



Koyunoğlu Müzesinin Konya Kent Turizmindeki Etkinliği Üzerine Bir Araştırma

Celile KAPAN¹ Esra AYDIN² Ahmet Utku ERAT³ Hasan Ali ERDOĞAN⁴

Öz

Bu çalışma, Koyunoğlu Müzesi'nin Konya kent turizmine katkılarını değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Araştırma kapsamında, Koyunoğlu Müzesi'nin kent turizmine sağladığı avantajlar, dezavantajlar ve geliştirme alanları incelenmiştir. Nicel bir yöntem olan anket tekniği kullanılarak, Konya merkez ilçelerinde 18 yaş üstü bireylerden ve Necmettin Erbakan Üniversitesi Turizm Fakültesi öğrencilerinden oluşan toplam 180 katılımcıdan 11-25 Mayıs 2024 tarihleri arasında veri toplanmıştır. Veriler SPSS programı ile analiz edilmiştir.

Araştırma bulguları, Koyunoğlu Müzesi'nin zengin arşivi, tarihsel ve sanatsal değeri yüksek eserleri ile Konya'nın kültürel mirasını tanıtmaya ve korumaya açısından önemli bir rol oynadığını ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, müzenin tanıtım eksiklikleri nedeniyle ziyaretçi sayısının beklentilerin altında olduğu görülmüştür. Katılımcılar, müzenin iç mekân tasarımını ve genel memnuniyet düzeyini olumlu değerlendirmiş;

Atif için: / Please Cite As:

Kapan, C., Aydın, E., Erat, A.U., & Erdoğan, H.A. (2024). Koyunoğlu müzesinin Konya kent turizmindeki etkinliği üzerine bir araştırma. *Journal of Turkic Civilization Studies*, 5(2), 325-344.

Geliş Tarihi / Received Date: 31.10.2024

Kabul Tarihi / Accepted Date: 16.12.2024

¹ Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Konya. kapancelile@gmail.com



ORCID: 0009-0007-2822-913X

² Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Konya. esraaydn7@icloud.com



ORCID: 0009-0003-5814-1199

³ Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Konya. utkuerato1@icloud.com



ORCID: 0009-0000-5863-555X

⁴ Dr. - Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Konya. haerdogan@gmail.com



ORCID: 0000-0002-1795-4607

ancak müzede geçirilen sürelerin genellikle kısa olması, içerik ve sunum yöntemlerinin geliştirilmesi gerektiğine işaret etmiştir.

Sonuç olarak, Koyunoğlu Müzesi'nin Konya kent turizmine katkısını artırmak için tanıtım stratejilerinin güçlendirilmesi, interaktif sergiler ve dijital içerikler gibi yenilikçi uygulamaların hayata geçirilmesi önerilmektedir. Bu tür düzenlemeler, ziyaretçi memnuniyetini artırarak müzeyi hem yerel halk hem de turistler için daha cazip bir destinasyon haline getirebilir.

Anahtar kelimeler: Müzelerin turizmdeki rolü, Konya müzeleri, Koyunoğlu Müzesi, Konya tarihi ve kültürü.

A Study on the Impact of the Koyunoğlu Museum on Urban Tourism in Konya

Abstract

Since the 1970s, alternative tourism practices have begun to spread worldwide, generally moving beyond the traditional sun-sea-sand holidays to encompass small-scale projects that involve local communities. The organized use of natural, cultural, artistic, and technological resources is crucial for promoting tourism activities. Today, urban tourism provides economic and social benefits by presenting the cultural, historical, and natural assets of cities to visitors. This type of tourism stimulates local economies and promotes cultural exchange through attractions such as architectural structures, museums, and festivals. Konya is one of the culturally and historically significant cities in Anatolia. The city hosts a rich heritage, including cultural and architectural structures, caravanserais, and madrasas. Koyunoğlu Museum, established in 1984, is an important museum that features various sections such as Anatolian civilizations, natural history, and ethnography. It stands out with its library containing over 30,000 books and a rich archive of newspapers. The aim of this study is to examine the contributions, advantages, and disadvantages of Koyunoğlu Museum to urban tourism in Konya. The museum's historical and artistic values will be evaluated in terms of their contribution to Konya's tourist appeal. Data has been collected using a survey method and analyzed with the SPSS program. The findings aim to provide theoretical and practical recommendations in the field of tourism.

Key words: Urban tourism, Urban tourism in Konya, Museum tourism, The impact of museums on city tourism.

GİRİŞ

Günümüzde, insanların davranış ve yaşam biçimlerindeki değişikliklerden dolayı, deniz-kum-güneş konseptindeki tatiller yerine alternatif turizm türlerine yönelişler yaygınlaşmaktadır (Karabulut & Kaynak, 2016; Akyol, 2022). Böylece, kültürel ve sanatsal birçok amaçla kentlere yapılan ziyaretler kent turizmını ön plana çıkarmaktadır (İçellioğlu, 2014). Kentler, toplumun yapısını yansıtan sokakları gezmek (Soğukkuyu & Tunç, 2013), mimari yapıları görmek (Özerk, 2011), müzeleri ziyaret etmek (Oğan & Yasak, 2020), yerel halkın geleneklerini öğrenmek (Ajanovic, 2015), çeşitli sportif aktivitelere katılmak (Diker, 2016) gibi birçok çeşitli amaçlarla ziyaret edilebilmektedir (İçellioğlu, 2014). Ziyaretçilerin yeme-içme, konaklama, alışveriş gibi çeşitli

aktiviteler için yaptıkları harcamalar, kentin ekonomisine önemli bir canlılık sağlamaktadır (Boz & Özkan, 2021).

Kıtaların kavşağında yer alan Anadolu, verimli toprakları ve stratejik konumuyla (Akyıldız & Olgun, 2020) tarih öncesinden bu yana pek çok uygarlığın doğuşuna (Evren, 2017) ve bu uygarlıkların insanlık tarihine katkılarına tanıklık etmiştir (Seyhan & Evcim, 2012). Türkiye'nin konumu, coğrafi özellikleri (Gümüşçü, 2018) ve köklü bir yerleşim geçmişi sayesinde (Zafer, 2018) sadece doğal güzellikleriyle değil, önceki toplum ve medeniyetlerden miras kalan değerler açısından da oldukça çeşitli ve zengin bir potansiyele sahiptir (Gümüşçü, 2018).

Türkiye'nin 7 bölgesinden biri olan İç Anadolu Bölgesi, bu kentler birçok kadim başkente ev sahipliği yapmıştır (Ekerim, 2020). İç Anadolu bölgesinde yer alan Konya ili yüz ölçümü açısından en büyük ildir (Alkan, Atiz, & Durduran, 2023). Şehir, Selçuklu Devleti zamanında başkent olarak önemli rol oynamıştır (Hacıgökmen, 2011). Doğal kültürel coğrafi zenginliklerin yanı sıra birçok müze de turizm açısından önemli değere sahiptir. Belediyeler eliyle kurulan ilk özel müze olan Koyunoğlu müzesi arşivi, eserleri ve kütüphanesi ile önemli müzeler arasındadır (Egeyılmaz, 2022).

Koyunoğlu Müzesi'nin Konya kent turizmine olan katkılarını değerlendirmek amacıyla yapılan bu araştırma, nicel araştırma yöntemlerinden biri olan anket tekniği kullanılarak verilerin toplanmasıyla gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmanın temel amacı, müzenin arşivinde barındırdığı eşsiz tarihsel, sanatsal ve ikonografik eserlerin yanı sıra diğer değerli unsurların, Konya'nın turizm potansiyeline nasıl bir katkı sunduğunu ortaya koymaktır. Ayrıca, Koyunoğlu Müzesi'nin kent turizmine sağladığı avantajlar ve karşılaştığı dezavantajlar incelenerek, müzenin Konya'nın turizm alanındaki rolü somutlaştırılmaya çalışılmıştır. Bu doğrultuda, araştırma, kent turizminin daha etkin bir şekilde planlanması ve sürdürülebilir hale getirilmesi için yol gösterici bir kaynak olmayı hedeflemektedir.

Bu konuyla ilgili literatür incelendiğinde, özellikle müzelerin kent turizmi üzerindeki etkilerine yönelik çeşitli çalışmalara rastlanmaktadır. Bu çalışmalar genellikle, müzelerin turistik çekim noktası olarak bölge ekonomisine katkıları, kültürel mirasın korunmasındaki rolleri ve ziyaretçilerin algıları üzerinde yoğunlaşmıştır. Örneğin, büyük şehirlerdeki müzelerin turizm üzerindeki etkilerini inceleyen araştırmalarda, müzelerin turistlerin seyahat kararları üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu vurgulanmaktadır. Ancak, bu çalışmaların büyük çoğunluğu, ulusal düzeydeki ünlü müzeler üzerine odaklanmış olup, yerel müzelerin turizm üzerindeki rolü genellikle göz ardı edilmiştir. Koyunoğlu Müzesi üzerine yapılan bu araştırma, benzer çalışmalardan birkaç önemli noktada farklılaşmaktadır. Öncelikle, yerel bir

müze olan Koyunoğlu Müzesi'nin, ulusal çapta tanınan müzeler kadar görünür olmadığı düşünülürse, bu çalışmanın yerel turizm bağlamında özgün bir bakış açısı sunduğu söylenebilir. Diğer çalışmalar, genellikle geniş bir turizm ölçeği içinde müzelerin etkilerini ele alırken, bu çalışma özellikle Konya gibi kültürel ve tarihi zenginlikleriyle öne çıkan bir kente özgü bir müzenin turizme olan katkısını ayrıntılı bir şekilde analiz etmektedir. Ayrıca, bu çalışma, yalnızca müzenin avantajlarına odaklanmakla kalmayıp, karşılaştığı dezavantajları ve sınırlılıkları da ele alarak, daha dengeli bir değerlendirme yapmayı amaçlamaktadır.

Sonuç olarak, Koyunoğlu Müzesi'nin Konya turizmi üzerindeki etkisini kapsamlı bir şekilde ele alan bu araştırma, yerel turizm ve müze ilişkisini anlamak adına özgün bir katkı sunmakta ve sürdürülebilir turizm planlaması için bir model niteliği taşımaktadır. Bu yönüyle çalışma, mevcut literatüre hem teorik hem de pratik açıdan değerli bir ekleme yapmayı hedeflemektedir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1970'lerden itibaren dünyanın farklı bölgelerinde alternatif turizm uygulamaları önem kazanmaya başlamış, geleneksel deniz-kum-güneş turizmi yerine, daha küçük ölçekli ve genellikle yerel halkı içeren projeler tercih edilmeye başlanmıştır (Timothy & Boyd, 2002). Bir bölgeyi turizm açısından cazip hale getirmek için doğal, kültürel, sanatsal ve teknolojik kaynakların organize bir şekilde harekete geçirilmektedir (Akova, 2012). Bunun için, turistik potansiyeli olan bölgelerin doğal ve insan kaynaklı çekicilikleri belirlenmekte ve bu kaynakların nasıl değerlendirileceği planlanmaktadır (Emekli, 2006). Günümüzde şehirlerdeki turizm hareketlilikleri kent turizmi kavramını oluşturmuştur (Yenipınar, 2022). Kent turizmi, şehirlerin kültürel, tarihi ve doğal varlıklarını ziyaretçilere sunarak ekonomik ve sosyal fayda sağlayan bir turizm türüdür (Kaypak, 2012). Kent turizmi, şehirlerin mimari yapıları (Boz, 2019), müzeleri (Özkaynak, 2018), festivalleri ve diğer turistik cazibe merkezleri (Tayfun & Arslan, 2013) üzerinden yerel ekonomiyi canlandırırken (Eraslan, 2023), aynı zamanda kültürel alışverişi teşvik eder ve şehirlerarası ilişkileri güçlendirir (Öktem, 2011). Halihazırda birçok şehir ihmal edilen kent merkezlerini canlandırıp turist çekmeye başlamıştır (Aytuğ, 2020).

Dünya genelinde kent merkezlerindeki müzeler bu amaca hizmet etme görevinde baş çekmektedir. Nispeten kısa bir sürede, kent müzeleri turizm sektörünün temel bir uğrak yeri ve kentsel ekonomiye önemli katkılarda bulunan bir turizm ürünü haline gelmiştir. Ziyaretçileri, sakinleri ve işletmeleri ile ziyaretçi çekme rekabetinde, giderek daha fazla şehir kendilerini bir kültür şehri olarak tanımlarken, müzelerini öne çalmaktadır. Bu süreçte, müzeler eğitim ve kültürel sunumlara adanmış binalardan, ziyaretçinin hüküm sürdüğü kamusal alanlara dönüşme noktasına ulaşmıştır (Van Aalst &

Boogaarts, 2002). 1990 yılında, müze konsepti yerel ekonomik kalkınma için stratejik bir araç olarak ilk kez Amerikalı akademisyen Michael Porter tarafından ortaya atılmıştır (Ser, 2020). Müze tasarımının kültürel ekonominin gelişimi için bir uyarıcı olarak kullanılabileceği fikri daha sonra dünya çapındaki politikacılar ve akademisyenler tarafından büyük ilgi görmüş (Tien, 2010), böylece birçok müze artık bir şehrin öne çıkan özelliği haline gelmiş ve bir ülkeye turizm aracılığı ile önemli ekonomik katkılar sağlar hale dönüşmüş durumdadır. Örneğin, 1997'de açılan Bilbao Guggenheim müzesi(Bask)şehrinin simgesi ve tüm şehir gelişiminin katalizörü haline gelmiştir. Sadece Paris'te değil, dünyada en popüler turistik yerlerden biri olan Louvre müzesi, 2018'de 10 milyondan fazla ziyaretçi kabul ederek (Ser, 2020), kente turist çekmede ve şehrin ekonomik gelişimini artırmada çok önemli bir kültürel faktör halini almıştır. Benzer şekilde, Amerikan Müzeler Birliği Başkanı ve CEO'su Laura Lott, Amerika Birleşik Devletleri'ndeki müzelerin federal, eyalet ve yerel yönetimlere yılda 12 milyar ABD dolarından fazla vergi ödediğini, 726.000 kişinin işine dolaylı katkı sağladığını ve doğrudan 372.100 kişiye istihdam kaynağı olduğunu ifade ederek, bu durumun ülkedeki total profesyonel spor endüstrisinin iki katından daha fazla olduğunu bildirmektedir (American Alliance of Museums, 2018).

Anadolu'da kültür turizmi endüstrisi, antik kentleri (Taşdelen, 2009), doğal güzellikleri (Ateş, 2016; Budak, 2014) ve tarihi köyleri (Bingöl, 2008) ziyaret ederek yerel yaşamı deneyimleme fırsatı sunar (Çolak, 2009; Ünal, 2023). Anadolu, tarihi özellikli köyler ve yerleşimler yönünden oldukça zengindir (Onur, 2021). Özellikle 8000 yıl öncesine dayanan tarihsel geçmişi sürecinde çeşitli dönemlerdeki yerleşimler turizmin en önemli kaynaklarından birini oluşturur (Onur, 2021; Günay, 2012). Türkiye, tarihî ve kültürel mirasıyla dünya genelinde popüler bir turizm destinasyonu olma potansiyeline sahiptir (Erdoğan, 2020; Akyıldız & Olgun, 2020; Akpınar, 2004). Türkiye açısından İstanbul Arkeoloji Müzesi ve Ankara Anadolu Medeniyetleri Müzesi iyi birer örnek oluşturmaktadır. Anadolu'nun her bir bölgesinin tarihsel kültürel ve coğrafi açıdan zenginliği tartışılmaz (Üzülmez, 2014) . Türkiye'nin yüzölçümü açısından en büyük Bölgesi olan İç Anadolu Bölgesi (Kandemir & Aşkın, 2022), Çatalhöyük gibi erken dönem medeniyetlerinin izlerini barındırmaktadır (Öztürk, 2017). Anadolu Hititler, Frigler, Lidyalılar, Persler, Romalılar, Bizanslılar, Selçuklular ve Osmanlılar gibi birçok farklı medeniyetin miras ürünleri bu bölgede ziyaret edilebilir (Tarlakazan, 2018; İbret, 2015). Anadolu tüm bu zengin kültür varlığını her ilde en az bir müze bulundurarak sergileme gayretindedir. Günümüzde Kültür ve Turizm Bakanlığı Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü'ne bağlı 217 müze ve 146 düzenlenmiş ören yeri ziyaret edilebilmektedir (Müdürlüğü, 2024).

Anadolu'ya uzun yıllar başkentlik etmiş olan Konya; ören yerleri, sitler, hanlar, dergâhlar ve medreseler gibi kültürel ve mimari açıdan zengin varlıklara sahiptir (Özdek, 2013). Bununla birlikte Konya ilinde birçok görülecek, gezilecek önemli tarihi (Ter & Özbek, 2013) ve kültürel (Varol, 2017) yerler bulunmaktadır. Bunlar arasında KVMG, Vakıflar Genel Müdürlüğüne ve Belediyeye bağlı müzeler önemli bir yer tutar (Tablo 1).

Tablo 1. Konya'daki Müzeler

Konya Müzesi Müdürlüğü	Konya Arkeoloji Müzesi Konya Etnografya Müzesi Konya Atatürk Evi Müzesi Konya Çini Eserleri Müzesi (Karatay Müzesi) Çatalhöyük Ören yeri
Mevlana Müzesi Müdürlüğü	Mevlana Müzesi Obruk Han Kervansaray Rumi Tat ve Koku Müzesi
Akşehir Müzesi Müdürlüğü	Akşehir Nasreddin Hoca Arkeoloji ve Etnografya Müzesi Batı Cephesi Karargâhı Müzesi Akşehir Taş Eserler Müzesi
Ereğli Müzesi Müdürlüğü	Konya Ereğli Müzesi
Vakıflara Bağlı Müzeler	Sahip Ata Hanegahı Vakfı Müzesi
Belediye Müzeleri	Panorama Konya Müzesi Aya Elenia Anıt Müzesi Sille Müzesi Zaman Müzesi A. R. İzzet Koyunoğlu Şehir Müzesi Konya Evi Çatalhöyük Tanıtım ve Karşılama Merkezi Dârülmülk Sergi Sarayı Taş Bina Dijital Tanıtım Merkezi Depo No:4 Konya Panorama Müzesi İrfan Medeniyeti Araştırma ve Kültür Merkezi İstiklal Harbi Şehitler Abidesi Beşşehir Turizm Tanıtım Merkezi
Selçuk Üniversitesi	Selçuk Üniversitesi Müzesi

Kaynak (Müdürlüğü, 2024)

Bu değerlerden birisi de Koyunoğlu müzesidir (Tapur, 2009). Koyunoğlu Müzesi A.R. İzzet Koyunoğlu tarafından kurulmuştur (Yavuzyiğit, 2022) ve ismini Ahmet Rasih Koyunoğlu'ndan almıştır (Egeyılmaz, 2022). 2 şubat 1984 tarihinde hizmete açılmıştır (Yılmaz, 2019). Koyunoğlu, dünyada büyük öneme sahip eserleri bir araya getirmiş (Kocaman, 2022) ve müzesine resmen hayatını adamıştır. Müze 1973 yılında belediyeye bağışlanmıştır (şimşek, 2015). İki kattan oluşan müzenin birinci katında beş, ikinci katında iki olmak üzere toplam yedi bölüm bulunmaktadır. İlk katta Anadolu medeniyetleri bölümü, tabiat tarihi bölümü, sergi bölümü, hat ve sikke bölümü, ikinci katta etnografya ve halı bölümü vardır (Yılmaz, 2019). 30.000'e yakın kitaptan oluşan kütüphaneye, Konya'nın en zengin gazete ve dergi arşivine sahiptir (Egeyılmaz, 2022). Ayrıca Konya'daki ilk özel müzedir. Böylesine zengin ve çeşitli arşive sahip olan Koyunoğlu müzesi, şehrin tarihini, kültürünü ve mirasını koruyan önemli bir kaynaktır (şimşek, 2015). Ziyaretçilerine geçmişin izlerini görme, yolculuk yapma fırsatı sunarak, gelenek ve göreneklerin yaşatılmasında katkıda bulunur (Aytaç, 2008). Ayrıca müze aracılığıyla kent sakinlerinin geçmişleriyle daha derin bir bağ kurmaları ve kimliklerini daha iyi anlamaları sağlanır (Tapur, 2009).

YÖNTEM

Araştırma konusu belirlendikten sonra, müzelerin kent turizmine etkileri üzerine literatür taraması yapılmıştır. Bu kapsamda kitaplar, makaleler, tezler ve ansiklopediler gibi çeşitli kaynaklar incelenerek kavramsal çerçeve oluşturulmuştur. Koyunoğlu Müzesine gidilerek araştırmacılar tarafından müze gezilmiş ve çalışma ile ilgili gözlemler yapılmıştır. Koyunoğlu Müzesi'ne yapılan ziyaret ve gözlemler, araştırmanın nitel yönünü desteklemek amacıyla planlı ve sistematik bir şekilde gerçekteşirilmifitir. Bu kapsamda, araştırmacılar 5-10 Mayıs 2024 tarihleri arasında müzeyi toplamda üç farklı gün ziyaret etmiştir. Ziyaretlerin her biri yaklaşık üçer saat sürmüş ve müzenin farklı bölümleri detaylı bir şekilde incelenmiştir.

Ziyaret sırasında, müzenin sergilenen eserleri, koleksiyon düzeni, ziyaretçi yoğunluğu, sergileme yöntemleri ve müze içindeki bilgilendirme materyalleri gibi unsurlar gözlemlenmiştir. Ayrıca, müzenin fiziksel yapısı, erişilebilirlik durumu ve altyapı özellikleri değerlendirilmiştir. Müze çalışanlarıyla gayri resmi görüşmeler gerçekteşirilerek, müze ziyaretçilerinin profilleri, ziyaretçi sayıları ve müze yönetiminin turizm hedefleri hakkında bilgi alınmıştır.

Bu çalışmanın amacı Konya Koyunoğlu Müze'sinin Konya kent turizmi üzerine olan etkilerini belirlemektir. Bunun için nicel araştırma yöntemlerinden olan anket uygulaması (şen, 2010) yapılmış 11 – 25 Mayıs, 2024 tarihleri arasında veriler toplanmıştır. Nicel araştırma yöntemi, yaşanan olay ve olguları nesnelleştiren (Mert & Bülbül, 2023), gözlem yapılabilir hale getiren (Ariçelik,

2010), ölçümleyebilen (Duman, 2021), sayısal olarak ifade edilmesini sağlayan (Usta, 2012) bir araştırma türüdür (Düzen, 2017). Amaç araştırılan konu ile ilgili katılımcıların düşüncelerinin öğrenilip analiz edilmesidir (Ayvaz, 2021). Toplamda 180 adet katılımcıyla anket yapılmıştır. Katılımcılar Konya ili merkez ilçelerinde bulunan 18 yaşından büyük yetişkinler arasından ve Necmettin Erbakan Üniversitesi Turizm Fakültesi öğrencileri arasından rastgele seçilmiştir. Katılımcılarda eğitim durumu, gelir düzeyi ya da medeni durumları gibi demografik özellikler çalışma dışında tutulmuştur.

Anket soruları (bazı örnekleri Tablo 1’de verilmiştir) Müze Eğitimine Yönelik Tutum Ölçeği (MEYTÖ) (Utku, 2008) ve Kısa Heyecan Arayışı Ölçeği (K-HAÖ) (Çelik, 2016) kullanılarak derlenmiştir. MEYTÖ, yapı geçerliliği, Temel Bileşenler Analizi (Principal Component Analysis) yöntemiyle test edilmiş ve ölçek maddelerinin dengeli bir şekilde ölçme amacını temsil ettiği belirlenmiştir. Ölçeğin güvenilirliği, Cronbach Alfa katsayısı ile değerlendirilmiş ve yüksek düzeyde güvenilirlik göstermiştir. Ölçeğin pilot uygulamaları, toplam 90 kişiye uygulanarak yapılmıştır. Uygulamalar öncesinde (ön test) ve sonrasında (son test) müze eğitime ilişkin tutumlara değişim analiz edilmiştir. Analizler sonucunda, yapılandırmacı yaklaşıma göre hazırlanmış programların olumlu tutumları artırdığı tespit edilmiştir. K-HAÖ ise, genç yetişkinler için kısa heyecan arayışı seviyelerini ölçmek amacıyla geliştirilmiştir. Ölçeğin Türkçe uyarlaması, doğrulayıcı faktör analizi (CFA) ile incelenmiş ve orijinal dört faktörlü yapının yerine tek faktörlü bir modelin daha uygun olduğu belirlenmiştir. Modelin uyum iyilik indeksleri kabul edilebilir seviyede bulunmuştur (RMSEA = .07, CFI = .94, GFI = .96). Ölçeğin güvenilirlik katsayısı (Cronbach Alfa) 0.79 olarak hesaplanmıştır. Ayrıca madde-toplam korelasyon değerleri, ölçeğin maddelerinin yeterli düzeyde ölçüm gücüne sahip olduğunu göstermiştir. Ölçek, bireylerin heyecan arayışı seviyelerini ölçmede geçerli ve güvenilir bir araç olarak değerlendirilmiştir.

Tablo 2. Anket sorularından bazılarının örnekleri

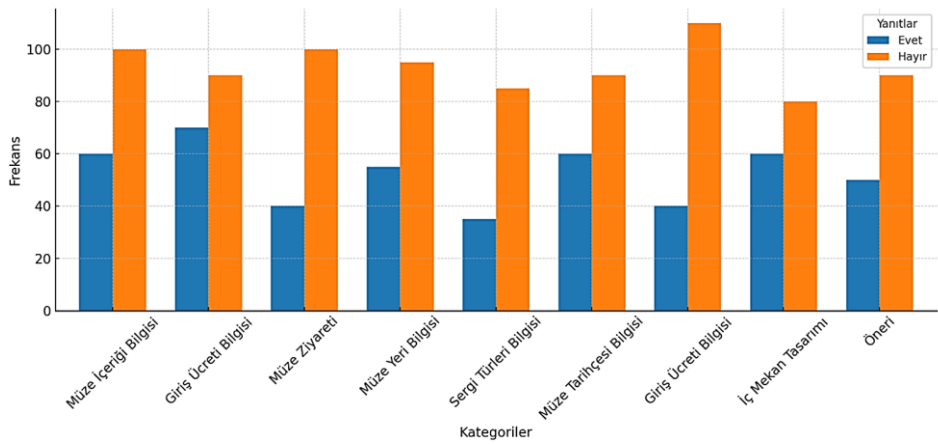
Konya’daki müzelerle ilgili ne kadar bilgi sahibisiniz?	EVET	HAYIR
Konya’daki müzeleri daha önce ziyaret ettiniz mi?	EVET	HAYIR
Konya’daki müzelerin bulunduğu yerler hakkında bilginiz var mı?	EVET	HAYIR
Konya’daki müzeleri ziyaret etmeyi düşünüyor musunuz?	EVET	HAYIR
Konya’daki müzelerin sergilediği türleri biliyor musunuz?	EVET	HAYIR
Konya’daki müzelerin tarihçesini biliyor musunuz?	EVET	HAYIR
Konya’daki müzeleri mekân tasarımı beğenir misiniz?	EVET	HAYIR
Konya’daki müzeleri başkalarına önerir misiniz?	EVET	HAYIR
Konya’daki müzelerle gezmek için ne kadar zaman harcarsınız?	0-15 dk	15-30 dk

Hazırlanan anket soruları belirlenen katılımcı kitlelerine sorularak toplanan veriler daha sonra SPSS veri analizi (Mercan, 2011) ile değerlendirilip sonuçlandırılmıştır.

BULGULAR ve DEĞERLENDİRME

Anket yöntemiyle toplanan veriler ışığında müzenin kent turizmindeki rolü ve potansiyel gelişim alanları ele alınmıştır. Öncelikle, müze içeriği, giriş ücreti bilgisi, müze ziyareti, müzenin yeri, müzedeki sergi türleri, müzenin tarihçesi, iç mekân tasarımı gibi konularda katılımcılardan veriler toplanmış ve analiz edilerek değerlendirilmiştir. Koyunoğlu Müzesi'ne yönelik ziyaretçilerin bilgi düzeyi ve tutumlarını çeşitli kategorilerde "Evet" ve "Hayır" yanıtlarıyla ortaya koymaktadır. Şekil 1'de yer alan kategoriler, müzenin içerik ve tarihçesi hakkında bilgi sahibi olup olmadıklarını, müzeyi daha önce ziyaret edip etmediklerini, müzenin bulunduğu yer ve giriş ücretleri hakkında bilgi sahibi olup olmadıklarını içermektedir. Genel olarak, "Hayır" yanıtlarının çoğunlukta olduğu gözlemlenmektedir.

Şekil 1. Koyunoğlu müzesi ziyaretçi bilgi ve görüşlerine yönelik bulgular

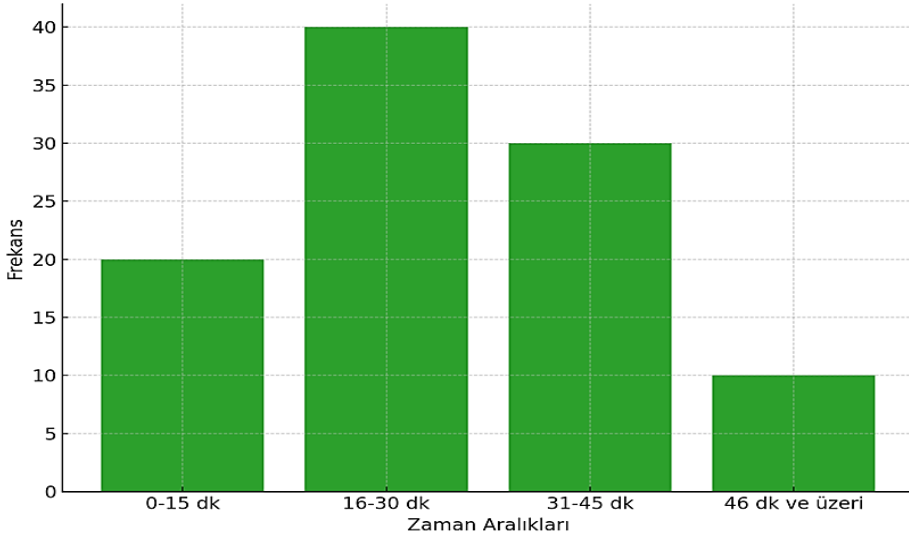


Örneğin, katılımcıların büyük bir kısmı (%62) Koyunoğlu Müzesi'nin tarihçesi hakkında bilgi sahibi olmadığını belirtmiştir. Aynı şekilde, müzenin içeriği ve sergilediği türler hakkında da bilgi eksikliği dikkat çekmektedir. Bu durum, müzenin tanıtım ve bilgilendirme stratejilerinde eksiklikler olabileceğini ve potansiyel ziyaretçilerin bu konuda daha fazla bilgilendirilmesi gerektiğini göstermektedir. Diğer yandan, müzenin iç mekân tasarımı ve ziyaret Önerileri konusundaki "Evet" yanıtlarının daha yüksek olması, müzenin ziyaretçilerin beklentilerini karşılama noktasında olumlu bir izlenim bıraktığını ortaya koymaktadır. Ancak, bu pozitif geri bildirimlere rağmen, müzenin genel anlamda tanıtım ve ziyaretçi bilgilendirme konularında geliştirilmesi gereken yönlerinin olduğu

anlaşılmaktadır. Elde edilen sonuçlar, müzenin tanıtım ve iletişim stratejilerini yeniden gözden geçirmesi ve özellikle yerel halk arasında bilinirliğini artırmak için daha fazla çaba harcaması gerektiğini göstermektedir.

Ziyaretçilerin Koyunoğlu Müzesi'nde geçirdikleri sürelerin zaman aralıklarına göre dağılımı değerlendirildiğinde ziyaretçilerin büyük çoğunluğunun, müzede 16-30 dakika arasında bir süre harcadığı bulguna ulaşılmıştır (Şekil 2).

Şekil 2. Koyunoğlu ziyaretçilerin müze ziyaretlerinde geçirdikleri sürelerin dağılımına yönelik bulgular

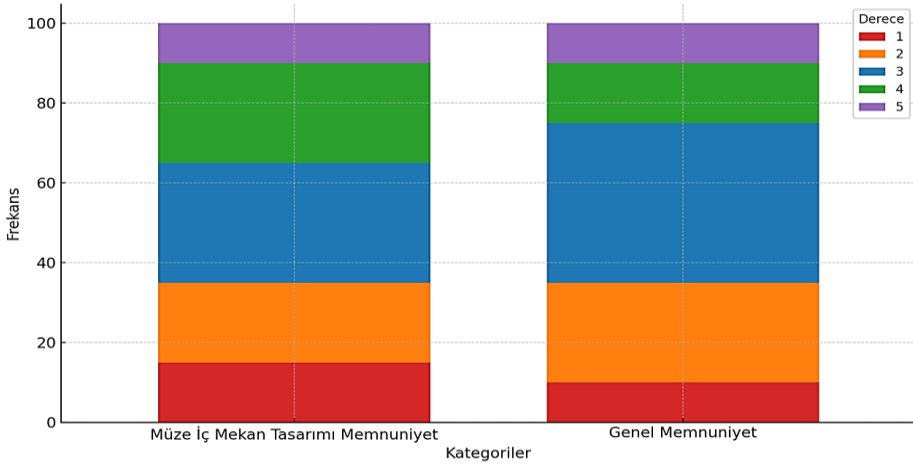


Bu süre, müzenin genel yapısı ve sergilenen eserlerin kapsamı göz önüne alındığında, ziyaretçilerin müzeyi hızlı bir şekilde gezdiğini ve belki de müzedeki eserler ve sergiler hakkında yeterince bilgi edinmeden ziyaretlerini sonlandırdıklarını düşündürmektedir. 31-45 dakika ve 46 dakika üzeri gibi daha uzun süreler geçiren ziyaretçi sayısı ise oldukça azdır. Bu durum, müzenin sunduğu içeriğin, ziyaretçilerin daha uzun süre ilgi göstermelerini sağlayacak nitelikte olmadığını ya da ziyaretçilerin müze deneyimlerini detaylandırma konusunda yeterli motivasyona sahip olmadıklarını göstermektedir. Ziyaretçilerin müzede geçirdikleri süreyi artırmak ve deneyimlerini daha verimli hale getirmek için müze içeriğinin ve sunum şeklinin gözden geçirilmesi gerekebilir. Örneğin, rehberli turlar, interaktif sergiler veya dijital bilgilendirme ekranları gibi ziyaretçilerin ilgisini çekebilecek yöntemler denenebilir. Ayrıca, ziyaretçilere müzeyi keşfetmeleri için daha fazla zaman ayırmaları yönünde teşvik edici bilgilendirme yapılabilir. Bu sayede, müze ziyaretçileri arasında daha derinlemesine bir öğrenme ve keşif deneyimi sağlanabilir.

Koyunoğlu Müzesinin Konya Kent Turizmindeki Etkinliği Üzerine Bir Araştırma

Koyunoğlu Müzesi'nin iç mekân tasarımı ve genel memnuniyet düzeyi konusundaki ziyaretçi değerlendirmelerini göstermektedir. Katılımcıların, müzenin iç mekân tasarımı ve genel memnuniyet düzeyi hakkında yaptıkları değerlendirmelerde çoğunlukla orta ve üzeri düzeyde memnuniyet bildirdikleri görölmektedir.

şekil 3. Koyunoğlu Müzesi Ziyaretçi Memnuniyeti ve Değerlendirme Skorları



Bu sonuçlar, müzenin ziyaretçileri tarafından genel olarak beğenildiğini ve olumlu bir izlenim bıraktığını göstermektedir. Özellikle iç mekân tasarımına verilen puanların büyük bir kısmı 3 ve 4 düzeyindedir, bu da müzenin iç mekân düzenlemesi konusunda tatmin edici olduğunu, ancak bazı geliştirme alanlarının da mevcut olabileceğini düşündürmektedir. Aynı şekilde, genel memnuniyet düzeyinde de 3 ve 4 derecelerinin yoğunlukta olması, ziyaretçilerin müzeye dair genel bir memnuniyet taşıdığını ancak müze deneyimini daha iyi hale getirmek için iyileştirme yapılabileceğini işaret etmektedir. Ziyaretçilerin 1 ve 2 gibi düşük değerlendirme skorlarının oranının görece az olması ise memnuniyetsizlik düzeyinin düşük olduğunu göstermektedir. Müze yönetimi, bu sonuçları dikkate alarak, ziyaretçilerin beklentilerini daha iyi karşılamak ve genel memnuniyet düzeyini artırmak amacıyla, müze içi düzenleme, bilgilendirme ve deneyim artırıcı unsurlar üzerinde çalışabilir. Böylelikle, müze ziyaretçileri için daha keyifli ve tatmin edici bir deneyim sunulabilir ve bu durum müzenin tekrar ziyaret edilme oranını artırabilir.

Çalışmanın cinsiyet değerşkenine göre müze eğitimine ilişkin tutum ve heyecan arayışı değerşkenleri için yapılan bağımsız örneklem t-testine ait bulgular Tablo 3'te yer almaktadır.

Tablo 3. Cinsiyete ilişkin T-testi bulguları

Değişken	Grup	N	Ortalama	Standart Sapma	t	p
Müze Eğitimine İlişkin Tutum	Kadın	121	3.07	0.642	0.0356	0.972
	Erkek	47	3.07	0.674		
Heyecan Arayışı	Kadın	121	3.42	0.940	0.967	0.335
	Erkek	47	3.58	0.919		

Note. H_a μ kadın \neq μ erkek

Müze eğitimine ilişkin tutum açısından kadın ve erkek katılımcıların ortalama puanları sırasıyla 3.07 ($SS = 0.642$) ve 3.07 ($SS = 0.674$) olarak bulunmuştur. Bu sonuçlar, kadınlar ve erkekler arasında müze eğitime yönelik tutumlar açısından anlamlı bir fark olmadığını ($t = 0.0356$, $p = 0.972$) göstermektedir. Bu durumda, cinsiyetin müze eğitime ilişkin tutum üzerinde belirleyici bir etkisinin olmadığı söylenebilir. Heyecan arayışı değişkenine bakıldığında ise, kadınların ortalama puanı 3.42 ($SS = 0.94$) iken, erkeklerin ortalaması 3.58 ($SS = 0.919$) olarak tespit edilmiştir. Bu durumda, erkek katılımcıların heyecan arayışı puanlarının kadın katılımcılara göre nispeten daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Ancak, bu farkın istatistiksel olarak anlamlı olmadığı ($t = -0.967$, $p = 0.335$) belirlenmiştir. Yani, cinsiyet değişkeninin heyecan arayışı üzerinde de anlamlı bir etkisi bulunmamaktadır. Genel olarak, bu bulgular cinsiyetin hem müze eğitime ilişkin tutum hem de heyecan arayışı değişkenleri üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığını ortaya koymaktadır. Araştırmanın sonuçları, müze eğitimi ve heyecan arayışı konusunda cinsiyetler arası tutum farklılıklarını incelemek için daha geniş katılımcı grupları ve farklı demografik özellikler içeren çalışmaların yapılması gerektiğini önermektedir.

Tablo 4'te müze eğitime ilişkin tutum ve heyecan arayışı değişkenleri arasındaki korelasyon bulguları sunulmuştur. Analiz sonucunda, müze eğitime ilişkin tutum ile heyecan arayışı arasında pozitif ve güçlü bir ilişki olduğu ($r = 0.558$, $p < .001$) görülmüştür.

Tablo 4. Korelasyon bulguları

Değişken	İstatistik	1	2
1. Müze eğitimine ilişkin tutum	Pearson's r	-	-
	p değeri	-	-
2. Heyecan arayışı	Pearson's r	0.558***	-
	p değeri	<.001	-

Note. H_a is positive correlation

Note. * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$, one-tailed

Bu bulgu, heyecan arayışının yüksek olduğu bireylerin müze eğitime yönelik daha olumlu tutumlar geliştirdiğini göstermektedir. Korelasyon katsayısının pozitif yönü, heyecan arayışı arttıkça müze eğitime ilişkin olumlu tutumların da arttığını ifade etmektedir. Ayrıca, bu ilişki istatistiksel olarak anlamlıdır ve %99 güven düzeyinde, bu bulgunun tesadüfi olmadığını göstermektedir. Araştırmanın hipotezi olan ‘heyecan arayışı ile müze eğitime ilişkin tutum arasında pozitif bir ilişki vardır’ hipotezi bu sonuçlarla desteklenmiştir. Bu durum, heyecan arayışının bireylerin müze eğitime yönelik bakış açısını olumlu yönde etkilediğini düşündürmektedir. Bulgular, müze eğitimi programlarının heyecan arayışını tetikleyebilecek ve ilgi çekici hale getirebilecek şekilde tasarlanmasının, katılımcıların tutumlarını olumlu yönde etkileyebileceğini önermektedir. Bu bağlamda, müze eğitime yönelik tutumları geliştirmek isteyen eğitimciler ve program geliştiriciler, heyecan arayışını artırıcı yöntem ve etkinliklere yer vermeyi düşünebilirler.

SONUÇ

Bu araştırmadan elde edilen veriler, müzenin Konya’nın tarihi ve kültürel mirasının korunmasında ve kent turizminin gelişiminde önemli bir yere sahip olduğunu göstermektedir. Koyunoğlu Müzesi, zengin arşivi, sanatsal ve tarihsel değeri yüksek eserleriyle hem yerel halk hem de dışardan gelen ziyaretçiler için bir cazibe merkezi olma potansiyeline sahiptir. Ancak, anket sonuçlarına göre, müze tanınırlığı yeterli düzeyde değildir ve ziyaretçi sayısı istenilen seviyede değildir. Bu durum, müzenin daha etkin bir şekilde tanıtılması gerektiğini ve halkın müzeye yönelik farkındalığının artırılması gerektiğini ortaya koymaktadır.

Araştırmada katılımcıların müzede geçirdikleri süreler incelendiğinde, ziyaretçilerin büyük bir kısmının müzeyi hızlı bir şekilde gezdiği ve sergilenen eserlerle yeterince etkileşim kuramadığı anlaşılmıştır. Bu durum, müzenin içerik ve sunum tarzının ziyaretçilerin ilgisini daha uzun süre çekebilmesi için geliştirilmesi gerektiğini göstermektedir. Müze, rehberli turlar, etkileşimli sergiler ve dijital bilgilendirme panoları gibi yenilikçi yöntemlerle ziyaretçilerin deneyimlerini zenginleştirebilir. Bu tür uygulamalar, müze ziyaretçilerine daha derinlemesine bir öğrenme fırsatı sunarak hem ziyaret sürelerini artırabilir hem de ziyaretçilerin müzeyle olan bağlarını güçlendirebilir.

Ayrıca, çalışma bulguları müze eğitime ilişkin tutumlarda cinsiyetin belirleyici bir faktör olmadığını ortaya koyarken, yüksek heyecan arayışına sahip bireylerin müze eğitime daha olumlu yaklaştığını göstermektedir. Bu durum, müze eğitim programlarının bireylerin heyecan arayışını tatmin edecek şekilde tasarlanması halinde, katılımcıların ilgisinin ve motivasyonunun artabileceğini ortaya koymaktadır. Müze, bu doğrultuda eğitim programlarını çeşitlendirerek

ve heyecan uyandıran yeni aktiviteler ekleyerek, özellikle genç kitleleri çekebilir ve daha geniş bir ziyaretçi kitlesine hitap edebilir.

Sonuç olarak, Koyunoğlu Müzesi'nin Konya kent turizmine katkılarının artırılması için müze tanıtımına yönelik daha etkin stratejiler geliştirilmesi büyük önem taşımaktadır. Müze, sosyal medya ve dijital platformlar aracılığıyla daha geniş kitlelere ulaşabilir ve yerel halk ile turistler arasında daha fazla bilinirlik sağlayabilir. Ayrıca, müzenin sunduğu deneyimlerin zenginleştirilmesi, ziyaretçilerin ilgisini çekmek ve müzeyi tekrar ziyaret etmelerini sağlamak açısından kritik bir rol oynamaktadır. Müze yönetimi, ziyaretçi memnuniyetini artıracak ve müze deneyimini daha çekici hale getirecek düzenlemeler yaparak, müzenin Konya'nın turizm potansiyelini daha da güçlendirmesini sağlayabilir. Bu bağlamda, Koyunoğlu Müzesi'nin tarihsel ve kültürel mirasının korunması kadar, bu mirasın geniş kitlelere ulaştırılması ve yaşatılması da büyük önem taşımaktadır.

KAYNAKÇA

- Abay, N., & Öz, C. (2019). Konya Koyunoğlu Müzesi'nde bulunan pişmiş toprak kandiller. *Cedrus*, 7, 333-344.
- Ajanovic, E. (2015). UNESCO yaratıcı kentler ağı ile Antalya kentinin değerlendirilmesi. *Akdeniz İnsani Bilimler Dergisi*, 5(1), 1-16.
- Akova, İ. (2012). Alternatif turizm olanaklarımız. *Coğrafya Dergisi*(8), 71-84.
- Akpınar, E. (2004). Doğu Anadolu Bölgesi'nde alternatif turizm merkezi olmaya aday bir ilçe: Kemaliye. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 207-236.
- Akyıldız, N. A., & Olgun, T. N. (2020). Somut olmayan kültürel mirasın Anadolu'da tarihi yerleşimlerin korunması ve sürdürülebilirliği bağlamında değerlendirilmesi. *Milli Folklor*, 16(128), 234-243.
- Akyol, D. P. (2022). *Küçük ev (tiny house) olgusunun alternatif turizme yönelik geçici konaklama mekânı olarak potansiyellerinin değerlendirilmesi: Antalya/İbradı örneği* (Yüksek Lisans Tezi). Bursa Uludağ Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Bursa.
- Alkan, T., Atiz, Ö. F., & Durduran, S. S. (2023). Elektrikli araç şarj istasyonları için AHP yöntemi ile uygun yer seçimi: Konya örneği. *Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 12(1), 1-1.
- American Alliance of Museums. (2018, February 13). *New National Data Reveals the Economic Impact of Museums Is More than Double Previous Estimates*. [www.aam-us.org](https://www.aam-us.org/2018/02/13/new-national-data-reveals-the-economic-impact-of-museums-is-more-than-double-previous-estimates/): Retrieved from <https://www.aam-us.org/2018/02/13/new-national-data-reveals-the-economic-impact-of-museums-is-more-than-double-previous-estimates/> adresinden alındı
- Ariçelik, G. (2010). *Ticari bankalarda performans ölçümü: CAMELS analizine dayalı bir inceleme* (Yüksek Lisans Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

- Ateş, H. (2016). Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerinde turizm algısı ve turizmin geliştirilmesi stratejileri. *Journal of Knowledge Economy & Knowledge Management*, 11(2), 111-140.
- Aytaç, A. (2008). Konya müzelerinde bulunan yöre halılarının renk ölçümü ve yüzey tasarımlarının değerlendirilmesi (Doktora Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, Ankara.
- Aytuğ, K. E. (2020). Sinop ilinin alternatif turizm çeşitleri açısından SWOT analizi. *Karadeniz Araştırmaları*, 17(67), 715-736.
- Ayvaz, H. (2021). Geleneksel banka çalışanlarının katılım bankacılığı hakkındaki farkındalık düzeylerinin tespiti. *Uluslararası Finansal Ekonomi ve Bankacılık Uygulamaları Dergisi*, 2(2), 68-92.
- Bingöl, A. (2008). Arpaçay'da tarihi ve arkeolojik araştırmalar. *Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitü Dergisi*, 1(1), 57-71.
- Boz, M., & Özkan, Ç. (2021). Sürdürülebilir şehir turizmi: Barselona örneği. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 110-129.
- Boz, Ö. (2019). Sürdürülebilir şehir turizmi: Barselona aşırı turizm örneği. O. Emir (ed), 20, 838-344.
- Budak, M. E. (2014). Doğu Anadolu'nun kayaüstü resimleri (Kars-Kağızman). *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, (4), 68-71.
- Çelik, E., & Turan, M. E. (2016). A Study on the psychometric features of the Turkish version of the brief sensation seeking scale (Bsss-8) for young adults and the relation between sensation seeking and life satisfaction. *International Journal of Educational Research Review*, 29-39.
- Çolak, O. (2009). Turistik ürün çeşitlendirme kapsamında kırsal turizm ve kırsal turizm işletmeciliği: Şirince örneği (Yüksek Lisans Tezi). Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Diker, O. Ç. (2016). Hava sporları turizmi ve Safranbolu'nun hava sporları potansiyelinin belirlenmesi. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(1), 84-100.
- Duman, M. Ç. (2021). KOBİ'lerin endüstri 4.0 hazırlık süreci: Bir meta-sentez çalışması. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(2), 624-641.
- Düzen, N., & Dinçer, F. Ç. (2017). Ana dili Türkçe olan ve olmayan okul öncesi dönem çocuklarının Türkçe erken okuryazarlık becerilerinin değerlendirilmesi. *Bayburt Eğitim Fakültesi Dergisi*, 16(32), 573-600.
- Egeyılmaz, S. (2022). Ahmet Rasih İzzet Koyunoğlu müze ve kütüphanesi'ndeki vakıf mühürlerinin hat sanatı bakımından incelenmesi (Yüksek Lisans Tezi). Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Ekerim, F. (2020). Türkiye gastronomi rotaları ve haritalandırılması (Yüksek Lisans Tezi). Kastamonu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kastamonu.
- Emekli, G. (2006). Coğrafya, kültür ve turizm: Kültürel turizm. *Ege Coğrafya Dergisi*, 15(1-2), 51-59.
- Eraslan, O. (2023). Festivallerin gastronomi turizmi açısından değerlendirilmesi: Halfeti meyve yemekleri festivali örneği. *Turizm ve Destinasyon Araştırmaları III*, 35.
- Erdoğan, H. A. (2020). Arkeoturizm'de Planlama ve Çevre Yönetimi: Konya Örneği. Ankara: Gece Kitablığı.

- Evren, Ş. (2017). I. Dünya Savaşı yıllarında Osmanlı Devleti'nde eski eserlere yaklaşım ve Anadolu'da yapılan arkeolojik kazılar. *Akdeniz İnsani Bilimler Dergisi*, 7(2), 307-322.
- Gümüşçü, O. (2018). Tarihi coğrafya ve kültürel miras. *Erdem*, (75), 99-120.
- Günay, F. (2012). Afyonkarahisarın rekreasyon alanları ve faaliyetlerinin turizm talebine ve konaklama süresine etkisi (Yüksek Lisans Tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Hacıgökmen, M. A. (2011). Türkiye Selçukluları zamanında Konya'nın devlet merkezi oluşu. *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 231-260.
- İbret, Ü. A. (2015). Kastamonu şehrinde kültür ve inanç turizmi. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 239-269.
- İçellioğlu, C. Ş. (2014). Kent turizmi ve marka kentler: Turizm potansiyeli açısından İstanbul'un Swot analizi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, (1), 37-55.
- İlter, E., & Kınık, H. (2017). Türkiye'nin enerji denklemi: Trans Anadolu doğalgaz boru hattı ve Türk akımı. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 185-200.
- Kandemir, Ç., & Aşkın, T. (2022). Türkiye'de koyun ırklarının bölgelere göre durumu: İç Anadolu Bölgesi. *Uluslararası Anadolu Ziraat Mühendisliği Bilimleri Dergisi*, 97-105.
- Karabulut, T., & Kaynak, İ. H. (2016). İnanç turizmi bağlamında kentsel turizm ve kültürel turizm: Konya örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (35), 185-191.
- Karademir, T. (2021). Bizans Dönemi taş eserlerinde refrigerium sahneleri. *TroyAcademy*, 158-186.
- Kaypak, Ş. (2012). Ekolojik turizm ve sürdürülebilir kırsal kalkınma. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2012(1), 11-29.
- Kocaman, İ. M. (2022). Konya Koyunoğlu Müzesi'nde Yer alan bir grup saldırı ve savunma aleti. *Social Sciences Studies Journal*, 3500-3528.
- Kayabaşı, M., & Öztürk, M. (2023). Güneş enerjisinin İç Anadolu bölgesinde kullanılabilirliği ve sistem analizi. *Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 12(4), 1351-1359.
- Mercan, Ş. O., & Üzülmöz, M. (2014). Coğrafi işaretlerin bölgesel turizm gelişimindeki önemi: Çanakkale ili örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29(2), 67-94.
- Mercan, Z. (2011). İlköğretim matematik dersi öğretim programının eğitim durumu boyutunun öğretmen ve öğrenci görüşleri açısından değerlendirilmesi (Yüksek Lisans Tezi). Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Muğla.
- Mert, G., & Bülbül, S. (2023). Influencer'ların (Etkileyici Kimse) Pazarlama Stratejilerindeki Rolü. *Artikel International Journal of Social Science*, 1(2), 107-132.
- Müdürlüğü, K. V. (2024, Ekim 20). Genel Müdürlüğümüze Bağlı Müzeler ve Örenyerleri. [kvmmg.ktb.gov.tr: https://kvmmg.ktb.gov.tr/TR-43253/genel-mudurlugumuz-orenyerleri.html#:~:text=%C3%9Ckımızde%20K%C3%BClt%C3%BCr%20ve%20Turizm%20Bakanl%C4%B1%C4%9F%C4%B1,d%C3%BCzenlenmi%C5%9F%20%C3%B6ren%20yeri%20ziyaret%20edilebilmektedir. adresinden alındı](https://kvmmg.ktb.gov.tr/TR-43253/genel-mudurlugumuz-orenyerleri.html#:~:text=%C3%9Ckımızde%20K%C3%BClt%C3%BCr%20ve%20Turizm%20Bakanl%C4%B1%C4%9F%C4%B1,d%C3%BCzenlenmi%C5%9F%20%C3%B6ren%20yeri%20ziyaret%20edilebilmektedir. adresinden alındı)
- Oğan, O., & Yasak, Ü. (2020). Küreselleşme bağlamında mekansal kent kimliği ve markalaşmanın kent turizmine etkisi. *Türk Coğrafya Dergisi*,, 97-105.

Koyunoğlu Müzesinin Konya Kent Turizmindeki Etkinliği Üzerine Bir Araştırma

- Onur, İ. Ç. (2021). Bir kültür mirası olarak tarihi Anadolu Köylerinin turizm açısından önemi-Ödemiş Lübbey Köyü örneği. *Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 1-12.
- Öktem, B. (2011). İstanbul'da neoliberal kentleşme modelinin sosyo-mekansal izdüşümleri. *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 44.
- Özdek, A. (2013). Konya türkü metinlerinde Mevlana ve Mevlevilik üzerine bir araştırma. *Rast Müzikoloji Dergisi*, 30-46.
- Özerk, G. B. (2011). Küresel kent, kentsel markalaşma ve yok-mekan ilişkileri. *İDEALKENT*, 2(3), 82-93.
- Özkaynak, M. U. (2018). Şehir markalaşmasında tarihi yapıların rolü: Konya-Selçuklu yapıları. *The Journal of International Scientific Researches*, 3(4), 14-30.
- Öztürk, M. (2017). *Çatalhöyük arkeolojik sit buluntularının sanat eğitimi ve pratiklerine katkısı* (Doktora Tezi). Necmettin Erbakan Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Ser, S. H. (2020). Museums and tourism: Reengineering the role of museums in Malaysia's cultural heritage tourism. *Jurnal Becoss-(Business Economic, Communication, and Social Sciences)*, 2(1), 145-157.
- Seyhan, B., & Evcim, S. (2012). Antik Çağ da Anadolu da Turizm. *II. Disiplinlerarası Turizm Kongresi*.
- Soğukkuyu, B., & Tunç, A. (2013). Kent kültürüne ve toplumsal yapıya bağlı olarak kentte tipografinin kullanımı (İzmir ve Milano örnekleri). *Art-e Sanat Dergisi*, 6(12), 153-172.
- Şen, Ü. S. (2010). Sanat eğitiminde bilimsel araştırma yöntemlerinin kullanılması. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(1), 343-360.
- Şengül, F. (2017). Yeni kültür turizmi destinasyonu: Olba Antik Kenti. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 20-28.
- Şimşek, Ç. (2015). *Halk bilimi müzeciliğine bir örnek Ankara Somut Olmayan Kültürel Miras Müzesi* (Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Tapur, T. (2009). Konya ilinde kültür ve inanç turizmi. *Journal of International Social Research*, 2(9), 473.
- Tarlakazan, B. E. (2018). Selçuklu İzleri Taşıyan Kimi Belediye Amblemlerindeki Sembollerin Tarih, Kültür ve Tasarım Açısından İncelenmesi. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(1), 111-128.
- Taşdelen, V. (2009). Antik kentlere doğru. *Hece*, (150), 22-36.
- Tayfun, A., & Arslan, E. (2013). Festival turizmi kapsamında yerli turistlerin Ankara Alışveriş Festivali'nden memnuniyetleri üzerine bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 191-206.
- Ter, Ü., & Özbek, O. (2013). Kent merkezlerinin oluşumunda alansal gömülülük: Konya Tarihi kent merkezi. *Gazi Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 3(4), 20.
- Tien, C. C. (2010). The formation and impact of museum clusters: Two case studies in Taiwan. *Museum Management and Curatorship*, 25(1), 69-85.
- Timothy, D. J., & Boyd, S. W. (2002). *Heritage Tourism*. Addison-Wesley Longman Ltd.

- Usta, A. (2012). Sorunsaldan sonuçlara bilimsel araştırma süreci: Bir araştırma raporu modeli örneği. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 3(5), 135-161.
- Utku, Ç. (2008). *İlköğretim 5. sınıf düzeyi sanat eğitiminde, müze eğitiminin öğrencilerin tutumlarına etkisi* (Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Ünal, A. Ç. (2023). Turizm ve Destinasyon Araştırmaları V. Çanakkale: Paradigma Akademi.
- Van Aalst, I., & Boogaarts, I. (2002). From museum to mass entertainment: The evolution of the role of museums in cities. *European Urban and Regional Studies*, 9(3), 195-209.
- Varol, F. (2017). *Kültürel miras yönetiminde sürdürülebilirlik: Konya turizm paydaşlarına yönelik bir araştırma* (Doktora Tezi). Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Yavuziğit, Z. P. (2022). A. R. İzzet Koyunoğlu Müzesi'ne kayıtlı geleneksel peşkir örneklerinin sanatsal açıdan incelenmesi. *SSD Journal*, 346-360.
- Yenipinar, U. Y. (2022). Mersin kent merkezindeki türbelerin günebirlik kent turu programlarına dâhil edilmesi. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(2), 78-92.
- Yılmaz, R. (2019). *Koyunoğlu Müzesi koleksiyonundaki hat levhaları* (Yüksek Lisans Tezi). Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Zafer, C. (2018). Türkiye'de konargöçer kültürü. *Muhakeme Dergisi*, 1(2), 105-115.

ETİK BEYAN

“Koyunoğlu Müzesinin Konya Kent Turizmindeki Etkinliği Üzerine Bir Araştırma” başlıklı çalışmanın yazım sürecinde bilimsel kurallara, etik ve alıntı kurallarına uyulmuştur. Çalışma Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu tarafından uygun görülmüştür.

ÇATIŞMA BEYANI

Araştırma ile ilgili herhangi kişi ve kurumlarla yaşanabilecek çıkar çatışması yoktur.

EXTENDED SUMMARY

Since the 1970s, alternative tourism practices have become a significant trend worldwide. This new tourism model has emerged to support small-scale projects that involve local communities, moving beyond traditional sun-sea-sand holidays. This new understanding of tourism aims not only to generate economic gains but also to preserve and promote local cultures. Alternative tourism highlights the necessity of organized use of natural, cultural, artistic, and technological resources. This process is critical for determining the attractions of potential tourist areas and developing strategies for how these resources can be utilized. A sustainable tourism approach is essential for strengthening local economies and increasing environmental awareness.

In recent years, the concept of urban tourism has gained prominence. Urban tourism provides economic and social benefits by presenting the cultural, historical, and natural assets of cities to visitors. This type of tourism revitalizes local economies through the city's architectural structures, museums, festivals, and other attractions, promoting cultural exchange and strengthening intercity relations. Urban tourism allows visitors to experience the cultural fabric of cities while also enabling local residents to benefit from tourism. In this context, the tourist appeal of urban areas reflects not only physical structures but also the identities and cultural richness of the communities living in those cities.

Konya is one of the culturally and historically significant cities in Anatolia. The city boasts a rich historical heritage, encompassing various cultural and architectural structures, caravanserais, lodges, madrasas, and important figures such as Mevlana. Mevlana is not only a significant cultural figure for Konya but also for Turkey as a whole. His legacy contributes to the city's tourist appeal, deeply shaping its cultural identity and offering visitors a unique experience. This cultural heritage presents significant potential for alternative tourism in Konya.

One of the most important museums in Konya is the Koyunoğlu Museum, established in 1984. The museum offers a rich collection with various sections, including Anatolian civilizations, natural history, ethnography, and carpets. It stands out not only for its exhibition spaces but also for its library, which houses over 30,000 books, along with an extensive archive of newspapers and magazines. In this way, the museum facilitates access to cultural knowledge for both local residents and visitors, becoming an important resource. Koyunoğlu Museum also hosts local artists and events to enhance cultural interaction. Additionally, workshops, exhibitions, and other activities organized within the museum encourage participation from both locals and tourists.

The aim of this study is to examine the contributions, advantages, and disadvantages of Koyunoğlu Museum to urban tourism in Konya. The museum's historical, artistic, and iconographic values will be assessed in terms of their contribution to Konya's tourist appeal. In this context, data was collected using a survey method and analyzed using the SPSS program. The survey aimed to understand visitors' impressions of the museum, the facilities it offers, and their expectations regarding the museum.

The findings of the study reveal the contributions of Koyunoğlu Museum to urban tourism in Konya. The museum enhances the city's tourist appeal through its historical and artistic values, attracting both domestic and international tourists. Visitors have the opportunity to see the museum's rich collection and gain deeper insights into the city's cultural

heritage. Additionally, the educational programs and workshops offered by the museum deepen the visitors' cultural experiences. By utilizing the museum's interactive exhibition areas, visitors can acquire more information about history and culture, which increases overall visitor satisfaction.

However, the disadvantages of the museum have also been examined. Factors such as declines in visitor numbers, promotional deficiencies, and challenges in reaching broader audiences have been evaluated. Particularly, with the rapid increase in digitization today, many museums and cultural institutions struggle to achieve adequate visibility on digital platforms, which negatively impacts the museum's potential to attract visitors. There is a clear need to enhance promotional activities regarding the museum's offerings and services.

To increase local interest in the museum, various events should be organized. Reviewing promotional strategies aimed at the museum could enhance its potential to reach a wider audience through social media and digital platforms. Moreover, effectively utilizing the museum's website and social media accounts can help attract more visitors. Organizing events and campaigns targeted at younger audiences will contribute to making the museum a more dynamic space.

In conclusion, the contributions of Koyunoğlu Museum to urban tourism in Konya are of great significance for both the preservation of cultural heritage and the revitalization of the local economy. The museum not only provides visitors with a rich cultural experience but also assists local communities in benefiting more from tourism. In this context, the necessity of supporting similar museums and cultural projects for the development of alternative tourism is emphasized.

The museum plays an important role in preserving and promoting the cultural identity of cities. Events that encourage participation from visitors and locals will contribute to the museum becoming a more dynamic and interactive space. In this way, Koyunoğlu Museum will continue to enhance Konya's tourist appeal and reach a wider audience with the city's cultural richness.

The significance of Koyunoğlu Museum lies not only in the preservation of the past but also in its role in creating a cultural heritage that will be passed on to future generations. As a platform for locals and tourists to come together, the museum enhances cultural interaction and contributes to the social fabric of the city. In this regard, Koyunoğlu Museum provides an important contribution to both the cultural and economic development of Konya. The richness and diversity it offers increase Konya's tourism potential and strengthen the city's cultural identity. This situation serves as an inspiring example for future alternative tourism projects.