



Ankara'daki Müzelerde Ziyaretçi Profillerinin ve Motivasyonlarının Deęerlendirilmesi*

Evaluation of Visitor Profiles and Motivations at Ankara Museums

Eda GÜREL

Yrd. Doç. Dr., Öğretim Üyesi, İhsan Doğramacı Bilkent Üniversitesi, Uygulamalı Teknoloji ve İşletmecilik Yüksekokulu,
Turizm ve Otel İşletmeciliği Bölümü, Ankara
eda@tourism.bilkent.edu.tr

Öz

Dünya genelinde, azalan devlet desteği nedeniyle, müzelerin kaynak bulmak amacıyla, ziyaretçilerine yöneldikleri görülmektedir. Bu doğrultuda yapılan araştırmanın amacı; Ankara'daki müze ziyaretçilerinin profil ve motivasyonlarını anlamak, böylece müzelere olan ziyaretlerinin muntazam aktif katılıma dönüşmesine yardımcı olacak stratejilerin geliştirilebilmesine olanak sağlamaktır. Ankara'nın önde gelen beş müzesinde yapılan çalışmanın sonuçlarına göre, bu müzelerin ziyaretçiler için eğitim konusunda önemli bir role sahip olduğu görülmektedir. Müzelere yapılan ziyaretlerin artması için, gerek içsel gerek reklam ve promosyon gibi dışsal bazı faktörler önem taşımaktadır. Araştırma sonuçları özellikle dışsal faktörlerin, Ankara'da, müzeleri zaman zaman ziyaret eden grup için önemli bir itici güç olabileceğine dikkat çekmektedir.

Anahtar sözcükler: Müzeler, Ziyaretçi profili, Ziyaretçi motivasyonu, Ankara

Abstract

Museums all over the world appear to be targeting their visitors for resources, thanks to diminishing state support. The purpose of this study is to recognize the profiles and motivations of visitors to museums in Ankara, in order to provide for the development of strategies that will help translate these visits to regular active participation. The results of the study conducted at Ankara's five principal museums show that these museums play a significant part in education for the visitors. Certain internal and external factors – such as advertising and promotion – are essential to boost museum visits. Study results call attention to external factors in particular, as driving forces for recurrent museum visitors.

Keywords: Museums, Visitor profile, Visitor motivation, Ankara

* Bu araştırmanın sonuçları 20-21 Mayıs 2010 tarihinde gerçekleştirilen Geçmişten Geleceęe Türkiye'de Müzecilik Sempozyumu IV kapsamında düzenlenen Anketler Işığında Müzeler I: Ziyaretçi Profilleri ve Motivasyonlarının Deęerlendirilmesi panelinde sunulmuştur.



Giriş

Azalan devlet desteği nedeniyle, 1980'lerden itibaren müzeler koleksiyon-odaklı yerine izleyici-odaklı bir yaklaşımı benimsemeye başlamışlardır. Ekonomik zorluklarla karşı karşıya olan müzeler, kaynak bulmak amacıyla, ziyaretçilere yönelmektedirler. Geçmişte koleksiyonlar üzerine araştırmalar yapan müzelerin, "tüketici" odaklı olmaya başlamalarıyla, bugün, izleyicileri üzerine de araştırmalar yaptıkları görülmektedir.

Ziyaretçiler üzerine yapılan araştırmaların amacı, onların ihtiyaçlarını ve beklentilerini anlamaya çalışarak, aradıkları fayda ve değerleri sunmak, böylece gerek ziyaretçi sayılarını ve harcamalarını arttırmak, gerek izleyici profillerini genişletmek, yani yeni ziyaretçiler kazanmaktır. Amaç, müzeye sadece bir kez yapılan ziyareti veya ara sıra yapılan ziyaretleri, muntazam, aktif katılıma dönüştürecek ilişkiler haline getirebilmektir (Kotler ve Kotler, 1998).

Literatür Taraması

Araştırma sonuçları, müze ziyaretçilerinin farklılık gösterdiğini ortaya koymaktadır (Fitchett, 1997; Thyne, 2001). Bu konuda, 1980'de, Hood tarafından yapılan çalışma öncü olarak kabul edilmektedir (Kotler, Kotler ve Kotler, 2008). Hood (1983, 2000), müze izleyicileri üzerine yaptığı çalışmada, neden bazı kimselerin boş zamanlarında müzeleri ziyaret ettiklerini (bunlara "katılımcılar - participants" adını vermiştir), buna karşılık bazı kimselerin müzeleri hiç ziyaret etmediklerini (bunlara da "katılımcı olmayanlar - nonparticipants" adını vermiştir) araştırmıştır.

Hood (1983, 2000) araştırması sonunda, var olan ve potansiyel müze müşterilerinin, boş zamanlarını değerlendirme değerlerinin, ilgi ve beklentilerine bağlı olarak, iki yerine, "üç" farklı izleyici grubu oluşturduğunu tespit etmiştir. Bunlar (1) müzeleri sık sık ziyaret eden katılımcılar (frequent participants), (2) müzeleri zaman zaman ziyaret eden katılımcılar (occasional participants) ve (3) müzeleri hiç ziyaret etmeyenler; katılımcı olmayan kimseler (nonparticipants) olarak adlandırılmaktadır. Araştırmacı, müzelerin korumak ve aktarmak gibi profesyonel değerlerinin daha çok müzeleri sık sık ziyaret edenlere yakın olduğunu ifade etmektedir (McLean, 1995).

Benzer şekilde, Kotler ve Kotler (1998) izleyicilerin müzeleri ziyaret etme sıklıklarına göre, (1) müzeleri hiç ziyaret etmeyenler (nonvisitors), (2) müzeleri zaman zaman ziyaret edenler (light users), ve (3) müzeleri sık sık ziyaret edenler (heavy users) şeklinde tanımladıklarına dikkat

çekmektedir. İzleyicilerin çekilmesi, oluşturulması ve tutulması, müzelerin öncelikli amaçları olmalıdır. Bunun için ilk olarak, "insanların kazanılması" gereklidir. Hayatında daha önce hiç müzeye gitmemiş kimseleri kazanmak üzere, müzenin fark edilmesinin sağlanması, bildik ve çekici hale getirilmesi gereklidir. İkinci olarak ise, insanların müzeyi tekrar tekrar ziyaret etmelerini sağlamak için "ikna edilmeleri" gereklidir. İnsanların daimi ziyaretçiler ve hatta üyeler haline dönüştürülmesi için, ilgi çekici ve tatmin edici deneyimlerin önerilmesi ve yerine getirilmesi gereklidir.

McLean (1995) toplumun büyük çoğunluğunun müzelere karşı ilgisiz olduğunu ifade etmektedir. Kelly (1993), müzeyi ziyaret edenlerin 1/3'ünün bütün vakitlerini müzenin restoranı ve dükkanında geçirdiklerini gözlemlemiştir. 15 Avrupa Topuluğu ülkesinde, nüfusun %29.9'unun, geçtiğimiz 12 ay içinde en az bir müzeyi ziyaret etmiş olduğu görülmektedir. En yüksek ziyaretçi sayıları İsveç ve Danimarka'da, en düşük ziyaretçi sayıları ise Yunanistan ve Portekiz'de görülmektedir (European Group on Museum Statistics, 2004).

Amerika Birleşik Devletleri'nde yapılan araştırmalara göre, müzeleri ziyaret edenler, daha çok eğitim ve gelir düzeyi yüksek kimselerdir. Müze tipine bağlı olarak eğitim düzeyi değişmektedir. En yüksek eğitim düzeyine sanat ve bilim müzelerinde rastlanmaktadır (Kotler, Kotler ve Kotler, 2008). Ziyaretçilerin yarısından çoğu kadınlardan oluşmaktadır (US Census Bureau, 2004). Müze ziyaretçilerinin 2/3'ünü yetişkinler oluşturmaktadır. 12 yaş altındaki çocuklar dikkate alınmadığında, müze ziyaretçilerinin yaş ortalaması 37'dir. Ziyaretçilerin yarısı 26 ve 48 yaş grupları arasındadır. Bunun yanı sıra, ziyaretçilerin %30'u 12 ile 27 yaş arasında iken, her onbir ziyaretçiden biri 55 yaş ve üzerindedir (Smithsonian Institution, 2004). En çok ziyaret edilen müzeler, bilim, çocuk, doğa tarihi, sanat ve tarih müzeleridir (American Association of Museums, 2006). Bunların yanı sıra, ziyaretçiler, aile ve arkadaşlarıyla beraber zaman geçirmek (%57), faydalı birşey yapmış olmak (%53), bilgi edinmek (%46) gibi pek çok farklı sebeple müzeleri ziyaret etmektedirler (Ostrower, 2005). Hayat tarzı ve müzeleri ziyaret arasında bir ilişki olduğu görülmektedir. Örneğin, sanatsal bir faaliyete katılanların, %57.2'sinin bir sanat müzesine gittiği görülmektedir (Nichols, 2002).

İngiltere'de yapılan geniş çaplı araştırma sonuçlarına göre, müzeleri ziyaret konusunda insanları engelleyen sebepler şöyle sıralanmaktadır: İlgisizlik, zamansızlık, anlayamama



endişesi ve maliyet. Bu faktörler arasında en önde gelen ilgisizliktir (MLA, 2004; MORI, 2001). İngiltere'de ayrıca, ziyaretçilerin büyük kısmı, müzeleri yılda üç defadan az ziyaret etmektedir. Ziyaretçilerin %24'ünün ise beş ve daha çok kere müzelere gittikleri görülmektedir. Ziyaretçilerin %73'ü eş veya arkadaşlarıyla birlikte gelirken, %35'i çocuklarıyla, %16 ise yalnız başına müzelere gelmektedir. En çok 35-64 yaş grubu müzeleri ziyaret etmektedir. Amerika'da olduğu gibi, İngiltere'de ziyaretçiler müzeleri pek çok farklı sebeple ziyaret etmektedirler. Bunların başında, müzede bulunan eserleri görmek (%40) gelmektedir. Ziyaretlerin teşvik edilmesi konusunda iletişimin etkili olduğu görülmektedir. Ziyaretçilerin %15'i reklam ve promosyonların, bir diğer %15'i ise arkadaş tavsiyelerinin etkili olduğunu belirtmektedir. Müzeleri ziyareti engelleyen sebepler arasında yüksek giriş ücretleri (%14) bulunmaktadır. Çalışanların %19'u zamansızlık ve açılış-kapanış saatleri yüzünden müzelere gidemediklerini belirtmektedir. Her sekiz ziyaretçiden biri ise ulaşım zorluğundan bahsetmektedir (MGC The Museum & Galleries Commission, 1999). Ziyaretçiler, en çok sinemaya (%52), müzelere (%28), tanınmış park ve bahçelere (28%), ve tiyatro, opera ve baleye (%24) gitmektedirler (MORI, 2001).

İskoçya'da, Prentice, Davis and Beeho (1997) müzelerin neden ziyaret edildiğini incelemiş ve müzelerin birçok sebeple ziyaret edildiğini ortaya koymuşlardır. Ziyaretçiler, genel kültürlerini arttırmanın yanı sıra, meraktan, dışarıda geçirilen bir günün parçası olarak, rutinin dışına çıkmak, aile ve arkadaşlarla beraber olmak için de müzeleri ziyaret etmektedirler. Fitchett (1999) tarafından yapılan çalışmada da, müze ziyaretçilerinin farklı sebeplerle müzeleri ziyaret ettikleri görülmüştür. Bu sebeple, bir müze, bazı ziyaretçiler tarafından tatmin edici bulunurken, diğerleri tarafından yetersiz bulunabilmektedir.

Yöntem

Türkiye'de müze ziyaretçileri üzerine yapılan araştırmalar bulunmasına rağmen, bunlar çoğunlukla özel müzeler tarafından yapılan bireysel araştırmalardır. Mayıs 2010'da Ankara'da yapılan bu araştırma ise, kentte önde gelen tanınmış beş müzeyi kapsamaktadır. Çalışma, araştırmaya katılan müzelerin kimliklerinin saklı tutulması koşuluyla gerçekleştirilmiştir. Bu yaklaşım benzer ziyaretçi çalışmalarında da görülmektedir (Jansen-Verbeke, ve Van Rekom, 1996).

Araştırmanın amacı, müze ziyaretçilerinin özelliklerini, motivasyonlarını, ihtiyaçlarını ve beklentilerini anlamaktır.

Kolayda örnekleme yöntemi ile seçilen beş müzede, ziyaretleri sırasında araştırmaya katılmayı kabul eden, 16 yaş ve üzeri, toplam 405 müze ziyaretçisi ile yüzyüze görüşülmüştür. Kullanılan soru formunda başlıca, ziyaret sıklığı, müzeleri ziyaret sebepleri, müzeleri daha sık ziyareti engelleyen sebepler, müzelerin daha sık ziyaret edilmesi için önerileri kapsayan sorular bulunmaktadır. Araştırma çerçevesinde yöneltilen sorular ve elde edilen cevaplar gelen bölümde yer almaktadır.

Analiz ve Bulgular

Aşağıdaki bölümde, araştırma çerçevesinde ziyaretçilere yöneltilen sorulara verilen cevaplara ait frekans dağılımları yer almaktadır. Bunun yanısıra, ziyaretçileri daha iyi anlamak üzere yapılan korelasyon ve ANOVA sonuçlarına da yer verilmektedir.

Soru 1. Geçtiğimiz 12 ay içinde, müzeleri kaç defa ziyaret ettiniz?

- Hiç 65 - %16.1
- Bir-iki defa 169 - %41.8
- Üç-dört defa 74 - %18.3
- Beş defa veya daha fazla 96 - %23.

Müze ziyaretçilerinin büyük çoğunluğu (%83.9), geçtiğimiz 12 ay içinde en az bir defa müze ziyaretinde bulunmuştur. %16.1'lik kısım ise, geçtiğimiz 12 ay içinde, hiç müze ziyaretinde bulunmamıştır.

Soru 2. Hangi müzeleri ziyaret etmeyi tercih edersiniz; örneğin geçtiğimiz 12 ay içinde, hangi müzeleri ziyaret ettiniz?

Birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz.

- Sanat- 226
- Arkeoloji -246
- Doğa tarihi- 116
- Etnografya -155
- Ulusal -146
- Bilim -131
- Diğer _____ 100
- Hepsi- 51

En çok tercih edilen müzeler arkeoloji müzeleridir. Bunu sanat müzeleri takip etmektedir. Diğer seçeneği altında, 75 ziyaretçi "sanayi, ulaşım ve iletişim" müzelerini tercih ettiklerini ifade etmişlerdir. Bu ziyaretçilerin tümü,



araştırma örneklemini içinde yer alan sanayi, ulaşım ve iletişim müzesinde görüşülen ziyaretçilerdir. Buna göre, Ankara'da müze ziyaretçilerinin ilgi alanlarına bağlı olarak müze tercihlerini yaptıkları söylenebilir.

Soru 3. Bugün, bu müzede ne kadar zaman geçirdiniz (veya geçirmeyi planlıyorsunuz)?

- Bir saatten az 174 – %43.1
- Bir-iki saat 167 – %41.3
- İki saatten fazla 63 – %15.6

Ziyaretçilerin çoğu, müzede bir saatten az zaman geçirdiklerini veya geçirmeyi planladıklarını belirtmişlerdir. İki saatten fazla zaman geçiren veya geçirmeyi planlayan ziyaretçiler azınlıktadır.

Soru 4. Bu müzeyi daha önce kaç defa ziyaret ettiniz?

- Hiç 241 – %59.5
- Bir defa 73 – %18.0
- İki-üç defa 53 – %13.1
- Dört defa veya daha fazla 38 – %9.4

Ziyaretçilerin yarıdan fazlası, bulunduğu müzeyi daha önce hiç ziyaret etmediğini belirtmiştir. Buna karşılık, aynı müzeyi dört veya daha fazla sayıda ziyaret ettiğini ifade edenlerin oranı %9.4'tür.

Soru 5. Bu müzeyi arkadaşlarınıza veya tanıdıklarınıza tavsiye eder misiniz?

- Evet 393 – %97.0
- Hayır 12 – %3.0

Ziyaretçilerin hemen hepsi, ziyaret ettiği müzeyi arkadaş veya yakınlarına tavsiye edeceğini belirtmiştir.

Soru 6. 12 ay içinde, bu müzeyi tekrar ziyaret etmeyi ister misiniz?

- Evet 305 – %75.9
- Hayır 96 – %23.9

Ziyaretçilerin yaklaşık $\frac{3}{4}$ 'ü, ziyaret ettiği müzeyi, 12 ay içinde tekrar ziyaret etmek istediğini belirtmiştir.

Soru 7. Genellikle, müzeleri hangi sebeplerle ziyaret edersiniz? Birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz.

- İyi (kaliteli) vakit geçirmek için 118
- Öğrenmek için 318
- Eğlenmek için 39

- Özel sergileri görmek için 150
- Meraktan 208
- Müzeleri sevdiğim için 139
- Arkadaşlarla beraber olmak için 21
- Çocuklarımın / torunlarımın öğrenmelerini sağlamak için 118
- Binası, atmosferi veya manzarası için 110
- Restoranı / kafesi için 12
- Tavsiye üzerine (veya TV / gazete / dergide bahsedildiği için) 78
- Mesleğim gereği 62
- Diğer _____ 15

Yukarıda görüldüğü gibi, diğer ülkelerde olduğu gibi, Ankara'daki müze ziyaretçileri de, pek çok sebeple müzeleri ziyaret etmektedir. Büyük çoğunluk, müzelere öğrenmek için geldiklerini ifade etmektedir. Bunun yanısıra, ziyaretçilerin yarıdan fazlası, müzelere meraktan gittiklerini belirtmektedir. Buna göre, Ankara'da müzelerin eğitim konusunda önemli bir role sahip olduğu söylenebilir.

Diğer seçeneği altında, iki ziyaretçi mecburiyet yüzünden müzede bulduklarını belirtmişlerdir. Bunun yanısıra, "edindiği bilgiyi aktarmak amacı ile", "belirli kültürlerin gelişimini daha iyi anlayabilmek için", "kardeşimin öğrenmesi için", "kültürümü tanımak" ve "en iyi şekilde yerinde öğrenmek için", "tarihten ders alıp geleceği planlamak için", "yaşamımı değerlerle değerlendirmek" için gibi cevaplar da verilmiştir.

Soru 8. Genellikle müzeleri ziyaret ederken, ... Birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz.

- Yanlız olurum 95
- Arkadaşlarımla gelirim 251
- Eşimle gelirim 134
- Çocuklarımla / torunlarımla birlikte gelirim 116
- Bir tur / gezi grubuyla birlikte gelirim 94
- Diğer _____ 10
- Aile 86 (eş ve çocuklarımla birlikte cevabını veren ziyaretçiler)

Ziyaretçilerin yarıdan fazlası, müzelere arkadaşlarıyla gitmeyi tercih ettiklerini belirtirken, yaklaşık $\frac{1}{3}$ 'ü eşleriyle birlikte olmayı tercih ettiklerini ifade etmişlerdir.



Soru 9. Müzeleri ziyaretiniz sırasında, restoran ve kafesinde vakit geçirir misiniz?

- Evet 97 – %24.0
- Hayır 164 – %40.6
- Bazen 143 – %35.4

Ziyaretçilerin çoğunluğu müzedeki restoran veya kafede vakit geçirmediğini belirtmiştir.

Soru 10. Müzeleri ziyaretiniz sırasında, müzede bulunan dükkanlardan alışveriş eder misiniz?

- Evet 102 – %25.2
- Hayır 109 - %27.0
- Bazen 193 - %47.8

Ziyaretçilerin çoğu, müzede bulunan dükkanlardan zaman zaman alışveriş yaptıklarını ifade etmişlerdir.

Soru 11. Müzeleri ziyaretiniz sırasında, varsa rehberlik hizmetlerinden yararlanır mısınız?

- Evet 221 – %54.6
- Hayır 81 – %20.0
- Bazen 103 – %25.4

Ziyaretçilerin yarıdan fazlası, bulunması halinde, rehberlik hizmetlerinden yararlandıklarını belirtmişlerdir.

Soru 12. Müzeleri daha sık ziyaret etmenizi engelleyen sebepler nelerdir? Birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz.

- Zaman darlığı 254
- İlgimi çekmiyorlar 14
- Beraber gidecek kimseyi bulamıyorum 23
- Ulaşım zorluğundan 100
- Yaş veya sağlık sorunları yüzünden 7
- Giriş ücretlerinin yüksek olmasından 116
- Çok fazla çocuk ve okul grubu olduğu için 10
- Diğer _____ 52

Müzelerin daha sık ziyaret edilmesini engelleyen ilk sebep zaman darlığıdır. Bunu, giriş ücretlerinin yüksek olması takip etmektedir. Diğer seçeneği altında gelen cevaplar arasında, beş kişi “Ankara’da seçenek azlığı”ndan bahsetmiştir, üç kişi “bilinçsizlik”, iki kişi “tanıtım eksikliği”ni, 5 kişi “hiçbir engelin olmadığı”ni, iki kişi “açılış-kapanış saatlerinin uygunsuzluğu”nu dile getirmiştir. Bunların yanısıra, geçici sergilerin ve farklı aktivitelerin olmayışı, müzelerin güncel yaşamdan kopuk olmaları, katalog ve broşür eksik-

liği, bilgi verenlerin azlığı, hediyelik eşyaların yetersizliği, kitap olmayışı, müzelerin merkezi lokasyonlarda olmamaları, otopark sorunu, özel müzelerin ücretlerinin yüksek oluşu, müzelerin yeterince ilgi çekici olmamaları ve estetik değerlerden yoksun olmaları gibi başka sebepler de sıralanmıştır.

Soru 13. Müzeleri daha sık ziyaret etmeniz için, neler yapılabilir? Birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz.

- Hiçbir şey 15
- Daha eğlenceli hale getirilebilirler 49
- Sergilenen eserlerle ilgili daha çok bilgi verilebilir 170
- Eserler daha iyi biçimde sergilenebilir 91
- Sergilenen eserler daha iyi organize edilebilir 63
- Giriş ücretleri kaldırılabilir veya azaltılabilir 191
- Teşvik edici reklam veya promosyonlar yapılabilir 209
- Geçici sergiler çoğaltılabilir 130
- Restoranların / kafelerin sayısı veya kalitesi artırılabilir 16
- Müzede bulunan dükkanların sayısı veya kalitesi artırılabilir 14
- Diğer _____ 43

Yukarıda görüldüğü gibi, ziyaretçilerin yarıdan fazlası, müze ziyaretlerinin sıklaştırılması için teşvik edici reklam veya promosyonların yapılabileceğini belirtmiştir. Bunu, giriş ücretlerinin azaltılması veya kaldırılması takip etmiştir. Yapılan yüzyüze görüşmelerde, müze kartı sahibi olan ziyaretçilerin bu uygulamadan memnun oldukları gözlemlenmiştir. Bu ziyaretçilerin çoğu, giriş ücretlerinin azaltılmaması ve özellikle kaldırılmaması yönünde fikir beyan etmişlerdir. Buna sebep olarak, müzelerin, örneğin bakım ve onarım için kaynağa ihtiyaç duydukları gösterilmiştir. Ayrıca, müzelere herkesin gelmemesinin daha doğru olacağı da ifade edilmiştir. Buna karşılık, gelir düzeyleri düşük bireylerin giriş ücretleri konusunda olumsuz görüşe sahip oldukları, 25 lira olan müze kartının, Türkiye şartlarında pahalı olduğu, özellikle aileler için bu ücretin yüksek olduğu belirtilmiştir. Hatta, bir ziyaretçi, çocuklarla beraber müzeye girdiğini, eşinin dışarda kaldığını ifade etmiştir. Buna göre, müze ücretleri konusunda, Ankara’daki ziyaretçilerin iki gruba ayrıldığı söylenebilir. Bir grup, müze kartı kullanan ve ücretler konusunda problem yaşamayan grup, diğeri ise gelir düşüklüğü nedeniyle ücret uygulamasından memnun olmayan gruptur.



Bu cevapların dışında, sergilenen eserlerle ilgili daha çok bilgi verilebilir ve geçici sergiler çoğaltılabilir cevaplarını veren ziyaretçilerin sayısı da yüksektir.

Diğer seçeneği altında, dört kişi çocuk ve büyüklere yönelik aktivitelerin çoğaltılabileceğinden, beş kişi rehberlik hizmetlerinin iyileştirilebileceğinden (özellikle yurt dışında olduğu gibi, kulaklıkla sesli rehberlik hizmetlerinin yaygınlaştırılabileceğinden), dört kişi zaman yaratmanın gerekliliğinden, altı kişi ulaşım sağlanmasının veya kolaylaştırılmasının gerekliliğinden, beş kişi özel ücretlerin uygulanmasından (örneğin aile ücreti, öğretmen/öğrenci ücretleri gibi), sekiz kişi müzelerde daha farklı bir atmosferin yaratılabileceğinden (örneğin canlandırmalar, kokular, interaktif gereçler, alışveriş merkezi havası, yaşayan müze, gibi) bahsetmiştir. Bunlara ek olarak, müze ziyaretlerini arttırmak için, dışsal güdüler yerine, içsel güdülerin geliştirilmesi gerektiğinden bahseden ziyaretçiler de olmuştur. Şöyle ki, çocuk yaşta bilinçlenme, müzelerin ilgi çekici hale getirilmesi, insanlarda müze düşüncesinin geliştirilmesi, müzelerin yaşamın parçası haline getirilmesi gibi gereklilikler ifade edilmiştir.

Soru 14. Sizden müzeleri tanımlamanızı rica etsek, nasıl tanımlarsınız?

Bu soru ziyaretçilere zor da gelse, elde edilen cevaplar ilgi çekicidir. Ziyaretçiler tarafından yapılan tanımlarda en sık geçen kelimeler aşağıda sıralanmaktadır;

- Tarih 147, geçmiş 109, eski 19
- Sanat 35
- Eğitici 19, öğretici 51
- Zamanda yolculuk 11
- Sıkıcı, sessiz, karanlık, soğuk gibi olumsuz ifadeler 8

Görüldüğü gibi, müzeleri tarif ederken, tarih, geçmiş, eski kelimeleri, ziyaretçiler tarafından en çok tercih edilen kelimeler olmuştur. Buna göre, Ankara'da ziyaretçilerin müzeleri tarih, geçmiş ve eski eserlerle bağdaştırdıkları görülebilir. Bunun sebebi, Türkiye'de daha çok arkeoloji ve tarih müzelerinin bulunması olabilir. Nitekim, Soru 2'ye verilen cevaplardan da en çok tercih edilen müzelerin arkeoloji müzeleri olduğu görülmektedir. Toplam 405 ziyaretçi arasında, sanat kelimesini kullanan 35 kişinin azlığı da dikkat çekicidir. Bunların yanı sıra, Ankara'da müzelerin eğitici ve öğretici rolü, yapılan tanımlamalarda da kendini göstermiştir. Sıkıcı, sessiz, karanlık, soğuk gibi olumsuz ifadelerin azlığı da, Ankara'da müze ziyaretçilerinin, müzelere verdikleri değeri ortaya koymaktadır.

Yapılan tanımlardan örnekler vermek gerekirse, aşağıda yer alan tanımlar ilgi çekicidir.

- Belli bir konuda tarihi eserlerin toplandığı ve sergilendiği yer
- Geçmişimizi geleceğimize taşıyan, bizleri başka dünyalara götüren, maneviyatı yüksek kutsal yerler
- Değerli eserleri görme fırsatı bulduğumuz yer
- Tarihi anlamada okunan bilgilerin görsellerle zenginleştirilip takviye edildiği yerler
- Eski eserlerin görüldüğü, öğrenilen, merakı teşvik ve pekiştiren yerler
- Eğlenerek öğrenmek
- Değişikliğe ihtiyaç olduğunda gidilebilecek yerler. Maçlara gitmekten daha iyi!!!
- Gezerken dikkatli olunması, sağa sola çarpılması gereken bir yer
- Hayatı daha yaşanılır kılan mekânlar
- Yüksek ücretli yerler
- Kısa sürede bilgi sahibi olunabilen kültürel mekânlar
- Geçmiş günümüze getiren en doğal ve değerli mekânlar
- Müzeler tarihi olduğu gibi yansıtır. Yalansız ve gerçekçiler, somut nesnelere sergilerler. Bu yüzden tarihi anlamak açısından daha güvenilir buluyoruz.

Soru 15. Geçtiğimiz 12 ay içinde, aşağıdakilerden hangilerine gittiniz veya katıldınız? Birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz.

- Sinema 342
- Tiyatro / opera / bale 210
- Kütüphane 151
- Tanınmış park / bahçe 199
- Tarihi mekân 268
- Spor karşılaşması 117
- Fotoğraf / heykel / resim sergisi 171
- Festival 112
- Klasik müzik konseri 84
- Caz konseri 40
- Diğer canlı müzik konserleri 139
- Dans gösterisi 74
- Diğer 19



Literatürde yer alan çalışmalarda, müze ziyareti ve hayat tarzı arasında bir ilişki olduğu görüldüğünden, ziyaretçilere katıldıkları sanatsal ve kültürel aktiviteler ve boş zamanlarını nasıl değerlendirdikleri konularında sorular yöneltilmiştir. Müze ziyaretçilerinin, diğer sanatsal ve kültürel aktivitelere katılımını anlamaya yönelik olarak sorulan soruya verilen cevaplardan, İngiltere'de olduğu gibi, en çok tercih edilen etkinliğin sinema olduğu görülmektedir. Bunu, tarihi mekânları ziyaret etmek, tiyatro/bale/operaya gitmek ve tanınmış park ve bahçelere yapılan ziyaretler takip etmektedir. En az tercih edilen sanatsal ve kültürel faaliyet ise caz konserleridir. Diğer seçeneği altında belirtilen cevaplar arasında, müzeler ve fuarlar bulunmaktadır. Dört ziyaretçi, geçtiğimiz 12 ay içinde, bu faaliyetlerden hiçbirine katılmadığını belirtmiştir.

Eğitim düzeyi ve katılan sanatsal ve kültürel etkinliklerin sayısı arasında yapılan ANOVA testi sonuçları, bu değişkenler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğunu göstermiştir. En yüksek düzeyde eğitime (doktora derecesi) sahip olan ziyaretçiler, ortalama olarak 5 etkinliğe katılırken, en düşük düzeyde eğitime (ilköğretim) sahip ziyaretçiler, ortalama 2 etkinliğe katılmaktadır.

Ayrıca Pearson korelasyon testi sonuçları, katılan sanatsal ve kültürel etkinliklerin sayısı ile müzelere yapılan ziyaret sayısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğunu göstermektedir (%40.1; korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlıdır). Pearson korelasyonları ayrıca, katılan sanatsal ve kültürel aktivite sayısı, müzelere yapılan ziyaretlerin sayısı ve eğitim düzeyi arasında da istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler olduğunu göstermiştir. Ancak, benzer ilişkiler yaş söz konusuysen görülmemektedir.

Soru 16. Boş zamanlarınızı nasıl geçirmeyi tercih edersiniz? Birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz.

- Arkadaşlarla 233
- Yeni birşeyler öğrenerek 142
- Bilgisayar başında 148
- TV karşısında 128
- Kitap / dergi / gazete okuyarak 272
- Dans gösterisi veya konsere giderek 76
- Alışveriş merkezlerine giderek 136
- Alışveriş yaparak 98
- Spor yaparak 132
- Yürüyüş yaparak 171
- Seyahat ederek / yeni yerler görerek 210

- Yardım amaçlı faaliyetlere katılarak 36
- Sinemaya giderek 213
- Tiyatro / opera / baleye giderek 140
- Hobilerimle uğraşarak 149
- Parklara veya pikniğe giderek 125
- Diğer 14

Müze ziyaretçilerinin boş zamanlarında en çok tercih ettikleri seçenek kitap, dergi veya gazete okumaktır. Bunu arkadaşlarla zaman geçirmek, sinemaya gitmek ve seyahat etmek, yeni yerler görmek takip etmektedir. En az tercih edilen şık ise yardım amaçlı faaliyetlere katılmaktır. Diğer seçeneği altında üç ziyaretçi aileleriyle, iki ziyaretçi çalışarak, iki ziyaretçi dinlenerek, bir ziyaretçi ise müzelere giderek zaman geçirmeyi tercih ettiklerini belirtmişlerdir.

Soru 17. Cinsiyetiniz?

- K 230 - %57.2
- E 172 - %42.8

Görüldüğü üzere, Ankara'da müze ziyaretçilerinin çoğu, diğer ülkelerde olduğu gibi kadınlardan oluşmaktadır.

Soru 18. Yaşınız?

- 16 - 20 41 - %10.3
- 21 - 30 129 - %32.3
- 31 - 40 86 - %21.6
- 41 - 50 88 - %22.1
- 51 - 60 39 - %9.8
- 61 - 65 9 - %2.3
- 66 ve üstü 7 - %1.8

Yukarıda görüldüğü gibi, Ankara'da müzeleri en çok 21-30 yaş grubu kimseler ziyaret etmektedir. Bu yaş grubu, gerek Avrupa, gerekse Amerika'daki müze ziyaretçilerine göre daha genç bir kitleyi temsil etmektedir. Bu durum, Türkiye'nin sahip olduğu genç nüfus sebebiyle ortaya çıkmış olabilir.

Soru 19. Eğitiminiz?

- İlköğretim 20 - %5.0
- Lise 66 - %16.5
- Üniversite 232 - %58.0
- Yüksek Lisans 53 - %13.3
- Doktora 24 - %6.0
- Diğer 5 - %1.4



Ankara'daki müze ziyaretçilerinin yarısından çoğu üniversite mezunudur. Bu durum, Türkiye'deki genel nüfusa göre, müze ziyaretçilerinin eğitim düzeyinin yüksek olduğunu göstermektedir. Benzer sonuçlara, diğer ülkelerde de rastlanmaktadır (örneğin, İngiltere ve Amerika).

Soru 20. Mesleğiniz?

- Öğrenci 81
- Öğretmen 54
- Akademisyen 14
- Mühendis 31
- Ev hanımı 22
- Doktor 13
- Memur 15
- Mimar 8

Yukarıda en sık karşılaşılan meslekler sıralanmaktadır. Müze ziyaretçileri arasında, en ön sırada öğrenciler gelmektedir. Bu grubu, öğretmen ve akademisyenler takip etmektedir.

Soru 21. Yaşadığınız şehir?

- Ankara 243
- İstanbul 50
- İzmir 18

Ankara'da bulunan müzeler, en çok Ankaralıların tarafından ziyaret edilmektedir. Yarısından fazla ziyaretçi Ankaralı olmasına karşın, Ankara dışından da, örneğin Rize, Sivas, Denizli, vb. ziyaretçiler bulunmaktadır. İkinci sırada, İstanbul'dan gelen ziyaretçiler yer almaktadır.

Sonuç ve Öneriler

Sonuç olarak, Türkiye'de müze ziyaretçileri üzerine yapılan araştırmalar, daha çok özel müzeler tarafından bireysel olarak yapılan araştırmalar olduğundan, bu araştırma, ilklere kabul edilebilir. Araştırmanın dikkat çekici sonuçlarını özetlemek gerekirse;

1. Diğer ülkelerde olduğu gibi, Ankara'daki müze ziyaretçilerinin çoğunluğunu kadınlar oluşturmaktadır. Bunun yanı sıra, genel nüfusa göre, ziyaretçiler eğitim düzeyi yüksek bireylerdir. Benzerliklere karşılık, yaş grupları dikkate alındığında, Ankara'daki ziyaretçilerin daha genç bir kitleyi temsil ettiği söylenebilir. Bu durum, Türkiye'nin genç nüfusu gereği karşımıza çıkmış olabilir.

2. Ziyaretçilerin büyük çoğunluğu, müzelere öğrenmek amacıyla gittiğini belirttiğinden, Ankara'da müzelerin eğitim konusunda önemli bir misyona sahip olduğu söylenebilir.
3. Ziyaretçiler tarafından yapılan müze tanımlarından ortaya çıktığı üzere, Ankara'da müze deyince akla tarih, geçmiş ve eski eserler gelmektedir. Bunun sebebi, Türkiye'de en çok arkeoloji müzelerinin bulunması olabilir.
4. Müzelere yapılan ziyaretlerin artırılması için, bazı ziyaretçiler tarafından, müzelerin önemini ve değerini anlatılması, bilincin artırılması gibi içsel güdümlerle dile getirilmesine karşılık, ziyaretçilerin çoğu reklam ve promosyonların artırılması ve müze giriş ücretlerinin azaltılması veya kaldırılması gibi dışsal güdümlerden de bahsetmişlerdir.
5. Genel olarak araştırma sonuçlarına bakıldığında, Ankara'daki müze ziyaretçilerinin, iki gruba ayrılacağı söylenebilir. Bunların ilki, müzeleri sık sık ziyaret eden, diğer sanatsal ve kültürel aktivitelere de sıkça katılan, müzelere öncelikli olarak öğrenmek amacıyla gelen grup, ikincisi ise, birinci gruba göre, müzeleri daha az ziyaret eden, diğer sanatsal ve kültürel aktivitelere daha az katılan ve müzelere yapılan ziyaretleri artırma konusunda, içsel yerine daha çok dışsal motiflerle güdülenileceğine inanan gruptur. Buna göre, bu gruplara hitap ederken, ihtiyaçlarına uygun olarak, farklı stratejilerin kullanılması faydalı olacaktır.

Teşekkür

Bu araştırmada veri toplama konusunda yardımcı olan Vehbi Koç ve Ankara Araştırmaları Merkezi'ne ve Ankara Çengelhan Rahmi M. Koç Müzesi'ne teşekkür ederim.

Kaynakça

- American Association of Museums. (2006). *Press release*. Washington, D.C.: American Association of Museums.
- European Group on Museum Statistics. (2004). *A guide to European Museum Statistics*. 27 Haziran 2010 tarihinde http://culturaincifre.istat.it/sito/musei/Guide_to_European_Museum.pdf adresinden erişildi.
- Fitchett, J. (1997). *Consumption and cultural commodification: The case of the museum as commodity*, Yayımlanmamış Doktora Tezi, University of Stirling, Scotland.
- Hood, M. G. (1983). Staying away – why people choose not to visit museums, *Museum News*, 61(4), 50-57.



- Hood, M. G. (2000). Audience research tells us why visitors come to museums – and why they don't. Scott, C. (Ed.), *Evaluation and visitor research in museums – towards 2000 içinde* (ss.3-10). Sydney: Powerhouse Publishing.
- Jansen-Verbeke, M. ve Van Rekom, J. (1996). Scanning museum visitors – urban tourism marketing. *Annals of Tourism Research*, 23(2), 364-375.
- Kelly, R.F. (1993). Vesting objects and experiences with symbolic meaning. *Advances in Consumer Research*, 14, 232-234.
- Kotler, N. G., Kotler, P. ve Kotler, W. I. (2008). *Museum marketing and strategy – designing missions, building audiences, generating revenue and resources (2nd ed.)*. San Francisco, CA: Jossey-Bass Inc. Publishers.
- Kotler, N. ve Kotler, P. (1998). *Museum strategy and marketing – designing missions, building audiences, generating revenue and Resources*. San Francisco, CA: Jossey- Bass Inc., Publishers.
- Kotler, N. ve Kotler, P. (2000). Can museums be all things to all people? Missions, goals, and marketing's Role. *Museum Management and Curatorship*, 18(3), 271-287.
- McLean, F. (1995). A Marketing revolution in museums? *Journal of Marketing Management*, 11, 601-616.
- MLA. (2004). *Users & non-users of museums, libraries and archives*, London: Museums, Libraries and Archives Council.
- MORI. (2001). *Visitors to museums & galleries in the UK*. London: MORI.
- Nichols, B. (2002). *Survey of public participation in arts*. Washington, D.C.: National Endowment for the Arts.
- Ostrower, F. (2005). *Diversity of cultural participation: Findings from a national survey*. Washington, D.C.: Urban Institute.
- Prentice, R., Davis, A. ve Beeho, A. (1997). Seeking generic motivations for visiting and not visiting museums and like cultural attractions, *Museum Management and Curatorship*, 1, 45-70.
- Smithsonian Institution. (2004). *Results of the 2004 Smithsonian-wide survey of museum visitors*. Washington, D.C.: Office of Policy and Analysis, Smithsonian Institution.
- Thyne, M. (2001). The importance of values research for nonprofit organisations: The motivation-based values of museum visitors, *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 6(2), 116-130.
- U.S. Census Bureau. (2004). *2002 Survey of public participation in arts*. Washington, D.C.: Government Printing Office.