Türleri

Hoşlanılan Müze Türleri	Frekans	Yüzde (%)
Saray Müzeler	461	26,1
Arkeoloji Müzeleri	438	24,8
Sanat Müzeleri	426	24,1
Etnografya Müzeleri	200	11,3
Teknoloji Müzeleri	130	7,4
Askeri Müzeler	112	6,3

Aşağıdaki çizelgede araştırmaya katılanların ziyaret ettiği şehri kaçınıcı kez ziyaret ettiği görülmektedir. Katılımcıların %82,5 gibi büyük bir kısmı müzeyi ilk kez ziyaret etmiştir.

Çizelge 22: Katılımcıların Müzenin Bulunduğu Şehri Ziyaret Sayısı

Şehir Ziyaret Sayısı	Frekans	Yüzde (%)
Bir	520	82,5
İki	78	12,4
Üç	19	3,0
Üçten fazla	13	2,1
Toplam	630	100

³² Yerli ziyaretçilere yönelik bir araştırmada (Doğan, 2009: 58), arkeoloji biliminin insanların ilişki kurabilecekleri kültürün tarihini daha gerilere götürdüğü ancak, bu durum hem dinsel anlamda hem de ulus bilinci anlamında insanların ihtiyaçlarını karşılamadığından belli bir eğitimle insanlarda tarihsel bilincin uyanacağı, Arkeoloji Müzesi'nin genel ziyaretçi kitlesinin üç gruba ayrıldığı ve bunların da arkeolojiye ilgi duyanlar, okul aracılığıyla ilişki kuranlar ve arkeolojik tarihi kendi tarihlerinin bir uzantısı olarak kabul edenler, Topkapı Sarayı'na giderken yanlışlıkla veya tesadüfen görüp girenler olduğu, yani belli bir kesim için arkeolojik tarihin hala bir simge olarak yeterli güdüyü oluşturmadığı tespitlerinde bulunulmuştur. Ancak yabancı ziyaretçilere yönelik buna benzer bir araştırma yapılmamıştır.

Müze'yi ilk kez ziyaret edenlerin oranının %90,8 olduğu Çizelge 23'de görölmektedir. Çizelge 20 ile birlikte değerlendirildiğinde, müzenin bulunduğu şehri birden fazla ziyaret edip, müze'yi ilk kez ziyaret edenlerin olduğu da görölmektedir.

Çizelge 23: Katılımcıların Müze'yi Ziyaret Sayısı

Müze'yi Ziyaret Sayısı	Frekans	Yüzde (%)
Bir	572	90,8
İki	52	8,3
Üç	4	0,6
Üçten fazla	2	0,3
Toplam	630	100

Çizelge 24: Katılımcıların Başka Bir Müze'yi Ziyaret Etme Durumu

Başka Bir Müze Ziyaret Edilip Edilmeyeceği	Frekans	Yüzde (%)
Evet	362	57,5
Hayır	268	42,5
Toplam	630	100

Ziyaretçilerin %57,5'inin aynı şehirde başka bir müze'yi ziyaret ettiği ya da edeceği görölmektedir. Bu durum bir müze'yi ziyaret eden turist'in, başka bir müze için de potansiyel bir ziyaretçi olduğunu göstermektedir.

Çizelge 25: Katılımcıların Müze'yi Hangi Yolla Öğrendiği

Müzenin hangi yolla öğrenildiği	Frekans	Yüzde (%)
Radyo veya televizyon	16	2,5
Kitap, broşür, katalog, ilan	348	55,2
Arkadaş veya akraba tavsiyesi	154	24,4
İnternet veya e-posta	25	4,0
Rehber	87	13,9
Toplam	630	100

Araştırmaya katılan ziyaretçilerin yarısından fazlası gitmiş oldukları müze'yi kitap, broşür, katalog ya da ilandan öğrenmişlerdir. Bu veri bu tür araçların ziyaretçileri müzelerden haberdar etmedeki rolünün yadsınamaz olduğunu göstermektedir. Müzeden arkadaş veya akrabasının tavsiyesi üzerine haberdar olan ziyaretçilerin oranı ise %24,4'dür. Müzeden internet, e-posta, radyo ve televizyon yolu ile haberdar olanların oranı ise oldukça düşüktür. Bu veriyi bahsedilen araçların etkisiz olduğu şeklinde yorumlamadan önce, müzeleri tanıtmada bu araçların ne derece kullanıldığı ortaya konulmalıdır. Müzeden rehber aracılığıyla haberdar olan 87 kişinin %89,7'sinin müze'ye

tur operatörü aracılığıyla geldiği aşağıdaki çizelgede görülmektedir. Bu da rehberlerin ve tur operatörlerinin müzeye ziyaretçi getirmedeki önemini göstermektedir.

Çizelge 26: Müzeden Rehber Aracılığıyla Haberdar Olan Katılımcıların Müzeye Geliş Şekli

Müzeye Geliş Şekli	Frekans	Yüzde (%)
Tur organizasyonu ile birlikte	78	89,7
Bireysel olarak	9	10,3
Toplam	87	100

Çizelge 27: Katılımcıların Müzeye Geliş Şekli

Müzeye Geliş Şekli	Frekans	Yüzde (%)
Tur organizasyonu ile birlikte	216	34,3
Bireysel olarak	414	65,7
Toplam	630	100

Çizelge 27’de görüldüğü üzere müzeye gelen katılımcıların %34,3’ü tur organizasyonu ile birlikte gelirken, %65,7’lik kısmı bireysel olarak gelmiştir. Bu oranlar ziyaretçilerin Türkiye’ye geliş şekli ile müzeye geliş şekli arasında paralellik olduğunu göstermektedir. Aşağıdaki çizelgede de Türkiye’ye tur operatörü ile gelen turistlerin ne kadarının, yine müzeye de tur operatörü ile birlikte geldiğini göstermektedir. Türkiye’ye tur operatörü ile gelmiş olan 222 müze ziyaretçisinin %95’i yine müzeye tur operatörü ile gelmiştir. Daha önce ortaya konulduğu gibi bu durum tur operatörlerinin müzeye ziyaretçi getirmedeki önemini göstermektedir.

Çizelge 28: Katılımcıların Müzeye Geliş Şekli

Müzeye Geliş Şekli	Frekans	Yüzde (%)
Tur organizasyonu ile birlikte	211	95,0
Bireysel olarak	11	5,0
Toplam	222	100

Araştırmaya katılan ziyaretçilerin %67’den fazlası müzeleri yılda bir kereden daha fazla ziyaret eden kişilerdir. Buradan müzeye ziyaret etmiş olan kişiler arasında düzenli olarak müzeleri ziyaret eden kişilerin oranının yüksek olduğu söylenebilir.

Çizelge 29: Araştırmaya Katılan Ziyaretçilerin Müze Ziyaret Sıklıkları

Müze Ziyaret Sıklığı	Frekans	Yüzde (%)
5 yıldan uzun aralıklarla	29	4,6
3-5 yılda 1 kez	30	4,8
2 yılda 1 kez	44	7,0
Yılda 1 kez	100	15,9
Yılda 2-3 kez	198	31,4
Yılda 3'den fazla	229	36,3
Toplam	630	100

Çizelge 30: Güvenilirlik Analizi

Cronbach Alfa Katsayısı	Soru Sayısı
0,705	6

Ziyaretçilerin tatilde yaptıkları faaliyetleri ölçmeye yönelik olarak hazırlanan ifadelerin güvenilirlik analizi sonucunda Cronbach Alfa katsayısı 0,705 olarak belirlenmiştir.

Çizelge 31: Ziyaretçilerin Tatilde Yaptıkları Faaliyetlere Verdikleri Önem Düzeyi

İfadeler	Verilen Önem Düzeyi										n	Art. Ort.	S.S
	Çok Önemli		Önemli		Ne Önemli Ne Önemsiz		Önemli Değil		Hiç Önemli Değil				
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%			
Tarihi yerleri gezmek	387	61,4	198	31,4	36	5,7	3	0,5	6	1,0	630	4,52	0,71
Doğa gezisine katılmak	101	16,0	208	33,0	168	26,7	84	13,3	69	11,0	630	3,30	1,21
Denizde/Plajda eğlenmek	105	16,7	165	26,2	143	21,3	80	12,7	146	23,2	630	3,00	1,40
Fuarları gezmek	59	9,4	139	22,1	205	32,5	95	15,1	132	21,0	630	2,83	1,25
Festivallere katılmak	35	5,6	116	18,4	225	35,7	155	24,6	99	15,7	630	2,73	1,10
Sportif faaliyetlerde bulunmak	32	5,1	85	13,5	166	26,3	157	24,9	190	30,2	630	2,38	1,19

Müze ziyaretçilerinin tatilde yapılan faaliyetlere verdikleri önem derecesini ölçmeye yönelik olarak hazırlanan ifadelerine verdikleri yanıtlardan, katılımcıların denizde ve plajda eğlenmeye, doğa gezilerine katılmaya ve en çok da tarihi yerleri gezmeye önem verdikleri görülmektedir.

Tarihi yerleri gezmeye verilen önem en yüksek ortalamaya (4,52) sahiptir. Müze ziyaretçilerinin büyük bir kısmı bu faaliyete oldukça önem verdiklerini belirtmişlerdir. Bu faaliyeti çok önemli bulanların oranı %61,4'ken, önemli bulanların oranı da %31,4'dür. Bu durum %80'inden fazlası tatil için Türkiye'de bulunan ve araştırmaya

katılan ziyaretçilerin tatilde de en çok önem verdikleri faaliyeti yaptıklarını göstermektedir.

Doğa gezilerine katılmak da ortalamanın üzerinde (3,30) önem atfedilen faaliyet olarak ortaya çıkmaktadır.

Katılımcılar tatilde yaptıkları faaliyetlerden denizde veya plajda eğlenmeye ortalama bir önem (3,00) bu soruya katılımcıların %26'2'si "önemli" derken %23'2'si ise "hiç önemli değil" diye yanıt vermişlerdir.

Tatilde yapılan faaliyetlerden olan fuarları gezmeye ziyaretçilerin verdikleri önem ortalama değerinin altında (2,83) kalmıştır. Bu faaliyete en çok "ne önemli ne önemsiz" yanıtı verilmiştir. Bu yanıtı verenlerin oranı %32,5'dir. Katılımcıların %22,1'i bu faaliyeti önemli bulurken %21'i ise hiç önem vermediklerini belirtmişlerdir.

Festivallere katılmak ifadesi de ortalamanın altında değer (2,73) alan sorulardandır. Tatillerde yapılması muhtemel olan bu faaliyete katılımcıların %35,7'si "ne önemli ne önemsiz" yanıtını verirken, %24,6'sı "önemli değil", %18,4'ü ise önemli yanıtını vermişlerdir.

Tatilde sportif faaliyetlerde bulunmak (golf, avcılık, kayak vs.) katılımcıların en az önem verdiği faaliyet (2,38) olarak göze çarpmaktadır. Bu faaliyete katılımcıların %5,1'i "çok önemli" derken, %30,2'si "hiç önemli değil" demişlerdir. Faaliyetler arasında "hiç önemli değil" oranının en yüksek olduğu faaliyet de budur.

Tüm bu veriler birlikte değerlendirildiğinde tarihi yerleri görme merakı olup da tatilde bu faaliyete oldukça önem verenlerin aynı zamanda tatilde denizde eğlenmek, doğa gezisine katılmak gibi başka faaliyetlerde bulunma isteğinin de olduğu görülmektedir. Özellikle tur şirketlerinin hazırlayacağı tatil paketlerinde (tur programları) bu faaliyetlerden bir kaçını içerecek şekilde belirlemeleri hem turizmin çeşitlendirilmesi hem de turistlerin geçirdiği tatilden memnun kalması için önemlidir. Örneğin yaylaları ile meşhur Karadeniz Bölgesi'nde turistler hem tarihi yerleri ziyaret etme, hem denize girme hem de doğa gezisinde bulunma imkanına sahip olacaklardır.

Çizelge 32: Güvenilirlik Analizi

Cronbach Alfa Katsayısı	Soru Sayısı
0,783	17

Ziyaretçilerin müze ziyaret alışkanlıklarını ölçmeye ilişkin olarak hazırlanan ifadelerin güvenilirlik analizi sonucunda Cronbach Alfa katsayısı 0,783 olarak belirlenmiştir.

Çizelge 33: Ziyaretçilerin Müze Ziyaretine İlişkin İfadelere Katılım Düzeyleri

İfadeler	Katılım Düzeyi										n	Art. Ort.	S.S.
	Kesinlikle Katılıyorum		Katılıyorum		Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kesinlikle Katılmıyorum				
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%			
Müzedeki sergilenen eserler önemlidir.	440	69,8	156	24,8	23	3,7	4	0,6	7	1,1	630	4,61	0,69
Yeni bilgiler edinmek için müzelere giderim	405	64,3	196	31,1	24	3,8	2	0,3	3	0,5	630	4,58	0,63
Gittiğim yabancı ülkelerdeki müzeleri ziyaret ederim	385	61,1	209	33,2	28	4,4	3	0,5	5	0,8	630	4,53	0,68
Yeni deneyimler edinmek için müzelere giderim	279	44,3	271	43,0	62	9,8	15	2,4	3	0,5	630	4,28	0,77
Özel sergi olduğunda müzelere giderim	175	27,8	284	45,1	129	20,5	24	3,8	18	2,9	630	3,91	0,94
Müze binası önemlidir	147	23,3	309	49,0	120	19,0	40	6,3	14	2,2	630	3,85	0,93
Yaşadığım yerin yakınındaki müzeleri ziyaret ederim	162	25,7	257	40,8	132	21,0	55	8,7	24	3,8	630	3,76	1,05
Müzedeki düzenlenen kültürel etkinlikler önemlidir	65	10,3	314	49,8	171	27,1	65	10,3	15	2,4	630	3,55	0,90
Müzedeki rehberlik hizmeti önemlidir.	86	13,7	189	30,0	259	41,1	75	11,9	21	3,3	630	3,39	0,97
Müze giriş ücreti önemlidir	71	11,3	164	26,0	277	44,0	67	10,6	51	8,1	630	3,22	1,05
Boş zamanımı değerlendirmek için müzelere giderim	57	9,0	169	26,8	240	38,1	81	12,9	83	13,2	630	3,06	1,13
Arkadaş veya yakınlarımı gezdirmek için müzelere giderim	44	7,0	193	30,6	229	36,3	73	11,6	91	14,4	630	3,04	1,13
Tur programı içerisinde yer aldığında müzelere giderim	86	13,7	124	19,7	192	30,5	105	16,7	123	19,5	630	2,91	1,30
İnsanlarla sosyal etkileşimde bulunmak için müzelere giderim	36	5,7	121	19,2	230	36,5	128	20,3	115	18,3	630	2,73	1,13

Müze kafeteryası/ restoranı önemlidir	8	1,3	33	5,2	140	22,2	189	30,0	260	41,3	630	1,95	0,98
Müzeleri ziyaret etmektense web sayfalarını ziyaret ederim	16	2,5	28	4,4	70	11,1	250	39,7	266	42,2	630	1,85	0,96
Müzenin kafeterya/ restoranını kullanmak için müzelere giderim	4	0,6	30	4,8	116	18,4	146	23,2	334	53,0	630	1,77	0,95

Araştırmaya katılanların “müzedeki sergilenen eserler önemlidir” ifadesine katılım düzeyi oldukça yüksektir (4,61). Katılımcıların %69,8’i bu ifadeye kesinlikle katılıyorum demişlerdir. Bu oran “kesinlikle katılıyorum” ifadesinin aldığı en yüksek orandır. Ayrıca katılımcıların %24,8’i de katılıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir. Daha önce de ifade edildiği gibi hemen her konuda, her yerde müze açmak mümkündür ancak, bir müzeyi çekici kılan sergilediği eserlerdir. Çünkü müze terimi “miras” ve “multimedya” terimlerinin icat edilip tüm yerküreyi yayılmasından çok önceleri dahi hüküm sürmüş bir yüksek sanat ve auratik kültür döneminden köklenmiştir (Urry, 2009: 215).

Araştırmaya katılanların “yeni bilgiler edinmek için müzelere giderim” ifadesine katılım düzeyi oldukça yüksektir (4,58). Katılımcıların %64,3’ü bu ifadeye kesinlikle katılıyorum derken %31,1’i katılıyorum demişlerdir. Bu durum şimdilerde eğlence dahil bir çok amaçla kullanılan/kullanılmaya çalışılan müzelerin, en eski işlevlerinden olan insanlara bilgi vermek işlevinin halen en önemli işlevi olduğunu göstermektedir.

Araştırmaya katılanların “gittiğim yabancı ülkelerdeki müzeleri ziyaret ederim” ifadesi, katılım derecesi 4,53 ile en yüksek katılım düzeyine ulaşan ifadelerdendir. Katılımcıların %61,1’i bu ifadeye kesinlikle katılıyorum derken, %24,8’i katılıyorum demişlerdir. Bu veri ışığında yabancı bir ülkedeki müzenin, turistler için birincil önemde çekicilik unsuru olduğunu söylemek mümkündür. Araştırmaya katılanların “yaşadığım yerin yakınındaki müzeleri ziyaret ederim” ifadesine katılım derecesi de 3,76 ile yüksek bir katılım düzeyine ulaşan ifadelerdendir. Bir önceki ifade ile birlikte değerlendirildiğinde bir turistin yaşadığı yerin yakınındaki müzeyi ziyaret etmeye nazaran gittiği başka ülkedeki müzeyi ziyaret etmeye daha fazla önem verdiği söylenebilir.

Araştırmaya katılanların “yeni deneyimler edinmek için müzelere giderim” ifadesine katılım derecesi “yeni bilgiler edinmek için müzelere giderim” ifadesine katılım

derecesine benzer bir şekilde oldukça yüksektir (4,28). Müze ziyaretçilerinin yeni bilgiler edinirken aynı zamanda bu faaliyeti yeni bir deneyim olarak algıladıklarını göstermektedir. Katılımcıların %44,3'ü bu ifadeye kesinlikle katılıyorum derken, %43'ü katılıyorum demişlerdir.

Araştırmaya katılanların “özel sergi/konferans/etkinlik olduğunda müzelere giderim” ifadesine katılım derecesi 3,91 ile ortalamanın üstünde bir katılımı ifade etmektedir. Katılımcıların %27,8'i bu ifadeye kesinlikle katılıyorum derken, %45,1'i katılıyorum demişlerdir. Bu durum müzelerde düzenlenecek farklı kültürel etkinliklerin ve özel bir takım sergilerin müzelere yabancı ziyaretçi çekmek açısından etkili bir yol olduğunu göstermektedir³³. Bu soruyla bağlantılı olarak “müzelerin düzenlenen kültürel etkinlikler önemlidir” ifadesine katılım derecesi de benzer şekilde ortalamanın üzerinde (3,55) bir değer almıştır.

Araştırmaya katılanların “müze binası önemlidir” ifadesine katılım düzeyi ortalamanın üzerinde bir değer almıştır (3,85). Katılımcıların %23,3'ü bu ifadeye “kesinlikle katılıyorum” derken, %49'u da katılıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir. Çoğu zaman (saray müzelerde olduğu gibi) eserlerin sergilendiği mekanın kendisi tarihi bir değer taşıdığından müze olarak değerlendirilmektedir. Bu durum yabancı ziyaretçi açısından da önem arz etmektedir.

³³ Maastrich'deki Bonnefanten Müzesi diğer bir çok kamusal kültür kurumları ile benzer bir şekilde yükselen maliyetler, azalan kamusal kaynaklar ve ziyaretçi sayısını artırarak toplum gözündeki kendi sosyal değerini korumak gibi bir çelişki ile karşı karşıya kalmıştır. 108 Müze personeli müzenin azalan ziyaretçi sayısını artırmak için 1997 Eylül ve 1998 Şubat ayları arasında Bonnefanten Festivali düzenlemişlerdir. Bu festival boyunca 33 geçici serginin yanında müzik, tiyatro, dans gibi farklı etkinlikler düzenlenmiş ve bölgesel halkın ilgisi çekilmiştir. Festival başarılı olmuş ve bu etkinliklerden sırasında yapılan araştırmada dönem boyunca %40'ı bölge dışından olmak üzere 45.000 ziyaretçinin müzeyi ziyaret ettiği, ziyaretçilerin üçte birinin özellikle festival için müzeye geldiği, beşte dördünün ise müzeyi daha sonra tekrar ziyaret edeceğini söylediği ortaya konulmuştur. Ayrıca bu ziyaretçilerin %40'ının müzeye ilk kez geldikleri, %60'ının ise daha önceden de müzeye ziyaret etmiş oldukları ortaya konuşmuştur. Müzeyi tekrar ziyaret edenlerin büyük bir kısmı müzenin bulunduğu bölge ikamet etmekte olup sürekli koleksiyonları daha önce gördüklerinden yeni sergiler için müzeye tekrar geldiklerini ifade etmişlerdir. Bu etkinlikler sayesinde müze 155.000 ziyaretçi sayısına ulaşarak 1998'de Hollanda'daki müzeler arasında ziyaretçi sayısı bazında sekizinciliğe ulaşmıştır (Munsters, 2001: 111-113) Tüketim toplumuyla müzeler kalıcı koleksiyonlardan çok geçici sergiler üzerine yoğunlaşmıştır. Catherine Ballé'ye göre geçici sergilerin sayısındaki artış, görülmeye değer olan yerine geçici olanın değerinin artmasını sağlamıştır. Bu değişiklik sanat yapıtlarının sergilenmesinde farklı bir anlayış oluşmasına neden olmuştur. Büyük baş yapıtların yer aldığı müzeler isimlerini büyük sergilerle duyurmaya başlamışlardır (Doğan, 2009: 11).

Araştırmaya katılanların “müzedeki rehberlik hizmeti önemlidir” ifadesi ortalamanın üzerinde (3,39) katılımı içeren ifadelerdendir. Katılımcıların %30’u bu ifadeye katılıyorum derken, %41,1’i ne katılıyorum ne katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir. Bu durum kimi müze ziyaretçileri serbest olarak müzeyi gezmek ve eserleri incelemekten keyif aldığı, kimi ziyaretçilerin ise kendilerine bilgi verecek bir rehberlik hizmetinin müzede bulunmasını istediği şeklinde değerlendirilebilir. Topkapı Sarayı Müzesi’ndeki elektronik rehber uygulaması bu açıdan her iki düşüncedeki müze ziyaretçilerini de memnun edecek bir uygulamadır. Müzede cüzi bir tutara alınabilen elektronik rehber (kulağa takılan bir kulaklık yoluyla) aracılığıyla ziyaretçiler gezmiş oldukları müze bölümü ve eserler hakkında bilgi alabilmektedirler.

Araştırmaya katılanların “müze giriş ücreti önemlidir” ifadesine katılım düzeyi de ortalamanın üzerinde bir değer almıştır (3,22). Katılımcıların %26’sı bu ifadeye “katılıyorum” derken, %44’ü de “ne katılıyorum ne katılmıyorum” seçeneğini işaretlemişlerdir. Türkiye’de müzeler çoğunlukla giriş ücretleri ile gelir sağlamaktadır. Ancak bu ücret belirlenirken müze tanımında da yer aldığı gibi kârlılık amacı güdülmeden ve müzenin asıl amacının kâr etmek olmadığı unutulmadan uygun fiyatlar belirlenmelidir. Türkiye’deki Kültür ve Turizm Bakanlığı’na bağlı bazı müzeler ücretsiz olarak ziyaret edilebilirken, bazı müzeler ise farklı ücretler karşılığı ziyaret edilmektedir. Örneğin araştırmanın yapıldığı müzelerden Topkapı sarayı Müzesi’nde giriş ücreti 20 TL iken, Mardin Müzesi’nin giriş ücreti 3 TL’dir. Her ne kadar müze turizmine ilgi gösteren turistlerin gelir seviyesinin, turistlerin genel gelir seviyesinin üzerinde olduğu bu araştırma kapsamında ortaya konulmuş olsa da, her gelir düzeyinden turistlerin de müze ziyaretçisi olduğu unutulmamalıdır.

Araştırmaya katılanların “tur programı içerisinde yer aldığında müzelere giderim” ifadesine katılım oranı da ortalamanın altında değer alan (2,91) ifadelerdendir. Bu durum katılımcıların %65,7 gibi bir oranla büyük bir çoğunluğunun bireysel olarak müzeye gelmesinden kaynaklanabilir.

Araştırmaya katılanların “insanlarla sosyal etkileşimde bulunmak için müzelere giderim” ifadesine katılım düzeyi ortalamanın altında (2,73) bir değer almıştır.

Araştırmaya katılanların “müzenin kafeteryasını/restoranını kullanmak için müzelere giderim” en düşük düzeyde (1,77) katılımı içeren sorulardandır. Katılımcıların %53’ü

bu ifadeye kesinlikle katılmıyorum derken, %23,2'si de katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir. Bu soruyla bağlantılı olarak “müzelerin kafeteryası/restoranı önemlidir” ifadesine katılım derecesi de benzer şekilde ortalamanın oldukça altında (1,95) bir değer almıştır.

Araştırmaya katılanların “boş zamanlarımı değerlendirmek için müzelere giderim” ifadesi ortalama düzeyde (3,06) katılımı içeren ifadelerdendir. Katılımcıların %26,8'i bu ifadeye katılıyorum derken, %38,1'i ne katılıyorum ne katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir. Bu veriden müze ziyaretinin turistler için aynı zamanda boş zaman aktivitesi olduğu çıkarılabilir. Aynı şekilde “arkadaş veya yakınlarımı gezdirmek için müzelere giderim” ifadesi de 3,04'lük ortalama ile ortalama bir katılım düzeyini ifade etmektedir. Katılımcıların %30,6'sı bu ifadeye katılıyorum derken, %36,3'ü ne katılıyorum ne katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir.

Araştırmaya katılanların “müzeleri ziyaret etmektense web sayfalarını ziyaret ederim” ifadesine katılım derecesi oldukça düşüktür (1,85). Bu veri son zamanlarda Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı müzelerde de uygulamaya konulan 360 derece panoramik görüntülü sanal müzelerin ya da müze ve eserler hakkında bilgi veren müze web sayfalarının ziyaretçilere müze ziyareti ile aynı deneyimi yaşatmadığını, müze ile müze web sayfasının birbirini ikâme etmediğini göstermektedir. Katılımcıların sadece %2,5'i bu ifadeye “kesinlikle katılıyorum” derken, %4,4'ü de “katılıyorum” demişlerdir.

3.8.2. Ziyaretçilerden Elde Edilen Bulgu ve Yorumlar

Araştırmanın alt hipotezlerin test edilmesi ile ilgili analizlerin sonuçları bu bölümde ele alınmıştır. Hipotezlerde, araştırmaya katılan ziyaretçilerle ilgili yaş grupları, Türkiye'yi ve gittikleri müzeyi ziyaret şekilleri, müze ziyaret sıklıkları, ziyaretçilerin tatilde yapılan faaliyetlere verdikleri önem düzeyleri ve müze ziyaretine ilişkin alışkanlıklarına ilişkin ifadeler katılım düzeyleri ile ilişkilendirilmiştir. Bu hipotezlerin test edilmesi ile ilgili sonuçlar aşağıdaki çizelgelerde yorumlanmıştır.

Çizelge 34: Ziyaretçilerin Türkiye’yi Ziyaret Etme Şekline Göre Tatilde Yaptıkları Faaliyetlere Verdikleri Önem Dereceleri Arasındaki Farklılıklar

Faaliyetler	Türkiye’ye Geliş Şekli	n	Art. Ort.	S.S.	t	Anl.
Denizde veya plajda eğlenmek	Tur organizasyonu	222	3,01	1,422	0,115	0,994
	Bireysel Olarak	408	3,00	1,403		
Fuarları gezmek	Tur organizasyonu	222	2,63	1,293	7,857	0,005
	Bireysel Olarak	408	2,95	1,211		
Festivallere katılmak	Tur organizasyonu	222	2,71	1,096	0,004	0,952
	Bireysel Olarak	408	2,75	1,105		
Tarihi yerleri gezmek	Tur organizasyonu	222	4,46	0,788	4,067	0,044
	Bireysel Olarak	408	4,55	0,667		
Sportif faaliyetlerde bulunmak	Tur organizasyonu	222	2,24	1,155	1,068	0,302
	Bireysel Olarak	408	2,46	1,203		
Doğa gezisine katılmak	Tur organizasyonu	222	3,20	1,338	12,639	0,000
	Bireysel Olarak	408	3,35	1,127		

Çizelge 34’de “**H1: Ziyaretçilerin Türkiye’yi ziyaret etme şekillerine göre tatilde yaptıkları faaliyetlere verdikleri önem dereceleri $p=0,05$ anlamlılık düzeyinde istatistiki olarak farklıdır.**” hipotezi test edilmiştir. Test sonuçlarına göre; “Doğa gezisine (kamp, yayla vs) katılmak” faaliyetine verilen önem düzeyinde ziyaretçinin Türkiye’ye geliş şekline göre anlamlı bir farklılığın olduğu tespit edilmiştir. Bireysel olarak Türkiye’ye gelen ziyaretçilerin, Tur organizasyonu ile birlikte gelenlere göre bu faaliyete daha fazla önem verdiği görülmektedir.

Çizelge 35: Ziyaretçilerin Müzeyi Ziyaret Etme Şekline Göre Müze Ziyaretine İlişkin Alışkanlıkları Arasındaki Farklılıklar

İfadeler	Müze Geliş Şekli	n	Art. Ort.	S.S.	t	Anl.
Yeni bilgiler edinmek için müzelere giderim	Tur organizasyonu	216	4,61	0,584	0,681	0,507
	Bireysel olarak	414	4,57	0,651		
İnsanlarla sosyal etkileşimde bulunmak için müzelere giderim	Tur organizasyonu	216	2,66	1,174	7,873	0,000
	Bireysel olarak	414	2,78	1,113		
Yeni deneyimler edinmek için müzelere giderim	Tur organizasyonu	216	4,30	0,776	0,547	0,579
	Bireysel olarak	414	4,27	0,776		

Tur programı içerisinde yer aldığı müzelere giderim	Tur organizasyonu	216	3,67	1,181	8,072	0,000
	Bireysel olarak	414	2,52	1,178		
Müzenin kafeterya/restoranını kullanmak için müzelere giderim	Tur organizasyonu	216	1,73	0,906	0,045	0,956
	Bireysel olarak	414	1,79	0,978		
Boş zamanımı değerlendirmek için müzelere giderim	Tur organizasyonu	216	3,00	1,218	2,987	0,051
	Bireysel olarak	414	3,08	1,087		
Arkadaşlarımı veya yakınlarımı gezdirmek için müzelere giderim	Tur organizasyonu	216	3,09	1,085	1,857	0,157
	Bireysel olarak	414	3,02	1,155		
Özel sergi/konferans/etkinlik olduğunda müzelere giderim	Tur organizasyonu	216	3,93	0,925	10,732	0,000
	Bireysel olarak	414	3,90	0,950		
Gittiğim yabancı ülkelerdeki müzeleri ziyaret ederim	Tur organizasyonu	216	4,54	0,695	10,270	0,000
	Bireysel olarak	414	4,53	0,673		
Yaşadığım yerin yakınındaki müzeleri ziyaret ederim	Tur organizasyonu	216	3,73	1,057	10,901	0,000
	Bireysel olarak	414	3,77	1,047		
Müzeleri ziyaret etmektense web sayfalarını ziyaret ederim	Tur organizasyonu	216	1,94	1,023	2,571	0,77
	Bireysel olarak	414	1,81	0,922		
Müzedeki sergilenen eserler önemlidir	Tur organizasyonu	216	4,63	0,573	4,884	0,008
	Bireysel olarak	414	4,61	0,750		
Müzedeki rehberlik hizmeti önemlidir	Tur organizasyonu	216	3,57	0,927	17,778	0,000
	Bireysel olarak	414	3,29	0,986		
Müze binası önemlidir	Tur organizasyonu	216	3,80	0,978	2,411	0,091
	Bireysel olarak	414	3,87	0,897		
Müzedeki düzenlenen kültürel etkinlikler önemlidir	Tur organizasyonu	216	3,49	0,940	5,207	0,006
	Bireysel olarak	414	3,59	0,872		
Müze kafeteryası/restoranı önemlidir	Tur organizasyonu	216	1,90	0,935	0,124	0,883
	Bireysel olarak	414	1,98	1,001		
Müzenin giriş ücreti önemlidir	Tur organizasyonu	216	3,24	1,009	3,370	0,035
	Bireysel olarak	414	3,21	1,067		

Çizelge 35’de “**H2: Ziyaretçilerin müzeyi ziyaret etme şekillerine göre müze ziyaretine ilişkin alışkanlıkları $p=0,05$ anlamlılık düzeyinde istatistiki olarak farklıdır.**” hipotezi test edilmiştir. Test sonuçlarına göre; “insanlarla sosyal etkileşimde bulunmak için müzelere giderim”, “tur programı içerisinde yer aldığı müzelere giderim”, “özel sergi/konferans/etkinlik olduğunda müzelere giderim”, “gittiğim yabancı ülkelerdeki müzeleri ziyaret ederim”, “yaşadığım yerin yakınındaki müzeleri ziyaret ederim” ve “müzedeki rehberlik hizmeti önemlidir” ifadelerinde ziyaretçilerin müzeye geliş şekline göre anlamlı bir farklılığın olduğu tespit edilmiştir. Müzeyi bireysel olarak ziyaret edenlerin “yaşadığım yerin yakınındaki müzeleri ziyaret ederim”

ve “insanlarla sosyal etkileşimde bulunmak için müzelere giderim” ifadelerine katılım dereceleri daha yüksektir.

Tur organizasyonu ile gelenlerin ise “tur programı içerisinde yer aldığı müzelere giderim”, “özel sergi/konferans/etkinlik olduğunda müzelere giderim”, “gittiğim yabancı ülkelerdeki müzeleri ziyaret ederim” ve “müzedeki rehberlik hizmeti önemlidir” ifadelerine katılım düzeyi daha yüksektir. Tur organizasyonu ile müzeye gelenlerin özellikle “tur programı içerisinde yer aldığı müzelere giderim” ifadesine katılım düzeyi, bireysel olarak gelen ziyaretçilere nazaran oldukça yüksektir.

Çizelge 36: Ziyaretçilerin Yaş Gruplarına Göre Tatilde Yaptıkları Faaliyetlere Verdikleri Önem Dereceleri Arasındaki Farklılıklar

Faaliyetler	Yaş Grupları	n	Art. Ort.	S.S.	F	Anl.
Denizde veya plajda eğlenmek	30'dan küçük	273	3,36	1,32	18,50	0,000
	30-50 arası	204	2,87	1,43		
	50'den büyük	153	2,55	1,39		
Fuarları gezmek	30'dan küçük	273	3,05	1,12	13,36	0,000
	30-50 arası	204	2,88	1,30		
	50'den büyük	153	2,41	1,31		
Festivallere katılmak	30'dan küçük	273	2,95	1,10	11,39	0,000
	30-50 arası	204	2,68	1,20		
	50'den büyük	153	2,43	0,99		
Tarihi yerleri (müzeleri, sarayları vs.) gezmek	30'dan küçük	273	4,39	0,78	8,32	0,000
	30-50 arası	204	4,61	0,66		
	50'den büyük	153	4,63	0,62		
Sportif faaliyetlerde (av, golf, kayak vs.) bulunmak	30'dan küçük	273	2,60	1,24	17,28	0,000
	30-50 arası	204	2,44	1,15		
	50'den büyük	153	1,92	1,01		
Doğa gezisine katılmak	30'dan küçük	273	3,35	1,19	0,48	0,621
	30-50 arası	204	3,26	1,20		
	50'den büyük	153	3,25	1,25		

Çizelge 36'da “**H3: Ziyaretçilerin yaş gruplarına göre tatilde yaptıkları faaliyetlere verdikleri önem dereceleri $p=0,05$ anlamlılık düzeyinde istatistiki olarak farklıdır.**” hipotezi test edilmiştir. Test sonuçlarına göre; “denizde veya plajda

eğlenmek”, “fuurları gezmek” “festivallere katılmak”, “sportif faaliyetlerde (av, golf, kayak vs.) bulunmak” faaliyetlerine genç yaşdaki katılımcılar tarafından verilen önem derecesi daha yüksektir. Hatta üç yaş grubunda yaş grubu düştükçe verilen önem derecesinin arttığı görülmektedir.

Bununla birlikte “tarihi yerleri (müzeleri, sarayları vs.) gezmek” faaliyetine ise 50'nin üzerindeki yaş grubunca daha fazla önem verilmektedir. Yukarıdaki tespitin aksine bu faaliyete verilen önem derecesi ise yaş grubu büyüdükçe artmaktadır.

Çizelge 37: Ziyaretçilerin Yaş Gruplarına Göre Müze Ziyaretine İlişkin Alışkanlıkları Arasındaki Farklılıklar

İfadeler	Yaş Grupları	n	Art. Ort.	S.S.	F	Anl.
Yeni bilgiler edinmek için müzelere giderim	30'dan küçük	273	4,52	0,65	2,503	0,083
	30-50 arası	204	4,63	0,59		
	50'den büyük	153	4,64	0,63		
İnsanlarla sosyal etkileşimde bulunmak için müzelere giderim	30'dan küçük	273	2,83	1,09	5,995	0,003
	30-50 arası	204	2,81	1,18		
	50'den büyük	153	2,46	1,12		
Yeni deneyimler edinmek için müzelere giderim	30'dan küçük	273	4,26	0,75	0,204	0,815
	30-50 arası	204	4,28	0,80		
	50'den büyük	153	4,31	0,78		
Tur programı içerisinde yer aldığı müzelere giderim	30'dan küçük	273	2,90	1,24	9,218	0,000
	30-50 arası	204	2,67	1,34		
	50'den büyük	153	3,25	1,27		
Müzenin kafeterya/restoranını kullanmak için müzelere giderim	30'dan küçük	273	1,74	0,92	0,163	0,850
	30-50 arası	204	1,78	1,02		
	50'den büyük	153	1,79	0,93		
Boş zamanımı değerlendirmek için müzelere giderim	30'dan küçük	273	3,23	1,08	7,843	0,000
	30-50 arası	204	3,00	1,14		
	50'den büyük	153	2,79	1,17		
Arkadaşlarımı veya yakınlarımı gezdirmek için müzelere giderim	30'dan küçük	273	3,13	1,09	1,548	0,213
	30-50 arası	204	2,97	1,24		
	50'den büyük	153	2,98	1,05		
Özel sergi/konferans/etkinlik olduğunda müzelere giderim	30'dan küçük	273	3,93	0,79	0,430	0,651
	30-50 arası	204	3,93	1,03		
	50'den büyük	153	3,84	1,06		
Gittiğim yabancı ülkelerdeki müzeleri ziyaret ederim	30'dan küçük	273	4,48	0,72	1,809	0,165
	30-50 arası	204	4,60	0,68		
	50'den büyük	153	4,52	0,60		
Yaşadığım yerin yakınındaki müzeleri ziyaret ederim	30'dan küçük	273	3,57	1,09	7,882	0,000
	30-50 arası	204	3,89	0,96		
	50'den büyük	153	3,92	1,04		

Müzeleri ziyaret etmektense web sayfalarını ziyaret ederim	30'dan küçük	273	1,81	0,86	2,293	0,102
	30-50 arası	204	1,97	1,11		
	50'den büyük	153	1,78	0,89		
Müzedede sergilenen eserler önemlidir	30'dan küçük	273	4,60	0,69	0,178	0,837
	30-50 arası	204	4,63	0,72		
	50'den büyük	153	4,63	0,68		
Müzedeki rehberlik hizmeti önemlidir	30'dan küçük	273	3,47	0,97	5,331	0,05
	30-50 arası	204	3,21	1,02		
	50'den büyük	153	3,49	0,88		
Müze binası önemlidir	30'dan küçük	273	3,94	0,90	5,167	0,06
	30-50 arası	204	3,88	0,89		
	50'den büyük	153	3,65	0,99		
Müzedede düzenlenen kültürel etkinlikler önemlidir	30'dan küçük	273	3,67	0,86	4,507	0,11
	30-50 arası	204	3,51	0,88		
	50'den büyük	153	3,41	0,96		
Müze kafeteryası/restoranı önemlidir	30'dan küçük	273	1,92	0,95	0,308	0,735
	30-50 arası	204	1,97	0,98		
	50'den büyük	153	2,00	1,03		
Müzenin giriş ücreti önemlidir	30'dan küçük	273	3,51	0,96	19,883	0,000
	30-50 arası	204	3,01	1,13		
	50'den büyük	153	2,97	0,95		

Çizelge 37'de **“H4: Ziyaretçilerin yaş gruplarına göre müze ziyaretine ilişkin alışkanlıkları p=0,05 anlamlılık düzeyinde istatistiki olarak farklıdır.”** hipotezi test edilmiştir. Test sonuçlarına göre; “insanlarla sosyal etkileşimde bulunmak için müzelere giderim”, “tur programı içerisinde yer aldığında müzelere giderim”, “boş zamanımı değerlendirmek için müzelere giderim” “yaşadığım yerin yakınındaki müzeleri ziyaret ederim”, “müzenin giriş ücreti önemlidir” ifadelerinde yaş gruplarına göre anlamlı bir farklılığın olduğu tespit edilmiştir.

“İnsanlarla sosyal etkileşimde bulunmak için müzelere giderim”, “boş zamanımı değerlendirmek için müzelere giderim” ve “müzenin giriş ücreti önemlidir” ifadelerine katılım düzeyi genç yaş gruplarında daha yüksektir. Yaş grubu düştükçe katılım düzeyi de tersi bir şekilde artmaktadır. Bu durum genç yaş grubundaki kişilerin bir kısmının öğrenci olması ya da düzenli gelirlerinin bulunmaması nedeniyle müzenin giriş ücretini önemli bulduğu anlamına gelebilir. Aynı zamanda genç yaş grubundaki ziyaretçilerin müzeleri boş zamanlarını değerlendirmek ve insanlarla sosyal etkileşimde bulunmak için ileri yaş grubundaki kişilere göre daha fazla tercih ettiği görülmektedir.

Yaş grubu ilerledikçe “yaşadığım yerin yakınındaki müzeleri ziyaret ederim” ifadesine katılım oranı da artmaktadır. Bu veri ileri yaş grubunun müze ziyaret alışkanlığının daha düzenli olduğu şeklinde yorumlanabilir.

“Tur programı içerisinde yer aldığında müzelere giderim” ifadesine katılım oranı ise 30-50 yaş grubundaki ziyaretçiler için en düşük düzeydeyken, 50’den büyük yaş grubu içerisindeki ziyaretçiler için en yüksek düzeydedir.

Çizelge 38: Ziyaretçilerin Müze Ziyaret Sıklıklarına Göre Tatilde Yaptıkları Faaliyetlere Verdikleri Önem Dereceleri Arasındaki Farklılıklar

Faaliyetler	Müze Ziyaret Sıklığı	n	Art. Ort.	S.S.	F	Anl.
Denizde veya plajda eğlenmek	2 yılda 1’den az ziyaret edenler	59	3,29	1,521	1,389	0,250
	Yılda 1 veya 2 yılda 1 ziyaret edenler	144	3,01	1,468		
	Yılda 1’den daha fazla ziyaret edenler	427	2,96	1,372		
Fuarları gezmek	2 yılda 1’den az ziyaret edenler	59	2,80	1,270	10,234	0,000
	Yılda 1 veya 2 yılda 1 ziyaret edenler	144	3,24	1,166		
	Yılda 1’den daha fazla ziyaret edenler	427	2,71	1,247		
Festivallere katılmak	2 yılda 1’den az ziyaret edenler	59	2,93	1,216	1,609	0,201
	Yılda 1 veya 2 yılda 1 ziyaret edenler	144	2,80	1,156		
	Yılda 1’den daha fazla ziyaret edenler	427	2,69	1,064		
Tarihi yerleri (saray, müze vs) gezmek	2 yılda 1’den az ziyaret edenler	59	4,15	1,047	23,533	0,000
	Yılda 1 veya 2 yılda 1 ziyaret edenler	144	4,29	0,844		
	Yılda 1’den daha fazla ziyaret edenler	427	4,65	0,556		
Sportif faaliyetlerde bulunmak	2 yılda 1’den az ziyaret edenler	59	2,78	1,353	7,211	0,001
	Yılda 1 veya 2 yılda 1 ziyaret edenler	144	2,57	1,255		
	Yılda 1’den daha fazla ziyaret edenler	427	2,27	1,125		
Doğa gezisine katılmak	2 yılda 1’den az ziyaret edenler	59	3,41	1,315	1,760	0,173
	Yılda 1 veya 2 yılda 1 ziyaret edenler	144	3,44	1,216		
	Yılda 1’den daha fazla ziyaret edenler	427	3,24	1,186		

Çizelge 38’de “**H5: Ziyaretçilerin müze ziyaret sıklıklarına göre tatilde yaptıkları faaliyetlere verdikleri önem dereceleri $p=0,05$ anlamlılık düzeyinde istatistiki olarak farklıdır.**” hipotezi test edilmiştir. Test sonuçlarına göre; “fuurları gezmek”, “tarihi yerleri (saray, müze vs) gezmek” ve “sportif faaliyetlerde bulunmak” faaliyetlerine verilen önem derecesinde müze ziyaret sıklığına göre anlamlı bir farklılığın olduğu tespit edilmiştir.

Tatilde yapılan faaliyetlerden “sportif faaliyetlerde bulunmak” faaliyetine müze ziyareti daha sık olan katılımcılar tarafından verilen önem derecesi düşükken, müze ziyareti 2 yılda 1’den daha az olan katılımcılar tarafından bu faaliyete verilen önem derecesi daha yüksektir. Tersine bir şekilde “tarihi yerleri (saray, müze vs) gezmek” faaliyetine verilen önem derecesi ise müze ziyareti yılda 1’den daha fazla olanlar kişilerde daha yüksektir. “Fuarları gezmek” faaliyetine ise müze ziyaret alışkanlığı orta düzey olan (yılda 1 veya 2 yılda 1 ziyaret edenler) kişiler daha fazla önem atfetmişlerdir.

Çizelge 39: Ziyaretçilerin Müze Ziyaret Sıklıklarına Göre Müze Ziyaretine İlişkin Alışkanlıkları Arasındaki Farklılıklar

İfadeler	Müze Ziyaret Sıklığı	n	Art. Ort.	S.S.	F	Anl.
Yeni bilgiler edinmek için müzelere giderim	2 yılda 1’den az ziyaret edenler	59	4,51	0,795	0,861	0,354
	Yılda 1 veya 2 yılda 1 ziyaret edenler	144	4,56	0,644		
	Yılda 1’den daha fazla ziyaret edenler	427	4,60	0,597		
İnsanlarla sosyal etkileşimde bulunmak için müzelere giderim	2 yılda 1’den az ziyaret edenler	59	3,25	1,281	3,657	0,056
	Yılda 1 veya 2 yılda 1 ziyaret edenler	144	2,80	1,298		
	Yılda 1’den daha fazla ziyaret edenler	427	2,65	1,031		
Yeni deneyimler edinmek için müzelere giderim	2 yılda 1’den az ziyaret edenler	59	4,22	0,720	0,053	0,817
	Yılda 1 veya 2 yılda 1 ziyaret edenler	144	4,24	0,750		
	Yılda 1’den daha fazla ziyaret edenler	427	4,30	0,790		
Tur programı içerisinde yer aldığı müzelere giderim	2 yılda 1’den az ziyaret edenler	59	3,42	1,162	0,534	0,465
	Yılda 1 veya 2 yılda 1 ziyaret edenler	144	3,08	1,281		
	Yılda 1’den daha fazla ziyaret edenler	427	2,78	1,300		
Müzenin kafeterya/restoranını kullanmak için müzelere giderim	2 yılda 1’den az ziyaret edenler	59	1,79	0,978	1,707	0,192
	Yılda 1 veya 2 yılda 1 ziyaret edenler	144	1,78	0,992		
	Yılda 1’den daha fazla ziyaret edenler	427	1,76	0,939		
Boş zamanımı değerlendirmek için müzelere giderim	2 yılda 1’den az ziyaret edenler	59	2,76	1,164	1,948	0,163
	Yılda 1 veya 2 yılda 1 ziyaret edenler	144	2,99	1,083		
	Yılda 1’den daha fazla ziyaret edenler	427	3,12	1,140		
Arkadaşlarımı veya yakınlarımı gezdirmek için müzelere giderim	2 yılda 1’den az ziyaret edenler	59	3,08	1,055	0,575	0,449
	Yılda 1 veya 2 yılda 1 ziyaret edenler	144	2,88	1,191		
	Yılda 1’den daha fazla ziyaret edenler	427	3,09	1,118		
Özel sergi/konferans/etkinlik olduğunda müzelere giderim	2 yılda 1’den az ziyaret edenler	59	3,55	1,235	0,04	0,948
	Yılda 1 veya 2 yılda 1 ziyaret edenler	144	3,71	0,882		
	Yılda 1’den daha fazla ziyaret edenler	427	4,03	0,891		

Gittiğim yabancı ülkelerdeki müzeleri ziyaret ederim	2 yılda 1'den az ziyaret edenler	59	4,41	0,722	0,40	0,841
	Yılda 1 veya 2 yılda 1 ziyaret edenler	144	4,34	0,862		
	Yılda 1'den daha fazla ziyaret edenler	427	4,62	0,583		
Yaşadığım yerin yakınındaki müzeleri ziyaret ederim	2 yılda 1'den az ziyaret edenler	59	3,56	1,178	0,034	0,854
	Yılda 1 veya 2 yılda 1 ziyaret edenler	144	3,45	1,267		
	Yılda 1'den daha fazla ziyaret edenler	427	3,89	0,919		
Müzeleri ziyaret etmektense web sayfalarını ziyaret ederim	2 yılda 1'den az ziyaret edenler	59	2,12	1,130	2,108	0,147
	Yılda 1 veya 2 yılda 1 ziyaret edenler	144	1,85	1,083		
	Yılda 1'den daha fazla ziyaret edenler	427	1,82	0,882		
Müzedeki sergilenen eserler önemlidir	2 yılda 1'den az ziyaret edenler	59	4,68	0,680	1,895	0,169
	Yılda 1 veya 2 yılda 1 ziyaret edenler	144	4,46	0,884		
	Yılda 1'den daha fazla ziyaret edenler	427	4,66	0,612		
Müzedeki rehberlik hizmeti önemlidir	2 yılda 1'den az ziyaret edenler	59	4,03	0,982	0,011	0,915
	Yılda 1 veya 2 yılda 1 ziyaret edenler	144	3,48	0,974		
	Yılda 1'den daha fazla ziyaret edenler	427	3,27	0,936		
Müze binası önemlidir	2 yılda 1'den az ziyaret edenler	59	3,75	1,253	1,394	0,238
	Yılda 1 veya 2 yılda 1 ziyaret edenler	144	3,99	0,904		
	Yılda 1'den daha fazla ziyaret edenler	427	3,82	0,875		
Müzedeki düzenlenen kültürel etkinlikler önemlidir	2 yılda 1'den az ziyaret edenler	59	3,80	1,079	2,791	0,095
	Yılda 1 veya 2 yılda 1 ziyaret edenler	144	3,68	0,943		
	Yılda 1'den daha fazla ziyaret edenler	427	3,48	0,842		
Müze kafeteryası/restoranı önemlidir	2 yılda 1'den az ziyaret edenler	59	1,97	0,927	1,362	0,244
	Yılda 1 veya 2 yılda 1 ziyaret edenler	144	1,92	1,149		
	Yılda 1'den daha fazla ziyaret edenler	427	1,96	0,923		
Müzenin giriş ücreti önemlidir	2 yılda 1'den az ziyaret edenler	59	3,51	1,088	0,896	0,344
	Yılda 1 veya 2 yılda 1 ziyaret edenler	144	3,09	1,076		
	Yılda 1'den daha fazla ziyaret edenler	427	3,22	1,024		

Çizelge 39'da “Ziyaretçilerin müze ziyaret sıklıklarına göre müze ziyaretine ilişkin alışkanlıkları $p=0,05$ anlamlılık düzeyinde istatistiki olarak farklıdır.” Hipotezi test edilmiştir. Ancak, herhangi bir anlamlı farklılık bulunamadığından bu hipotez reddedilmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Kültür turizminin turizm sektörü içerisindeki önemini giderek arttığı bir dönemde Türkiye’de halen kitle turizmi sektörün önemli bir kısmını oluşturmakta, kitle turizminin doğurduğu sakıncalar ve yarattığı olumsuzluklar özellikle kıyı bölgelerde en başta çevresel sorunlar olmak üzere kendisini göstermektedir.

Kültür turizminin bir alt ögesi olan müze turizmi açısından Türkiye zengin bir kültürel mirasa sahip bir ülke olarak bu alandaki potansiyelini yeterince kullanamamaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı’na bağlı (kamu sahipliğindeki) müzelerin sayısı 188 adetken Türkiye’ye gelen turistlerin sadece ¼’ü bu müzeleri ziyaret etmektedir. Örneğin 2007 yılında toplam turistlerin ¼’ü (5.872.034 kişi) müzeleri ziyaret etmiş, bu ziyaretçilerin 1.287.796’sı Topkapı Sarayı Müzesi’ni, 1.290.600’ü Ayasofya Müzesi’ni, 260.222 kişi ise Mevlana Müzesi’ni ziyaret etmiştir. Toplam 188 adet müze varken sadece bu üç müzenin toplam ziyaretçi sayısının, tüm müzelerin toplam ziyaretçi sayısının %48’ini oluşturması dikkat çekmektedir. Aynı şehir içindeki müzeler için de durum aynı şekildedir. Topkapı Sarayı’nın yanında olan ve koleksiyonunda eşsiz arkeolojik eserleri barındıran İstanbul Arkeoloji Müzesi, Topkapı Sarayı Müzesi ziyaretçi sayısının 1/10’u kadar ziyaretçiyi ağırlamaktadır. Çalışmada anket yöntemi ile müze ziyaretçilerinden bilgi alınmış ve müze turizmini artırmak için önerilerde bulunmak amaçlanmıştır.

Araştırmanın önemli bulgularından birisi, müzelerin, gidilen yabancı ülkelerde birincil çekim unsurlarından olduğudur. Araştırmaya katılanların “gittiğim yabancı ülkelerdeki müzeleri ziyaret ederim” ifadesi, katılım derecesi 4,53 ile en yüksek katılım düzeyine ulaşan ifadelerdendir. Katılımcıların %61,1’i bu ifadeye kesinlikle katılıyorum derken, %24,8’i katılıyorum demişlerdir. Bu veri ışığında yabancı bir ülkedeki müzenin, turistler için birincil önemde çekicilik unsuru olduğunu söylemek mümkündür. Araştırmaya katılanların “yaşadığım yerin yakınındaki müzeleri ziyaret ederim” ifadesine katılım derecesi de 3,76 ile yüksek bir katılım düzeyine ulaşan ifadelerdendir. Bir önceki ifade ile birlikte değerlendirildiğinde bir turistin yaşadığı yerin yakınındaki müzeyi ziyaret etmeye nazaran gittiği başka ülkedeki müzeyi ziyaret etmeye daha fazla önem verdiği söylenebilir. Bu durum müzelerin turizm ve turist açısından önemini ortaya koymaktadır.

Müze ziyaretçilerinin Türkiye'ye gelen turistlerin ortalamasına göre daha yüksek gelir ve eğitim düzeyine sahip olduğu görülmektedir. Örneğin araştırmaya katılan ziyaretçilerin %81'den fazlası üniversite, yüksek lisans ve doktora düzeyinde eğitime sahiptir. Türkiye'ye gelen turistlerin eğitim durumu göz önüne alındığında, üniversite ve daha yüksek düzeyde eğitime sahip turistlerin, toplam turistlere oranı %51'dir. Bu iki veri birlikte değerlendirildiğinde, müzelere gelen turistlerin daha yüksek eğitim düzeyine sahip kişiler olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu anlamda kültür turizmi genelinde müze turizmine önem verilmesi, turizm gelirlerinin artırılması için gereklidir.

Araştırmadan ortaya çıkan bulgulara göre tatilde yapılan faaliyetlerden olan "tarihi yerleri (müzeleri, sarayları vs.) gezmek" faaliyetine 50'nin üzerindeki yaş grubunca daha fazla önem verilmektedir. Bu faaliyete verilen önem derecesi ise yaş grubu büyüdükçe artmaktadır. Bu yaş grubunda bulunan kişiler ailevi sorumlulukları da azalmış ve boş zamanları daha fazla olan üçüncü yaş grubu turistlerdir. Özellikle turizmi tüm mevsimlere yaymak için önemli bir grubu teşkil eden bu turistlere yönelik olarak müze turizmini tanıttıkları faaliyetlere girişmek yerinde olacaktır.

Katılımcılar, tarihi yerleri gezmek kadar deniz ve doğa turizmine de önem verdiklerini belirtmişlerdir. Tarihi yerleri gezmeye verilen önem en yüksek ortalamaya (4,52) sahiptir. Müze ziyaretçilerinin büyük bir kısmı bu faaliyete oldukça önem verdiklerini belirtmişlerdir. Doğa gezilerine katılmak da ortalamanın üzerinde (3,30) önem atfedilen faaliyet olarak ortaya çıkmaktadır. Katılımcılar tatilde yaptıkları faaliyetlerden denizde veya plajda eğlenmeye ortalama bir önem (3,00) atfetmişlerdir. Bu da turizm paketi hazırlanırken hep aynı faaliyet yerine birden çok turizm faaliyetini kapsayacak şekilde paketler hazırlanması gerektiğini, turizm çeşitlendirilirken tur paketlerinin de çeşitlendirilmesi gerektiğini göstermektedir³⁴. Örneğin yaylaları ile meşhur Karadeniz

³⁴ Bölge içerisindeki benzer yerlerin bağlanarak sunulması her zaman başarılı bir strateji olmamaktadır. Hollanda'da Haarlem, Leiden, Delft, Dordrecht ve Schiedam şehirleri "tarihi şehirler" başlığı altında turizme sunulmuştur. Dört yıl sonra istenen sonuç elde edilemediğinden proje durdurulmuştur. Şehirlerden birisini ya da en fazla ikisini ziyaret eden kültürel turistler paket içerisindeki diğer şehirlere gitmeyi çekici bulmamışlardır. Çünkü tüm şehirlerin birbirine benzediğini anlayan turistler daha fazla şehir görmek istememişlerdir. İlginç bir şekilde bu beş şehirden birisi olan Delft daha sonra komşu şehir olan ancak tamamen farklı kültürleri sergileyen Rotterdam ile birlikte sunulmuş ve başarılı olmuştur. Burada anahtar nokta benzer kültürlerin büyük bir alanı kapsayacak şekilde değil de küçük bir alan içerisinde sergilenmesidir (OECD, 2009: 57).

Bölgesi'nde turistler hem tarihi yerleri ziyaret etme, hem denize girme hem de doğa gezisinde bulunma imkanına sahip olacaklardır.

Tur operatörleri Türkiye turizminde önemli bir yere sahiptir. Türkiye'ye gelen tüm turistlerin yarıya yakını tur operatörleriyle gelirken, araştırmaya katılanların da %34'ü Türkiye'ye bu yolla geldiğini belirtmişlerdir. Ayrıca Türkiye'ye tur operatörüyle gelen turistlerin %95'i de yine müzeye tur operatörü aracılığıyla gelmiştir. Bu turistlerin %87'si de müzeyi tur rehberlerinden öğrendiklerini belirtmişlerdir. Veriler birlikte değerlendirildiğinde müzelere turist getirmede tur operatörlerinin önemi ortaya çıkmaktadır. Yukarıda açıklanan nedenlerle Kültür ve Turizm Bakanlığı ve müze müdürlüklerinin tur şirketleriyle iletişimini güçlendirerek müze turizmini geliştirmesi mümkündür.

Müzeye gelenlerin Türkiye'ye geliş nedenleri arasında tatil %81,9 ile ilk sırada yer alırken toplantı ve konferans (%7,5), akraba ziyareti (%5,7), eğitim (%3,5) gibi nedenlerle ülkeye gelmiş olanlar da müzeleri ziyaret etmektedirler. Sonuç olarak müze ziyareti sadece tatilde yapılan bir faaliyet değil ne sebeple olursa olsun yabancı ülkeye gidildiğinde yapılan bir faaliyet olarak değerlendirilebilir. Bu da hedef ziyaretçi kitlesinin sadece tatilciler değil tüm turistler olarak belirlenmesini gerektirmektedir.

Araştırmadan çıkan diğer bir sonuç katalog, broşür, kitap gibi araçların müzelerden haberdar etmede önemli bir araç olduğudur. Araştırmaya katılanların %55,2'si müzeyi bu araçlar yolu ile öğrendiğini belirtmişlerdir. Müzeden arkadaş veya akrabasının tavsiyesi üzerine haberdar olan ziyaretçilerin oranı ise %24,4'dür. Katalog, broşür, kitap gibi tanıtım araçları otellere dağıtılarak konferans veya toplantı için ülkeye gelmiş olanların, üniversitelerde özellikle Erasmus öğrencilerine kayıt sırasında verilerek eğitim amaçlı olarak Türkiye'ye gelenlerin, hatta yabancı turistlerin Türkiye'ye girişte en sık kullandığı hava alanlarına dijital kent bilgi bankaları içerisinde müzelere yer verilerek bu yolla ülkeye gelenlerin müzelerden haberdar olması sağlanabilir. Bu da kurumlar (Kültür ve Turizm Bakanlığı, Üniversiteler, Ulaştırma Bakanlığı) ve sektörler (kamu-özel) arası eşgüdümü gerektirmektedir.

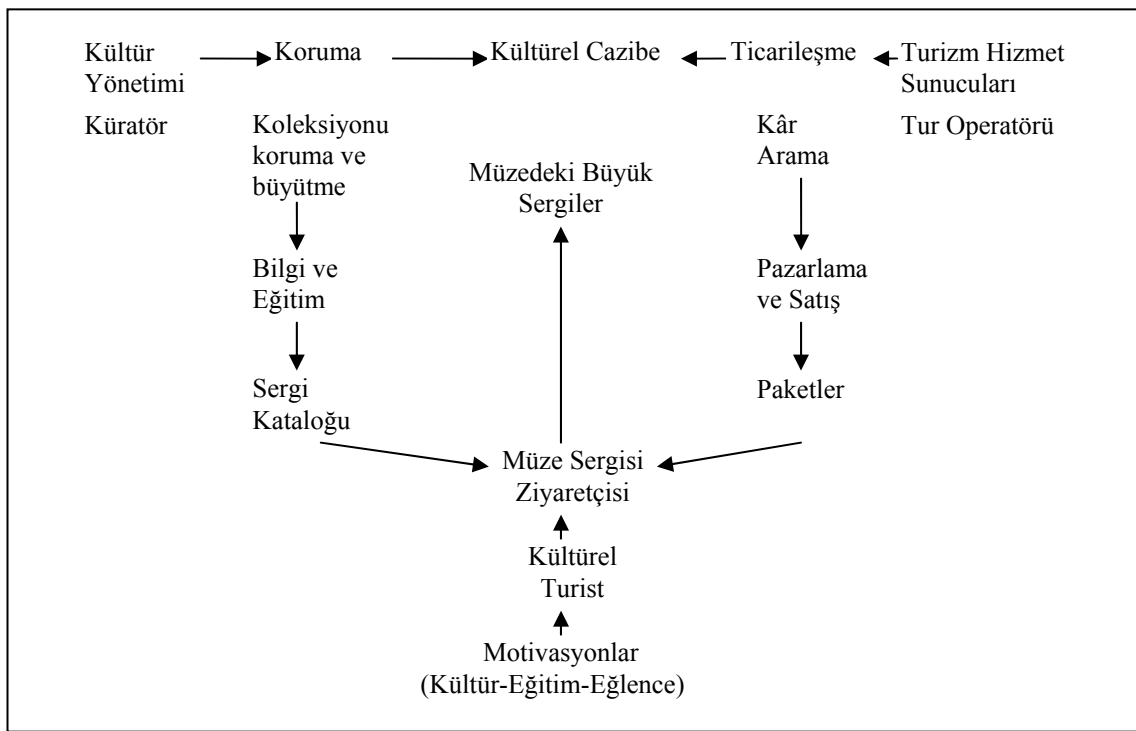
Müze turizmi konusunda bir başka husus da aynı şehirdeki bazı müzeler çok ilgi görürken (Topkapı Sarayı Müzesi - İstanbul Arkeoloji Müzesi karşılaştırması gibi) bazılarının çok az sayıda ziyaretçiye sahip olmasıdır. Bunun arkasında yatan ilgi

çekmeme, hepsinin ayrı ayrı ücretli olması gibi nedenler olması muhtemel olmakla birlikte en azından ücret etkenini ortadan kaldıracak için yerli ziyaretçilere yönelik uygulanan müze kart uygulamasına benzer bir uygulamanın yabancı ziyaretçilere yönelik ancak dar kapsamlı olarak uygulanması etkili olabilir. Araştırmaya katılanların “müze giriş ücreti önemlidir” ifadesine katılım düzeyi de ortalamanın üzerinde bir değer almıştır (3,22). Katılımcıların %26’sı bu ifadeye “katılıyorum” derken, %44’ü de “ne katılıyorum ne katılmıyorum” seçeneğini işaretlemişlerdir. Türkiye’de müzeler çoğunlukla giriş ücretleri ile gelir sağlamaktadır. Ancak bu ücret belirlenirken müze tanımında da yer aldığı gibi kârlılık amacı güdülmeden ve müzenin asıl amacının kâr etmek olmadığı unutulmadan uygun fiyatlar belirlenmelidir. Şöyle ki yabancı turistlere (iki ya da üç müze ücreti bedelinde) verilecek İstanbul Müze Kart şeklindeki bir kart ile ziyaretçilerin 10’dan fazla müzeyi bu kart ile ziyaret etmesi mümkün kılınabilir. Kısacası şehirdeki müzelerin ziyaretçisini artırmaya yönelik şehir müze kartları uygulamasına geçilebilir.

Araştırmaya katılan ziyaretçilerin %57,5’inin aynı şehirde başka bir müzeyi ziyaret ettiği ya da edeceğini belirtmiştir. Bu da bir müze ziyaretçisinin potansiyel olarak başka bir müzenin de ziyaretçisi olduğunu ortaya koymaktadır. Müzelere konulacak diğer müzelere ilişkin tanıtım broşürleri ile bu potansiyel diğer müzelere yönlendirilebilir.

Araştırmaya katılanların “özel sergi/konferans/etkinlik olduğunda müzelere giderim” ifadesine katılım derecesi 3,91 ile ortalamanın üstünde bir katılımı ifade etmektedir. Katılımcıların %27,8’i bu ifadeye kesinlikle katılıyorum derken, %45,1’i katılıyorum demişlerdir. Bu durum müzelerde düzenlenecek farklı kültürel etkinliklerin ve özel bir takım sergilerin müzelere yabancı ziyaretçi çekmek açısından etkili bir yol olduğunu Bu soruyla bağlantılı olarak “müzelerin düzenlenen kültürel etkinlikler önemlidir” ifadesine katılım derecesi de benzer şekilde ortalamanın üzerinde (3,55) bir değer almıştır. Bu verilerden yola çıkarak hem daha önce müzeyi ziyaret etmiş turistlerin hem de hiç ziyaret etmemiş turistlerin ilgisini müzeye çekmek amacıyla değişik sergiler düzenlenebileceği ortaya çıkmaktadır. Aşağıda Şekil 13’de sergi gibi kültürel etkinliklerle turizm arasındaki ilişki gösterilmektedir. Bu bağlamda başka ülkeler ile anlaşmalar yapılarak o ülkelerdeki müzelerden eserler getirilip sergilenebilir. Hatta Türkiye’deki eserler de diğer ülkelerdeki müzelerde sergilenebilir. Örneğin yakın

zamanda gerçekleşen “Türkler: Bin Yıllık Yolculuk (600-1600)” isimli sergi 8 Ocak 2005 - 12 Nisan 2005 tarihleri arasında İngiltere’nin Londra kentinde Royal Academy of Arts’da düzenlenmiş ve büyük ilgi görmüştür. “Moskova: Kremlin Sarayı Hazinesi Topkapı Sarayı’nda” isimli sergi de Topkapı Sarayı’nda sergilenmiş ve 12 Mart 2010 – 7 Haziran 2010 tarihleri arasında ziyaretçilerin beğenisine sunulmuştur. Ancak, bu tür sergilerin ziyaretçisi az olan müzelerde sergilenmesi daha uygun bir yöntemdir. Yukarıda bahsedilen serginin Topkapı Sarayı gibi taşıma kapasitesini aşmış bir müze yerine, hemen yanındaki Arkeoloji Müzesi’nde sergilenmesi Topkapı Sarayı’nın ziyaretçi fazlalığı sorununa çözüm olurken, aynı zamanda Arkeoloji Müzesi’nin ziyaretçi azlığı sorununa da çözüm olacaktır.



Şekil 13: Kültürel Turizmdeki Çekimin Müze Sektörüne Uygulanması

Kaynak: Munsters, 2001: 105.

Araştırmanın ortaya koyduğu diğer bir bulgu ise kafeterya, restoran gibi müze içerisinde bulunan alanların ziyaretçiler için önemli olmadığıdır. Son dönemlerde “yaşayan müzeler” başlığı altında önerilen ve bu gibi alanların müzelere daha fazla ziyaretçi çekeceği anlayışının yabancı ziyaretçiler için pek de geçerli olmadığı görülmektedir. Ancak, yaşadığı şehirdeki müzeyi sadece bir kere gidip görmüş olan ve tekrar ziyaret etmeyi de düşünmeyen yerli ziyaretçileri müzeye tekrar çekebilmek için yukarıda bahsedilen geçici sergilerde olduğu gibi bu sosyal alanlar da önemli olabilir. Bu

çalışmanın sonucunda bu husus da yerli ziyaretçilere yönelik başka bir araştırma konusu olarak ortaya çıkmıştır.

Araştırmaya katılanların “müzeleri ziyaret etmektense web sayfalarını ziyaret ederim” ifadesine katılım derecesi oldukça düşüktür (1,85). Bu veri son zamanlarda Kültür ve Turizm Bakanlığı’na bağlı müzelerde de uygulamaya konulan 360 derece panoramik görüntülü sanal müzelerin ya da müze ve eserler hakkında bilgi veren müze web sayfalarının ziyaretçilere müze ziyareti ile aynı deneyimi yaşatmadığını göstermektedir. Katılımcıların sadece %2,5’i bu ifadeye “kesinlikle katılıyorum” derken, %4,4’ü de “katılıyorum” demişlerdir. Sanal müze uygulamasının müzelerin ziyaretini ikame mi ettiği, yoksa müze ziyaretini tamamlayıcı bir husus mu olduğu bu alanda yapılacak spesifik bir araştırma ile ortaya konulabilir.

Ayrıca İstanbul Topkapı Saray Müzesi’nde katılımcılardan 207 kişi arkeoloji müzelerinden hoşlandığını belirtmesine rağmen sadece bu kişilerin %39,6’sı (82 kişi) İstanbul Arkeoloji Müzesi’ni ziyaret edeceğini/ettiğini belirtmiştir. Bilindiği üzere İstanbul Arkeoloji Müzesi, Topkapı Saray Müzesi’nin hemen yanında yer almaktadır. Ziyaretçilerin arkeoloji müzesini sevmelerine rağmen neden İstanbul Arkeoloji Müzesi’ne gitmeyip Topkapı Saray Müzesi’ne gittiği ise anket sonuçlarından çıkan farklı bir araştırma konusudur.

Son olarak şu hususu belirtmekte fayda vardır: Kültür ve Turizm Bakanlığı’nca 2007 yılına kadar yerli ve yabancı ziyaretçi sayılarına ilişkin olarak ayrı istatistiki veriler tutulmuştur. Bu veriler, yerli ziyaretçiye farklı, yabancı ziyaretçiye farklı bilet satıldığı için bu biletlerin satış rakamına göre derlenmiştir. Ancak, 2007 yılından sonra her iki ziyaretçi türü de aynı ödemeyi yaparak müzeleri ziyaret etmeye başladığından aynı tür biletler satılmaya başlanmıştır. Bu nedenle 2007 yılı sonrası için yerli-yabancı ziyaretçi sayılarına ilişkin ayrı istatistiki veriler bulunmamaktadır. Ancak, bu alanda yabancı müze ziyaretçilerine yönelik araştırmaların yapılabilmesi için Kültür ve Turizm Bakanlığı’nca farklı ücretlendirme şeklinde olmasa da ayrı bir yöntemle, örneğin ücret farklılığı olmaksızın yerli ziyaretçiye farklı, yabancı ziyaretçiye farklı bilet satılarak yabancı müze ziyaretçilerin sayısını gösteren verilerin tutulması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Ateşoğlu, L. (2006). *Avrupa Birliği Turizm Politikası ve Avrupa Birliği ve Türkiye Turizm Sektörleri Üzerine Etkileri*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı, Muğla.
- Avcıkurt, C. (2008). *Turizm Sosyolojisi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Baş, T. (2006). *Anket: Nasıl Hazırlanır? Nasıl Uygulanır? Nasıl Değerlendirilir*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Boyar, H. (2006). *Bilgi Toplumu Oluşumu ve Küreselleşmenin Kentsel Mekana Etkilerinde Müzeler Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Şehir ve Bölge Planlama Anabilim Dalı, Ankara.
- Coşkun, İ.O. (2004) *Turizm Politikası ve Planlaması İçin En Uygun Talep Öngörü Yönteminin Belirlenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm ve Otel İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Eskişehir.
- Çımat, A. ve Bahar, O. (2003). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme. *Akdeniz Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 6, 1-18.
- Devlet Planlama Teşkilatı (1973) *Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı (1973-1977)*. Erişim: 03 Nisan 2009, <<http://ekutup.dpt.gov.tr/plan/plan3.pdf>>
- Devlet Planlama Teşkilatı (1985) *Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1985-1989)*. Erişim: 03 Nisan 2009, <<http://ekutup.dpt.gov.tr/plan/plan5.pdf>>
- Devlet Planlama Teşkilatı (2001) *Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (2001-2005)*. Erişim: 03 Nisan 2009, <<http://www.dpt.gov.tr/DocObjects/Download/1969/plan8.pdf>>

- Devlet Planlama Teşkilatı (2007). *Çevre Özel İhtisas Komisyonu Raporu*. Erişim: 12 Mayıs 2009, <<http://www.dpt.gov.tr/DocObjects/Download/3192/oik688.pdf>>
- Devlet Planlama Teşkilatı (2007). *Dokuzuncu Kalkınma Planı: Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu*. Erişim: 12 Mayıs 2009, <<http://ekutup.dpt.gov.tr/turizm/oik601.pdf>>
- Devlet Planlama Teşkilatı (2009). *Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013) 2009 Kalkınma Programı*. Erişim: 03 Nisan 2009, <<http://www.dpt.gov.tr/DocObjects/Download/3835/2009.pdf>>
- Doğan, E. (2009). *Tüketim Toplumunda Müzelerde Yaşanan Değişimlerin Devlet Müzeleri ve Özel Müzeler Bağlamında Değerlendirilmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sanat Tasarım Anasanat Dalı, İstanbul.
- Emekli, G. (2005). Avrupa Birliği'nde Turizm Politikaları ve Türkiye'de Kültürel Turizm. *Ege Coğrafya Dergisi*, 14, 99-107.
- Emekli, G. vd (2006). Turizmde Küreselleşmeye Coğrafi Yaklaşımlar. *Ege Coğrafya Dergisi*, 15, 1-16.
- Gökçe, F. (2006). *Yerel Destinasyonlarda Turizm Potansiyelinin Belirlenmesinde SWOT (FÜTZ) Analizi Tekniği: Giresun Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm ve Otel İşletmeciliği Anabilim Dalı, Hatay.
- Günal, V. vd. (2009). Türkiye'ye Yönelik Kültürel Turizm Turları ve Başlıca Güzergahlar. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), 275-298.

- Günay, S. (2007). Gelişmekte Olan Çorum Turizmi: Büyük Potansiyel Yetersiz Tanınmışlık ve Umut Veren Turist Tatmini. *Ege Coğrafya Dergisi*, 16, 87-101
- Herreman, Y. (1998). Museums and Tourism: Culture and Consumption. *Museum International*, (50)3, 4-12.
- ICOM (2004). *Running a Museum: A Practical Handbook*. Paris: International Council of Museums.
- İsmayilov, N. G. (2007). *Modern Sanat Müzeleri ve Toplum İlişkisi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Plastik Sanatlar Anabilim Dalı, İstanbul.
- Jollife, L. and Smith, R. (2001). Heritage, Tourism and Museums: The Case of the North Atlantic Islands of Skye, Scotland and Prince Edward Island, Canada. *International Journal of Heritage Studies*, (7)2, 149-172.
- Karabıyık, A. (2007). *Çağdaş Sanat Müzeciliği Kapsamında Türkiye'deki Müzecilik Hareketlerine Bir Bakış*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Resim Anabilim Dalı, Erzurum.
- Kelkit, A. (2003). Çanakkale İlinin Turizm Potansiyeli ve Çeşitlendirilmesi. *Selçuk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 17(31), 18-23.
- Kızılırmak, İ. Kurtuldu, H. (2005). Kültürel Turizmin Önemi ve Tüketici Tercihlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Çalışma. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 100-120.
- Kozak, N. (2008). *Genel Turizm Bilgisi*. Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Kozak, N. vd (2008). *Genel Turizm: İlkeler ve Kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Kozak, M. A. ve Bahçe, S. (2009) *Özel İlgi Turizmi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Köybaşı, N. (2006). *Boş Zaman Sosyolojisi ve Bos Zamanları Değerlendirme Aracı Olarak Dinlence Turizmi ve Kültür Turizmine Katılan Yerli Turistlerin Karşılaştırmalı Sosyolojik Analizi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm ve Otel İşletmeciliği Anabilim Dalı, Eskişehir.

Kuter, N. (2007). Çankırı Kenti ve Çevresinin Turizm Açısından Değerlendirilmesi. *Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Bartın Orman Fakültesi Dergisi*, (9)11, 71-77.

Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü (2010). Erişim: 14 Ocak 2010

<<http://www.kulturvarliklari.gov.tr/Genel/BelgeGoster.aspx?F6E10F8892433CFF20F60137B44E34F598A1742808C63DE3>>

Maliye Bakanlığı (2010) Erişim: 20 Mart 2010.

<<http://www.sgb.gov.tr/Ekonomik%20Gstergeler/Temel%20Ekonomik%20G%C3%B6stergeler/Temel%20Ekonomik%20G%C3%B6stergeler.xls>>

Munsters, W.(2001). The Bonnefonten Museum, Maastricht. G. Richards (Ed.). *Cultural Attractions and European Tourism* (s. 93-110). Cambridge: CABI Inc.,

OECD (2008). *Policy Brief: Opening up Trade in Services: Key for Tourism Growth*.

Erişim: 06 Ağustos 2009 <<http://www.oecd.org/dataoecd/38/11/40191324.pdf>>

OECD (2009). *Tourism in OECD Countries 2008: Trends and Policies* [Elektronik Sürüm]. Paris: OECD Publishing

<<http://www.oecd.org/dataoecd/16/59/40181571.pdf>>

OECD (2009). *The Impact of Culture on Tourism* [Elektronik Sürüm]. Paris: OECD Publishing.

<<http://www.oecd.org/dataoecd/35/4/42040208.pdf>>

- Ovalı, P.K. (2007). Kitle Turizmi ve Ekolojik Turizmin Kavram, Mimari ve Çevresel Etkiler Bakımından Karşılaştırılması. *Yıldız Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 2(2), 64-79.
- Özcan, E. (2005). Bolu İlinde Turizmi Etkileyen Faktörler İle Doğal, Tarihi ve Kültürel Turizm Değerleri. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, (25)1, 55-75.
- Özgören, F. (2007). *Boş Zaman Pazarlaması ve Müzecilikte Bir Uygulama*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Üretim Yönetimi ve Pazarlama Bilim Dalı, İstanbul.
- Özkan, N.E. (2005). *Koruma ve Kültür Turizmi Bağlamında İstanbul Tarihi Yarımada'da Bizans Dönemi Mimarisinin Değerlendirilmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Mimarlık Röleve ve Restorasyon Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Sarı, C. (2008). Antalya'nın Alternatif Turizm Kaynakları, Planlama Yaklaşımları ve Öneriler. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 8(16), 12-45.
- Sarkım, M. (2008). Değişen Seyahat Eğilimleri Kapsamında Sürdürülebilir Turizm Anlayışının Turizm Politikalarına Etkileri. 2. *Ulusal İktisat Kongresi:20-22 Şubat 2008 – İzmir: Bildiriler* (s.1-11). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Yayını.
- Sivil, İ.H. (2007). *Avrupa Birliği Turizm Politikaları ve Türkiye Turizmi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Coğrafya Ana Bilim Dalı, Elazığ.
- Smith, S.L.J. (1989). *Tourism Analysis a Handbook*. Longman Scientific & Technical, New York: John Wiley & Sons, Inc.

Soyak, A. (2006). *Turizm Bağımlılık İlişkisi ve Anklav Turizm*.

<<http://mimoza.marmara.edu.tr/~asoyak/turizm.bagimlilik.iliskisi.pdf>>

Taşkın, S. (1993). Zeus Sunağı. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi* (36)2, 379-387.

T.C. Kültür Bakanlığı (2002). *Türkiye Müzeleri*. Kültür Bakanlığı Yayınları: Ankara.

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2007). *Türkiye Turizm Stratejisi 2023*. Erişim: 02 Temmuz 2009,

<http://www.sp.gov.tr/documents/Turizm_Strateji_2023.pdf>

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2009-a). Erişim: 23 Mart 2010,

<<http://www.kultur.gov.tr/TR/dosyagoster.aspx?DIL=1&BELGEANAH=239492&DOSYASIM=tibtesis2007.rar>>

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2009-b). Erişim: 23 Mart 2010,

<<http://www.kultur.gov.tr/TR/Yonlendir.aspx?F6E10F8892433CFF2B81939FD5B60AFA4F81ED62E0BCB915>>

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2009-c). Erişim: 05 Haziran 2009,

<<http://www.kultur.gov.tr/TR/Genel/dg.ashx?DIL=1&BELGEANAH=265644&DOSYASIM=sinir2008.rar>>

T.C. Turizm Bakanlığı (1999). *Turizm Terimleri Sözlüğü*. Turizm Bakanlığı Yayınları: Ankara.

The Gallup Organization (2009). *Survey on the Attitudes of Europeans Towards Tourism*. Erişim: 06 Şubat 2010.

<http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/document.cfm?action=display&doc_id=5503&userservice_id=1>

THE GUARDIAN (2009). Erişim: 11 Aralık 2009

<<http://www.guardian.co.uk/artanddesign/2009/feb/26/uk-museums-galleries-visitor-numbers>>

- Tokmak, C. (2008). *Sürdürülebilir Turizm Açısından Taşıma Kapasitesi: Topkapı Sarayı Örneği*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Eğitimi Ana Bilim Dalı, Ankara.
- Tuyluoğlu, T. (2003). *Türkiye’de Turizm Eğitiminin Niteliği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, Ankara.
- Türkiye İstatistik Kurumu (2009). *Turizm İstatistikleri*. TÜİK Yayınları: Ankara.
- Türkiye İstatistik Kurumu (2009-a). *Kültür İstatistikleri*. TÜİK Yayınları:Ankara.
- UNESCO (2006) *Tourism, Culture and Sustainable Development* [Elektronik Sürüm]. Paris: UNESCO Publishing.
<<http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001475/147578e.pdf>>
- UNESCO (2009) *Sustainable Tourism Development in UNESCO Designated Sites in South-Eastern Europe*. Erişim: 04 Ocak 2010.
<http://portal.unesco.org/en/files/45255/124102867315UNESCO_WHC_Workshop_Introduction_Sustainable_Tourism.doc/UNESCO_WHC_Workshop_Introduction_Sustainable_Tourism.doc>
- Urry, J. (2009) *Turist Bakışı* (E. Tataroğlu, İ. Yıldız, Çev.) Ankara: Bilgesu Yayıncılık
- Usta, Ö. (1988). *Turizm: Turizm Olayına ve Turizm Politikalarına Yapısal Yaklaşım*. İstanbul: Sümül Basımevi.
- Uygun, S. M. Baykan, E. (2007). Kültür Turizm ve Turizmin Kültürel Varlıklar Üzerindeki Etkileri. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (1)2, 30-49.

Ünal, A.B. (2007). *Türkiye'nin Avrupa Birliği Turizm Politikasına Uyumu*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Avrupa Birliği İlişkileri Bölümü, İstanbul.

WB (2006). Proceedings of the Global E-Conference and Summer Speaker Series on the Role of Development Communication in Sustainable Tourism [Elektronik Sürüm]
<<http://siteresources.worldbank.org/EXTDEVCOMMENG/Resources/CommTourism.PDF>>

UNWTO (1995). Technical Manual No-2: Collection of Tourism Expenditure Statistics [Elektronik Sürüm]
<<http://pub.world-tourism.org:81/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/Products/1034/1034-1.pdf>>

UNWTO (1999). Tourism 2020 Vision. [Elektronik Sürüm]
<<http://pub.world-tourism.org:81/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/Products/1243/1243-1.pdf>>

UNWTO (2006). Tourism Market Trends, 2006 Edition Annex-7. Erişim Tarihi: 07 Temmuz 2009
<http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/indicators/ITA_europe.pdf>

UNWTO (2008-a). Tourism Highlights 2008 Edition. Erişim Tarihi: 07 Temmuz 2009
<http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/highlights/UNWTO_Highlights08_en_HR.pdf>

UNWTO (2009). UNWTO World Tourism Barometer, 7 (1). [Elektronik Sürüm]
<http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/barometer/UNWTO_Barom09_1_en_excerpt.pdf>

UNWTO (2010). UNWTO World Tourism Barometer, 8 (1). [Elektronik Sürüm]
<http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/barometer/UNWTO_Barom10_update_april_en_excerpt.pdf>

Yağcı, Ö. (2007). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Yeşiltaş, M ve Öztürk, İ. (2008). Bölgesel Kalkınma Çerçevesinde Alternatif Turizm Faaliyetlerine Yönelik Bir Değerlendirme: Sivas Örneği. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, (9)1, 1-18.

EK 1: Türkçe Anket Örneği

Bu anket, Hacettepe Üniversitesi Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü'nde hazırlanan bir yüksek lisans tezine veri sağlamak amacıyla yapılmaktadır. Yanıtlarınız toplu halde değerlendirilecek ve kimliğiniz açığa çıkmayacak biçimde kullanılacaktır. Katkınız için çok teşekkür ederiz.

Yaşınız:

- 20'den küçük
 21-30
 31-40
 41-50
 51-60
 60'dan büyük

Cinsiyetiniz:

- Kadın
 Erkek

Uyruğunuz:

- TC
 Alman
 İngiliz
 Rus
 Diğer (Lütfen belirtiniz).....

İkametiniz:

- TC
 Almanya
 İngiltere
 Rusya
 Diğer (Lütfen belirtiniz).....

Eğitim Durumunuz:

- İlköğretimi bitirmemiş
 İlköğretim
 Lise
 Üniversite
 Yüksek Lisans veya Doktora

Aylık Geliriniz:

- 1000 ABD Doları'ndan az
 1000-2000 ABD Doları
 2000-5000 ABD Doları
 5000 ABD Doları'ndan fazla

Türkiye'ye geliş nedeniniz

- Tatil
 Akraba veya arkadaş ziyareti
 Alışveriş
 Toplantı, konferans
 Ticaret

1-Türkiye'yi kaçınıcı kez ziyaret ediyorsunuz?

1.
 2.
 3.
 Daha fazla (Lütfen belirtiniz).....

2-Türkiye'ye nasıl geldiniz?

- Tur organizasyonu ile birlikte
- Bireysel olarak

3-Tatile gittiğiniz yerde yaptığınız faaliyetleri önem derecesine göre belirtiniz.

(5 Çok önemli, 4 Önemli, 3 Ne Önemli Ne Önemsiz, 2 Önemli Değil, 1 Hiç Önemli Değil)

	Çok önemli 5	Önemli 4	Ne önemli ne önemsiz 3	Önemli değil 2	Hiç önemli değil 1
Denizde veya plajda eğlenmek	5	4	3	2	1
Fuarları gezmek	5	4	3	2	1
Festivallere katılmak	5	4	3	2	1
Tarihi yerleri (müzeler, saraylar vs) gezmek	5	4	3	2	1
Sportif faaliyetlerde (av, golf, kayak vs) bulunmak	5	4	3	2	1
Doğa gezisine (kamp, yayla vs) katılmak	5	4	3	2	1

4- Bu şehri kaçınıcı kez ziyaret ediyorsunuz?

1.
2.
3.

Daha fazla (Lütfen belirtiniz).....

5- Bu müzeyi kaçınıcı kez ziyaret ediyorsunuz?

1.
2.
3.

Daha fazla (Lütfen belirtiniz).....

6- Bu şehirde ziyaret ettiğiniz veya edeceğiniz diğer müzeler hangileri? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)

- Arkeoloji Müzesi
- Ayasofya Müzesi
- Kariye Müzesi
- Mozaik Müzesi
- Fethiye Müzesi
- Türk ve İslam Eserleri Müzesi
- Hisarlar Müzesi
- Yıldız Sarayı Müzesi
- Diğer (Lütfen belirtiniz).....
- Yok

7- Bu müzeden nasıl haberdar oldunuz?

- Radyo, televizyon
- Kitap, broşür, ilan, katalog,
- Arkadaş veya akraba tavsiyesi
- İnternet, e-posta

Diğer (Lütfen belirtiniz).....

8- Bu müzeye nasıl geldiniz?

- Tur organizasyonu ile birlikte
- Bireysel olarak

9- Müzeleri ziyaretine ilişkin alışkanlıklarınızı her bir ifadeye katılma derecenize göre belirtiniz?
 (5 Kesinlikle katılıyorum, 4 Katılıyorum, 3 Ne katılıyorum ne katılmıyorum, 2 Katılmıyorum, 1 Kesinlikle katılmıyorum)

	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
	5	4	3	2	1
Yeni bilgiler edinmek için Müzelere giderim	5	4	3	2	1
İnsanlarla sosyal etkileşimde bulunmak için müzelere giderim	5	4	3	2	1
Yeni deneyimler edinmek için müzelere giderim.	5	4	3	2	1
Tur programı içerisinde yer aldığında müzelere giderim.	5	4	3	2	1
Müzenin kafeteryasını/restoranını kullanmak için müzelere giderim.	5	4	3	2	1
Boş zamanımı değerlendirmek için müzelere giderim.	5	4	3	2	1
Arkadaşlarımı veya yakınlarımı gezdirmek için	5	4	3	2	1
Özel sergi/konferans/etkinlik olduğunda müzelere giderim	5	4	3	2	1
Gittiğim yabancı ülkelerdeki müzeleri ziyaret ederim.	5	4	3	2	1
Yaşadığım yerin yakınındaki müzeleri ziyaret ederim.	5	4	3	2	1
Müzeleri ziyaret etmektense müzelerin web sayfalarını ziyaret ederim	5	4	3	2	1
Müzedeki sergilenen eserler önemlidir.	5	4	3	2	1
Müzedeki rehberlik hizmeti önemlidir.	5	4	3	2	1

Müze binası önemlidir.	5	4	3	2	1
Müzeden düzenlenen kültürel etkinlikler önemlidir.	5	4	3	2	1
Müze kafeteryası/restoranı önemlidir.	5	4	3	2	1
Müzenin giriş ücreti önemlidir.	5	4	3	2	1

10-Hangi sıklıkla müzeleri ziyaret edersiniz?

- 5 yıldan uzun aralıklarla
- 3-5 yılda 1
- 2 yılda 1
- Yılda 1
- Yılda 2-3
- Yılda 3'den fazla.

11-Hangi tür müzeler ilginizi çeker? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)

- Saray Müzeler
- Arkeoloji Müzeleri
- Etnoğrafya Müzeleri
- Askeri Müzeler
- Sanat Müzeleri
- Teknoloji Müzeleri

EK 2: İngilizce Anket Örneği

This questionnaire is carried out in order to provide data for a postgraduate thesis which is prepared within the body of Political Science and Public Administration Department of Hacettepe University. Your answers will be evaluated collectively and your identity will not be disclosed.

Thank you for your contribution.

Your age:

- Younger than 20
 21-30
 31-40
 41-50
 51-60
 Older than 60

Your sex:

- Female
 Male

Your nationality:

- TR
 German
 English
 Russian
 Other (Please state).....

Your domicile:

- TR
 Germany
 England
 Russia
 Other (Please state).....

Your educational status:

- Not completed elementary education
 Elementary education
 Lyceum
 University
 Postgraduate or Doctorate

Your monthly income:

- Less than 1000 US Dollars
 1000-2000 US Dollars
 2000-5000 US Dollars
 More than 5000 US Dollars

The reason of your visit to Turkey

- Holiday
 Relative or friend visit
 Shopping
 Meeting, conference
 Trading

1-How many times have you visited Turkey?

1.
 2.
 3.

More, (please state).....

2-How did you come to Turkey?

- Together with a touring organization
 Individually

3-Please state the activities (according their significance levels) that you perform at the place for which you have gone for holiday. (5 Very significant, 4 Significant, 3 I consider as neither significant nor insignificant, 2 Not significant, 1 of no significance)

	Very significant 5	Significant 4	I consider as neither significant nor insignificant 3	Not significant 2	Of no significance 1
Enjoying in the sea or at the beach	5	4	3	2	1
Visiting fairs	5	4	3	2	1
Attending festivals	5	4	3	2	1
Visiting historical places (museums, palaces...etc)	5	4	3	2	1
Performing sports activities (hunting, golf, ski...etc)	5	4	3	2	1
Attending nature walk and visit (camp, upland...etc)	5	4	3	2	1

4- How many times have you visited this city?

1.
 2.
 3.

More, (Please state).....

5- How many times have you visited this museum?

1.
 2.
 3.

More, (please state).....

6- Which other museums have you visited or will visit in this city? (You are allowed to tick more than one alternative)

- Archeology Museum
 Hagia Sophia Museum
 Chora Museum
 Mosaics Museum
 Fethiye Museum
 Turkish and Islamic Arts Museum
 Castles Museum
 Yıldız Palace Museum
 Other (Please state).....
 None

7- How have you been aware of this museum?

- Radio, television
- Book, brochure, announcement, catalogue,
- Recommendation of a friend or relative
- Internet, e-mail

Other (Please state).....

8- How did you come to this museum?

- Together with a touring organization
- Individually

9- Please state the reasons of your groove for visiting museums according to your agreement levels for each expression? (5 I certainly agree, 4 I agree, 3 I consider as neither I agree nor disagree, 2 I disagree, 1 I certainly disagree)

	I certainly agree	I agree	I consider as neither I agree or disagree	I disagree	I certainly disagree
	5	4	3	2	1
I visit the museums in order to obtain new information.	5	4	3	2	1
I visit the museums for social interaction with people.	5	4	3	2	1
I visit the museums in order to gain new experiences.	5	4	3	2	1
I visit the museums when it is included to the touring programme.	5	4	3	2	1
I visit the museums in order to utilize from the cafeteria/restaurant of the museum.	5	4	3	2	1
I visit the museums in order to make use of my spare time.	5	4	3	2	1
I visit the museums in order to show around my friends or relatives.	5	4	3	2	1
I visit museums when there is exhibition/conference/activity.	5	4	3	2	1
I visit the museums at foreign countries that I visit.	5	4	3	2	1
I visit the museums nearby the place where I live.	5	4	3	2	1

I visit the web pages of museums rather than visiting them in place.	5	4	3	2	1
Arts exhibited is significant.	5	4	3	2	1
Guidance service rendered at the museum is significant.	5	4	3	2	1
Museum building is significant.	5	4	3	2	1
Cultural activities organized at the museum is significant.	5	4	3	2	1
Museum cafeteria/restaurant is significant.	5	4	3	2	1
Museum admission fee is significant.	5	4	3	2	1

10-How frequently do you visit museums?

- With intervals more than 5 years
- Once in 3-5 years
- Once in 2 years
- Once in a year
- 2-3 times in a year
- More than 3 times in a year

11-What kinds of museums do you find interesting? (You are allowed to tick more than one alternative)

- Palace Museums
- Archeology Museums
- Ethnography Museums
- Military Museums
- Art Museums
- Technology Museums

ЕК 3: Rusça Anket Örneği

Данная анкета составлена на Факультете политических наук и государственного управления Университета Хаджетепе, с целью сбора данных для дипломной работы. Ваши ответы будут оцениваться как групповые, а указанные личные данные не будут приведены в итоговой работе. Благодарим вас за участие в опросе.

Ваш возраст:

- меньше 20-ти
- 21-30
- 31-40
- 41-50
- 51-60
- больше 60-ти

Пол:

- Женский
- Мужской

Гражданство:

- Турецкая Республика
- Германия
- Великобритания
- Россия

Другое (укажите, пожалуйста).....

Место жительства:

- Турецкая Республика
- Германия
- Великобритания
- Россия

Другое (укажите, пожалуйста).....

Ваше образование:

- Не окончил начальную школу
- Начальная школа
- Лицей
- Университет
- Диплом о высшем образовании или ученая степень

Ваш Месячный доход:

- Меньше 1000 долларов США
- 1000-2000 долларов США
- 2000-5000 долларов США
- больше 5000 долларов США

Цель вашего приезда в Турцию

- Отпуск
- Навестить родственников или друзей
- Совершить покупки
- Собрание, конференция
- Коммерция

1- Какой раз вы посещаете Турцию?

1.
 2.
 3.

Гораздо больше (укажите, пожалуйста).....

2- Каким образом вы приехали в Турцию?

- Вместе с туристической группой
 Индивидуально

3- Укажите, в порядке наибольшей для вас важности, виды деятельности, которыми вы занимаетесь в месте проведения отпуска (5 очень важно, 4 важно, 3 безразлично, 2 неважно, 1 совсем неважно)

	Очень важно 5	Важно 4	Безразлично 3	Неважно 2	Совсем неважно 1
Проведение времени на море или пляже	5	4	3	2	1
Посещение ярмарок	5	4	3	2	1
Участие в фестивалях	5	4	3	2	1
Посещение исторических мест (музеи, дворцы и т.п.)	5	4	3	2	1
Активный отдых (охота, гольф, лыжи и т.п.)	5	4	3	2	1
Участие в поездках на природу (туристический лагерь, горы и т.п.)	5	4	3	2	1

4- Какой раз вы посещаете этот город?

1.
 2.
 3.

Гораздо больше (укажите, пожалуйста).....

5- Какой раз вы посещаете этот музей?

1.
 2.
 3.

Гораздо больше (укажите, пожалуйста).....

6- Какие другие музеи вы посетили или собираетесь посетить в этом городе?

(Вы можете отметить несколько музеев)

- Музей археологии
 Музей Аясофья
 Музей Карие
 Музей Мозаики
 Музей Фетхие
 Музей турецкого и исламского искусства
 Музей в крепости
 Музей Йилдыз
 Другие (укажите, пожалуйста).....
 Никаких

7- Каким образом вам стало известно об этом музее?

- Радио, телевидение
- Книга, брошюра, объявление, каталог,
- Совет друга или родственников
- Интернет, e-mail

Другое (укажите, пожалуйста).....

8- Как вы пришли в данный музей?

- Вместе с организованной группой
- Индивидуально

9- В какой степени вы согласны со следующими привычками, относящимися к посещению музея? (5 Абсолютно согласен, 4 Согласен, 3 Безразлично, 2 Не согласен, 1 Абсолютно не согласен)

	Абсолютно согласен 5	Согласен 4	Безразлично 3	Не согласен 2	Абсолютно не согласен 1
Я иду в музей, Чтобы получить новые знания	5	4	3	2	1
Я иду в музей, Чтобы социально общаться с другими людьми	5	4	3	2	1
Я иду в музей, Чтобы приобрести новый опыт	5	4	3	2	1
Я иду в музей, Потому что включено в туристическую программу	5	4	3	2	1
Я иду в музей, Чтобы посетить кафетерий/ ресторан, расположенный в музее	5	4	3	2	1
Я иду в музей, Чтобы с пользой использовать свободное время	5	4	3	2	1
Я иду в музей, Чтобы прогуляться с друзьями или близкими	5	4	3	2	1
Я иду в музей, когда там индивидуальная выставка/ конференция	5	4	3	2	1
Я посещаю музей, когда бываю в других странах	5	4	3	2	1
Я посещаю музей, расположенные рядом с местом жительства	5	4	3	2	1

Вместо того, чтобы идти в музей, я посмотрю веб-сайт музея в интернете	5	4	3	2	1
Выставленные произведения важно	5	4	3	2	1
Услуги гидов музея важно	5	4	3	2	1
Здание музея важно	5	4	3	2	1
Культурная деятельность, важно	5	4	3	2	1
Кафетерий/ ресторан музея важно	5	4	3	2	1
Входная плата в музей важно	5	4	3	2	1

10- Как часто вы посещаете музеи?

- Реже, чем 1 раз в 5 лет
 1 раз в 3-5 лет
 1 раз в 2 года
 1 раз в год
 2-3 раза в год
 больше 3 раз в год

11- Какие виды музеев вас интересуют? (Вы можете отметить несколько музеев)

- Музеи во дворцах
 Археологические музеи
 Этнографические музеи
 Военные музеи
 Художественные музеи
 Музеи технологий

EK 4: Almanca Anket Örneği

Diese Befragung wird ausgeführt, um Daten für eine Masterarbeit zusammenzustellen, die an der Hacettepe Universität, Fachrichtung für Politikwissenschaft und öffentliche Verwaltung geschrieben wird. Ihre Antworten werden gemeinsam mit anderen Antworten verwertet, wobei Ihre Identität geheim bleibt. Vielen Dank für Ihren Beitrag.

Ihr Alter:

- jünger als 20
 21-30
 31-40
 41-50
 51-60
 älter als 60

Ihr Geschlecht:

- weiblich
 männlich

Ihre Staatsangehörigkeit:

- türkisch
 deutsch
 englisch
 russisch
 sonstige (bitte angeben).....

Ihr Wohnsitz:

- Türkei
 Deutschland
 England
 Russland
 sonstige (bitte angeben).....

Ihr Schulabschluss:

- Primarstufe nicht absolviert
 Primarstufe
 Sekundarstufe
 Hochschule
 Master- oder Doktorgrad

Monatliches Einkommen:

- weniger als 1000 US-Dollar
 1000-2000 US-Dollar
 2000-5000 US-Dollar
 mehr als 5000 US-Dollar

Grund Ihres Türkei-Aufenthaltes:

- Urlaub
 Besuch bei Verwandten / Freunden
 Einkauf
 Versammlung, Konferenz
 Handel

1-Zum wievielten Mal kommen Sie jetzt schon in die Türkei?

1.
 2.
 3.

mehr (bitte angeben).....

2-Wie sind Sie in die Türkei gekommen?

- Durch eine Reiseveranstaltung
 Individuell

3-Nennen Sie bitte die Aktivitäten an Ihrem Urlaubsort in der Reihenfolge der Wichtigkeit.

(5 sehr wichtig, 4 wichtig, 3 weder wichtig, noch unwichtig, 2 weniger wichtig, 1 gar nicht wichtig)

	Sehr wichtig 5	Wichtig 4	Weder wichtig, noch unwichtig 3	Weniger wichtig 2	Gar nicht wichtig 1
Spaß am Meer / am Strand	5	4	3	2	1
Besichtigung von Ausstellungen	5	4	3	2	1
Teilnahme an Festivals	5	4	3	2	1
Besichtigung historischer Stätten (Museen, Paläste usw.)	5	4	3	2	1
Sportliche Tätigkeiten (Jagd, Golf, Ski usw.)	5	4	3	2	1
Teilnahme an Naturtouren (Camping, Hochplateaus usw.)	5	4	3	2	1

4- Zum wievielten Mal besuchen Sie diese Stadt?

1.
 2.
 3.

Öfter (bitte angeben).....

5- Zum wievielten Mal besuchen Sie dieses Museum?

1.
 2.
 3.

Öfter (bitte angeben).....

6- Welche sind die übrigen Museen, die Sie in dieser Stadt besucht haben/besuchen möchten?

(Sie können mehrere Kreuze anbringen)

- Museum für Archäologie
 Museum Hagia Sophia
 Chora-Kirche
 Mosaikmuseum
 Museum Pammakaristos
 Museum für türkische u. islamische Werke
 Museum der Festungen
 Museum des Palastes Yıldız
 Sonstige (bitte angeben).....
 keines

7- Wie haben Sie von diesem Museum erfahren?

- Radio, TV
- Bücher, Broschüren, Inserate, Kataloge,
- Ratschlag von Freunden/Verwandten
- Internet, E-Mail

Sonstige (bitte angeben).....

8- Wie sind Sie zum Museum angereist?

- Durch eine Reiseveranstaltung
- Individuell

9-Geben Sie bitte Ihre Angewohnheit des Museumsbesuches jeweils in der Reihenfolge Ihrer Zustimmung zu den angegebenen Gründen an (5 volle Zustimmung, 4 Zustimmung, 3 weder Zustimmung noch Ablehnung, 2 Ablehnung, 1 volle Ablehnung)

	Volle Zustimmung	Zustimmung	Weder Zustimmung, noch Ablehnung	Volle Ablehnung	Ablehnung
	5	4	3	2	1
Ich besuche Museen um sich neues Wissen anzueignen	5	4	3	2	1
Ich besuche Museen um mit den Menschen soziale Interaktion zu betreiben	5	4	3	2	1
Ich besuche Museen um neue Erfahrungen zu sammeln	5	4	3	2	1
Ich besuche Museen weil der Besuch Teil des Programms des Veranstalters ist	5	4	3	2	1
Ich besuche Museen um das Café/Restaurant des Museums zu besuchen	5	4	3	2	1
Ich besuche Museen zur Freizeitverwertung	5	4	3	2	1
Ich besuche Museen um Freunden oder Verwandten Sehenswertes zu zeigen	5	4	3	2	1
Ich besuche Museen wegen besonderen Ausstellungen/ Konferenzen/Veranstaltungen.	5	4	3	2	1
Ich besuche die Museen des Landes, welches ich bereise.	5	4	3	2	1
Ich besuche jene Museen, die nahe an meinem Wohnsitz liegen.	5	4	3	2	1

Ich besuche lieber die Webseiten von Museen, als sie selbst	5	4	3	2	1
Ausgestellte Werke wichtig	5	4	3	2	1
Die Führung im Museum wichtig	5	4	3	2	1
Das Museumsgebäude wichtig	5	4	3	2	1
Kulturelle Veranstaltungen im Museum wichtig	5	4	3	2	1
Café/Restaurant im Museum wichtig	5	4	3	2	1
Eintrittsgebühren wichtig	5	4	3	2	1

10-Wie oft besuchen Sie Museen?

- Mit Abständen von mehr als 5 Jahren
- Alle 3-5 Jahre einmal
- Alle 2 Jahre einmal
- Jedes Jahr einmal
- 2-3 Mal im Jahr
- Öfters als 3 Mal im Jahr

11-Welche Arten von Museen interessieren Sie? (Sie können mehrere Kreuze anbringen)

- Palastmuseen
- Museen für Archäologie
- Museen für Ethnographie
- Militärische Museen
- Kunstmuseen
- Technologiemuseen

EK 5: Fransızca Anket Örneği

Ce sondage est effectué afin de constituer des données pour un Mémoire de Master préparé dans le cadre de la Faculté de Science Politique et Administration publique de l'Université de Hacettepe. Vos réponses seront évaluées de manière groupée et votre identité ne sera point divulguée. Merci de votre participation

Age:

- Moins de 20 ans
 Entre 21-30
 Entre 31-40
 Entre 41-50
 Entre 51-60
 Plus de 60 ans

Sexe:

- Féminin
 Masculin

Nationalité:

- Turque
 Allemande
 Anglaise
 Russe
 Autres (veuillez précisez).....

Niveau d'études :

- Primaire non abouti
 Primaire
 Lycée
 Université
 Master ou doctorat

Revenu mensuel:

- Moins de 1000 dollars américains
 Entre 1000-2000 dollars américains
 Entre 2000-5000 dollars américains
 Plus de 5000 dollars américains

Cause de venue en Turquie:

- Vacances
 Visite familiale ou amicale
 Reunion, Conférence
 Commerce

1-Combien de fois avez -vous visité la Turquie?

1.
 2.
 3.
 Plus (veuillez précisez).....

2-Comment êtes - vous arrivé en Turquie?

- Avec visite organisée
 Individuellement

3-Pouvez-vous préciser selon le degré d'importance des activités que vous avez effectué pendant votre séjour? (5 très important, 4 important, 3 ni important ni sans importance , 2 pas important, 1 pas du tout important)

	Très important 5	Important 4	Ni important ni sans importance 3	Pas important 2	Pas du tout important 1
Distraction en mer ou en plage	5	4	3	2	1
Visite des foires	5	4	3	2	1
Participation au festival	5	4	3	2	1
Visite des lieux Historiques (musée, palais exct...)	5	4	3	2	1
Activités sportives Sportive (chasse, golf, ski exct...)	5	4	3	2	1
Randonnée, visite de la nature (camping, auberge vs)	5	4	3	2	1

4-Combien de fois avez- vous visité cette ville?

1.
2.
3.

Plus (veuillez précisez).....

5-Combien de fois avez -vous visité ce musée?

1.
2.
3.

Plus (veuillez précisez).....

6- Quels sont les musées que vous avez ou que vous allez visité dans cette ville?

- Le musée de la Sainte Sophie
Le musée de la Cathédrale de Khora
Le musée de Mosaiques
Le musée de Fethiye
Le musée des oeuvres turques et islamiques
Le musée de chateaux forts
Le musée du palais de Yıldız
Autres (veuillez préciser).....
Il n'y en a pas

7-Par quel moyen avez -vous été informé de ce musée?

- Radio, télévision
Livre, brochure, annonce, catalogue
Conseil d'un proche ou d'un ami
Internet, e-mail
Autres (veuillez préciser).....

8-Comment êtes-vous venu au musée?

- Avec visite organisée
Individuellement

9- Veuillez préciser vos habitudes relatives aux visites de musées selon le degré d'adhésion aux propositions suivantes? (5 j'adhère absolument, 4 j'adhère, 3 sans avis, 2 je n'adhère pas, 1 je n'adhère absolument pas).

	J'adhère absolument	J'adhère	Ni j'adhère ni je n'adhère pas	Je n'adhère pas	Je n'adhère absolument pas
	5	4	3	2	1
Je visite les musées pour se faire de nouvelles connaissances historiques	5	4	3	2	1
Je visite les musées pour se trouver en interaction sociale avec les individus	5	4	3	2	1
Je visite les musées pour se faire de nouvelles expériences	5	4	3	2	1
Je visite les musées au programme de l'organisation touristique	5	4	3	2	1
Je visite les musées pour le restaurant ou la cafétéria du musée	5	4	3	2	1
Je visite les musées pour faire valoir mon temps libre	5	4	3	2	1
Je visite les musées pour faire visiter à mes proches ou mes amis	5	4	3	2	1
Je vais au musée lorsqu'il s'agit de Exposition spéciale/ conférence/ activités	5	4	3	2	1
Je visite les musées lors de mes visites des pays étrangers	5	4	3	2	1
Je visite les musées proches de mon domicile	5	4	3	2	1
Je visite les sites web des musées au lieu de visiter les musées	5	4	3	2	1
Les oeuvres exposées important.	5	4	3	2	1
Le service de guide dans le musée important.	5	4	3	2	1
L'édifice du musée important.	5	4	3	2	1

Les activités culturelles organisées dans le musée important.	5	4	3	2	1
Le restaurant/ la cafétéria du musée important.	5	4	3	2	1
Les tarifs du musée important.	5	4	3	2	1

10-Quelle est la régularité de vos visites de musées?

- Tous les 5 ans
- 1 fois en 3-5 ans
- 1 fois tous les 2 ans
- 1 fois par an
- 2-3 fois par an
- Plus de 3 fois par an

11- Quelle sorte de musées vous intéresse?

- Les musées de palais
- Les musées d'archéologies
- Les musées d'éthnographies
- Les musées militaires
- Les musées d'arts
- Les musées de Technologies

ЕК 6 : Bulgarca Anket Örneği

Тази анкета се изпълнява с цел да се наберат сведения за дисертация за студенти от Университета Хаджеттепе, отдел Политически Науки и Социално Управление. Отговорите от анкетата ще бъдат използвани сумарно и данни за вашата личност няма да бъдат разпространени. Предварително ви благодарим за вашия принос.

Вашата възраст:

- По малко от 20
- 21 – 40
- 31 – 40
- 41 – 50
- 51 – 60
- По вече от 60

Пол:

- Женски
- Мъжки

Гражданство:

- Турска Република
- Немец
- Англичанин
- Руснак
- Други (моля напишете)

Местожителство:

- Турска Република
- Германия
- Англия
- Русия
- Други (моля напишете)

Образование:

- Незавър. Прогимназия
- Прогимназия
- Гимназия
- Университет
- Висша Специализация или
- Докторат

Месечен доход:

- По малко от 1000 Американски долари
- 1000 – 2000 Американски долари
- 2000 – 5000 Американски долари
- Над 5000 Американски долари

Цел на посещението в Турция:

- Почивка
- Посещение на роднини или приятели
- Покупко продажба
- Събрания и Конференции
- Търговия

1. За кой път сте в Турция?

- 1-ви път
 2-ри път
 3-ти път

2. Като какъв дойдохте?

- По линия на туристическа организация
 По частен път

3. Отбележете степента на значение мероприятията на местопосещението ви. (5. Много важно/4. Важно / 3. Нито важно нито е неважно /2. Не е важно / 1. Никак не е важно)

	5.Мн.В	4.В	3. Нито важно н.	2. Не е важно	1.Никак не е в.
Развлечение на море или на плажа	5	4	3	2	1
Посещение на изложби	5	4	3	2	1
Участие във фестивали	5	4	3	2	1
Посещение на исторически места (музеи,дворци и др)	5	4	3	2	1
Спортивни прояви (лов, голф, ски и др.)	5	4	3	2	1
Походи сред природата (лагеруване, плато и др)	5	4	3	2	1

4. За кой път посещавате тоя град?

- За 1-ви път
 За 2-ри път
 За 3-ти път
 По вече пъти (Моля отбележете)

5. За кой път посещавате този музей?

- За 1-ви път
 За 2-ри път
 За 3-ти път
 По вече пъти
 (Моля отбележете)

6. В този град посетени и предстои да посетите други какви музеи има? (можете да отбележите по вече от един показател)

- Археологически музей
 Музеят Св. София
 Музеят Карийе
 Музеят Фетхийе
 Музеят Турски Ислямски Произведения
 Музеят Хисари
 Музеят Дворец Йълдъз
 Други (моля напишете)

7. От къде получихте информация за музея ?

- По радиото и Телевизията, По книгите, брошурите,
 Съобщенията, Каталозите,
 По препоръка на приятели и роднини
 По Интернет, Е поща
 Други (моля напишете)

8. Как доходте в този музей?

- С помощта на турорганизатори
 По частен път

9. Какви са степените на привичка да посетите музеите? (5. Категорично съм съгласен, 4.

Съгласен съм, 3. Нито са съгласявам, нито не се съгласявам, не съм съгласен, 2. Не съм съгласен, 1. категорично не се съгласявам)

	5.Кат.да	4.Да съгласен	3. Нито съгл.нито.	2. Несе съгл.	1.Кат не.
Посещавам За придобиване на нови знания	5	4	3	2	1
Посещавам За социални връзки с хората	5	4	3	2	1
Посещавам За нови придобиване на опит	5	4	3	2	1
Посещавам Ако е включен в турист. програма	5	4	3	2	1
Посещавам За използване кафенето или ресторанта на музея	5	4	3	2	1
Посещавам За попълване на свободното време	5	4	3	2	1
Посещавам За развеждане на приятели и роднини	5	4	3	2	1
Частни изложби (конференции)непривличат	5	4	3	2	1
Посещавам чужди музеи при посещение в чужда страна	5	4	3	2	1
Посещавам музеите близо до местоживеене	5		3	2	1
Предпочитам да посетя WEB страниците на музеите, отколкото музея	5	4	3	2	1
Изложените експонати важно	5	4	3	2	1
Обслужването на водачите в музея важно	5	4	3	2	1
Зданията на музеите важно	5	4	3	2	1
Културните дейности , организирани в музеите важно	5	4	3	2	1
Кафето на музея или ресторанта важно	5	4	3	2	1
Входната такса на музея важно	5	4	3	2	1

10. Колко често посещавате музеите?

- С 5 години интервал от време
 На 3 - 5 години веднъж
 На 2 години веднъж
 Един път годишно
 2 – 3 пъти годишно
 По вече от 3 пъти годишно

11. Кои видове музеи ви приличат?(Можете да отбележите по вече от един показател)

- Музеите дворци
 Археологическите музеи
 Етнографските музеи
 Военните музеи
 Музеите на изкуството
 Технологическите музеи