



Kültür Turisti Tipolojilerinin Belirlenmesi: Anadolu Medeniyetleri Müzesi Örneği (Determination of Cultural Tourist Typologies: Example of Museum of Anatolian Civilizations)

Mehtap CELEP ^a , *Hasan Tahsin KAVLAK ^b , Akif GÖKÇE ^c , Özlem ALTUNÖZ ^a 

^a Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Tourism, Department of Recreation Management, Ankara/Turkey

^b Sinop University, School of Tourism and Hotel Management, Department of Recreation Management, Sinop/Turkey

^c Sakarya University of Applied Science, Institute of Graduate Education, Department of Tourism Management, Sakarya/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi:18.03.2020

Kabul Tarihi:01.05.2020

Anahtar Kelimeler

Kültür

Kültür turizmi

Kültür turisti tipolojisi

Öz

Bu çalışmanın amacı, Anadolu Medeniyetleri Müzesi'ni ziyaret eden yerli kültür turisti tipolojilerinin belirlenmesi ve bu tipolojilerin demografik özellikler açısından farklılaşmış ve farklılaşmadığının belirlenmesidir. Anadolu Medeniyetleri Müzesi'nde yapılan anket çalışması sonucu çalışmaya toplam 410 adet kültür turisti katılmıştır. Kültür turisti tipolojilerinin belirlenebilmesi amacıyla McKercher ve DuCros'un 2003 yılında yaptıkları sınıflandırma kullanılmıştır. Tipoloji dağılımlarının ve demografik değişkenlerin ortaya konulması amacıyla frekans analizi, demografik değişkenlerdeki farklılıkların belirlenmesi için ise bağımsız iki örnek t-testi ve varyans testi uygulanmıştır. Araştırma sonucunda medeni durum dışında dikkate alınan tüm demografik faktörler ile kültür turisti tipolojileri arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Buna ek olarak demografik faktörlere göre kazara-yüzeysel kültür turisti tipolojisinde de anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır.

Keywords

Culture

Cultural tourism

Cultural tourist typology

Abstract

The aim of this study is to determine the local culture tourist typologies visiting the Anatolian Civilizations Museum and to determine whether these typologies differ in terms of demographic features. Because of the survey conducted in Anatolian Civilizations Museum, 410 cultural tourists participated in the study. To determine the culture tourist typologies, the classification made by McKercher and Du Cros in 2002 was used. Frequency analysis was used to reveal typology distributions and demographic variables, and two independent t-tests and variance tests were used to determine the differences in demographic variables. Because of the research, a significant difference was found between all demographic factors considered except for the marital status and typologies of culture tourists. In addition, there was no significant difference in accidental-superficial culture tourist typology according to demographic factors.

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: htkavlak@sinop.edu.tr (H. T. Kavlak)

DOI: 10.21325/jotags.2020.589

GİRİŞ

Teknolojik gelişmeler, artan boş zaman ve harcanabilir gelir düzeyinin yükselmesiyle birlikte rutin dışına çıkmak amacıyla turistik deneyim ihtiyacı ortaya çıkmış olsa da turistik deneyimlerin de rutine dönmesi kültür turizmi, spor turizmi, bisiklet turizmi, ekolojik turizm, agro turizm gibi alternatif ve özel ilgi turizm çeşitlerinin oluşmasını sağlamıştır (Yun, Hennessey, Macdonald & Maceachern, 2008). Özellikle birçok turizm hareketliliğinde gerek temel amaç gerekse destekleyici çekicilik unsuru olarak kültür turizminin ön plana çıktığı düşünülmektedir. Avrupa Komisyonu verilerine göre Avrupa turizminin %40'lık kısmında kültür turizminin etkin olması, her 10 turistten 4 'ünün destinasyon seçiminde kültürel deneyimin ön planda olduğunun belirtilmesi, Avrupa'da ekonomik ve sosyal değişimin önemli bir parçası olarak kültür turizminin kabul görmesi bu fenomenin önemini ortaya koymaktadır (AB, 2016). Her turizm faaliyetinde olduğu gibi kültür turizminde de büyümenin taleple paralel olduğu söylenmektedir (Niemyzyk, 2013). Dünya üzerindeki kültürel farklılıklar düşünüldüğünde söz konusu büyümenin hızlı olabileceği ifade edilebilir. Öte yandan kültürel farklılıkların yalnızca turizm deneyiminde değil turistin kendisinde de olduğu göz ardı edilmemelidir. Kültür turizmine ilişkin sektörel gelişim kültürel çekicilikle birlikte turist tipolojilerinden de kaynaklanabilmektedir. Kültür turistine yönelik çok sayıda çalışma (Nowacki, 2005; Johanson & Olsen, 2008; Larsen & Svabo, 2014; Pizam & Gang-Hoan, 1996; McKercher, SzeMei & Tse, 2006; Stebbins, 1996; Fernandez & Rivero, 2010) yapılmış olsa da insan davranışlarının değişkenliği, sosyal, ekonomik, politik ve kültürel çevrenin değişkenliği, kültürel çekiciliklerin değişkenliği gibi faktörler bu çalışmaların sürekliliğini gerektirmektedir. Buna ek olarak turizm sektörünün esnek ve kırılabilir yapısı itibarıyla her türlü etmenden etkilendiği düşünüldüğünde turizm hareketliliğinin devamlılığının yanı sıra kültür turizmi gelişimi için de yerli turist oldukça büyük öneme sahiptir. Bu tip çalışmalardan elde edilen sonuçlarla kültür turistinin davranışları saptanarak kültür turizminin gelişimi sağlanabilir. Bu gereklilikten hareketle Anadolu Medeniyetleri Müzesi'ni ziyaret eden yerli kültür turisti tipolojilerinin tespit edilmesi ve belirlenen bu tipolojilerin farklılıklarının ortaya konulması bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Araştırma sonuçları kapsamında geliştirilen önerilerin kültürel turizm hareketliliklerinin gelişimine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Kavramsal Çerçeve

Günümüzde insanların karma bir şekilde gruplaşmasıyla toplumlar oluşmakta ve bu toplumlar çeşitli durumlarda karşılaştıkları sorunları çözmek ve gereksinimleri gidermek için birçok araca ihtiyaç duymaktadır. Bu çeşitli ihtiyaçlar sonucunda ise toplumlarda kültür denilen ortak bir olgunun ortaya çıktığı görülmektedir (Duran, 2011). Kültür kelimesi 12.yüzyıldan beri kullanılmakta olup, etimolojik açıdan bakıldığında ise Latince "tarım" anlamına gelen "Cultura" kelimesinden geldiği görülmektedir (Gülcan, 2010). Kültür kavramı; dil, din, sanat, tarih, mimari gibi birçok etkeni içine alan geniş bir kavram olarak açıklanmaktadır (Uygur & Baykan, 2007). Türk Dil Kurumu'na göre kültür kavramı; "*Tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere iletmede kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü, hars, ekin*" olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2020).

1980'li yılların başlarında kültürel varlıkların turistik bir ürün olarak değerlendirilmeye başlanması; destinasyonlar için olumlu bir imaj yaratmak, destinasyonlar arasında rekabet avantajı sağlamak, ziyaretçilerin kalış süresini uzatmak ve unutulmaya yüz tutmuş gelenekleri yeniden canlandırmak gibi sebeplerden dolayı oldukça önemli bir yere sahiptir (Qi, Wong, Chen, Rong & Du, 2018). 21. yüzyılda ise özellikle Avrupa'da ön plana çıkan ve Dünya Turizm Örgütü'ne göre 2020 yılındaki ana odak noktalarından birisi olarak görülen kültür turizmi

(Niemczyk,2013) ile ilgili turizm literatüründe birçok tanım yer almaktadır. Tanımlamalardaki farklılıkların, kavramın farklı insanlar için farklı anlamlar içerdiği düşüncesinden kaynaklanmaktadır (McKercher & DuCros, 2003). Uluslararası Anıtlar ve Sitler Konseyi kültür turizmini, çeşitli anıtların ve alanların keşfedilmesi şeklinde tanımlarken (ICOMOS, 1993), Dünya Turizm Örgütü (UNWTO, 1993) ise; sanatsal ve kültürel turlar yapmak, festivallere katılmak, anıtları ziyaret etmek, folklor ve hac ziyareti gibi kültürel motivasyonu sağlamak amacıyla yapılan etkinlikler olarak ifade etmiştir. Buna ek olarak kültür turizminin yalnızca kültürel bir geçmişten ibaret olmadığı aksine çağdaş yaşam biçimlerini de içerdiği görüşü bulunmaktadır (Richards, 2001). Kültür turizmine ilişkin ifade edilen bu görüşlerden de hareketle kültür turizmi temel olarak bir destinasyondaki tarihi, sanatsal, dini ve kültürel mirasları da içeren, turizm, kültürel miras varlıklarının kullanılması, deneyim veya ürün tüketimi ve turistler olmak üzere dört temel unsurun bulunduğu bir turizm biçimi olarak ifade edilebilir (McKercher, 2002; McKercher & DuCros, 2003).

Kültür turizminin en önemli unsurlarından biri olarak kültür turistlerinin tipolojileri de farklı sınıflandırmalarla açıklanmaya çalışılmıştır. Nitekim seyahat esnasında gösterilen davranışlar bağlamında da kültür turistinin davranışlarında farklılaşmalar bulunmakta dolayısıyla da tek bir kültür kategorisinde açıklamak zorlaşmaktadır (Qi et al., 2018). Örneğin; Silberberg (1995), kültür turistlerinin motivasyon düzeylerindeki farklılığa dikkat çekerek kültür turistlerini “yüksek derecede güdülenmiş turistler, kısmen güdülenmiş turistler, ikinci planda güdülenmiş turistler ve kazara turistler” olmak üzere dört sınıfta toplarken Richards (1996) ise “özel ve genel” olmak üzere iki sınıfa ayırmaktadır. Stebbins (1996) de kültür turistlerini bir destinasyonu ziyaret ederken farklı kültürler hakkında genel bir bilgi sahibi olma amacı taşıyan turist tipolojisini “genel kültürel turistler”, kültürel varlıklar hakkında daha geniş bilgi sahibi olmayı amaçlayan ve onları tekrardan ziyaret eden turist tipolojisini ise “uzmanlaşmış kültür turistleri” olarak açıklayarak turist tipolojilerini iki sınıfta toplamıştır.

McKercher (2002), kültürel turizm pazarını bölümlere ayırmak için iki farklı boyut kullanmaktadır. Bu iki boyuttan birincisi turistlerin bir destinasyon bölgesini ziyaret etme kararlarındaki kültürel etkenlerin önemi iken ikincisi ise yaşanan deneyimin derinliğidir. Bu iki boyut ele alınarak kültür turistleri “amaçlı, gezici, sıradan, kazara ve rastlantısal kültür turisti” olarak beş sınıfta toplanmış ve aşağıda açıklanmıştır.

- **Amaçlı Kültür Turisti:** Diğer kültürler ve miraslar hakkında bilgi edinme temel amacı ile turizm hareketliliğine katılan turist tipidir. Bu tip turistlerin derin bir kültürel deneyime sahip olduğu düşünülmektedir.
- **Gezici Kültür Turisti:** Bu turist tipi için bir başka destinasyonun kültürünü ve mirasını öğrenmek önemli bir amaç olsa da amaçlı turist tipine göre daha sığ ve eğlence odaklı bir deneyim beklemektedirler.
- **Sıradan Kültür Turisti:** Bu turist tipi için destinasyon seçiminde turistik deneyimin daha yüzeysel görülmesi sebebiyle kültürel nedenler sınırlı rol oynamaktadır.
- **Kazara Kültür Turisti:** Sığ bir kültürel deneyime sahip bu tip turistler için kültür, bir destinasyon bölgesini ziyaret etmedeki temel amaç değildir.
- **Rastlantısal Kültür Turisti:** Derin bir kültürel deneyime sahip olan rastlantısal kültür turisti için kültür, destinasyon seçiminde çok az rol oynamakta veya hiç rol oynamamaktadır.

Yapılan bir çalışmada (Altunel & Kahraman, 2012) İstanbul'u ziyaret eden yabancı kültür turisti tipolojilerinin büyük bir kısmının (%63,6) kültürel deneyim yaşamaya güdülenmiş ve kültürel bilgi seviyesini geliştirmek amacıyla gelmiş turistler olduğu tespit edilmiştir. Benzer şekilde bir diğer çalışmada da (Ersöz & Saçlı, 2019) Şeb-i Arus

törenlerine katılan yerli kültür turisti tipolojileri içerisinde en büyük oranın (%57,7) amaçlı kültür turisti olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kültür turistlerinin destinasyon seçiminde kültürel mirasa yönelik merak düzeyinin etkili olduğu, bu tip turistlerin ise amaçlı kültür turisti sınıflandırmasında yer aldığı ifade edilmektedir (Vong, 2013).

Kültür turizmi hareketliliğine katılanlarda memnuniyet düzeylerinin yüksek olduğu belirtilmiştir (Huh, Uysal & McCleary, 2006). Memnuniyet düzeyi artan turistlerde ise tekrar ziyaret etme niyetinin olduğu bilinmekte ve kültür turizminin destinasyon turizmine olumlu katkı sağladığı da ortaya konulmaktadır (McHone & Rungeling, 2000). Bu bilgilere paralel olarak destinasyonlardaki kültür turistlerinin beklentilerini, memnuniyetlerini, amaçlarını ve düşüncelerini anlayabilmek adına kültürel turist tipolojilerini belirlemenin destinasyon gelişimine katkı sağlayacağı söylenebilir.

YÖNTEM

Anadolu Medeniyetleri Müzesini ziyaret eden yerli kültür turisti tipolojilerinin tespit edilmesi ve bu tipolojilerin demografik faktörlere göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yürütülen bu çalışmada veriler anket yöntemiyle toplanmıştır. Anket formu 2 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde kültür turistlerinin demografik faktörlerini belirlemeye yönelik ifadeler yer alırken ikinci bölümde ise kültürel turist tipolojilerini belirlemek amacıyla McKercher & DuCros (2003) tarafından geliştirilen 2 ifadeli soru formu 1. Soru (Anadolu Medeniyetleri Müzesini ziyaret etmenizden kültür turizminin ne kadar etkisi vardır?) için 5'li likert tipinde (önemsiz, çok önemli değil, ne önemli ne önemsiz, çok önemli, ziyaretimin ana nedenidir), 2. Soru (seyahatiniz esnasında edindiğiniz kültürel deneyimin düzeyi nedir?) için ise 4'lü likert (çoğunlukla gezdim ve ilginç bulduğum şeylerin fotoğrafını çektim, Anadolu Medeniyetleri Müzesi'nin kültürü ve mirası hakkında biraz bilgi edindim, Anadolu Medeniyetleri Müzesi'nin kültür ve mirası hakkında birçok bilgi edindim, Anadolu Medeniyetleri Müzesi'nin kültürü ve mirası hakkında derin bir anlayış geliştirdim) tipinde düzenlenerek katılımcılara yöneltilmiştir. Ölçeğin turist tipolojilerine göre değerlendirilmesi ise Tablo 1'de verilmiştir. 2019 yılı nisan, mayıs ve haziran aylarında Ankara İl ve Kültür Turizm Müdürlüğü'nden alınan izinler doğrultusunda 420 ankete ulaşılmıştır. Ancak 10 anket formunda hatalı ve eksik işaretlemeler olmasından dolayı 410 anket analize tabii tutulmuştur. Paleolitik Çağ, Neolitik Çağ, Kalkolitik Çağ, Erken Tunç Çağı, Asur Uygarlığı Hitit Uygarlığı, Frig Uygarlığı ve Urartu Uygarlığı dönemlerine ait çok sayıda eserin sergilenmesi, 1997 yılında "Avrupa'da Yılın Müzesi" seçilmesi, 2019 yılında ise 327 695 ziyaretçi ağırlaması bu çalışmada Anadolu Medeniyetleri Müzesi'nin seçilmesinde etkili olmuştur (DOSİMM, 2019; DOSİMM, 2020). Verilerin analizinde kültür turistlerinin dağılımlarını belirleyebilmek amacıyla frekans analizi, kültür turistlerinin demografik faktörlere göre farklılığını ortaya koyabilmek amacıyla ise bağımsız iki örnek t-testi ve varyans (ANOVA) testi yapılmıştır.

Tablo1. Tipolojileri Belirleme Dereceleri

Turist Tipolojileri	Soru 1'e Verilen Cevap ... ise; (Anadolu Medeniyetleri Müzesi'ni ziyaret etmenizden kültür turizminin ne kadar etkisi vardır?)	Soru 2'ye Verilen Cevap ... ise; (Seyahatiniz esnasında edindiğiniz kültürel deneyimin düzeyi nedir?)
Amaçlı-derin deneyimli	4 ya da 5	3 ya da 4
Gezici-yüzeysel deneyimli	4 ya da 5	1 ya da 2
Sıradan-yüzeysel deneyimli	3	1 ya da 2
Kazara-yüzeysel deneyimli	1 ya da 2	1 ya da 2
Rastlantısal-yüzeysel deneyimli	1 ya da 2	3 ya da 4

Kaynak: McKercher, B. & DuCros, H. (2003). Testing a Cultural Tourism Typology. *International Journal of Tourism Research*, 5(1): 45-58.

Bulgular

Tablo 2’de görselleştirildiği üzere araştırmaya katılan turistlerin %63,9’u kadın, %36,1’i erkeklerden oluşmaktadır. Araştırmaya katılan turistler içerisinde %40,7’sinin “25 yaş ve altı”, %50’sinin “26-40 yaş arası”, %6,6’sının “41-60 yaş arası” ve %2,7’sinin ise “61 yaş ve üstü” yaş seviyesine sahip olduğu tespit edilmiştir. Öte yandan araştırmaya katılan turistlerin %76,6’sının “bekar”, %23,4’ünün de “evli” olduğu elde edilen bir diğer bulgudur. Eğitim durumlarına göre %3,2 oranında “ilkokul”, %5,1 oranında “ortaokul”, %19,8 oranında “lise”, %60,2 oranında “önlisans ve lisans”, %11,7 oranında ise “lisansüstü” bireyin katıldığı bu çalışmada istihdam bazında en yüksek katılımcı grubunun “öğrenciler” olduğu (%55,4) tespit edilirken en düşük katılımcı grubunun ise “emekliler” (%1,7) olduğu tespit edilmiştir. Gelir durumu bakımından ise kültür turistlerinin “2000 TL ve altı” %58,1, “2001-4000 TL arası” %34,8, “4001-6000 TL arası” %2,6, “6000 TL ve üzeri” ise %2,1 şeklinde bir dağılım olduğu görülmektedir.

Tablo 2. Kültür Turistlerinin Demografik Özelliklerine Göre Dağılımlarına İlişkin Frekans Analizi Bulguları

Demografik Faktör	Değişken	N	%
Cinsiyet	Kadın	262	63,9
	Erkek	148	36,1
Medeni durum	Evli	96	23,4
	Bekar	314	76,6
Çalışma durumu	Çalışıyor	153	37,3
	Çalışmıyor	23	5,6
	Emekli	7	1,7
	Öğrenci	227	55,4
Yaş	25 yaş ve altı	167	40,7
	26-40 yaş arası	205	50,0
	41-60 yaş arası	27	6,6
	41 yaş ve üstü	11	2,7
Eğitim durumu	İlkokul	13	3,2
	Ortaokul	21	5,1
	Lise	81	19,8
	Önlisans ve lisans	247	60,2
	Lisansüstü	48	11,7
Gelir durumu	2000 TL ve altı	244	59,5
	2001-4000 TL arası	146	35,6
	4001-6000 TL arası	11	2,7
	6001 TL ve üzeri	9	2,2

Tablo 3’de verilen bulgulara göre araştırmaya katılan kültür turistlerinin %51,9 ile büyük bir bölümünün amaçlı-derin deneyimli turistlerden oluştuğu görülmektedir. Gezici-yüzeysel deneyimli kültür turistlerin %11,3, sıradan-yüzeysel deneyimli turistlerin %20,9, kazara-yüzeysel deneyimli turistlerin %9,3 ve rastlantısal-yüzeysel deneyimli turistlerin ise %6,6 oranında dağılım gösterdiği araştırmadan elde edilen bir diğer bulgudur.

Tablo 3. Kültür Turist Tipolojilerinin Dağılımlarına İlişkin Frekans Analizi Bulguları

Kültür Turisti Tipolojileri	N	(%)
Amaçlı-derin deneyimli turist	213	51,9
Gezici-yüzeysel deneyimli turist	46	11,3
Sıradan-yüzeysel deneyimli turist	86	20,9
Kazara-yüzeysel deneyimli turist	38	9,3
Rastlantısal-yüzeysel deneyimli turist	27	6,6

Cinsiyete göre “amaçlı-derin deneyimli kültür turisti” tipolojisi arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Tablo 4’te verilen bu farklılığa göre kadınların erkeklere göre daha yüksek “amaçlı-derin deneyimli kültür

turisti” tipolojilerine sahip oldukları saptanmıştır. Buna ek olarak medeni durum ile kültür turisti tipolojileri arasında anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır.

Tablo 4. Cinsiyete Göre Kültür Turisti Tipolojilerinin Farklılığına İlişkin Bağımsız İki Örnek T-Testi Bulguları

Demografik Faktör		Kültür Turisti Tipolojisi	Ortalama	Standart Sapma	Sig.
Cinsiyet	Erkek	Amaçlı-derin deneyimli kültür turist	1,9809	,49945	,042
	Kadın		2,2365	,49766	

Araştırmaya katılan bireylerin çalışma durumlarına göre kültür tipolojileri içerisinde “amaçlı-derin deneyimli kültür turist”, “gezici-yüzeysel deneyimli kültür turist” ve “sıradan-yüzeysel deneyimli kültür turist” tipolojilerinde farklılaştığı tespit edilmiş ve bu bulgu Tablo 5’te verilmiştir. Tablo 5’e göre öğrencilerde ve çalışan bireylerde “amaçlı-derin deneyimli kültür turisti” tipolojisinin yüksek olduğu görülürken emeklilerde bu tipolojinin en düşük seviyede yer aldığı, buna karşın “gezici-yüzeysel deneyimli kültür turist” tipolojisi açısından diğer çalışma durumlarına göre en yüksek seviyenin de emeklilerde olduğu görülmektedir. Emeklileri ise sırasıyla çalışmayan bireyler, öğrenciler ve çalışan bireyler takip etmektedir. Buna ek olarak emeklilerde “sıradan-yüzeysel deneyimli kültür turisti” tipolojisinde de yoğunluk gösterdiği elde edilen bir diğer bulgudur. Bu tipolojide ise emeklileri sırasıyla öğrenciler, çalışan bireyler ve çalışmayan bireyler takip etmektedir.

Tablo 5. Çalışma Durumlarına Göre Kültür Turisti Tipolojilerinin Farklılığına İlişkin Varyans (ANOVA) Testi Bulguları

Kültür Turisti Tipolojisi	Demografik Faktör (Çalışma Durumu)	Ortalama	Standart Sapma	Sig.
Amaçlı-derin deneyimli kültür turist	Çalışıyor	2,4783	,50155	,003
	Çalışmıyor	2,1961	,00000	
	Emekli	1,9339	,49700	
	Öğrenci	2,5717	,50023	
Gezici-yüzeysel deneyimli turist	Çalışıyor	1,8899	,27975	,000
	Çalışmıyor	2,3043	,48698	
	Emekli	2,5714	,53452	
	Öğrenci	2,1111	,29650	
Sıradan-yüzeysel deneyimli turist	Çalışıyor	2,3106	,39323	,040
	Çalışmıyor	2,0355	,28810	
	Emekli	3,0658	,53452	
	Öğrenci	2,8166	,41829	

Yapılan varyans testi bulgularına göre bireylerin yaşları ile turist tipolojileri arasında anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Tablo 6’da görselleştirildiği üzere 61 yaş ve üzerindeki bireylerin diğer bireylere göre “gezici-yüzeysel deneyimli kültür turisti” tipolojisinde oldukları söylenebilmektedir. Bu tipolojideki en düşük düzeyin ise 26-40 yaş aralığında olduğu görülmektedir. 25 yaş ve altı ile 41-60 yaş aralığındaki bireylerin birbirlerine yakın düzeylerde seyrettiği görülsede 41-60 yaş aralığındaki bireylerin 25 yaş ve altı bireylere göre daha yüksek “gezici-yüzeysel deneyimli kültür turisti” düzeyine sahip olduğu ifade edilebilir.

Tablo 6. Bireylerin Yaşlarına Göre Kültür Turisti Tipolojilerinin Farklılığına İlişkin Varyans (ANOVA) Testi Bulguları

Kültür Turisti Tipolojisi	Demografik Faktör (Yaş)	Ortalama	Standart Sapma	Sig.
Gezici-yüzeysel deneyimli turist	25 yaş ve altı	2,0419	,30329	,000
	26-40 yaş arası	1,9561	,29745	
	41-60 yaş arası	2,1481	,32026	
	61 yaş ve üstü	2,0909	,52223	

Kültür turisti tipolojilerinin eğitim durumuna göre de farklılık gösterdiği araştırmadan elde edilen bulgular arasındadır. Tablo 7’ye göre ilkokul düzeyindeki bireyler “amaçlı- derin deneyimli kültür turisti” tipolojisinde en düşük ortalamaya sahipken “gezici-yüzeysel deneyimli kültür turisti” tipolojisinde ise en yüksek ortalamaya sahiptir. “Gezici-yüzeysel deneyimli kültür turisti” tipolojisinde en düşük ortalamaya ise lise düzeyindeki bireylerin sahip olduğu görülmektedir. Ancak lise düzeyindeki bireylerin diğer eğitim durumlarına göre “amaçlı-derin deneyimli kültür turisti” tipolojisinde en yüksek ortalamaya sahip olduğu söylenebilir. Üniversite düzeyinde eğitim almış bireylerde ise “amaçlı-derin deneyimli kültür turisti” tipolojisinde daha yüksek ortalamaya sahip olması bulgular arasındadır.

Tablo 7. Eğitim Durumlarına Göre Kültür Turisti Tipolojilerinin Farklılığına İlişkin Varyans (ANOVA) Testi Bulguları

Kültür Turisti Tipolojisi	Demografik Faktör (Eğitim Durumu)	Ortalama	Standart Sapma	Sig.
Amaçlı-derin deneyimli kültür turist	İlkokul	1,7531	,37553	,000
	Ortaokul	2,0121	,40237	
	Lise	2,6667	,48241	
	Önlisans ve Lisans	2,3846	,49983	
	Lisansüstü	2,1667	,50485	
Gezici-yüzeysel deneyimli turist	İlkokul	3,1722	,51887	,000
	Ortaokul	3,0154	,43644	
	Lise	2,1618	,21802	
	Önlisans ve Lisans	2,3706	,28542	
	Lisansüstü	2,9567	,31599	

Kültür turisti tipolojilerinden “gezici-yüzeysel deneyimli kültür turisti” tipolojisinin gelir durumuna göre farklılık gösterdiği söylenebilir. Tablo 8’de verilen bilgilere göre 6001 TL ve üzeri gelir durumuna sahip bireylerin diğer bireylere göre daha yüksek “gezici-yüzeysel deneyimli kültür turisti” davranışları sergilediği ifade edilebilir. Bu gelir seviyesini ise sırasıyla 4001-6000 TL arası ve 2000 TL ve altı gelir durumuna sahip bireyler takip etmektedir. Bu turist tipolojisinde en düşük ortalamanın ise 2001-4000 TL arasındaki bireylerde olduğu görülmektedir.

Tablo 8. Gelir Durumlarına Göre Kültür Turisti Tipolojilerinin Farklılığına İlişkin Varyans (ANOVA) Testi Bulguları

Kültür Turisti Tipolojisi	Demografik Faktör (Gelir Durumu)	Ortalama	Standart Sapma	Sig.
Gezici-yüzeysel deneyimli turist	2000 TL ve altı	2,3184	,30918	,003
	2001-4000 TL arası	1,9508	,28578	
	4001-6000 TL arası	2,4053	,46710	
	6001 TL ve üzeri	2,7687	,52705	

Sonuç ve Öneriler

Turistik hareketliliğin gelişmesinde kültür önemli bir faktör olarak görülmektedir. Nitekim turistik tercihlerin bir amacı da kültürel çeşitlilik ve meraktan kaynaklanmaktadır. Bu noktada müzeler, kültüre ve tarihe ışık tutan turistik araçlar olarak nitelendirilebilir. Anadolu Medeniyetleri Müzesi'ni ziyaret eden yerli kültür turisti tipolojileri tespit etmek ve bu tipolojilerin demografik faktörlere göre farklılığını ortaya koymak amacıyla yürütülen bu çalışmada kültür turisti tipolojilerini belirlemenin de önemine dikkat çekilmeye çalışılmıştır.

Araştırma kapsamında ele alınan Anadolu Medeniyetleri Müzesi, Anadolu'nun çeşitli bölgelerinden çıkarılan arkeolojik eserlerin sergilendiği ve dünyanın sayılı müzeleri arasında yer alan bir müzedir. Müzede başlangıçta sadece Hitit dönemine ait eserler sergilenmiş, daha sonra ise diğer uygarlıklara ait eserlerle müze zenginleştirilmiştir. 19 Nisan 1997 tarihinde ise İsviçre'nin Lozan kentinde 68 Müze arasında birinci seçilerek “Avrupa'da Yılın Müzesi” unvanını elde etmiştir. Türkiye'de bu ödülü kazanmayı hak eden ilk müzedir (Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü, 2020; DOSİMM, 2020).

Çalışmada turist tipolojilerinin Türkçe çevirisinde ise daha net ve anlaşılır olmasından ötürü Altunel ve Kahraman'ın (2012) tanımlamaları tercih edilmiştir. Örneğin “amaçlı kültür turisti” ifadesinin yerine “amaçlı-derin deneyimli kültür turisti” ifadesinin kullanılması, o tipolojinin özelliğini daha net bir şekilde ifade ettiği ve anlam kargaşasını önlediği düşünülmektedir.

Araştırma kapsamında Anadolu Medeniyetleri Müzesi'ni ziyaret eden kültür turistlerinin medeni durum dışındaki ele alınan tüm demografik faktörlere göre anlamlı bir farklılık gösterdiği ortaya çıkmıştır. Demografik faktörler bağlamında, temel amacın kültürel varlıklar hakkında bilgi sahibi olan amaçlı-derin deneyimli kültür turisti tipolojisinin diğer bireylere göre daha çok kadınlarda, öğrencilerde ve lise düzeyindeki bireylerde görüldüğü belirlenmiştir. Gezici-yüzeysel deneyimli kültür turistleri tipolojisinin ise diğer bireylere oranla daha çok emekli, ilkökul seviyesinde ve 61 yaş ve üzeri bireylerde görüldüğü ortaya çıkmıştır. Sıradan-yüzeysel deneyimli kültür turisti tipolojisinin yalnızca çalışma durumuna göre farklılık göstermesi araştırmadan elde edilen bir diğer sonuçtur. Bu kapsamda emekli olan bireylerin diğer bireylere göre daha yüksek seviyede sıradan-yüzeysel deneyimli kültür turisti davranışları sergilediği söylenebilir. Araştırmadan elde edilen bir diğer sonuç ise kazara-yüzeysel kültür turisti tipolojisinin herhangi bir demografik faktöre göre farklılık göstermemesidir. Werking (2003), McKercher & DuCros (2003), Altunel ve Kahraman (2012) kültür turistlerinin yaş ortalaması 50 ve üzerinde bireyler olduğunu ifade etmektedirler. Araştırma sonuçlarının bu bilgiyle örtüştüğü görülmektedir. Öte yandan McKercher ve DuCros (2003)'un yaş değişkeni dışında herhangi bir demografik faktörün kültür turisti tipolojisinde farklılık oluşturmadığını ifade etmesi bu araştırmanın bulguları ile çelişmekte ancak bu bağlamda Altunel ve Kahraman (2012) ile de örtüşmektedir. Bu bilgilerin aksine Vong (2013) kültür turistlerinin 15-34 yaş aralığındaki genç bireyler olduğunu ifade etmesi de bu çalışmanın bulgularıyla zıtlık göstermektedir. Nitekim Tablo 6'da verildiği üzere bu yaş aralığı kültür turisti olma eğilimi en düşük yaş aralığı olarak görülmektedir. Vong (2013)'un çalışmasını Macao'da yürütmesi, bu farklılığın kültürel farklılıklardan ve sosyal yaşantıdan da kaynaklandığı düşüncesini oluşturmaktadır.

Bir destinasyonun gelişimi, turistik cazibenin artırılması, turiste merak uyandırması, kültürün gelişimi kapsamında müzelerin önemli yer tuttuğu düşünüldüğünde müzeleri ziyaret eden turistlerin tipolojilerini belirlemenin de bu destinasyondaki turistik hareketliliğe ve destinasyon pazarlamasına katkı sağlayacağı

düşünülmektedir. Araştırmanın sonuçlarından da hareketle destinasyonların pazarlanması, turistik hareketliliğin sağlanması bağlamında şu öneriler geliştirilmiştir.

- Bu çalışma Anadolu Medeniyetleri Müzesi'ni ziyaret eden kültür turistleri kapsamında gerçekleştirildiği için diğer müzeler kapsam dışında tutulmuştur. Bu nedenle kültürel varlıkların turistik bir ürün olduğu diğer destinasyonlarda turist tipolojilerini belirlemeye yönelik çalışmaların yapılmalıdır.

- Araştırmada kültürel bilgi seviyesini arttırmak amacıyla turizm hareketliliğine katılanların daha çok kadınlar, öğrenciler ve lise düzeyindeki bireyler olduğu ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda müzelerin erkekler, emekliler, lisans öğrencileri gibi diğer bireyleri çekici tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine ağırlık vermesi gerekmektedir. Kitle iletişim aracı olarak internet ve sosyal medyanın yanı sıra gazete ve televizyon da kullanılmalıdır.

- Amaçlı-derin deneyimli kültür turistlerinin destinasyon pazarlamasında önemli olduğu düşünülmektedir. Nitekim bu turistlerin destinasyon ziyaret niyeti doğrudan kültürel varlıklara göre şekillenmektedir. Dolayısıyla da bu turist tipi kültür turizminde kuvvetli bir referans grubu olarak değerlendirilebilir. Bu kapsamda kültürel varlıkların sergilenmesinde önemli bir yer tutan müzelerin 3 boyutlu olarak gezilmesine imkân sunulması, amaçlı-derin deneyimli kültür turistinde merak uyandırıcı ve çekici bir unsur olarak görülmektedir.

KAYNAKÇA

AB. (2016). Erişim: https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/cultural_bg, Erişim tarihi: 15.03.2020.

Altunel, M. C. & Kahraman, N. (2012). Kültür turisti tipolojilerinin belirlenmesi: İstanbul örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 23(1): 7-18.

DÖSİMM. (2020). Erişim: <http://www.dosim.gov.tr/muze/4> , Erişim tarihi: 14.03.2020.

DÖSİMM. (2019). Erişim: <http://www.dosim.gov.tr/assets/documents/2019-ZIYARETCI-WEB-SITESI.pdf>, Erişim tarihi: 14.03.2020.

Duran, E. (2011). Turizm, kültür ve kimlik ilişkisi; Turizmde toplumsal ve kültürel kimliğin sürdürülebilirliği. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(19): 291-313.

Fernandez, J.I.P. & Rivero, M.S. (2010). Attitudes of the cultural tourist: A latent segmentation approach. *Journal of Cultural Economics*, 34(2): 111-129.

Gülcan, B. (2010). Türkiye'de Kültür turizminin ürün yapısı ve somut kültür varlıklarına dayalı ürün farklılaştırma ihtiyacı. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2/1: 99-118.

Huh, J., Uysal, M. & McCleary, K. (2006). Cultural/heritage destinations: Tourist satisfaction and market segmentation. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 14(3): 81-99.

ICOMOS. & WTO. (1993). *Cultural tourism–tourism at world heritage sites: The site manager's handbook* (2nd Edition), Madrid.

Johanson, L.B. & Olsen, K. (2008). Alta museum as a tourist attraction: The importance of location. *Journal of Heritage Tourism*, 5(1): 1-16.

- Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü (2020). Erişim: <https://muze.gov.tr/muze-detay?SectionId=AMM01&DistId=AMM>, Erişim tarihi: 15.03.2020.
- Larsen, J. & Svabo, C. (2014). The tourist gaze and “family treasure trails” in museums. *Tourist Studies*, 14(2): 105-125.
- McHone, W. & Rungeling, B. (2000). Practical issues in measuring the impact of a cultural tourist event in a major tourist destination. *Journal of Travel Research*, 38(3): 300-303.
- McKercher, B. (2002). Towards classification of cultural tourists. *International Journal of Tourism Research*, 4(1): 29-38.
- McKercher, B. ve DuCros, H. (2003). Testing a cultural tourism typology. *International Journal of Tourism Research*, 5(1): 45-58.
- McKercher, B., SzeMei, W. & Tse, T.S.M. (2006). Are short duration cultural festivals tourist attractions? *Journal of Sustainable Tourism*, 14(1): 55-66.
- Niemczyk, A. (2013). Cultural tourists: An attempt to classify them. *Tourism Management Perspectives*, 5(1): 24-30.
- Nowacki, M.M. (2005). Evaluating a museum as a tourist product using the servqual method. *Museum Management and Curatorship*, 20(3): 235-250.
- Pizam, A. & Gang-Hoan, J. (1996). Cross-cultural tourist behavior: Perceptions of Korean tour-guides. *Tourism Management*, 17(4): 277-286.
- Qi, S., Wong, C.U., Chen, N., Rong, J. & Du, J. (2018). Profiling Macau cultural tourists by using user-generated content from online social media. *Information Technology and Tourism*, 20(2): 217-236.
- Richards, G. (1996). Production and consumption of European cultural tourism. *Annals of Tourism Research*, 23(2): 261-283.
- Richards, G. (2001). Cultural attractions and European tourism. In G. Richards (Eds.), *The Development of Cultural Tourism in Europe* (pp. 3-29). London: CABI Publishing.
- Saçlı, Ç. & Ersöz, B. (2019). Şeb-i Arus törenlerine katılan yerli turistlerin kültür turisti tipolojileri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 41(1): 84-95.
- Sekaran, U. (2000). *Research methods for business: A skill-building approach*. (3rd Edition), UK: Wiley&Sons.
- Silberberg, T. (1995). Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites. *Tourism Management*, 16(5): 361-365.
- Stebbins, A. R. (1996). Cultural tourism as serious leisure, *Annals of Tourism Research*, 23(4): 948-950.
- TDK. (2020). Erişim: <https://sozluk.gov.tr/?kelime=k%C3%BClt%C3%BCr> , Erişim tarihi: 14.03.2020.
- Uygur, S.M & Baykan, E. (2007). Kültür turizmi ve turizmin kültürel varlıklar üzerindeki etkileri. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2: 30-49.
- Vong, F. (2013). Application of cultural tourist typology in a gaming destination-Macao. *Current Issues in Tourism*, 19(9): 949-965.

Werking, R. H. (2003). Vessels and voyagers: Some thoughts on reading and writing boks and libraries. *Libraries and Academy* 3(1): 1-12.

Yun, D., Hennessey, S., Macdonald, R. & Maceachern, M. (2008). Typology of cultural tourists: An island study, in culture and the construction of islandness, *The 3rd International Small Island Cultures Conference Book*, (pp. 101-111). Charlottetown, Canada.

Determination of Cultural Tourist Typologies: Example of Museum of Anatolian Civilizations

Mehtap CELEP

Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Tourism, Ankara/Turkey

Hasan Tahsin KAVLAK

Sinop University, School of Tourism and Hotel Management, Sinop/ Turkey

Akif GÖKÇE

Sakarya University of Applied Sciences, Institute of Graduate Education, Sakarya, Turkey

Özlem ALTUNÖZ

Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Tourism, Ankara/Turkey

Extensive Summary

Introduction

With the advances in technological developments, increased leisure time and disposable income, the need for touristic experience has emerged to get out of routine. However, the return of touristic experiences to the routine led to the formation of alternative and special interest tourism types such as cultural tourism, sports tourism, bicycle tourism, ecological tourism, agro tourism (Yun, Hennessey, Macdonald & Maceachern, 2008). It is thought that cultural tourism comes to the fore both as a main objective and supportive attraction element in many tourism activities. Sectoral development related to cultural tourism may result from tourist typologies as well as cultural attraction. For this reason, the development of cultural tourism can be provided by determining the behaviour of the culture tourist.

McKercher (2002) uses two different dimensions in tourist typology. The first of these two dimensions is the importance of factors in the decision of tourists to visit a travel destination, while the second is the depth of the experience. These two dimensions were seized, and cultural tourists were gathered in five classes as “purposeful, serendipitous, incidental, casual and sightseeing cultural tourists”.

It is stated that the level of curiosity towards cultural heritage is influential in the choice of destination for cultural tourists, while this type of tourist is included in the classification of purposeful cultural tourists (Vong, 2013). It has been stated that the level of satisfaction is high among those participating in cultural tourism mobility (Huh, Uysal & McCleary, 2006). It is known that the intention to visit again occurs in the tourists whose satisfaction level is increasing, and it is also revealed that cultural tourism has contributed positively to destination tourism (McHone & Rungeling, 2000).

Based on this information, the aim of this study is to identify the local culture tourist typologies visiting the Anatolian Civilizations Museum and to reveal the differences of these typologies.

Methodology

In this study, which was conducted to determine the local culture tourist typologies visiting the Museum of Anatolian Civilizations and to determine whether these typologies differ according to demographic factors, the data

were collected using a survey method. The survey form consists of 2 parts. In the first part, there are expressions to determine the demographic factors of cultural tourists. In the second part, the 2-phrase questionnaire developed by McKercher and Du Cros (2003) to determine the cultural tourist typologies was arranged in the form of a 5-point Likert for the first question and a 4-point Likert for the second question. 420 surveys were reached in April, May and June 2019 through the permissions received from Ankara Provincial and Cultural Tourism Directorate. To determine the distribution of cultural tourists in the analysis of the data, frequency analysis was performed, and to reveal the differences of cultural tourists according to demographic factors, two independent t-tests and variance (ANOVA) tests were performed.

Findings

According to the findings, it is seen that the culture tourists participating in the research consist of 51.9% purposeful and deeply experienced tourists. Mobile-superficial culture is another finding obtained by 11.3% of tourists, 20.9% of ordinary-superficial experienced tourists, 9.3% of accidental-superficial experienced tourists, and 6.6% of random-superficial experienced tourists. While there was a significant difference between the “purposeful and deeply experienced cultural tourist” typology according to gender, this difference could not be found in a marital status.

It is among the findings obtained from the research that cultural typologies differ according to the educational status. Individuals at primary level have the lowest average in the “purposeful-deeply experienced cultural tourist” typology, while the highest in “sightseeing-superficial experienced cultural tourist” typology.

There was a significant difference between ages of individuals and tourist typologies. It can be said that individuals aged 61 and over are in the “sightseeing-superficial experienced cultural tourist” typology.

Conclusion and Recommendations

In the context of demographic factors, it has been determined that the main purpose is to see the “purposeful-deeply experienced cultural tourist” typology, which has knowledge about cultural assets, in women, students and high school level individuals. It was found out that the typology of “sightseeing-superficially experienced cultural tourists” is more common in retired, primary school level and individuals aged 61 and over compared to other individuals. In this context, it can be said that retired individuals exhibit higher levels of “casual-superficial experienced cultural tourist” behaviours than other individuals.

Based on the results of the research, museums should focus on promotion and marketing activities that attract other individuals such as men, retirees, and undergraduate students, to market destinations and ensure touristic mobility. Newspaper and television should be used as a mass media as well as internet and social media.