



**İSTANBUL TARİHİ YARIMADASI'NDA MÜZECİLİK  
VE MÜZE TURİZMİ**

**Burcu TEMEL**

**Yüksek Lisans Tezi**

**Danışman: Prof. Dr. Ali YILMAZ**

**Uşak**

**Temmuz, 2019**



# **İSTANBUL TARİHİ YARIMADASI'NDA MÜZECİLİK VE MÜZE TURİZMİ**

**Burcu TEMEL**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Coğrafya Anabilim Dalı**

**Danışman: Prof. Dr. Ali YILMAZ**

**Uşak**

**Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**

**Temmuz, 2019**

## YÜKSEK LİSANS TEZ ÖZETİ

### İSTANBUL TARİHİ YARIMADASI'NDA MÜZECİLİK VE MÜZE TURİZMİ

Burcu TEMEL

Coğrafya Anabilim Dalı

Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Temmuz 2019

Danışman: Prof. Dr. Ali YILMAZ

Bu araştırma İstanbul Tarihi Yarımadası'nda müzeler, müzecilik ve müze turizmini konu edinmiştir. Araştırmada, turizm, turist, müze, müze turizmi kavramları incelenmiş; Dünya'da ve Türkiye'de turizm sektörü, Türkiye'nin turizm politikası, Dünya'da ve Türkiye'de müzecilik, müze turizminin gelişimi ortaya konulduktan sonra, İstanbul Tarihi Yarımadası'nda müzeler ve müze turizmi ele alınmıştır.

Türkiye'deki müzelere bakıldığında Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı 199 müze, Kültür ve Turizm Bakanlığı denetiminde faaliyet gösteren ise 239 özel müze bulunmaktadır. Bu müzelerden Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı 18 müze, Kültür ve Turizm Bakanlığı denetiminde faaliyet gösteren 112 özel müze ise İstanbul'da bulunmaktadır. Türkiye'deki müze ziyaretçilerine bakıldığında ziyaretçilerin yaklaşık %69'unu yabancıların, %31'ini Türkiye vatandaşlarının oluşturduğu görülmektedir. Müze ziyaretlerindeki en büyük payı alan yer ise %44 ile İstanbul'dur. Bunda İstanbul'da yer alan Topkapı Sarayı Müzesi ve Ayasofya Müzesi'nin Türkiye'de en çok ziyaret edilen müzeler olması oldukça etkili olmuştur. (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2017). Bu oranlara bakıldığında müzelerin Türkiye ve İstanbul turizmine önemli bir katkısından söz edilebilir.

Bu araştırmada, İstanbul Tarihi Yarımadası'nda Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı 8 müzede ve Kültür ve Turizm Bakanlığı denetiminde faaliyet gösteren 1 özel müzede, gelen yerli ve

yabancı ziyaretçilerin müzelere karşı güdü ve davranışlarını ölçmek amacıyla anket yapılmıştır. Yapılan anketlerden elde edilen veriler ışığında, müzelerin ve müzeciliğin mevcut durumu ortaya konulmuş, müzelere gelen turist sayısını ve müzelerin turizm sektörü içerisindeki önemini artırmak için uygulanabilecek önerilere yer verilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** *Turizm, Müzeler, Müze Turizmi, İstanbul Tarihi Yarımadası, İstanbul.*



**ABSTRACT****MUSEOLOGY AND MUSEUM TOURISM IN ISTANBUL HISTORIC PENINSULA**

Burcu TEMEL

Department Of Geography

Uşak University The Institute Of Social Sciences, July 2019

Advisor: Prof. Dr. Ali YILMAZ

This research focuses on museums, museums and museum tourism in the Historic Peninsula of Istanbul. In this research, the concepts of tourism, tourist, museum and museum tourism were examined; Tourism sector in the world and in Turkey, Turkey's tourism policy, museums in the world and Turkey, the museum introduced after the development of tourism, museums and museum in Istanbul Historical Peninsula tourism were discussed.

Considering the museums in Turkey 199 museums affiliated to the Culture and Tourism Ministry, the Ministry of Culture and Tourism, which operates in control there are 239 private museums. Among these, 18 museums affiliated to the Ministry of Culture and Tourism and 112 private museums operating under the supervision of the Ministry of Culture and Tourism are located in Istanbul. When the museum visitors about %69 of foreign visitors in Turkey, it is seen that %31 of the citizens of Turkey. Istanbul has the largest share in museum visits with %44. This operation located in the Topkapi Palace Museum and the Hagia Sophia Museum in Istanbul is the most visited museums in Turkey has been quite effective. (Ministry of Culture and Tourism, 2017). Looking at this rate museums may be mentioned a significant contribution to tourism in Turkey and Istanbul.

In this research, a survey was conducted to measure the motives and behaviors of the local and foreign visitors to the museums in 8 historical museums in the Historic Peninsula of Istanbul

and 1 private museum operating under the supervision of the Ministry of Culture and Tourism. In the light of the data obtained from the surveys, the current situation of museums and museums was put forward, and suggestions that could be applied to increase the number of tourists coming to museums and the importance of museums in the tourism sector were included.

**Key Words:** *Tourism, Museums, Museum Tourism, Istanbul Historical Peninsula, Istanbul.*





**UŞAK ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

Tezli Yüksek Lisans Jüri ve Enstitü Onayı

**JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI**

Coğrafya Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Programı 164003005 No'lu öğrencisi Burcu TEMEL'in, "İstanbul Tarihi Yarımadası'nda Müzecilik ve Müze Turizmi " adlı tezi 24 /07 / 2019 tarihinde, aşağıdaki jüri tarafından Uşak Üniversitesi Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca, Yüksek Lisans Tezi olarak değerlendirilerek kabul edilmiştir.

Jüri	Adı Soyadı	İmza
Danışman	: Prof. Dr. Ali YILMAZ	
Üye	: Dr. Öğr. Üyesi Üzeyir YASAK	
Üye	: Dr. Öğr. Üyesi İbrahim GÖKBURUN	

**Enstitü Müdürü**



## ÖNSÖZ

Turizm, günümüzde toplumların kalkınması ve şehirlerin ekonomisi açısından gittikçe önemli bir sektör olarak öne çıkmaktadır. Birçok ülke, bu yüzden turizm faaliyetlerini ve gelirlerini artırmak amacıyla çeşitli çalışmalar gerçekleştirmektedir. Bu çalışmalardan biri de şehir turizminde önemli bir alternatif olan müze turizminin payının artırılmaya çalışılmasıdır.

Müzeler, 19. ve 20. yüzyılda doğrudan seyahatlerin nedeni olmuşlardır. 20. yüzyıl sonlarından itibaren müzelerin işlev ve ziyaretçilerinin artmasıyla turizm ve müze kavramları birbirinden ayrılmaz bir hal almaya başlamıştır. Turizmde önemli bir paya sahip olan ülkeler doğal, tarihi ve kültürel zenginliklerini, müzelerde sergileyerek ziyaretçi sayılarını artırmaktadırlar. Turizmde seyahat edilecek mekânlara ihtiyaç vardır ve bunlardan biri de müzelerdir (Boyar, 2006: 89, 93, 95). Ayrıca müze turizmi, turizm gelirlerinin artırılmasını sağlarken aynı zamanda küreselleşmenin etkisiyle farklılıkların ortadan kalkmaya başladığı bu dönemde; farklılıkların korunmasını ve geçmiş medeniyetlere ait eserlerin toplanarak sergilenmesi ile insanlara çeşitli konularda bilgi verilmesini sağlamaktadır.

Bu araştırmada, turizmin öneminden yola çıkılarak İstanbul Tarihi Yarımadası'nın müze turizmi açısından sahip olduğu potansiyel ve bunun şehir turizmine sağlayabileceği katkılar ele alınmıştır.

Araştırmam boyunca bana yol gösteren ve benden desteğini esirgemeyen değerli danışmanım Prof. Dr. Ali YILMAZ'a, bilgi ve deneyimlerini benle paylaşan değerli hocalarım Dr. Öğr. Üyesi Üzeyir YASAK'a ve Dr. Öğr. Üyesi İbrahim GÖKBURUN'a, üniversite eğitimimde katkısı olan tüm hocalarıma, anketlerin gerçekleştirilmesinde yardımcı olan öğrencilerime, verilerin analizi aşamasında desteğini esirgemeyen arkadaşım Öznur HARTAMACI'ya, beni bugünlere getiren sevgili aileme ve bu süreçte yanımda olan, bana uygun koşulları sağlayan ve yardımcı olan canım eşim Esat TEMEL'e teşekkürlerimi sunarım.

Burcu TEMEL

İstanbul

2019

## ÖZGEÇMİŞ

### **Kişisel Bilgiler**

:  
Adı Soyadı : Burcu TEMEL  
Cinsiyet : Kadın  
Doğum Yeri ve Tarihi : İstanbul/Küçükçekmece - 27/04/1994

### **Eğitim Bilgileri**

:  
Lise : 2008-2012 Orhan Cemal Fersoy Lisesi  
Lisans Öğretimi : 2012-2016 Uşak Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi,  
Coğrafya Bölümü  
Yüksek Lisans Öğretimi : 2016-2019 Uşak Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,  
Coğrafya Ana Bilim Dalı  
Bildiği Yabancı Diller : İngilizce

### **İş Denevimi**

:  
Çalıştığı Kurumlar : 2018-2019 Halkalı Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi

### **İletişim**

:  
e-posta adresi : burcubal\_@hotmail.com

İÇİNDEKİLER

<b>YÜKSEK LİSANS TEZ ÖZETİ.....</b>	<b>III</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>V</b>
<b>JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI.....</b>	<b>VII</b>
<b>ÖNSÖZ.....</b>	<b>VIII</b>
<b>ÖZGEÇMİŞ.....</b>	<b>IX</b>
<b>İÇİNDEKİLER.....</b>	<b>X</b>
<b>KISALTMALAR.....</b>	<b>XII</b>
<b>TABLolar LİSTESİ.....</b>	<b>XIII</b>
<b>ŞEKİLLER LİSTESİ.....</b>	<b>XVI</b>
<b>FOTOĞRAFLAR LİSTESİ.....</b>	<b>XVII</b>
<b>GİRİŞ.....</b>	<b>1</b>
Amaç .....	2
Problem.....	3
Malzeme ve Yöntem.....	3
<b>BİRİNCİ BÖLÜM: KAVRAMLAR VE KURAMSAL ÇERÇEVE.....</b>	<b>5</b>
1.1. Rekreasyon: Rekreasyon Faaliyetlerinin Özellikleri.....	5
1.2. Rekreasyonel Seyahat: Turizm.....	7
1.3. Turizmde Talep ve Güdüler.....	10
1.4. Turizm Faaliyetlerinin Tarihsel Gelişimi.....	13
1.5. Başlıca Turizm Türleri.....	17
1.6. Sürdürülebilir Turizm.....	19
1.7. Dünya’da Turizm Sektörü ve Gelecek İçin Öngörüler.....	20
1.8. Türkiye’de Turizm Sektörü.....	25
1.9 Türkiye’de Turizm Politikaları.....	27
1.10. Müze.....	30
1.11. Dünya’da Müzecilik.....	31
1.12. Türkiye’de Müzecilik .....	33
1.13. Müze Turizmi.....	35

<b>İKİNCİ BÖLÜM: İSTANBUL TARİHİ YARIMADASI'NDA MÜZECİLİK VE MÜZE TURİZMİ.....</b>	<b>37</b>
2.1. Geçmişten Günümüze İstanbul Tarihi Yarımadası.....	37
2.2. İstanbul Tarihi Yarımadası'nda Müzeler ve Müzecilik.....	42
2.2.1. Türk ve İslam Eserleri Müzesi.....	46
2.2.2. Topkapı Sarayı Müzesi.....	46
2.2.3. İstanbul Arkeoloji Müzeleri.....	47
2.2.4. Ayasofya Müzesi.....	48
2.2.5. Kariye Müzesi.....	49
2.2.6. Büyük Saray Mozaikleri Müzesi.....	50
2.2.7. İslam, Bilim ve Teknoloji Tarihi Müzesi.....	51
2.2.8. Türbeler Müzesi.....	51
2.2.9. Yerebatan Sarnıcı Müzesi.....	52
2.3. İstanbul Tarihi Yarımadası'ndaki Müze Ziyaretçi Profili ve Ziyaretçi Sayısı.....	53
2.4. İstanbul'da Şehir Turizmi.....	54
2.5. İstanbul'da Şehir Turizminde Müze Turizminin Yeri.....	61
<b>ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: ANKET SONUÇLARI-BULGULAR.....</b>	<b>66</b>
<b>SONUÇ VE TARTIŞMA.....</b>	<b>120</b>
<b>KAYNAKÇA.....</b>	<b>124</b>
EK 1: Türkçe Anket Örneği.....	133
EK 2: İngilizce Anket Örneği.....	135

**KISALTMALAR**

DPT: Devlet Planlama Teşkilatı

BMDTÖ: Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü

OECD: Organisation for Economic Cooperation and Development

TÜİK: Türkiye İstatistik Kurumu

UNWTO: United Nations World Tourism Organization

WTTC: World Tourism and Travel Council

TURBAN: Türkiye Turizm Bankası

THY: Türk Hava Yolları

ICOM: International Council of Museums



## TABLolar LİSTESİ

Tablo 1. Uluslararası Turizm Hacminin Yıllara Göre Seyri, 1950-2018 (milyon kişi).....	22
Tablo 2. Dünya’da En Fazla Turist Çeken İlk On Ülke, 2018.....	23
Tablo 3. Dünya’da En Fazla Turizm Geliri Elde Eden Ülkeler, 2018.....	24
Tablo 4. Turizm Harcamaları En Yüksek İlk 5 Ülke, 2018.....	24
Tablo 5. Türkiye’ye Gelen Yabancı Turist Sayısının Yıllara Göre Değişimi, 1950-2018.....	25
Tablo 6. Türkiye’nin Turizm Geliri ve Bunun Yıllara Göre Seyri, 1970-2018.....	26
Tablo 7. İstanbul’da 2018’de Kültür ve Turizm Bakanlığına Bağlı Müze Ziyaretçi Sayıları...	54
Tablo 8. Milliyetlerine Göre 2004-2018 Yıllarında İstanbul’a En Fazla Turist Gönderen İlk On Ülke.....	59
Tablo 9. Kültür ve Turizm Bakanlığı’na Doğrudan Bağlı Müzeler.....	63
Tablo 10. Kültür ve Turizm Bakanlığı Denetimindeki Özel Müzelerden Bazıları.....	63
Tablo 11. Türkiye’de 2018’de En Fazla Ziyaret Edilen Müze ve Ören Yerleri.....	64
Tablo 12. Ankete Katılan Ziyaretçilerin Yaş Gruplarına Göre Dağılımı.....	66
Tablo 13. Ankete Katılan Ziyaretçilerin Cinsiyetlerine Göre Dağılımı.....	66
Tablo 14. Ankete Katılan Yabancı Ziyaretçilerin Uruklarına Göre Dağılımı.....	67
Tablo 15. Ankete Katılan Ziyaretçilerin Eğitim Düzeylerine Göre Dağılımı.....	68
Tablo 16. Ankete Katılan Ziyaretçilerin Türkiye’ye/İstanbul’a Geliş Nedeni.....	69
Tablo 17. Ankete Katılan Ziyaretçilerin İstanbul’a/ Türkiye’ye Geliş Sıklıkları.....	69
Tablo 18. Ankete Katılan Ziyaretçilerin İstanbul’a/ Türkiye’ye Geliş Şekli.....	69
Tablo 19. Ankete Katılan Yabancı Ziyaretçilerin İstanbul’a/ Türkiye’ye Geliş Nedeni.....	70
Tablo 20. Ankete Katılan Yabancı Ziyaretçilerin İstanbul’u/ Türkiye’ye Geliş Sıklıkları.....	70
Tablo 21. Ankete Katılan Yabancı Ziyaretçilerin İstanbul’a/ Türkiye’ye Geliş Şekli.....	70
Tablo 22. Ankete Katılan Yerli Ziyaretçilerin İstanbul’a/ Türkiye’ye Geliş Nedeni.....	71
Tablo 23. Ankete Katılan Yerli Ziyaretçilerin İstanbul’u/ Türkiye’ye Geliş Sıklıkları.....	71
Tablo 24. Ankete Katılan Yerli Ziyaretçilerin İstanbul’a/ Türkiye’ye Geliş Şekli.....	72
Tablo 25. Ankete Katılan Ziyaretçilerin Müzeye Geliş Şekli.....	72
Tablo 26. Ankete Katılan Ziyaretçilerin İstanbul’da Ziyaret Ettiği veya Etmeyi Düşündüğü Müzeler.....	73
Tablo 27. Ankete Katılan Ziyaretçilerin Müzeyi Hangi Yolla Öğrendiği.....	73
Tablo 28. Ankete Katılan Ziyaretçilerin Müzeleri Ziyaret Sıklıkları.....	74
Tablo 29. Ankete Katılan Ziyaretçilerin Tercih Ettikleri Müze Türleri.....	74

Tablo 30. Ankete Katılan Ziyaretçilerin Tatilde Yaptıkları Faaliyetlere Verdikleri Önem Düzeyi.....	75
Tablo 31. Ankete Katılan Ziyaretçilerin Müzeleri Ziyaret Etme Nedenleri.....	78
Tablo 32. Ankete Katılan Ziyaretçilerin İstanbul'daki Müze Ziyaretlerine İlişkin İzlenimleri..	80
Tablo 33. Ankete Katılan Ziyaretçilerin İstanbul'daki Müze Ziyaretlerine İlişkin Memnuniyet Düzeyi.....	82
Tablo 34. Ankete Katılan Ziyaretçilerin Yaş Grupları İle Tercih Ettikleri Müze Türleri Arasındaki İlişki.....	83
Tablo 35. Ankete Katılan Ziyaretçilerin Yaş Grupları İle Ziyaret Ettikleri Müzeler Arasındaki İlişki.....	84
Tablo 36. Ankete Katılan Ziyaretçilerin Yaş Grupları İle Tarihi Yerleri (Müzeler, Saraylar vs) Gezmeyi Tercih Etmeleri Arasındaki İlişki.....	86
Tablo 37. Ankete Katılan Ziyaretçilerin Yaş Grupları İle Müze Ziyaretine İlişkin Memnuniyet Düzeyleri Arasındaki İlişki.....	86
Tablo 38. Ankete Katılan Ziyaretçilerin Cinsiyeti İle Tercih Ettikleri Müze Türleri Arasındaki İlişki.....	87
Tablo 39. Ankete Katılan Ziyaretçilerin Eğitim Düzeyi İle Tercih Ettikleri Müze Türleri Arasındaki İlişki.....	88
Tablo 40. Ankete Katılan Ziyaretçilerin Eğitim Düzeyi İle Tarihi Yerleri (Müzeler, Saraylar vs) Gezmeyi Tercih Etmeleri Arasındaki İlişki.....	90
Tablo 41. Ankete Katılan Ziyaretçilerin Müzeye Geliş Şekli İle Tercih Ettikleri Müze Türü Arasındaki İlişki.....	91
Tablo 42. Ankete Katılan Yabancı Ziyaretçilerin Müzeye Geliş Şekli.....	91
Tablo 43. Ankete Katılan Yabancı Ziyaretçilerin İstanbul'da Ziyaret Ettiği veya Etmeyi Düşündüğü Müzeler.....	92
Tablo 44. Ankete Katılan Yabancı Ziyaretçilerin Müzeyi Hangi Yolla Öğrendiği.....	92
Tablo 45. Ankete Katılan Yabancı Ziyaretçilerin Müzeleri Ziyaret Sıklıkları.....	93
Tablo 46. Ankete Katılan Yabancı Ziyaretçilerin Tercih Ettikleri Müze Türleri.....	93
Tablo 47. Ankete Katılan Yabancı Ziyaretçilerin Tatilde Yaptıkları Faaliyetlere Verdikleri Önem Düzeyi.....	94
Tablo 48. Ankete Katılan Yabancı Ziyaretçilerin Müze Ziyaret Etme Nedenleri.....	97
Tablo 49. Ankete Katılan Yabancı Ziyaretçilerin İstanbul'daki Müze Ziyaretine İlişkin İzlenimleri.....	99
Tablo 50. Ankete Katılan Yabancı Ziyaretçilerin İstanbul'daki Müze Ziyaretine İlişkin	

Memnuniyet Düzeyi.....	101
Tablo 51. Ankete Katılan Yabancı Ziyaretçilerin Yaş Grupları İle Tercih Ettikleri Müze Türleri Arasındaki İlişki.....	101
Tablo 52. Ankete Katılan Yabancı Ziyaretçilerin Eğitim Düzeyi İle Tarihi Yerleri (Müzeler, Saraylar vs) Gezmeyi Tercih Etmeleri Arasındaki İlişki.....	103
Tablo 53. Ankete Katılan Yabancı Ziyaretçilerin Müzeye Geliş Şekli İle Ziyaret Ettikleri Müzeler Arasındaki İlişki.....	104
Tablo 54. Ankete Katılan Yerli Ziyaretçilerin Müzeye Geliş Şekli.....	105
Tablo 55. Ankete Katılan Yerli Ziyaretçilerin İstanbul'da Ziyaret Ettiği veya Etmeyi Düşündüğü Müzeler.....	106
Tablo 56. Ankete Katılan Yerli Ziyaretçilerin Müzeyi Hangi Yolla Öğrendiği.....	106
Tablo 57. Ankete Katılan Yerli Ziyaretçilerin Müzeleri Ziyaret Sıklıkları.....	107
Tablo 58. Ankete Katılan Yerli Ziyaretçilerin Tercih Ettikleri Müze Türleri.....	107
Tablo 59. Ankete Katılan Yerli Ziyaretçilerin Tatilde Yaptıkları Faaliyetlere Verdikleri Önem Düzeyi.....	108
Tablo 60. Ankete Katılan Yerli Ziyaretçilerin Müze Ziyaret Etme Nedenleri.....	110
Tablo 61. Ankete Katılan Yerli Ziyaretçilerin İstanbul'daki Müze Ziyaretine İlişkin İzlenimleri.....	114
Tablo 62. Ankete Katılan Yerli Ziyaretçilerin İstanbul'daki Müze Ziyaretine İlişkin Memnuniyet Düzeyi.....	115
Tablo 63. Yerli Ziyaretçilerin Yaş Grupları İle Tercih Ettikleri Müze Türleri Arasındaki İlişki.....	116
Tablo 64. Ankete Katılan Yerli Ziyaretçilerin Eğitim Düzeyi İle Tarihi Yerleri (Müzeler, Saraylar vs) Gezmeyi Tercih Etmeleri Arasındaki İlişki.....	117
Tablo 65. Ankete Katılan Yerli Ziyaretçilerin Müzeye Geliş Şekli İle Ziyaret Ettikleri Müzeler Arasındaki İlişki.....	118



## ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Türkiye'ye Gelen Aylık Ziyaretçi Sayısı (2018).....	29
Şekil 2. Araştırma Sahasının Konumu.....	38
Şekil 3. Araştırma Sahasının Genel Görünümü.....	38
Şekil 4. Araştırmada Kullanılan Müzelerin Konumu.....	44
Şekil 5. 1998-2018 Yıllarında İstanbul'a Gelen Yabancı Sayıları.....	58
Şekil 6. 2016-2018 Yılları İstanbul'a Aylık Gelen Ziyaretçi Grafiği.....	58
Şekil 7. İstanbul'a Geliş Yollarına Göre Gelen Yabancı Ziyaretçi Sayıları, 2018.....	59
Şekil 8. İstanbul'a Gelen Yabancı Ziyaretçi Sayısının Ülkelere Göre Dağılımı, 2018.....	59



**FOTOĞRAFLAR LİSTESİ**

Foto 1- 2. Türk İslam Eserleri Müzesi'nin Girişinden ve İçerisinden Birer Görünüm.....	46
Foto 3-4. Topkapı Sarayı Müzesi'nin Girişi ve Çevresi.....	47
Foto 5-6. İstanbul Arkeoloji Müzeleri Girişi ve Çevresinden Görünümler.....	48
Foto 7-8. Ayasofya Müzesi ve Çevresi.....	49
Foto 9-10. Kariye Müzesi'nin Dışından ve İçinden Görünümler.....	50
Foto 11-12. Büyük Saray Mozaikleri Müzesi'nin Girişi ve Çevresi.....	50
Foto 13-14. İslam, Bilim ve Teknoloji Tarihi Müzesi.....	51
Foto 15. İstanbul Türbeler Müzesi Girişinden Bir Görünüm.....	52
Foto 16-17. Yerebatan Sarnıcı Müzesi'nin İçi ve Çevresinden Görünümler.....	53
Foto 18. Ayasofya Müzesi'nden Topkapı Müzesi'ne Gidilen Meydandan Bir Görünüm.....	65
Foto 19. Topkapı Müzesi'nin Meydan Girişinden Bir Görünüm.....	65

## GİRİŞ

Kültür ve turizm, ülkelerin ve bölgelerin birbiriyle rekabet etmesini sağlayan önemli iki unsurdur. Bu önemli iki unsur, rekabet ortamı sağlarken; ülkelerin ve bölgelerin çekiciliğini de birbiriyle paralel olarak artırır. Ülkelerin ve bölgelerin kültürel unsurları, küresel ekonomide farklılık/çekicilik oluşturur. Turizm ise bu kültürel unsurların önemini artırarak, gelir sağlamakta dolayısıyla kültürel unsurları güçlendirerek, desteklenmesi ve korunması gerektiğini ortaya çıkarmaktadır (OECD, 2009: 17-19). Kültürel turizmin birçok yerin ekonomik gelişimi için temel kaynak oluşturması ve küresel ekonomide yeni turistik ürün olarak öne çıkması 1980'lerde gerçekleşmiştir. 3S (suny- sea- sand) olarak da adlandırılan güneş-deniz-kum üçlüsünden oluşan tatil turizminin artık doyum noktasına varması, çevrecilik alanında gerçekleştirilen araştırmalar, doğal ortam güzelliklerinin ve kaynaklarının yok edilmesi, bireylerin tarihi ve kültürel değerler hakkında bilinçlenmeye başlamalarıyla kültürel motiflerin ilgi çekmesi gibi durumlar neticesinde kültürel turizm gün geçtikçe daha fazla öne çıkmaya başlamıştır.

Dünya'daki turizm türlerinin paylarına bakıldığında, kültürel turizmin % 37'sini oluşturduğu görülmektedir. Ayrıca kültürel turizm talebi her yıl yaklaşık %15 artmaktadır (UNWTO, 2017: 2-5). Gezi planlamasında en etkili unsur üzerine yapılan bir araştırmada, 1980'lerde kültürün % 48 oranında; 1990'larda ise % 88 oranında önemli olduğu görülmüştür (Kızılırmak ve Kurtuldu, 2005: 103). Başka bir araştırmada kültür turizmine ilgi duyan, lokasyon tercihinde bulunurken sanatsal, kültürel ve tarihi unsurları göz önünde bulunduran kişilerin yerli turistlerin %30'unu oluşturduğu ortaya çıkmıştır (OECD, 2009: 21). Kültür ve turizmin karşılıklı bu ilişkisi doğal olarak ulusal ve bölgesel idari yapıya da yansımaktadır. Bu yansıma örneğin bakanlık düzeyinde görülmektedir (OECD, 2009: 24).

Bazı ülkeler alternatif turizm türlerinden biri olan kültür turizmi aracılığıyla kültürel miraslarını turizm pazarına sunarak büyük pay almayı hedeflemişlerdir ve bu ülkelerin bu hedefle yaptıkları çalışmalar, imajlarının olumlu şekilde tanınmasını sağlamıştır. Örneğin turistlerin en fazla tercih ettiği ülkelerinden biri olan Fransa'ya bakıldığında en fazla turist geldiği ayların Akdeniz rivierası olmasından dolayı Temmuz-Ağustos-Eylül ayları olduğu görülür. Yalnız Fransa'da turistlerin geldiği aylar sadece bu aylarla sınırlı değildir; turizm yıl boyunca canlıdır. Bunda Fransa'nın tarihi yerlerinin, doğal güzelliklerinin ve kültürel aktivitelerinin fazla olması oldukça etkilidir (Sivil, 2007: 70).

Avrupa'daki turizmin %50'den fazlasını kültür turizmi oluşturmaktadır. Bu durum göz önüne alındığında kültür turizmine daha fazla yoğunlaşılması gerektiğini göstermektedir. Türkiye'yi ziyaret eden turistlerin büyük bölümünü Avrupa ülkelerinden gelenler oluşturmaktadır. Türkiye'ye en fazla turist geldiği ilk on ülkeye bakıldığında beşinin AB üyesi ülkeler olduğu görülmektedir. Türkiye aynı zamanda Dünya'daki ve bilhassa Akdeniz bölgesindeki önemli lokasyonlardan biridir. Türkiye, kültürel ve doğal miras bakımından oldukça zengin bir ülkedir. Bu miraslar değerlendirildiği takdirde, kültürel turizme yönelik faaliyetlerin artırılması mümkündür (Ateşoğlu, 2006: 141).

Turizm gelirlerinin artırılmasındaki önemli bir etmen de kültür turizmidir. Werking 2003 yılındaki bir araştırmasında; diğerlerine göre daha fazla para kazanan ve harcayan, eğitim düzeyi yüksek, 50 yaşın üzerinde, bireysel ya da küçük gruplar şeklinde gezen, en çok Nisan-Eylül ayları arasında seyahat eden ve tatil amacıyla bir yerde daha fazla zaman geçiren kişileri, "kültürel turist" olarak tanımlamıştır (Uygur ve Baykan, 2007: 39). Ayrıca kültürel turistler genellikle birçok turizm bölgesini de ziyaret etmektedirler (Emekli, 2005: 102).

Kültür turizminde en çok ziyaret edilen yerlerden biri müzelerdir. Müzeler, insanlığa hizmet eden, herkese açık olan, çevreye tanıklık eden materyallerin üzerinde araştırma ve çalışmalarda bulunan, materyalleri toplayan, koruyan, elde ettiğini paylaşan ve nihayetinde inceleme, eğitim ve ilgi ışığında sergileyen, para kazanma amacı gütmeyen devamlı bir kurumdur. Müzelerin bu tür özelliklerinin farkında olduğu ve ilgi çekici bir şekilde kullanıldığı, etkili bir pazarlama ile isim haline getirildiği yerde; ziyaretçi ve ekonomik gelir artar, alternatif turizm fırsatları oluşmuş olur. Bunun farkında olan ülkeler müze turizmine yönelik yatırımlarını artırmakta ve turizm politikalarını sadece belirli bir kitleyi hedef almayan, her yaştan ziyaretçiye hitap eden ve farklı temaları işleyen; tarih, eğitim, savaş, endüstri, edebiyat vb. özel müzeler oluşturarak, turizme kazandırılması hedefleyecek şekilde düzenlemektedir.

## **Amaç**

Türkiye'de turizm sektörü, her geçen gün daha fazla gelişmekte ve sektörün ekonomik faaliyetler arasındaki önemi de artmaktadır. Bunda ülkenin sahip olduğu tarihi, doğal ve kültürel unsurların etkisi oldukça fazladır.

Türkiye'nin sahip olduğu zengin turizm potansiyelini kullanabilmesi adına kitle (deniz-kum-güneş turizminin) yanı sıra, alternatif turizm potansiyelinin de hayata geçirilmesi, turizmin geliştirilmesi açısından büyük önem taşımaktadır. Dünya'da ve bulunduğu bölgede tarih ve kültür bakımından çok zengin bir mirasa sahip olan Türkiye'de müzecilik ve müze turizmi geliştirilmesi gereken bir alandır. Medeniyetlerin buluşma yeri olan Türkiye'nin, bu medeniyetlerin mirasını topladığı, koruduğu ve paylaştığı müzelerin, turizm sektöründeki payının değerinin artması ülke turizmine katkı sağlayacaktır.

Bu araştırmanın amacı, İstanbul Tarihi Yarımadası örneğinde Türkiye'de müzecilik ve müze turizminin durumunu belirlemek, ziyaretçilerin müzelere karşı güdü ve davranışlarını tespit etmek, araştırma sonuçlarından elde edilen bilgiler ışığında, müze turizminin geliştirilmesi, turizm sektörü içerisindeki payının artırılması konularında katkıda bulunacak öneriler getirmektir.

### **Problem**

Türkiye'nin müze turizmi açısından taşıdığı potansiyelden tam anlamıyla yararlandığını söylemek mümkün değildir. Türkiye'deki müze ziyaretçi verileri incelendiğinde müzelerin gerekli ilgiyi görmediği, turistler tarafından ziyaret edilen müzelerin ise oldukça az olduğu anlaşılmaktadır. Türkiye'ye gelen turistlerin sadece %25'i Kültür ve Turizm Bakanlığına bağlı 199 müzeden herhangi birini ziyaret etmektedir. Bu durum, Türkiye'ye gelmiş olan turistleri müzelere çekebilmekte yeterince başarı sağlanamadığını göstermektedir.

Bu çalışmada, Türkiye'de müzecilik ve müze turizmine bir örnek olarak İstanbul Tarihi Yarımadası'nda müzecilik ve müze turizminin durumu nedir? Turistin müze ziyaretinden beklentileri nelerdir? Turistin müze ziyaretinde karşılaştığı sorunlar nelerdir? Bu sorunların çözümü için neler yapılmalıdır? sorularına cevap aranmıştır.

### **Malzeme ve Yöntem**

Araştırmanın birinci aşamasında araştırma sahası ile ilgili daha önce yapılmış araştırmalar tetkik edilmiş ve araştırma sahasını doğrudan veya dolaylı olarak ilgilendiren kaynaklar taranmıştır.

Araştırmanın ikinci aşamasında araştırma sahası yerinde gözlemlenerek incelenmiş ve fotoğraflama işlemi gerçekleştirilmiştir. Saygıdeğer danışmanım Prof. Dr. Ali YILMAZ

eşliğinde hazırlanan beş bölümden ve 69 sorudan oluşan soru kağıdı ve ölçek; müzelere gelen yerli ve yabancı ziyaretçilere anket tekniğiyle uygulanmıştır. Araştırmada anket yapılacak kişiler rastlantısal örnekleme yöntemine göre seçilmiş, grup veya aile ile karşılaşıldığında içlerinden sadece birine anket uygulanmıştır. Anketler, 73 yabancı ve 42 yerli ziyaretçi olmak üzere 115 kişiye, 2018 Ağustos ve 2019 Nisan tarihleri arasında uygulanmıştır. Anketlerin SPSS 22 programı aracılığı ile frekans analizi yapılmıştır. Bu veriler aracılığı ile yerli ve yabancı ziyaretçilerin müze faaliyetlerine katılım süreçleri analiz edilmiş ve bunda etkili olan motivasyon kaynakları tespit edilmiştir. Araştırmanın yapılacağı müzeler evreninde 438 adet müze yer alırken, farklı özelliklere sahip; Türk ve İslam Eserleri Müzesi, Topkapı Sarayı Müzesi, İstanbul Arkeoloji Müzeleri, Ayasofya Müzesi, Kariye Müzesi, Büyük Saray Mozaikleri Müzesi, İslam, Bilim ve Teknoloji Tarihi Müzesi ve Türbeler Müzesi, Yerebatan Sarnıcı Müzesi olmak üzere 9 müze seçilmiştir (İstanbul Arkeoloji Müzeleri ayrı ayrı ele alındığında 11 müze olmaktadır).

Son aşamada araştırma konusu ile ilgili bütün bilgi ve belgelerin toplandığı, gerekli analizlerin yapıldığı kanaatine varıldıktan sonra yazım aşamasına geçilmiştir.

## **BİRİNCİ BÖLÜM: KAVRAMLAR VE KURAMSAL ÇERÇEVE**

Günümüz dünyasında başlıca ekonomik sektörlerden biri olarak öne çıkan turizm, birçok unsurun karşılıklı ilişkisi sonucu ortaya çıkmıştır. Bu unsurlara geçmeden önce çok geniş kapsamlı bir faaliyetler çeşitliliğini oluşturan rekreasyonun ve turizmi meydana getiren seyahat olgusunu belirtmek gerekir.

### **1.1. Rekreasyon**

Rekreasyon genel olarak “kendisine bağlı hiç bir zorunluluk olmayan herhangi bir faaliyet” şeklinde tanımlanabilir (Özgüç, 2017:4). Rekreasyon kaynakları ve kullanımlarını adlandırma, tasvir etme ve sınıflandırmanın hem çok karmaşık hem de güç olduğunu söylemek mümkündür. Bu yüzden rekreasyonun bilim adamları tarafından çeşitli şekillerde tanımlanmıştır. Bunların bazıları şöyledir: Rekreasyon, coğrafyacı Jean Gottmann’ın (1975) da ifade ettiği üzere, “insanın beden ve zihnini dinlendirme, tazeleme ihtiyacı”dır. Rekreasyonun; kişilerin günlük yaşamlarında zorunlu olarak kullanmadığı zaman içerisinde, yıpranan ruh ve bedenlerini eski canlılığına kavuşturmak amacı ile yaptığı, kişilerin sosyal, kültürel, ekonomik ve fizyolojik özellikleri ile şekillenen, bireysel veya toplumsal şekilde yapılabilen eylemler olduğu kanısına varılabilir. Rekreasyon, ne şekilde gerçekleştirilirse gerçekleştirilsin, insan yaşamının canlandırılması demektir; bu canlandırma esnasında insanın biyolojik ve fiziksel ortamındaki yaşamın da iyileştirilmesini ifade etmektedir. Bu yüzden insanı canlandırırken; insanın çevresinin de canlandırılması ya da yeniden oluşturulması gerekmektedir. Bunun en kolay yolu insanın hayatını devam ettirdiği ortamı bir süre değiştirmesiyle gerçekleştirilebilir. İnsanı canlandıran yer değiştirme faaliyetleri, aynı zamanda insanın seçtiği lokasyonda da iyileştirmeler gerektirdiği için fiziksel ve toplumsal çevre üzerinde olumlu değişiklikler meydana getirebilecektir.

18. yüzyılda başlayan sanayileşme faaliyetleri hızlı bir şehirleşmeye, kitlesel olarak çalışma hayatının başlamasına ve toplumsal alışkanlıkların değişmesine yol açmıştır. İş ve şehir hayatının yoğun temposu, sıkıcılığı karşısında insanlar boş zamanlarını değerlendirme konusunda çeşitli arayışlara girmeye başlamıştır. Bu arayışlar sonucu ortaya çıkan talepler, rekreasyon açısından değer taşıyan alanlara doğru bir eğilim başlatmıştır.

Rekreasyon faaliyetlerini çeşitli türlere ayrılabilir. Mekânlarda sürdürülmelerine göre “kapalı” ve “açık” gibi türlere ayrılırken, “ziyaretçi” ve “izleyici” şeklinde yapılabilmelerine göre ise “aktif” ve “pasif” olarak ayrılmaktadır. Rekreasyon faaliyetlerinde

kullanılan bir diğere ayırım türü ise “şehirselle” ve “kırsal” şeklindeki ayırımdır (Özgüç, 2017: 4-5). Yalnız günümüzde açık ya da kapalı mekân ayırımı sınıflandırma kullanımında net bir kriter değildir. Artık açık havada yapılabilen bir çok rekreasyon faaliyetinin kapalı mekânlarda da gerçekleştirilebildiği veya önceden kapalı mekânlarda yapılan birçok rekreasyon faaliyetinin açık mekânlarda gerçekleştirilebildiği görülmektedir. Örneğin futbol, tenis, buz pateni vb. aktiviteler günümüzde birçok mekânda yapılabilmektedir.

Şehirlerdeki rekreasyon faaliyetleri uzun süreli olmayan boş zamanlarda ve insanların yaşam alanlarına yakın yerlerde bulabilecekleri faaliyetlerden oluşmaktadır. Bu faaliyetlerden olan sinemalar, tiyatrolar, eğlence mekânları, müzeler, çeşitli parklar ve bahçeler gibi seçenekler; “açık” ve “kapalı” mekân rekreasyon faaliyetlerinde tercih edilebilecek faaliyet türünü arttırabilmektedir. Şehirselle rekreasyon alanlarının eğlenme ve kültürel faaliyetlerle içiçe olan ve kapalı mekânlarda gerçekleştirilenleri özellikle ülkelerin gelişmişlik düzeyleriyle doğru orantılıdır. Bu yüzden bu faaliyetler “büyük iş yatırımları” şekline dönüşebilmekte ve şehrin belirli bir bölge veya bölgelerinde toplanabilmektedir; İstanbul’da Beyoğlu, Londra’da West End bu tür bölgelere örnek verilebilir. (Özgüç, 2017: 5).

Söz konusu faaliyetler nüfusun az ve satın alabilme gücünün yüksek olmadığı alanlarda çok daha basit halde gerçekleştirilirler. Bu duruma örnek olarak İngiltere’deki “pub”, Almanya’daki “bierhaus”, Fransa’daki “cafe” ile ülkemizdeki “kahvehane” verilebilir (Beeley, 1970: 475-494).

Ülke geliştikçe ve şehir büyüdükçe, rekreasyon faaliyetlerine yenileri eklenmektedir. Metropoliten alanlardaki sinemalar, tiyatrolar, gece kulüpleri, sanat galerileri, konserler ve hayvanat bahçeleri-akvaryumlar vb. bu faaliyetlere örnek verilebilir. Bu şekilde rekreasyon faaliyetlerinin sayısının artması ve yenilerinin eklenmesi yönünde talepler oluşmaktadır. Rekreasyon faaliyetleri, bazı metropoliten alanlarda nüfus artışı doğrultusunda büyüme gösteremediklerinden, bu taleplere yetersiz kalabilmektedir (Özgüç, 2017: 6).

Şehirselle rekreasyon mekanlarından birini de “açık hava” rekreasyon talebine karşılık veren yeşil ve açık alanlar oluştururlar. Ne amaçla ayrılmış olursa olsun açık hava rekreasyon talebini karşılayacak şehirlerdeki bu tür alanlar “şehirselle açık alanlar” şeklinde adlandırılır; farklı mekân ölçeklerinde değişik büyük ve niteliklerde olabilirler. Şehirselle açık alanların kişi başına büyüklük ve taşıma kapasiteleri değişiktir: yerel açık alanlarda semt parklarında: kişi



başına 0.4 ha (olması gereken en az büyüklük 0.8 ha) iken, oyun alanlarında 800 kişiye 0.4 ha (olması gereken en az büyüklük 4.12 ha).kadardır. Bölgesel açık alanlarda ise, stadyum: 10,000 kişiye 1 adet, doğal park/orman: 40,000 nüfusa 1 adet ( en az büyüklük 40 ha), panayır (fuar): her şehirde bulunmalı, botanik ve hayvanat bahçesi: her metropoliten alanda bulunmalı (Özgüç, 2017: 7-8).

Kırsal alanlardaki rekreasyon faaliyetleri, kırsal kökenli olmayıp şehrsel kökenlidir; ancak büyük alan kullanımı ve bazı doğal şartlar gerektirmelerinden dolayı kırsal alanda yapılabilmektedir. Kırsal rekreasyon faaliyetleri gelir düzeylerine göre de farklılık gösterebilmektedir. Örneğin gelişmekte olan ülkelerde rekreasyon faaliyetleri, gelir düzeyi yüksek insanların kırsal alanlarda, genellikle yaşam alanlarına yakın olan ve kısa süreli boş zamanlarında kullandıkları yapılar etrafında yaptıkları denize-göle girme, balık tutma, avlanma vb. faaliyetler şeklindedir. Gelişmiş ülkelerde ise daha fazla insanın katılabildiği (festivaller gibi), çok çeşitli faaliyetlerden oluşan ve daha fazla harcamanın yapıldığı büyük bir sektör şeklindedir (Özgüç, 2017:10-11).

## **1.2. Rekreasyonel Seyahat: Turizm**

İngilizce’de “turizm” kelimesi, 1800’lü yıllarda kullanılmaya başlanmıştır. Almanca’da da yaygın şekilde kullanılması ise 1830’lu yıllarda başlamıştır. Turizmin anlamına bakıldığında, rekreasyonda olduğu gibi birçok tanımlamanın olduğu görülmektedir. Turizm en kısa şekilde “dinlenmek ve tatil yapmak için seyahat etmek” diye düşünülebilir. Turizm dinlenmek ve tatil geçirmekten farklı nedenlerle gerçekleştirilen seyahatleri de içerdiğinden dolayı çeşitli tanımlar ortaya çıkmıştır. Bu tanımlardan biri de “Yabancıların geçici ya da devamlı olacak şekilde çalışma veya para kazanma amacı gütmeyen, bir yerde yaptıkları konaklama ve seyahatlerinden oluşan ilişkilerdir” şeklindedir (Özgüç, 2017: 13).

Turistlerle ilgili tanımlama ilk defa 1937 yılında Birleşmiş Milletler tarafından “24 saat veya 24 saatten fazla bir süre, yaşadığı ülkeden başka bir ülkeye seyahat gerçekleştiren kişi” olarak benimsenmiştir.

Turizm terimleri sözlüğünde turizm, “kişinin sürekli yaşadığı yer dışında, farklı bir yere eğlence, tatil, kültür, arkadaş veya akraba ziyareti, spor, toplantı, görev, öğrenim, sağlık, transit geçiş vb. amaçlarla seyahatte bulunmasından doğan olaylar bütünü” şeklinde tanımlanmaktadır.

Günümüzde turizmin en yaygın kullanılan tanımı ise 1963 yılında Birleşmiş Milletler'in yaptığı, "24 saatten fazla olmak, devamlı kalmamak ve gelir sağlayan bir işle uğraşmamak şartı ile kişinin seyahat ve/veya konaklamalarından ortaya çıkan olaylar ve ilişkiler bütünüdür." şeklindeki tanımıdır (Tuyluoğlu, 2003: 4).

Turizmde uluslararası standartlar belirlemek amacıyla Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) tarafından 1991 yılında, Ottawa'da bir konferans gerçekleştirilmiştir. Uluslararası Seyahat ve Turizm Konferansı adı verilen bu konferansta bazı kararlar sunulmuştur. Turizm İstatistikleri Tavsiye Kararları adı verilen bu kararların kabul edilmesi 1993 yılını bulmuştur. Yayımlanan bu belgede turizm, "kişilerin ikametgâhları dışında, boş zamanlarını değerlendirmek veya başka sebeplerle gerçekleştirdikleri ve 12 ayı geçmeyen seyahat faaliyetleridir." şeklinde tanımlanmıştır. Talep yönlü bir tanım olması, bu tanımın dikkat çekici bir özelliğidir. Turizm çoğunlukla bir endüstri şeklinde düşünülmektedir; ancak endüstriler geleneksel olarak arz yönlü olarak tanımlanmaktadır. Bu tanımda turizm belirli bir mal ya da hizmetin arz edicisi olarak tanımlanmamıştır; aksine turizm bir mal ya da hizmet tüketimi olarak tanımlanmıştır. Örneğin birinin yaşam alanında bir şeyler yemesi için herhangi bir işlem yapması turizmin kapsamına girmezken, başka birinin tatil amacıyla ziyarette bulunduğu aynı yerde aynı yiyecek için ödeme yaparak işlem gerçekleştirmesi turizmin kapsamına girmektedir. Bu doğrultuda turizmin tanımının, tüketilen üründen ya da alınan hizmetten ziyade turizm eylemlerini yapan kişinin tanımının içinde saklı olduğu görülmektedir.

Yukarıda turist; turizm olarak değerlendirilebilecek bir aktivite gerçekleştiren kişi olarak tanımlanmıştır. Turist, turizmi oluşturan birçok eylemde turizme dâhil olan bir ürün veya hizmet için para harcamaktadır. Bu harcamaya turizm harcaması da denilebilir. Bu durumda tüketici, aynı zamanda ziyaretçidir. Tüketimde ürün veya hizmet ile ziyaretçi birbirinden ayrılmaz unsurlardır. Bu duruma tekrar satış için yapılan tüketimler dâhil değildir. Burada tüketici özelliğindeki ziyaretçinin kişiliği odak noktasıdır. Ziyaretçi ile ilgili bazı tanımlar ise şu şekildedir:

Yaşadığı ülkeden farklı bir ülkeye giriş gerçekleştiren; ancak oraya göç, eğitim ya da çalışma gibi nedenlerle gitmemiş olan, diplomatik veya askeri görevlerle orada bulunmayan, mülteci olmayan ve 12 aydan fazla orada kalmayacak olan kişiler ayrıca aşağıdaki nedenlerle orada bulunuyorlarsa "uluslararası ziyaretçi" sayılmaktadır:

- Eğlence, tıbbi tedavi veya dini amaçla o ülkeye gitmiş olan,
- Aile, spor, konferans ve bilimsel çalışma amacıyla o ülkeye gitmiş olan,
- Başka bir ülkeye transit geçiş nedeniyle araçları o ülkede bir süreliğine duranlar,
- Ticaret ya da iş amacıyla bir yıldan az süreyle o ülkede kalan,
- Bir makinenin kurulumu için orada bulunan teknik elemanlar,
- Uluslararası bir kurumda çalışan ve bir görev için bir yıldan az bir süreyle o ülkede bulunanlar (UNWTO, 1995:3).

Yukarıda belirtilen şartlarla birlikte uluslararası ziyaretçiler, uluslararası turistler ve uluslararası gezginler (günübirlikçiler) olmak üzere ikiye ayrılabilir. “Uluslararası turistler” varış yerinde bir geceden çok kalan ziyaretçilerdir. “Uluslararası gezginler” ise varış yerinde bir geceden az kalan ziyaretçilerdir.

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) “ulusal (yerli) turisti”, “ülkesinde ikamet ettiği yer dışında bir yere giden, gittiği yerde 24 saatten fazla ancak 1 yıldan az kalan, gittiği yeri eğlence, tatil, spor, iş, toplantı, bilimsel çalışma, dini vb. amaçlarla ziyaret eden kişiler” olarak tanımlamaktadır. “Ulusal (yerli) gezgin” ise gittiği yerde 24 saatten az kalan kişiler şeklinde tanımlanmaktadır (UNWTO, 1995:6).

Yerli turistin ya da iç turizmin belirlenmesinde net şartlar yoktur. Bu durum için ülkeler farklı uygulamalarda bulunmaktadır. Örneğin Kanada’da bir faaliyetin turizm sayılabilmesi için ziyaretçinin yaşam alanından 80 km uzağa seyahat etmesi ölçüt olarak kullanılırken, ABD’de 50-80 km arasında mesafe ölçüt olarak kullanılmaktadır. Türkiye’de 1996 tarihli Seyahat Acenteleri Yönetmeliği’nde ise turist, “para kazanma amacı gütmeyen, dinlenme-eğlenme, kültürel, bilimsel, sportif, idari, dinsel vb. nedenlerle ikamet ettiği yer dışına devamlı olarak çıkmayan, belirli bir süre seyahat eden, seyahat ettiği yerde tüketim faaliyetlerinde bulunan ve sonunda tekrar ikamet ettiği yere dönen kişiler” şeklinde tanımlanmaktadır. Görüldüğü üzere sıralanan kriterler arasında ayırım yapmak oldukça güç olduğundan, hangi tür seyahatin turizm sayılabileceği ve kimin turist veya ziyaretçi olduğunu belirleyerek sınıflandırmak kolay değildir (TÜRSAB, 2018).

### **Turist Sayımı**

Turist ya da ziyaretçilerin üç özelliği (a) uluslararası sınır geçmeleri, (b) kendi paralarını gittikleri ülke parasıyla değiştirmeleri ve (c) herhangi bir yerde konaklamaları, onların sayısını

belirlemede kullanılan yöntemleri oluşturur. Bunlardan sınır varışları turist sayımı için en uygun olandır. Sınır varışları pasaportlar, vizeler, giriş-çıkış kartlarıyla yapılmaktadır. Ancak, bazı ülkeler arasında sınır geçişlerinin serbest olması, bu tür bir sayımın gücünü ortadan kaldırmaktadır. Ayrıca, bu tür sayım yapılan ülkelerde bile sınır geçişlerinin bireylere değil, giriş-çıkışlara göre yapılması, bir ülkeye birden çok giriş yapan ya da kendi ülkesinden birden çok kez çıkmış görünen kişinin birden çok ziyaretçi ya da turist sayılmasına yol açmaktadır. Ayrıca, iç turizmin hacmini belirlemek de bu sistemle mümkün olamamaktadır (Özgüç, 2017: 15-16).

Turist sayımında kullanılan ikinci yöntem ise Doğanay'a (2013) göre statik elemanlar olan konaklama ve geceleme türlerinin belirlenmesinde de çok çeşitli güçlükler mevcuttur. Birincisi, sınır geçişi yapanlarla, ticari ya da özel konaklama kolaylıklarını kullanarak geceleme yapanların sayıları birbirinden farklıdır. Ülkeye ya da bölgeye gelen ziyaretçilerin tümü ticari konaklama tesislerini kullanmayabilecekleri gibi, birden çok tesiste kalanların ayrı ayrı turist olarak görünmeleri de tekrar sayılmalarına yol açarak bir yanlışlığa sebep olabilir. Bu yüzden geceleme sayısının turist sayısından ziyade turizm hacmi hakkında çıkarımlarda bulunulmasına yardımcı olabileceği söylenebilir. Döviz bozdurma işlemleri yoluyla turizm hacmini ölçmek ise, çok çeşitli yerlerde döviz bozdurabilmesi ve bunların beyan edilmemesi gibi nedenlerle neredeyse mümkün değildir; ancak bu yolla bölgeye giren döviz miktarı hakkında yüzeysel bilgi edinilebilir (Özgüç, 2017:18).

### **1.3. Turizmde Talep ve Güdüler**

Turizm araştırmalarındaki temel konulardan biri de “turistlerin neden seyahat ettiği” konusudur. Tam anlamıyla açıklık getirilemeyen bu soruya “onları sürekli yaşama alanlarını bırakıp başka yerleri ziyaret etmeye teşvik eden nedir acaba? seyahat davranışlarını koşullandıran, gidecekleri yer tercihini, izleyecekleri güzergah ve uğraşacakları etkinlikleri belirleyen faktörler nelerdir?” gibi sorular eklenmiştir. Bu sorular yalnızca mekânsal etkileşimle ilgili konuları ortaya çıkarmakla kalmaz, aynı zamanda da coğrafyacıları, “1) Turistler neden yolculuğa çıkarlar? 2) Nereye giderler? 3) Ne zaman giderler ve gidecekleri yere nasıl giderler?” gibi başka sorular sormaya yönlendirir:

Bu temel konular turizm talebinin anlaşılmasının, turizmin gelişme nedenlerinin, belirli destinasyonlara kimin egemen olduğunun ve müşteri pazarına nelerin çekici gelebileceğinin ortaya konulabilmesine yardımcı olabilmektedir. Tatil gezisine karar verme de birçok faktör

etkilidir. Tatil gezisine çıkmadan önce, kişinin bu faaliyet için boş zamana sahip olması gerekmektedir. Boş zamanın olması da tatile çıkmak için yeterli değildir; kişinin bu seyahati gerçekleştirebilmesi için, işlem tutarlarını karşılayabilme düzeyinde gelire sahip olması gerekmektedir. Bu şartlar sağlanabilse dahi kişinin seyahate çıkmasında eğitimi, kültürü, ailevi durumu, yaşı, sağlığı, ilgi ve yaşam alanı gibi sayısız faktör etki yapacaktır. Tatil geçirme dışındaki başka birçok seyahat türü de turizme dâhil edilmektedir:

a) Din: Kişi, hacı olmak üzere kutsal yerlerden birisine gitmek isteyebilir. Müslümanlar Mekke'ye gitmek; Hindular Ganj kıyısına, Hristiyanlar ve Museviler Kudüs'ü mutlaka ziyaret etmek isterler.

b) İş: İşlerinin bir parçası olduğunda kişiler uluslararası ilişkileri geliştirmek, konferans, toplantı ve fuarlara katılmak amacıyla seyahat edebilirler.

c) Arkadaş ve akraba ziyareti: Toplumsal bağlarını sürdürmek isteyenler göç ya da iş nedeniyle başka ülkelerde yerleşmiş yakınlarını ya da kendi ana ülkesindeki akrabalarını zaman zaman ziyaret etme isteğiyle seyahat edebilirler.

d) Spor ve kültürel temaslar: Uluslararası spor olaylarında kültürel organizasyonlar yer almak ya da seyirci olarak katılmak üzere de seyahat edebilir. Olimpiyat Oyunları, Dünya Kupası maçları ya da Cannes Film Festivali bunlar arasında en tanınanlarıdır.

e) Tatil geçirme: Evden uzaklaşmak amacıyla bir tatil gezisine çıkmak şeklinde, insanlar güneşli ya da karlı yerlere, merak ettiği gelenek görenekleri, değişik mutfakları deneyebilecekleri yerlere giderler (Özgüç, 2017: 36-37).

Turizmin gelişmesi mekân ve zaman olmak üzere iki açıdan gerçekleşmektedir. Mekân açısı turizmle ilgili gelişmeler ile faaliyetlerin bir alandaki hareketini ifade ederken; zaman açısı belirli bir dönemdeki belirli bir alanda gerçekleşen turizm türü ve sayısındaki değişimleri ifade etmektedir. Bunlar ise, aşağıda sıralanan üç kesimin güdüleriyle birlikte bir süreç halinde işlerler:

1) Turistin güdülleri ve davranışları –turistin seyahat deneyiminden neler beklediği; tatil seçimi ve tatil geçirme davranışının ne olduğu;

2) Turizm endüstrisinin belirli destinasyonlarda, buralara sağladığı geliştirme ve reklam hizmetlerini belirlemedeki güdü ve davranışları;

3) Turizm gelişmesinin yaratacağı etkiye ev sahibi toplumun tepkisi sonucu ortaya çıkan güdü ve davranışları (Özgüç, 2017: 37).

### **Turistin Güdü ve Davranışları**

Doğanay'ın (2013: 5) dinamik elemanlar kategorisinde ele aldığı turist güdüleri, turizm faaliyetleri açısından oldukça önemlidir. Turizm faaliyetlerinde bulunan insanların davranışları, talepleri, turistik ürün ve yer seçimleri gibi bazı ipuçlarından hareket ile ortalama turist güdülerini tahmin etmek mümkün olabilmektedir. Bu ipuçları sayesinde bazı sistematikleştirme girişimleri de yapılmıştır. Buna göre, insanlar:

- 1) Fiziksel ihtiyaçlarını gidermek amacıyla
- 2) Toplumsal ihtiyaçlarını gidermek amacıyla
- 3) Statyle ilgili ihtiyaçlarını gidermek amacıyla
- 4) Entelektüel ihtiyaçlarını gidermek amacıyla
- 5) Zihinsel ihtiyaçlarını gidermek amacıyla turizme katılmak arzusu duyarlar.

### **Turizm Endüstrisinin Güdüleri**

Turizm ekonomik bir faaliyettir ve turizm endüstrisinin amacı bir kazanç sağlamaktır. Bu kazancı sağlamak için turistlerin turizm olayına katıldığı andan itibaren yararlandığı ulaşım, konaklama, yeme-içme, eğlence vb. birçok ürün ve hizmetin sağlanması gerekmektedir. Bu hizmet bileşimi ‘‘turistik ürün’’ şeklinde tanımlanabilir. Bu hizmetler aynı zamanda turizm endüstrisinin ayrılamaz birer parçasıdır. Turisti memnun ederek sürdürülebilirliğin sağlanması için bu parçalar rekabet halinde olsalar dahi işbirliği yapmak zorundadır. Turizm endüstrisinin çeşitli kısımları arasındaki rekabete dayanan davranış ve müşteri etkileşimi, uzun dönemde turizm destinasyonunun durumuna bağlı olarak, sektörün değişik geleişme aşamalarından geçmesine yol açar. Bu aşamalar: (a) henüz yeni başlayan turizm hareketlerinden dolayı turistin ve rekabetin az olduğu, buna bağlı olarak krların oldukça yüksek olduğu ‘‘başlangıç’’; (b) turistin ve sektöre dâhil olan şirket sayısının artmasıyla rekabet ortamının başladığı, turist sayısının (kitle turizmiyle) arttığı ve müşteri türünün çeşitlendiği ‘‘geleişme’’; (c) talep ve rekabetin yüksek dzeyele çıktığı ve buna bağlı olarak fiyatların en düşük düzeye indiği ve krların azaldığı ‘‘olgunluk (ya da doygunluk)’’; (d) modanın geçmesiyle birlikte satışların, krların ve fiyatların düştüğü rekabetin azaldığı ‘‘düşüş’’ dönemi olarak ayrılmaktadır (zg, 2017: 42).

### **Ev Sahibi Toplumun Güdüleri**

Ev sahibi toplumların özelliklerine göre ortaya çıkan gruplar genelde şunlardır:

- 1) Ekonomik gücü ellerinde tutanlar; arazi ve mülk sahipleri, turizm dışı yerel faaliyetleri elinde tutan kişi ya da şirketler gibi;

2) Yerel siyasi güç sahipleri; yerel politikacılar, karar vericiler;

3) Doğrudan ya da kurumlaşmış çok az gücü olan yerel sakinler, orada yaşayan ve çalışan sıradan insanlar; bu grubun yerel olaylarda karar verici etkisi o ulusun siyasal idari tarzı (kabile, demokrasi, diktatörlük vb. gibi) tarafından belirlenecektir;

4) Gidilecek bölgenin yer aldığı ülkenin idari, ülke ekonomik ve siyasal örgütlenmesinin turizmde karar verici rolü; turizmde yatırımlar özel sektör mü yoksa devlet tarafından mı yapılacak; devletin turizmle ilgili çıkaracağı yasalar ve benzerleri ulusal ve bölgesel düzeyde ev sahibi toplumun turizmle ilgili karar verebilirliği üzerinde etkili olacaktır.

Bu grupların her birinin turizme karşı tavırları farklıdır. Turizmin teşvik edilmesi ya da turizme karşı direnç sonucunda ortaya çıkacak turizm gelişme kalıbı, ölçeği ve lokasyonu, yerel halkın çoğunluğunun değil ama ev sahibi toplumdaki anahtar kişilerin güdülerini yansıtacaktır.

#### **1.4. Turizm Faaliyetlerinin Tarihi Gelişimi**

İlk Çağ'da Turizm: İnsan, canlıların en aktif olanıdır. Ayrıca insan, akıl ve merak sahibi olma özellikleriyle de diğer canlılardan ayrılır. Bu özellikleri sayesinde, seyahat ve yer değiştirme hareketi, onun en tipik özelliği olarak belirtilebilir. Kuşkusuz her yer değiştirme hareketi, turistik aktivite sayılamaz. Bu yüzden her yer değiştirme hareketini turizm olayının kapsamında saymak doğru değildir. Buna örnek olarak göçler verilebilir. Bu tür sebeplerden dolayı, çok eski devirlerden beri yer değiştirme faaliyetlerinde bulunan insanların, hangi hareketlerinin turizm olayı içine alınıp alınamayacağını kestirmek oldukça zordur. Antropologlar daha Avcı-Toplayıcı Dönemde kabileler arasında ziyaretlerin, hediyeleşme törenlerinin ve dolayısıyla bu amaçlarla seyahatlerin olduğunu belirtirler de, elimizdeki bulgular, bunları turizm olayının içine dâhil etmek için son derece yetersizdir (Doğanay, 2013:11)

Aşağı Mısır'daki Menfis civarında bulunan Piramitler'i, günümüzden yaklaşık 5000 yıl önce birçok kişi ziyaret etmekteydi. Ziyarete bulunan kişilerin bazı ihtiyaçlarını giderebilmek amacıyla barınma- konaklama tesisleri inşa edilmişti. Mısır'dakine benzer bir faaliyet de, yine Aşağı Mezopotamya'da Babil'de görülüyordu. Örneğin Kral Şulgi Babil'i asma bahçeler ile süslemiş; ziyaretçilerin konaklaması için bazı yapılar inşa ettirmiş ve önemli misafirlerin güvenliğini sağlamak amacıyla yollarda güvenlik önlemleri aldirtmişti. Günümüzdekine benzer bir turistik aktiviteye (daha çok, sportif, kültürel), İlk Çağ Yunan ve Roma ülkelerinde rastlanmaya başlanmıştır. Hatta Romalılarda, yazlıklar ve İmparatorlara özgü villalar inşa

edilmişti (örneğin Tibur ve Pompei şehirleri çevrelerinde). İlk Çağ'ın bir diğer turizm faaliyeti de kültürel amaçlı gezilerdi. Bu faaliyetin öncüleri çoğunlukla Yunan düşünürlerdir. Örneğin Herodot (İ.Ö. 484-426), sportif gösterileri izlemek gibi çeşitli amaçlarla birçok ülkeye geziler yapmıştı. Bodrum'da doğduğu sanılan bu düşünür Mısır, Anadolu, İran, Balkan Yarımadası ve İtalya gibi pek çok bölgeyi gezmişti. Boş zamanları değerlendirme ve zevk için seyahat aktivitesinin öncüleri olarak, Romalı soylular ve asilzadeler kabul edilmektedir. Bunların en fazla ziyaret ettikleri ülkeler ise, Eski Yunan ve Mısır bölgeleriydi. Seyahatleri, dinlenme-eğlenme yerleri, tarihi anıtların olduğu şehirler, termal turizm bölgeleri ve sportif faaliyet merkezlerine yönelikti (Doğanay, 2013: 11).

Orta Çağ'da Turizm: Özellikle Avrupa kıtasında her alanda olduğu gibi turistik amaçlı seyahatlerin de büyük oranda durgunlaştığı bir çağ olarak öne çıkar. Buna karşın Dünya'nın diğer bölgeleri için aynı ifadeyi kullanamayız. Roma İmparatorluğunun ikiye bölündüğü 395 ile İstanbul'un fetih tarihi olan 1453 arasını kapsayan bu devre, Avrupa için karanlık bir çağ olarak nitelenir. Gerçekten de bu çağ Avrupası, derebeylik rejiminin toplumsal güveni sarstığı, mezhep çatışmalarının ve sosyal çalkantıların yoğun olduğu bir dönem geçirmiştir. Bütün bunlarla birlikte, bu dönemde Avrupa dışındaki dünyanın diğer bölgelerinde dini ve ticari amaçlı seyahatler bu çağın sınırlı turizm hareketleri olarak kabul edilebilirler. Dini amaçlı seyahatler, bazı şehirlerin periyodik şekilde her yıl birçok kişi tarafından ziyaret edilmesini sağlamaktaydı. Örneğin, İslam dininin doğuş merkezleri olması nedeniyle, Mekke ve Medine, yine Şii Müslümanlarca kutsal kabul edilen Kerbela tıpkı günümüzde olduğu gibi, her yıl binlerce Müslüman tarafından, Orta Çağ'da da ziyaret edilmekteydi. Aynı şekilde, Budizm'in ve bu dini anlayışın taraftarlarının (Budist) Hindistan, Tibet, Çin ve Japonya'daki bazı dağlık bölgelerde periyodik olarak her yıl ziyaret ettikleri bazı dini merkezler vardı. Bunlar günümüzde de önemlerini korumaktadırlar. Özellikle bu gibi hac yerlerinde zamanla büyük şehirler ortaya çıkmıştır. Hinduların, Ganj ırmağı sularında yıkanmak suretiyle günden temizlendiklerine inanmaları nedeniyle, her yıl çok sayıda insan, Orta Çağ'da da bu ırmakta yıkanıp, inanışlarını yaşıyordu. Nitekim Allahabat ve Varanisi (Benares) gibi Ganj boyu şehirleri, büyük ölçüde bu aktiviteler nedeniyle gelişmiş ve günümüzde de bu fonksiyonlarını sürdürmektedirler. Yine Orta Çağ'da Çin'in Şansi eyaleti, Japonya'nın Fujiyama volkanı gibi yerleşmeler, dini nedenlere dayanan turizm açısından, Orta Çağ'daki gibi, günümüzde de çok fazla ziyaretçi çekerler. Dolayısıyla hac şehirleri ve kutsal mekânlar aynı zamanda turist çeken cazibe merkezleridirler (Doğanay, 2013: 12).



Orta Çağ'da büyük ölçüde ticari amaçlara yönelik, bazı özellikleri yönüyle turizm hareketleri içinde söz edebileceğimiz çeşitli seyahat hareketleri vardır. Örneğin bunlardan Marco Polo'nun (1254-1324) ünlü Asya gezisi, turizm olayı açısından büyük önem taşır. Yirmi dört yıl süren gezisinin dönüşünde, Garibeler Ülkesinde adlı ünlü eserini yayınlamış ve bu eserinde Doğu ülkelerinin zenginliklerinden çok fazla söz etmiştir. Marco Polo'nun bu büyük seyahati özellikle kraliyet ailelerinin dikkatini çekmiş hatta kraliyet aileleri Hindistan ve Çin'e ulaşmak ve bir an önce buradaki zenginlik kaynaklarını elde etmek istemişlerdir (Doğanay, 2013:12).

**Yeni Çağ'da Turizm:** Turizm hareketlerinin önceki dönemlere oranla daha fazla gerçekleştiği bir dönemdir. Bu dönemde temelinde yeni ekonomik kaynaklar arayışı yatan seyahatler gerçekleştirilirken, aynı zamanda sanat, sanat eserleri ve bilime yönelik artan ilgi nedeniyle gerçekleştirilen seyahatler önem kazanmaya başlamıştır. Bu çağda özellikle Avrupa ülkelerinde kraliyet ailelerinin çocukları, bilgi, görgü ve idari becerilerinin artırılması amaçlarıyla, Avrupa'nın kültür ve sanat merkezlerine gönderildi. Paris, Londra, Roma, Florensa ve Berlin bu amaçlarla yapılan seyahatlerin başlıca merkezleriydi. Sözü edilen bu seyahatleri günümüzün kültürel turizm faaliyetlerine benzetmek mümkündür (Doğanay, 2013:12).

Yeni Çağ'da yaklaşık olarak 16. yüzyıl sonlarında, Doğu Akdeniz havzası, tamamen Osmanlı İmparatorluğu'nun kontrolü altına girmişti. Bu dönemde bölgede, ticari ve kültürel amaçlı seyahatler gelişmeye ve yaygınlaşmaya başlamıştı. Bunda, yol sistemlerinin nispeten geliştirilmesi, kervansarayların inşa edilmesi, yolculuk süresince yolcuların güvenliğinin sağlanması gibi faktörler etkili olmuştur (Doğanay, 2013: 13).

**Yakın Çağ'da ve Çağdaş Anlamda Turizm:** Rönesans hareketleri, bilim ve sanatta yeni gelişmelere yol açarken, her alanda olduğu gibi turistik aktivitelere de katkı sağlamaya başlamıştı. Yeniden doğuş anlamına gelen bu hareket ile düşünür, yazar ve sanatçılar doğaya ve buralara yönelik seyahatlere daha fazla merak duymaya başlamıştı. Bu hareket, 18.yüzyılda natüralizm ve romantizm akımları gibi insan ve çevre ilişkilerini ön plana çıkaran çeşitli eserlerin yayınlanmasına yol açmıştı. Bu akımlar, seyahatlere ve turizm faaliyetlerine, önemli oranda katkı sağlamıştır (Doğanay, 2013: 13).

Yakın Çağ'da turizm gezilerinin yaygınlaşmasında, Sanayi Devrimi'nin büyük etkisi olmuştur. Bu dönem aynı zamanda modern turizm hareketlerinin başlangıcını da oluşturmaktadır. Bu dönemde, buhar makinasının icadı (1760) ve dokuma endüstrisinde kullanılması (1775), atölye tipi sanayinin önemini kaybetmesi ve zamanla yerini fabrika adındaki büyük sanayi tesislerinin alması gibi durumlar meydana gelmiştir. Bu gibi durumlar, Avrupa'da kırsal kesimden şehirlere doğru göç hareketlerini hızlandırmıştır. Gün geçtikçe gelişimini sürdüren sanayinin üretim ve ticaret üzerinde olumlu etkileri olmuştur. Bu etkiler satın alma gücü yükselen, seyahat ve tatil için yeterli geliri olan, ekonomik gücü giderek yükselen toplumların artmasını sağlamıştır. Ancak bu dönemde turizmin önündeki en önemli sorunlardan birisi çalışanlar için yeterli boş zaman ve tatillerin olmayışıdır. Bu dönemde çalışanların yararına oluşturulan haklar ve sendikalar, turizmin gelişimindeki önemli olaylardan bazılarıdır (Doğanay, 2013: 14).

Sanayinin gelişmesi, birçok alanda olduğu gibi ulaşım sektöründe de değişime yol açmıştır. Buharlı gemilerin icadı (1810) ve sefere konması (1819), ilk buharlı lokomotiflerin hizmete girmesi; ayrıca bunların yanında 1900-1910'larda benzinli ve dizel motorların icadı ile otomobil, uçak ve gemi gibi taşıma araçlarının kullanımının artması, turizmin gelişmesini sağlayan en önemli teknik olaylara örnek verilebilirler. Ulaşım ve iletişimdeki küresel gelişmeler, bazı bölgelerin ekonomik düzeylerindeki yükselişler ve kültürel gelişmeler, turizm hareketlerine de olumlu yönde etkilemiştir. Özellikle uluslararası turizm sektörünün gelişmesinde belki de önemli payı ulaşım teknolojilerinin gelişmesi sonucu değişen hız faktörü oynamaktadır. Bu sayede her yere erişim kolaylığı artmıştır. Örneğin, Avrupa ile ABD arasında çalıştırılmaya başlanan ilk buharlı gemi Savannah, Londra'dan 1819'da bu yolculuğuna çıkmış ve 13 günde New York'a varmıştır. Bu olay dönemin şartlarında oldukça kısa bir zaman olarak kabul edilmektedir (Doğanay, 2013: 15). 1811'de İngiltere'de "Sporty Magazine" adlı dergide ilk kez "turist" kavramının bir yazıya konu olması, Stendhal'in 19. yüzyıl Avrupa'sında özellikle İtalya ve Fransa hakkında betimlemeler yaptığı "Bir Turistin Anıları" adlı kitabı yazması ve Thomas Cook'un 1841'de İngiltere'de gerçekleştirdiği gününbirlik seyahatlar bu dönemdeki diğer önemli olaylardır.

Çağdaş turizm hareketleri olarak kabul edilen olayların birçoğu, II. Dünya Savaşı'ndan sonra farklı bir boyut kazanmıştır. Bu dönemi diğerlerinden ayıran başlıca özellikler; savaşlar sonrası dönemde oluşan güven ortamı, Dünya ekonomisindeki iyileşmeler ve ulaşım sistemlerine hava yolu gibi önemli bir unsurun girmesidir. Bu dönem sonrası dış turizme katılan

kitlelerin güvenlik endişeleri azalmış, gittikleri ülkelerin koruma ve güvenlik güvencesi ile seyahat edebilir duruma gelmişlerdir. II. Dünya Savaşı sonrası dönemin en önemli olaylarından birisi de turizmin pek çok ülke tarafından artık gelir sağlayıcı bir sektör olarak algılanmaya başlamasıdır. Bu dönemde artık pek çok ülke turistik hizmet yarışına girmişlerdir. Buna kanıt olarak modern konaklama, dinlenme ve diğer turistik tesislerin sayısının giderek artması gösterilebilir. Bu gelişmeler Dünya’da turizmin giderek daha büyük bir sektör haline gelmesini sağlamıştır. II. Dünya Savaşı sonrası dönemin ayırt edici olaylarından birisi de turizm faaliyetlerine artık sadece yüksek gelirli grubun değil, her gelir grubunun katılabilmesidir. Bu dönemde turizmin gelişimi ile ilgili dikkat edilmesi gereken süreçlerinden birisi de şüphesiz şehirleşme hareketlerinin yoğunlaşmasıdır. Uzmanlaşmış meslek gruplarının artması, çalışma saatlerinin ve tatillerin belirgin olması, stres adı verilen ve insanları seyahate, mekân değiştirmeye yönlendiren yeni bir kavramın ortaya çıkması, belki de bu şehirleşme döneminin en belirgin özellikleri olarak gösterilebilir (Doğanay, 2013:17) .

### **1.5. Başlıca Turizm Türleri**

21. yüzyılda turizm oldukça gelişip farklılaşmış ve kendi içinde tür sayısı artmıştır. Turizm türleri, ülkeler ve bölgeler açısından farklı önem değeri taşımaktadır. Örneğin; İspanya, Portekiz gibi ülkelerde kruvaziyer turizmi ilgi görürken; Vatikan, Mekke ve Medine gibi yerlerde inanç turizmi ilgi görmektedir. Turizm türleri genel olarak, turizm faaliyetine katılan kişi sayısına, katılanların yaşlarına, katılanların amaçlarına, katılanların sosyo-ekonomik durumlarına ve ziyaret edilen yere göre sınıflandırılabilir.

**Ziyaret Edilen Yere Göre Turizm Türleri:** İç Turizm: Bir kişinin kendi ülkesinin sınırları içerisinde turizm faaliyetlerine katılmasıdır. Dış Turizm: Bir kişinin başka bir ülkeye seyahatlerini ifade etmektedir.

**Katılanların Yaşlarına Göre Turizm Türleri:** Karşımıza 3 farklı yaş grubu çıkmaktadır. Gençlik Turizmi: 15-24 yaş arasındaki gençlerin ailelerinden bağımsız gerçekleştirdikleri turizm türüdür. Yetişkin (Orta Yaş) Turizmi: 25-60 yaş arası kişilerin gerçekleştirdikleri turizm türüdür. Bu dönemde kişiler, henüz yoğun çalışma döneminde olduğundan, turizm faaliyetlerine katıldıkları dönemler genellikle haziran, temmuz ve ağustostur. Üçüncü Yaş Turizmi: 60 ve üzeri yaş grubundaki kişilerin gerçekleştirdikleri turizm türüdür. Bu grup, yeterli gelir ile boş zamanı olan, aile sorumluluğu az olan üçüncü yaştaki kişilerden oluşmaktadır. Bu gibi özellikler dolayısıyla bu kişiler, aynı zamanda yüksek oranda turist olma potansiyeli

taşımaktadır. Türkiye'nin bu turistlere yönelik tanıtım faaliyetlerine girişmesi yerinde bir eylem olacaktır. Bu sayede mevsimsel yığılma azaltabilir ve turizm dört mevsime yayılabilir.

**Katılanların Sosyo-Ekonomik Durumlarına Göre Turizm Türleri:** Sosyal Turizm; işçi, memur, emekli, genç, engelli, çiftçi, esnaf vb. kişilerin devlet teşviki uygulamaları ile turizme katılmalarının sağlandığı, orta ve alt gelir grubunda olan sosyal yönden zayıf grupların dâhil olduğu turizm türüdür. Türkiye'de turizmin ilk yıllarında devlet eliyle kurulan sosyal tesislere orta ve alt gruplardaki bireyler, turizm faaliyetlerine dâhil edilmeye çalışılmıştır. **Lüks Turizm:** Yüksek gelirli bireylerin oldukça pahalı ve lüks otellerde konakladığı ya da üst düzey konfora sahip transatlantiklerde yolculuk ettiği turizm türüdür.

**Katılan Kişi Sayısına Göre Turizm Türleri:** **Bireysel Turizm:** Bu türün temelini, turizme bireysel olarak katılımın gerçekleşmesi oluşturmaktadır. Bireysel olarak turizme katılanların çoğunluğunu Batı Avrupa ülkeleri oluşturmaktadır. Bunun yanı sıra Amerikalı, Kanadalı ve Avustralyalı bireylerin sayısı da yukarı doğru bir ivme göstermektedir. **Kitle Turizmi:** Günümüzdeki turizm eylemlerinin belirleyicisi konumundadır. Özellikle 1950'li yıllardan sonra gözlemlenmeye başlanmıştır. Kitle turizminde turistlerin paket turları tercih etmesi en belirgin özelliğidir. Kitle turizmi, turizmin gelişimi aşamasında en belirleyici turizm türüdür. Bu turizm türünde bir noktadan sonra; özellikle doyum noktasına ulaşıldığında, kitle turizmine önem veren ülkelerin doğal ve kültürel unsurlarını koruma ve kullanma konusunda özen göstererek iyi bir denge sağlamaları gerekmektedir. **Grup Turizmi:** Çeşitli toplumsal grupların turizm faaliyetlerine birlikte katıldıkları turizm çeşididir. Bu turizm çeşidinde gruplardaki kişi sayısı sınırlıdır. Dernek üyeleri, öğrenci grupları, meslek organlarının katılımı ile gerçekleştirilen turizm faaliyetleri örnek verilebilir.

**Katılanların Amaçlarına Göre Turizm Türleri:** Kişilerin ihtiyaçlarına bağlı olarak turizm faaliyetine katılma amaçları da değişebilmektedir. Dolayısıyla deniz-kum-güneş üçlüsünden oluşan deniz turizmi, kişilerin toplantı için gerçekleştirdiği kongre turizmi, kişilerin rahatsızlıklarını gidermek için katıldığı termal turizm, son yıllarda gittikçe popüler olan kişilerin daha spesifik amaçlarla turizme katıldığı özel ilgi turizmi (tarım, arkeoloji, kuş gözetleme, festival, avcılık, botanik vb. ) gibi çeşitli turizm türleri ortaya çıkabilmektedir. Bu yüzden insanlar, turizm faaliyetlerinde hangi nedenle bulunuyorlarsa turizmin türü de bu nedene bağlı olarak sınıflandırılmaktadır.

## 1.6. Sürdürülebilir Turizm

Turizm politikalarındaki gelişmeler ile ekonomi politikaları arasında sıkı bir ilişki vardır. İlk ekonomi politikalarının amacı üretimi ve gelirleri artırmaktır; buna bağlı olarak ilk turizm politikaları da talep ve döviz gelirlerinin artırılması üzerine şekillenmiştir. Zamanla değişen ihtiyaçlara bağlı olarak sosyal, kültürel, tarihi ve doğal unsurların korunmasını amaçlayan sürdürülebilir kalkınma kavramı ortaya çıkmıştır. Devletler, bu kavrama seyirci kalmamış ve temel sorumluluklarından biri olarak benimsemiştir. Bu doğrultuda ekonomi politikalarını ve bu politikalarda göz önünde bulundurulması gereken değişkenleri insanların sosyal refahı ile birlikte ele almaya başlamışlardır. (Coşkun, 2004: 9).

Turizmin kitlesel bir değer kazanmasıyla birlikte çeşitli platformlarda daha arzu edilebilir olan turizmin alternatif şekilleri ortaya çıkmaya başlamıştır. Kitle turizmine tepki sonucu meydana çıkan turizmin alternatif şekillerinin ortak özellikleri şunlardır:

- Turizmin mekân 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,
- Turizm istihdamında yöre halkına öncelik verilmesi.

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün belirlediği “Küresel Sürdürülebilir Turizm Kriterleri” dört ana başlık çerçevesinde şekillendirilmiştir. Bu başlıklar şu şekilde sıralanabilir:

- Etkili sürdürülebilir planlama,
- Yerel toplulukların ekonomik ve sosyal refahının yükseltilmesi,
- Kültürel mirasın korunması,
- Çevreye yapılan olumsuzlukların azaltılmasıdır (UNESCO, 2009: 9-10).

Türkiye turizminde sürdürülebilirliğin sağlanabileceği kültür, sağlık, termal, kış, golf, kongre, müze vb. birçok alternatif turizm seçeneği mevcuttur. Yapılan bir araştırmada Antalya'nın deniz-kum-güneş üçlüsüne yönelik turizm dışında; yayla, kış, dağ, kırsal, ay, mağara, kamp, karavan ve akarsu turizmi gibi alternatif turizm türleri açısından da oldukça

zengin olduğunu belirtilmiştir. Bu zenginliğin değerlendirilmesi ile turizmin bir yıla yayılmasının mümkün olduğu ve bu şekilde turizmden elde edilen gelirlerin artırılması ile birlikte sürekliliğin de sağlanabileceği belirtilmiştir (Sarı, 2008: 12-45). Başka bir araştırmada ise kitlesel boyutta güneş ve deniz turizmine yoğunlaşan Çanakkale'nin, kültür turizmi aracılığıyla yeni turizm ürünlerinin geliştirilmesi açısından önemli bir potansiyeli bulunmasına rağmen, bu potansiyelin yeterince değerlendirilmediği görülmüştür (Kelkit, 2003: 18-23).

### **1.7. Dünya'da Turizm Sektörü ve Gelecek İçin Öngörüler**

Turizm günümüzde, birçok sektörden ayrı düşünülmemeyen, kendine özgü özellikleri olan ve birçok insanın katıldığı bir kitle hareketi haline gelmiştir. Turizm pek çok alt sektörle ilişkilidir: uçak şirketleri, deniz yolları, demir yolları, kiralık araba şirketleri, seyahat acentaları, konaklama tesisleri, yeme- içme tesisleri ve toplantı alanları gibi (Çımat ve Bahar, 2003: 15). Bundan dolayı turizm sektörü net bir şekilde tanımlanamamakta ve sektörün etkileri de net olarak ölçülememektedir.

Turizm, son 40-50 yıllık dönemde gösterdiği büyüme oranı ile Dünya'da otomotiv, petro-kimya, bilgisayar, iletişim gibi pek çok ekonomik sektörün büyüme oranını geride bırakmış ve önemli sektörlerden biri haline gelmiştir (Sivil, 2007: 9). Turizm sektörü doğrudan istihdam sağlayabildiği gibi destek endüstrilerle dolaylı istihdam sağlayabilme özelliğine de sahiptir. Dünya Turizm ve Gezi Konseyi'ne göre 2016 yılı itibariyle her 10 kişiden birisi turizm sektöründe istihdam etmektedir. Konseye göre turizm gelirinin ve turist sayısının da önümüzdeki yıllarda hızla artacağı öngörülmektedir (OECD, 2009: 5). Dünya Turizm Örgütü'nün (UNWTO) tahminlerine göre ise 2020 yılında 1 milyar 400 milyon turiste ve 2 trilyon dolar turizm gelirin'e ulaşılabilecektir (UNWTO, 2017: 6). Turizm, çoğu ülke ve bölge ekonomisindeki hizmet sektörleri arasında diğer sektörlerle en fazla ilişkisi bulunan sektördür. Aynı zamanda turizm pek çok gelişmekte olan ülkeye de önemli bir döviz kaynağı sağlamaktadır.

Turizm küreselleşmenin en önemli unsurlarından biridir, aynı zamanda ülkelerin ekonomi, hizmet ve istihdam performansı ile ilişkisi de oldukça fazladır. Bu yüzden hükümetler için ulusal, bölgesel ve yerel düzeyde turizm sektörü ile ilgili politikalar gittikçe daha fazla önemli bir hal almaktadır (OECD, 2009: 7). Günümüzün en popüler sektörlerinden birisi olmasına karşın, turizmin son yüz yılı dışında sağlıklı istatistiki verilere ulaşmak son derece güçtür. Modern turizm döneminin başlangıcı olarak kabul edilen II. Dünya Savaşı sonrası

dönem ile birlikte, gerek sektörün artan önemi ve gerekse bu alandaki uzmanlaşma (sektörün kamu-özel ve akademik çevrelerde temsil edilmeye başlanması) sayesinde, turizme ait nitel ve nicel veri temini kolaylaşmıştır (Doğanay, 2013: 17). Gelişen ulaşım ve iletişim araçları sayesinde turizm aktiviteleri gün geçtikçe artmaktadır. Turizmin gelişimine yön veren bazı önemli etkenler şunlardır;

- İnsanların boş zamanının artması,
- Ücretli tatil hakkının yaygınlaşması,
- Gelir düzeyindeki artışlar ve kişiler arasında gelirin daha dengeli biçimde dağılması,
- Ulaşım araçlarının gelişmesiyle hız ve konforun artması,
- Konaklama şekillerinin yaygınlaşması ve çeşitlenmesi,
- Tanıtım, reklam ve halkla ilişkiler faaliyetlerinin olumlu etkisi,
- İkinci konutların yaygınlaşması,
- Belirli turistik yörelerin popüler hale gelmesi,
- Toplumlarda tatil düşüncesinin yaygınlaşması,
- Paket turların kullanılmaya başlanması,
- Sınır geçiş işlemlerinde resmi işlemlerin azalması,
- Tatilin ihtiyaç olarak görülmeye başlanması,
- II. Dünya Savaşı'ndan sonra insanların gezme, görme ve yabancı kültürlerle karşı

merakının artması (Sivil, 2007: 18).

Dünya uluslararası turizm hacmini net rakamlara dökmek güçtür. 1950'den sonraya ait olmak üzere, elimizde bazı veriler bulunmaktadır. Buna göre, 1950'de 25 milyon dolayında olan uluslararası turizm hacmi, 1960'da 69 milyon, 1970'de 166 milyon, 1980'de 278 milyon, 1990'da 435 milyon, 2000'de 674 milyon, 2010'da 953 milyon ve 2012'de ise ilk kez 1 milyarı geçerek 1.035 milyon kişiye ulaşmıştır. 2016'da ise bu rakam 1.235 milyon, 2017'de 1.322 milyon ve 2018'de 1.340 milyon kişiyi bulmuştur (UNWTO, 2018: 1).

Dünya genelinde turizm 1990'lı yılların ilk yarısında büyümesine devam etmiştir. 1990-1995 yılları arasında en iyi büyümeye sahip bölgeler Doğu Asya ve Pasifik (%8,3), Orta Doğu (%6,6), Afrika (%6,1) ve Güney Asya (%5,9)'dır. %4,3'lük büyüme ortalamasını geçemeyen ve iyi bir performans gösteremeyen bölgeler ise doyum noktasına ulaşan Avrupa (%3,7) ve Amerika (%3,3) olmuştur (UNWTO, 1999: 11).

1995-2007 yılları arasında büyüme ortalaması 2001-2003 yılları arasında yaşanan bazı olumsuz durumlara rağmen (SARS, terör ve ekonomik gerileme) yıllık ortalama %4'den fazla bir büyümeyle devam etmiştir.

1950'den 2018 yılına kadar turizmin bölgelere göre büyüme oranı bazı dönemler halinde Tablo 1'de görülmektedir. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün (UNWTO) yaptığı bir araştırmada 1950'de en fazla tercih edilen 15 varış noktasının toplam uluslararası varışların %98'ini oluşturduğu, 1970'de bu oranın %75'e, 2007'de ise %57'ye gerilediği görülmektedir. Bu durum bazı bölgelerin turizm sektöründe doyma noktasına ulaşmaya başladığını, turizm sektörünün bu bölgelerden daha farklı yeni bölgelere doğru yöneldiğini ve bu bölgelerin çoğunun gelişmekte olan ülkelerde yer aldığını göstermektedir (UNWTO, 2008-a: 1).

**Tablo 1. Uluslararası Turizm Hacminin Yıllara Göre Seyri 1950-2018 (milyon kişi)**

Yıllar	Dünya toplamı	Afrika	Amerika	Asya-Pasifik	Avrupa	Ortadoğu
1950	25	0,5	7,5	0,2	17	0,2
1960	69	0,8	17	1	50	0,6
1970	166	2	42	6	113	2
1980	278	7	62	23	178	7
1990	435	14,8	92,8	55,9	261,5	9,6
2000	674	26,2	128,2	110,4	303,5	22,4
2010	953	50,4	150,1	208,1	489	55,4
2015	1.189	53,4	192,7	284	603,7	55,6
2016	1.235	57,8	199,3	308,4	616,2	53,6
2017	1.322	62	207	324	671	58
2018	1.340	67	217	343	713	64

Kaynak: UNWTO-Dünya Turizm Örgütü

2008 yılında uluslararası turist varışları 2007 yılındaki varışlara göre 21 milyon artarak 924 milyona ulaşmış ve %2'lik bir artış meydana gelmiştir. Bu dönemde Dünya'da ekonomik krizler, petrol fiyatları ve dövizdeki belirsizlikler gibi durumlar nedeniyle turizm talebi yıl boyunca yavaşlamıştır. 2007'de büyümeyi sürdüren Avrupa ve Asya bölgelerinde, 2008'in ikinci yarısında %3'lük küçülme gerçekleşmiştir. Aynı dönemde Amerika %1, Afrika %4 ve Orta Doğu %5'lik büyüme göstermişlerdir. Büyümenin devam etmesi sonucu bu bölgeler en iyi performans gösteren bölgeler olmuştur. Bir önceki yıla göre Orta Doğu'da %11'lik, Afrika'da %5'lik ve Amerika'da %4'lük artış yaşanmıştır. Bu dönemdeki olumsuz durumlara



rağmen Honduras, Uruguay, Kore, Çin, Endonezya, Lübnan, Ürdün ve Türkiye gibi varış noktaları 2008’de de büyümelerini devam ettirmişlerdir (UNWTO, 2009: 3-4). 2009’da turist varışları 2008’e kıyasla Dünya’da %4’lük bir düşüşle 880 milyona gerilemiştir. Aynı dönemde turizm gelirleri ise 942 milyar dolardan 852 milyar dolara gerilemiştir (UNWTO, 2010: 1). 2016 yılında Asya-Pasifik büyümeye öncülük ederken, onu %8 ile Afrika ve % 3 ile Amerika izlemiştir. Dünyanın en çok ziyaret edilen bölgesi Avrupa %2’lik bir büyümeyle ilginç bir sonuç gösterirken, Ortadoğu’da yaşanan karışıklıklar sebebiyle büyüme oranı %-4’lük bir düşüş göstermiştir. 2018 yılında Dünya turizm gelirleri ise 1.340 milyar dolara ulaşmıştır. Uluslararası turizm hacminin Dünya çapında artması beklenmektedir. 2010-2030 yılları arasında %3,3’lük bir büyümeyle Dünya turizm hacminin 1.8 milyar dolara ulaşması beklenmektedir (UNWTO, 2016:2).

Dünya’da en fazla turist çeken ülkelere bakıldığında çok büyük değişiklikler görülmektedir. En fazla turist çeken ilk on ülkeye bakıldığında genellikle aynı ülkeler arasında sadece sıralama değişikliği olduğu, nadiren farklı ülkelerin sıralamaya katıldığı bilinmektedir. 2018 verilerine göre Türkiye’nin de yer aldığı Dünya’da en fazla turist çeken ülkeler sıralaması şu şekildedir; Fransa, İspanya, A.B.D., Çin Halk Cumhuriyeti, İtalya, Meksika, İngiltere, Türkiye, Almanya ve Tayland (Tablo 2).

**Tablo 2. Dünya’da En Fazla Turist Çeken İlk On Ülke, 2018**

	Ülkeler	Turist Sayısı (milyon)
1	Fransa	86,9
2	İspanya	81,8
3	A.B.D.	75,9
4	Çin Halk C.	60,7
5	İtalya	58,3
6	Meksika	39,3
7	İngiltere	37,7
8	Türkiye	37,6
9	Almanya	37,7
10	Tayland	35,4

Kaynak: UNWTO-Dünya Turizm Örgütü

Dünya’da en fazla turizm geliri elde eden ülkelere bakıldığında, en fazla turist çeken ülkelerle aynı sıralamayı göstermediği anlaşılmaktadır. 2018 verilerine göre Dünya’da en fazla

turizm geliri elde eden ülkeler şu şekilde sıralanabilir; A.B.D., İspanya, Fransa, Tayland, İngiltere, İtalya, Avustralya, Almanya, Çin Halk Cumhuriyeti ve Japonya (Tablo 3).

**Tablo 3. Dünya’da En Fazla Turizm Geliri Elde Eden Ülkeler, 2018**

	Ülkeler	Turizm Geliri (milyar \$)
1	A.B.D.	211
2	İspanya	68
3	Fransa	61
4	Tayland	57
5	İngiltere	51
6	İtalya	44
7	Avustralya	42
8	Almanya	40
9	Çin Halk Cumhuriyeti	36
10	Japonya	34

Kaynak: UNWTO-Dünya Turizm Örgütü

Dünya’da turizm harcamaları en yüksek ülkelere bakıldığında bazılarının, masraflarını karşılayamadığını söylemek mümkündür. Tablo 3 ve 4 karşılaştırıldığında bu durum daha net anlaşılmaktadır. Dünya’da turizm harcamaları en yüksek ilk beş ülke 2018 verilerine göre şöyledir: Çin, A.B.D, Almanya, İngiltere ve Fransa (Tablo 4).

**Tablo 4. Turizm Harcamaları En Yüksek İlk 5 Ülke, 2018**

Ülkeler	Harcama Miktarı ( Milyar \$)
Çin	257,7
A.B.D.	135
Almanya	89,1
İngiltere	71,4
Fransa	41,4

Kaynak: UNWTO-Dünya Turizm Örgütü

1950’den günümüze kadar turizm pazarları oldukça fazla değişmiştir. 1950’lerde, Dünya turizm pazarının odak noktası %66 ile Avrupa olmuştur. Avrupa’yı, ikinci sırada %30 ile Amerika izlemekteydi. 2005’te ise Avrupa’nın turizmdeki oranı %55’e, Amerika’nın ise %16’ya düşmüştür. Asya ve Pasifik’in turizmdeki oranı 1950’de %1’iken, 2005’de %19’a yükselmiştir; bu durum turizm pazar ve alansal dağılım dengesinde farklı bir düzene geçilmeye başladığı göstermekteydi. 2020 tahminlerine göre ise; Avrupa’nın turizmdeki payının %46’ya

inmesi, Amerika'nın payının %18'lerde kalması, Asya ve Pasifik'in payının ise % 26'lara ulaşması beklenmektedir. (Emekli vd., 2006: 6-8).

### 1.8. Türkiye'de Turizm Sektörü

Türkiye'de turizm sektöründe 1980'lere kadar göze çarpan bir değişiklik olmamıştır. Turizm, özellikle 1980'lerden itibaren büyük bir ivme kazanmaya başlamıştır. Türkiye'ye gelen yabancı turist sayısı 1980'de 1.057.300, 1990'da 5.389.300, 2000'de 10.428.100, 2010'da 28.600.200, 2015'te 36.244.600 kişi olarak tespit edilmiştir. Sadece 2016 yılında ters bir ivme yaşanmış, gelen yabancı turist sayısı 25.352.200'e düşmüştür. 2016'dan sonra gelen yabancı turist sayısı tekrar artışa geçmiştir. 2017'de 32.400.000 ve 2018'de 37.600.000 yabancı turist gelmiştir (Tablo 5). Turizm, ülkenin ekonomik sorunlarla karşılaştığı dönemlerde döviz girdisi sağlamıştır. Bu sayede ülkenin döviz ihtiyacının giderilmesinde, işsizliğin azaltılmasında, ödemelerin kolaylaştırılmasında önemli bir sektör haline gelmiştir (Çımat ve Bahar, 2003: 1).

**Tablo 5. Türkiye'ye Gelen Yabancı Turist Sayısının Yıllara Göre Değişimi, 1950-2018**

Yıl	Turist Sayısı
1950	28,600
1960	194,100
1970	725,000
1980	1,057,300
1990	5,389,300
2000	10,428,100
2010	28,600,200
2015	36,244,600
2016	25,352,200
2017	32,400,000
2018	37,600,000

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı Turizm İstatistikleri

Türkiye tarihsel, kültürel ve doğal özellikleriyle büyük bir zenginliğe sahiptir. Türkiye'nin, bu zenginlikleri turizm potansiyelini de artırmaktadır. Bu potansiyelin değerlendirilebilmesinde turizme yönelik yatırım ve girişimlerin artması, yatırım ve girişimlere destek sağlanması ve tanıtımların katkısı oldukça büyüktür. Bu katkılar sayesinde turizm sektörü, ekonomik ve sosyal hayatta gün geçtikçe daha fazla gündeme gelmeye başlamıştır.

Türkiye'de turizm faaliyetleri kıyı turizmiyle birlikte ağırlık kazanmaya başlamıştır. Dünya'da olduğu gibi Türkiye'de de turizm ihtiyaçlara ve günün koşullarına bağlı olarak

zamanla çeşitlenmiştir. Özellikle son yıllarda sürdürülebilir kalkınma ilkeleri doğrultusunda alternatif turizm politikaları üretilmeye başlamıştır. Dolayısıyla son yıllarda turizm türlerini çeşitlendirme ve mekânsal değişim üzerinde daha fazla durulmaya başlanmıştır (Emekli, 2005: 103).

Turizm, 2005'te Türkiye'nin GSMH içinde %5,5 pay ile ödemeler dengesi bilançosunda ise %24,5 pay ile ekonomideki önem değerini yükselmiştir (DPT, 2007: 1). 2006'dan itibaren ise turizmin payında bir gerileme görülmektedir. Bu durumda GSMH hesaplama yönteminin değişmesi ve GSMH'nin artması etkili olmuştur. Bununla birlikte 2016 yılında Türkiye'nin turizm gelirlerinde bir gerilemenin yaşanmış olduğu Tablo 6'da görülmektedir. Bu düşüşe; sınırlarımızı ihlal eden Rus savaş uçağının 2015 sonunda düşürülmesi ile başlayan Türkiye-Rusya gerginliği, Rus turistlerin ülkemizi ziyaretine yasak getirilmesi, aynı dönemde bölgemizde yaşanan Suriye iç savaşının artan terör eylemleri ile birleşmesi, Türkiye turizminin ana turist kaynağı pazarı olan Avrupa içlerine kadar yayılan terör olayları, öte yandan 2015 yılı 15 Temmuz'da yaşanan başarısız darbe girişimi gibi olayların Türkiye'nin Dünya'daki imajını olumsuz etkilemesi neden olmuştur.

Türkiye 2018 yılı itibariyle Dünya'nın en fazla turist çeken ülkeleri arasında 39,4 milyon gelen turist sayısı ile 8. sırada olmasına rağmen; 29,5 milyar dolar turizm geliri ile en fazla turizm geliri elde eden ilk 10 ülke arasına girememiş ve 14. sırada kendine yer bulmuştur. Türkiye, Avrupa'da gelen turist sayısı bakımından 5. sırada; turizm gelirleri bakımından ise 6. sırada yer almaktadır.

**Tablo 6. Türkiye'nin Turizm Geliri ve Bunun Yıllara Göre Seyri, 1970-2018**

Yıllar	Turizm Geliri (Bin \$)
1970	51,6
1980	326,7
1990	3225
2000	7636
2010	24930
2015	31464,7
2016	22107,4
2017	26283,6
2018	29512,926

Kaynak: TÜİK

Türkiye İstatistik Kurumu'nun verilerine göre 2018 yılında yurtdışı ikâmetli gelen turist sayısı 39,4 milyon civarındadır. 2018 yılında turistlerin gerçekleştirdiği yaklaşık 190,7 milyon gecelik konaklamanın 70,2 milyonu Antalya'da, 20,1 milyonu ise İstanbul'da gerçekleşmiştir. Türkiye İstatistik Kurumu'nun verilerine göre 2018 yılında Türkiye'ye gelen turistlerin yaş gruplarına göre dağılımı incelendiğinde ziyarette bulunan turistlerin çoğunluğunun 25-44 yaş grubunda olduğu görülmektedir. Turistlerin eğitim durumlarına bakıldığında ise gelen turistlerin büyük bölümünün eğitim düzeyinin yüksek olduğu görülmektedir. 2018'de Türkiye'ye gelen turistlerin geliş amaçlarının başında %59 ile gezi ve eğlencenin yer aldığı görülmektedir.

Seyahat acentaları ve tur şirketleri Türkiye turizminde büyük bir etkiye sahiptir. 2018 yılı turizm verilerine bakıldığında her gelir düzeyindeki turistlerin seyahatlerinin çoğunu acenta veya tur şirketi aracılığıyla gerçekleştirdiği görülmektedir. Turistlerin geliş amaçlarına ve geliş şekline bakıldığında gezi ve eğlence amaçlı olarak ülkeye gelen turistlerin yaklaşık %65'inin, kültür için gelenlerin ise %60'ının tur şirketleri ve seyahat acentalarını kullandığı görülmektedir. Aile, akraba veya arkadaş ziyareti, alışveriş, ticaret gibi nedenler ile ülkeye gelen turistlerin çoğunun ise bireysel olarak seyahat ettikleri görülmektedir.

### **1.9. Türkiye'de Turizm Politikaları**

Turizm, ülke ekonomilerine sağladığı döviz ve istihdam ile gelir sağlayan, sosyal ve kültürel bir bağlayıcı görevi görüp farklı kültürler arasında etkileşime aracı olan, bununla birlikte çevre ile de etkileşim halinde olan önemli bir faaliyettir. Bu faaliyeti etkileyen faktörlerden biri de politikalardır. Ülkemizde, turizm uygulamalarında etkili olan politikalara göz atmak gerekir.

1870'de İstanbul'u Paris'e bağlayan Şark demiryolunun açılmıştır. Bu durum ilk otellerin yapımını teşvik etmiştir. Bu şekilde ilk modern anlamdaki Pera Palas Oteli 1892'de faaliyete başlamıştır. Yine bu dönemde iki yabancı seyahat acentesi faaliyete geçmiştir. Turizmle ilgili kuruluş faaliyetlerini devam ettirmek amacıyla Atatürk'ün isteğiyle Seyyahın Cemiyeti (adı sonradan Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu oldu) kurulmuş ve bu cemiyet II. Dünya Savaşı'na kadar Türkiye'nin turizm siyasetinin belirlenmesinde söz sahibi olmuştur. Kamu sektörü tarafından 1955'te kurulan Türkiye Turizm Bankası aracılığı ile TURBAN otellerinin kurulması turizme ayrı bir canlılık katmıştır. 1957'de turizm, Bakanlık düzeyinde ele alınmaya başlanmasına rağmen; günümüze kadar uluslararası düzeyde yeterince üzerinde

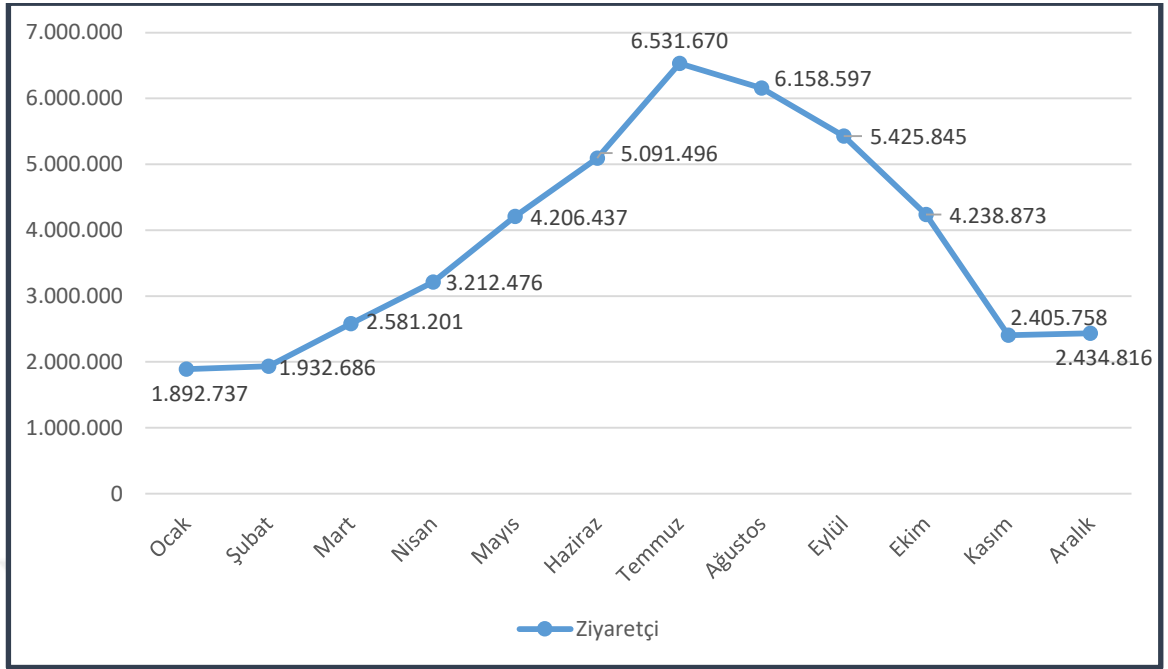
durulan bir konu olmamıştır. 1963 yılından 1980’li yıllara kadar ülkemizde turizm gelişme eğilimi göstermiştir. Turizm, 1980’li yıllardan itibaren ekonomik, sosyal ve çevresel etkileri ile bir bütün halinde ele alınmaya başlanmıştır. Bunda Türkiye’nin doğal ve tarihi zenginliklerinin turizme yansımadağının fark edilmesi etkili olmuştur. Bu amaçla yasal düzenlemeler yapılarak 1982 yılında “Turizm Teşvik Kanunu” çıkarılmış, 1985 yılında ise turizm, “Kalkınmada Özel Önem Taşıyan Sektör” kapsamına alınmıştır. Bu önlemler sayesinde turizmde önemli gelişmeler gerçekleşmiş; 1984-1990 yılları arasında turizm ortalama %12,1 oranında büyüme gösteren bir sektör haline gelmiştir.

1990’lı yıllarda gerçekleşen bazı olaylar (terör olayları ve 1991 yılındaki Körfez Savaşı), ülkemize Batı Avrupa’dan gelen turistleri olumsuz etkilemesine rağmen, Doğu Avrupa’dan gelen turistler sayesinde kolay atlatılmıştır. Türkiye’de ulaşım sektöründe meydana gelen değişiklikler de turizmin gelişmesinde oldukça etkili olmuştur. THY’nin yaptığı düzenli uçak seferleri, özel uçak şirketlerinin yaptığı seferler ve son yıllarda büyük artış gösteren seyahat acentelerinin düzenlediği organize turlar da turizmi geliştirmiştir.

Türkiye’de kalkınma planları incelendiğinde 1980’lere kadar turizm politikalarında deniz-güneş-kum (3S) turizminin geliştirilmesi yönünde çalışmalar yapıldığı görülmektedir. 1973-1977 döneminde Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı’nda ilk defa çevre konusuna değinilmiştir (DPT, 1973). 1985-1989 döneminde uygulanan Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı’nda deniz-güneş-kum turizminin dışında başka turizm türlerinin de gerekliliğine değinilmiştir (DPT, 1985). “Sürdürülebilir turizm” kavramı ise ilk defa Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı’nda yer almıştır (DPT, 2001).

Turizm sektörünün uzun yıllar kitle turizmine yönlendirilmesiyle kıyı kesimlerde doyum noktasına ulaşmaya başlayan turizm, sürdürülemez bir hale gelmeye başlamıştır. Türkiye sadece mekân açısından sürdürülemez bir turizmle karşı karşıya kalmamış, zaman açısında da sürdürülemezlikle karşı karşıya kalmıştır. Türkiye’nin aylık ziyaretçi sayılarına bakıldığında turizmde yıl boyunca dengeli bir dağılış yoktur. Genellikle mayıs- ekim ayları arasında mevsimsel yığılma görülmektedir ( Şekil 1).

**Şekil 1. Türkiye'ye Gelen Aylık Ziyaretçi Sayısı (2018)**



Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2018

Türkiye birçok turizm türünün yapılabileceği bir alan olması bakımından oldukça önemli bir potansiyel taşımaktadır. Bu alanlar planlı bir şekilde turizme kazandırıldığında doyum noktasına ulaşan bölgelerdeki talep baskısını azaltılabilir. Böylece turizmin mekân ve zaman açısından sürdürülebilirliği sağlanabilir. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın hazırladığı, 2023 Türkiye Turizm Strateji Belgesi'nde de sürdürülebilirlik üzerine dikkat çeken maddeler bulunmaktadır:

- Bölgeler arasında var olan gelişme farklılıklarının giderilmesi ile sürdürülebilir kalkınmanın sağlanması,
- Mevcut turizm bölgelerinin sürdürülebilirlik çerçevesinde tekrar planlanması ve daha kaliteli yaşanabilecek çevreler oluşturulması,
- Turizmin gelişiminin sürdürülebilir çevre politikaları ile desteklenmesi,
- Turizmin tüm yıla yayılması için ürün çeşitliliğinin artırılması,
- Sürdürülebilir turizm kavramının tanıtılması ve eko-turizm, kırsal turizm ile agro-turizm konularında tüm kuruluşların bilinçlendirilmesi (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007: 4-5).

### 1.10. Müze

Müzeler geçmişle ilgili bilgi, belge ve eseri saklamak, korumak, sergilemek ve tanıtmak için oluşturulmuş kuruluşlardır. Aynı zamanda bu kuruluşlar ziyaretçilerini bilinçlendirirken; yaptıkları çalışmalarla kültürün önemli parçalarından biri olarak öne çıkmaktadır. Zamanla değişen ihtiyaçlara bağlı olarak müzeler çok işlevli bir hal almaya başlamıştır. Müzeler, “sürdürülebilirlik” ile “kullanırken koruma” bilincinin en iyi geliştiği ve en rahat uygulanabildiği alanlardır. Bu alanlar zamanla daha fazla kişi tarafından merak edilmiş ve ziyaret edilmeye başlanmıştır.

Müze sözcüğü Latince, Mousa’lar (esin perileri) tapınağı demek olan “museum” ve Eski Yunanca “mouseion”dan gelmektedir. 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 istediği kadar konaklayabileceği, eğitim verebileceği, araştırma yapabileceği bir bilim merkezi oluşu “müze” kavramının ve müzenin niteliğinin ne olduğu konusunda ilk ipuçlarını vermektedir (Karabıyık, 2007: 3). Günümüzde ise müzeler;

- Çevreyi gezme, görme ve turizm,
- Eğitim-öğretim,
- Tarihi mekân ziyaretleri,
- Dinlenme,
- Hediye satın alma,
- Derleme ve kaydetme,
- Sosyal ve toplumsal çalışma,
- Materyal sağlama,
- İstihdam sağlanması,
- Çeşitli tanıtım,
- Eğlence vb. amaçlı faaliyetler için bir mekân oluşturmaktadır.

Müzeler sahip oldukları mekânsal özellikleri ve işlevleri ile yukarıda belirtilen çeşitli aktiviteler için gerekli ortamı sağlayabilmektedirler (Boyar, 2006: 8-9). Müzeler, zamanla çeşitli türlere ayrılmışlardır. Müze türlerinin sınıflandırılmasında genellikle müzede bulunan koleksiyonlar göz önüne alınmaktadır. Koleksiyonlarına göre bazı müzeler;

- Arkeoloji Müzeleri
- Sanat Müzeleri



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

• Sanayi Müzeleri vb. (İsmayilov, 2007: 13) şeklinde sınıflandırılabilir. Bu müze türlerini içerdiği koleksiyona göre daha fazla çeşide ayırmak mümkündür. Ayrıca içerisinde herhangi bir koleksiyon bulunmasa da mimarisi ile öne çıkan saray müzeler de müze türleri arasındadır.

### 1.11. Dünya’da Müzecilik

Müzeler, Eski Mısır ve Mezopotamya’da değerli eşyaların tapınaklarda toplanması, savaşta ele geçirilen ganimetlerin güç gösterisi yapmak amacıyla halka sergilenmesi ile ortaya çıkmıştır. Sanatsal ağırlıklı unsurların toplanması ise ilk olarak Eski Yunan’da başlamıştır. Geçmişe ait eserleri toplama ve koleksiyon haline getirme düşüncesi ise ilk defa Romalılarda ortaya çıkmıştır. Bugünkü müzeciliğin ilk örnekleri, Avrupa’da 15. yüzyılda başlayan koleksiyonculuk geleneğinin uzantısından oluşmaktadır. Koleksiyoncular, topladıkları eserleri ne kadar misafirperver olduklarını belirtmek amacıyla sergilemişlerdir. İlk müze olarak kabul edilen Ashmolean Museum (1683), İngiltere-Oxford’da kurulmuştur. Fransız Devrimi (1789) her alanda olduğu gibi Avrupa ülkelerindeki müzecilik faaliyetlerini de etkilemiştir. Fransız Devrimi’yle birlikte ulusçuluk, ulusal müze kavramı ortaya çıkmıştır. Örnek olarak Avrupa’nın ilk ulusal müzesi olan Paris’teki Louvre Müzesi verilebilir. Bu dönemde gerçekleşen coğrafi keşifler ve sömürgecilik faaliyetleri, farklı kültürlerle ait koleksiyonlar oluşturulmasına etkili olmuştur.

20. yüzyılda ulusal müzelerin bir türü olan etnografya müzeleri açılmaya başlamıştır. Bu müzelerde halk yaşamı, zanaatı ve folkloruyla ilgili eşyalar toplanarak sergilenmeye başlanmıştır. 1960’lardan itibaren müze faaliyetlerinde farklı anlayışlar ortaya çıkmaya başlamış ve bu durum modern sanat müzelerinin önünü açmıştır. Bu anlayışta müzelerin ziyaretçi bekleyen kurumlar değil, ziyaretçi çeken kurumlar olması gerektiği kanısına varılmış; bunla ilgili çalışmalar yapılmaya başlanmıştır; kısa-uzun dönemli sergiler, film gösterimleri, söyleşiler, bienaller gibi etkinlikler bunlardan bazılarıdır. Müzecilik, 1970’lerde farklı bir döneme girmiştir. Fransız müzeolog André Devallées ve Hugues de Varine bu dönemi yeni

müzecilik olarak adlandırmıştır. Bu müzecilik yaklaşımı bazı ilkeler etrafında şekillenmiştir. Ziyaretçi, demokratik ve sınırsız, müze araştırmalarında ve uygulamalarında disiplinler arası çalışmaların önemsenmesi bu ilkelerden bazılarıdır. Bu yaklaşıma göre müzeler; sosyal, ekonomik ve siyasi olaylardan uzak değildir, sadece belli bir tabakayı değil tüm toplumu etkilemektedir. Bu olaylar müzelerin daha geniş kapsamlı bir şekilde tekrar yapılmasını gerekli kılmıştır.

Geleneksel müzeler; ziyaretçilere geçmişi hatırlatan ve odak noktası geçmişe ait unsurları sergilenmek olan mekânlardır. Bu müzelerin başlıca işlevi, genel olarak ziyaretçileri bilgilendirmek ve geçmişe ait değerleri korumaktır. Ancak bugünün müzelerinin işlevi; sadece bilgiyi sağlamak değil, aynı zamanda ziyaretçilerine deneyim de yaşatmaya imkân tanıyacak ortamlar oluşturmaktır. Bu özelliğiyle müzeler, koruma işleviyle birlikte kültürel ve eğitim fonksiyonunu da dikkate alan, idare ve pazarlama stratejileri geliştiren, farklı taleplere açık, ziyaretçilerin değişen ihtiyaçlarına karşılık verebilmek amacıyla daha cazip ve çekici etkinliklerde bulunan kurumlardır. Müzeler de diğer ticari faaliyetler gibi turistik gelir sağlayan kurumlardır. Müzelerde turistik gelirin sağlanabilmesi için tüketim imkânlarının artırılması gerekmektedir. Ziyaretçilerine daha iyi deneyim yaşatan turistik organizasyonlar ile planlamalar, tüketim imkânlarının artırılmasında oldukça önemlidir. Müzeler, deneyim kazanmanın yanı sıra yerel halk ve turistler için sosyalleşmeye imkân sağlayan alanlardır. Bu nedenle sosyalleşmeye olanak veren dinlenme-eğlenme alanları, alışveriş olanakları, oyun, kitap okuma, spor salonları gibi alanların bulunduğu müzelere talep de her geçen gün artmaktadır. Bu ürünlerin karşılanması için imkânların oluşturulduğu müzelerde doğal olarak gelir de artmaktadır (Kervankiran, 2014: 351).

Modern müzecilik çok fonksiyonlu bir yapıya sahiptir. Yeniliklere açık olan anlayış, günümüz ihtiyaçlarına cevap verebilmek için birçok yöntem kullanmaktadır. Bunlardan bazıları ziyaretçilere hitap eden sürekli-geçici sergiler gibi etkinlikler ile koleksiyonların hikâyelerini anlatmak için yeni gösterim tekniklerinden yararlanmaktır. Bir diğer yöntem ise anlatımı kuvvetlendirmek amacıyla dekor, kostüm, fotoğraf, maket, manken, mumya, kulaklık ve/veya telefon düzeneğiyle sesli, yönlendiriciler kullanarak, sunumu zenginleştirmek ve bu şekilde ziyaretçinin ilgisi canlı tutmaktır. Günümüzde, müze ve ziyaretçi arasında bağ kurulması oldukça etkili bir durumdur. Rehberler eşliğinde ziyaretler gerçekleştirilirken, dia-film gösterileri izlenmesi, seminerler düzenlenmesi, atölye uygulamalarında bulunulması, ziyareti eğlenceli ve eğitici bir hale getirebilmektedir. Modern müzecilikte, toplumun her kesimine

hitap etmeye çalışan programlar ve etkinlikler aracılığı ile müzeler toplumsal kültür merkezleri haline getirilmeye çalışılmaktadır. Bu bağlamda müze idarecileri, geniş kitlelere ulaşabilmek amacıyla bazı uygulamalarda bulunmaktadır. Bu uygulamalardan bazıları halkla iletişim birimlerinin kurulması, kitap, afiş ve broşür gibi yayınların basılarak hem müzeye gelen ziyaretçilere dağıtılması hem de insanların yoğun olduğu havaalanı gibi merkezlere bırakılması, sosyal medya kullanımıyla müzelerin tanıtımının yapılması, dinamik haritalar kullanılması ve belgeseller yayınlanmasıdır (Kervankiran, 2014: 352).

Müzecilik faaliyetlerinin niteliği ve müze ziyaretlerinin durumu, günümüzde gelişmişlik göstergeleri arasında yer almaktadır. Müzeler dönem şartlarına bağlı olarak sürekli bir değişim içindedir. Bu değişim müzelerin her fonksiyonuna da yansımaktadır. Fonksiyonlarını değişim sürecine uygun olarak şekillendirebilen, duyarsız kalmayan, yeniliğe açık ve ziyaretçilerinin taleplerine hitap edebilen mekânlar oluşturan müzeler daha çok tercih edilmektedir. Giriş ücreti yüksek olmasına rağmen, Dünya'nın önde gelen birçok müzesi taleplere cevap verebildiğinden turistlere çekici gelmekte ve ziyaret edilmektedir: Paris'te Louvre Müzesi, Londra'da British Müzesi ve New York'ta Metropolitan Müzesi gibi (Kervankiran, 2014: 353).

### **1.12. Türkiye'de Müzecilik**

Türkiye'de müzecilik, Batı'daki kadar büyük bir gelişme göstermemiştir. Türklerde eski eserlere olan ilgi Selçuklu döneminde başlamıştır. Bu bağlamda, Alaaddin Keykubad 1221'de Konya'da Alaaddin Tepesi'nin etrafındaki surların inşası sırasında eski dönemlere ait Bizans ve Roma kabartmalarının, heykellerinin ve mimari parçalarının görünecek bir şekilde duvarlarda süsleme amacıyla kullanılmasını sağlamıştır (Kültür Bakanlığı, 2002: 8).

Osmanlı'da müzecilik anlayışı idareci sınıfın girişimleriyle başlamıştır. İlk sergi Sultan Abdülmecit'in isteğiyle açılmıştır. Bu yıllarda müzeciliğimizde Avrupalıların etkisinin fazla olduğu bilinmekle birlikte, bu durum 19. yüzyılın sonuna kadar sürmüştür. Bu dönemde Avrupalıların etkisinin fazla olmasının nedeni, ülkemizde müzecilik kültürü henüz gelişmediği için Avrupalı müze idarecilerinin görevlendirilmesi idi (Karabıyık, 2007: 14).

Ülkemizde ilk müze girişimleri, Tophane Müşiri Fethi Paşa tarafından 1847–1848 yılları arasında, Aya İrini Kilisesi'nde başlamıştır. Bu alan, silah ve askeri unsurların sergilenebileceği şekilde düzenlenmiştir. Ayrıca Tanzimat Devri Sadrazamı Mehmet Emin Ali

Paşa tarafından, 1869'da aynı yerde ilk Müze-i Hümayun kurulmuştur. 1880'de ise Çinili Köşk'te ilk müze kurulmuştur. Aya İrini'deki silahlar buraya taşınmıştır. 1881'de Osman Hamdi Bey, Sultan Abdülhamit Han tarafından Müze Müdürü tayin edilmiştir. Bu olayla Osmanlı arkeolojisi ve müzeciliği uluslararası statü kazanmıştır. Osman Hamdi Bey 1882'de kaçakçılığı önleyen sert hükümlerin de bulunduğu "Asar-ı Atika Nizamnamesini" çıkartmıştır. Yine aynı dönemde Topkapı Sarayı ve Gülhane Parkı'nın arasında bulunan; "Müzehane-i Hümayun" (İmparatorluk Müzesi) adı verilen bina 1891'de İstanbul Arkeoloji Müzesi yapılmıştır.

Türk müzeciliği Atatürk döneminde modern bir seviyeye yükselmeye başlamıştır. Ancak, ulusal mirasımızı barındıran müzelerin çoğunun tarihi, Cumhuriyet'in kuruluş yıllarına kadar uzanabilmektedir. Atatürk'ün isteği ile 1922'de "Türk Asar-ı Atika Müdürlüğü" (Eski Eserler Müdürlüğü) kurulmuştur. Yine Atatürk döneminde Topkapı Sarayı'nın bir bölümü 1927'de, tamamı da 1934'te müze olarak ziyarete açılmıştır (Özgören, 2007: 45-46).

Bakanlar Kurulu'nun 24 Kasım 1934 tarihli kararı ile de 1935 yılında Ayasofya müzeye çevrilmiştir. 1923'te Ankara Arkeoloji Müzesi, 1924'te Antalya Müzesi, Adana Müzesi ve Ankara Etnografya Müzesi, 1926'da Tokat Müzesi, Amasya Müzesi, Sinop Müzesi ve Sivas Müzesi, 1929'da Kayseri Müzesi, 1933'te Afyon Müzesi, 1934'te Efes Müzesi ve İzmir Müzesi, 1935'te Manisa Müzesi, 1938'de Hatay Müzesi, 1939'da Niğde Müzesi ve 1941'de Kastamonu Müzesi'nin açılması yine bu dönemdeki diğer önemli olaylardır (Özgören, 2007: 46). Görülebileceği üzere, Türkiye'de batılılaşma etkisiyle artan müzecilik faaliyetleri, özel sermayenin sağlanamadığı bu yıllarda devlet desteğiyle sürdürülmüştür. Müzeler, bu dönemde millet bilincinin aşılmasında oldukça etkili olmuştur. Toplumun eğitim düzeyinin yükselmesi ve çağdaş sanat akımlarının gelişmesi müzelerin gün geçtikte kurumsallaşmasına aracı olurken, yeni ve farklı müze projelerinin oluşmasını da sağlamıştır (Altunbaş ve Özdemir, 2012: 12). Türk müzeciliği 1970'den sonra ise uluslararası müzeciliğe doğru adımlar atmaya başlamıştır. Bunda 1970'te çıkartılan Türkiye ICOM Milli Komitesi yönetmeliği etkili olmuştur (Atagök, 2010: 9). Bugün Türkiye'de Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı 199 adet müze bulunmaktadır. Bakanlığın denetimindeki özel müzelerin açılması 1980'de faaliyet göstermeye başlayan Sadberk Hanım Müzesi ile başlamıştır. 1994'te Rahmi Koç Müzesi, 2002'de Sakıp Sabancı Müzesi ve 2004'te İstanbul Modern Sanat Müzesi'nin açılması özel müzecilikteki diğer önemli olaylardır. Günümüzde Bakanlığın denetiminde 239 adet özel müze bulunmaktadır.

### 1.13. Müze Turizmi

Müzeler, kültürel miras turizminin önemli öğelerinden biridir. Müzeler yeni ziyaretçiler kazandıkça; sıkı bir ilişki içerisinde bulunduğu turizmin gelişmesine de katkıda bulunmaktadır. (Jolliffe ve Smith, 2001: 150). Kültür turizminin önemli işlevlerinden biri de topluma ait kültürel unsurların daha çok değer kazanması sağlamaktır. Değer oluşturulabilen toplumlar, kültürel unsurlarını koruyup ve yaşatma tutumu göstermede, duyarlı ve bilinçli olarak ortak hareket edebilmektedir. Kültür turizmi, turizm ve kültür arasındaki geçmişe uzanan çok yönlü ilişkiler ve insanların kültürel amaçlarla yaptıkları faaliyetlerin artması sonucu ortaya çıkmıştır. Müzeler, geçmişte yaşamış topluluklara ait kültürel ve tarihi değer taşıyan unsurları sergilerken; uygarlıkların tarihsel oluşum sürecini de yansıtmaktadır. Müzeler bu işlevleri ile insanları geçmişe bağlamakta, onlara yüzyılların birikimi sonucu meydana gelen kültürü sunmaktadır. Bu gibi nedenlerden dolayı müzeler, turistlerin ilgisini çekmekte ve ülkelerde ziyaret ettikleri başlıca yerlerden biri olmaktadır. Müzeler, ekonomiye katkısı açısından turizm sektöründe önemli bir konumdadır. Müzeler, zengin Türk tarihi ve kültürünü tanıtırken; ziyaretçilerin sürekli artmasını ve bu şekilde turizm sektörünün ekonomideki payının da artmasını sağlamaktadır (Özgören, 2007: 245- 246).

Müzeler, 19. ve 20. yüzyılda doğrudan seyahatlerin nedeni olmuşlardır. Bu dönemlerde özellikle koleksiyonlar, farklı yerlerden gelen ziyaretçilerin ilgisini çekmiştir (Jolliffe ve Smith, 2001: 151). 20. yüzyıl sonlarından itibaren müzelerin işlev ve ziyaretçilerinin artmasıyla turizm ve müze kavramları birbirinden ayrılmaz bir hal almaya başlamıştır. Turizmde önemli bir paya sahip olan ülkeler doğal, tarihi ve kültürel zenginliklerini, müzelerde sergileyerek ziyaretçi sayılarını artırmaktadırlar. Turizmde seyahat edilecek mekânlara ihtiyaç vardır ve bunlardan biri de müzelerdir (Boyar, 2006: 89, 93, 95). Müzeler eserlerini ziyaretçilerin seyahat sonucu gelerek görmeleri için sunarlar. Turizm olgusunun bir bölümünü de bu ziyaretçiler oluşturmaktadır. Sonuç olarak müze-turizm arasında karşılıklı bir ilişki söz konusudur.

Bazı ülkeler, özellikle de gelişmiş ülkeler, müzelerin turizm sektörü içindeki öneminin farkındadır. Bu yüzden turistlerini memnun edebilmek için farklı uygulamalar gerçekleştirmektedirler. Örneğin Fransa'da düzenlenen müze gecelerinde yoğun bir ışıklandırma sayesinde ziyaretçi çekilmektedir (Özgören, 2007: 44).

Medeniyetlerin beşiği Türkiye'nin müze turizmi açısından taşıdığı potansiyelden tam anlamıyla yararlandığını söylemek mümkün değildir. Türkiye'deki müze ziyaretçi verileri

incelendiğinde müzelerin gerekli ilgiyi görmediği, turistler tarafından ziyaret edilen müzelerin ise oldukça az olduğu anlaşılmaktadır. Türkiye'ye gelen turistlerin sadece %25'i Kültür ve Turizm Bakanlığına bağlı 199 müzeden herhangi birini ziyaret etmektedir. Bu durum, Türkiye'ye gelmiş olan turistleri müzelere çekebilmekte yeterince başarı sağlanamadığını göstermektedir. Bundan sonraki bölümde Türkiye'de müze turizminin geliştirilmesine yönelik olarak hangi tedbirlere başvurulabileceği İstanbul Tarihi Yarımadası üzerinden araştırılacaktır.



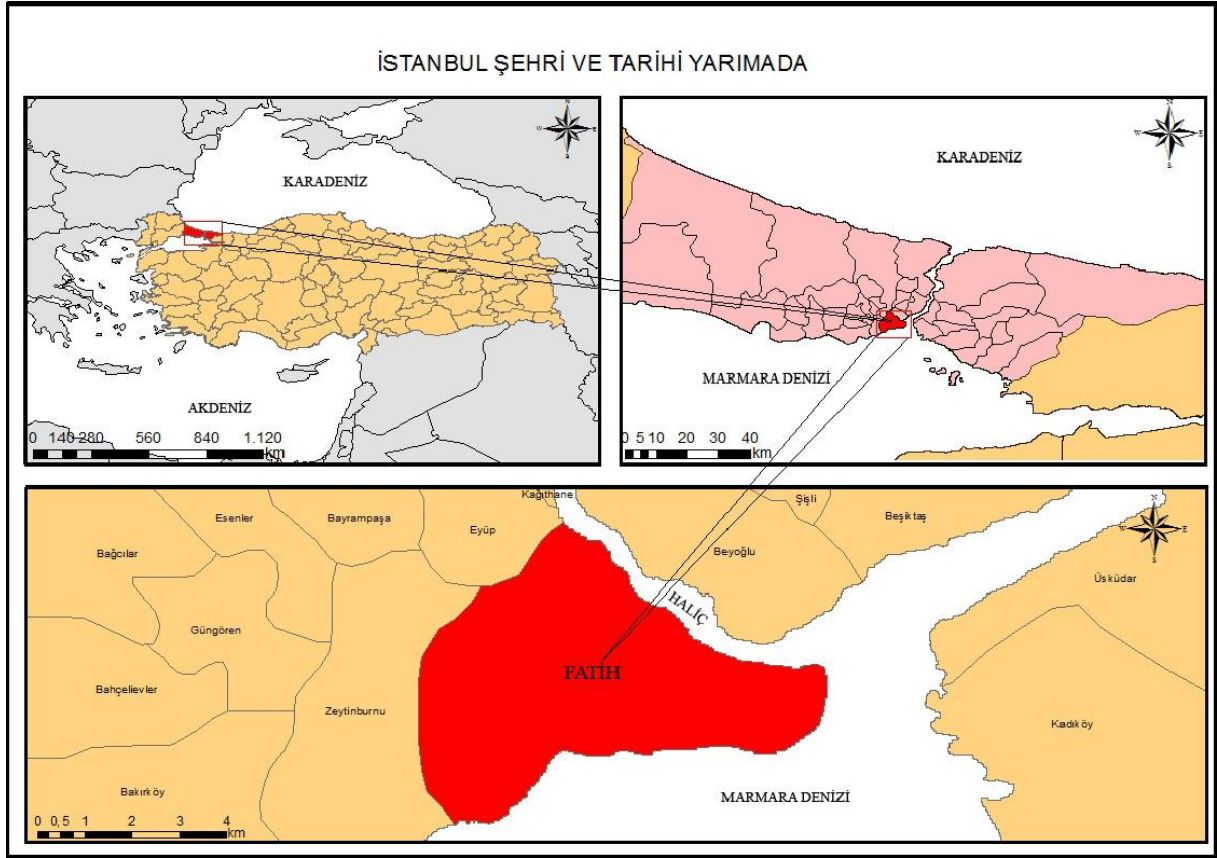
## İKİNCİ BÖLÜM: İSTANBUL TARİHİ YARIMADASINDA MÜZECİLİK VE MÜZE TURİZMİ

### 2.1. Geçmişten Günümüze İstanbul Tarihi Yarımadası

İstanbul Tarihi Yarımadası'nda müzecilik ve müze turizmine gelmeden önce Tarihi Yarımada'nın konum özellikleri, tarihçesi, tarihi ve kültürel miras stoğu ile sosyo-ekonomik yapısı hakkında bilgi vermek yerinde olacaktır.

İstanbul'un Tarihi Yarımadası'nın coğrafi konumu, 41°02' kuzey enlemleri ile 28°55'34 doğu boylamları arasındadır. İstanbul Tarihi Yarımadası, kuzeyinde Eyüp, kuzeydoğusunda Haliç, güneyinde Marmara Denizi, batısında Zeytinburnu ve kuzeybatısında Bayrampaşa ilçelerine komşu olan Fatih İlçesi'ni kapsamaktadır (Şekil 2-3). Denizden yüksekliği ortalama 60 m'dir. Yoğun şehirleşmeye bağlı olarak tarım arazisi bulunmamaktadır. İstanbul'un en önemli tarihi, turistik ve ticari merkezi konumundaki İstanbul Tarihi Yarımadası, oldukça eski bir tarih barındırmakta ve birçok uygarlığa da ev sahipliği yapmış olma özelliği taşımaktadır. Tarihi Yarımada'nın bir diğer adı da Suriçi'dir. Tarihi Yarımada'nın (Suriçi)alanı toplam 1562 hektardır. Fatih İlçesi'nde 57 mahalle bulunmaktadır. Bunlar; Ayvansaray, Balat, Yavuz Sultan Selim, Cibali, Yavuz Sinan, Sarı Demir, Rüstem Paşa, Hobyar ve Hocapaşa, Cankurtaran, Sultanahmet, Küçük Ayasofya, Sehsuvarbey, Muhsine Hatun, Nişanca, Kâtip Kasım, Aksaray, Cerrahpaşa, Kocamustafapaşa, Yedikule, Sümbülefendi, Silivrikapı, Mevlanakapı, Topkapı, Karagümrük ve Derviş Ali Mahalleleri'dir. Fatih'in sınırlarını tarihi surlar ile Haliç ve Marmara Denizi belirlemektedir. Ayvansaray'dan Yedikule'ye kadar uzanan surlar ile Fatih, Eyüp ve Zeytinburnu ilçelerinden ayırmaktadır (Fatih Belediyesi, 2018).

İstanbul'un ulaşımını sağlayan önemli ana caddelerden bazıları Fatih ilçesinden geçmektedir: Macar Kardeşler, Fevzi Paşa, Vatan Caddesi, Millet Caddesi, Kennedy Caddesi gibi. İstanbul'u Avrupa'ya bağlayan ve şehrin batı yakasındaki banliyö ulaşımını sağlayan demiryolu da ilçenin bir bölümünden geçmektedir. Ayrıca, tramvay hattı ile Karaköy'e, Atatürk Havalimanı'na, Yenibosna ve Esenler Otogarı'na ulaşım imkânı vardır. Toplu taşımayla da bölgeye ulaşım oldukça rahattır: Kabataş-Zeytinburnu Tramvay hattının Gülhane durağını kullanarak ulaşım sağlanabilmektedir. Anadolu yakasından Kadıköy-Eminönü ve Üsküdar-Eminönü vapurlarını kullanarak tramvay hattına ulaşılabilir. Marmaray'ı kullanarak Sirkeci istasyonu Çağaloğlu ve Hocapaşa çıkışlarını kullanarak ulaşılabilir. Ayrıca İstanbul'un her yerinden Belediye ve Halk Otobüsleri ile Eminönü'ne; buradan da tramvay hattıyla bölgeye ulaşılabilir (Fatih Belediyesi, 2018).





İstanbul Tarihi Yarımadası, Asya ve Avrupa arasındaki geçiş bölgesidir. Bölgenin, Paleolitik Çağ'dan itibaren birçok yerleşime ev sahipliği yaptığı tahmin edilmektedir. Ancak, Tarihi Yarımada'daki tarih ile ilgili elde edilen ilk buluntular Neolitik Çağ'a aittir. Bu buluntular, Yenikapı'da, Marmaray kazıları sırasında ortaya çıkartılmıştır. Bu veriler değerlendirildiğinde Tarihi Yarımada'nın yaklaşık 8500 yıldır yerleşim yeri olduğu söylemek mümkündür (Fatih Belediyesi, 2018).

Tarihi Yarımada'nın en önemli özelliklerinden biri kuşkusuz birçok uygarlığa ev sahipliği yapmış olmasıdır. Tarihi Yarımada'daki ilk önemli uygarlık, Megaralılardır. Bu uygarlık Akdeniz'de koloni kurmak ve buğday ticaretinden yararlanmak amacıyla MÖ 660-670 yıllarında Sarayburnu'na yerleşmiştir. Megaralılar, Bizanston adlı bir şehir kurmuşlardır. Bu şehir deniz ticaretinden beslenmiştir. Şehrin limanının, Sarayburnu'ndan Haliç'e dönünce ilk koy olan, Prosphorion Limanı olduğu bilinmektedir (Fatih Belediyesi, 2018).

Bizantion'dan yaklaşık 100 yıl kadar önce kurulan Roma ise Akdeniz'deki en önemli siyasi ve ekonomik gücü. MS 4. yüzyılda Roma İmparatorluğu'nun sınırları çok fazla genişlemiş ve İstanbul, stratejik konumundan dolayı, İmparator Büyük Konstantin tarafından 330'da Roma İmparatorluğu'nun başşehri ilan edilmiştir. İmparatorluk, MS 395 yılında Doğu ve Batı Roma olarak ikiye ayrılmıştır. Batı Roma İmparatorluğu, MS 476 yılında yıkılmıştır. Doğu Roma (Nea Roma), uzun bir süre varlığını sürdürmüştür. Bunda, Yeni Roma'nın siyasi bir başşehir olması, büyük bir liman ve bir imalat merkezi olması ile şehri çevreleyen güçlü surlardır. Şehir, 1204 yılındaki Latin İstilasından önceki önemini kazanmıştır. Fatih Sultan Mehmet, fetihten hemen sonra, şehrin imarıyla ilgili çalışmalara başlamıştır. Fetih sonrası ise Türk Sanatı şehri etkilemiş; kubbeler ve minareler şehir silüetinde sık sık görülmeye başlamıştır. İlk olarak fetih sırasında zarar gören surlar tamir edilmiştir. Ayasofya, tamir ettirilerek camiye dönüştürülmüştür. Fatih'te, Sultan'ın adını taşıyan Cami ve Külliye ile Topkapı Sarayı'nın inşasına başlanmıştır. Bizans'tan kalan suyuolları tamir edilmiş ve Kapalıçarşı inşa edilmiştir. Fetih sonrası şehrin kalkındırılması için de bazı çalışmalar yapılmıştır. Bu doğrultuda yeni iskân bölgeleri oluşturulmuştur. Anadolu ve Rumeli'deki Müslüman nüfus, şehre göçe özendirilmiştir. Çeşitli yerlerden Hristiyan ve Yahudi nüfus da şehre getirilmiş ve belli yerlerde iskân etmeleri sağlanmıştır. İstanbul'un merkezini oluşturan Tarihi Yarımada, fetihten yaklaşık 50 yıl sonra Avrupa'nın en büyük şehirlerinden biri olmakla birlikte önemli bir bilim ve sanat

merkezi haline gelmiştir. Kanuni Sultan Süleyman döneminde şehirde yeni bentler, su kemerleri, su yolları ve çeşmeler, medreseler, kervansaraylar, hamamlar, hasbahçeler ve köprüler yapılmıştır. Ayrıca bu dönemde Haliç Limanı Akdeniz'in en önemli limanlarından olmuştur. Kanuni döneminde Mimar Sinan tarafından yapılan eserler, şehre yepyeni bir görünüm kazandırmıştır. Süleymaniye Cami ve Külliyesi, Şehzadebaşı Cami ve Külliyesi, Sultan Selim Cami ve Külliyesi, Mihrimah Sultan Cami, Haseki Külliyesi ve Haseki Hamamı bu dönemde inşa edilen önemli yapılardır. Bu dönemdeki veba salgınları ise İstanbul'u olumsuz etkilemiştir. 1554'te çıkan yangında şehrin, Ayasofya'dan Tahtakale'ye kadar olan bölümü büyük hasara uğramıştır (Fatih Belediyesi, 2018).

Lale Devri'nde şehir, birçok yenilikler ve değişiklikler yaşamıştır. Sadrazam Nevşehirli Damat İbrahim Paşa özellikle Paris ve Viyana'dan getirtirdiği projelerden esinlenerek İstanbul'un imarında değişiklikler yapılmasını sağlamıştır. İlk önce Haliç ıslah edilmiş ve Haliç kenarlarına gezinti yerleri yapılmıştır. Tanzimat dönemi, 3 Kasım 1839'da, Tarihi Yarımada sınırları içerisinde bulunan Topkapı Sarayı'nın Gülhane Bahçesi'nde halka ilan edilerek başlamıştır. Bu dönemde İstanbul ve Tarihi Yarımada birçok alanda yenilikler yaşamıştır. Şehir, bu dönemde Suriçi'nden Bakırköy'e, Galata'da ise Teşvikiye yönüne, Boğaziçi'nden de Sarıyer'e ve Anadolu yakasında ise Bostancı ve Beykoz yönüne büyümüştür. Bu yıllar, altyapı ve şehir hizmetlerinde de önemli gelişmelere sahne olmuştur. Bu gelişmelerden bazıları Haliç üzerine köprü yapılması, tünel (metro), Rumeli Demiryolu, şehir içi deniz taşımacılığı yapan Şirket-i Hayriye'nin açılmasıdır (Fatih Belediyesi, 2018).

Tarihi Yarımada, Doğu Roma'dan Bizans'a, Osmanlı'dan günümüze kadar, önemini korumaya devam etmektedir. 13 Ekim 1923'te Ankara'nın başşehir olmasıyla ülkenin idari merkezi olması özelliğini yitirmiştir. I. Dünya Savaşı'nın getirdiği olumsuzluklar ve başşehirin Ankara'ya taşınması gibi durumlar İstanbul'un (Tarihi Yarımada) bir süreliğine gelişiminin durmasına neden olmuştur. Ancak stratejik konumu ve doğal özellikleri dolayısıyla şehir, kısa sürede toparlanmış; tekrar ticaret, eğitim, sağlık, bilim, finans, kültür, sanayi ve turizm vb. fonksiyonların merkezi haline gelmiştir.

1954-1960 yılları arasında şehre, yoğun bir göç yaşanmıştır. Bununla birlikte yapılaşma ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Bu nedenle şehir silüetinde çok katlı beton yapılar da artmaya başlamıştır. Şehrin merkezi olan Tarihi Yarımada'da geniş caddeler açılmıştır. 1950'den sonra artan iç göç hareketleri şehrin sosyo-kültürel dokusunu da değiştirmeye başlamıştır.

29 Mart 2009 tarihinde yürürlüğe giren 5757 sayılı kanunla Suriçi'nde yer alan Eminönü ve Fatih ilçeleri birleştirilerek, tek bir ilçeye dönüştürülmüştür. Bugün, İstanbul Valiliği ve Büyükşehir Belediyesi'nin idari merkezleri Tarihi Yarımada sınırları içinde yer almaktadır (Fatih Belediyesi, 2018).

Fatih ilçesi nüfusu (Eminönü hariç) 1950'de 226.853 kişi, 1975'te 504.127 kişi, 2000'de 403.508 kişi olmuştur. İlçede nüfus artışı genel olarak 1975 yılına kadar sürmüştür, bu tarihten sonra ise düşmeye başlamıştır. Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi ile yapılan sayıma göre Fatih'in 2018 yılı nüfusu 436.539'dur (TÜİK, 2018).

İstanbul Tarihi Yarımadası tarihi ve kültürel açıdan çok zengin bir mirasa sahiptir. Öncelikle Tarihi Yarımada'daki en önemli kültürel miras alanları olarak kabul edilen ve UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde yer alan kültür mirasından bahsetmek gerekir. Dünya Miras Listesi'ne, dört bölgeden oluşan "İstanbul'un Tarihi Alanları" 1985 yılında dâhil edilmiştir. Bu dört bölge; Sultanahmet Arkeolojik Parkı Dünya Miras Alanı, Süleymaniye Cami ve Çevresi Dünya Miras Alanı, Zeyrek Cami (Pantokrator Manastırı) ve Çevresi Dünya Miras Alanı ile İstanbul Kara Surları Dünya Miras Alanı'dır. Bu dört Dünya Miras Alanı içerisinde; Sultanahmet Cami, Sokullu Mehmet Paşa Cami, Şehzade Cami Külliyesi, Topkapı Sarayı, Aya Sofya, Küçük Ayasofya Cami, Aya İrini, Jüstinyen Kiliseleri, Valens Kemer, Pantokrator Manastırı, Süleymaniye Cami, Kariye Kilisesi, Konstantin Hipodromu yanı sıra, hamamlar, türbeler, hanlar ve sarnıçlar gibi çok sayıda önemli mimari eser de bulunmaktadır. Ancak, Tarihi Yarımada'nın kültürel miras alanları Dünya Miras Listesi'ndeki yerlerle sınırlı değildir. Tarihi Yarımada'nın tamamı sit alanıdır. Topkapı Sarayı'nın bulunduğu bölge I. Derece arkeolojik sit alanı, Sultanahmet-Cankurtaran bölgesi şehrsel ve arkeolojik sit alanı, geriye kalan bölgeler ise şehrsel ve tarihi sit alanı olarak belirlenmiştir (Fatih Belediyesi, 2018).

Tarihi Yarımada'da, Dünya Mirası Listesi'ne dâhil edilmemiş; ancak farklı bir tarihi dokuya, mimari eserlere ve pek çok tescilli esere sahip bölgeler de bulunmaktadır. Bu bölgelere; Yedikule-Yenikapı Sahil şeridi, Fener-Balat semtleri, Bulgur Palas çevresi, Sulukule, Küçük Mustafa Paşa, Haraççı Kara Mehmet, Samatya, Beyazıttağa ve Ayvansaray Mahalleleri örnek verilebilir.

Yenileme projeleri, doğru uygulanabildiği takdirde bu gibi miras alanları için yerel kalkınma ve fiziki iyileştirme gibi konularda fırsat olabilmektedir; ancak uygulama yöntemleri

itibarıyla bazı soru işaretlerini de yanında getirmektedir. Kısaca belirtmek gerekirse Tarihi Yarımada kültürel miras bakımından oldukça zengin bir bölge ve aynı zamanda İstanbul turizminin ana çekirdeğidir. Tarihi Yarımada'nın bu özelliği bölgenin kalkınması adına büyük bir fırsat verirken, öte yandan bu bölgeler rant ve soylulaştırma<sup>1</sup> baskısıyla karşı karşıya kalabilecektir.

## 2.2. İstanbul Tarihi Yarımadası'nda Müzeler ve Müzecilik

İstanbul'un Tarihi Yarımadası, İstanbul şehir turizminin en işlek yeridir. İstanbul farklı kültürlerin tarih boyunca bir arada yaşadığı bir bölge olarak, gelen yabancı ziyaretçilerin ilgisini çektiği gibi, tarihi dokusu, farklı mimari özellikleri, kültürel zenginliği ve şehir turizmi açısından ziyaretçilere sunduğu birçok alternatif ile turizm açısından önemli bir çekicilik oluşturmaktadır.

İstanbul Tarihi Yarımadası büyük bir açık hava müzesi özelliği taşımasının yanı sıra, Tarihi Yarımada'daki müzeler İstanbul şehir turizminin odak noktalarıdır. İstanbul Tarihi Yarımadası'nda 35 müze bulunmaktadır. Müzelerden 14'ü Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlıdır. Bu müzeler; Türk ve İslam Eserleri Müzesi, İstanbul Arkeoloji Müzeleri (Arkeoloji Müzesi, Eski Şark Eserleri Müzesi, Çinili Köşk Müzesi), Ayasofya Müzesi, Topkapı Sarayı Müzesi, Kariye Müzesi, Büyük Saray Mozaikleri Müzesi, İslam, Bilim ve Teknoloji Tarihi Müzesi ve Türbeler Müzesi, Aya İrini Müzesi, Fethiye Müzesi, Yedikule Hisarı Müzesi ve Yedikule Surları Müzesi'dir. Müzelerden 21'i ise Kültür ve Turizm Bakanlığı denetimde olan özel müzelerdir. Bu müzeler ise; Türkiye İş Bankası Müzesi, Vakıflar Halı Müzesi, Yerebatan Sarnıcı Müzesi, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Basın Müzesi, Tekfur Sarayı Müzesi, Yahya Kemal Müzesi, Dimitrie Cantemir, Hünkar Kasrı Müzesi, Marmara Üniversitesi Cumhuriyet Müzesi ve Sanat Galerisi Müzesi, Türk İnşaat ve Sanat Eserleri Müzesi, Türk Hat Sanatları Müzesi, Ahmet Hamdi Tanpınar Edebiyat Müzesi, Fotoğraf Müzesi, Rezan Has Müzesi, PTT İstanbul Müzesi, Kilim ve Düz Yaygılar Müzesi, Demiryolu Müzesi, Tanzimat Müzesi, Tekel Müzesi, İmrahor Anıtı Müzesi ve I. Mahmut Kütüphanesi Müzesi'dir (Şekil. 4).

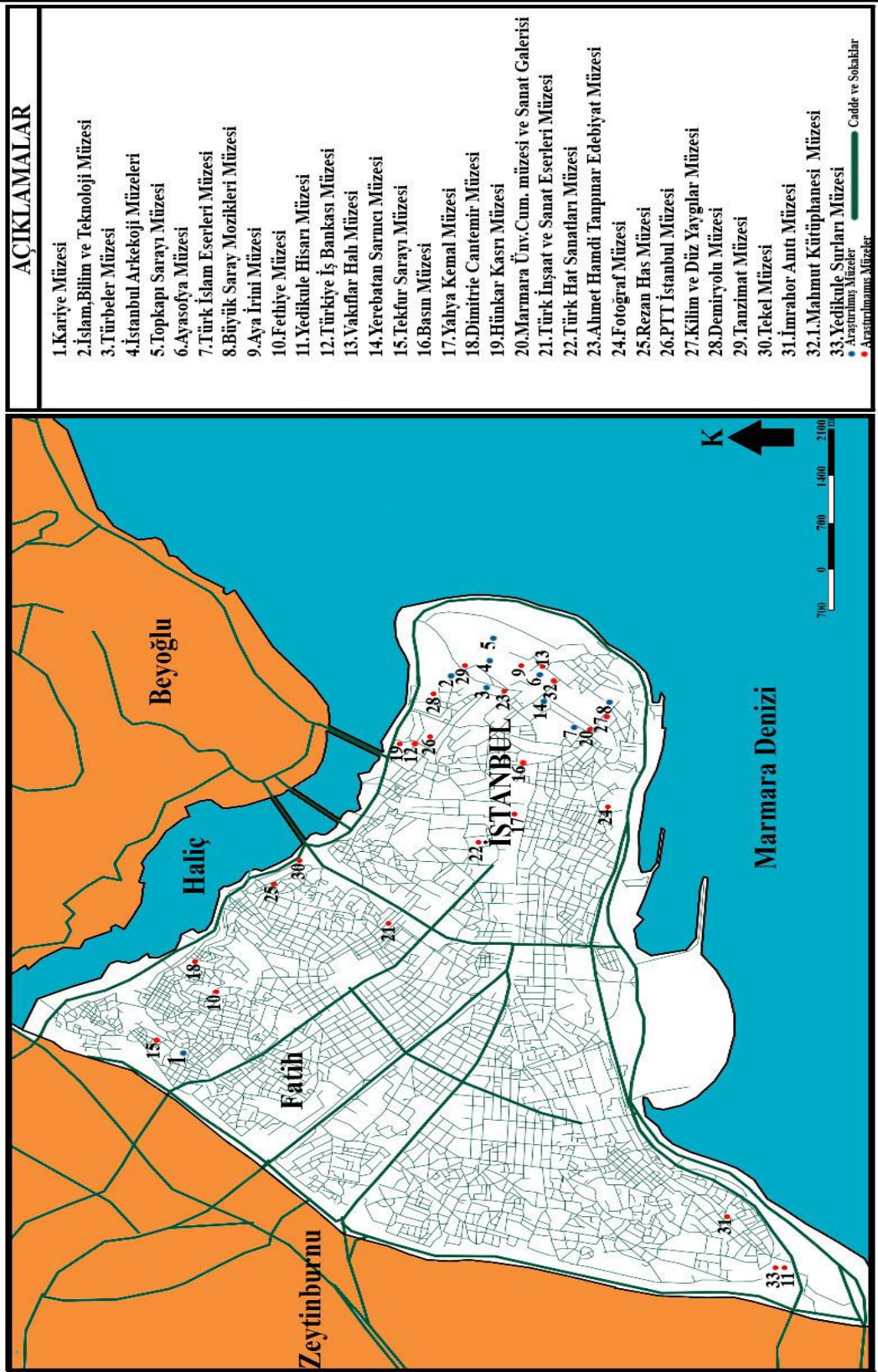
Bu bölümde odak noktalarından olan Türk ve İslam Eserleri Müzesi, Topkapı Sarayı Müzesi, İstanbul Arkeoloji Müzeleri, Ayasofya Müzesi, Kariye Müzesi, Büyük Saray

<sup>1</sup> Soylulaştırma; şehirlerde yaşayan düşük gelirli grupların, konutların yenilenmesiyle orta ve üst gelirli gruplarla yer değiştirmesi olayıdır.

Mozaikleri Müzesi, İslam, Bilim ve Teknoloji Tarihi Müzesi, Türbeler Müzesi ve Yerebatan Sarnıcı Müzesi araştırmada örnek olarak seçilen ve anket uygulanan müzelerdir.



# İstanbul Tarihi Yarımadasındaki Müzeler



Şekil 4. Araştırmada Kullanılan Müzelerin Konumu

Müzelere geçmeden önce İstanbul'da müzeciliğin gelişimi ve özellikleri hakkında bilgi vermek yerinde olacaktır.

Türk Müzeciliğinin temelini Mecma-ı Asar-ı Atika (Eski Eserler Koleksiyonu) oluşturmaktadır. Padişah Abdülmecit, 1845'te Yalova'ya yaptığı gezide gördüğü Doğu Roma yazıtlarını İstanbul'a getirtmiştir. Yazıtlar, 1846'da Ahmet Fethi Paşa tarafından o güne kadar silah deposu (Harbiye Ambarı) olarak kullanılan Aya İrini'de toplanmaya başlamıştır. Müze, Mecma-i Eslihai Atika ve Mecma-i Asar-ı Atika halinde düzenlenmiştir. Kuruluşu daha eski dönemlere dayanan Mecma-i Eslihai Atika bölümü Harbiye Askeri Müzesi'nin temelini oluştururken, Mecma-ı Asar-ı Atika bölümü ise İstanbul Arkeoloji Müzeleri'nin temelini oluşturmuştur.

Sadrizam Ali Paşa, Mecma-ı Asar-ı Atika bölümünün düzenlenmesini sağlamıştır. Toplanan eserlerin artmasıyla yeni bir bina arayışına girilmiş ve müzenin Çinili Köşk'e taşınması kararı verilmiştir. Çinili Köşk'e taşınan müze 1880'de faaliyete başlamıştır.

1887'de Sayda'da yapılan kazılarda İskender Lahti'nin de dâhil olduğu bir grup lahit ortaya çıkarılmıştır. Bu lahitlerin İstanbul'a getirilmesiyle yeni bir müze binasına ihtiyaç duyulmuştur. Osman Hamdi Bey'in girişimleriyle yapılan bu bina ülkemizde, müze binası olarak tasarlanan ilk binadır. Bina, Müze-i Hümayun adıyla 1891'de kullanıma açılmıştır.

Halil Ethem Bey döneminde, 1914'te Türk ve İslam eserleri için Evkaf-ı İslamiye Müzesi, Süleymaniye Cami'nin imaretinde açılmıştır. Halil Ethem Bey, geleneksel Batı müzeciliği anlayışı içerisinde, bir sergi-depo mantığıyla Yakındoğu ülkelerinin eserlerini ayırarak, binayı Eski Şark Eserleri Müzesi olarak düzenlemiştir.

Ülkemizde bir sanat müzesi kurulması yönündeki çalışmalar ilk kez 19. yüzyıl sonlarına doğru başlamıştır. İlk sanat müzesi, 1937'de kurulan İstanbul Resim ve Heykel Müzesi olmuştur. 1924 yılında ise Topkapı Sarayı'nın mevcut koleksiyonu ile müze olarak ziyarete açılması kararı alınmıştır.

Günümüzde İstanbul'da 130 müze bulunmaktadır. Bu müzelerden 18 'si doğrudan Kültür ve Turizm Bakanlığına bağlıdır. Kültür ve Turizm Bakanlığı denetiminde faaliyet



gösteren ise 112 özel müze bulunmaktadır. Bu müzelere İstanbul'da Şehir Turizminde Müze Turizminin Yeri bölümünde yer verilecektir.

### 2.2.1. Türk ve İslam Eserleri Müzesi

Türk ve İslâm Eserleri Müzesi, Süleymaniye Cami Külliyesi içinde yer almaktadır. Müzenin en önemli özelliği Türk ve İslâm sanatı eserlerini toplu bir şekilde kapsayan ilk Türk müzesi olmasıdır. 1913'te kuruluşu tamamlanan müze, 1914'te "Evkaf-ı İslâmiye Müzesi" (İslâm Vakıfları Müzesi) adı ile ziyarete açılmıştır.

Türk ve İslam Eserleri Müzesi, 1984 yılında Avrupa Konseyi Yılın Müzesi Yarışması jüri özel ödülünü ve 1985'te de Avrupa Konseyi-UNESCO tarafından çocuklara kültür mirasını sevdirmeye konusundaki çalışmaları nedeniyle verilen ödülü almıştır.

Müzedeki İslam dünyasına ait farklı yerlerden gelmiş olan el yazmaları, cam eşyalar, taş ve pişmiş toprak eserler, metal ve seramik objeler sergilenmektedir. Ayrıca dünyanın en zengin 13-20. yüzyıl el işi Türk halıları koleksiyonu burada yer almaktadır. 13. yüzyıl Selçuklu halıları da koleksiyonda görülmeye değer diğer parçalardandır. Müze ziyarete açık ve 2018 yılında bu müzeyi 166.878 kişi ziyaret etmiştir. İstanbul'da en çok ziyaret edilen 5. müzedir (Foto 1-2).



**Foto 1- 2.** Türk İslam Eserleri Müzesi'nin Girişinden ve İçerisinden Birer Görünüm

### 2.2.2. Topkapı Sarayı Müzesi

Sultanahmet Meydanı'nda bulunan Topkapı Sarayı, Fatih Sultan Mehmet tarafından 1478'de yaptırılmıştır. Saray, Sultan Abdülmecid'in Dolmabahçe Sarayı'nı yaptırmasına kadar devletin idare merkezi ve Osmanlı sultanlarının resmi ikametgâhı olmuştur.



Sultan Abdülmecid (1839-1861) döneminde İngiliz elçisine Topkapı Sarayı Hazinesi'ndeki eşyaların gösterilmesiyle Topkapı Sarayı ilk defa bir müzeymiş gibi ziyarete açılmıştır. Sultan Abdülaziz (1861-1876), camekânlı vitrinler yaptırmıştır, Hazine'deki eski eserler bu vitrinler içinde yabancılara gösterilmeye devam edilmiştir.

Topkapı Sarayı, 3 Nisan 1924 tarihinde hizmet vermeye başlamıştır. Hazine Bölümü 1-2-3-4 Salonları ve Revak Bölümü kısmen kapalıdır.

Topkapı Sarayı Müzesi, Osmanlı Devleti'nin idari yapısını anlamak, saray yaşamını gözlemlemek ve Osmanlı İmparatorluğu'nun sahip olduğu zenginliklere tanık olmak isteyenler için mutlaka görülmesi gereken bir müzedir. Müzede Hazine, Kutsal Emanetler, Silah Koleksiyonu, Padişah Portreleri, Mutfaklar ve Porselen seksiyonları ziyaret edebilecek yerlerdendir.

Müze ziyarete açık olmakla birlikte Türkiye'de en çok ziyaret edilen müzedir. Müzeyi, 2018 yılında 3.004.620 kişi ziyaret etmiştir (Foto 3-4).



**Foto 3-4.** Topkapı Sarayı Müzesi'nin Girişi ve Çevresi

### 2.2.3. İstanbul Arkeoloji Müzeleri

İstanbul Arkeoloji Müzeleri, Alemdar Caddesi'nden Topkapı Sarayı'na giden güzergâh üzerindeki Osman Hamdi Bey Yokuşu'nda bulunur. Üç ana birimden oluşmaktadır: Arkeoloji Müzesi, Eski Şark Eserleri Müzesi ve Çinili Köşk Müzesi.

**Arkeoloji Müzesi:** 1887–1888 yılları arasında, Sayda'daki kazılardan İstanbul'a nakledilen İskender Lahdi ve Tabnit Lahdi gibi önemli eserlerin sergilenebileceği bir müze

binasına ihtiyaç duyulmuştur. Osman Hamdi Bey önderliğinde, Müze-i Hümayun (İmparatorluk Müzesi) adıyla kurulan Arkeoloji Müzesi 13 Haziran 1891 tarihinde ziyarete açılmıştır. Müzeye daha sonra kazılar sonucunda getirilen yeni eserleri sergilemek amacıyla 1903 ve 1907 yıllarında sol ve sağ kanadın eklenmesi ile bugünkü Ana Müze Binası oluşmuştur.

**Eski Şark Eserleri Müzesi:** 1883'te Osman Hamdi Bey tarafından yaptırılmıştır. Buraya Sanayi-i Nefise Mekteb-i Alisi (Güzel Sanatlar Akademisi) adı verilmiştir. 1917–1919 yılları arasında Halil Ethem Bey tarafından Yakın Doğu ülkeleri eserlerinin sergilenmesi amacı ile müze haline getirilmiştir. Dünya'nın ilk yazılı antlaşması olan Kadeş Antlaşması müzenin önemli eserlerinden biri olarak öne çıkmakta ve ayrıca müzede 75 bin çivi yazılı tablet arşivi bulunmaktadır.

**Çinili Köşk Müzesi:** Çinili Köşk, Selçuklu etkisinde yapılmış Osmanlı sivil mimarisinin en güzel örneklerindedir. Bu özellik Çinili Köşk'ü İstanbul'daki tek örnek haline getirmiştir. Bazı kaynaklarda 1472'de, Sarayburnu'ndaki korulukta yaptırıldığı belirtilmektedir. Köşkte Selçuklu ve Osmanlı dönemine ait çini ve seramikler sergilenmektedir.

Müzeler ziyarete açık ve 2018 yılında 378.675 kişi ziyaret etmiştir. İstanbul'da en çok ziyaret edilen 4. müze konumundadır (Foto 5-6).



**Foto 5-6.** İstanbul Arkeoloji Müzeleri Girişi ve Çevresinden Görünümler

#### 2.2.4. Ayasofya Müzesi

Ayasofya, Sultanahmet'e komşu adını kendinin verdiği Ayasofya Meydanı'nda bulunmaktadır. Ayasofya iki büyük semavi dine ev sahipliği yapmış olmasından dolayı Dünya

tarihinde oldukça önemli bir yere sahiptir. Ayasofya, İstanbul'da yapılmış en büyük Bizans kilisesi olma ile Dünya'nın en eski ve en hızlı tamamlanmış katedrali olma özelliklerini barındırmaktadır. Ayasofya, 1453'te Fatih Sultan Mehmet tarafından cami olarak yeniden düzenlenmiştir.

Ayasofya'da, 6. yüzyılda yapılan orijinal tavan mozaiklerinin bitkisel ve geometrik motifleri ve 8. yüzyılda eklenen tasvirli mozaikleri görülmeye değer mimari özelliklerinden bir kaçını oluşturmaktadır. Ayrıca, Osmanlı döneminde eklenen minber, mihrap, vaaz kürsüleri, ahşap korkuluklar ve kütüphane de görülmeye değer diğer unsurlar olarak dikkat çekmektedir.

1935'te müze olarak hizmet vermeye başlayan Ayasofya, ziyarete açık ve 2018'de müzeyi 2.922.037 kişi ziyaret etmiştir. Müze, bu ziyaretçi sayısı ile Türkiye'de en çok ziyaret edilen müzeler arasında 2. sırada yer almaktadır (Foto 7-8).



**Foto 7-8.** Ayasofya Müzesi ve Çevresi (**Foto 8 Kaynak:** Kültür ve Turizm Bakanlığı)

### 2.2.5. Kariye Müzesi

Kariye Müzesi, Edirnekapı semtinde bulunmaktadır. Kariye Müzesi, 534'te Iustinianus döneminde Aziz Theodius tarafından yaptırılan manastır kompleksinden geriye kalan tek sağlam yapıdır. 1511 yılında camiye dönüştürülmüştür. Bu dönemde badana ve tahtayla kapanan mozaik ve freskler 1948-1958 yılları arasında Amerikan Bizans Enstitüsünün çalışmalarıyla ortaya çıkarılmıştır. Müzedeki mozaikler üstün bir sanat değeri taşımaktadır.

Müze ziyarete açık olmakla birlikte 2018 yılında 109.786 ziyaretçiyi ağırlamıştır. İstanbul'da en çok ziyaret edilen 6. müze konumundadır (Foto 9-10).





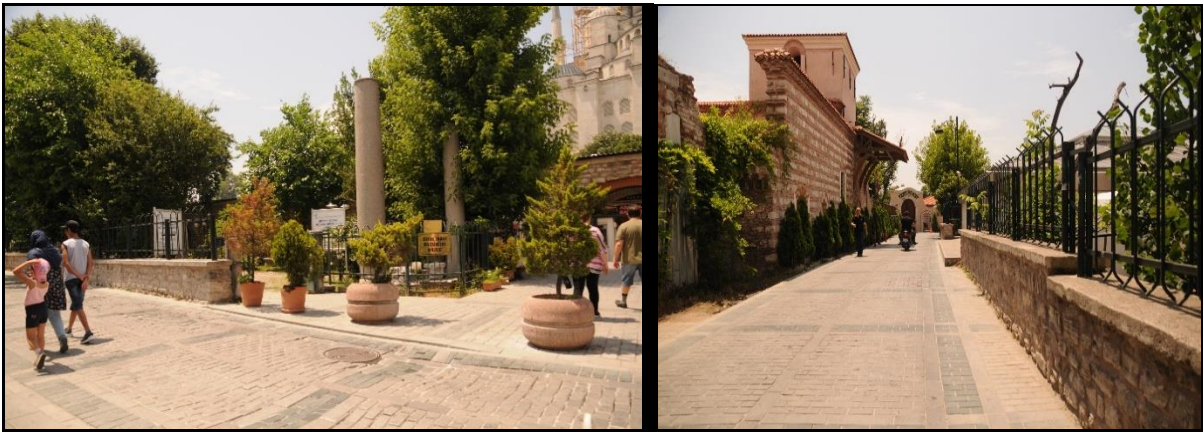
**Foto 9-10.** Kariye Müzesi'nin Dışından ve İçinden Görünümler

### 2.2.6. Büyük Saray Mozaikleri Müzesi

Büyük Saray Mozaikleri Müzesi, Sultanahmet Cami'nin Külliyesi'ndeki Arasta Pazarı içerisinde yer almaktadır. Müze, Kültür Bakanlığı Anıtlar ve Müzeler Müdürlüğü ile Avusturya Bilimler Akademisi arasındaki protokol ve proje uyarınca mozaiklerin restorasyonu yapılarak 1997'de tamamlanmıştır.

Bizans Büyük Sarayı mozaiklerinin tarihi MS 450–550 yıllarına dayanmaktadır. Mozaiklerin zeminini oluşturan beyaz fon, balık pulu tarzında işlenmiştir. Bu mozaikler, konularını dinden değil, günlük hayattan ve doğadan almışlardır. Kertenkele yiyen grifon, fil ve aslan mücadelesi, bir kırsağın tayını emzirmesi, kaz güden çocuklar, keçi sağan adam ve eşeğine yem veren çocuk mozaiklerden en çok göze çarpan bazı örneklerdir.

Müze, ziyarete açıktır. 2018 yılında müzeyi 60.480 kişi ziyaret etmiştir. Müze bu ziyaretçi sayısı ile İstanbul'da en çok ziyaret edilen 10. müzedir (Foto 11-12).



**Foto 11-12.** Büyük Saray Mozaikleri Müzesi'nin Girişi ve Çevresi

### 2.2.7. İslam, Bilim ve Teknoloji Tarihi Müzesi

İslam Bilim ve Teknoloji Tarihi Müzesi, Gülhane Parkı içerisindeki, Saray Sur Duvarı'nın hemen yanında bulunan Has Ahırlar Binası'nda yer almaktadır. Müze, İslam Bilim Tarihçisi Prof. Dr. Fuat Sezgin tarafından hazırlanmış ve 24 Mayıs 2008 yılında açılmıştır.

Müze sergi alanı, alet, cihaz kopyaları, maket ve model koleksiyonu ile alanında Türkiye'de ilk, Frankfurt'tan sonra Dünya'da ikinci örnek teşkil eden müze olma özelliği taşımaktadır.

Müzedede, müze ile ilgili çeşitli görsellerin izlenebildiği sinevizyon salonu ve çeşitli bilimlere ait eserlerin sergilendiği bölümler bulunmaktadır.

Müze ziyarete açıktır. Müzeyi 2018 yılında 81.881 kişi ziyaret etmiştir. Müze İstanbul'da en çok ziyaret edilen 8. müze özelliği taşımaktadır (Foto 13-14).



**Foto 13-14.** İslam, Bilim ve Teknoloji Tarihi Müzesi

### 2.2.8. Türbeler Müzesi

Gülhane Parkı içindeki Tarihi Telgrafhane Binası, Türbeler Müzesi olarak düzenlenmiştir. İstanbul'da bakanlık denetiminde olan 120 türbedeki eserler bir araya getirilmiş ve bu müzede sergilenmektedir.

Osmanlı padişahları Fatih Sultan Mehmet, II. Beyazıd, Yavuz Sultan Selim, Sultan I. Ahmed, Kanuni Sultan Süleyman ile gönül sultanlarından Eyüp Sultan, Yahya Efendi, Aziz Mahmud Hüdayi gibi halkın en önemli ziyaret yerleri arasında olan türbelerdeki eserler bu müzede yer almaktadır.

Türkiye’de alanında başka bir örneği olmayan müzenin envanterinde, Kâbe örtüleri, Kuran-ı Kerimler, Osmanlı padişahlarının el emeği hat levhalar (Sultan Abdülmecid Han ve II. Mahmud imzalı değerli padişah hat örnekleri), Sami Efendi ve İzzet Efendi’nin ketebeli hat levhaları, sakal-ı şerifler, Aziz Mahmud Hüdayi, Karaca Ahmed ve Yahya Efendi gibi toplumun manevi önderlerine ait eşyalar, kutsal emanetler kapsamında bulunan teşhir değeri yüksek ve tarihi açıdan özgün binlerce eser kayıtlı bulunmaktadır.

Türbede, ayrıca çağdaş müzecilik anlayışına uygun olarak sinevizyon salonu, müze mağaza, konferans salonu bulunmaktadır.

Müzeyi 2018’de 54.021 kişi ziyaret etmiştir. İstanbul’da en çok ziyaret edilen 11. müzedir (Foto 15).



**Foto 15.** İstanbul Türbeler Müzesi Girişinden Bir Görünüm

### 2.2.9. Yerebatan Sarnıcı Müzesi

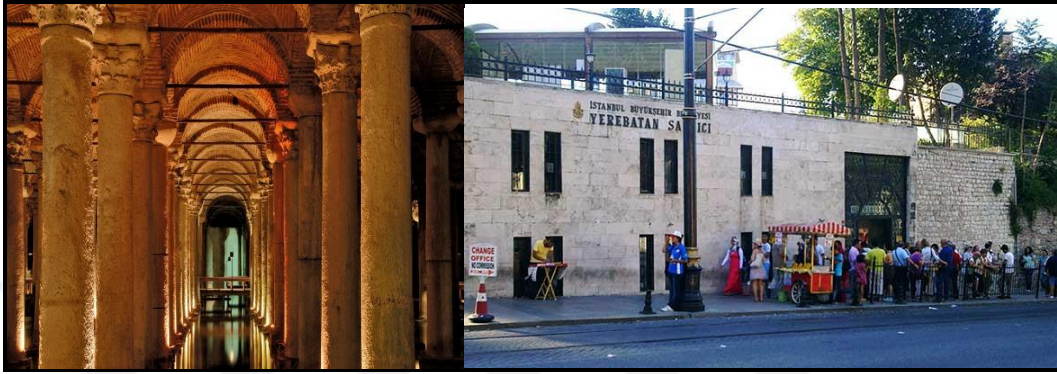
Yerebatan Sarnıcı ya da diğer adıyla Bazilika Sarnıcı, İstanbul’daki önemli tarihi yapılarından biridir. Sarnıç, Ayasofya’nın güneybatısında bulunmaktadır. Sarnıç, Bizans imparatoru I. Justinianus (527-565) tarafından bölgedeki su ihtiyacını karşılamak amacıyla yaptırılmıştır.

Sarnıç 336 sütundan oluşmakta ve 52 basamaklı taş bir merdivenle sarnıca inilmektedir. Sarnıcın kuzeybatı köşesinde bulunan iki Medusa Başı oldukça dikkat çekmektedir.



Sarnıç, 1987'de ziyarete açılmıştır. Yerebatan Sarnıcı, günümüzde müze olmanın yanı sıra, ulusal ve uluslararası birçok etkinliğe ev sahipliği yapmaktadır.

Yerebatan Sarnıcı Müzesi Türkiye’de en çok ziyaret edilen özel müzedir. Müzenin 2018 yılı ziyaretçi sayısı 1.642.217’dir (Foto 16-17).



**Foto 16-17.** Yerebatan Sarnıcı Müzesi’nin İçi ve Çevresinden Görünümler

### 2.3. İstanbul Tarihi Yarımadası’ndaki Müze Ziyaretçi Profili ve Ziyaretçi Sayısı

İstanbul Tarihi Yarımadası’ndaki müze ziyaretçi sayısı 2018 verilerine göre 7.227.909’dur. Bu veri sadece Kültür ve Turizm Bakanlığı’na bağlı müzelerin ziyaretçi sayısıdır. Yarımada’daki tüm özel müzelerin ziyaretçi sayılarını belirlemek oldukça güçtür. Yarımada’daki en çok ziyaret edilen müzeler Topkapı Sarayı Müzesi, Ayasofya Müzesi, Topkapı Sarayı Harem Müzesi, Yerebatan Sarnıcı Müzesi, İstanbul Arkeoloji Müzeleri, Türk ve İslam Eserleri Müzesi, Kariye Müzesi, İslam Bilim ve Teknoloji Müzesi, Aya İrini Anıt Müzesi, Büyük Saray Mozaikleri Müzesi ve Fethiye Müzesi’dir.

İstanbul Tarihi Yarımadası’nın ziyaretçilerinin eğitim düzeyi genel olarak lise ya da üstü eğitim düzeyindedir. Yerli ziyaretçilerin eğitim düzeyi genelde lise ya da altı düzeyde iken, yabancı ziyaretçilerin eğitim düzeyi genelde lisans ve lisansüstü düzeydedir. İstanbul Tarihi Yarımadası’nın ziyaretçileri genel olarak genç ve orta yaş grubundan oluşmaktadır. Bu durum hem yerli hem yabancı ziyaretçiler için geçerlidir. Ziyaretçilerin cinsiyet dağılımı arasında büyük bir farklılık söz konusu değildir. Bu durum hem yerli hem yabancı ziyaretçiler için geçerlidir. Yabancı ziyaretçiler en çok Avrupa ve Asya kökenlilerden oluşmaktadır.

Ziyaretçiler İstanbul Tarihi Yarımadası’ndan genel olarak internet ya da e-posta yolu ile ve akraba ya da arkadaş tavsiyesi ile haberdar olmaktadır. Ziyaretçiler İstanbul Tarihi

Yarımadası'na genellikle bireysel olarak gelmektedir. Ziyaretçilerin İstanbul Tarihi Yarımadası'na başlıca geliş nedeni buradaki tarihi yerleri gezmektir. Ziyaretçilerin profil özellikleri anket sonuçları ve bulgular başlığı altında ayrıntılı bir şekilde ele alınacaktır.

Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı İstanbul'da en çok ziyaret edilen ilk 13 müzeye bakıldığında, ilk 10'da İstanbul Tarihi Yarımadası'ndaki müzelerin yer aldığı görülmektedir (Tablo 7).

**Tablo 7. İstanbul'da 2018'de Kültür ve Turizm Bakanlığına Bağlı Müze Ziyaretçi Sayıları**

Müze Adı	Ziyaretçi Sayısı
Topkapı Sarayı Müzesi	3.004.620
Ayasofya Müzesi	2.922.037
Topkapı Sarayı Müzesi Harem Bölümü	421.780
İstanbul Arkeoloji Müzeleri	378.675
Türk ve İslam Eserleri Müzesi	166.878
Kariye Müzesi	109.786
Hisarlar Müzesi (Rumeli Hisarı)	95.571
İslam, Bilim ve Teknoloji Tarihi Müzesi	81.881
Aya İrini Anıt Müzesi	77.888
Büyük Saray Mozaikleri Müzesi	60.480
Galata Mevlevihanesi Müzesi	54.021
Fethiye Müzesi	3.884
Adam Mickiewicz Müzesi	1992
Toplam Ziyaretçi	7.379.493

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2018

#### 2.4. İstanbul'da Şehir Turizmi

İstanbul'da şehir turizmine geçmeden önce şehir turizmi, şehir turizminin gelişimi ve şehir turizminin kaynakları hakkında bilgi vermek yerinde olacaktır. Şehirler, sahil veya kırsal alanlardan farklıdır. Şehirler, ziyaretçilere sundukları canlı ve çok yönlü seçenekler ile gittikçe daha popüler alanlar haline gelmektedirler. Turistler bir şehri, iş, arkadaş ya da akraba ziyaretleri, tatil vb. sebeplerden dolayı tercih edebilmektedir. Ayrıca tercih ettikleri ziyaret yerlerinde; alışveriş, kültürel ve tarihi miras alanlarını görme, gece eğlenme, yeme-içme, spor, festival, sanat ve kültür vb. birçok faaliyette de bulunmaktadırlar. Sonuç olarak şehirler, turizm için vazgeçilmez mekânlardır.



Şehir turizmi, turizmin şehirde yapılan şeklidir. Bu faaliyeti şehirde gerçekleştiren kişiler ise şehrsel turistlerdir. Şehrsel turistler, gittikleri şehirde yaşamayan o şehirde, dinlenme veya rekreasyon gibi nedenlerle bulunan kişilerdir. Ancak şu noktaya dikkat etmek gerekmektedir; şehirlerde, dinlenme ve rekreasyon faaliyetlerinde bulunanlar sadece dışarıdan gelmemektedir. Şehirler; orada yaşayan kişilerin yaşam yerlerinden farklı yerlerde yaptığı alışveriş, eğlence, dinlenme ve rekreasyonel amaçları da barındıran çeşitli faaliyetlerin devamlı yaşanabildiği alanlardır. Bu yüzden şehirde gerçekleşecek faaliyetlerin şehir turizmi sayılabilmesi için, şehrin dışındaki kişiler tarafından talep edilmesi gerekmektedir (Özgüç, 2018: 155). Ayrıca, turistin genel tanımından hatırlanacağı gibi, şehirlerde en az bir gece kalmaları gerekmektedir (Yılmaz, 2012: 73).

Şehir turizminin gelişimine bakıldığında başlarda, genellikle seyahat için yeterli gelire sahip, zengin kişilerin şehirleri ziyaret edip çeşitli faaliyetlerde bulunduğu bilinmektedir. Özellikle çalışma hayatının yoğunluğu vb. nedenlerden dolayı seyahat edebilmek, yaklaşık 19. yüzyıla kadar, elit bir grubun gerçekleştirebileceği faaliyetler ve bir statü göstergesi olarak görülmekteydi. Genellikle kraliyetin yakınlarında olan başşehirler, birçok yakın şehir ve kasabadan ziyaretçi gelmekteydi. Başlangıçta tıbbi nedenlerle kurulmuş olan SPA'lar, kaplıca gibi büyük olan tesisler sosyal ve eğlence aktiviteleri nedeniyle 18. yüzyıl boyunca şehirlere yönelik önemli bir ziyaret nedeni olmuştur. 18. yüzyılın bir diğer şehir seyahati nedeni de genç aristokratların eğitimlerini tamamlamalarını sağlayan Grand Tur'dur (Law, 2002; 9). 19. yüzyılın ortalarında tren yolu ağlarının gelişimiyle seyahatler de kolaylaşmış ve bu durum boş zamanlarda seyahat etmeyi güdülemiştir. 19. yüzyılın sonlarında şehirler, turistler için tam anlamıyla bir varış noktası olmuş ve ziyaretçiler özellikle bu dönemde çeşitli kültürel aktiviteler için seyahat etmişlerdir (Jurdana ve Susilovic, 2002: 137). 19. yüzyılın bir diğer şehir seyahati nedeni ticaretin gelişmesi olmuştur. Bu dönemde ticaretin gelişmesiyle birlikte bölgesel, ulusal ve küresel boyuttaki iş seyahatleri de artmıştır. İş adamları malzeme ve yedek parça satın almak veya satmak için seyahat etmeye başlamışlardır. İş adamlarının, seyahat ettikleri şehirlerde konaklama ihtiyacı duyması otel gelişiminde önemli bir rol oynamıştır. 19. yüzyıldan sonra ise ticari fuarların ve sergilerin daha da gelişmesi ile özellikle Avrupa, farklı bölgelerden gelen fuar ve sergi düzenleyiciler ile tüketicilere ev sahipliği yapmıştır. 20. yüzyılda çok uluslu şirketler ve küresel işbirlikleri ortaya çıkmıştır. Bu durum iş seyahatlerini de doğal olarak artırmıştır.

1970'li yıllardan itibaren şehirler kendilerini yoğun bir rekabet ortamında bulmuşlardır. Nüfusu artan şehirlerde, yeni çekicilikler ve aktiviteler gerçekleştirilmesine ihtiyaç

duyulmuştur (Law, 2002: 8). Ayrıca, şehirlerin sahip olduğu çekicilikler, tarihi yapılar, spor ve kültür aktiviteleri turizm faaliyetlerinin yapılmasını kolaylaştırmıştır; bu da yapılacak aktivitelerin önemini artırmıştır. Şehirlerin turizm yaklaşımlarında, 1980'li yıllarda önemli değişiklikler görülmeye başlanmıştır. Bu değişiklikler, yalnızca şehirleri değil, aynı zamanda şehirlerin sahip olduğu kaynakları ve bu kaynakların etkilerini bir bütün halinde ele alabilecek kadar geniş kapsamlı olmuştur.

Günümüzde şehir turizminin gelişimini etkileyen bir diğer faktör de düşük maliyetli havayollarıdır. Havayollarının uçuşlarında yaptığı indirimler ve yeni varış noktalarına ulaşım sağlayan uçuş bağlantıları, şehir turizmine olan ilginin de artmasında sağlamıştır. Turistler için ulaşım maliyetlerinin azalması, seyahatlerin sıklığını artırmış ve gittikleri yerlerde diğer faaliyetlere ayırdıkları harcamanın da artmasını sağlamıştır (Strickland, 2003).

Şehir turizmi kaynaklarına bakıldığında tarihi yapılar, şehir manzarası, müzeler, sanat galerileri, tiyatrolar, spor ve özel olaylar gibi kaynaklardan oluştuğu görülmektedir. Şehir turizmi kaynakları bir şehre ziyarette bulunma kararındaki etki önemlerine göre çeşitli türlerde sınıflandırılmıştır. Aynı zamanda bu sınıflandırma, şehir turizmi kaynaklarının, ziyaretçilerin memnuniyet düzeyleri üzerindeki önemini açıklamaya da yardımcı olmaktadır. Sınıflandırma temel kaynaklar, ikincil kaynaklar ve ek kaynaklardan oluşmaktadır. Temel kaynaklar; çekicilikler, faaliyetler ve şehrin imkânları gibi temel özelliklerden oluşmaktadır. Bu özellikler çoğu zaman turistlerin bir yeri ziyaret etmesindeki temel nedenini etkilemektedir. Temel kaynaklar, aynı zamanda kültürel özellikler, fiziksel özellikler, spor-eğlence faaliyetleri ve sosyo-kültürel özellikleri de içermektedirler. İkincil kaynaklar, genellikle konaklama için tasarlanmış turizm üstyapısını, otelleri, yeme-içme imkânlarını ve pazarları içermektedir. İkincil kaynakların turistleri harekete geçirme etkileri temel kaynaklara göre daha azdır. Bu kaynaklar genellikle ziyaretçi deneyiminin şekillenmesinde etkili olmaktadır. Ek kaynaklar, ziyaretçiler tarafından kullanılan ulaşım ve turizm danışma büroları gibi yapıları kapsamaktadır (Bramwell, 1998: 37).

Ülkelerin Dünya'ya açılan pencereleri vardır. Türkiye için bu pencerenin İstanbul olduğunu söyleyebiliriz. İstanbul Türkiye'nin bütün şehirlerinin mozağini kapsayan ve birçok şehir turizmi kaynağını taşıyan bir şehirdir.

İstanbul, Avrupa ile Asya kıtalarının birbirine en çok yaklaştığı iki nokta üzerinde kurulmuştur. İstanbul, Avrupa kıtasında Çatalca, Asya kıtasında ise Kocaeli; güneyde Marmara ve Bursa, güneybatıda Tekirdağ ve kuzeybatıda Kırklareli ile çevrilidir. Şehrin adını aldığı ve Haliç ile Marmara arasında kalan Tarihi Yarımada üzerinde bulunan asıl İstanbul'un alanı 253 km<sup>2</sup>, toplam alanı ise 5712 km<sup>2</sup> 'dir. Marmara Denizi'ndeki Adalar da İstanbul'a dâhildir.

İstanbul'un tarihi, İstanbul Tarihi Yarımadası'nın tarihidir. İstanbul Tarihi Yarımadası'nın tarihine daha önce yer verilmiştir. Bu yüzden bu bölümde İstanbul'un diğer özellikleri hakkında bilgi verilmeye devam edilecektir.

İstanbul ulaşım açısından da önemli bir şehirdir. Her türlü ulaşım imkânlarının bulunduğu İstanbul'a ulaşım üssü diyebiliriz. Minibüs ve otobüslerin yansıra, deniz araçları, metro, metrobüs, tramvay, finüküler sıkça kullanılan şehiriçi ulaşım araçlarıdır. Yurtiçi ulaşımının hareket noktası, Anadolu yakasında Dudullu, Avrupa yakasında ise Esenler'de bulunan uluslararası otogardır. İstanbul'da Avrupa yakasında İstanbul Havalimanı ve Asya yakasında Sabiha Gökçen Havalimanı olmak üzere iki havalimanı bulunmaktadır.

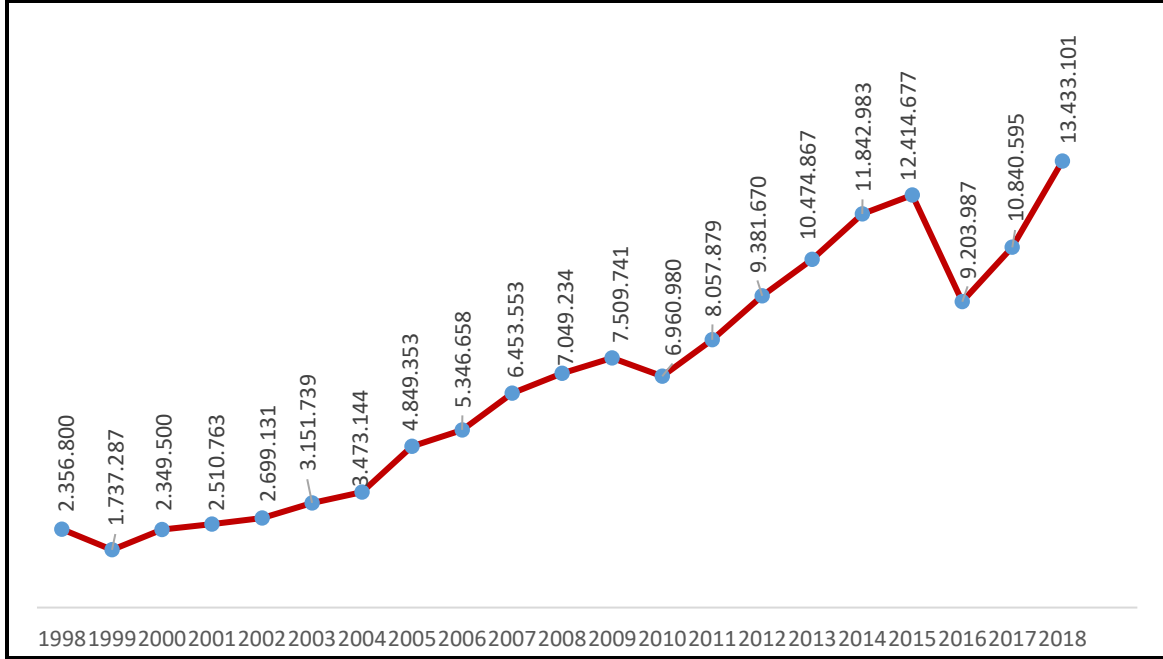
İstanbul yukarıda anlatılan sahip olduğu özellikler sayesinde turistleri çekmeye devam etmektedir. Master Card'ın Küresel Hedef Şehirler İndeksi aracılığıyla 2016 yılında en çok ziyaret edilen şehirler araştırmasında, İstanbul'un Dünya'nın en çok uluslararası turist alan 8. şehri olduğu görülmektedir. İstanbul neredeyse her yıl yabancı ziyaretçi sayısını arttırmıştır. 2018 yılı 13.433.101 yabancı ziyaretçi sayısı ile en çok ziyaretçi ağırlanan yıl unvanına sahiptir. İstanbul'da yabancı ziyaretçi sayısında en dikkat çekici durum daha önceki bölümlerde belirtilen Türkiye'deki ziyaretçi sayısına benzer şekildeki 2016'daki düşüştür (Şekil 5.)

İstanbul'a gelen aylık ziyaretçi sayısına bakıldığında en çok ziyaretçinin yaz aylarında geldiği görülmektedir (Şekil 6). İstanbul'a gelen ziyaretçilerin en çok havayolunu kullandığı görülmektedir (Şekil 7). 2018'de en çok kullanılan havalimanı ise 2019'da kapatılan Atatürk Havalimanı'dır. Denizyolu ziyaretçilerin kullandığı bir başka ulaşım yolu olarak öne çıkmaktadır. Deniz yolu ulaşımında ise en çok kullanılan liman Pendik+Tuzla Limanı'dır. Karaköy Limanı'na ise gelen günübirlik ziyaretçi bulunmamaktadır.

İstanbul'a en fazla turist gösteren ülkelere bakıldığında son yıllarda Arap ülkelerinin öne çıkmaya başladığı görülmektedir. 2018 verilerine göre en fazla turist gönderen ilk on ülke

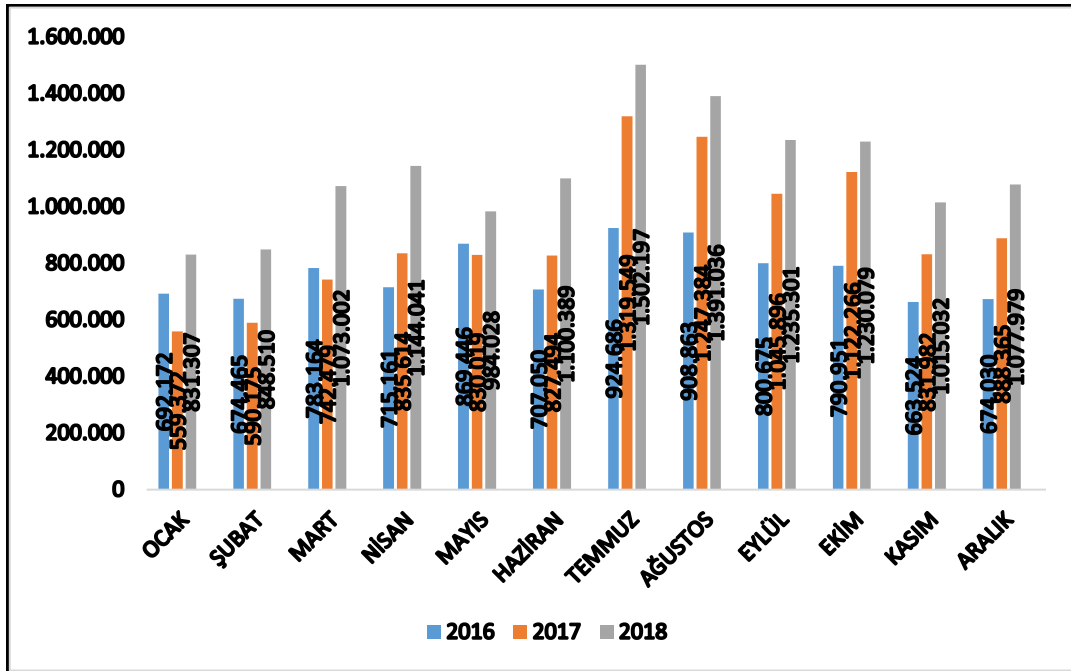
sırasıyla şu şekildedir: Almanya, İran, Suudi Arabistan, Rusya, Irak, İngiltere, Fransa, ABD, Çin Halk Cumhuriyeti ve Ukrayna (Şekil 8 ve Tablo 8).

Şekil 5. 1998-2018 Yıllarında İstanbul'a Gelen Yabancı Sayıları



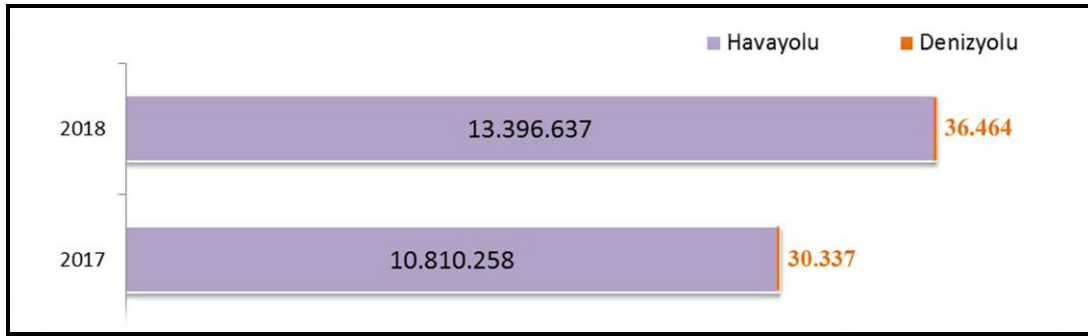
Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2018

Şekil 6. 2016-2018 Yılları İstanbul'a Aylık Gelen Ziyaretçi Grafiği



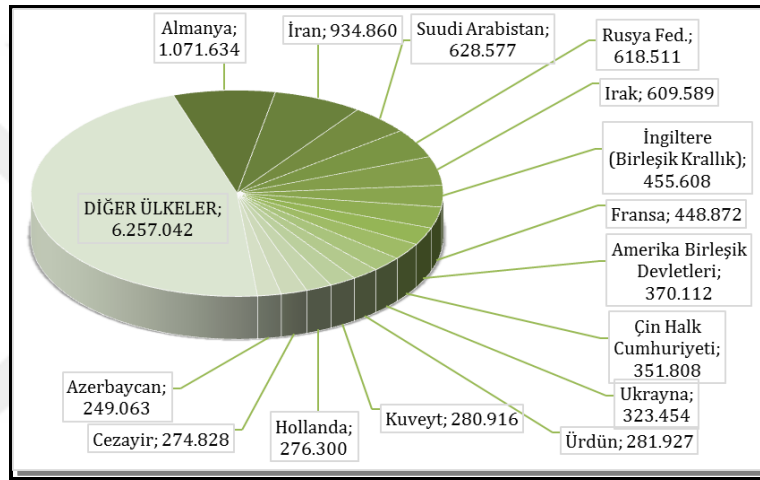
Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2018

**Şekil 7. İstanbul'a Geliş Yollarına Göre Gelen Yabancı Ziyaretçi Sayıları, 2018**



Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2018

**Şekil 8. İstanbul'a Gelen Yabancı Ziyaretçi Sayısının Ülkelere Göre Dağılımı, 2018**



**Tablo 8. Milliyetlerine Göre 2004-2018 Yıllarında İstanbul'a En Fazla Turist Gönderen İlk On Ülke**

	2004	2011	2018
1	Almanya	Almanya	Almanya
2	Rusya	Rusya	İran
3	Fransa	A.B.D	Suudi Arabistan
4	İngiltere	İtalya	Rusya
5	A.B.D	Fransa	İrak
6	Ukrayna	İngiltere	İngiltere
7	Hollanda	İran	Fransa
8	İtalya	Hollanda	A.B.D
9	İsrail	İspanya	Çin Halk Cumhuriyeti
10	İspanya	Japonya	Ukrayna

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2018

İstanbul'a gelen yabancı ziyaretçilerin özelliklerine bakıldığında %52,7'sinin erkek, %47,3'ünün kadın olduğu görülmektedir. Yabancı ziyaretçilerin %76'sının 18-45 yaş aralığında olduğu, yani çoğunluğunun genç ve orta yaştaki kişilerden oluştuğu görülmektedir. Ziyaretçilerin geneli yüksek düzeyde eğitime sahiptir. Ziyaretçilerin %8'i vatandaşı olduğu ülkeden farklı bir ülkede yaşamaktadır. İstanbul'a gelen ziyaretçiler %66 oranında "tatil, seyahat, eğlence" amacıyla, %14 oranında "iş, kongre, toplantı amacıyla, %10 oranında da "arkadaş, akraba ziyareti" amacıyla gelmektedir. Ziyaretçilerin İstanbul'a geliş sayılarına bakıldığında yaklaşık %45'inin İstanbul'a ilk kez geldiği, yaklaşık %30'unun da 2 veya 3. gelişi olduğu anlaşılmaktadır. Konaklama sürelerinde ise en yüksek oran olarak %60,1 ile 4-10 gün arası kaldıkları görülmektedir. Akıllarında kalan en güzel yerin sırasıyla Boğaz, Sultanahmet Cami, Ayasofya, İstiklal Caddesi ve Topkapı Sarayı olduğu görülmektedir. Ziyaretçilerin %95'e yakınının İstanbul ziyaretinden memnun olduğu, %96,4'ünün İstanbul'u tekrar ziyaret edebileceği görülmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2018: 2-4).

Turizmde tarihi ile öne çıkan şehirler ile kıyaslandığında birçok artı özelliğine rağmen İstanbul'un yeterince turist çekemediği görülmektedir. İstanbul, kültür turizmi için oldukça fazla imkâna sahiptir. İstanbul'un alışveriş olanaklarının fazla olması, birçok ülkeye birkaç saatlik mesafede olması, hava ulaşımındaki direkt uçuşlar, tarihinin çok eski olmasına rağmen kıta ötesi bazı yerlerde henüz keşfedilmemiş olması, kültüre ilginin artması, evrensel ölçekte kültürel eserlere sahip olması, yerel idarilerin turizm konusunda duyarlı olmaya başlamaları; şehir ve kültür turizmine katkı sağlayabilecek imkânlardır. Dinamik bir şehir olan İstanbul'da eğitilebilir genç nüfus ve yeni yatak kapasitesi de diğer imkânlar olarak dikkat çekmektedir. Çevre kirliliği, kültürel mirasa sahip çıkılmaması, yeterli tanıtımın olmaması ise şehir turizminde olumsuz yönde dikkat çeken diğer özelliklerdir.

İstanbul, coğrafyası, kültürel, tarihsel ve doğal zenginlikleri ile bir turizm şehridir. İstanbul'da şehrin gelişmesi için ekolojik ve kültürel dengesinin birlikte ele alınması gerekmektedir. Günümüzde bunun farkına varılmaya başlanmakta ve daha bilinçli bir yaklaşım oluşturulmaya çalışılmaktadır. İstanbul'un yeni planlama sürecinde, yeni müze alanları oluşturulması, eserlerin restorasyonu, Zeyrek, Balat, Süleymaniye'ye yönelik projeler, Galataport projesi ve Kilyos kıyılarının değerlendirilip turizm ile ilişkilendirilmesi ve buralarda tatil ve rekreasyon alanları ile bunun yanında golf, spor, eğlence alanları oluşturulması planlanmıştır. Bir deniz şehri olmasına rağmen İstanbul, denizden yeterince yararlanamamaktadır. İstanbul'un ormanları ise hızla tükenmeye başlamıştır. Örneğin, 17.

yüzyılda 13 bin hektarlık alana sahip Belgrad Ormanlarının alanı 1990'larda 5 bin 442 hektara düşmüştür. İstanbul'un taşıdığı potansiyel özellikleri gün yüzüne çıkarmak amacıyla Kültür ve Turizm Bakanlığı, İstanbul Ticaret Odası, Turizm Seyahat Acentaları Birliği, Turizm Yatırımcıları Derneği tarafından çalışmalar başlatılmıştır. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın hazırladığı, Türkiye Turizm Stratejileri 2023'de İstanbul'a ayrı bir önem verilmektedir. İstanbul'un vizyonu ve geleceği ile ilgili Mayıs 2004'te yapılan panelde ulaşım, çevre, sosyal doku, prestij projeleri gibi birçok önemli konuda İstanbul'un vizyonel dönüşümünü gerçekleştirmek için "2023 Vizyonel Dönüşüm Projesi" başlatılması planlanmıştır.

İstanbul'u başşehir olarak seçen medeniyetler şehrin kültürüne ve tarihine çok şeyler katmışlar, bu şekilde muhteşem bir zenginlik ortaya çıkmasını sağlamışlardır. Kendine has özellikleriyle İstanbul, adının duyulduğu her yerde insanları kendisine çekebilmektedir. İstanbul'da eskilere dayanan ve geniş bir alana yayılan çeşitli kültürlerin izleri mevcuttur. Buna rağmen sadece 1440 hektarlık alan arkeolojik sit alanıdır.

İstanbul'un neredeyse her taşının altından bir eser çıkan şehir özelliği taşıdığını söylemek mümkündür. Özellikle gerçekleştirilen son çalışmalar da bu özelliğini desteklemektedir. İstanbul'daki Marmaray ve metro kazı çalışmaları esnasında iki batık gemi, liman ve çeşitli dönemlere ait kalıntıların üst üste olduğu ören yeri ortaya çıkarılmıştır. Maltepe'deki 1200 yıllık Bryas Sarayı, Bizans döneminden günümüze ulaşan en önemli arkeolojik eserlerden biri olma özelliği taşımakta ve bu özelliği ile turizme kazandırılmak için beklemekte olan yerlerden biridir. Küçükçekmece Gölü'nün karşısındaki Bizanslılara ait olan beş katlı sarayda da turizme kazandırılmak amacıyla çalışmalar devam etmektedir. Şehir açısından oldukça değerli arz eden bu yapıların İstanbul'un turizmine katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Tarihi şehir dokusu, turistler için genellikle çekicilik oluşturmaktadır. Bu nedenle İstanbul'un şehir dokusunun korunması turizm açısından önemlidir.

## **2.5. İstanbul'da Şehir Turizminde Müze Turizminin Yeri**

Müzeler, kültürün merkezi olma rolünü üstlenmelerine rağmen, müze ziyareti, Türkiye'de ve Dünya'nın diğer ülkelerinde yapılması gereken bir ödev gibi algılanır. Genel bir eğilim olarak, insanlar kendi ülkelerindeki müzeler yerine turist olarak gittikleri ülkelerin müzelerini ziyaret etmeyi tercih etmektedirler. Çoğu insan müzeleri dokunulmazlığı olan tapınaklar ya da geçmişin değerini koruyan kutsal mekânlar olarak değerlendirmektedir. Aslında müzeler, eğlendirerek eğiten, ziyaret edenlerin kendilerine bir şeyler katarak ayrılacağı

ve ziyaretçileri tatmin edebilecek mekânlar olma gibi özellikler taşırlar. Müze, kuruluşundan günümüze kadar bu vasıflarını tam anlamıyla kullanabilmiş bir kurum değildir.

İstanbul şehir tarihini anlatan açık bir müzedir. Bunu yaparken malzeme olarak şehre ve şehirde yaşayanlara ait kültürel özellikleri kullanır. Böylece şehre ve şehirlilere kimlik kazandırır, hatırlatma yoluyla bellek oluşturur.

Şehrin geçmişini, bugününü ve geleceğini anlayabilmek için, şehrin ve şehirlilerin yerleşiminde rol oynayan doğal çevreyi ve şehirlilerin zamanla oluşturduğu çevre, şehrin diğer şehirlerle ve çevresiyle olan kültürel iletişimi, şehirlileri meydana getiren toplumsal yapı, şehirle ilgili belleklere yerleşmiş veriler ve şehirlili olmayanların şehre ilişkin algıları araştırılması gerekmektedir. İstanbul'daki müzeler taşıdıkları nitelikler sayesinde bu verileri bir bütün halinde bize sunabilmektedir.

Günümüz toplumlarında yaşanan sorunların çoğu, tarihi ve kültürel değerlerin nesillere aktarımı sırasında yapılan taraflı ya da eksik beyanlardan kaynaklanmaktadır. Küreselleşen Dünya'da toplumların popüler kültürün kalıplarına uymak zorunda kalmasının nedenleri yapılan bu taraflı ya da eksik beyanların da rolü büyüktür. Bunu engellemek için bireyin ve toplumun kendine ait değerlerin farkına varması ve koruması gerekmektedir. Tek tipleşen Dünya'da, bu farkındalığın yaratılmasında yardımcı olabilecek bir etken de müzelerdir. Bilindiği üzere İstanbul birçok kültüre ev sahipliği yapmış bir şehirdir. Bu kültürlerin çeşitliliğini İstanbul'daki müzelerde de görmek mümkündür. İstanbul Dünya'da birçok toplumda kültürel farkındalık meydana getirebilecek özelliklere sahiptir.

Dünya'da birçok yere bakıldığında toplumsal uyumsuzluklar, kutuplaşmalar ve yabancılaşmalar gibi sorunlar görülmektedir. Aslında bunların gereksiz olduğu oldukça açıktır. Tarih boyunca kültürler birbirinden etkilenmiştir. Her toplum birbirinden bir iz taşır. Üst üste eklenerek oluşan insanlık kültürü ortak değerler barındırır. Bu sorunları ortadan kaldırarak insanların iletişim köprüleri kurmasını sağlayan araç müzelerdir. İstanbul çok eski çağlardan beri tarihe tanıklık etmiş bir şehirdir. İstanbul'daki müzelere bakıldığında çok yakın mesafelerde tarihin özelliklerini ve toplumların tarih içerisinde nasıl içiçe geçmiş olduğunu anlamak mümkündür.



İstanbul müze çeşidi ve sayısı sayesinde Türkiye'deki en önemli müze turizm noktası olmuştur. Günümüzde İstanbul'da 130 müze bulunmaktadır. Bu müzelerden 18'i doğrudan Kültür ve Turizm Bakanlığına bağlıdır. Kültür ve Turizm Bakanlığı denetiminde faaliyet gösteren ise 112 özel müze bulunmaktadır (Tablo 9-10).

**Tablo 9. Kültür ve Turizm Bakanlığı'na Doğrudan Bağlı Müzeler**

Müzeler	
Adam Mickeiewickz Müzesi	Fethiye Müzesi
Galata Mevlevihanesi Müzesi	Rumeli Hisarı Müzesi
İslam Bilim ve Teknoloji Müzesi	Kariye Müzesi
İstanbul Arkeoloji Müzeleri	Türk ve İslam Eserleri Müzesi
Aya İrini Anıt Müzesi	Türebeler Müzesi
Ayasofya Müzesi	Yıldız Sarayı Müzesi
Büyük Saray Mozaikleri Müzesi	Topkapı Sarayı Harem Bölümü Müzesi
Yedikule Surları Müzesi	

**Tablo 10. Kültür ve Turizm Bakanlığı Denetimindeki Özel Müzelerden Bazıları**

Müzeler		
I. Mahmut Kütüphanesi Müzesi	İtfaiye Müzesi	Doğançay Müzesi
Aşçıyan Müzesi	Karikatür ve Mizah Müzesi	Elgiz Çağdaş Sanat Müzesi
Askeri Müze	İstanbul Hava Kuvvetleri Müzesi	Depo Müzesi
Dolmabahçe Sarayı Müzesi	Ihlamur Kasırları Müzesi	PTT İstanbul Müzesi
Tekel Müzesi	Florya Atatürk Deniz Köşkü Müzesi	Hilmi Nakipoğlu Fotoğraf Makineleri Müzesi
Sadberk Hanım Müzesi	Aynalı Kavak Kasrı Müzesi	Türk İnşaat ve Sanat Eserleri Müzesi
Rahmi Koç Müzesi	Demiryolu Müzesi	Yıldız Şehir Müzesi
Tekfur Sarayı Müzesi	Pera Müzesi	Maslak Kasırları Müzesi
Anadolu Hisarı Müzesi	Oyuncak Müzesi	Kilim ve Düz Yaygılar Müzesi
İmrahor Anıtı Müzesi	Ural Ataman Klasik Otomobil Müzesi	Vakıflar Halı Müzesi
Resim ve Heykel Müzesi	Modern Sanat Müzesi	Küçüksu Kasrı Müzesi
Beşiktaş JK Müzesi	Sakıp Sabancı Müzesi	Uçurtma Müzesi

Ercüment Kalmık Müzesi	Miniatürk Müzesi	Ara Güler Müzesi
Cumhuriyet Eğitim Müzesi	Türkiye Yazarlar Sendikası Edebiyat Müzesi	Ahmet Hamdi Tanpınar Edebiyat Müzesi
Osmanlı Bankası Müzesi	Orhan Kemal Müzesi	Elgiz Müzesi
Tanzimat Müzesi	Beylerbeyi Sarayı Müzesi	Fotoğraf Müzesi
500. Yıl Vakfı Türk Musevileri Müzesi	Florence Nightingale Müzesi	Magic Ice Müzesi
Galatasaray Müzesi	Yerebatan Sarnıcı Müzesi	Jale Kuşkan Balmumu Müzesi
Hüseyin Rahmi Gürpınar Müzesi	Hat Sanatları Müzesi	Perili Köşk Müzesi
Deniz Müzesi	Rezzan Has Müzesi	Panorama 1453 Fetih Müzesi
Sait Faik Abasıyanık Müzesi	Kristal İstanbul Müzesi	Çağlar Boyu Aydınlatma Isıtma Koleksiyonları Müzesi
Türk Gazeteciler Cemiyeti Basın Müzesi	Türvak Sinema ve Tiyatro Müzesi	Zafer Müzesi
Yapı Kredi Vedat Nedim Tör Müzesi	Fenerbahçe Spor Kulübü Müzesi	Avrupa Kültür Başşehri Mübadele Müzesi
Atatürk Müzesi	Türkiye İş Bankası Müzesi	My Museum
Deniz ve Su Ürünleri Müzesi	Marmara Üniversitesi Cum. ve Sanat Galerisi Müzesi	Santral İstanbul Müzesi
Adalar Müzesi	Yahya Kemal Müzesi	Dimitrie Cantemir Müzesi

Müzeler kültür turizminin vazgeçilmez öğeleri olduğu kadar gelir kaynaklarıdır. Türkiye’de en fazla ziyaret edilen müzeler ve ören yerlerine bakıldığında ilk iki sırada İstanbul Tarihi Yarımadası’nda yer alan Topkapı Sarayı Müzesi ve Ayasofya Müzesi’nin yer aldığı görülür (Foto 18-19). Tablo 11’de görülen ziyaretçi sayısı üstünlüğüne bakıldığında İstanbul turizm gelirlerinin kaynakları içerisinde de müzelerin payının oldukça fazla olduğunu söylemek mümkündür. Ayrıca 2018 verilerine göre İstanbul’a gelen 13.433.101 ziyaretçinin 7.379.493’ünün sadece Kültür ve Turizm Bakanlığı’na bağlı müzeleri ziyaret etmesi de İstanbul’da müzelerin payının oldukça önemli olduğunu desteklemektedir.

**Tablo 11. Türkiye’de 2018’de En Fazla Ziyaret Edilen Müze ve Ören Yerleri**

Müze ve Ören Yeri	Ziyaretçi Sayısı
Topkapı Sarayı Müzesi	3.004.620
Ayasofya Müzesi	2.922.037
Konya Mevlana Müzesi	2.817.386
Pamukkale Ören Yeri	2.172.740

Efes Ören Yeri	1.543.690
Nevşehir Göreme Ören Yeri	1.104.217
Çanakkale Troia Ören Yeri	531.530
Nevşehir Kaymaklı Ören Yeri	539.904
Aksaray Ihlara Vadisi Ören Yeri	491.784
Nevşehir Hacıbektaş Müzesi	443.160

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2018



**Foto 18.** Ayasofya Müzesi'nden Topkapı Müzesi'ne Gidilen Meydandan Bir Görünüm



**Foto 19.** Topkapı Müzesi'nin Meydan Girişinden Bir Görünüm

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: ANKET SONUÇLARI-BULGULAR

Araştırmada kullanılan anket 5 ana bölümden ve 69 sorudan oluşmaktadır. Sorular ziyaretçilerin demografik özellikleri ile müze faaliyetlerine katılım süreçleri ve bunda etkili olan motivasyon kaynaklarını tespit etmeye yönelik olarak hazırlanmıştır. Anket yapılacak kişiler rastgele örnekleme yöntemine göre seçilmiş, grup veya aile ile karşılaşıldığında içlerinden sadece birine anket uygulanmıştır. Bu doğrultuda 73 yabancı ve 42 yerli ziyaretçi ile anket yapılmıştır. Anketler SPSS 22 ile analiz edilmiştir.

### Ankete Katılan Ziyaretçilerin Demografik Özellikleri

Anket sonuçlarına göre, İstanbul Tarihi Yarımadası'na gelen ve müze ziyaretinde bulunanlar içinde, yaş grupları arasında farklılıklar görülmekle birlikte, hemen her yaş grubundan ziyaretçi yer almaktadır. Gelen ziyaretçilerin büyük bölümünü genç ve orta yaş grubundakiler oluşturmaktadır. Ziyaretçilerin yarıya yakınının (%47,8) 21-30 yaş arası ziyaretçilerden oluşması dikkat çekicidir. Bunu %27 oranı ile 20'den küçük yaş ziyaretçi grubunun izlediğini görülmektedir. 40 yaş üzerindeki ziyaretçilerin toplam ziyaretçi içindeki oranının giderek azaldığı görülmektedir. 50 yaş ve üzeri ziyaretçiler ise %4,3 ile en az ziyaretçi grubunu oluşturmaktadır (Tablo 12). Yine, ankete katılan ziyaretçilerin erkek (%49,6) ve kadın (%50,4) oranlarının birbirine oldukça yakın olduğu görülmektedir (Tablo 13).

**Tablo 12. Ankete Katılan Ziyaretçilerin Yaş Gruplarına Göre Dağılımı**

Yaş Grupları	Frekans	Yüzde (%)
20'den küçük yaş	31	27,0
21-30 yaş arası	55	47,8
31-40 yaş arası	13	11,3
41-50 yaş arası	8	7,0
51 yaş ve üzeri	5	4,3
Toplam	112	97,4
<i>Geçersiz Kayıp</i>	3	2,6
Toplam	115	100,0

**Tablo 13. Ankete Katılan Ziyaretçilerin Cinsiyetlerine Göre Dağılımı**

Cinsiyet	Frekans	Yüzde (%)
Erkek	57	49,6
Kadın	58	50,4
Toplam	115	100,0

Ankete katılan yabancı ziyaretçilerin uyruklarına göre dağılımına bakıldığında, 33 farklı ülkeden ziyaretçi bulunduğu görülmektedir. Yabancı ziyaretçilerin büyük bölümünü Avrupa ülkelerinden gelenler oluşturmaktadır. Avrupa ülkelerinden en çok ziyaretçi gelen ülkeler olarak; Almanya (%9,6), Yunanistan (5,5), Ukrayna (%5,5), Belçika (%5,5) ve İngiltere (%4,1) öne çıkmaktadır. Avrupa ülkelerini Asya ülkeleri, Arap ülkeleri ve Afrika ülkeleri takip etmektedir (Tablo 14).

**Tablo 14. Ankete Katılan Yabancı Ziyaretçilerin Uyruklarına Göre Dağılımı**

Ülkeler	Frekans	Yüzde (%)
Çin	9	12,3
Almanya	7	9,6
Yunanistan	4	5,5
Ukrayna	4	5,5
Belçika	4	5,5
Fas	4	5,5
İngiltere	3	4,1
Fransa	3	4,1
Umman	3	4,1
Rusya	3	4,1
Brezilya	2	2,7
İspanya	2	2,7
Bahreyn	2	2,7
Endonezya	2	2,7
Moritanya	2	2,7
Burkina Faso	1	1,4
Filistin	2	2,7
Birleşik Arap Emirliği	2	2,7
Irak	1	1,4
Güney Afrika Cumhuriyeti	1	1,4
Polonya	1	1,4
Meksika	1	1,4
Sırbistan	1	1,4
Filipinler	1	1,4
Romanya	1	1,4
Tataristan	1	1,4
Kırgızistan	1	1,4
Avustralya	1	1,4
Bosna Hersek	1	1,4
Hindistan	1	1,4
Cezayir	1	1,4

Mısır	1	1,4
Toplam	73	100,0

### Ankete Katılan Ziyaretçilerin Eğitim Düzeylerine Göre Dağılımı

Müze ziyaretine gelenlerin eğitim düzeyine bakıldığında, ziyaretçilerin büyük bölümünün lisansüstü eğitim düzeyine sahip olduğu görülmektedir. Ziyaretçilerin %30,4'ü lise ya da altı, %4,3'ü önlisans, %15,7'si lisans, %37,4'ünün lisansüstü ve %9,6'sının diğer eğitim seviyesinde oldukları görülmektedir. Bu durum müzelerin eğitim düzeyi yüksek kişiler tarafından daha fazla ilgi gördüğünü ortaya koymaktadır. Ziyaretçilerin %2,6'sının eğitim düzeyini belirtmediği görülmüştür (Tablo 15).

**Tablo 15. Ankete Katılan Ziyaretçilerin Eğitim Düzeylerine Göre Dağılımı**

Eğitim Düzeyi	Frekans	Yüzde (%)
Lise ya da altı	35	30,4
Önlisans	5	4,3
Lisans	18	15,7
Lisansüstü	43	37,4
Diğer	11	9,6
Toplam	112	97,4
<i>Geçersiz Kayıp</i>	3	2,6
Toplam	115	100,0

### Ankete Katılan Ziyaretçilerin Gelir Düzeylerine Göre Dağılımı

Ziyaretçilerin gelir düzeyine ilişkin soruya %64,3'ü cevap vermemiştir. Dolayısıyla ziyaretçilerin gelir düzeyine ilişkin bir yorum yapma imkânı bulunmamaktadır.

### Ankete Katılan Ziyaretçilerin İstanbul'a/ Türkiye'ye Geliş Nedenleri ve Geliş Sıklıkları

Ziyaretçilerin İstanbul'a/ Türkiye'ye geliş nedenlerine bakıldığında, %65,2'si tatil yapmak amacıyla, %12,2'si akraba veya arkadaş ziyareti, %8,7'si alışveriş, %5,2'si toplantı veya konferans ve %2,6'sı ticaret nedeniyle geldikleri görülmektedir. Bu veriler farklı amaçlarla gelen ziyaretçilerin müze ziyaretinde buldukları şekilde değerlendirilebilir (Tablo 16).

Ziyaretçilerin yarıya yakınının (%46,1) İstanbul'a/Türkiye'ye ilk kez geldiği, %22,6'sının 2. veya 3. gelişi olduğunu gözlemlenmektedir. Daha fazla gelişi olduğunu

belirtenlerin oranı ise %12,2'dir. Gelişlerin tekrarlanmış olması ziyaretçilerin beklentilerinin karşılandığını göstermektedir (Tablo 17).

**Tablo 16. Ankete Katılan Ziyaretçilerin Türkiye'ye/İstanbul'a Geliş Nedeni**

Geliş Nedeni	Frekans	Yüzde (%)
Tatil	75	65,2
Akraba veya arkadaş ziyareti	14	12,2
Alışveriş	10	8,7
Toplantı, konferans	6	5,2
Ticaret	3	2,6
Toplam	108	93,9
<i>Geçersiz Kayıp</i>	7	6,1
Toplam	115	100

**Tablo 17. Ankete Katılan Ziyaretçilerin İstanbul'a/ Türkiye'ye Geliş Sıklıkları**

Ziyaret Sıklığı	Frekans	Yüzde (%)
İlk kez	53	46,1
İkinci kez	21	18,3
Üçüncü kez	5	4,3
Daha fazla	14	12,2
Toplam	93	80,9
<i>Geçersiz Kayıp</i>	22	19,1
Toplam	115	100,0

**Ankete Katılan Ziyaretçilerin İstanbul'a/ Türkiye'ye Geliş Şekli**

Ankete katılan ziyaretçilerin %21,7'si tur organizasyonu ile geldiklerini, %67,8'i ise bireysel olarak geldiklerini belirtmişlerdir. Bu durum, insanların tur organizasyonlarına bağlı olarak hareket etmekte; bireysel hareket etmek istedikleri şeklinde yorumlanabilir (Tablo 18).

**Tablo 18. Ankete Katılan Ziyaretçilerin İstanbul'a/ Türkiye'ye Geliş Şekli**

Geliş Şekli	Frekans	Yüzde (%)
Tur organizasyonu ile	25	21,7
Bireysel olarak	78	67,8
Toplam	103	89,6
<i>Geçersiz Kayıp</i>	12	10,4
Toplam	115	100,0

### Ankete Katılan Yabancı Ziyaretçilerin İstanbul'a/ Türkiye'ye Geliş Nedenleri ve Geliş Sıklıkları

Yabancı ziyaretçilerin İstanbul'a/ Türkiye'ye geliş nedenlerine bakıldığında, %84,9'u tatil, %12,3'ü akraba veya arkadaş ziyareti, %11'i alışveriş, %8,2'si toplantı veya konferans ve %2,7'si ticaret amacıyla geldikleri görülmektedir (Tablo 19). Yabancı ziyaretçilerin yarıdan fazlasının (%68,5) İstanbul'a ilk kez geldiği, %24,7'sinin 2. veya 3. gelişi olduğunu gözlemlenmektedir. Daha fazla gelişi olduğunu belirtenlerin oranı ise %6,8'dir (Tablo 20).

**Tablo 19. Ankete Katılan Yabancı Ziyaretçilerin İstanbul'a/ Türkiye'ye Geliş Nedeni**

Geliş Nedeni	Frekans	Yüzde (%)
Tatil	62	84,9
Akraba veya arkadaş ziyareti	9	12,3
Alışveriş	8	11,0
Toplantı, konferans	6	8,2
Ticaret	2	2,7
Toplam	87	100

**Tablo 20. Ankete Katılan Yabancı Ziyaretçilerin İstanbul'u/ Türkiye'ye Geliş Sıklıkları**

Ziyaret Sıklığı	Frekans	Yüzde (%)
İlk kez	50	68,5
İkinci kez	14	19,2
Üçüncü kez	4	5,5
Daha fazla	5	6,8
Toplam	73	100,0

### Ankete Katılan Yabancı Ziyaretçilerin İstanbul'a/ Türkiye'ye Geliş Şekli

Ankete katılan yabancı ziyaretçilerin %27,4'ü tur organizasyonu ile birlikte gelirken, %72,6'sı bireysel olarak gelmiştir (Tablo 21).

**Tablo 21. Ankete Katılan Yabancı Ziyaretçilerin İstanbul'a/ Türkiye'ye Geliş Şekli**

Geliş Şekli	Frekans	Yüzde (%)
Tur organizasyonu ile	20	27,4
Bireysel olarak	53	72,6
Toplam	73	100,0



### Ankete Katılan Yerli Ziyaretçilerin İstanbul'a/ Türkiye'ye Geliş Nedenleri ve Geliş Sıklıkları

Yerli ziyaretçilerin İstanbul'a/ Türkiye'ye geliş nedenlerine bakıldığında, %47,6'sı toplantı veya konferans, %31'i tatil, %11,9'u akraba veya arkadaş ziyareti, %4,8'i alışveriş ve %2,4'ü ticaret nedeniyle geldiği görülmektedir (Tablo 22 ).

**Tablo 22. Ankete Katılan Yerli Ziyaretçilerin İstanbul'a/ Türkiye'ye Geliş Nedeni**

Geliş Nedeni	Frekans	Yüzde (%)
Tatil	13	31,0
Akraba veya arkadaş ziyareti	5	11,9
Alışveriş	2	4,8
Toplantı, konferans	20	47,6
Ticaret	1	2,4
Toplam	41	95,3
<i>Geçersiz Kayıp</i>	1	4,7
Toplam	42	100

Görüşülen ziyaretçilerin %52,4'ünün yanıt vermediği İstanbul'u/ Türkiye'yi ziyaret sıklıkları sorusu ile ilgili net yorumlarda bulunmak mümkün değildir. Yanıt verilmeme nedeni olarak yerli ziyaretçilerin büyük bir bölümünün İstanbul'da ikamet etmesi gösterilebilir. Bu durum dışında yanıt verenlere bakıldığında gelen yerli ziyaretçilerin %21,4'ünün daha fazla, %16,7'sinin ikinci kez, %7,1'inin ilk kez ve %2,4'ünün üçüncü kez geldiği görülmektedir (Tablo 23).

**Tablo 23. Ankete Katılan Yerli Ziyaretçilerin İstanbul'u/ Türkiye'ye Geliş Sıklıkları**

Ziyaret Sıklığı	Frekans	Yüzde (%)
İlk kez	3	7,1
İkinci kez	7	16,7
Üçüncü kez	1	2,4
Daha fazla	9	21,4
Toplam	20	47,6
<i>Geçersiz Kayıp</i>	22	52,4
Toplam	42	100,0

### Ankete Katılan Yerli Ziyaretçilerin İstanbul'a/ Türkiye'ye Geliş Şekli

Ankete katılan yerli ziyaretçilerin %11,9'u tur organizasyonu ile birlikte İstanbul'a/ Türkiye'ye gelirken, %71,4'ü bireysel olarak gelmiştir (Tablo 24).

**Tablo 24. Ankete Katılan Yerli Ziyaretçilerin İstanbul'a/ Türkiye'ye Geliş Şekli**

Geliş Şekli	Frekans	Yüzde (%)
Tur organizasyonu ile	5	11,9
Bireysel olarak	25	59,5
Toplam	30	71,4
<i>Geçersiz</i> Kayıp	12	28,6
Toplam	42	100,0

### Ankete Katılan Ziyaretçilerin Müzeye Geliş Şekilleri

Tablo 25'te görüldüğü üzere müzeye gelen ziyaretçilerin %26,1'i tur organizasyonunu, %70,4'ü bireysel olarak gelmeyi tercih etmiştir.

**Tablo 25. Ankete Katılan Ziyaretçilerin Müzeye Geliş Şekli**

Geliş Şekli	Frekans	Yüzde (%)
Tur organizasyonu ile birlikte	30	26,1
Bireysel olarak	81	70,4
Toplam	111	96,5
<i>Geçersiz</i> Kayıp	4	3,5
Toplam	115	100,0

### Ankete Katılan Ziyaretçilerin İstanbul'da Ziyaret Ettiği veya Etmeyi Düşündüğü Müzeler

Anketteki bu soruda ziyaretçilerin birden fazla seçenek işaretlemesine izin verilmiştir. Ziyaretçilerin büyük bir bölümünün İstanbul Tarihi Yarımadası'nda bulunan Topkapı Sarayı Müzesi'ne (%78,3) ve Ayasofya Müzesi'ne (%72,2) ziyaret gerçekleştirdiği anlaşılmaktadır. Bu iki müzeyi İstanbul Arkeoloji Müzesi (%39,1) izlemektedir. Bu bilgiler, İstanbul'da 2018'de Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı müze ziyaretçi sayıları ile de örtüşmektedir.

İstanbul'da ziyaret edilen diğer müzeler olarak ise Dolmabahçe Sarayı Müzesi, Osmanlı Arşivi Müzesi, Pera Müzesi ve Yerebatan Sarmıcı Müzesi belirtilmiştir (Tablo 26).

**Tablo 26. Ankete Katılan Ziyaretçilerin İstanbul'da Ziyaret Ettiği veya Etmeyi Düşündüğü Müzeler**

Müzeler	Frekans	Yüzde (%)
İstanbul Arkeoloji Müzesi	45	39,1
İstanbul Modern Sanatlar Müzesi	22	19,1
Rahmi Koç Müzesi	19	16,5
Ayasofya Müzesi	83	72,2
Kariye Müzesi	8	7
Büyük Saray Mozaikleri Müzesi	17	14,8
Topkapı Sarayı Müzesi	90	78,3
Türk ve İslam Eserleri Müzesi	20	17,4
İslam, Bilim ve Teknoloji Tarihi Müzesi	13	11,3
Türebeler Müzesi	12	10,4
Diğer	10	8,7

### **Ankete Katılan Ziyaretçilerin Müzeyi Hangi Yolla Öğrendiği**

Anketteki bu soruda ziyaretçilerin birden fazla seçenek işaretlemesine izin verilmiştir. Ziyaretçilerin büyük bir bölümünün, müzelerden İnternet ya da e-posta yolu (%47) ile haberdar olduğu görülmektedir. Bunu durumu sırasıyla arkadaş veya akraba tavsiyesi (%36,5), kitap, broşür, ilan, katalog (%20), radyo, televizyon (%9,6) ve diğer (%10,4) seçenekleri izlemiştir (Tablo 27).

**Tablo 27. Ankete Katılan Ziyaretçilerin Müzeyi Hangi Yolla Öğrendiği**

Müzenin Hangi Yolla Öğrenildiği	Frekans	Yüzde (%)
Radyo, televizyon	11	9,6
Kitap, broşür, ilan, katalog,	23	20
Arkadaş veya akraba tavsiyesi	42	36,5
İnternet, e-posta	54	47
Diğer	12	10,4

### **Ankete Katılan Ziyaretçilerin Müzeleri Ziyaret Sıklıkları**

Tablo 28'e bakıldığında ziyaretçilerin müzeyi ziyaret etme sıklığının %26,1 ile oranı ile en çok yılda 1 kez olduğu görülmektedir. Bu oranı %21,7 ile yılda 2-3 kez ziyaret sıklığı izlemektedir. Bu oranlar müze ziyaretinin yıl içerisinde yapılan önemli bir etkinlik olduğunu göstermektedir. Diğer ziyaret etme sıklıkları ise şu şekildedir; 5 yıldan uzun aralıklarla (%17,4), 2 yılda 1 (%11,3), yılda 3'den fazla (%11,3) ve 3-5 yılda 1 (%9,6).

**Tablo 28. Ankete Katılan Ziyaretçilerin Müzeleri Ziyaret Sıklıkları**

Ziyaret Sıklığı	Frekans	Yüzde (%)
5 yıldan uzun aralıklarla	20	17,4
3-5 yılda 1	11	9,6
2 yılda 1	13	11,3
Yılda 1	30	26,1
Yılda 2-3	25	21,7
Yılda 3'den fazla	13	11,3
Toplam	112	97,4
<i>Geçersiz Kayıp</i>	3	2,6
Toplam	115	100

**Ankete Katılan Ziyaretçilerin Tercih Ettikleri Müze Türleri**

Anketteki bu soruda ziyaretçilerin birden fazla seçenek işaretlemesine izin verilmiştir. Ziyaretçilerden %56,5'i sanat müzelerini tercih ettiğini belirtmiştir. %53,9 ile saray müzeler ve %51,3 ile arkeoloji müzeleri diğer beğenilen müzeler arasındadır. Ancak saray müzeleri hariç diğer tercih edilen müze türlerinin oranlarına bakıldığında İstanbul'da en çok ziyaret edilen müzelerin türleri arasında bir tezatlık görülmektedir (Tablo 29).

**Tablo 29. Ankete Katılan Ziyaretçilerin Tercih Ettikleri Müze Türleri**

Müze Türü	Frekans	Yüzde (%)
Saray Müzeler	62	53,9
Arkeoloji Müzeleri	59	51,3
Etnografya Müzeleri	16	13,9
Askeri Müzeler	36	31,3
Sanat Müzeleri	65	56,5
Teknoloji Müzeleri	37	32,2
Sanayi Müzeleri	11	9,6
Diğer	0	0

**Ankete Katılan Ziyaretçilerin Tatilde Yaptıkları Faaliyetlere Verdikleri Önem Düzeyi**

Ziyaretçilerin tatilde yaptıkları faaliyetler ve bu faaliyetlerin tatilleri içinde ne kadar önemli olduğunu belirlemeye yönelik olarak hazırlanan ifadelerle verdikleri yanıtlardan, ziyaretçilerin tarihi yerleri gezmeye, doğa gezilerine katılmaya ve en çok denizde ve plajda eğlenmeye önem verdikleri görülmektedir.

Ziyaretçilerin büyük bir bölümünün saray ve müzeleri de içine alan tarihi yerleri gezme faaliyetine oldukça önem verdiklerini belirtmeleri göz önünde bulundurulması gereken bir

durumdur. Bu faaliyeti çok önemli bulanların oranı %53,9'iken, önemli bulanların oranı da %22,6'dır. Tarihi yerleri gezmeyi çok önemli ve önemli olmak üzere belirten ziyaretçilerin oranının toplamı, çok önemli kısmında önde olan denizde veya plajda eğlenmek bölümünün çok önemli (%54,8) ve önemli (%21,7) oranlarının toplamına eşittir. Bu durum ziyaretçilerin %80'e yakınının, tatilde de en çok önem verdikleri faaliyeti yaptıklarını göstermektedir. Doğa gezilerine katılmak da %40,9 oranıyla önem atfedilen faaliyet olarak ortaya çıkmaktadır.

Tatilde yapılan faaliyetlerden olan fuarları gezmeye ziyaretçilerin verdikleri önem düzeyi diğer ifadelerle göre oldukça düşüktür. Ziyaretçilerin %21,7'si bu faaliyeti çok önemli bulurken, %26,1'i önemli bulmuştur.

Festivallere katılmak ziyaretçilerin en az önem verdiği faaliyet olarak göze çarpmaktadır. Tatillerde yapılması muhtemel olan bu faaliyete ziyaretçilerin %25,2'i ne önemli ne önemsiz yanıtını verirken, %15,7'si önemli değil yanıtını vermişlerdir.

Tatilde sportif faaliyetlerde bulunmak (golf, avcılık, kayak vs.) ifadesine ziyaretçilerin verdiği önem de oldukça düşüktür. Bu faaliyete ziyaretçilerin %27,8'i çok önemli derken, %20'si ne önemli ne önemsiz demişlerdir. Faaliyetler arasında hiç önemli değil (%13,9) oranının en yüksek olduğu faaliyet de budur.

Tüm bu veriler birlikte değerlendirildiğinde ziyaretçilerin en çok önem verdiği faaliyet dışında başka faaliyetler gerçekleştirmek istediği anlaşılmaktadır. Özellikle tur şirketlerinin hazırlayacağı tatil paketlerinin (tur programları) birkaç faaliyet içerecek şekilde oluşturulması turizmin çeşitlendirilmesi ve aynı zamanda ziyaretçinin tatilden memnun kalması açısından önem arz etmektedir (Tablo 30 ).

**Tablo 30. Ankete Katılan Ziyaretçilerin Tatilde Yaptıkları Faaliyetlere Verdikleri Önem Düzeyi**

Tatilde Yaptıkları Faaliyet	Verilen Önem Düzeyi										Geçersiz
	Çok önemli		Önemli		Ne önemli ne önemsiz		Önemli değil		Hiç önemli değil		
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Kayıp
Denizde veya plajda eğlenmek	63	54,8	25	21,7	17	14,8	5	4,3	3	2,6	2
Fuarları gezmek	25	21,7	30	26,1	23	21,7	13	11,3	13	11,3	9

Festivallere katılmak	29	25,2	22	19,1	29	25,2	18	15,7	10	8,7	7
Tarihi yerleri (müzeler, saraylar vs) gezmek	62	53,9	26	22,6	18	15,7	5	4,3	3	2,6	1
Sportif faaliyetlerde (av, golf, kayak vs) bulunmak	32	27,8	22	19,1	23	20	10	8,7	16	13,9	12
Doğa gezisine (kamp, yayla vs) katılmak	47	40,9	29	25,2	20	17,4	13	11,3	5	4,3	1

### **Ankete Katılan Ziyaretçilerin Müzeleri Ziyaret Etme Nedenleri**

Ziyaretçilerin müzeleri ziyaret etme nedenlerine bakıldığında, “yeni bilgiler edinmek için müzelere giderim” ifadesi nedenlerin başında gelmektedir. Ziyaretçilerin %43,5’i bu ifadeye kesinlikle katılıyorum derken, %37,4’ü katılıyorum demişlerdir. Bu durum günümüzde farklı şekillerde kullanılan müzelerin, temel özelliklerinden olan bilgi vermenin önemini korumaya devam ettiğini göstermektedir.

Ankete katılanların “farklı kültür ve geçmiş yaşamlar hakkında bilgi sahibi olmak için müzelere giderim” ifadesine katılım oranı da oldukça yüksektir. Ziyaretçilerin %40’ı bu ifadeye kesinlikle katılıyorum derken, %38,3’ü katılıyorum demişlerdir. Bu durum da yine müzelerin bilgi vermek işlevinin önemini koruduğunu göstermektedir.

Ankete katılanların “gittiğim yabancı ülkelerdeki müzeleri ziyaret ederim” ifadesi katılım derecesi %38,3 ile en yüksek kesinlikle katılım düzeyine ulaşan ifadelerdendir. Ziyaretçilerin %27,8’i de bu ifadeye katılıyorum demişlerdir. Bu veriler doğrultusunda yabancı ülkelerdeki müzelerin, turistler açısından çekicilik oluşturduğu düşünülebilir. Ankete katılan ziyaretçilerin “yaşadığım yerin yakınındaki müzeleri ziyaret ederim” ifadesine katılım derecesi de %28,7 ile yüksek bir katılım düzeyine ulaşan ifadelerdendir. Bu iki ifade birlikte ele alındığında bir turistin yaşadığı yerin yakınındaki müzeleri ziyaret etmeye göre gittiği başka ülkelerdeki müzeleri ziyaret etmeye daha fazla önem verdiği söylenebilir.

“Farklı bir zaman ve yerde yaşamayı hayal etmemi sağladığı için müzelere giderim” ifadesi %27,8 ile kesinlikle katılım oranı yüksek olan ifadelerden biridir. Ziyaretçilerin %37,4’ü de bu ifadeye katılıyorum demişlerdir.

Ankete katılan ziyaretçilerin “boş zamanlarımı değerlendirmek için müzelere giderim” ifadesi orta düzeyde katılım içeren ifadelerdendir. Ziyaretçilerin %28,7’si katılıyorum ifadesini

işaretlemişlerdir. Bu durum müze ziyaretinin boş zaman faaliyeti şeklinde değerlendirilebildiğini göstermektedir.

Ankete katılan ziyaretçilerin “özel sergi/konferans/etkinlik olduğunda müzelere giderim” ifadesine katılım derecesi %19,1 ile ortalama düzeyde bir kesinlikle katılımı ifade etmektedir. Ziyaretçilerin %25,2’si de bu ifadeye katılıyorum demişlerdir. Bu veriden müzelerde gerçekleştirilebilecek özel sergi/konferans/etkinliklerin müzelere ziyaretçi çekmede etkili bir yöntem olabileceği çıkarılabilir.

Ankete katılan ziyaretçilerin “tur programı içerisinde yer aldığı müzelere giderim” ifadesine kesinlikle katılım oranı %17,4’tür. Bu durum ziyaretçilerin çoğunluğunun bireysel olarak müzeye gelmesinden kaynaklanabilir.

Ankete katılan ziyaretçilerin “müzeleri ziyaret etmektense web sayfalarını ziyaret ederim” ifadesine kesinlikle katılım derecesi %17,4’tür. Bu durum müze web sayfalarının ziyaretçilere müze ziyareti deneyimi sağlayamadığı şeklinde değerlendirilebilir.

“Arkadaş veya yakınlarımı gezdirmek için müzelere giderim” ifadesi de %15,7 kesinlikle katılım düzeyini ifade etmektedir. Ziyaretçilerin %33,9’u bu ifadede katılıyorum ve %18,3’ü kararsızım seçeneğini işaretlemişlerdir.

“Ziyaret sırasında gerçeklerden kaçmak için müzeleri ziyaret ederim” ve “insan kalabalığından uzaklaşmak için müzeleri ziyaret ederim” ifadeleri %13,3 kesinlikle katılıyorum düzeyindedir.

Ankete katılan ziyaretçilerin “müzenin kafeteryasını/restoranını kullanmak için müzelere giderim” sorusu %12,2 kesinlikle katılıyorum ifadesi ile en düşük düzeyde katılım içeren ifadelerdendir.

“İnsanlarla sosyal etkileşimde bulunmak için müzeleri ziyaret ederim sorusu ziyaretçilerin en düşük düzeyde kesinlikle katıldığı (% 7,8) sorudur (Tablo 31).

**Tablo 31. Ankete Katılan Ziyaretçilerin Müzeleri Ziyaret Etme Nedenleri**

Neden	Katılım Düzeyi										Geçersiz Kayıp
	Kesinlikle katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle katılıyorum		
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
Yeni bilgi ve deneyimler edinmek için müzeleri ziyaret ederim	7	6,1	2	1,7	9	7,8	43	37,4	50	43,5	4
Farklı kültür ve geçmiş yaşamlar hakkında bilgi sahibi olmak için müzelere giderim	4	3,5	3	2,6	15	13	44	38,3	46	40	3
Farklı bir zaman ve yerde yaşamayı hayal etmemi sağladığı için müzelere giderim	6	5,2	13	11,3	16	13,9	43	37,4	32	27,8	5
Ziyaret sırasında gerçeklerden kaçmak için müzeleri ziyaret ederim	21	18,3	24	20,9	23	20	24	20,9	16	13,9	7
İnsan kalabalığından uzaklaşmak için müzeleri ziyaret ederim	23	20	25	21,7	31	27	16	13,9	16	13,9	4
İnsanlarla sosyal etkileşimde bulunmak için müzeleri ziyaret ederim	19	16,5	29	25,2	31	27	23	20	9	7,8	4
Tur programları içerisinde yer aldığında müzeleri ziyaret ederim	15	13	25	21,7	27	23,5	23	20	20	17,4	5
Müzelerin kafeteryasını/restoranını kullanmak için müzeleri ziyaret ederim	36	31,3	29	25,2	14	12,2	17	14,8	14	12,2	5
Boş zamanımı değerlendirmek için müzeleri ziyaret ederim	17	14,8	14	12,2	24	20,9	33	28,7	23	20	4
Arkadaşlarımı veya yakınlarımı gezdirmek için müzeleri ziyaret ederim	15	13	17	14,8	21	18,3	39	33,9	18	15,7	5
Özel sergi/konferans/sanatsal etkinlikler için müzeleri ziyaret ederim	10	8,7	16	13,9	30	26,1	29	25,2	22	19,1	8
Gittiğim yabancı ülkelerdeki müzeleri ziyaret ederim	8	7	13	11,3	13	11,3	32	27,8	44	38,3	5
Yaşadığım yerin yakınındaki müzeleri ziyaret ederim	11	9,6	11	9,6	18	15,7	36	31,3	33	28,7	6
Müzeleri ziyaret etmektense müzelerin web sayfalarını ziyaret ederim	28	24,3	20	17,4	21	18,3	21	18,3	20	17,4	5



### **Ankete Katılan Ziyaretçilerin İstanbul'daki Müze Ziyaretlerine İlişkin İzlenimleri**

Ziyaretçiler müze giriş ücretini büyük oranda uygun bulmaktadır. Ankete katılanların müzedeki rehberlik hizmeti kesinlikle yeterlidir ve yeterlidir ifadelerini yüksek oranda işaretledikleri görülmektedir. Ziyaretçilerin %33,9'u ifadeye yeterli derken, %18,3'ü kararsızım seçeneğini işaretlemişlerdir. Bu durum bazı müze ziyaretçilerinin müzeyi gezerken ve eserleri incelerken kendi başlarına hareket etmek istedikleri, bazı ziyaretçilerin ise bilgi alabilecekleri bir rehberin müzede olmasını istedikleri şeklinde yorumlanabilir.

Ankete katılan ziyaretçilerin İstanbul'daki müzelerin iç ve dış görünüm özellikleri yeterlidir ve kesinlikle yeterlidir ifadesine katılım düzeyi yüksektir. Ziyaretçilerin %38,3'ü bu ifadeye kesinlikle yeterlidir derken, %27'si de yeterlidir seçeneğini işaretlemişlerdir. Genellikle eserlerin sergilendiği alan tarihi bir özellik taşıdığı müze haline getirilebilmektedir. Bu tür müzeler ziyaretçinin ilgisini daha fazla çekebilmektedir.

Ankete katılan ziyaretçilerin İstanbul'daki müzelerde düzenlenen kültür ve sanat etkinlikleri yeterlidir ve kesinlikle yeterlidir ifadelerine katılım oranı yüksektir. Ziyaretçilerin %19,1'i bu ifadeye kesinlikle katılıyorum ve %29,6'sı katılıyorum demişlerdir.

Ankete katılan ziyaretçilerin İstanbul'daki müzelerde sergilenen eserler ve İstanbul'daki müzelerdeki tarihi sergi unsurları kesinlikle yeterlidir ve yeterlidir ifadelerine katılım düzeyi oldukça yüksektir. Birçok konuda ve yerde müze açılabilir ancak, müzeyi ilgi çekici hale getiren müzede sergilenen eserlerdir. Bu durum her zaman göz önünde bulundurulmalıdır.

Ankete katılan ziyaretçilerin İstanbul'daki müzelerin fiziksel tesislerin özellikleri (kafe/restoran/park yerleri) yüksek oranda yeterlidir (%32,2) ve kesinlikle yeterlidir (%20,9) katılımı içeren ifadelerdendir. Aynı zaman bu ifade en yüksek oranda kesinlikle yetersiz (%9,6) yanıtı verilen ifadedir. Bu yüzden bu konunun üzerinde düşünülmelidir.

İstanbul'daki müzelere ulaşım ifadesine ankete katılanların %21,7'si kesinlikle yeterli ve %42,6'sı yeterli bulmuştur.

İstanbul'daki müzelerde ziyaretçiyi karşılama ifadesine ankete katılanların %20,9'u yetersiz, %24,3'ü kararsızım yanıtlarını vermiştir. Ziyaretçilerin %18,3'ü ise kesinlikle

yeterlidir yanıtını vermiştir. Bu durum ziyaretçi karşılamanın üzerinde durulması gereken bir konu olduğunu göstermektedir.

İstanbul'daki müzelerdeki ücretsiz harita ve bilgilendirme broşürleri ve İstanbul'daki müzelerde işaret ve yönlendirme levhaları ifadelerine ziyaretçilerin büyük bölümü paralel olarak kesinlikle yeterlidir ve yeterlidir yanıtlarını vermiştir. Bu sorulara kararsızım ve yetersiz ifadelerini işaretleyerek katılanların oranı da az değildir. Bu durum müzelerdeki ücretsiz harita ve bilgilendirme broşürleri, işaret ve yönlendirme levhalarına biraz daha ağırlık verilmesi gerektiğini göstermektedir.

İstanbul'daki müzelerdeki bilgi ve teknoloji sistemleri ve İstanbul'daki müzelerdeki teknolojinin etkili kullanımı ifadelerine de ziyaretçilerin büyük bölümü paralel olarak kesinlikle yeterlidir ve yeterlidir yanıtlarını vermiştir. Bu sorulara da kararsızım ve yetersiz ifadelerini işaretleyerek katılanların oranı da az değildir. Bu durum müzelerdeki bilgi ve teknoloji sistemleri ve bu sistemlerin etkili kullanılması üzerinde durulması gerektiğini göstermektedir.

İstanbul'daki müzelerde aydınlatma ifadesine ziyaretçiler büyük oranda kesinlikle yeterlidir (%33) ve yeterlidir (%29,6) yanıtını vermiştir (Tablo 32).

**Tablo 32. Ankete Katılan Ziyaretçilerin İstanbul'daki Müze Ziyaretlerine İlişkin İzlenimleri**

İzlenim	Katılım Düzeyi										Geçersiz
	Kesinlikle yetersiz		Yetersiz		Kararsızım		Yeterli		Kesinlikle yeterli		
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
İstanbul'daki müzelere ulaşım	6	5,2	19	16,5	12	10,4	49	42,6	25	21,7	4
İstanbul'daki müzelerde ziyaretçiyi karşılama	7	6,1	24	20,9	28	24,3	28	24,3	21	18,3	7
İstanbul'daki müzelerdeki ücretsiz harita ve bilgilendirme broşürleri	8	7	20	17,4	28	24,3	34	29,6	20	17,4	5
İstanbul'daki müzelerdeki bilgi ve teknoloji sistemleri	9	7,8	22	19,1	29	25,2	29	25,2	21	18,3	5
İstanbul'daki müzelerdeki teknolojinin etkili kullanımı	7	6,1	22	19,1	28	24,3	36	31,3	13	11,3	7
İstanbul'daki müzelerdeki rehberlik hizmetleri	7	6,1	18	15,7	21	18,3	39	33,9	26	22,6	4
İstanbul'daki müzelerde işaret ve yönlendirme levhaları	5	4,3	15	13,9	23	20	39	33,9	28	24,3	5

İstanbul'daki müzelerde sergilenen eserler	3	2,6	5	4,3	21	18,3	44	38,3	36	31,3	6
İstanbul'daki müzelerde aydınlatma	2	1,7	15	13	20	17,4	34	29,6	38	33	6
İstanbul'daki müzelerin iç ve dış görünüm özellikleri	3	2,6	7	6,1	25	21,7	31	27	44	38,3	5
İstanbul'daki müzelerdeki tarihi sergi unsurları	2	1,7	11	9,6	16	13,9	44	38,3	35	30,4	7
İstanbul'daki müzelerde düzenlenen kültür ve sanat etkinlikleri	1	0,9	21	18,3	31	27	34	29,6	22	19,1	6
İstanbul'daki müzelerin fiziksel tesislerin özellikleri (kafe/restoran/park yerleri)	11	9,6	17	14,8	21	13,8	37	32,2	24	20,9	5
İstanbul'daki müzelerin giriş ücretleri	8	7	11	9,6	35	30,4	34	29,6	22	19,1	5

### **Ankete Katılan Ziyaretçilerin İstanbul'daki Müze Ziyaretlerine İlişkin Memnuniyet Düzeyi**

Ziyaretçilerin İstanbul'daki müze ziyaretlerine ilişkin memnuniyet düzeyi oldukça yüksektir. Ziyaretçilerin büyük bölümü “İstanbul'daki müzelere yaptığı ziyaretten memnun olduğunu” (%87,8); “İstanbul'daki müzeleri ziyaret etmenin değerli bir deneyim olduğunu” (%84,3); “Gelecek yıl içinde bu müzeyi tekrar ziyaret etmek istediğini” (%50,5); “İstanbul'daki müzeleri arkadaşlara/akrabalarına tavsiye edeceğini” (%81,8) belirtmektedir.

Ankete katılan ziyaretçilerin en yüksek oranda kesinlikle katıldığı ifade “bu şehirdeki müzeleri arkadaşlara/akrabalarına tavsiye edeceğim” ifadesidir. Ziyaretçilerin %54,8'i kesinlikle katılıyorum ve %27'si katılıyorum ifadelerini işaretlemişlerdir. Ankete katılan ziyaretçilere “bu müzeden nasıl haberdar oldunuz” ifadesi yöneltildiğinde en yüksek oranda alınan yanıtlardan biri önceden belirtildiği üzere akraba ve arkadaş tavsiyesi ifadesi olmuştur. Bu iki durum arasındaki paralellik oldukça açıktır.

“Bu şehirdeki müzelere yaptığım ziyaretten memnun oldum” ifadesine ziyaretçiler %45,2 kesinlikle katılıyorum ve %42,6 katılıyorum yanıtını vermişlerdir. Bu durum ziyaretçilerin İstanbul'daki müze ziyaretine ilişkin izlenimleri tablosundaki verilerle de paralellik göstermektedir.

“Gelecek yıl içinde bu müzeyi tekrar ziyaret edeceğim” ifadesine ziyaretçiler diğer ifadeler kadar olmasa da yüksek oranda kesinlikle katılıyorum (%27) ve katılıyorum (%23,5)

yanıtlarını vermişlerdir. Ziyaretçiler en yüksek oranda kesinlikle katılmıyorum (%6,1), katılmıyorum (%14,8) ve kararsızım (%24,3) ifadelerini de bu soruda işaretlemişlerdir. Bu duruma insanların gördükleri yeri tekrar gidip görmektense yeni yerleri görme isteğinin öne çıkmasının etkili olduğu düşünülebilir.

“Bu şehirdeki müzeleri ziyaret etmek değerli bir deneyim oldu” ifadesi de %45,2 kesinlikle katılıyorum ve %39,1 katılıyorum oranları ile en yüksek oranda katılım alan ifadelerden biridir. Bu durum ziyaretçilerin İstanbul’daki müze ziyaretine ilişkin izlenimleri tablosundaki verilerle de paralellik göstermektedir (Tablo 33).

**Tablo 33. Ankete Katılan Ziyaretçilerin İstanbul’daki Müze Ziyaretlerine İlişkin Memnuniyet Düzeyi**

İfadeler	Katılım Düzeyi										Geçersiz	
	Kesinlikle katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle katılıyorum			Kayıp
	f	%	F	%	f	%	f	%	f	%		
Bu şehirdeki müzelere yaptığım ziyaretten memnun oldum	2	1,7	2	1,7	4	3,5	49	42,6	52	45,2	5	
Bu şehirdeki müzeleri ziyaret etmek değerli bir deneyim oldu	1	0,9	2	1,7	10	8,7	45	39,1	52	45,2	5	
Gelecek yıl içinde bu müzeyi tekrar ziyaret edeceğim	7	6,1	17	14,8	28	24,3	27	23,5	31	27	5	
Bu şehirdeki müzeleri arkadaşlara/akrabalarına tavsiye edeceğim	1	0,9	4	3,5	11	9,6	31	27	63	54,8	5	

### **Ankete Katılan Ziyaretçilerin Yaş Grupları İle Tercih Ettikleri Müze Türleri Arasındaki İlişki**

Tablo 34’te görülebileceği üzere neredeyse her müze türü her yaş grubu tarafından tercih edilmektedir. Saray müzeler, teknoloji müzeleri, askeri müzeler, arkeoloji müzeleri ve özellikle de sanat müzeleri genç yaştaki ziyaretçiler tarafından daha çok tercih edilmektedir. Yaş grubu büyüdükçe etnografya müzeleri, sanayi müzeleri ve askeri müzeler türlerine katılımın da arttığı söylenebilir.

**Tablo 34. Ankete Katılan Ziyaretçilerin Yaş Grupları İle Tercih Ettikleri Müze Türleri Arasındaki İlişki**

Müze Türleri	Yaş Grupları	Frekans	Yüzde (%)
Saray Müzeler	20'den küçük	16	26,7
	21-30 arası	28	46,7
	31-40 arası	9	15
	41-50 arası	6	10
	50'den büyük	1	1,7
Arkeoloji Müzeleri	20'den küçük	18	31
	21-30 arası	23	39,7
	31-40 arası	9	15,5
	41-50 arası	5	8,6
	50'den büyük	3	5,2
Etnografya Müzeleri	20'den küçük	6	40
	21-30 arası	4	26,7
	31-40 arası	3	20
	41-50 arası	0	0
	50'den büyük	2	13,3
Askeri Müzeler	20'den küçük	13	33,5
	21-30 arası	17	47,2
	31-40 arası	3	8,3
	41-50 arası	3	8,3
	50'den büyük	1	2,8
Sanat Müzeleri	20'den küçük	19	30,2
	21-30 arası	30	47,6
	31-40 arası	5	7,9
	41-50 arası	7	11,1
	50'den büyük	2	3,2
Teknoloji Müzeleri	20'den küçük	14	37,8
	21-30 arası	15	40,5
	31-40 arası	4	10,8
	41-50 arası	4	10,8
	50'den büyük	0	0
Sanayi Müzeleri	20'den küçük	2	18,2
	21-30 arası	5	45,5
	31-40 arası	2	18,2
	41-50 arası	1	9,1
	50'den büyük	1	9,1
Diğer	20'den küçük	31	27,7
	21-30 arası	55	49,1
	31-40 arası	12	10,7
	41-50 arası	9	8

	50'den büyük	5	4,5
--	--------------	---	-----

### Ankete Katılan Ziyaretçilerin Yaş Grupları İle Ziyaret Ettikleri Müzeler Arasındaki İlişki

Daha önce saray müzeler, teknoloji müzeleri, askeri müzeler, arkeoloji müzeleri ve özellikle de sanat müzeleri genç yaştaki ziyaretçiler tarafından daha çok tercih edilmektedir; yaş grubu büyüdükçe etnografya müzeleri, sanayi müzeleri ve askeri müzeler türlerine katılımın da arttığı söylenebilir diye belirtilmişti. Ziyaretçilerin yaş grupları ile ziyaret ettikleri müzeler arasındaki ilişkinin; ziyaretçilerin yaş gruplarına göre tercih ettikleri müze türleri ile uyumlu olduğu görülmektedir. Diğer ifadesinde belirtilen müzeler de aynı uyumu göstermektedir (Tablo 35).

**Tablo 35. Ankete Katılan Ziyaretçilerin Yaş Grupları İle Ziyaret Ettikleri Müzeler Arasındaki İlişki**

Müzeler	Yaş Grupları	Frekans	Yüzde (%)
İstanbul Arkeoloji Müzesi	20'den küçük	15	34,9
	21-30 arası	20	46,5
	31-40 arası	4	9,3
	41-50 arası	3	7
	50'den büyük	1	2,3
İstanbul Modern Sanatlar Müzesi	20'den küçük	9	42,9
	21-30 arası	7	33,3
	31-40 arası	1	4,8
	41-50 arası	4	19
	50'den büyük	0	0
Rahmi Koç Müzesi	20'den küçük	8	42,1
	21-30 arası	8	42,1
	31-40 arası	1	5,3
	41-50 arası	2	10,5
	50'den büyük	0	0
Ayasofya Müzesi	20'den küçük	25	28,7
	21-30 arası	39	44,8
	31-40 arası	10	11,5
	41-50 arası	8	9,2
	50'den büyük	5	5,7
Kariye Müzesi	20'den küçük	3	37,5
	21-30 arası	3	37,5
	31-40 arası	1	12,5
	41-50 arası	1	12,5

	50'den büyük	0	0
Büyük Saray Mozaikleri Müzesi	20'den küçük	7	43,8
	21-30 arası	6	37,5
	31-40 arası	1	6,3
	41-50 arası	2	12,5
	50'den büyük	0	0
Topkapı Sarayı Müzesi	20'den küçük	24	29,6
	21-30 arası	37	45,7
	31-40 arası	9	11,1
	41-50 arası	7	8,6
	50'den büyük	4	4,9
Türk ve İslam Eserleri Müzesi	20'den küçük	4	21,1
	21-30 arası	12	63,2
	31-40 arası	1	5,3
	41-50 arası	2	10,5
	50'den büyük	0	0
İslam, Bilim ve Teknoloji Tarihi Müzesi	20'den küçük	7	53,8
	21-30 arası	5	38,5
	31-40 arası	0	0
	41-50 arası	1	7,7
	50'den büyük	0	0
Türbeler Müzesi	20'den küçük	8	66,7
	21-30 arası	3	25
	31-40 arası	0	0
	41-50 arası	1	8,3
	50'den büyük	0	0
Diğer	20'den küçük	31	27,7
	21-30 arası	55	49,1
	31-40 arası	12	10,7
	41-50 arası	9	8
	50'den büyük	5	4,5

### **Ankete Katılan Ziyaretçilerin Yaş Grupları İle Tarihi Yerleri (Müzeler, Saraylar vs) Gezmeyi Tercih Etmeleri Arasındaki İlişki**

Ankete katılan ziyaretçilerin yaş grupları ile tarihi yerleri (müzeler, saraylar vs) gezmeyi tercih etmeleri arasındaki ilişkiye bakıldığında; tarihi yerleri ziyaret etmenin her yaş grubu için önemli olduğu görülmektedir (Tablo 36).

**Tablo 36. Ankete Katılan Ziyaretçilerin Yaş Grupları İle Tarihi Yerleri (Müzeler, Saraylar vs) Gezmeyi Tercih Etmeleri Arasındaki İlişki**

Tarihi Yerleri (müzeler, saraylar vs) Gezme	Yaş Grupları	Frekans	Yüzde (%)
Hiç önemli değil	20'den küçük	0	0
	21-30 arası	3	100
	31-40 arası	0	0
	41-50 arası	0	0
	50'den büyük	0	0
Önemli değil	20'den küçük	2	40
	21-30 arası	3	60
	31-40 arası	0	0
	41-50 arası	0	0
	50'den büyük	0	0
Ne önemli ne önemsiz	20'den küçük	4	22,2
	21-30 arası	9	50
	31-40 arası	3	16,7
	41-50 arası	1	5,6
	50'den büyük	1	5,6
Önemli	20'den küçük	8	32
	21-30 arası	12	48
	31-40 arası	3	12
	41-50 arası	2	8
	50'den büyük	0	0
Çok önemli	20'den küçük	17	28,3
	21-30 arası	27	45
	31-40 arası	6	10
	41-50 arası	6	10
	50'den büyük	4	6,7

**Ankete Katılan Ziyaretçilerin Yaş Grupları ile Müze Ziyaretine İlişkin Memnuniyet Düzeyleri Arasındaki İlişki**

Ankete katılan ziyaretçilerin yaş grupları ile müze ziyaretine ilişkin memnuniyet düzeyleri arasındaki ilişkiye bakıldığında bu ifadeye her yaş grubunun yüksek düzeyde memnun olarak katıldığı görülmektedir (Tablo 37).

**Tablo 37. Ankete Katılan Ziyaretçilerin Yaş Grupları İle Müze Ziyaretine İlişkin Memnuniyet Düzeyleri Arasındaki İlişki**

Memnuniyet Düzeyi	Yaş Grubu	Frekans	Yüzde (%)
Kesinlikle katılmıyorum	20'den küçük	1	50
	21-30 arası	1	50



	31-40 arası	0	0
	41-50 arası	0	0
	50'den büyük	0	0
Katılmıyorum	20'den küçük	2	100
	21-30 arası	0	0
	31-40 arası	0	0
	41-50 arası	0	0
	50'den büyük	0	0
Kararsızım	20'den küçük	0	0
	21-30 arası	4	100
	31-40 arası	0	0
	41-50 arası	0	0
	50'den büyük	0	0
Katılıyorum	20'den küçük	11	22,9
	21-30 arası	24	50
	31-40 arası	6	12,5
	41-50 arası	3	6,3
	50'den büyük	4	8,3
Kesinlikle katılıyorum	20'den küçük	16	31,4
	21-30 arası	23	45,1
	31-40 arası	6	11,8
	41-50 arası	5	9,8
	50'den büyük	1	2

### Ankete Katılan Ziyaretçilerin Cinsiyeti İle Tercih Ettikleri Müze Türleri Arasındaki İlişki

Tablo 38'e bakıldığında askeri müzeler, sanayi müzeleri ve teknoloji müzeleri türleri dışında cinsiyetlerin müze türü tercihinde büyük farklılıklar görülmemektedir. Sayılan bu müze türlerini daha çok erkeklerin tercih ettiği görülmektedir. Genel olarak müze türü tercihinde cinsiyetin yüksek oranda belirleyici olmadığı söylenebilir.

### Tablo 38. Ankete Katılan Ziyaretçilerin Cinsiyeti İle Tercih Ettikleri Müze Türleri Arasındaki İlişki

Müze Türleri	Cinsiyet	Frekans	Yüzde (%)
Saray Müzeler	Erkek	31	50
	Kadın	31	50
Arkeoloji Müzeleri	Erkek	35	59,3
	Kadın	24	40,7
Etnografya Müzeleri	Erkek	8	50
	Kadın	8	50

Askeri Müzeler	Erkek	26	72,2
	Kadın	10	27,8
Sanat Müzeleri	Erkek	26	40
	Kadın	39	60
Teknoloji Müzeleri	Erkek	23	62,2
	Kadın	14	37,8
Sanayi Müzeleri	Erkek	7	63,6
	Kadın	4	36,4
Diğer	Erkek	57	49,6
	Kadın	58	50,4

### **Ankete Katılan Ziyaretçilerin Eğitim Düzeyi İle Tercih Ettikleri Müze Türleri Arasındaki İlişki**

Tablo 39’da her eğitim düzeyinden ziyaretçinin, müze türlerinin büyük bir bölümünü tercih ettiği görülmektedir. Lise ya da altı ve lisansüstü eğitim düzeyindeki ziyaretçilerin her müze türünü tercih ettiği görülmektedir. En az müze türü tercihi bulunan önlisans eğitim düzeyindeki ziyaretçilerdir.

Tüm eğitim düzeyleri tarafından en az tercih edilen müze türleri etnografya ve sanayi müzeleridir. Tüm eğitim düzeyleri tarafından en çok tercih edilen müze türleri ise diğer verilerde de sıkça karşılaşılan saray müzeler, arkeoloji müzeleri ve sanat müzeleridir.

### **Tablo 39. Ankete Katılan Ziyaretçilerin Eğitim Düzeyi İle Tercih Ettikleri Müze Türleri Arasındaki İlişki**

<b>Müze Türleri</b>	<b>Eğitim Düzeyi</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde (%)</b>
Saray Müzeler	Lise ya da altı	15	24,2
	Önlisans	2	3,2
	Lisans	15	24,2
	Lisansüstü	22	35,5
	Diğer	8	12,9
Arkeoloji Müzeleri	Lise ya da altı	21	36,2
	Önlisans	4	6,9
	Lisans	12	20,7
	Lisansüstü	19	32,8
	Diğer	2	3,4
Etnografya Müzeleri	Lise ya da altı	6	37,5
	Önlisans	1	6,3
	Lisans	1	6,3
	Lisansüstü	7	43,8

	Diğer	1	6,3
Askeri Müzeler	Lise ya da altı	16	45,7
	Önlisans	2	5,7
	Lisans	7	20
	Lisansüstü	10	28,6
	Diğer	0	0
Sanat Müzeleri	Lise ya da altı	21	33,3
	Önlisans	3	4,8
	Lisans	7	11,1
	Lisansüstü	24	38,1
	Diğer	8	12,7
Teknoloji Müzeleri	Lise ya da altı	17	48,6
	Önlisans	2	5,7
	Lisans	5	14,3
	Lisansüstü	10	28,6
	Diğer	1	2,9
Sanayi Müzeleri	Lise ya da altı	2	18,2
	Önlisans	0	0
	Lisans	0	0
	Lisansüstü	8	72,7
	Diğer	1	9,1
Diğer	Lise ya da altı	35	31,3
	Önlisans	5	4,5
	Lisans	18	16,1
	Lisansüstü	43	38,4
	Diğer	11	9,8

### **Ankete Katılan Ziyaretçilerin Eğitim Düzeyi İle Tarihi Yerleri (Müzeler, Saraylar vs) Gezmeyi Tercih Etmeleri Arasındaki İlişki**

Ziyaretçilerin eğitim düzeyi ile tarihi yerleri (müzeler, saraylar vs) gezmeyi tercih etmeleri arasındaki ilişkiye bakıldığında her eğitim düzeyinden ziyaretçinin büyük oranda çok önemli ifadesini işaretlediği görülmektedir. Bununla birlikte, tarihi yerleri (müzeler, saraylar vs) gezmenin daha çok lisansüstü eğitim düzeyine sahip ziyaretçiler tarafından tercih edildiği görülmektedir. Bu durumun tarihi yerleri (müzeler, saraylar vs) gezmenin eğitim düzeyinin yükselmesiyle paralel olduğunu gösterdiğini belirtmek mümkündür. Bu tabloda da en az ziyaretçinin önlisans eğitim düzeyindeki ziyaretçiler olduğu görülmektedir (Tablo 40).

**Tablo 40. Ankete Katılan Ziyaretçilerin Eğitim Düzeyi İle Tarihi Yerleri Müzeler, Saraylar vs) Gezmeyi Tercih Etmeleri Arasındaki İlişki**

Tarihi Yerleri (müzeler, saraylar vs) Gezme	Eğitim Düzeyi	Frekans	Yüzde (%)
Hiç önemli değil	Lise ya da altı	1	33,3
	Önlisans	1	33,3
	Lisans	0	0
	Lisansüstü	1	33,3
	Diğer	0	0
Önemli değil	Lise ya da altı	2	40
	Önlisans	0	0
	Lisans	0	0
	Lisansüstü	3	60
	Diğer	0	0
Ne önemli ne önemsiz	Lise ya da altı	6	35,3
	Önlisans	1	5,9
	Lisans	2	11,8
	Lisansüstü	4	23,5
	Diğer	4	23,5
Önemli	Lise ya da altı	12	46,2
	Önlisans	0	0
	Lisans	3	11,5
	Lisansüstü	10	38,5
	Diğer	1	3,8
Çok önemli	Lise ya da altı	14	23,3
	Önlisans	3	5
	Lisans	13	21,7
	Lisansüstü	24	40
	Diğer	6	10

**Ankete Katılan Ziyaretçilerin Müzeye Geliş Şekli İle Tercih Ettikleri Müze Türü Arasındaki İlişki**

Tablo 41’de ziyaretçilerin müzeye geliş şekli ile tercih edilen müze türü arasındaki ilişkiye bakıldığında; tur organizasyonlarıyla müzeye geliş şeklinin, bireysel olarak müzeye geliş şekline oranla oldukça düşük olduğu görülmektedir. Bunda tur organizasyonlarının izlediği planlamaların etkili olduğu düşünülebilir. Bu planlamalarda müze ziyaretlerine az yer ayrılmasının yanlış olduğunu söylemek mümkündür. Çünkü bireysel olarak müze ziyaretlerinde bulunan ziyaretçi sayısının yüksek olması, müze ziyaretlerine yoğun bir talep olduğunu ve tur organizasyonlarının bu durumu göz ardı ettiğini göstermektedir. Tur organizasyonlarıyla müzeleri ziyaret eden ziyaretçilere bakıldığında en çok işaretlenen müze

türlerinin saray müzeler, arkeoloji müzeleri ve sanat müzeleri olduğu görülmektedir. Bu yönlendirmenin yetersiz geldiğini söylemek mümkündür. Bireysel olarak müze ziyaretinde bulunan ziyaretçilere bakıldığında daha fazla müze türü tercihinde buldukları görülmektedir.

**Tablo 41. Ankete Katılan Ziyaretçilerin Müzeye Geliş Şekli İle Tercih Ettikleri Müze Türü Arasındaki İlişki**

Müze Türü	Geliş Şekli	Frekans	Yüzde (%)
Saray Müzeler	Tur organizasyonu ile	18	29,5
	Bireysel olarak	43	70,5
Arkeoloji Müzeleri	Tur organizasyonu ile	15	26,8
	Bireysel olarak	41	73,2
Etnografya Müzeleri	Tur organizasyonu ile	5	31,3
	Bireysel olarak	11	68,8
Askeri Müzeler	Tur organizasyonu ile	9	27,3
	Bireysel olarak	24	72,7
Sanat Müzeleri	Tur organizasyonu ile	13	20,3
	Bireysel olarak	51	79,7
Teknoloji Müzeleri	Tur organizasyonu ile	9	25,7
	Bireysel olarak	26	74,3
Sanayi Müzeleri	Tur organizasyonu ile	2	18,2
	Bireysel olarak	9	81,8
Diğer	Tur organizasyonu ile	30	27
	Bireysel olarak	81	73

#### **Ankete Katılan Yabancı Ziyaretçilerin Müzeye Geliş Şekli**

Tablo 42’de görüldüğü üzere müzeye gelen yabancı ziyaretçilerin %27,4’ü tur organizasyonu ile birlikte gelirken, %71,2’si bireysel şekilde gelmiştir. Bu durumda yabancı ziyaretçilerin İstanbul’a/Türkiye’ye geliş şekli ile müzeye geliş şeklinin doğru orantılı olduğunu anlaşılmaktadır.

**Tablo 42. Ankete Katılan Yabancı Ziyaretçilerin Müzeye Geliş Şekli**

Geliş Şekli	Frekans	Yüzde (%)
Tur organizasyonu ile birlikte	20	27,4
Bireysel olarak	52	71,2
Toplam	72	98,6
Geçersiz Kayıp	1	1,4
Toplam	73	100,0

### **Ankete Katılan Yabancı Ziyaretçilerin İstanbul'da Ziyaret Ettiği veya Etmeyi Düşündüğü Müzeler**

Anketteki bu soruda ziyaretçilerin birden fazla seçenek işaretlemesine izin verilmiştir. Yabancı ziyaretçilerin büyük bölümünün İstanbul Tarihi Yarımadası'nda bulunan Topkapı Sarayı Müzesi'ne (%64,4) ve Ayasofya Müzesi'ne (%69,9) ziyaret gerçekleştirdiği anlaşılmaktadır. Bu iki müzeyi yine İstanbul Tarihi Yarımadası'nda bulunan İstanbul Arkeoloji Müzesi (%28,8) izlemektedir. Bu bilgiler, İstanbul'da 2018'de Kültür ve Turizm Bakanlığına Bağlı Müze Ziyaretçi Sayıları ile de örtüşmektedir. İstanbul'da ziyaret edilen diğer müzeler olarak ise Dolmabahçe Sarayı Müzesi ve Yerebatan Sarnıcı Müzesi belirtilmiştir (Tablo 43).

**Tablo 43. Ankete Katılan Yabancı Ziyaretçilerin İstanbul'da Ziyaret Ettiği veya Etmeyi Düşündüğü Müzeler**

Müzeler	Frekans	Yüzde (%)
İstanbul Arkeoloji Müzesi	21	28,8
İstanbul Modern Sanatlar Müzesi	14	19,2
Rahmi Koç Müzesi	5	6,8
Ayasofya Müzesi	51	69,9
Kariye Müzesi	4	5,5
Büyük Saray Mozaikleri Müzesi	10	13,7
Topkapı Sarayı Müzesi	47	64,4
Türk ve İslam Eserleri Müzesi	11	15,1
İslam, Bilim ve Teknoloji Tarihi Müzesi	4	5,5
Türebeler Müzesi	3	4,1
Diğer	4	5,5

### **Ankete Katılan Yabancı Ziyaretçilerin Müzeyi Hangi Yolla Öğrendiği**

Anketteki bu soruda ziyaretçilerin birden fazla seçenek işaretlemesine izin verilmiştir. Yabancı ziyaretçilerin büyük bölümünün, müzelerden internet ya da e-posta yolu (%56,2) ile haberdar olduğu görülmektedir. Bunu %34,2 ile arkadaş veya akraba tavsiyesi, %17,8 ile kitap, broşür, ilan, katalog ve %6,8 ile radyo, televizyon ve %9,6 ile diğer seçenekleri izlemiştir (Tablo 44).

**Tablo 44. Ankete Katılan Yabancı Ziyaretçilerin Müzeyi Hangi Yolla Öğrendiği**

Müzenin Hangi Yolla Öğrenildiği	Frekans	Yüzde (%)
Radyo, televizyon	5	6,8
Kitap, broşür, ilan, katalog,	13	17,8
Arkadaş veya akraba tavsiyesi	25	34,2
İnternet, e-posta	41	56,2

Diğer	7	9,6
-------	---	-----

### Ankete Katılan Yabancı Ziyaretçilerin Müzeleri Ziyaret Sıklıkları

Tablo 45'e bakıldığında yabancı ziyaretçilerin müze ziyaret etme sıklığının %26 oranı ile yılda 2-3 kez olduğu görülmektedir. Bu oranı %24,7 ile yılda 1 kez ziyaret sayısı izlemektedir. Bu oranlar müze ziyaretinin yıl içerisinde yapılan önemli bir etkinlik olduğunu göstermektedir. Diğer oranlar ise sırasıyla şu şekildedir; 5 yıldan uzun aralıklarla (%19,2), yılda 3'den fazla (%12,3), 3-5 yılda 1 (%9,6) ve 2 yılda 1 (%6,8).

**Tablo 45. Ankete Katılan Yabancı Ziyaretçilerin Müzeleri Ziyaret Sıklıkları**

Ziyaret Sıklığı	Frekans	Yüzde (%)
5 yıldan uzun aralıklarla	14	19,2
3-5 yılda 1	7	9,6
2 yılda 1	5	6,8
Yılda 1	18	24,7
Yılda 2-3	19	26,0
Yılda 3'den fazla	9	12,3
Toplam	72	98,6
<i>Geçersiz Kayıp</i>	1	1,4
Toplam	73	100

### Ankete Katılan Yabancı Ziyaretçilerin Tercih Ettikleri Müze Türleri

Anketteki bu soruda ziyaretçilerin birden fazla seçenek işaretlemesine izin verilmiştir. Ziyaretçilerden %60,3'ü saray müzelerini tercih ettiğini belirtmiştir. %54,8 ile sanat müzeleri ve %42,5 ile arkeoloji müzeleri diğer tercih edilen müze türleri arasındadır. En az ilgi çeken müzeler ise %11,8 ile sanayi müzeleridir (Tablo 46).

**Tablo 46. Ankete Katılan Yabancı Ziyaretçilerin Tercih Ettikleri Müze Türleri**

Müze Türü	Frekans	Yüzde (%)
Saray Müzeler	44	60,3
Arkeoloji Müzeleri	31	42,5
Etnografya Müzeleri	9	12,3
Askeri Müzeler	13	17,8
Sanat Müzeleri	40	54,8
Teknoloji Müzeleri	15	20,5
Sanayi Müzeleri	8	11,8
Diğer	0	0

### Ankete Katılan Yabancı Ziyaretçilerin Tatilde Yaptıkları Faaliyetlere Verdikleri Önem Düzeyi

Yabancı ziyaretçilerin tarihi yerleri gezmeye, doğa gezilerine katılmaya ve en çok da denizde ve plajda eğlenmeye önem verdikleri görülmektedir.

Yabancı ziyaretçilerinin büyük bir kısmı saray ve müzeleri de içine alan tarihi yerleri gezme faaliyetine çok önemlidir yanıtını vermişlerdir. Bu faaliyeti çok önemli bulanların oranı %57,5'ken, önemli bulanların oranı da %19,2'dir. Bu durum %80'e yakınının tatil için İstanbul Tarihi Yarımadası'nda bulunan ve ankete katılan yabancı ziyaretçilerin tatilde de en çok önem verdikleri faaliyeti yaptıklarını göstermektedir.

Yabancı ziyaretçiler en yaygın faaliyetlerden biri olan denizde veya plajda eğlenme faaliyetine çok fazla önem vermektedir. En fazla genel önem düzeyine sahip ifade budur. Ziyaretçilerin % 56,2'si bu faaliyeti çok önemli bulurken, %24,7'si önemli bulmuştur.

Doğa gezilerine katılmak da %37 oranıyla önemli bir faaliyet olarak ortaya çıkmaktadır.

Tatilde yapılan faaliyetlerden olan fuarları gezmeye ve sportif faaliyetlerde (av, golf, kayak vs.) bulunmaya yabancı ziyaretçilerin verdikleri önem oldukça düşüktür. Ayrıca bu iki faaliyet en fazla oranda hiç önemli değil yanıtı verilen faaliyetlerdir

Festivallere katılmak yabancı ziyaretçilerin az önem verdiği faaliyetlerden biri olarak göze çarpmaktadır. Tatillerde yapılması muhtemel olan bu faaliyete yabancı ziyaretçilerin %23,3'ü ne önemli ne önemsiz yanıtını verirken, %20,5'i önemli değil yanıtını vermişlerdir (Tablo 47).

**Tablo 47. Ankete Katılan Yabancı Ziyaretçilerin Tatilde Yaptıkları Faaliyetlere Verdikleri Önem Düzeyi**

Tatilde Yaptıkları Faaliyet	Verilen Önem Düzeyi										Geçersiz
	Çok önemli		Önemli		Ne önemli ne önemsiz		Önemli değil		Hiç önemli değil		
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
Denizde veya plajda eğlenmek	41	56,2	18	24,7	7	9,6	4	5,5	1	1,4	2



Fuarları gezmek	12	16,4	17	23,3	17	23,3	7	9,6	11	15,1	9
Festivallere katılmak	13	17,8	13	17,8	17	23,3	15	20,5	8	11,0	7
Tarihi yerleri (müzeler, saraylar vs) gezmek	42	57,5	14	19,2	11	15,1	3	4,1	2	2,7	1
Sportif faaliyetlerde (av, golf, kayak vs) bulunmak	14	19,2	15	20,5	14	19,2	6	8,2	12	16,4	12
Doğa gezisine (kamp, yayla vs) katılmak	27	37,0	20	27,4	13	17,8	8	11,0	4	5,5	1

### **Ankete Katılan Yabancı Ziyaretçilerin Müze Ziyaret Etme Nedenleri**

Ankete katılan yabancı ziyaretçilerin “yeni bilgiler edinmek için müzelere giderim” ifadesine katılım düzeyi en yüksek düzeydir. Ziyaretçilerin %43,8’i bu ifadeye kesinlikle katılıyorum derken, %39,7’si katılıyorum demişlerdir.

Ankete katılan yabancı ziyaretçilerin “farklı kültür ve geçmiş yaşamlar hakkında bilgi sahibi olmak için müzelere giderim” ifadesine katılım oranı da oldukça yüksektir. Ziyaretçilerin %42,5’i bu ifadeye kesinlikle katılıyorum derken, %32,9’u katılıyorum demişlerdir. Bu durum müzelerin farklı bilgi kaynaklarına ulaşım sağlama işlevinin önemini göstermektedir.

Ankete katılan yabancı ziyaretçilerin “gittiğim yabancı ülkelerdeki müzeleri ziyaret ederim” ifadesi, katılım derecesi %34,2 ile en yüksek katılım düzeyine ulaşan ifadelerdendir. Ziyaretçilerin %34,2’si kesinlikle katılıyorum ifadesini kullanmışlardır. Bu bağlamda yabancı ziyaretçilerin farklı ülkelere ait özellikleri merak ettiğini ve bunun için müzeleri tercih ettiklerini söylemek mümkündür.

“Farklı bir zaman ve yerde yaşamayı hayal etmemi sağladığı için müzelere giderim” ifadesi de katılım oranı yüksek olan ifadelerden biridir. Yabancı ziyaretçilerin %47,9’u bu ifadeye katılıyorum ve %28,8’i kesinlikle katılıyorum demişlerdir. Bu durumda yabancı ziyaretçilerin yaşamlarından farklı zaman ve yerlere olan merakını gidermenin bir yolu olarak müzeleri kullandığı düşünülebilir.

Ankete katılan yabancı ziyaretçilerin “boş zamanlarımı değerlendirmek için müzelere giderim” ifadesi ortalamanın biraz altında bir düzeyde katılım içeren ifadelerdendir.

Ziyaretçilerin %12,3'ü kesinlikle katılıyorum ifadesini işaretlemişlerdir. Bu durumun yabancı ziyaretçilerin müze ziyaretini boş zaman aktivitesi olarak görmediği şeklinde düşünülebilir.

Ankete katılan yabancı ziyaretçilerin “özel sergi/konferans/etkinlik olduğunda müzelere giderim” ifadesine katılım derecesi orta düzeyde bir katılımı ifade etmektedir. Yabancı ziyaretçilerin %31,5'i bu ifadeye katılıyorum demişlerdir. Bu durum müzelerde düzenlenecek farklı kültürel etkinliklerin ve özel bir takım sergilerin müzelere yabancı ziyaretçi çekmek açısından etkili bir yol olduğunu göstermektedir.

Ankete katılan yabancı ziyaretçilerin “tur programı içerisinde yer aldığında müzelere giderim” ifadesine kesinlikle katılım (%16,4) oranı düşüktür. Bu bağlamda yabancı ziyaretçilerin müze ziyaretini tur programı içerisinde yer aldığından dolayı bir zorunluluk olarak görmediği, bireysel ziyaretlerde de müze ziyaretlerine önem verdiği düşünülebilir.

Ankete katılan yabancı ziyaretçilerin “müzeleri ziyaret etmektense web sayfalarını ziyaret ederim” ifadesine katılım derecesi %15,1'dir.

“Arkadaş veya yakınlarımı gezdirmek için müzelere giderim” ifadesi de %12,3 oranında kesinlikle katılım düzeyini ifade etmektedir. Yabancı ziyaretçilerin %32,4'ü bu ifadede katılıyorum ve %16,4'ü kararsızım seçeneğini işaretlemişlerdir.

“Ziyaret sırasında gerçeklerden kaçmak için müzeleri ziyaret ederim” ve “insan kalabalığından uzaklaşmak için müzeleri ziyaret ederim” ifadeleri %9,6 kesinlikle katılıyorum düzeyindedir.

Ankete katılan yabancı ziyaretçilerin “müzenin kafeteryasını/restoranını kullanmak için müzelere giderim” ifadesi; %13,7 kesinlikle katılıyorum ifadesi ile en düşük düzeyde katılım içeren ifadelerdendir.

“İnsanlarla sosyal etkileşimde bulunmak için müzeleri ziyaret ederim” ifadesi %6,8 kesinlikle katılıyorum ifadesi ile yabancı ziyaretçilerin en düşük düzeyde katıldığı ifadedir (Tablo 48).

**Tablo 48. Ankete Katılan Yabancı Ziyaretçilerin Müze Ziyaret Etme Nedenleri**

Neden	Katılım Düzeyi										Geçersiz Kayıp
	Kesinlikle katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle katılıyorum		
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
Yeni bilgi ve deneyimler edinmek için müzeleri ziyaret ederim	5	6,8	2	2,7	1	1,4	29	39,7	32	43,8	4
Farklı kültür ve geçmiş yaşamlar hakkında bilgi sahibi olmak için müzelere giderim	3	4,1	2	2,7	10	13,7	24	32,9	31	42,5	3
Farklı bir zaman ve yerde yaşamayı hayal etmemi sağladığı için müzelere giderim	2	2,7	5	6,8	6	8,2	35	47,9	21	28,8	4
Ziyaret sırasında gerçeklerden kaçmak için müzeleri ziyaret ederim	12	16,4	16	21,9	16	21,9	16	21,9	7	9,6	6
İnsan kalabalığından uzaklaşmak için müzeleri ziyaret ederim	18	24,7	18	24,7	17	23,3	9	12,3	7	9,6	4
İnsanlarla sosyal etkileşimde bulunmak için müzeleri ziyaret ederim	19	26,6	17	23,3	16	21,9	13	17,8	5	6,8	3
Tur programları içerisinde yer aldığı müzeleri ziyaret ederim	11	15,1	16	21,9	13	17,8	16	21,9	12	16,4	5
Müzelerin kafeteryasını/restoranını kullanmak için müzeleri ziyaret ederim	21	28,8	20	27,4	9	12,3	8	11,0	10	13,7	5
Boş zamanımı değerlendirmek için müzeleri ziyaret ederim	15	20,5	11	15,1	17	23,3	17	23,3	9	12,3	4
Arkadaşlarımı veya yakınlarımı gezdirmek için müzeleri ziyaret ederim	13	17,8	12	16,4	12	16,4	24	32,4	9	12,3	3
Özel sergi/konferans/sanatsal etkinlikler için müzeleri ziyaret ederim	6	8,2	12	16,4	15	20,5	23	31,5	11	15,1	6
Gittiğim yabancı ülkelerdeki müzeleri ziyaret ederim	3	4,1	8	11,0	8	11,0	24	32,9	25	34,2	5
Yaşadığım yerin yakınındaki müzeleri ziyaret ederim	7	9,6	10	13,7	11	15,1	24	32,9	15	20,5	6
Müzeleri ziyaret etmektense müzelerin web sayfalarını ziyaret ederim	13	17,8	13	17,8	14	19,2	17	23,3	11	15,1	5

## **Ankete Katılan Yabancı Ziyaretçilerin İstanbul'daki Müze Ziyaretine İlişkin İzlenimleri**

Ankete katılan yabancı ziyaretçiler müze giriş ücretlerini uygun bulmuşlardır.

Ankete katılan yabancı ziyaretçilerin müzedeki rehberlik hizmeti önemlidir ifadesinde kesinlikle yeterlidir ve yeterlidir ifadelerini yüksek oranda işaretledikleri görülmektedir. Yabancı ziyaretçilerin %20,5'i ifadeye kesinlikle yeterli ve %34,2'si katılıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir. Bu durum yabancı ziyaretçilerin, gittikleri yabancı bir ülkedeki müzelerden rehberlik hizmeti sayesinde daha fazla yararlanacaklarını düşünmelerinden kaynaklanıyor olabilir.

Ankete katılan yabancı ziyaretçilerin İstanbul'daki müzelerin iç ve dış görünüm özellikleri ifadesinde yeterlidir ve kesinlikle yeterlidir ifadesine katılım düzeyi yüksektir. Yabancı ziyaretçilerin %31,5'i bu ifadeye kesinlikle katılıyorum derken, %28,8'i de katılıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir. Çoğu zaman eserlerin sergilendiği mekân tarihi bir özelliğe sahip olduğunda müze olarak kullanılmaktadır. Bu durum ziyaretçi için de oldukça önemlidir. Bu şekilde kullanılan müzeler daha çok ilgi çekmektedir.

Ankete katılan yabancı ziyaretçilerin İstanbul'daki müzelerde düzenlenen kültür ve sanat etkinlikleri yeterlidir ve kesinlikle yeterlidir ifadelerine katılım oranı yüksektir. Yabancı ziyaretçilerin %19,2'si bu ifadeye kesinlikle katılıyorum derken, %24,7'si katılıyorum demişlerdir.

Ankete katılan yabancı ziyaretçilerin müzede sergilenen eserler ve İstanbul'daki müzelerdeki tarihi sergi unsurları kesinlikle yeterlidir ve yeterlidir ifadelerine katılım düzeyi oldukça yüksektir.

Ankete katılan yabancı ziyaretçilerin İstanbul'daki müzelerin fiziksel tesislerin özellikleri (kafe/restoran/park yerleri) ifadesi yüksek oranda yeterlidir (%31,5) ve kesinlikle yeterlidir (%17,8) katılımı içeren sorulardandır.

İstanbul'daki müzelere ulaşım ifadesini ankete katılan yabancı ziyaretçilerin %20,5'i kesinlikle yeterli ve %41,1'i yeterli bulmuştur.

İstanbul'daki müzelerde ziyaretçiyi karşılama ifadesine ankete katılan yabancı ziyaretçilerin %20,5'i yetersiz, %23,3'ü kararsızım yanıtlarını vermiştir. Yabancı ziyaretçilerin %13,7'si ise kesinlikle yeterlidir yanıtını vermiştir.

İstanbul'daki müzelerdeki ücretsiz harita ve bilgilendirme broşürleri ve İstanbul'daki müzelerde işaret ve yönlendirme levhaları ifadelerine yabancı ziyaretçilerin paralel olarak orta düzeyde kesinlikle yeterlidir ve yeterlidir yanıtlarını vermiştir. Bu sorulara kararsızım ve yetersiz ifadelerini işaretleyerek katılanların oranı da az değildir. Bu durum müzelerdeki ücretsiz harita ve bilgilendirme broşürleri, işaret ve yönlendirme levhalarına biraz daha ağırlık verilmesi gerektiğini göstermektedir.

İstanbul'daki müzelerdeki bilgi ve teknoloji sistemleri ve İstanbul'daki müzelerdeki teknolojinin etkili kullanımı ifadeleri de yabancı ziyaretçilerin en az kesinlikle yeterlidir ve yeterlidir yanıtlarını verdiği sorulardır. Bu durum müzelerdeki bilgi ve teknoloji sistemleri ve bu sistemlerin etkili kullanılması üzerinde durulması gerektiğini göstermektedir.

İstanbul'daki müzelerde aydınlatma ifadesine yabancı ziyaretçiler büyük oranda kesinlikle yeterlidir (%23,3) ve yeterlidir (%30,1) yanıtını vermiştir (Tablo 49).

**Tablo 49. Ankete Katılan Yabancı Ziyaretçilerin İstanbul'daki Müze Ziyaretine İlişkin İzlenimleri**

İfadeler	Katılım Düzeyi										Geçersiz
	Kesinlikle yetersiz		Yetersiz		Kararsızım		Yeterli		Kesinlikle yeterli		
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
İstanbul'daki müzelere ulaşım	6	8,2	12	16,4	6	8,2	30	41,1	15	20,5	4
İstanbul'daki müzelerde ziyaretçiyi karşılama	6	8,2	15	20,5	17	23,3	18	24,7	10	13,7	7
İstanbul'daki müzelerdeki ücretsiz harita ve bilgilendirme broşürleri	7	9,6	13	17,8	20	27,4	15	20,5	14	19,2	4
İstanbul'daki müzelerdeki bilgi ve teknoloji sistemleri	7	9,6	18	24,7	14	19,2	18	24,7	11	15,1	5
İstanbul'daki müzelerdeki teknolojinin etkili kullanımı	6	8,2	17	23,3	17	23,3	20	27,4	8	11,8	5
İstanbul'daki müzelerdeki rehberlik hizmetleri	5	6,8	11	15,1	13	17,8	25	34,2	15	20,5	4
İstanbul'daki müzelerde işaret ve yönlendirme levhaları	2	2,7	10	13,7	15	20,5	25	34,2	16	21,9	5

İstanbul'daki müzelerde sergilenen eserler	1	1,4	5	6,8	16	21,9	31	42,5	14	19,2	6
İstanbul'daki müzelerde aydınlatma	1	1,4	12	16,4	17	23,3	22	30,1	17	23,3	4
İstanbul'daki müzelerin iç ve dış görünüm özellikleri	1	1,4	6	8,2	17	23,3	21	28,8	23	31,5	5
İstanbul'daki müzelerdeki tarihi sergi unsurları	1	1,4	7	9,6	12	16,4	28	38,4	18	24,3	7
İstanbul'daki müzelerde düzenlenen kültür ve sanat etkinlikleri	1	1,4	12	16,4	22	30,1	18	24,7	14	19,2	6
İstanbul'daki müzelerin fiziksel tesislerin özellikleri (kafe/restoran/park yerleri)	9	12,3	10	13,7	13	17,8	23	31,5	13	17,8	5
İstanbul'daki müzelerin giriş ücretleri	2	2,7	9	12,3	21	28,8	26	35,6	10	13,7	5

### **Ankete Katılan Yabancı Ziyaretçilerin İstanbul'daki Müze Ziyaretine İlişkin Memnuniyet Düzeyi**

Ankete katılan yabancı ziyaretçilerin en yüksek oranda kesinlikle katılıyorum yanıtı verdiği ifade “bu şehirdeki müzeleri arkadaşlara/akrabalarına tavsiye edeceğim” ifadesidir. Yabancı ziyaretçilerin %53,4’ü kesinlikle katılıyorum ve %26’sı katılıyorum ifadelerini işaretlemişlerdir. Yabancı ziyaretçilerin bu müzeden nasıl haberdar oldunuz ifadesi yöneltildiğinde en yüksek oranda alınan yanıtlardan biri önceden belirtildiği üzere akraba ve arkadaş tavsiyesi ifadesi olmuştur. Bu iki durum arasındaki paralellik oldukça açıktır.

“Bu şehirdeki müzelere yaptığım ziyaretten memnun oldum” ifadesine yabancı ziyaretçiler %41,1 kesinlikle katılıyorum ve %46,6 katılıyorum yanıtını vermişlerdir. Bu ifade en fazla genel katılım ifadesine sahiptir. İfade de kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum ifadeleri işaretlenmemiştir. Bu durum ziyaretçilerin İstanbul'daki müze ziyaretine ilişkin izlenimleri tablosundaki verilerle de paralellik göstermektedir.

“Gelecek yıl içinde bu müzeyi tekrar ziyaret edeceğim” ifadesine yabancı ziyaretçiler diğer ifadeler kadar olmasa da yüksek oranda kesinlikle katılıyorum (%20,5) ve katılıyorum (%16,4) yanıtlarını vermişlerdir. Yabancı ziyaretçiler en yüksek oranda kesinlikle katılmıyorum (%6,8), katılmıyorum (%17,8) ve kararsızım (%31,5) ifadelerini de bu soruda işaretlemişlerdir. Bu duruma insanların gördükleri yeri tekrar gidip görmektense yeni yerleri görme isteğinin öne çıkmasının etkili olduğu düşünülebilir.

“Bu şehirdeki müzeleri ziyaret etmek değerli bir deneyim oldu” ifadesi de %39,7 kesinlikle katılıyorum ve %45,2 katılıyorum oranları ile en yüksek oranda katılım alan ifadelerden biridir. Bu durum ziyaretçilerin İstanbul’daki müze ziyaretine ilişkin izlenimleri tablosundaki verilerle de paralellik göstermektedir (Tablo 50).

Yabancı ziyaretçilerin, İstanbul’daki müze ziyaretinden genel olarak memnun kaldığını söylemek mümkündür. Bu bağlamda ziyaretçilerin beklentilerinin büyük oranda karşılandığı düşünülebilir.

**Tablo 50. Ankete Katılan Yabancı Ziyaretçilerin İstanbul’daki Müze Ziyaretine İlişkin Memnuniyet Düzeyi**

İfadeler	Katılım Düzeyi										Geçersiz Kayıp
	Kesinlikle katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle katılıyorum		
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
Bu şehirdeki müzelere yaptığım ziyaretten memnun oldum	0	0	0	0	3	4,1	34	46,6	30	41,1	6
Bu şehirdeki müzeleri ziyaret etmek değerli bir deneyim oldu	0	0	1	1,4	7	9,6	31	42,5	29	39,7	5
Gelecek yıl içinde bu müzeyi tekrar ziyaret edeceğim	5	6,8	13	17,8	23	31,5	12	16,4	15	20,5	5
Bu şehirdeki müzeleri arkadaşlara/akrabalarına tavsiye edeceğim	1	1,4	3	4,1	6	8,2	19	26,0	39	53,4	5

### Ankete Katılan Yabancı Ziyaretçilerin Yaş Gruplarına İle Tercih Ettikleri Müze Türleri Arasındaki İlişki

Tablo 51’de görülebileceği üzere neredeyse her müze türü her yaş grubu tarafından tercih edilmektedir. Saray müzeler, arkeoloji müzeleri ve sanat müzeleri genç yaştaki ziyaretçi tarafından daha çok tercih edilmektedir.

**Tablo 51. Ankete Katılan Yabancı Ziyaretçilerin Yaş Grupları İle Tercih Ettikleri Müze Türleri Arasındaki İlişki**

Müze Türleri	Yaş Grupları	Frekans	Yüzde (%)
Saray Müzeler	20’den küçük	7	16,7
	21-30 arası	21	50

	31-40 arası	8	19
	41-50 arası	5	11,9
	50'den büyük	1	2,4
Arkeoloji Müzeleri	20'den küçük	5	16,7
	21-30 arası	13	43,3
	31-40 arası	6	20
	41-50 arası	4	13,3
	50'den büyük	2	6,7
Etnografya Müzeleri	20'den küçük	1	12,5
	21-30 arası	4	50
	31-40 arası	2	25
	41-50 arası	0	0
	50'den büyük	1	12,5
Askeri Müzeler	20'den küçük	2	15,4
	21-30 arası	8	61,5
	31-40 arası	0	0
	41-50 arası	2	15,4
	50'den büyük	1	7,7
Sanat Müzeleri	20'den küçük	4	10,5
	21-30 arası	23	60,5
	31-40 arası	3	7,9
	41-50 arası	7	18,4
	50'den büyük	1	2,6
Teknoloji Müzeleri	20'den küçük	4	26,7
	21-30 arası	8	53,3
	31-40 arası	0	0
	41-50 arası	3	20
	50'den büyük	0	0
Sanayi Müzeleri	20'den küçük	1	12,5
	21-30 arası	4	50
	31-40 arası	1	12,5
	41-50 arası	1	12,5
	50'den büyük	1	12,5
Diğer	20'den küçük	9	12,9
	21-30 arası	41	58,6
	31-40 arası	8	11,4
	41-50 arası	8	11,4
	50'den büyük	4	5,7



### **Ankete Katılan Yabancı Ziyaretçilerin Eğitim Düzeyi İle Tarihi Yerleri (Müzeler, Saraylar vs) Gezmeyi Tercih Etmeleri Arasındaki İlişki**

Yabancı ziyaretçilerin eğitim düzeyi ile tarihi yerleri (müzeler, saraylar vs) gezmeyi tercih etmeleri arasındaki ilişkiye bakıldığında her eğitim düzeyinden ziyaretçinin çok önemli ifadesini işaretlediği görülmektedir.

Tarihi yerleri (müzeler, saraylar vs) gezmenin özellikle lisansüstü eğitim düzeyine sahip yabancı ziyaretçi tarafından çok fazla tercih edildiği görülmektedir. Bu durumun tarihi yerleri (müzeler, saraylar vs) gezmenin eğitim düzeyinin yükselmesiyle paralel olduğunu gösterdiğini belirtmek mümkündür. Lisans ve lisansüstü eğitim düzeyine sahip yabancı ziyaretçi sayısının fazla olması Avrupa’da eğitim düzeyinin yüksek olmasıyla da açıklanabilir. Daha önce İstanbul’a/ Türkiye’ye gelen yabancı ziyaretçilerin çoğunun Avrupalı olduğu belirtilmişti. Tablo 52’de de en az ziyaretçinin önlisans eğitim düzeyine sahip olan ziyaretçi görülmektedir. Bu durumun nedenini ülkelerde eğitim düzeylerinin farklı sınıflandırılması olarak düşünmek mümkündür.

**Tablo 52. Ankete Katılan Yabancı Ziyaretçilerin Eğitim Düzeyi İle Tarihi Yerleri (Müzeler, Saraylar vs) Gezmeyi Tercih Etmeleri Arasındaki İlişki**

<b>Tarihi Yerleri (müzeler, saraylar vs) Gezme</b>	<b>Eğitim Düzeyi</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde (%)</b>
Hiç önemli değil	Lise ya da altı	0	0
	Önlisans	1	50
	Lisans	0	0
	Lisansüstü	1	50
	Diğer	0	0
Önemli değil	Lise ya da altı	0	0
	Önlisans	0	0
	Lisans	0	0
	Lisansüstü	3	100
	Diğer	0	0
Ne önemli ne önemsiz	Lise ya da altı	0	0
	Önlisans	0	0
	Lisans	2	20
	Lisansüstü	4	40
	Diğer	4	40
Önemli	Lise ya da altı	1	7,1
	Önlisans	0	0
	Lisans	2	14,3
	Lisansüstü	10	71,4

	Diğer	1	7,1
Çok önemli	Lise ya da altı	3	7,1
	Önlisans	1	2,4
	Lisans	9	21,4
	Lisansüstü	41	57,7
	Diğer	11	15,5

### **Ankete Katılan Yabancı Ziyaretçilerin Müzeye Geliş Şekli İle Ziyaret Ettikleri Müzeler Arasındaki İlişki**

Yabancı ziyaretçilerin müzeye geliş şekli ile ziyaret ettikleri müzeler arasındaki ilişkiye bakıldığında; tur organizasyonlarıyla müzeye geliş şeklinin, bireysel olarak müzeye geliş şekline oranla oldukça düşük olduğu görülmektedir. Tur organizasyonu ile gidilen müzelere bakıldığında Ayasofya Müzesi ve Topkapı Sarayı Müzesi'nin daha fazla tercih edildiği görülmektedir. Bu iki müze Dünya'da oldukça tanındığı için tur organizasyonları tarafından özellikle tercih edilmektedir. Bireysel olarak daha fazla müzeye gidilmiş olması, bu iki müze dışında da alternatifler olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda, alternatiflerin tur organizasyonlarına dâhil edilmesinin, hem tur organizasyonlarına hem de müze turizmine katkı sağlamanın mümkün olabileceği görülmektedir (Tablo 53).

**Tablo 53. Ankete Katılan Yabancı Ziyaretçilerin Müzeye Geliş Şekli İle Ziyaret Ettikleri Müzeler Arasındaki İlişki**

Müzeler	Geliş Şekli	Frekans	Yüzde (%)
İstanbul Arkeoloji Müzesi	Tur organizasyonu ile	5	23,8
	Bireysel olarak	16	76,2
İstanbul Modern Sanatlar Müzesi	Tur organizasyonu ile	4	28,6
	Bireysel olarak	10	71,4
Rahmi Koç Müzesi	Tur organizasyonu ile	2	40
	Bireysel olarak	3	60
Ayasofya Müzesi	Tur organizasyonu ile	12	23,5
	Bireysel olarak	39	76,5
Kariye Müzesi	Tur organizasyonu ile	2	50
	Bireysel olarak	2	50
Büyük Saray Mozaikleri Müzesi	Tur organizasyonu ile	3	30

	Bireysel olarak	7	70
Topkapı Müzesi	Tur organizasyonu yla	14	29,8
	Bireysel olarak	33	70,2
Türk ve İslam Eserleri Müzesi	Tur organizasyonu yla	3	27,3
	Bireysel olarak	8	72,7
İslam, Bilim ve Teknoloji Tarihi Müzesi	Tur organizasyonu yla	1	25
	Bireysel olarak	3	75
Türbeler Müzesi	Tur organizasyonu yla	1	33,3
	Bireysel olarak	2	66,7
Diğer	Tur organizasyonu yla	20	28,2
	Bireysel olarak	51	71,8

#### Ankete Katılan Yerli Ziyaretçilerin Müzeye Geliş Şekli

Tablo 54'te görüldüğü üzere müzeye gelen yerli ziyaretçilerin %23,8'i tur organizasyonu ile birlikte gelirken, %69'luk kısmı bireysel olarak gelmiştir. Bu oranlardan yerli ziyaretçilerin İstanbul'a/Türkiye'ye geliş şekli ile müzeye geliş şeklinin uyumlu olduğu anlaşılmaktadır.

**Tablo 54. Ankete Katılan Yerli Ziyaretçilerin Müzeye Geliş Şekli**

Geliş Şekli		Frekans	Yüzde (%)
	Tur organizasyonu ile birlikte	10	23,8
	Bireysel olarak	29	69,0
	Toplam	39	92,9
<i>Geçersiz</i>	<i>Kayıp</i>	3	7,1
	Toplam	42	100,0

#### Ankete Katılan Yerli Ziyaretçilerin İstanbul'da Ziyaret Ettiği veya Etmeyi Düşündüğü Müzeler

Anketteki bu soruda ziyaretçilerin birden fazla seçenek işaretlemesine izin verilmiştir. Yerli ziyaretçilerin büyük bir bölümünün İstanbul Tarihi Yarımadası'nda bulunan Topkapı Sarayı Müzesi'ne ve Ayasofya Müzesi'ne ziyaret gerçekleştirdiği anlaşılmaktadır. İstanbul Arkeoloji Müzesi ve Rahmi Koç Müzesi'nin de yerli ziyaretçilerin en çok ziyarette bulunduğu müzeler arasında olduğu görülmektedir. İstanbul'da ziyaret edilen diğer müzeler olarak ise

Dolmabahçe Sarayı Müzesi, Osmanlı Arşivi Müzesi, Pera Müzesi ve Yerebatan Sarnıcı Müzesi belirtilmiştir (Tablo 55).

**Tablo 55. Ankete Katılan Yerli Ziyaretçilerin İstanbul'da Ziyaret Ettiği veya Etmeyi Düşündüğü Müzeler**

Müzeler	Frekans	Yüzde (%)
İstanbul Arkeoloji Müzesi	24	57,1
İstanbul Modern Sanatlar Müzesi	8	19,0
Rahmi Koç Müzesi	14	33,3
Ayasofya Müzesi	39	92,9
Kariye Müzesi	4	9,5
Büyük Saray Mozaikleri Müzesi	7	16,7
Topkapı Sarayı Müzesi	36	85,7
Türk ve İslam Eserleri Müzesi	9	21,4
İslam, Bilim ve Teknoloji Tarihi Müzesi	9	21,4
Türebeler Müzesi	9	21,4
Diğer	9	21,4

#### **Ankete Katılan Yerli Ziyaretçilerin Müzeyi Hangi Yolla Öğrendiği**

Anketteki bu soruda ziyaretçilerin birden fazla seçenek işaretlemesine izin verilmiştir. Yerli ziyaretçilerin büyük bölümünün, müzelerden arkadaş veya akraba tavsiyesi ile haberdar olduğu görülmektedir. Bu durumu sırasıyla, İnternet ya da e-posta (%31), kitap, broşür, ilan, katalog (%23,8), radyo, televizyon (% 14,3) ve diğer (% 11,9) seçenekleri izlemiştir (Tablo 56).

**Tablo 56. Ankete Katılan Yerli Ziyaretçilerin Müzeyi Hangi Yolla Öğrendiği**

Müzenin Hangi Yolla Öğrenildiği	Frekans	Yüzde (%)
Radyo, televizyon	6	14,3
Kitap, broşür, ilan, katalog,	10	23,8
Arkadaş veya akraba tavsiyesi	17	40,5
İnternet, e-posta	13	31,0
Diğer	5	11,9

#### **Ankete Katılan Yerli Ziyaretçilerin Müzeleri Ziyaret Sıklıkları**

Tablo 57'ye bakıldığında yerli ziyaretçilerin müzeyi ziyaret etme sıklığının %28,6 ile en çok yılda 1 kez ziyaret edildiği görülmektedir. Bu oranı %19 ile 2 yılda 1 kez ziyaret sıklığı izlemektedir. Bu oranlar müze ziyaretinin yıl içerisinde yapılan orta düzeyde bir etkinlik olduğunu göstermektedir.

**Tablo 57. Ankete Katılan Yerli Ziyaretçilerin Müzeleri Ziyaret Sıklıkları**

Ziyaret Sıklığı	Frekans	Yüzde (%)
5 yıldan uzun aralıklarla	6	14,3
3-5 yılda 1	4	9,5
2 yılda 1	8	19,0
Yılda 1	12	28,6
Yılda 2-3	6	14,3
Yılda 3'den fazla	4	9,5
Toplam	40	95,2
<i>Geçersiz Kayıp</i>	2	4,8
Toplam	42	100

**Ankete Katılan Yerli Ziyaretçilerin Tercih Ettikleri Müze Türleri**

Anketteki bu soruda ziyaretçilerin birden fazla seçenek işaretlemesine izin verilmiştir. Yerli ziyaretçilerden %66,7'si arkeoloji müzelerini tercih ettiğini belirtmiştir. Sırasıyla %59,5 ile sanat müzeleri, %54,8 ile askeri müzeler, %52,4 ile teknoloji müzeleri, %42,9 ile saray müzeleri, %16,7 ile etnografya müzeleri ve %7,1 ile sanayi müzeleri diğer tercih edilen müze türleridir (Tablo 58).

**Tablo 58. Ankete Katılan Yerli Ziyaretçilerin Tercih Ettikleri Müze Türleri**

Müze Türü	Frekans	Yüzde (%)
Saray Müzeler	18	42,9
Arkeoloji Müzeleri	28	66,7
Etnografya Müzeleri	7	16,7
Askeri Müzeler	23	54,8
Sanat Müzeleri	25	59,5
Teknoloji Müzeleri	22	52,4
Sanayi Müzeleri	3	7,1
Diğer	0	0

**Ankete Katılan Yerli Ziyaretçilerin Tatilde Yaptıkları Faaliyetlere Verdikleri Önem Düzeyi**

Yerli müze ziyaretçilerinin genel olarak tarihi yerleri gezmeye, doğa gezilerine katılma ile denizde ve plajda eğlenmeye önem verdikleri görülmektedir.

Yerli müze ziyaretçilerinin büyük bir kısmı saray ve müzeleri de içine alan tarihi yerleri gezme faaliyetine oldukça önem verdiklerini belirtmiştir. Bu faaliyeti çok önemli bulanların oranı %47,6'iken, önemli bulanların oranı da %28,6'dır.

Denizde veya plajda eğlenmek %58,4 ile çok önemli ifadesinin en fazla işaretlenen ifade olmasına rağmen genel önem derecesinde tarihi yerleri gezme ifadesini geçememiştir. Bu durum denizde veya plajda eğlenmenin yani kitle turizminin hala önemini koruduğunu; fakat artık ziyaretçilerin farklı alanlara da yönelmeye başladığını göstermektedir.

Doğa gezilerine katılmak da %47,6 çok önemli ve %21,4 önemli oranlarıyla öne çıkan bir faaliyet olarak ortaya çıkmaktadır.

Tatilde yapılan faaliyetlerden olan fuarları gezmeye yerli ziyaretçilerin verdikleri önemin düşük olduğu görülmektedir. En az önem verilen faaliyet olarak görülmektedir. Yerli ziyaretçilerin %14,3'ü önemli değil ve %4,8'i hiç önemli değil ifadelerini işaretlemişlerdir.

Festivallere katılmak yerli ziyaretçinin çok önem vermediği bir faaliyet olarak göze çarpmaktadır. Tatillerde yapılması muhtemel olan bu faaliyete yerli ziyaretçinin %28,6'sı ne önemli ne önemsiz yanıtını verirken, %7,1'i önemli değil yanıtını vermişlerdir. Bu durum yerli ziyaretçilerin ilgilerini festivallerin çok fazla çekmemesinin sonucu olarak düşünülebilir.

Tatilde sportif faaliyetlerde bulunmak (golf, avcılık, kayak vs.) ifadesine yerli ziyaretçilerin verdiği önem de oldukça düşüktür. Faaliyetler arasında %9,5 ile hiç önemli değil oranının en yüksek olduğu faaliyettir. Bu durumun, bu tür faaliyetlerin yerli ziyaretçiler arasında çok yaygın olmamasından kaynaklanmakta olduğu düşünülebilir.

Tüm bu veriler birlikte değerlendirildiğinde ziyaretçilerin bir faaliyete bağlı kalmadığı aynı zamanda başka faaliyetlere de önem verebildiği anlaşılmaktadır (Tablo 59).

**Tablo 59. Ankete Katılan Yerli Ziyaretçilerin Tatilde Yaptıkları Faaliyetlere Verdikleri Önem Düzeyi**

Tatilde Yaptıkları Faaliyet	Verilen Önem Düzeyi									
	Çok önemli		Önemli		Ne önemli ne önemsiz		Önemli değil		Hiç önemli değil	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Denizde veya plajda eğlenmek	22	58,4	7	16,7	10	23,8	1	2,4	2	4,8
Fuarları gezmek	13	31,0	13	31,0	8	19,0	6	14,3	2	4,8
Festivallere katılmak	16	38,1	9	21,4	12	28,6	3	7,1	2	4,8
Tarihi yerleri (müzeler, saraylar vs) gezmek	20	47,6	12	28,6	7	16,7	2	4,8	1	2,4

Sportif faaliyetlerde (av, golf, kayak vs) bulunmak	18	42,9	7	16,7	9	21,4	4	9,5	4	9,5
Doğa gezisine (kamp, yayla vs) katılmak	20	47,6	9	21,4	7	16,7	5	11,9	1	2,4

### **Ankete Katılan Yerli Ziyaretçilerin Müze Ziyaret Etme Nedenleri**

Ankete katılan yerli ziyaretçilerin “yeni bilgiler edinmek için müzelere giderim” ve “farklı kültür ve geçmiş yaşamlar hakkında bilgi sahibi olmak için müzelere giderim” ifadelerine katılım düzeyi en yüksek katılım düzeyleridir. Bu ifadeler birlikte değerlendirildiğinde yerli ziyaretçilerin müzelerin bilgi sağlama işlevinden yararlanma isteğinde olduğunu gösterdiği söylenebilir.

Ankete katılan yerli ziyaretçilerin “gittiğim yabancı ülkelerdeki müzeleri ziyaret ederim ifadesi” ve “yaşadığım yerin yakınındaki müzeleri ziyaret ederim” ifadesine katılım derecesi yüksek katılım düzeyine ulaşan ifadelerdendir. Bu ifadeler birlikte değerlendirildiğinde yerli ziyaretçilerin müze ziyaret etmeye yer seçimi olmaksızın önem verdiğini gösterdiği söylenebilir.

“Farklı bir zaman ve yerde yaşamayı hayal etmemi sağladığı için müzelere giderim ” ifadesi %26,2 kesinlikle katılıyorum oranı ile orta düzeyde katılım olan ifadelerden biridir. Yerli ziyaretçilerin %19’u da bu ifadeye katılıyorum demişlerdir.

Ankete katılan yerli ziyaretçilerin “boş zamanlarımı değerlendirmek için müzelere giderim” ifadesi yüksek düzeyde katılım içeren ifadelerdendir. Yerli ziyaretçilerin %38,1’i katılıyorum ifadesini işaretlemişlerdir. Bu durum yerli ziyaretçilerin, müze ziyaretini boş zaman etkinliği olarak değerlendirebildiklerini göstermektedir.

Ankete katılan yerli ziyaretçilerin “özel sergi/konferans/etkinlik olduğunda müzelere giderim” ifadesine katılım derecesi %26,2 ile orta düzeyde bir katılımı ifade etmektedir. Yerli ziyaretçilerin %14,3’ü bu ifadeye katılıyorum ve %35,7’i kararsızım demişlerdir. Daha önce yerli ziyaretçilerin İstanbul’a/ Türkiye’ye geliş nedenleri arasında toplantı ve konferans ifadesi yüksek oranda tercih edilmiştir. Bu iki ifade birlikte değerlendirildiğinde müzelerde düzenlenecek farklı kültürel etkinliklerin ve özel bir takım sergilerin müzelere yerli ziyaretçi çekmek açısından yüksek bir potansiyele sahip olduğunu göstermektedir.

Ankete katılan yerli ziyaretçilerin “tur programı içerisinde yer aldığında müzelere giderim” ifadesine kesinlikle katılım oranı %19’dur. Bu durum yerli ziyaretçilerin büyük bir çoğunluğunun bireysel olarak müzeye gelmesinden kaynaklanabilir.

Ankete katılan yerli ziyaretçilerin “müzeleri ziyaret etmektense web sayfalarını ziyaret ederim” ifadesine kesinlikle katılmıyorum oranı %35,7’dir.

“Arkadaş veya yakınlarımı gezdirmek için müzelere giderim” ifadesi de %21,4 kesinlikle katılım düzeyini ifade etmektedir. Yerli ziyaretçilerin %35,7’si bu ifadede katılıyorum, %21,4’ü kararsızım seçeneğini işaretlemişlerdir.

“Ziyaret sırasında gerçeklerden kaçmak için müzeleri ziyaret ederim” ve “insan kalabalığından uzaklaşmak için müzeleri ziyaret ederim” ifadeleri %21,4 kesinlikle katılıyorum düzeyindedir.

Ankete katılan yerli ziyaretçilerin “müzenin kafeteryasını/restoranını kullanmak için müzelere giderim” ifadesi, %9,5 kesinlikle katılıyorum ifadesi ile en düşük düzeyde katılım içeren ifadelerdendir. Bu veri müze eklentilerinin büyük oranda ihtiyaca bağlı olarak kullanıldığını, özellikle bu eklentiler için müzelere gidilmediğini göstermektedir.

“İnsanlarla sosyal etkileşimde bulunmak için müzeleri ziyaret ederim” ifadesi, %9,5 kesinlikle katılıyorum oranı ile yerli ziyaretçinin en düşük düzeyde katıldığı ifadelerden biridir (Tablo 60).

**Tablo 60. Ankete Katılan Yerli Ziyaretçilerin Müze Ziyaret Etme Nedenleri**

Neden	Katılım Düzeyi										Geçersiz Kayıp
	Kesinlikle katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle katılıyorum		
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
Yeni bilgi ve deneyimler edinmek için müzeleri ziyaret ederim	2	4,8	0	0	8	19,0	14	33,3	18	42,9	0
Farklı kültür ve geçmiş yaşamlar hakkında bilgi sahibi olmak için müzelere giderim	1	2,4	1	2,4	5	11,9	20	47,6	15	35,7	0



Farklı bir zaman ve yerde yaşamayı hayal etmemi sağladığı için müzelere giderim	4	9,5	8	19,0	10	23,8	8	19,0	11	26,2	1
Ziyaret sırasında gerçeklerden kaçmak için müzeleri ziyaret ederim	9	21,4	8	19,0	7	16,7	8	19,0	9	21,4	1
İnsan kalabalığından uzaklaşmak için müzeleri ziyaret ederim	5	11,9	7	16,7	14	33,3	7	16,7	9	21,4	0
İnsanlarla sosyal etkileşimde bulunmak için müzeleri ziyaret ederim	0	0	12	28,6	15	35,7	10	23,8	4	9,5	1
Tur programları içerisinde yer aldığı müzeleri ziyaret ederim	4	9,5	9	21,4	14	33,3	7	16,7	8	19,0	0
Müzelerin kafeteryasını/restoranını kullanmak için müzeleri ziyaret ederim	15	35,7	9	21,4	5	11,9	9	21,4	4	9,5	0
Boş zamanımı değerlendirmek için müzeleri ziyaret ederim	2	4,8	3	7,1	7	16,7	16	38,1	14	33,3	0
Arkadaşlarımı veya yakınlarımı gezdirmek için müzeleri ziyaret ederim	2	4,8	5	11,9	9	21,4	15	35,7	9	21,4	2
Özel sergi/konferans/sanatsal etkinlikler için müzeleri ziyaret ederim	4	9,5	4	9,5	15	35,7	6	14,3	11	26,2	2
Gittiğim yabancı ülkelerdeki müzeleri ziyaret ederim	5	11,9	5	11,9	5	11,9	8	19,0	19	45,2	0
Yaşadığım yerin yakınındaki müzeleri ziyaret ederim	4	9,5	1	2,4	7	16,7	12	28,6	18	42,9	0
Müzeleri ziyaret etmektense müzelerin web sayfalarını ziyaret ederim	15	35,7	7	16,7	7	16,7	4	9,5	9	21,4	0

### Ankete Katılan Yerli Ziyaretçilerin İstanbul'daki Müze Ziyaretine İlişkin İzlenimleri

Ankete katılan yerli ziyaretçiler müze giriş ücretlerini uygun bulmaktadır.

Ankete katılan yerli ziyaretçilerin müzedeki rehberlik hizmeti önemlidir kesinlikle yeterlidir ve yeterlidir ifadelerini yüksek oranda işaretledikleri görülmektedir. Yerli ziyaretçilerin %26,2'si ifadeye yeterli derken, %33,3'ü kesinlikle yeterlidir seçeneğini işaretlemişlerdir. Bu yerli ziyaretçilerin çoğunun bilgi alabilecekleri bir rehberlik hizmetinin müzede sunulmasını uygun gördüğü şeklinde yorumlanabilir.

Ankete katılan yerli ziyaretçilerin İstanbul'daki müzelerin iç ve dış görünüm özellikleri yeterlidir ve kesinlikle yeterlidir ifadesine katılım düzeyi yüksektir. Yerli ziyaretçilerin %50'si bu ifadeye kesinlikle yeterlidir ve %23,8'i yeterlidir yanıtlarını vermiştir. Oranların bu kadar yüksek olmasında Tarihi Yarımada'daki müzelerin büyük bölümünün tarihi mekânlardan oluşmasının etkili olduğu söylenebilir. Daha önceki bölümlerde tarihi mekânların müze olarak kullanılmasının çekicilik oluşturduğuna değinilmişti.

Ankete katılan yerli ziyaretçilerin İstanbul'daki müzelerde düzenlenen kültür ve sanat etkinlikleri yeterlidir ve kesinlikle yeterlidir ifadelerine katılım oranı yüksektir. Yerli ziyaretçilerin %19,1'i bu ifadeye kesinlikle yeterli, %38,1'i yeterli yanıtını vermiştir.

Ankete katılan yerli ziyaretçilerin müzede sergilenen eserler ifadesinde kesinlikle yeterlidir (%52,4) ve yeterlidir (%31) katılım düzeyi oldukça yüksektir.

İstanbul'daki müzelerdeki tarihi sergi unsurları ifadesinde kesinlikle yeterlidir (%40,5) ve yeterlidir (%38,1) katılım düzeyi de oldukça yüksektir.

Ankete katılan yerli ziyaretçilerin İstanbul'daki müzelerin fiziksel tesislerin özellikleri (kafe/restoran/park yerleri) ifadesi yüksek oranda yeterlidir (%26,7) ve kesinlikle yeterlidir (%33,3) katılımı içeren ifadelerdendir.

İstanbul'daki müzelere ulaşım ifadesini ankete katılan yerli ziyaretçilerin %23,8'i kesinlikle yeterli ve %45,2'si yeterli bulmuştur. Bu durum bölgede birçok ulaşım imkânının olmasının bir sonucu olarak düşünülebilir.

İstanbul'daki müzelerde ziyaretçiyi karşılama ifadesine ankete katılan yerli ziyaretçilerin %21,4'ü yetersiz, %26,2'si kararsızım yanıtlarını vermiştir. Bu bağlamda, İstanbul'daki müzelerde ziyaretçiyi karşılamaya biraz daha özen gösterilmesi gerektiği,

insanların hoş bir şekilde karşılanma ihtiyacı duyduğu ve bu yüzden ihtiyacın giderilmesine dikkat ettikleri anlaşılmaktadır.

İstanbul'daki müzelerdeki ücretsiz harita ve bilgilendirme broşürleri ifadesine yerli ziyaretçilerin büyük bir bölümü kesinlikle yeterlidir (%14,3) ve yeterlidir (%45,2) yanıtlarını vermiştir. Bu ifadeye kararsızım (%19) ve yetersizi (%16,7) işaretleyerek katılanların oranı da az değildir. Bu durum müzelerdeki ücretsiz harita ve bilgilendirme broşürlerinin biraz daha etkili kullanılabilir hale getirilmesi için üzerinde çalışılması ve sayısının artırılması gerektiğini göstermektedir.

İstanbul'daki müzelerde işaret ve yönlendirme levhaları ifadesine yerli ziyaretçilerin büyük bir bölümü İstanbul'daki müzelerdeki ücretsiz harita ve bilgilendirme broşürleri ifadesine paralel olarak kesinlikle yeterlidir (%28,6) ve yeterlidir (%33,3) yanıtlarını vermiştir. Bu ifadeye kararsızım (%19) ve yetersizi (%11,9) işaretleyerek katılanların oranı da az değildir. Bu durum işaret ve yönlendirme levhalarının tam anlamıyla ihtiyacı karşılamadığını ve bu yüzden biraz daha ağırlık verilmesi gerektiğini göstermektedir.

İstanbul'daki müzelerdeki bilgi ve teknoloji sistemleri ifadesine yerli ziyaretçinin büyük bir bölümü kesinlikle yeterlidir (%23,8) ve yeterlidir (%26,2) yanıtlarını vermiştir. Bu ifade de kararsızım (%35,7) yanıtı verenlerin oranı da oldukça yüksektir. Bu durum müzelerdeki bilgi ve teknoloji sistemlerinin üzerinde biraz daha durulması ve artırılması gerektiğini göstermektedir.

İstanbul'daki müzelerdeki teknolojinin etkili kullanımını ifadesine de yerli ziyaretçilerin büyük bir bölümü, İstanbul'daki müzelerdeki bilgi ve teknoloji sistemleri ifadesine paralel olarak kesinlikle yeterlidir (%11,9) ve yeterlidir (%38,1) yanıtlarını vermiştir. Bu ifade de kararsızım (%26,2) ve yetersizi (%11,9) işaretleyerek katılanların oranı az değildir. Bu durum sistemlerin etkili olabilmesi için uygulamaların ne şekilde kullanılacağına biraz daha ağırlık verilmesi gerektiğini göstermektedir.

İstanbul'daki müzelerde aydınlatma ifadesine yerli ziyaretçi büyük oranda kesinlikle yeterlidir (%50) ve yeterlidir (%28,6) yanıtlarını vermiştir (Tablo 61).

**Tablo 61. Ankete Katılan Yerli Ziyaretçilerin İstanbul'daki Müze Ziyaretine İlişkin İzlenimleri**

İfadeler	Katılım Düzeyi										Geçersiz Kayıp
	Kesinlikle yetersiz		Yetersiz		Kararsızım		Yeterli		Kesinlikle yeterli		
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
İstanbul'daki müzelere ulaşım	0	0	7	16,7	6	14,3	19	45,2	10	23,8	0
İstanbul'daki müzelerde ziyaretçiyi karşılama	1	2,4	9	21,4	11	26,2	10	23,8	11	26,2	0
İstanbul'daki müzelerdeki ücretsiz harita ve bilgilendirme broşürleri	1	2,4	7	16,7	8	19,0	19	45,2	6	14,3	1
İstanbul'daki müzelerdeki bilgi ve teknoloji sistemleri	2	4,8	4	4,5	15	35,7	11	26,2	10	23,8	0
İstanbul'daki müzelerdeki teknolojinin etkili kullanımı	1	2,4	5	11,9	11	26,2	16	38,1	5	11,9	4
İstanbul'daki müzelerdeki rehberlik hizmetleri	2	4,8	7	16,7	8	19,0	14	33,3	11	26,2	0
İstanbul'daki müzelerde işaret ve yönlendirme levhaları	3	7,1	5	11,9	8	19,0	14	33,3	12	28,6	0
İstanbul'daki müzelerde sergilenen eserler	2	4,8	0	0	5	11,9	13	31,0	22	52,4	0
İstanbul'daki müzelerde aydınlatma	1	2,4	3	7,1	3	7,1	12	28,6	21	50,0	2
İstanbul'daki müzelerin iç ve dış görünüm özellikleri	2	4,8	1	2,4	8	19,0	10	23,8	21	50,0	2
İstanbul'daki müzelerdeki tarihi sergi unsurları	1	2,4	4	9,5	4	9,5	16	38,1	17	40,5	0
İstanbul'daki müzelerde düzenlenen kültür ve sanat etkinlikleri	0	0	9	21,4	9	21,4	16	38,1	8	19,0	0
İstanbul'daki müzelerin fiziksel tesislerin özellikleri (kafe/restoran/park yerleri)	2	4,8	7	16,7	8	19,0	14	33,3	11	26,7	0
İstanbul'daki müzelerin giriş ücretleri	6	14,3	2	4,8	14	33,3	8	19,0	12	28,6	0

**Ankete Katılan Yerli Ziyaretçilerin İstanbul'daki Müze Ziyaretine İlişkin Memnuniyet Düzeyi**

Ankete katılan yerli ziyaretçilerin en yüksek oranda kesinlikle katılıyorum yanıtı verdiği ifade “bu şehirdeki müzeleri arkadaşlara/akrabalarına tavsiye edeceğim” ifadesidir. Ziyaretçilerin %57,1'i kesinlikle katılıyorum ve %28,6'sı katılıyorum ifadelerini işaretlemişlerdir.

“Bu şehirdeki müzelere yaptığım ziyaretten memnun oldum” ifadesine yerli ziyaretçi %52,4 kesinlikle katılıyorum ve %35,7 katılıyorum yanıtını vermişlerdir.

“Gelecek yıl içinde bu müzeyi tekrar ziyaret edeceğim” ifadesine yerli ziyaretçiler diğer ifadeler kadar olmasa da yüksek oranda kesinlikle katılıyorum (%38,1) ve katılıyorum (%37,7) yanıtlarını vermişlerdir. Yerli ziyaretçiler en yüksek oranda kesinlikle katılmıyorum (%4,8), katılmıyorum (%9,5) ve kararsızım (%7,1) ifadelerini de bu ifade de işaretlemişlerdir.

“Bu şehirdeki müzeleri ziyaret etmek değerli bir deneyim oldu” ifadesi de %54,8 kesinlikle katılıyorum ve %33,1 katılıyorum oranları ile en yüksek oranda katılım alan ifadelerden biridir (Tablo 62).

**Tablo 62. Ankete Katılan Yerli Ziyaretçilerin İstanbul'daki Müze Ziyaretine İlişkin Memnuniyet Düzeyi**

İfadeler	Katılım Düzeyi									
	Kesinlikle katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle katılıyorum	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Bu şehirdeki müzelere yaptığım ziyaretten memnun oldum	2	4,8	2	4,8	1	2,4	15	35,7	22	52,4
Bu şehirdeki müzeleri ziyaret etmek değerli bir deneyim oldu	1	2,4	1	2,4	3	7,1	14	33,3	23	54,8
Gelecek yıl içinde bu müzeyi tekrar ziyaret edeceğim	2	4,8	4	9,5	5	11,9	15	37,7	16	38,1
Bu şehirdeki müzeleri arkadaşlara/akrabalarına tavsiye edeceğim	0	0	1	2,4	5	11,9	12	28,6	24	57,1

### **Ankete Katılan Yerli Ziyaretçilerin Yaş Grupları İle Tercih Ettikleri Müze Türleri Arasındaki İlişki**

Tablo 63'te görülebileceği üzere sadece arkeoloji müze türü her yaş grubu tarafından tercih edilmiştir. Saray müzeler, teknoloji müzeleri, askeri müzeler ve sanat müzeleri genç yaştaki ziyaretçi tarafından daha çok tercih edilmektedir.

**Tablo 63. Yerli Ziyaretçilerin Yaş Grupları İle Tercih Ettikleri Müze Türleri Arasındaki İlişki**

Müze Türleri	Yaş Grupları	Frekans	Yüzde (%)
Saray Müzeler	20'den küçük	9	50
	21-30 arası	7	38,9
	31-40 arası	1	5,6
	41-50 arası	1	5,6
	50'den büyük	0	0
Arkeoloji Müzeleri	20'den küçük	13	46,4
	21-30 arası	10	35,5
	31-40 arası	3	10,7
	41-50 arası	1	3,6
	50'den büyük	1	3,6
Etnografya Müzeleri	20'den küçük	5	71,4
	21-30 arası	0	0
	31-40 arası	1	14,3
	41-50 arası	0	0
	50'den büyük	1	14,3
Askeri Müzeler	20'den küçük	10	43,5
	21-30 arası	9	39,1
	31-40 arası	3	13
	41-50 arası	1	4,3
	50'den büyük	0	0
Sanat Müzeleri	20'den küçük	15	60
	21-30 arası	7	28
	31-40 arası	2	8
	41-50 arası	0	0
	50'den büyük	1	4
Teknoloji Müzeleri	20'den küçük	10	45,5
	21-30 arası	7	31,8
	31-40 arası	4	18,2
	41-50 arası	1	4,5
	50'den büyük	0	0
Sanayi Müzeleri	20'den küçük	1	33,5
	21-30 arası	1	33,5
	31-40 arası	1	33,5
	41-50 arası	0	0
	50'den büyük	0	0
Diğer	20'den küçük	22	52,4
	21-30 arası	14	33,3
	31-40 arası	4	9,5
	41-50 arası	1	2,4

	50'den büyük	1	2,4
--	--------------	---	-----

### **Ankete Katılan Yerli Ziyaretçilerin Eğitim Düzeyi İle Tarihi Yerleri (Müzeler, Saraylar vs) Gezmeyi Tercih Etmeleri Arasındaki İlişki**

Yerli ziyaretçilerin eğitim düzeyi ile tarihi yerleri (müzeler, saraylar vs) gezmeyi tercih etmeleri arasındaki ilişkiye bakıldığında her eğitim düzeyinden ziyaretçinin çok önemli ifadesini işaretlediği görülmektedir.

Tarihi yerleri (müzeler, saraylar vs) gezmenin özellikle lise ya da altı eğitim düzeyine sahip ziyaretçi tarafından çok fazla tercih edildiği görülmektedir. Bu durumun tarihi yerleri (müzeler, saraylar vs) gezmenin eğitimde öneminin yeni fark edilmeye başlamasıyla paralel olduğunu gösterdiğini belirtmek mümkündür. Bu tabloda en az ziyaretçinin lisansüstü eğitim düzeyine sahip olduğu görülmektedir. Bu durum da ülkemizde eğitim seviyesinin yeni yükselmeye başlamasıyla açıklanabilir (Tablo 64).

**Tablo 64. Ankete Katılan Yerli Ziyaretçilerin Eğitim Düzeyi İle Tarihi Yerleri (Müzeler, Saraylar vs) Gezmeyi Tercih Etmeleri Arasındaki İlişki**

<b>Tarihi yerleri (müzeler, saraylar vs) gezme</b>	<b>Eğitim Düzeyi</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde (%)</b>
Hiç önemli değil	Lise ya da altı	1	2,5
	Önlisans	0	0
	Lisans	0	0
	Lisansüstü	0	0
	Diğer	0	0
Önemli değil	Lise ya da altı	2	100
	Önlisans	0	0
	Lisans	0	0
	Lisansüstü	0	0
	Diğer	0	0
Ne önemli ne önemsiz	Lise ya da altı	6	85,7
	Önlisans	1	14,3
	Lisans	0	0
	Lisansüstü	0	0
	Diğer	0	0
Önemli	Lise ya da altı	11	91,7
	Önlisans	0	0
	Lisans	1	8,3
	Lisansüstü	0	0
	Diğer	0	0

Çok önemli	Lise ya da altı	11	61,1
	Önlisans	3	7,3
	Lisans	4	22,2
	Lisansüstü	1	5,6
	Diğer	0	0

### **Ankete Katılan Yerli Ziyaretçilerin Müzeye Geliş Şekli İle Ziyaret Ettikleri Müzeler Arasındaki İlişki**

Yerli ziyaretçilerin müzeye geliş şekli ile ziyaret ettikleri müzeler arasındaki ilişkiye bakıldığında tur organizasyonlarıyla müzeye geliş şeklinin, bireysel olarak müzeye geliş şekline oranla oldukça düşük olduğu görülmektedir. Tur organizasyonu ile gidilen müzelere bakıldığında popüler olan Ayasofya Müzesi (%9) ve Topkapı Sarayı Müzesi'nin (%7) daha fazla tercih edildiği görülmektedir. Bireysel olarak müze ziyaretlerinde bulunan ziyaretçinin tercih ettikleri müze sayısı ise daha yüksektir. Tur organizasyonu ile gidilmemiş olan Kariye Müzesi ve Türk ve İslam Eserleri Müzesi'ne bireysel olarak katılımın olduğu anlaşılmaktadır (Tablo 65). Görüldüğü üzere tur organizasyonlarının faaliyetlerine daha fazla müze eklemeleri gerekmektedir. Bu hem ziyaretçiyi memnun ederek tur organizasyonlarına talebi artıracak hem de müze turizmine katkı sağlayacaktır.

**Tablo 65. Ankete Katılan Yerli Ziyaretçilerin Müzeye Geliş Şekli İle Ziyaret Ettikleri Müzeler Arasındaki İlişki**

Müzeler	Geliş Şekli	Frekans	Yüzde (%)
İstanbul Arkeoloji Müzesi	Tur organizasyonu ile	3	14,3
	Bireysel olarak	18	85,7
İstanbul Modern Sanatlar Müzesi	Tur organizasyonu ile	3	42,9
	Bireysel olarak	4	57,1
Rahmi Koç Müzesi	Tur organizasyonu ile	4	30,8
	Bireysel olarak	9	69,2
Ayasofya Müzesi	Tur organizasyonu ile	9	25
	Bireysel olarak	27	75
Kariye Müzesi	Tur organizasyonu ile	0	0
	Bireysel olarak	3	100



Büyük Saray Mozaikleri Müzesi	Tur organizasyonu	1	20
	Bireysel olarak	4	80
Topkapı Müzesi	Tur organizasyonu	7	21,2
	Bireysel olarak	26	78,8
Türk ve İslam Eserleri Müzesi	Tur organizasyonu	0	0
	Bireysel olarak	8	100
İslam, Bilim ve Teknoloji Tarihi Müzesi	Tur organizasyonu	1	12,5
	Bireysel olarak	7	87,5
Türebeler Müzesi	Tur organizasyonu	1	14,3
	Bireysel olarak	6	85,7
Diğer	Tur organizasyonu	7	25
	Bireysel olarak	21	75

## SONUÇ VE TARTIŞMA

Turizm, Türkiye için önemli bir sektördür. Türkiye birçok turizm türünün rahatlıkla yapılabileceği bir yer olarak oldukça büyük bir potansiyele sahip olmakla birlikte, ülkedeki turizm faaliyetlerinde kitle turizmi olarak kıyı turizmi (deniz kum güneş) hâkim durumdadır. Alternatif turizmin geliştirilmesi, 2023 Türkiye Turizm Strateji Belgesi'nde de belirtildiği gibi, turizmin tüm yıla yayılması ve turizmde ürün çeşitliliğinin artırılması açısından önem taşımaktadır.

Türkiye'de geliştirilebilecek önemli alternatif turizmin şekillerinden biri de müze turizmidir. Oldukça eski bir yerleşim alanı olarak birçok medeniyete beşiklik eden, arkeolojik kalıntıları, tarihi yapı ve mekânları ile adeta açık hava müzesi durumunda olan Türkiye, arkeolojik, tarihi ve kültürel birçok eseri müzelerinde sergilemektedir.

İstanbul (Tarihi Yarımadası) sahip olduğu müze çeşidi ve sayısı olarak, müzecilik ve müze turizmi açısından Türkiye'nin en önemli müze turizm noktası durumundadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerinde de görülebileceği üzere 2018 yılında İstanbul'a gelen 13.433.101 ziyaretçinin 7.379.493'ünün İstanbul'da Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı müzeleri ziyaret etmesi, müze turizminin İstanbul şehri ve Türkiye için oldukça önemli olduğunu göstermektedir. Türkiye'de en çok ziyaret edilen müzeler ve ören yerlerine bakıldığında ilk iki sırada İstanbul Tarihi Yarımadası'nda yer alan Topkapı Sarayı Müzesi ve Ayasofya Müzesi'nin yer aldığı görülmektedir. Yine İstanbul'da en çok ziyaret edilen ilk 13 müzeye bakıldığında, 10 müzenin İstanbul Tarihi Yarımadası'nda yer aldığı görülmektedir.

Bulgularımıza göre, İstanbul'a ve İstanbul müzelerine birçok ülkeden ziyaretçi gelmektedir. Gelen ziyaretçilerin büyük bölümünü ise, Avrupa ülkelerinden gelenler oluşturmaktadır. Bu ülkelerden en çok ziyaretçi gelen ülkeler Almanya, Yunanistan, Ukrayna, Belçika ve İngiltere'dir (Tablo 14). Bu durum Türkiye'ye gelen yabancı profiline uygunluk taşımakla birlikte, İstanbul'un kültürel geçmişiyle de yakından ilgilidir. İstanbul'un iki büyük imparatorluğa baş şehirlik yapması ve Roma İmparatorluğu'nun bugünün Batı toplumları için çok önemli olması, Avrupa ülkelerinden daha fazla ziyaretçi almasına sebep olmaktadır. Yabancı ziyaretçilerin ziyaretlerinde İstanbul'u tercih etmelerinin en önemli nedeni, Özer'in (2010) araştırmasında da İstanbul'un kültürel ve tarihi kaynakları olarak vurgulanmıştır.

İstanbul'un tarihi mekânlarına ve müzelerine her yaştan ziyaretçi gelmekle birlikte, daha çok genç ve orta yaş grubundaki (Tablo 51), eğitim düzeyi yüksek (lisans ve lisansüstü) (Tablo 52) olan yabancı ziyaretçilerin tercih ettiği görülmektedir. Kıvanç'ın (2011) araştırmasında farklı olarak İstanbul'un, genellikle orta yaşın üstündeki, eğitim düzeyi lisans ve lisansüstü olan ve orta gelirin üstünde gelir seviyesine sahip yabancı ziyaretçiler tarafından ilgi gördüğü belirtilmiştir. Her iki durumda da eğitim seviyesinin yüksek olması ortak noktadır. Eğitim seviyesi ile gelir seviyesi genellikle birbirine paralel olarak artmaktadır. Gelir seviyesi yüksek olan ziyaretçinin harcamalarının da yüksek olması beklenmektedir. Dolayısıyla İstanbul Tarihi Yarımadası'nda müzeciliğin ve müze turizminin geliştirilmesi, Türkiye'nin en çok turist çeken şehirlerinden İstanbul'da turizmin çeşitlendirilmesi, bütün yıla yayılması ve turizm gelirlerinin artırılması açılarından önem taşımaktadır.

İstanbul'un tarihi mekânlarına ve müzelerine her yaştan ziyaretçi gelmekle birlikte, daha çok genç grubundaki (Tablo 63), eğitim düzeyi lise ve lisans olan (Tablo 64) yerli ziyaretçilerin tercih ettiği görülmektedir. Bunda son dönemde uygulanan eğitim programlarında müzeler konusuna yer verilmesi etkili olmaktadır. Dolayısıyla eğitim programlarında müze ve müze turizmi konuları ile bu konuların dâhil edilebileceği uygulamalara daha fazla ağırlık verilmeli ve önemleri vurgulanmalıdır.

İstanbul Tarihi Yarımadası'ndaki müzeleri ziyaret edenlerin İstanbul müzelerini tercih etmelerinde, yeni bilgiler edinmek, yeni deneyimler kazanmak, tarihi ve kültürel varlıkları, zengin eski kalıntıları görmek, başta gelen nedenler olmaktadır (Tablo 31). Ziyaretçilerin en çok ziyaret ettikleri müzeler arasında Topkapı Sarayı Müzesi, Ayasofya Müzesi, İstanbul Arkeoloji Müzesi, Dolmabahçe Sarayı Müzesi ve Yerebatan Sarnıcı Müzesi başta gelmektedir (Tablo 26).

İstanbul Tarihi Yarımadası'na yapılan ziyaretlerde seyahat acentaları ve tur şirketlerinin etki alanının önemi oldukça fazladır. Ziyaretlerini seyahat acentaları ya tur şirketleri aracılığıyla gerçekleştiren ziyaretçilerin, ziyaret ettikleri müze sayısının ise oldukça sınırlı olduğu görülmektedir. Bu bağlamda seyahat acentaları ve tur şirketlerinin planlamalarında ziyaret edilecek müze sayısını artırmaları müze turizmine katkı sağlayacaktır.

Yabancı ziyaretçilerin, müzelerden daha çok internet ya da e-posta yolu ile haberdar olduğu görülmektedir. Bunu arkadaş veya akraba tavsiyesi, kitap, broşür, ilan, katalog ve

televizyon yoluyla haberdar olmak izlemektedir (Tablo 44). Bu durum, müzelerin web sayfalarının daha etkili bir şekilde kullanılmasının gerekliliğini göstermektedir. İstanbul müzelerinin web sayfaları Dünya'daki müzelerle karşılaştırıldığında bilgi ve görsel bakımından oldukça yetersiz olduğu görülmektedir. Müzenin sanal ortamlarda yer alması ziyaretçinin bilgilenebilmesine ve eğitime katkıda bulunurken; uyandırdığı merak sayesinde de daha fazla ziyaretçi gelmesini sağlayacaktır. Bu gibi nedenlerden dolayı müze web sayfasının daha verimli bir hale getirilmesi için kapsamlı bir çalışma yapılması gerekliliği Aksoy (2013) tarafından da belirtilmiştir.

Ziyaretçilerin İstanbul'daki müze ziyaretlerine ilişkin izlenimlerinde müze giriş ücretini, müzedeki rehberlik hizmetini, müzelere ulaşımı, işaret ve yönlendirme levhalarını, teknolojinin etkili kullanımını, aydınlatmayı, iyi/yeterli bulmaktadır (Tablo 32). Kıvanç'ın (2011) araştırmasında ise İstanbul'daki müze ve öğrenim yerlerinin bakımsız olduğu, giriş ücretlerinin yüksek olduğu, altyapı ve üstyapı olanaklarının yetersiz olduğu ve geliştirme çalışmalarının yapılması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Müzelerde düzenlenen kültür ve sanat etkinlikleri ziyaretçiler tarafından olumlu karşılanmaktadır. Bu durum müzelerde düzenlenecek farklı kültürel etkinliklerin ve özel bir takım sergilerin müzelere yabancı ziyaretçi çekmek açısından etkili bir yol olduğunu göstermektedir. Yine, özellikle saray müzelerde eserlerin sergilendiği mekânın kendisi tarihi bir değer taşıdığından müzelerin iç ve dış görünümü oldukça beğenilmektedir. Bunlarla birlikte, ziyaretçilerin önemli bir bölümü müzelerde ziyaretçiyi karşılama konusunu ve müzelerin fiziksel tesislerinin özelliklerini (kafe/restoran/park yerleri) yetersiz bulmaktadır. Bunlar gelecek ile ilgili planlamalarda üzerinde durulması gereken konulardır.

Yabancı ziyaretçiler, İstanbul'u ve İstanbul müzelerini ziyaretlerinden memnun kaldıklarını, İstanbul'u arkadaş ve akrabalarına tavsiye edeceklerini ve İstanbul'u gelecekte tekrar ziyaret etmeyi düşündüklerini belirtmişlerdir (Tablo 50). Bu sonuç, İstanbul'un yabancı ziyaretçilerin beklentilerini karşıladığını göstermektedir. Arkadaş ve akraba tavsiyesinin müze turizmi ile ilgili en önemli bilgi kaynaklarından biri olduğu göz önüne alındığında, bu sonucun İstanbul'un tanıtımı ve turistik geleceği açısından oldukça önemli olduğu söylenebilir.

Küreselleşmenin etkisiyle şehirler turist çekmeye çalışırken homojenleşmekte, birbirlerine benzer hal almaktadırlar. Bir şehri ziyaret etme amacı onun barındırdığı farklılıklardır. Farklı bir şehir ve şehrin parçası olarak şehrin farkına varmak önemlidir. Şehir

farklılıkların kullanıldığı ve turistin dâhil edildiği faaliyetlerle İstanbul'un iz bırakması sağlanmalıdır. Örneğin, seramiklerin sergilendiği müzenin bir bölümünde bunların turistlerle beraber yapılması, İstanbul mutfağına ait örneklerin beraber yapıldığı alanlar oluşturulması, İstanbul'u tanıtmak ve yaşatmak açısından önem arz etmektedir. Özer'in (2010) araştırmasında mutfak kültürünün, bu amaçla güdülenen turistler için oldukça etkili bir ziyaret nedeni olduğu göz önüne alındığında, bu alanda gerçekleştirilecek festival ve etkinliklere ağırlık verilmesinin oldukça önemli olduğu vurgulanmıştır.

İstanbul Tarihi Yarımadası, tarihi topoğrafyası, taşıdığı doğal ve kültürel özellikler ile Dünya'daki ender bölgelerden biridir. İstanbul Tarihi Yarımadası'nda günümüze ulaşan çok sayıda tarihi eser ve mekân bulunmaktadır. Her tarihi şehirde olduğu gibi İstanbul'da yer alan tarihi ve kültürel değerlerin korunabilmesi her şeyden önce koruma bilincinin geliştirilmesine bağlıdır. Bu nedenle bölgedeki kültür bilincinin artırılması için bölge halkının çeşitli etkinlikler çerçevesinde bu konuda eğitilmesi ve bilgilendirilmesi önem taşımaktadır.

Yabancı ziyaretçilerin en çok ilgisini çeken müze türlerinden birisi arkeoloji müzeleridir. İstanbul Arkeoloji Müzeleri, Türkiye'de en çok ziyaret edilen müze olma özelliği taşıyan Topkapı Sarayı Müzesi'nin hemen yanında olmasına rağmen yabancı ziyaretçi sayısı, Topkapı Sarayı Müzesi'nin yabancı ziyaretçi sayısından oldukça azdır. Bu durumun nedenlerinin araştırılabileceği Sezer'in (2010) araştırmasında da belirtilmiştir.

## KAYNAKÇA

- Altunbaş, A. ve Özdemir, Ç. (2012). *Çağdaş Müzecilik Anlayışı ve Ülkemizde Müzeler*. Kültür ve Turizm Bakanlığı Teftiş Kurulu Yayınları. <http://teftis.kulturturizm.gov.tr/Eklenti/4655,makale.pdf> adresinden 01.07.2019 tarihinde alınmıştır.
- Aksoy, Z. (2013). *Kültür ve Turizm Vizyonu Bağlamında Topkapı Sarayı Müzesinin Değerlendirilmesi*. Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi, Kültür ve Turizm Bakanlığı Topkapı Sarayı Müze Müdürlüğü, İstanbul.
- Atagök, T. (2010). Müzecilik ve Türk Müzeciliği, *Ege Mimarlık Dergisi*, 7, 8-13.
- 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.
- Arslan, A. (2013). İstanbul Arkeoloji Müzeleri'nin Turizmdeki Yeri Üzerine Bir Değerlendirme. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 29, 23-29.
- Aytokmak, D. (2006). *İstanbul Kent Müzesi İçin Yeni Yaklaşımlar*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müzecilik Anabilim Dalı, İstanbul.
- Beeley, B.W. (1970). The Turkish Village Coffeehouse As A Social Institution. *Geographical Review*, 4,475-494.
- Bora, G. (2006). *Kentsel Turizm: İstanbul Tarihi Yarımada'da Turizm Kümelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Şehir ve Bölge Planlama Anabilim Dalı, İstanbul.
- Boyar, H. (2006). *Bilgi Toplumu Oluşumu ve Küreselleşmenin Şehirsel Mekâna Etkilerinde Müzeler Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Şehir ve Bölge Planlama Anabilim Dalı, Ankara.

- Bramwell, B.(1998). *User Satisfaction and Product Development in Urban Tourism, Tourism Management. 19, 35-47.*
- Chadwick, J. C. (1999). A Survey of Characteristics and Patterns of Behaviour in Visitors to a Museum, *Museums and the Web, 5, Conference Proceedings* [Online]. <http://www.archimuse.com/mw99/papers/chadwick/chadwick.html> adresinden 3 Mart 2017 tarihinde alınmıştır.
- Coşkun, İ.O. (2004). *Turizm Politikası ve Planlaması İçin En Uygun Talep Öngörü Yönteminin Belirlenmesi*. Yayımlanmamış 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)*.
- Devlet Planlama Teşkilatı (1985). *Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1985-1989)*.
- Devlet Planlama Teşkilatı (2001). *Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (2001-2005)*.
- Devlet Planlama Teşkilatı (2007). *Çevre Özel İhtisas Komisyonu Raporu*.
- Devlet Planlama Teşkilatı (2007). *Dokuzuncu Kalkınma Planı: Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu*.
- Devlet Planlama Teşkilatı (2009). *Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013) 2009 Kalkınma Programı*.
- Doğanay, H. (2013). *Türkiye Turizm Coğrafyası*. PEGEM Akademi Yayınları. Ankara.
- Doğaner, S. (2001). *Türkiye Turizm Coğrafyası*. Çantay Kitabevi. 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.

Fatih Belediyesi (2009). *2010-2014 Stratejik Planı*.

Fletcher, A. and Lee, M.J. (2012). Current Social Media Uses And Bevaluations İn American Museum, *Museum Management and Curatorship*, 27(5), 505-521.

Günel, V. vd. (2009). Türkiye'ye Yönelik Kültürel Turizm Turları ve Başlıca Güzergâhlar. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), 275-298.

Günay, S. (2007). Gelişmekte Olan Çorum Turizmi: Büyük Potansiyel Yetersiz Tanınmışlık ve Umud Veren Turist Tatmini. *Ege Coğrafya Dergisi*, 16, 87-101.

Gürel, E. (2013). Ankara'daki Müzelerde Ziyaretçi Profillerinin ve Motivasyonlarının Değerlendirilmesi, *Ankara Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 1-9.

Herreman, Y. (1998). Museums and Tourism: Culture and Consumption. *Museum International*, (50)3, 4-12.

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.

Jurdana, D. S. and Z. Susilovic. (2006). Planning City Tourism Development: Principles and Issues, *Tourism and Hospitality Management* 12(2), 135-144.

Karadeniz, C. vd. (2011). *Müze Eğitim Modülü*. MDGF UNICEF Yayını. Ankara.



- Karabıyık, A. (2007). *Çağdaş Sanat Müzeciliği Kapsamında Türkiye'deki Müzecilik Hareketlerine Bir Bakış*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Resim Anabilim Dalı, Erzurum.
- Karataş, M. ve Babür, S. (2013). Gelişen Dünya'da Turizm Sektörünün Yeri. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 15(25), 15-24.
- Kaufman, J.E. (2009). Museums Make Deep Cuts In Face Of Global Financial Crisis. *The Art Newspaper*, 198.
- Keleş, V. (2003). Modern Müzecilik ve Türk Müzeciliği, *Atatürk Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(1-2), 1-17.
- Kelkit, A. (2003). Çanakkale İlinin Turizm Potansiyeli ve Çeşitlendirilmesi. *Selçuk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 17(31), 18-23.
- Kervankıran, İ. (2014). Dünyada Değişen Müze Algısı Ekseninde Türkiye'deki Müze Turizmine Bakış. *Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic* 9(11), 345-369.
- Kervankıran, İ. ve Eryılmaz, A. (2015). Müzelerin Türkiye Turizmindeki Yeri Nedir? Türkiye'de Müze Turizminin Mekânsal Dağılımına Genel Bir Bakış. *I. Eurasia International Tourism Congress: Current Issues, Trends, and Indicators*, 602-614.
- Kıvanç, Ş. (2011). *Kentsel Turizm: İstanbul Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, İstanbul.
- Kızılırmak, İ. ve Kurtuldu, H. (2005). Kültürel Turizmin Önemi ve Tüketici Tercihlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Çalışma. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 100-120.

- Köybaşı, N. (2006). *Boş Zaman Sosyolojisi ve Boş Zamanları Değerlendirme Aracı Olarak Dinlence Turizmi ve Kültür Turizmine Katılan Yerli Turistlerin Karşılaştırmalı Sosyolojik Analizi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm ve Otel İşletmeciliği Anabilim Dalı, Eskişehir.
- Kuter, N. (2007). Çankırı Şehri ve Çevresinin Turizm Açısından Değerlendirilmesi. *Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Bartın Orman Fakültesi Dergisi*, (9)11, 71-77.
- Law, C. M. (2002). *Urban Tourism – Visitor Economy and the Growth of Large Cities*. Birinci Basım. London: Continuum Press.
- OECD (2009). *Tourism in OECD Countries 2008: Trends and Policies* [Elektronik Sürüm]. Paris: OECD Publishing. <http://www.oecd.org/dataoecd/16/59/40181571.pdf> adresinden 17 Ocak 2018 tarihinde alınmıştır.
- OECD (2009). *The Impact of Culture on Tourism* [Elektronik Sürüm]. Paris: OECD Publishing. <http://www.oecd.org/dataoecd/35/4/42040208.pdf> 17 Ocak 2018 tarihinde alınmıştır.
- 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.
- Özer, S. (2010). *Şehir Turizmi ve Kültür: Yabancı Turistlerin Kültürel Bir Destinasyon Olarak İstanbul'u Değerlendirmeleri Üzerine Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm ve Otel İşletmeciliği Anabilim Dalı, Eskişehir.
- Özgören, F. (2007). *Boş Zaman Pazarlaması ve Müzecilikte Bir Uygulama*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, İstanbul.

- Özgüç, N. (2017), *Turizm Coğrafyası: Özellikler ve Bölgeler*. Çantay Yayınları. Ankara.
- 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 Anabilim Dalı, İstanbul.
- Okan, B. (2018). Günümüzde Müzecilik Anlayışı. *Anadolu Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, 9, 187-198.
- Özkasım, H. ve Ögel, S. (2005). Türkiye'de Müzeciliğin Gelişimi. *İstanbul Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1), 96-102.
- Öztekin, O.A. (2014). *Müze Kavramı ve Müze Yapılarının İç Mekânlarının İstanbul'dan Örneklerle İncelenmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisan Tezi, Haliç Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü İç Mimarlık Anabilim 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.
- Sezer, M. (2010). *Türkiye Turizm Sektöründe Müze Turizminin Payının Değerlendirilmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Sosyal Bilimler Enstitüsü Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Anabilim Dalı, Ankara.
- Strickland, J. (2003). *The Impact of Low Cost Airlines*, Paper to be presented in the WTO: New Paradigms for City Tourism Management Conference: İstanbul: 1-3 Haziran.
- Stylianou-Lambert, T. (2011). Gazing From Home: Cultural Tourism And Art Museums. *Annals of Tourism Research*, 38 (2), 403-421.
- Sivil, İ. H. (2007). *Avrupa Birliği Turizm Politikaları ve Türkiye Turizmi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Coğrafya Anabilim Dalı, Elazığ.

Subaşılar, B. (2007). *Turizm Tanıtımında Kültür Turizminin Yeri ve İstanbul Üzerine Bir Uygulama*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Anabilim Dalı, İstanbul.

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2007). *Türkiye Turizm Stratejisi 2023*.

Tokmak, C. (2008). *Sürdürülebilir Turizm Açısından Taşıma Kapasitesi: Topkapı Sarayı Örneği*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Eğitimi Anabilim 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.

Türkün, A. (2007). *Şehirsel Turizmin Gelişmiş ve Az Gelişmiş Ülkelerdeki Yansımaları, TMMOB İstanbul Şehir Sempozyumu’na sunulan bildiri*.

UNESCO (2006). *Tourism, Culture and Sustainable Development [Elektronik Sürüm]*. Paris: UNESCO Publishing. <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001475/147578e.pdf> adresinden 15.03.2018 tarihinde alınmıştır.

UNESCO (2009). *Sustainable Tourism Development in UNESCO Designated Sites in South Eastern Europe*.

[http://portal.unesco.org/en/files/45255/124102867315UNESCO\\_WHC\\_Workshop\\_Introduction\\_Sustainable\\_Tourism.doc/UNESCO\\_WHC\\_Workshop\\_Introduction\\_Sustainable\\_Tourism.doc](http://portal.unesco.org/en/files/45255/124102867315UNESCO_WHC_Workshop_Introduction_Sustainable_Tourism.doc/UNESCO_WHC_Workshop_Introduction_Sustainable_Tourism.doc) adresinden 04.01.2017 tarihinde alınmıştır.

UNWTO (1995). *Technical Manual No-2: Collection of Tourism Expenditure Statistics*

UNWTO (1999). *Tourism 2020 Vision*.

UNWTO (2006). *Tourism Market Trends, 2006 Edition Annex-7*.

UNWTO (2008-a). *Tourism Highlights 2008 Edition*.

UNWTO (2009). *UNWTO World Tourism Barometer*, 7 (1).

UNWTO (2010). *Annual Report 2010*.

UNWTO (2010). *UNWTO World Tourism Barometer*, 8 (1).

UNWTO (2011). *Annual Report 2011*.

UNWTO (2012). *Annual Report 2012*.

UNWTO (2013). *Annual Report 2013*.

UNWTO (2014). *Annual Report 2014*.

UNWTO (2015). *Annual Report 2015*.

UNWTO (2016). *Annual Report 2016*.

UNWTO (2017). *Tourism Highlights 2017 Edition*.

Uygur, S. M. ve Baykan, E. (2007). Kültür Turizm ve Turizmin Kültürel Varlıklar Üzerindeki Etkileri. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (1)2, 30-49.

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/Commmtourism.PDF> adresinden 27.04.2017 tarihinde alınmıştır.

Wong, A.S. (2011). Ethical Issues Of Social Media İn Museums: A Case Study. *Museum Management and Curatorship*, 26(2), 97-112.

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.

Yıldız, Z. (2011). Turizm Sektörünün Gelişimi ve İstihdam Üzerindeki Etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 3(5), 54-71.

Yılmaz, A. (2012). Beşeri Kaynaklar ve Turizm Türleri. Semra GÜNAY (Edt), *Turizm Coğrafyası*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, ISBN:978-975-1175-9, 66-97, Eskişehir.

Yılmaz, A. (2012). Doğal Coğrafi Kaynaklar ve Turizm Türleri. Semra GÜNAY (Edt), *Turizm Coğrafyası*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, ISBN:978-975-1175-9, 38-64, Eskişehir.

<http://www.tuik.gov.tr> adresinden 18.04.2018 tarihinde alınmıştır.

<http://www.turizm gazetesi.com> adresinden 25.11.2018 tarihinde alınmıştır.

<https://www.tursab.org.tr> adresinden 02.01.2018 tarihinde alınmıştır.

**EK 1: TÜRKÇE ANKET ÖRNEĞİ**

Bu anket, Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Coğrafya 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: .....

Cinsiyet:  Erkek  Kadın

Uyruğunuz: .....

Yaşadığınız Ülke ve Şehir: .....

**Eğitim Düzeyiniz:**

- Lise ya da altı  
 Önlisans  
 Lisans  
 Lisansüstü  
 Diğer.....

Aylık ortalama geliriniz? (:.....)

**İstanbul'a/Türkiye'ye gelişi nedeniniz?**

- Tatil  
 Akraba veya arkadaş ziyareti  
 Alışveriş  
 Toplantı, konferans  
 Ticaret

**İstanbul'u/ Türkiye'yi kaçınıcı kez ziyaret ediyorsunuz?**

- İlk kez  
 İkinci kez  
 Üçüncü kez  
 Daha fazla (Lütfen belirtiniz).....

**İstanbul'a / Türkiye'ye nasıl geldiniz?**

- Tur organizasyonu  
 Bireysel olarak

**Bu müzeye nasıl geldiniz?**

- Tur organizasyonu  
 Bireysel olarak

**Bu şehirde ziyaret ettiğiniz veya edeceğiniz müzeler hangileri? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)**

- İstanbul Arkeoloji Müzesi  
 İstanbul Modern Sanatlar Müzesi  
 Rahmi Koç Müzesi  
 Ayasofya Müzesi  
 Kariye Müzesi  
 Büyük Saray Mozaikleri Müzesi  
 Topkapı Sarayı Müzesi  
 Türk ve İslam Eserleri Müzesi  
 İslam, Bilim ve Teknoloji Tarihi Müzesi  
 Türbeler Müzesi  
 Diğer

belirtiniz)..... (Lütfen

**Bu müzeden nasıl haberdar oldunuz?**

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

belirtiniz)..... (Lütfen

**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.

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

- Saray Müzeler  
 Arkeoloji Müzeleri  
 Etnografya Müzeleri  
 Askeri Müzeler  
 Sanat Müzeleri  
 Teknoloji Müzeleri  
 Sanayi Müzeleri  
 Diğer.....

**Tatile gittiğiniz yerde yaptığınız faaliyetlerin sizce önem derecesini belirtiniz.**

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

Lütfen aşağıdaki bilgilerin ne derece önemli olup olmadığını kutucuklara "X" işareti koyarak belirtiniz.	Çok önemli	Önemli	Ne önemli ne önemsiz	Önemli değil	Hiç önemli değil
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

**LÜTFEN ARKA SAYFAYA GEÇİNİZ.**

**Müze ziyaretinize ilişkin alışkanlıklarınızı her bir ifadeye katılma derecenize göre belirtiniz.**  
(1 Kesinlikle katılmıyorum, 2 Katılmıyorum, 3 Kararsızım, 4 Katılıyorum, 5 Kesinlikle katılıyorum)

Lütfen aşağıdaki bilgilere ne derecede katılıp katılmadığınızı kutucuklara "X" işareti koyarak belirtiniz.	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Yeni bilgi ve deneyimler edinmek için müzeleri ziyaret ederim	1	2	3	4	5
Farklı kültür ve geçmiş yaşamlar hakkında bilgi sahibi olmak için müzelere giderim	1	2	3	4	5
Farklı bir zaman ve yerde yaşamayı hayal etmemi sağladığı için müzelere giderim	1	2	3	4	5
Ziyaret sırasında gerçeklerden kaçmak için müzeleri ziyaret ederim	1	2	3	4	5
İnsan kalabalığından uzaklaşmak için müzeleri ziyaret ederim	1	2	3	4	5
İnsanlarla sosyal etkileşimde bulunmak için müzeleri ziyaret ederim	1	2	3	4	5
Tur programları içerisinde yer aldığında müzeleri ziyaret ederim	1	2	3	4	5
Müzelerin kafeteryasını/restoranını kullanmak için müzeleri ziyaret ederim	1	2	3	4	5
Boş zamanımı değerlendirmek için müzeleri ziyaret ederim	1	2	3	4	5
Arkadaşlarımı veya yakınlarımı gezdirmek için müzeleri ziyaret ederim	1	2	3	4	5
Özel sergi/konferans/sanatsal etkinlikler için müzeleri ziyaret ederim	1	2	3	4	5
Gittiğim yabancı ülkelerdeki müzeleri ziyaret ederim	1	2	3	4	5
Yaşadığım yerin yakınındaki müzeleri ziyaret ederim	1	2	3	4	5
Müzeleri ziyaret etmektense müzelerin web sayfalarını ziyaret ederim	1	2	3	4	5

**Müze ziyaretinize ilişkin alışkanlıklarınızı her bir ifadeye katılma derecenize göre belirtiniz.**  
(1 Kesinlikle yetersiz, 2 Yetersiz, 3 Kararsızım, 4 Yeterli, 5 Kesinlikle yeterli)

Lütfen aşağıdaki bilgilerin ne derecede yeterli olup olmadığını kutucuklara "X" işareti koyarak belirtiniz.	Kesinlikle Yetersiz	Yetersiz	Kararsızım	Yeterli	Kesinlikle Yeterli
İstanbul'daki müzelere ulaşım	1	2	3	4	5
İstanbul'daki müzelerde ziyaretçiyi karşılama	1	2	3	4	5
İstanbul'daki müzelerdeki ücretsiz harita ve bilgilendirme broşürleri	1	2	3	4	5
İstanbul'daki müzelerdeki bilgi ve teknoloji sistemleri	1	2	3	4	5
İstanbul'daki müzelerdeki teknolojinin etkili kullanımı	1	2	3	4	5
İstanbul'daki müzelerdeki rehberlik hizmetleri	1	2	3	4	5
İstanbul'daki müzelerde işaret ve yönlendirme levhaları	1	2	3	4	5
İstanbul'daki müzelerde sergilenen eserler	1	2	3	4	5
İstanbul'daki müzelerde aydınlatma	1	2	3	4	5
İstanbul'daki müzelerin iç ve dış görünüm özellikleri	1	2	3	4	5
İstanbul'daki müzelerdeki tarihi sergi unsurları	1	2	3	4	5
İstanbul'daki müzelerde düzenlenen kültür ve sanat etkinlikleri	1	2	3	4	5
İstanbul'daki müzelerin fiziksel tesislerin özellikleri (kafe/restoran/park yerleri)	1	2	3	4	5
İstanbul'daki müzelerin giriş ücretleri	1	2	3	4	5

**Müze ziyaretinize ilişkin genel memnuniyet katılma derecenizi belirtiniz.**  
(1 Kesinlikle katılmıyorum, 2 Katılmıyorum, 3 Kararsızım, 4 Katılıyorum, 5 Kesinlikle katılıyorum)

Lütfen aşağıdaki bilgilere ne derecede katılıp katılmadığınızı kutucuklara "X" işareti koyarak belirtiniz.	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Bu şehirdeki müzelere yaptığım ziyaretten memnun oldum	1	2	3	4	5
Bu şehirdeki müzeleri ziyaret etmek değerli bir deneyim oldu	1	2	3	4	5
Gelecek yıl içinde bu müzeyi tekrar ziyaret edeceğim	1	2	3	4	5
Bu şehirdeki müzeleri arkadaşlara/akrabalarına tavsiye edeceğim	1	2	3	4	5



**EK 2: İNGİLİZCE ANKET ÖRNEĞİ**

This questionnaire is carried out in order to provide data for a postgraduate thesis which is prepared within the body of Geography Department of Uşak University Social Sciences Institute. Your answer will be evaluated collectively and your identity will not be disclosed. Thank you for your contribution.

Your age: .....

Gender:  Male  Female

Nationality: .....

Your Country and City: .....

**Your Educational Status:**

- Lyceum or elementary education  
 Associate degree  
 Licence  
 Graduate education  
 Other.....

Your Monthly Income? (:.....)

**The reason of your visit to İstanbul/ Turkey?**

- Holiday  
 Relative or friend visit  
 Shopping  
 Meeting, conference  
 Trading

**How many times have you visited İstanbul/ Turkey?**

- First time  
 Twice  
 Third time  
 More, (Please state).....

**How did you come to İstanbul / Turkey?**

- Together with a touring organization  
 Individually

**How did you come to museum?**

- Together with a touring organization  
 Individually

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

- İstanbul Archeology Museum  
 İstanbul Modern Arts Museum  
 Rahmi Koç Museum  
 Hagia Sophia Museum  
 Chora Museum  
 Great Palace Mosaics Museum  
 Topkapı Palace Museum  
 Turkish and İslamic Arts Museum  
 İslam, Science and Technology History Museum  
 Türbeler Museum  
 Other (Please state).....

**How have you been aware of this museum?**

- Radio, television  
 Book, brochur, announcement, catalogue  
 Recommendation of a friend or relative  
 İnternet, e-mail  
 Other (Please state).....

**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

**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  
 Industry Museums  
 Other (Please state).....

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 Significant)

Please indicate in the boxes whether the following information is important by placing an "X".	Very Significant	Significant	I consider as neither significant nor insignificant	Not Significant	Of No Significant
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 (museum, 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

PLEASE CONTINUE ON THE BACK PAGE.

Please state the reasons of your groove for visiting museums according to your agreement levels for each expression.

(1 I certainly disagree, 2 Disagree, 3 Undecided, 4 Agree, 5 I certainly agree)

Please indicate in the boxes below whether you have participated in the following information by placing an "X".	I certainly disagree	Disagree	Undecided	Agree	I certainly agree
I visit the museums to get new knowledge and experiences	1	2	3	4	5
I am going to have a good knowledge of different cultures and past lives	1	2	3	4	5
Because it allows me to imagine life in a different time and place	1	2	3	4	5
I visit the museums to avoid the facts during the visit	1	2	3	4	5
I visit the museums to get away from the human crowd	1	2	3	4	5
I visit museums to socialize with people	1	2	3	4	5
I visit the museums when they are included in the tour schedules	1	2	3	4	5
I visit the museums in order to utilize from the cafeteria/ restaurant of the museum	1	2	3	4	5
I visit the museums to evaluate my free time	1	2	3	4	5
I visit the museums to show my friends or relatives	1	2	3	4	5
I visit museums for private exhibitions / conferences / art events	1	2	3	4	5
I visit the foreign museums in the countries I visited	1	2	3	4	5
I visit the museums near where I live	1	2	3	4	5
I visit the web pages of the museums while visiting the museums	1	2	3	4	5

Indicate your opinion of visits to the museums according to the level of participation in each statement.

(1 Absolutely Insufficient, 2 Insufficient, 3 Undecided, 4 Enough, 5 Absolutely Enough)

Please indicate at what level the following information is sufficient by marking the boxes with an "X".	Absolutely Insufficient	Insufficient	Undecided	Enough	Absolutely Enough
Transportation to Istanbul	1	2	3	4	5
Meeting visitors in Istanbul's museums	1	2	3	4	5
Free maps and information brochures in Istanbul's museums	1	2	3	4	5
Information and technology systems in Istanbul's museums	1	2	3	4	5
Effective use of technology in Istanbul's museums	1	2	3	4	5
Guidance services in museums in Istanbul	1	2	3	4	5
Signs and directional signs in the museums in Istanbul	1	2	3	4	5
Artifacts exhibited in the museums in Istanbul	1	2	3	4	5
Lighting in museums in Istanbul	1	2	3	4	5
Interior and exterior appearance characteristics of the mosques in Istanbul	1	2	3	4	5
Historical exhibition elements in museums in Istanbul	1	2	3	4	5
Culture and art events organized in the museums in Istanbul	1	2	3	4	5
Properties of the physical facilities of the masons in Istanbul (cafes / restaurants / parking spaces)	1	2	3	4	5
Entrance fees for museums in Istanbul	1	2	3	4	5

Please indicate your general satisfaction level of participation in the museum visit.

(1 I certainly disagree, 2 Disagree, 3 Undecided, 4 Agree, 5 I certainly agree)

Please indicate in the boxes below whether you have participated in the following information by placing an "X".	I certainly disagree	Disagree	Undecided	Agree	I certainly agree
I am glad to have visited museums in the city	1	2	3	4	5
It was a valuable experience to visit the city's museums	1	2	3	4	5
I will revisit this museum next year	1	2	3	4	5
I will recommend this city to friends / relatives	1	2	3	4	5

