



Factors Affecting the Museum Visiting Habits and Museum Preferences of Students Who Receive Tourism Education At Undergraduate Level

S. Banu YILDIZ, Cevdet AVCIKURT, Uğur ÇOLAK*

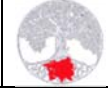
* Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi

E-mail: banugulec23@hotmail.com

Copyright © 2017 S. Banu YILDIZ, Cevdet AVCIKURT, Uğur ÇOLAK. This is an open access article distributed under the Eurasian Academy of Sciences License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the museum visiting habits and museum preferences of students who receive tourism education at undergraduate level. Besides, it was attempted to evaluate which source of information was more effective in students' museum preferences. In the study, questionnaire technique was applied for Tourism Faculty students of Balıkesir University, and 400 valid questionnaire was taken under review. In assessment of data for demographic variables, frequency and percentage analysis were utilized. In order to determine from which dimensions the factors affecting students' museum preferences consisted of, the statements were subjected to factor analysis. As a result of the factor analysis, three dimensions were obtained which are satisfaction, physical and social environment. In order to determine whether the dimensions received from factor analysis differ as per their demographic features, Mann Whitney U-Test and Kruskal Wallis Tests were applied. According to test results, significant differences were identified in terms of some variables. According to study results, it was identified that the factors which were more effective in museum preferences of students were interesting materials in museum, reasonable ticket prices and comfortable visiting conditions of the museum. Moreover, the students stated the most effective information source in their preferences as the museum rooms used in movies, serials, novels and stories as well as travel guides and touristic publications.



Keywords: Balıkesir University, Students of Tourism Faculty, museum, museum preferences.

Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Müze Ziyaret Alışkanlıkları ve Müze Tercihlerini Etkileyen Faktörler¹

ÖZET

Bu çalışmanın amacı lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin müze ziyaret alışkanlıklarını ve müze tercihlerini etkileyen faktörleri belirlemektir. Aynı zamanda öğrencilerin müze tercihlerinde hangi bilgi kaynağının daha etkili olduğu ölçülmeye çalışılmıştır. Araştırmada Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi öğrencilerine anket tekniği uygulanmış ve 400 geçerli anket değerlendirmeye alınmıştır. Demografik değişkenlere ilişkin verilerin yorumlanmasında frekans ve yüzde analizinden yararlanılmıştır. Öğrencilerin müze tercihlerini etkileyen faktörlerin hangi boyutlardan oluştuğunu belirleyebilmek amacı ile ifadeler faktör analizine tabi tutulmuştur. Yapılan faktör analizi sonucunda memnuniyet, fiziksel ve sosyal çevre olmak üzere üç boyut elde edilmiştir. Faktör analizinden elde edilen boyutların demografik özellikleri itibari ile farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacı ile Mann Whitney U-Testi ve Kruskal Wallis Testi uygulanmıştır. Testler sonucunda bazı değişkenler açısından anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Araştırma sonucunda, öğrencilerin müze tercihlerinde; müzedeki metaryelin ilgi çekici olmasının, bilet fiyatlarının makul seviyede olmasının ve müzenin gezme koşullarının rahat olmasının daha etkili olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca öğrenciler müze tercihinde en etkili bilgi kaynağını, müze mekanlarının film, dizi, roman ve hikayelerde kullanılması ve tatil rehberleri, turistik yayınlar olarak belirtmişlerdir.

Anahtar Kelimeler: Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi öğrencileri, müze, müze tercihleri

GİRİŞ

Müzeler, kültürel mirasın öğrenildiği mekanlardır. Kültürel miras halkın gelecekte nerde olmak istediği ile yakından alakalı olduğu için müzeler bu anlamda büyük önem arz etmekte ve toplumu dünden bugüne taşımaktadırlar (Ashley, 2005: 5). Uluslararası Müzeler Konseyi ise müzeyi; kâr amacı beklemeden, toplumun ve onun gelişiminin hizmetinde olan, topluma açık, insana ve yaşadığı çevreye dair olan maddi kanıtlar üzerinde araştırma yapan, onları toplayan, saklayan, bilgiyi paylaşan ve sonunda inceleme, eğitim ve eğlence gibi nedenlerle nesnelere sergileyen ve sürekliliği olan bir kurum olarak tanımlamıştır (<http://icom.museum/the-vision/museum-definition.05.03.2017>).

Müzeler, toplumların kültürel, sosyal, bilimsel geçmişini ve geleceğini kurma adına çeşitli eserleri koruyan ve yaşatan alanlardır. Kar amacı gütmeyen ve devamlılık gösteren hizmet sektörü olan müzelerin halka açılmasıyla somut kültürel mirasın korunması, araştırılması, insanlara tanıtılması ve sergilenmesinin yanı sıra müzeler, eğitim sağlamayı da üstlenmişler ve

¹ Bu çalışma Uluslararası Turizm ve Kültürel Miras Kongresi'nde sunulmuştur. (04-08 Ekim 2017 Marmaris)



toplumla bilgi akışını sağlayarak insanlara eğlence de sunan mekanlar haline gelmişlerdir (Can, 2009: 9).

Müze ile eğitim, özellikle zaman ve mekân içinde kendini ve insanları anlama, kültürel mirası koruma, geçmişi, bugünü ve geleceği anlamlı bir biçimde ilişkilendirme, kendi kültürünü ve farklı kültürleri çok yönlü ve hoşgörülü bir yaklaşımla tanıma, anlama, müzeyi bir yaşam biçimi hâline getirme ve müzelere yaşayan kurum niteliğini kazandırma, kültürler arası anlayış ve empati geliştirme gibi hedeflere hizmet etmektedir (Yılmaz ve Egüz, 2015: 1641). Müzenin eğitimsel işlevi artık müze galerilerinde kendiliğinden oluşan bir durum olmaktan çıkmış, müzelerin bünyelerinde oluşturdukları eğitim birimlerinin programları ve müze-okul işbirliğinin sonucu olarak eğitime yaratıcı bir değer sağlamıştır (Önder, Abacı, Kamaraj, 2009: 104).

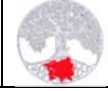
Müzeler, öğrencilerin eski çağlardan kalan tarihi eser ve kültürel varlıkların değerini öğrenmelerini, kültürel mirasa sahip çıkarak korumalarını ve farklı kültürlerle hoşgörüyeye dayalı ilişkiler kurarak çok kültürlülüğü benimsemelerini sağlar (Sheppard, 2001). Turizm içerisindeki özel konumu nedeniyle müzeler, zengin Türk tarihi ve kültürünü tanıtırken ziyaretçi sayısının sürekli artmasına neden olmakta böylece toplumda müze bilinci oluşmaktadır (Özgören, 2007: 49). Türkiye’de Kültür ve Turizm Bakanlığı Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü'ne bağlı 193 müze bulunmakta, bu müzelerde 3.235.539 adet eser yer almaktadır. Bakanlığın denetimindeki özel müze sayısı ise 224 adet olup, bu müzelerde 391.401 adet eser ziyaretçilerin beğenisine sunulmaktadır (www.kulturvarliklari.gov.tr, 25.02.2017). Zengin tarihi ve kültürel dokuya sahip olan Türkiye’de müze ziyaretçilerinin sayısı maalesef olması gerektiği kadar değildir. Özellikle yeni neslin tarihsel ve kültürel değerlerini tanımaları, korumaları, daha yaratıcı ve entelektüel bireyler olmaları için daha fazla müze ziyaretinde bulunmaları gerekmektedir. Bu bağlamda müzelerin modern pazarlama anlayışı çerçevesinde hareket etmesinin çok büyük önemi bulunmaktadır (Kırca, 2008: 1).

Bu çalışmada, müze ziyaretçi sayısının artırılabilmesi için özellikle gençlerin müze ziyaret alışkanlıkları, müze tercihlerini etkileyen faktörler ve müze tercihlerinde hangi bilgi kaynağının daha etkili olduğu belirlenmeye çalışılmıştır.

LİTERATÜR TARAMASI

Literatür incelendiğinde, lisans düzeyinde (Sosyal Bilgiler Öğretmenliği bölümünde okuyan) öğrencilere yönelik iki çalışma görülmektedir. Literatürde turizm eğitimi alan öğrencilere yönelik bir çalışmaya rastlanmamıştır. Yapılan bu çalışmanın ilgili alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Literatürde müze ziyaretçilerine yönelik yapılan diğer çalışmalar aşağıda yer almaktadır.

Meydan ve Akkuş (2014) tarafından gerçekleştirilen çalışmada Sosyal Bilgiler öğretiminde müze gezilerinin, tarihi ve kültürel değerlerin kazandırılmasındaki önemini belirlemek amaçlanmaktadır. Araştırmanın çalışma grubunu Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Sınıf Öğretmenliği Anabilim Dalında 2011-2012 bahar yarıyılında Sosyal Bilgiler Öğretimi dersini alan toplam 32 öğrenci oluşturmuştur. Veri toplama aracını 3 sorudan oluşan açık uçlu soru formu oluşturmuştur. Araştırmada öğrencilerin müze gezileri gibi etkinliklerin öğrencilerin derse olan ilgilerini arttırdığı, tarihi ve kültürel değerlerin kazandırılmasında son derece etkili olduğu, öğrenciler öğretmenliğe adım attıklarında bu tür çalışmalarını mümkün olduğu ölçüde kullanmayı planladıkları sonucuna ulaşılmıştır (Meydan ve Akkuş, 2014: 409-419).



Yılmaz ve Egüz (2015) tarafından yapılan bu çalışmada Sosyal Bilgiler Öğretmenliği ve Tarih Öğretmenliği öğrencilerinin müzelerin Tarih eğitimi amaçlı kullanılmasına ilişkin görüşlerini ve farkındalık düzeylerini belirlemek ve müzelerin eğitim amaçlı kullanılmasının Tarih öğretimine katkısının ne olabileceğini ortaya koymak amacıyla yapılmıştır. Araştırma sonunda müze ziyaretlerinin öğrenme sürecinde derse karşı ilgiyi artırdığı, merak duygusunu geliştirdiği ve müzedeki nesnelere birebir karşılaşmanın öğrenilen bilgilerin pekiştirilmesini kolaylaştırdığı görülmüştür. Tarih ve Sosyal Bilgiler öğretmen adayları için, lisans eğitiminde mutlaka müze ile eğitime ilişkin bir ders konulmasının zorunluluk olduğu kanaati oluşmuştur (Yılmaz ve Egüz, 2015:1642-1647).

Şahan (2005), yaptığı çalışmada, müze ve okul ilişkisinin önemli bir etkinlik olduğunu vurgulamıştır. Çalışmada ilk kurulan eğitim müzelerinden örneklerle müze ve eğitim ilişkisinin gerekliliğine değinilmiştir. Türkiye’deki müzelerin eğitim amaçlı çalışmalarına genel olarak değinilmiş, çok yönlü öğrenme ve etkili öğrenme alanları olan müzelerin öğretime katkısı ile müzelerde eğitimle ilişkili olarak yapılan uygulama çalışmalarının sonuçları çeşitli açılardan değerlendirilmiştir.

Özgören (2007) tarafından gerçekleştirilen çalışmada boş zaman faaliyetlerinden biri olan müze ziyaretine katılan kişilerin profillerini, istek, ihtiyaç ve beklentilerini tespit etmek amaçlanmıştır. Müze ziyaretçileri üzerinde gerçekleştirilen çalışmada anket sonuçları değerlendirilerek müzelerin pazarlama planlarını geliştirmelerinde yol gösterici olacak önerilerde bulunulmuştur (Özgören,2007:200-206).

Bozdoğan ve Sünbül (2008) tarafından yapılan çalışma ortaokul 7.sınıf öğrencilerinin Sosyal Bilgiler dersi kapsamında oldukça önemli olan “müze” kavramına yönelik algılarını ve bakış açılarını belirlemek amacıyla yapılmıştır. Öğrenciler “müze” kavramına ilişkin olarak 44 farklı metafor üretmiştir. Sonuç olarak bu çalışmada, öğrencilerin “müze” kavramı ile ilgili olumlu algılara sahip oldukları ortaya çıkmıştır (Bozdoğan ve Sünbül,2008:113-124).

Kırca (2008) tarafından gerçekleştirilen çalışmada tüketicilerin müze ziyaret alışkanlıkları ve müze tercihlerini etkileyen faktörlerin ortaya konulması amaçlanmıştır. Tüketicilerin demografik özellikleri ile müze türlerini tercih açısından önemli farklılıklar görülmüştür. Cinsiyet, medeni durum, yaş, meslek, eğitim ve gelir düzeyi gibi demografik özellikler açısından müze ziyaret alışkanlıkları ve müze tercihlerinde değişim görülmüştür (Kırca,2008: 53-55).

Kısa (2012) tarafından yapılan çalışmada Sosyal Bilgiler öğretiminde müze kullanımına ilişkin öğretmen ve öğrenci görüşlerini, öğretmenlerin müze gezisi düzenlemekte yaşadığı sıkıntılar ve öğrencilerin müze gezilerine katılmama nedenlerine ilişkin görüşlerini çeşitli değişkenlerle incelemek amaçlanmıştır. Öğretmen ve öğrenci görüşleri arasında bazı maddelerde tutarlılık olduğu gözlenmiştir. Kız öğrencilerinin müze gezilerinden beklentilerinin daha fazla olduğu ve 8.sınıf öğrencilerinin müze etkinliklerine daha az katıldıkları görülmüştür. Yılda üç kez ve daha fazla müzeye giden öğrencilerin çoğunun okul gezileriyle ya da öğretmenleriyle müzeleri ziyaret ettikleri ve müze rehberiyle yapılan gezilerin daha verimli geçtiğine ulaşılmıştır (Kısa, 2012: 3).

Gürel (2013) tarafından gerçekleştirilen çalışmada Ankara’daki müze ziyaretçilerinin profil ve motivasyonlarını anlamak, böylece müzelere olan ziyaretlerinin muntazam aktif katılıma dönüşmesine yardımcı olacak stratejilerin geliştirilebilmesine olanak sağlanması amaçlanmıştır. Ankara’nın önde gelen beş müzesinde yapılan çalışmanın sonuçlarına göre, bu müzelerin ziyaretçiler için eğitim konusunda önemli bir role sahip olduğu görülmüştür. 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 (Gürel,2013:1-9)

Altunel (2013) Çalışma kapsamında Topkapı Sarayı’nı ziyaret eden ziyaretçilerin deneyim beklentileri araştırılmıştır. Çalışma sonucunda deneyim beklentileri tarihsel hatırlatıcılık, kaçış, kişisel kimlik ve öğrenme olarak ortaya koyulmuştur.

Harman ve Akgündüz (2014) Çalışma kapsamında Efes Ören Yeri’ni ziyaret eden yabancı ziyaretçilerin deneyim beklentileri araştırılmıştır. Çalışma sonucunda müzelerde ziyaretçilerin beğenisine sunulan eserlerin özgünlükleri, ziyaretçilere kaçış, kültürel eğlence, kişisel özdeşim, tarihsel hatırlatıcılık beklentilerini karşılayıcı nitelikler sunulduğu belirtilmiştir.

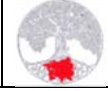
Güzel ve diğerlerinin (2015) çalışmasında müzelerin ziyaret edilmesinin önemi ve gerekliliğinden yola çıkarak müze ziyareti yapan turistlerin deneyimleri bağlamında ziyaret sonrasında edindikleri kültürel zenginleşme algısının müzelere yönelik gelecek eğilimleri arasındaki ilişkinin ölçülmesi amaçlanmıştır. Yapılan analizler sonucunda araştırmaya katılan kişilerin müze ziyareti davranışları ortaya çıkarılırken, müze ziyaretlerinin entelektüel boyutun aktif olarak ortaya çıktığı, kültürel algıyı zenginleştirdiği ve müze ziyaretlerine yönelik gelecek davranış ve tutumlara yönelik etkisi olduğu tespit edilmiştir (Güzel vd., 2015: 562).

Dirsehan tarafından gerçekleştirilen çalışmada, müze perspektifinden tüketici deneyimlerinin etkilerini ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Bu amaçla, İstanbul’da bir keşfedici araştırma ve bir tanımlayıcı araştırma yürütülmüştür. Keşfedici araştırma, Türkiye’de müzelerin müşteri deneyimi yönetimi için bilgi sağlamaktadır. Diğer taraftan, tanımlayıcı araştırma ilk olarak, tüketici deneyimleri açısından ziyaretçiler arasındaki farkları incelemiştir. İkinci olarak, tüketici deneyimleri ve deneyim sonrası boyutlar (müzedeki öğrenme, ziyaretçi memnuniyeti, ziyareti kuvvetlendirme, kulaktan kulağa iletişim ve tekrar ziyaret niyeti) arasındaki ilişkileri ortaya çıkarmak için bir yapısal eşitlik modeli geliştirilmiştir. Üçüncü olarak ziyaretçiler, deneyimlerine göre kümelendirilmiş ve deneyim sonrası boyutlarına göre farklılıklar incelenmiştir (Dirsehan, 2011).

Jeong ve Lee (2006) tarafından gerçekleştirilen çalışmada müzelerin fiziksel ortamının ziyaretçilerin memnuniyeti üzerine ne gibi bir etkiye sahip olduğu konusunda kapsamlı bir araştırma yapılmıştır. Esas olarak Seul’de, Güney Kore’de ve çevresinde bulunan otuz müze bu çalışma için seçilmiştir. Katılımcıların gözlemlerinden elde edilen veriler faktör analizi, regresyon analizi ile analiz edilmiştir. Sonuçlar şöyledir: Faktör analizi kullanılarak, müze çevrenin fiziksel özellikleri, sergi ortamı ve müze boyutu gibi üç alt gruba ayrılmıştır. Bu faktörlerin arasında sergi ortamı memnuniyet üzerinde en büyük etkiye sahip ana faktördür.

Sheng ve Chen’nin (2012) çalışmasında ziyaretçilerin müze deneyimlerinden beklentileri araştırılmıştır. Çalışma sonucunda ziyaretçilerin müze deneyimi beklentileri olarak rahatlık, eğlence, kültürel öğeler, kişisel özdeşim kurma, tarihsel hatırlatıcılık ve kaçış gibi unsurlar elde edilmiştir.

Brida ve diğerlerinin çalışmasında İtalya’daki çağdaş ve çağdaş sanatın en önemli müzelerinden biri olan Rovereto’daki MART’ın tekrar ziyaretini öngörmeyi amaçlamaktadır. Konuklar gruplar halinde, trenle ya da yürüyerek, kendi şehirlerinden uzakta ve müzeyi ziyaret etmek için uzun süre harcamışlarsa tekrar ziyaret etme olasılığı daha düşük olduğu tespit edilmiştir (Brida vd., 2012:169).



YÖNTEM

Çalışmanın amacı

Bu çalışmanın amacı lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin müze ziyaret alışkanlıklarını ve müze tercihlerini etkileyen faktörleri belirlemektir. Bu amaç doğrultusunda aşağıdaki sorulara yanıt aranmaktadır:

- Öğrencilerin demografik profili nedir?
- Öğrencilerin müze tercihlerinde etkili olan faktörler nelerdir ve hangi boyutlardan oluşmaktadır? Bu boyutlar ile öğrencilerin demografik özellikleri açısından farklılık var mıdır?
- Öğrencilerin müzeye gitme amaçları nelerdir? Bu amaçlar ile öğrencilerin demografik özellikleri açısından farklılık var mıdır?
- Öğrencilerin müze tercihlerinde hangi bilgi kaynağı daha etkilidir?

Çalışma, turizm eğitimi alan öğrencilerin müze ziyaret alışkanlıklarının ve müzeleri tercih nedenlerinin belirlenmesi, elde edilen bilgiler eşliğinde de müzelerin, ziyaretçi sayısını arttırabilmesi yönünde izlenmesi gereken adımların ortaya konulması açısından önem arz etmektedir.

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini 2016-2017 öğretim yılı bahar döneminde Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesinde öğrenim gören öğrenciler (toplamda 1628 öğrenci) oluşturmaktadır. Belirtilen evren büyüklüğüne göre 0.05 anlamlılık düzeyinde kabul edilebilir örneklem sayısı en az 322 olarak belirlenmiştir (Altunışık ve diğerleri, 2007: 127; Sekaran, 1992: 253). Araştırmada ana kitleyi en iyi temsil edecek, gerekli bilgiyi en iyi sağlayacak yargısal örneklem yöntemi kullanılmıştır (İslamoğlu ve Alınacak, 2016: 167). Araştırmanın örneklemini senede en az bir defa müze ziyaretinde bulunan öğrenciler oluşturmaktadır. Anketler öğrencilerle sınıf ortamında yüz yüze doldurulmuştur. Sağlıklı veri elde edilen anket sayısı 400'dür. Araştırma kapsamına alınan, Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi, 1438 sayılı kanuna göre 1975 yılında Bursa İktisadi ve İdari Bilimler Akademisine bağlı olarak Balıkesir İşletmecilik ve Turizm Yüksekokulu adıyla kurulmuştur. 1982 yılına kadar İşletmecilik ve Turizm bölümlerinde öğretim yapılmıştır. 2547 sayılı kanun ile Yüksekokul, ad ve statü değiştirilerek Uludağ Üniversitesi Balıkesir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu adını almıştır. 1992 yılında ise Yüksekokul, 3837 sayılı kanunla Balıkesir Üniversitesine bağlı olarak Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu adını aldıktan sonra 25 Nisan 2013 tarihinde Resmi Gazete'de yer alan 2013/ 4559 sayılı kararla kapatılmış ve Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi olarak kurulmuştur. Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi, turizm öğretiminde 42 yıllık köklü bir geçmişe sahiptir (Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi Tarihçe, 2013).

Veri Toplama Aracı

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket tekniği tercih edilmiştir. Anket iki bölümden oluşmakta; birinci bölümde demografik özelliklere yönelik sorular, ikinci bölümde öğrencilerin müze tercihine, müzelere gitme amacına ve bilgi edinme kaynaklarına yönelik ifadelerden oluşmaktadır. Bu ifadelerin değerlendirilmesinde "5'li Likert Ölçeği" kullanılmıştır (5: Kesinlikle katılıyorum, 4: Katılıyorum, 3: Kararsızım, 2: Katılmıyorum, 1: Kesinlikle katılmıyorum). Ankette yer alan ifadelerin oluşturulmasında Jeong ve Lee (2006) ile Kırca'nın (2008) çalışmalarından yararlanılmıştır.

Verilerin Analizi

Ölçeğin iç tutarlılık katsayılarını hesaplamak için Cronbach Alpha testi uygulanmış ve Cronbach Alpha (iç tutarlılık) katsayısı 0,816 olarak bulunmuştur. Cronbach Alpha Katsayısı 0.80- 1.00 aralığında yüksek derecede güvenilirliğe sahiptir (Ural ve Kılıç, 2005: 258). Elde edilen verilere göre ölçeğin yüksek derecede güvenilirliğe sahip olduğu görülmektedir.



Demografik değişkenlere ilişkin verilerin yorumlanmasında frekans ve yüzde analizinden yararlanılmıştır. Öğrencilerin müze ziyaret alışkanlıklarının ve müzeleri tercih nedenlerinin ortaya konulmasına ilişkin tutum ve davranışlarının hangi boyutlardan oluştuğunu belirleyebilmek amacı ile ifadeler faktör analizine tabi tutulmuştur. Dağılım testinde (Kolmogorov-Smirnov) örneklemin normal dağılıma sahip olmadığı ve nonparametrik testler yapabileceği anlaşılmıştır. Faktör analizinden elde edilen boyutların demografik özellikleri itibari ile farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacı ile Mann Whitney U-Testi ve Kruskal Wallis Testi uygulanmıştır.

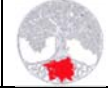
BULGULAR

Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan turizm öğrencilerinin demografik bulguları tablo 1’de verilmiştir. Öğrencilerin %53.8’inin erkek, %50’sinin 18-21, %41,8’nin 22-24 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Öğrencilerin %39.8’inin 4.sınıf, %22.8’inin 1 sınıf öğrencisi oldukları, %39.0 Turizm işletmeciliği, %34.0’ı Turizm rehberliği bölümü oldukları görülmektedir. Öğrencilerin, %64.3’ ünün staj yaptığı görülmektedir. Öğrencilerin %60.3’ ünün yılda 1 kez müzeleri ziyaret ettikleri, %53.8 inin ise arkadaşları eşliğiyle ziyaret ettikleri tespit edilmiştir.

Tablo 1. Demografik Bulgular

Demografik Değişkenler		Frekans	% Oranı
Cinsiyet	Erkek	215	53.8
	Kız	185	46.3
Yaş	18-21	200	50.0
	22-24	167	41.8
	25 yaş ve üzeri	33	8.3
Sınıf	1.sınıf	91	22.8
	2.sınıf	75	18.8
	3.sınıf	75	18.8
	4.sınıf	159	39.8
Bölüm	Turizm İşl.	156	39,0
	Konak. İşl.	53	13,3
	Seyahat İşl.	55	13,8
	Turizm Rehberliği	136	34,0
Staj yapma durumu	Evet, staj yaptım	257	64.2
	Hayır, yapmadım.	143	35.8
Yılda gerçekleşen müze ziyaret sayısı	1 kez	241	60.2
	2 kez	73	18.3
	3 kez ve üzeri	86	21.5
Müze ziyaretine eşlik eden kişi/kişiler	Yalnız	26	6.5
	Ailemle	68	17.0
	Arkadaşlarımla	215	53.8
	Bir grupla	91	22.8



Öğrencilerin Müze Tercihlerinde Etkili Olan Unsurların dağılımına ilişkin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 2’de verilmiştir. Tablo 2 incelendiğinde genel olarak Öğrencilerin Müze Tercihlerinde Etkili Olan Unsurları olumlu algıladıkları, ifadeler yüksek düzeyde katıldıkları görülmektedir. Ortalamalar dikkate alınarak en fazla olumlu algılanan ifadeler ise şunlardır: “Müzedeki materyallerin ilgi çekici olması etkilidir (4.64).”, “ Bilet fiyatlarının makul seviyelerde oluşu ve indirimli bilet uygulamaları etkilidir (4.49).”, “Müzenin gezme koşullarının rahat olması etkilidir (4.46).”, “Müzeyi ziyaret etmeyi başkalarına tavsiye ederim (4.35).” ifadeleridir. “Sağlanan yeme & içme hizmetlerinin kalitesi etkilidir (3.42).”, “Müzenin uygun park alanlarına sahip olması etkilidir (3.80).”, “Hediyelik eşya dükkanlarının makul fiyatlarla bol çeşit sunması etkilidir (3.85).”, “ Müzenin şehir merkezine veya ikamet adresime yakın oluşu etkilidir (3.93).” ifadeleri ise en düşük ortalamaya sahip olan ifadelerdir.

Tablo 2. Öğrencilerin Müze Tercihlerinde Etkili Olan Unsurların Aritmetik Ortalaması

İfadeler	\bar{X}	ss
1.Müzedeki materyallerin ilgi çekici olması etkilidir.	4.64	.63
2.Müzenin sosyal bir ortam sağlaması etkilidir.	4.12	.90
3. Bilet fiyatlarının makul seviyelerde oluşu ve indirimli bilet uygulamaları etkilidir.	4.49	.83
4. Müzenin gezme koşullarının rahat olması (ziyaretçi yoğunluğu, aydınlatma, ısıtma, havalandırma vb.) etkilidir.	4.46	.77
5. Gözü ve bedeni rahatsız etmeyen sergi düzeninin olması etkilidir.	4.35	.83
6. Sağlanan yeme & içme hizmetlerinin kalitesi etkilidir.	3.42	1.15
7. Hediyelik eşya dükkanlarının makul fiyatlarla bol çeşit sunması etkilidir.	3.85	1.12
8. Müzenin şehir merkezine veya ikamet adresime yakın oluşu etkilidir.	3.93	1.13
9. Müze personelinin ilgili tavrı etkilidir.	4.19	.95
10. Müzenin şehrin imajlarından birisi oluşu etkilidir.	4.25	.79
11. Müzenin uygun park alanlarına sahip olması etkilidir.	3.80	1.04
12. Müzenin rehberlik hizmetlerinin olması etkilidir.	4.34	.83
13. Genel olarak müzeleri ziyaret etmekten memnun olurum.	4.34	.73
14. Genel olarak müze ziyaretimin sonucunda mutlu olurum.	4.32	.74
15. Müzeyi ziyaret etmeyi başkalarına tavsiye ederim.	4.35	.77

Tablo 3’te araştırmaya katılan turizm öğrencilerinin müze tercihinde etkili olan unsurların faktör analizi sonuçları, Cronbach Alpha değerleri verilmiştir. Yapılan faktör analizi sonucunda faktör analizinin geçerliliğini gösteren KMO testi sonucu 0.830 ve Bartlett testi ise ilgili test düzeyinde anlamlı bulunmuştur. Bu sonuçlar faktör analizi sonuçlarının geçerli olduğunu göstermektedir. Faktör analizi sonucunda özdeğeri birden büyük üç tane faktör elde edilmiştir. Bu üç faktör için yapılan içerik analizi sonucunda düşük yüklenme değerine (<.40) sahip 2 ifade (2.-10. maddeler) çıkartılmıştır. 13 ifadenin faktör analizine tabi tutulması sonucunda yüklenme değeri .40’nin ve özdeğeri 1’in üzerinde toplam varyansın yaklaşık % 56.151’ ini açıklayan üç faktör elde edilmiştir.

Verinin analizinde en yüksek varyansı açıklayan (%20.305) Faktör 1 memnuniyet olarak adlandırılıp, üç ifadenin bir araya gelmesiyle oluşmuştur. Faktör 2 sosyal çevre olarak adlandırılıp varyansın (%19.928)’ini açıklamakta ve altı ifadeden oluşmaktadır. Faktör 3 fiziksel çevre (%15.919) olarak adlandırılıp dört ifadeden oluşmuştur. En fazla olumlu

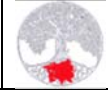


algılanan boyutlar sırasıyla fiziksel çevre (4.49), memnuniyet (4.33), sosyal çevre (3.92) faktörleridir. Aritmetik ortalamalardan araştırmaya katılan turizm öğrencilerinin müze tercihinde etkili olan unsurları olumlu algıladıkları, tekrar ziyaret ve tavsiye etme niyetinde olduklarını görülmektedir. Bu sonuçlar memnuniyet vericidir.

Ölçeğin güvenilirlik çalışması için “Cronbach Alpha” iç tutarlık katsayıları hesaplanmıştır. Toplam 13 ifadeden oluşan ölçeğin iç tutarlılık/güvenirlik katsayısı $\alpha=0.816$ olarak bulunmuştur. Faktörlerin güvenilirlik katsayıları .710 ve .880 arasında olduğu Tablo 3’de görülmektedir. Ankette yer alan ifadeler için elde edilen Cronbach Alpha güvenilirlik katsayısının istatistiksel anlamda yeterli düzeyde olduğu anlaşılmakta ve ölçeğin tutarlı ve güvenilir bir ölçek olduğu görülmektedir

Tablo 3: Katılımcıların Müze Tercihinde Etkili Olan Unsurların Faktör Analizi Bulguları

Faktörler	Faktör yükleri	Özdeğerler	Açıklanan varyans	Cronbach Alpha
Faktör 1: Memnuniyet ($\bar{x} = 4.33$)		4.324	20.305	.880
14. Genel olarak müze ziyaretimin sonucunda mutlu olurum.	.890			
13. Genel olarak müzeleri ziyaret etmekten memnun olurum.	.887			
15. Müzeyi ziyaret etmeyi başkalarına tavsiye ederim.	.796			
Faktör 2: Sosyal çevre ($\bar{x} = 3.92$)		1.712	19.928	.713
6. Sağlanan yeme & içme hizmetlerinin kalitesi etkilidir.	.732			
7. Hediyeleşim eşya dükkanlarının makul fiyatlarla bol çeşit sunması etkilidir.	.691			
11. Müzenin uygun park alanlarına sahip olması etkilidir.	.674			
9. Müze personelinin ilgili tavrı etkilidir.	.585			
12. Müzenin rehberlik hizmetlerinin olması etkilidir.	.500			
8. Müzenin şehir merkezine veya ikamet adresime yakın oluşu etkilidir.	.407			
Faktör 3: Fiziksel çevre ($\bar{x} = 4.49$)		1.263	15.919	.710
3. Bilet fiyatlarının makul seviyelerde oluşu ve indirimli bilet uygulamaları etkilidir.	.815			
1. Müzedeki materyallerin ilgi çekici olması etkilidir.	.730			
4. Müzenin gezme koşullarının rahat olması (ziyaretçi yoğunluğu, aydınlatma, ısıtma, havalandırma vb.) etkilidir.	.622			
5. Gözü ve bedeni rahatsız etmeyen sergi düzeninin olması etkilidir.	.440			
Açıklanan toplam varyans			56.151	



Varimax Rotasyonlu Temel Bileşenler Faktör Analizi Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği= .830, Bartlett 's Test of Sphericity: $p < .000$ (Chi-Square 1683.795, $df=78$). Ölçeğin tamamı için Cronbach Alpha : ,816 (13 ifade)

Yanıt Kategorileri: 5: Kesinlikle katılıyorum, 4: Katılıyorum, 3: Kararsızım, 2: Katılmıyorum, 1: Kesinlikle katılmıyorum

Araştırmada turizm öğrencilerinin müze tercih düzeylerinin cinsiyetlerine göre farklılık gösterip göstermediği Mann Whitney U testi kullanılarak incelenmiştir. Test sonucunda kızlar ve erkekler arasında müze tercihlerinde etkili olan unsurlardan sosyal çevre ve fiziksel çevre boyutlarında anlamlı bir farklılık bulunmuştur (Sig. $< .05$). Sıra ortalamaları dikkate alındığında kızların sosyal çevre ve fiziksel çevre boyutlarına erkeklerden daha fazla katıldıkları dolayısıyla müze tercihinde daha etkili buldukları tespit edilmiştir.

Tablo 4: Öğrencilerin Müze Tercihlerinde Etkili Olan Unsurların Cinsiyet Değişkeni Açısından Mann Whitney U-Testi Sonucu

	Seçenekler	N	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	Sig.
Memnuniyet	Erkek	215	196.35	42216.	18996.	.427
	Kız	185	205.32	37984.		
Sosyal çevre	Erkek	215	186.90	40183.	16963.	.011*
	Kız	185	216.31	40016.		
Fiziksel çevre	Erkek	215	188.67	40563.	17343.	.024*
	Kız	185	214.25	39636.		

* $p < .05$

Tablo 5'de turizm öğrencilerinin müze tercihleri ile müzeye gitme sıklıkları açısından davranışlarında anlamlı farklılık olup olmadığını belirlemek için yapılan Kruskal Wallis testi sonucuna göre memnuniyet boyutunda anlamlı farklılık tespit edilmiştir (Sig. $< .05$). Müzeye üç kez üzeri ziyarette bulunan öğrencilerin memnuniyet seviyelerinin yükseldiği sıra ortalamalarından görülmektedir.

Tablo 5: Öğrencilerin Müze Tercihleri ile Müzeye Gitme Sıklıkları Açısından Kruskal Wallis Testi Sonucu

	Seçenek	N	Sıra Ort.	SD	χ^2	Sig.
Memnuniyet	1 kez	241	183.24	2	14.928	.001*
	2 kez	73	218.78			
	3 kez ve üzeri	86	233.36			
Sosyal çevre	1 kez	241	202.29	2	.905	.636
	2 kez	73	189.15			
	3 kez ve üzeri	86	205.13			
Fiziksel çevre	1 kez	241	198.13	2	1.483	.476
	2 kez	73	193.34			
	3 kez ve üzeri	86	213.22			

* $p < .05$



Öğrencilerin Müzeye gitme amaçlarının dağılımına ilişkin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 6’da verilmiştir. Ortalamalar dikkate alınarak en fazla olumlu algılanan ifadeler ise şunlardır: “Kültürel zenginlikleri görmek (4.40).”, “Bilgimi arttırmak (4.32).”, “Gezmek (3.83).” ifadeleridir. “Restoran ve cafe hizmetinden faydalanmak (2.07).”, “Hediyelik eşya dükkanından alışveriş yapmak (2.53).”, “Gönüllülük çalışmaları, (Üyelikler, kulüp aktiviteleri, vakıf çalışmaları) (2.68).” ifadeleri ise en düşük ortalamaya sahip olan ifadelerdir.

Tablo 6: Öğrencilerin Müzeye Gitme Amaçlarının Aritmetik Ortalaması

İfadeler	\bar{X}	SS
1. Gezmek	3.83	1.05
2. Bos zamanımı değerlendirmek,	3.42	1.17
3. Kültürel zenginlikleri görmek,	4.40	.74
4. Bilgimi arttırmak,	4.32	.83
5. Eğitim amaçlı, ödev, araştırma yapmak,	3.36	1.27
6. Şehir içinden/yurt dışından gelen konuklarımı gezdirmek,	2.85	1.38
7. Birlikte bulunduğum grubun isteği doğrultusunda hareket etmek,	3.06	1.21
8. Tesadüfi, yoldan geçerken ilgimi çekmesi,	2.73	1.26
9. Restoran ve cafe hizmetinden faydalanmak,	2.07	1.24
10. Hediyelik eşya dükkanından alışveriş yapmak,	2.53	1.30
11. Düzenlenen etkinliklere katılım, (Konferans, sempozy. vb.)	3.03	1.23
12. Gönüllülük çalışmaları, (Üyelikler, kulüp aktiviteleri, vakıf çalışmaları)	2.68	1.28
13. Film gösterileri ve yarışmalar,	2.72	1.30

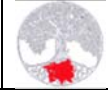
Araştırmada turizm öğrencilerinin müzeye gitme amaçlarının cinsiyet değişkeni açısından farklılık gösterip göstermediği Mann Whitney U testi kullanılarak incelenmiştir. 13 ifade arasın da “Eğitim amaçlı, ödev, araştırma yapmak”, “, Hediyelik eşya dükkanından alışveriş yapmak, “Gönüllülük çalışmaları, (Üyelikler, kulüp aktiviteleri, vakıf çalışmaları)” ifadelerinde anlamlı farklılık görülmüştür. Sıra ortalamaları dikkate alındığında kızların erkeklerden daha fazla bu amaçlarla müzeye gittikleri tespit edilmiştir.

Tablo 7: Öğrencilerin Müzeye Gitme Amaçlarının Cinsiyet Değişkeni Açısından Mann Whitney U-Testi Sonucu

İfadeler	Seçenekler	N	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	Sig.
5. Eğitim amaçlı, ödev, araştırma yapmak,	Erkek	215	187.61	40336.	17116.	.014*
	Kız	185	215.48	39863.		
10. Hediyelik eşya dükkanından alışveriş yapmak,	Erkek	215	189.34	40709.	17489.	.032*
	Kız	185	213.46	39491.		
12. Gönüllülük çalışmaları, (Üyelikler, kulüp aktiviteleri, vakıf çalışmaları)	Erkek	215	187.99	40417.	17197.	.017*
	Kız	185	215.04	39782.		

*p<.05

Araştırmada turizm öğrencilerinin müzeye gitme amaçlarının okudukları bölüm açısından anlamlı farklılık olup olmadığını belirlemek için yapılan Kruskal Wallis testi sonucuna göre “Bilgimi arttırmak.”, “Eğitim amaçlı, ödev, araştırma yapmak.”, Restoran ve cafe hizmetinden faydalanmak” ifadelerinde anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Sıra ortalamaları



dikkate alındığında bu ifadelerden eğitim amaçlı, ödev araştırma yapmak ve bilgimi arttırmak ifadelerine turizm rehberliği bölümü öğrencilerinin diğer bölümlerden daha fazla katılım gösterdiği restoran ve cafe hizmetinden faydalanmak, ifadesine ise turizm rehberliği öğrencilerinin diğer tüm bölümlerden daha düşük katılım gösterdiği tespit edilmiştir. Turizm rehberliği bölümü öğrencilerinin meslekleri itibariyle bu amaçlarla daha fazla müze ziyaretinde buldukları görülmektedir.

Tablo 8: Öğrencilerin Müzeye Gitme Amaçlarının Okudukları Bölüm Açısından Kruskal Wallis Testi Sonucu

İfadeler	Seçenekler	N	Sıra Ort.	SD	x ²	Sig.
4. Bilmimi arttırmak,	Turizm İş.	156	192.05	3	8.168	.043*
	Konak. İş.	53	180.08			
	Sey. İşt.	55	194.52			
	Turizm Reh.	136	220.57			
5. Eğitim amaçlı, ödev, araştırma yapmak,	Turizm İş.	156	181.48	3	11.387	.010*
	Konak. İş.	53	185.58			
	Sey. İşt.	55	214.57			
	Turizm Reh.	136	222.44			
9. Restoran ve cafe hizmetinden faydalanmak,	Turizm İş.	156	217.64	3	14.609	.002*
	Konak. İş.	53	211.96			
	Sey. İşt.	55	212.16			
	Turizm Reh.	136	171.65			

*p<.05

Araştırmada turizm öğrencilerinin müzeye gitme amaçlarının staj yapma durumu açısından anlamlı farklılık olup olmadığını belirlemek için yapılan Mann Whitney U-Testi sonucu göre eğitim amaçlı ödev, araştırma yapmak ve şehir içinden/yurt dışından gelen konuklarımı gezdirmek ifadelerinde anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Sıra ortalamaları dikkate alındığında staj yapan öğrencilerin staj yapmayan öğrencilere kıyasla bu amaçlarla müzeye daha fazla gittikleri görülmektedir. Staj yapan öğrencilerin bu konuda daha bilinçli oldukları söylenebilir.

Tablo 9: Öğrencilerin Müzeye Gitme Amaçlarının Staj Yapma Durumu Açısından Mann Whitney U-Testi Sonucu

	Seçenek	N	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	Sig.
5. Eğitim amaçlı, ödev, araştırma yapmak,	Staj yapan	257	211.37	54323.	15581.	.010*
	Staj yapmayan	143	180.96	25877.		
6. Şehir içinden/yurt dışından gelen konuklarımı gezdirmek,	Staj yapan	257	210.83	54183.	15720.	.014*
	Staj yapmayan	143	181.93	26016.		

*p<.05



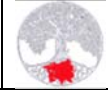
Araştırmada turizm öğrencilerinin müzeye gitme amaçlarının müzeye gitme sıklığı açısından anlamlı farklılık olup olmadığını belirlemek için yapılan Kruskal Wallis testi sonucuna göre “gezmek.”, “kültürel zenginlikleri görmek.”, “bilgimi arttırmak.”, “Restoran ve cafe hizmetinden faydalanmak.” İfadeleri arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Sıra ortalamaları dikkate alındığında “gezmek”, “kültürel zenginlikleri görmek”, “bilgimi arttırmak” ifadelerine müzeye 3 kez ve üzeri gidenlerin daha fazla katılım gösterdikleri, “restoran ve cafe hizmetinden faydalanmak” ifadesine ise 1 kez gidenlerin daha fazla katıldıkları tespit edilmiştir. Müzeye gitme sıklığı arttıkça müzeye gitme amaçlarının gezmek, kültürel zenginlikleri görmek, bilgimi arttırmak olduğu görülmektedir.

Tablo 10: Öğrencilerin Müzeye Gitme Amaçlarının Müzeye gitme sıklığı Açısından Kruskal Wallis Testi Sonucu

İfadeler	Seçenekler	N	Sıra Ort.	SD	x ²	Sig.
1. Gezmek	1 kez 2 kez 3 kez ve üzeri	241 73 86	186,31 211,31 231,08	2	11.177	.004*
3. Kültürel zenginlikleri görmek,	1 kez 2 kez 3 kez ve üzeri	241 73 86	185,03 222,42 225,24	2	13.616	.001*
4. Bilgimi arttırmak,	1 kez 2 kez 3 kez ve üzeri	241 73 86	187,48 221,84 226,58	2	9.817	.007*
9. Restoran ve cafe hizmetinden faydalanmak,	1 kez 2 kez 3 kez ve üzeri	241 73 86	210,96 195,42 175,49	2	6.907	.032*

*p<.05

Araştırmada turizm öğrencilerinin müzeler hakkında bilgi edinme kaynakları dağılımına ilişkin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 11’de verilmiştir. Ortalamalar dikkate alındığında öğrencilerin en etkili buldukları bilgi kaynakları şunlardır: “Müze mekanlarının film, dizi, roman ve hikayelerde kullanılması (4.18).”, “Tatil rehberleri ve turistik yayınlar (4.11).”, “İnternet siteleri üzerinde yapılan reklamlar (4.05).” dır. “Tanıtım amaçlı gönderilen e-postalar (3.16).”, “Müzelerin şirket ve kurumlarla gerçekleştirdikleri sponsorluklar (3.62).”, “Gazeteler de çıkan haberler ve reklamlar(3.68).”, ise en düşük ortalamaya sahip bilgi kaynakları olduğu görülmektedir.

**Tablo 11:** Öğrencilerin Müzeler Hakkında Bilgi Edinme Kaynaklarının Aritmetik Ortalaması

İfadeler	\bar{X}	SS
1. Gazeteler de çıkan haberler ve reklamlar	3.68	1.06
2. Dergilerde çıkan haber ve reklamlar	3.71	.99
3. Sokak posterleri (Otobüs durakları, bina dış cepheleri, vb.)	3.90	1.00
4. Toplu taşıma reklamları (demiryolu, otobüs,metro,..vb)	3.82	1.02
5. İnternet siteleri üzerinde yapılan reklamlar	4.05	.98
6. Tanıtım amaçlı gönderilen e-postalar	3.16	1.23
7. Ulusal ve yerel Radyo-TV lerde çıkan haber ve reklamlar	3.89	1.10
8. Tatil rehberleri ve turistik yayımlar	4.11	.94
9. Broşürler, pano ilanları, kitaplar	4.03	.95
10. Fuar ve sergilerde açılan standlar	4.01	.96
11. Marka ve logolu hatıra esyalar (t-shirtler, kalemler kahve kupaları, anahtarlıklar, rozetler, vb.)	3.78	1.07
12. Gezici müzeler (müzeyle ait parçaların bir kısmının yakın il ve ilçelere götürülerek sergilenmesi)	3.97	.96
13. Müzelerin şirket ve kurumlarla gerçekleştirdikleri sponsorluklar	3.62	1.03
14. Müzeyi ziyaret eden arkadaş ve akrabaların müze hakkında yorumları	4.03	.93
15. Müze mekanlarının film, dizi, roman ve hikayelerde kullanılması	4.18	.92
16. Müzelerde gerçekleştirilen sergileme harici aktiviteler (Konserler, konferanslar, tanıtım toplantıları, vb.)	3.82	1.07

Araştırmada turizm öğrencilerinin müzeler hakkında bilgi edinme kaynakları açısından anlamlı farklılık olup olmadığını belirlemek için yapılan Mann Whitney U-Testi sonucu göre “Gazeteler de çıkan haberler ve reklamlar”, “dergilerde çıkan haber ve reklamlar”, “Sokak posterleri (Otobüs durakları, bina dış cepheleri, vb.)”, “Tanıtım amaçlı gönderilen e-postalar”, “Tatil rehberleri ve turistik yayımlar”, “Broşürler, pano ilanları, kitaplar”, “Fuar ve sergilerde açılan standlar”, “Marka ve logolu hatıra eşyalar (t-shirtler, kalemler vb.)” kaynaklarında anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Sıra ortalamaları dikkate alındığında kız öğrencilerin erkek öğrencilere kıyasla müzeler hakkında bu bilgi edinme kaynaklarını daha etkili buldukları tespit edilmiştir.

**Tablo 12:** Öğrencilerin Müzeler Hakkında Bilgi Edinme Kaynakları Açısından Mann Whitney U-Testi Sonucu

İfadeler	Seçenekler	N	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	Sig.
1. Gazeteler de çıkan haberler ve reklamlar	Erkek Kız	215 185	188,27 214,71	40479,00 39721,00	17259.	.015*
2. Dergilerde çıkan haber ve reklamlar	Erkek Kız	215 185	185,93 217,43	39975,00 40225,00	16755.	.003*
3. Sokak posterleri (Otobüs durakları, bina dış cepheleri, vb.)	Erkek Kız	215 185	184,03 219,64	39567,00 40633,00	16347.	.001*
6. Tanıtım amaçlı gönderilen e-postalar	Erkek Kız	215 185	184,04 219,63	39569,00 40631,00	16349	.002*
8. Tatil rehberleri ve turistik yayınlar	Erkek Kız	215 185	184,66 218,91	39701,00 40499,00	16481	.001*
9. Broşürler, pano ilanları, kitaplar	Erkek Kız	215 185	182,07 221,92	39145,00 41055,00	15925	.000*
10. Fuar ve sergilerde açılan standlar	Erkek Kız	215 185	186,23 217,09	40039,00 40161,00	16819	.004*
11. Marka ve logolu hatıra esyalar (t-shirtler, kalemler vb.)	Erkek Kız	215 185	186,47 216,81	40090,00 40110,00	16870	.006*

*p<.05

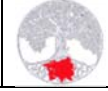
SONUÇ

Lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin müze ziyaret alışkanlıklarının ve müzeleri tercih nedenlerinin ortaya konulması, amacıyla yapılan çalışmanın dikkat çekici sonuçları şunlardır:

Araştırmaya katılan öğrencilerin %60'nın yılda bir kez müzeyi ziyaret ettikleri, %40'nın ise yılda iki kez ve üzeri müzeyi ziyaret ettikleri görülmüştür. Öğrencilerin müze ziyaret sıklığının az olduğunu söyleyebiliriz.

Araştırma sonucunda, öğrencilerin müze tercihlerinde; müzedeki materyalin ilgi çekici olması, bilet fiyatlarının makul seviyede olması, müzenin gezme koşullarının rahat olması, gözü ve bedeni yormayan sergi düzeninin olması, rehberlik hizmetlerinin olması unsurlarının daha etkili olduğu tespit edilmiştir. Kırca (2008) çalışmasında benzer sonuçlara ulaşmıştır. Ayrıca öğrencilerin müzeleri ziyaret etmekten memnun oldukları ve başkalarına tavsiye ettikleri görülmektedir.

Araştırmaya katılan turizm öğrencilerinin müze tercihinde etkili olan unsurların faktör analizi sonuçlarına göre, memnuniyet, sosyal çevre, fiziksel çevre olmak üzere üç boyut elde edilmiştir. Öğrencilerin müze tercihinde özellikle fiziksel çevre boyutunun daha etkili olduğu tespit edilmiştir. Jeong ve Lee (2006) çalışmalarında benzer şekilde müze çevresinin fiziksel özelliklerinin, sergi ortamının memnuniyet üzerinde büyük etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca kız öğrencilerin erkek öğrencilere kıyasla müze tercihlerinde sosyal çevre ve fiziksel çevre boyutlarını daha etkili buldukları görülmüştür. Öğrencilerin müzeye gitme sıklıkları arttıkça memnuniyet seviyelerinin yükseldiği bir diğer dikkate değer bir sonuçtur.



Öğrenciler müze tercihinde en etkili bilgi kaynağını, müze mekanlarının film, dizi, roman ve hikayelerde kullanılması ve tatil rehberleri, turistik yayınlar olarak belirtmişlerdir.

Öğrenciler, daha çok kültürel zenginlikleri görmek, bilgimi arttırmak gibi amaçlarla müzeyi ziyaret etmektedirler. Restoran ve cafe hizmetinden faydalanmak, hediyelik eşya dükkanından alışveriş yapmak gibi unsurların öğrencilerin, müze ziyaret amaçları arasında olmadığı görülmüştür. Turizm rehberliği bölümü öğrencilerinin diğer bölüm öğrencilerine kıyasla eğitim amaçlı, ödev araştırma yapmak ve bilgimi arttırmak amaçlarıyla daha çok müzeye gittikleri tespit edilmiştir. Turizm rehberliği bölümü öğrencilerinin meslekleri itibariyle bu amaçlarla daha fazla müze ziyaretinde buldukları görülmektedir. Turizm elçisi olan rehberlerin öncelikle kendi kültürel değerlerini tanımaları, daha sonra tanıtılmaları beklenir. Aslında turizm bölümünde okuyan her öğrencinin kültürel, tarihsel değerlerini tanınması, anlaması, farkında olması gerekmektedir. Böylelikle müzelerin kültürel mirasın aktarılmasındaki önemli işlevi ortaya çıkmaktadır.

Bu sonuçlar doğrultusunda şu öneriler getirilebilir.

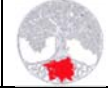
- Müzedeki materyalin dikkat çekici olması, ilgi uyandırması, müzeyi ziyaret etmeyi cazip kılması sağlanabilir, müzede çeşitli etkinlikler düzenlenebilir.
- Müze ziyaretçi sayısını arttırmak için bilet fiyatları makul seviyede olabilir, öğrenciler için ekstra indirimler uygulanabilir.
- Müzenin gezme koşulları iyileştirilebilir. Ziyaretçi yoğunluğu, aydınlatma, havalandırma vb. unsurlara dikkat edilebilir. Sergi düzenlemesinde gözü yormayan düzenlemeler yapılabilir.
- Müzeler gerek özel aracıyla gerekse toplu taşıma aracıyla gelenler için kolay ulaşılabilir olmalıdır. Park yeri, yer, yön tarifi web tabanlı krokilere yer verilmelidir. Ayrıca her müzenin web adresi olmalı, müze bilgileri güncellenmelidir.
- Rehberlik hizmetine önem verilmeli, müzedeki görevlilerin ziyaretçilere nasıl davranması gerektiği konusunda eğitim verilmelidir. Ziyaretçilerin müzeden memnun şekilde ayrılmasında görevlilerin önemli rolü olduğu anlatılmalıdır.
- Müzelerin tanıtımına katkı sağlamak için müze mekanlarına film, dizi, roman, hikayelerde daha fazla yer verilebilir.
- Tatil rehberleri ve turistik yayınlarda müze tanıtımlarına daha fazla yer verilmelidir.
- İnternet siteleri üzerinde yapılan müze tanıtımlarına ağırlık verilebilir.
- Ayrıca toplumda müze bilinci oluşturulmalıdır. Bunun için özellikle ilköğretim çağından itibaren çocuklara, gençlere müzelerin önemi anlatılmalı, müze ve okul (eğitim) iş birliğine daha fazla yer verilmelidir.

REFERENCES

- Altunel, M. C. (2013). Turistlerin Beklenti ve Deneyimleme Kalitesinin Tavsiye Etme Kararına Etkisi: Müze Ziyaretçileri Üzerine Bir Araştırma. (Yayınlanmamış Doktora Tezi) Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, İzmir.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. Ve Yıldırım, E. (2007). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı. (Geliştirilmiş 5.Baskı). Adapazarı: Sakarya Yayıncılık.
- Ashley, S. (2005). State Authority and the Public Sphere: Ideas on the changing role of the Museum as a Canadian social institution. *Museum and society*, 3(1), 5-17.



- Bozdoğan, K., Sünbül, A. (2016). Ortaokul 7. Sınıf Öğrencilerinin ‘Müze’ Kavramına İlişkin Geliştirdikleri Metaforlar. Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, (31), 107-127.
- Brida, J. G., Meleddu, M., Pulina, M. (2012). Factors influencing the intention to revisit a cultural attraction: The case study of the Museum of Modern and Contemporary Art in Rovereto. Journal of Cultural Heritage, 13(2), 167-174.
- Can, M. (2009). Kültürel Miras ve Müzecilik. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Çalışma Raporu.
- Dirsehan, T. (2011). Pazarlamada “Romantik Akım” Müze Perspektifinden Tüketici Deneyimlerinin Deneyim Sonrası Boyutlarına Etkileri. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Marmara Üniversitesi, İngilizce İşletme Anabilim Dalı, İstanbul.
- Gürel, E. (2013). Ankara’daki müzelerde ziyaretçi profillerinin ve motivasyonlarının değerlendirilmesi. Ankara Araştırmaları Dergisi, 1(2), 1-9.
- Güzel, F.Ö., Şahin, İ., Yetimoğlu, S. (2015). Düşünsel Deneyim Boyutu Kapsamında Kültür Bilinci Oluşturma Aracı Olarak Müze Ziyaretleri ve Ziyaret Sonrası Davranışlara Etkisi, Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı:49.
- Harman, S., Akgündüz Y. (2014). Efes Ören yeri Ziyaretçilerinin Müze Deneyimi Beklentilerini Belirlemeye Dönük Bir Araştırma, Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 16(2):113-133.
- İslamoğlu, A.H., Almaçık, Ü. (2016). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri. (Gözden Geçirilmiş ve Genişletilmiş 5. Baskı). Beta Basım Yayın: İstanbul.
- Jeong, J. H., Lee, K. H. (2006). The physical environment in museums and its effects on visitors’ satisfaction. Building and Environment, 41(7), 963-969.
- Kısa, Y.(2012). Sosyal Bilgiler Öğretiminde Müze Kullanımına İlişkin Öğretmen ve Öğrenci Görüşlerinin İncelenmesi (Afyonkarahisar Müzeleri), (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İlköğretim Anabilim Dalı, Afyon.
- Kırca, S.S.(2008). Tüketicilerin Müze Ziyaret Alışkanlıkları ve Müze Tercihlerini Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Araştırma. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Sakarya.
- Lewis, G., (1995). Museum Education: Past, Present, Future. Ed. Hooper Greenhill. In Museum, Media, Message. Routledge, London. Pooley, (2003) Literature Review, The Planning and Development of Sustainable Tourism. (29th October, 2003).
- Meydan, A., Akkuş, A. (2014). Sosyal bilgiler öğretiminde müze gezilerinin tarihi ve kültürel değerlerin kazandırılmasındaki önemi Marmara Coğrafya Dergisi. Sayı:402-422, İstanbul.
- Önder Alev, Abacı Oya, Kamaraj Işık, (2009). Müzelerin Eğitim Amaçlı Kullanımı Projesi”: İstanbul Arkeoloji Müzesi’ndeki Marmara Örnelemi”, Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, Sayı: 25.
- Özgören, F. (2007). Boş Zaman Pazarlaması ve Müzecilikte Bir Uygulama, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Üretim Yönetimi Ve Pazarlama Bilim Dalı, İstanbul.
- Sekaran, Uma. (1992). Research Methods For Business. A Skill Building Approach. USA: John Wiley & Sons Inc.
- Sheng C. W. ve Chen M. C, 2012. A Study Of Experience Expectations Of Museum Visitors, Tourism Management 33: 53-60.



- Sheppard, B. (2001). Musesums, libraries and the 21st century learner, Institute of Libraries and Museum Services, Washington, DC.
- Şahan, M. (2005). Müze ve Eğitim. Gazi Üniversitesi Türk Eğitim Bilimleri Dergisi, Cilt 3, Sayı 4, 487-501.
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2005). Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi. Detay Yayıncılık. Ankara.
- Yılmaz, A., Egüz, Ş. (2015). Tarih ve sosyal bilgiler öğretmen adaylarının tarih öğretiminde müzenin önemi hakkındaki tecrübe ve düşünceleri. TURKISH STUDIES-International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic, 10(11), 1637-1650.
- **İnternet Kaynakları**
- <http://icom.museum/the-vision/museum-definition>,05.03.2017 .
- www.kulturvarliklari.gov.tr, 25.02.2017.