

Yedi Güzel Adam Edebiyat Müzesi'nin Kültür ve Edebiyat Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi ¹

Mehmet POLAT

Dr. Öğr. Üyesi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi,
Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Turizm ve Otel İşletmeciliği Bölümü
polat.m@outlook.com

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-5591-5422>

Öz

Bu çalışmanın amacı Kahramanmaraş Yedi Güzel Adam Edebiyat Müzesi'ni, kültür turizmi, özel ilgi turizmi ve edebiyat turizmi çerçevesinde kavramsal olarak değerlendirerek literatüre katkıda bulunmaktır. Bu çalışmada edebiyat müzelerinin turizm endüstrisindeki yeri ve önemi vurgulanırken Kahramanmaraş Yedi Güzel Adam Edebiyat Müzesi ön plana çıkarılmaya çalışılmıştır.

2019 yılında hizmete açılan müzenin tarihi ve içeriği ile ilgili bilgiler verilmiştir. Müzenin diğer edebiyat müzelerinden farklı olan yönlerine değinilerek önemi vurgulanmaya çalışılmıştır. Dünyanın farklı bölgelerindeki edebiyat müzeleri ile karşılaştırma yapılarak bakış açısının genişletilmesi hedeflenmiştir. Son olarak edebiyat müzesinin destinasyon çekim unsuru olarak turizm politikalarında kullanılmak üzere karar vericilere bir takım önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Kültür Turizmi, Özel İlgi Turizmi, Edebiyat Turizmi, Yedi Güzel Adam Edebiyat Müzesi, Kahramanmaraş.

Evaluation of Yedi Guzel Adam Literary Museum within the Scope of Culture and Literary Tourism

Abstract

The aim of this study is to contribute to the literature by conceptually evaluating the Kahramanmaraş Yedi Guzel Adam Literary Museum within the framework of cultural tourism, special interest tourism and literary tourism. In this study, while the place and importance of literary museums in the tourism

¹ Makale Geliş/Kabul Tarihi: 21.01.2020 / 18.12.2020

Künye Bilgisi: Polat, M. (2021). Yedi Güzel Adam Edebiyat Müzesi'nin kültür ve edebiyat turizmi kapsamında değerlendirilmesi. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(1), 645-658. DOI: 10.33437/ksusbd.677931

industry is emphasized, Kahramanmaraş Yedi Guzel Adam Literary Museum has been tried to be brought to the fore.

Opened in 2019, informations about the history and contents of the museum has been given. It has been tried to emphasize the importance of the museum by mentioning its different aspects from other literary museums. It has been aimed to broaden the perspective by making comparisons with literary museums in different parts of the world. Finally, a number of recommendations were presented to the decision makers to be used in tourism policies as a destination attraction element of the literary museum.

Keywords: Cultural Tourism, Special Interest Tourism, Literary Tourism, Yedi Guzel Adam Literary Museum, Kahramanmaras.

GİRİŞ

Turizm, ulusal ve uluslararası çapta yaygın bir faaliyet olarak çağdaş toplumların belirleyici bir özelliğini yansıtmaktadır (Jolliffe ve Smith, 2001:149). Turizm aktivitelerinin gerçekleşmesinde doğal çekicilikler hala en önemli faktör olsa da kültürel çekiciliklere olan talep de her geçen gün artmaktadır (Kervankıran, 2014:345). Kural olarak kentsel turizme ilişkin bakış açıları kültür turizminin mevcut başarısına güçlü bir şekilde dayanma eğilimindedir (Jansen-Verbeke ve Van Rekom, 1996). Bu nedenle deniz, kum ve güneş gibi turistik çekicilik unsurlarına sahip olmayan kentlerde (Polat, 2021) turizmin gelişmesi için kültürel çekicilikler alternatif bir alan yaratmaktadır (Polat, 2020).

Kültür ve turizm her zaman birbirleriyle bir bütün olmuştur. Kültürel cazibe unsurları, mekanlar ve kültürel etkinlikler seyahat için önemli bir motivasyon sağlarken seyahat etmek de kültür oluşumuna ve turizmin gelişimine katkıda bulunmaktadır (Richards, 2018, s. 12). Ülkemizde turizmden istenilen payın elde edilmesi ve turizmin tüm yıla yayılması alternatif turizm çeşitlerinin geliştirilmesine bağlıdır (Aliğaoğlu, 2004: 51). Bu bağlamda kültür turizmini önemli bir özel ilgi turizmi çeşidi olarak, turizme ekonomik katkı sağlaması açısından kritik bir fenomen olarak değerlendirmek mümkündür.

Kültür ve turizmin en önemli elementlerinden birisi müzelerdir. Turizm ve müze birbirlerinden karşılıklı olarak faydalanmaktadırlar. Turizm sayesinde müzelerde sergilenen eserlerin bilinirliği artmaktadır. Müzeler alternatif destinasyonlar yaratarak turist sayısını artırırken aynı zamanda buldukları bölgeye ekonomik fayda da sağlamaktadırlar (Kervankıran, 2014: 348). Edebiyat müzeleri de alternatif destinasyon oluşturmada oldukça başarılı ve etkili bir

müzecilik anlayışına sahiptir. Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de sayıları her geçen gün artarak turizme katkıda bulunmayı sürdürmektedirler.

Edebiyat müzeleri ve yazar evleri eğitimin yanı sıra turizmin gelişmesini de teşvik ederek edebi miras turizminin ilerlemesine katkıda bulunmaktadır. Bu sayede edebiyat kültürü hem yerli hem de yabancı turistler vasıtasıyla önemli bir kitleye ulaşma şansı yakalarken kültürel anlamda da kazanç elde edilebilmektedir (Adıgüzel, 2017: 89). Bu kapsamda değerlendirildiğinde edebiyat müzelerinin hem bulunduğu bölge nazarında hem de ülke genelinde kültür ve tanıtım ürünleri arasında önemli bir yerinin olduğu düşünülmektedir.

Bu çalışmanın amacı edebiyat müzeleri bağlamında Kahramanmaraş Yedi Güzel Adam Edebiyat Müzesi'ni kültür turizmi ve destinasyon çekiciliği kapsamında kavramsal olarak ele almaktır. Değişen ve gelişen teknolojiler ile birlikte kurumlar da kendini yenileyerek dış çevreye adapte olmaktadır. Son dönemde müzeler de bu çevreye ayak uydurmaya başlamıştır. Türkiye'de dijital müze anlayışı yeni gelişmeye başladığından örneklerine az rastlansa da bu tür müzelerin sayısında bir artış gözlenmektedir. Türkiye'de bulunan edebiyat müzeleri veya yazar evleri içerisinde Kahramanmaraş Yedi Güzel Adam Edebiyat Müzesi'nin dijital donanımlara sahip ilk edebiyat müzesi olması nedeniyle önemli olduğu düşünülmektedir. Ayrıca Türkiye'de bulunan diğer edebiyat müzeleri ve yazar evleri (Mehmet Akif Ersoy, Karacaoğlan, Evliya Çelebi, Divan Edebiyatı, Sait Faik Abasıyanık, Orhan Kemal, Hüseyin Rahmi Gürpınar, Kemal Tahir, Ahmet Arif, Rıfat Ilgaz, Cahit Sıtkı Tarancı, Ahmet Hamdi Tanpınar, Yahya Kemal Beyatlı, Namık Kemal ve Ziya Gökalp) genellikle tek yazar ve ona ilişkin öğeleri barındırırken Yedi Güzel Adam Edebiyat Müzesi'nin birbirleri ile bağı olan 7 farklı yazarın ve onlara ait eserlerin bir araya getirilerek oluşturulması onu benzerlerinden ayırarak kültür ve turizm kapsamında önemli bir yere koymaktadır. Bu nedenlerle bu çalışmanın hem literatüre hem de kültür turizmine katkıda bulunması açısından önemli olduğu düşünülmektedir.

KÜLTÜR TURİZMİ VE EDEBİYAT MÜZESİ

Kültür turizmi, bireylerin her zaman ikamet ettikleri yerlerden ayrılarak kültürel ihtiyaçları tatmin etmek ve başka kültürler hakkında bilgi edinmek amacıyla kültürel çekiciliği olan yerlere seyahat etmeleridir (Saçılık ve Toptaş, 2017:109). Kültür turizmi genellikle müzeler, sanat galerileri, tarihi ve arkeolojik alanlar, festivaller, mimari eserler, sanatsal performanslar ve kültürel miras yerlerini ziyaretleri içeren gezilerle ilgilidir (Stylianou-Lambert, 2011:405).

Kültür turizminin, müzelere ve kültürel miras alanlarına ekonomik açıdan önemli bir katkısı vardır. Kültür turizminin gelir kaynağı ve tanınmış bir turizm biçimi olarak geliştirilmesi, Kanada ve dünya çapındaki turist operatörlerinin

sayesinde ortaya çıkmıştır (Silberberg, 1995: 361). Bu gelişmelerden sonra ülkeler kültürel değerlerinin farkına vararak onları turistik bir çekim gücü olarak değerlendirmeye başlamışlar ve ülkelere ekonomik açıdan katkıda bulunmuşlardır. Müzeler ise ülkelerin kültürel değerlerini yansıtmada hep öncü kurumlar olmuştur.

Kültür turizmi içinde giderek önemli hale gelen müzeler aynı zamanda çağdaşlaşmanın ve sosyalleşmenin de kayda değer bir göstergesidir. Bu bakımdan müzelerin misyonu, çeşitleri ve fonksiyonları da son zamanlarda değişime uğramıştır. Bu değişime uyum sağlayan, teknolojik altyapısını güçlendiren, tanıtım ve pazarlama yöntemlerini etkili kullanabilen müzelerin ziyaretçi sayıları ve elde ettiği gelir devamlı artmaktadır. Bu farkındalığa sahip birçok ülkede çağdaş müzecilik anlayışına uygun düzenlemeler yapılmakta ve müze veya kültür turizmine ayrılan bütçeler artmaktadır (Kervankıran, 2014, s. 345).

Müzeler, hem yerel halk hem de turistler için bir destinasyonun kültürel mirasının önemli bir parçasıdır. Dünyada 40.000'den fazla müze bulunmaktadır. Avrupa'daki müzelerin yılda 370 milyondan fazla ziyaretçi çektiği tahmin edilmektedir ve bu ziyaretçilerin birçoğu turistlerdir (Gil ve Ritchie, 2009:480). Ziyaretçiler, müzelerin sürdürülebilirliği için gereklidir ve onların gelişimine sürekli katkıda bulunurlar (Moreno-Mendoza, Santana-Talavera, ve Boza-Chirino, 2019). Müzeler ve turizm ilişkisi her zaman önemli bir çalışma konusu olmuştur. Özellikle kültür, bir turizm merkezi olarak kent seçiminde önemli bir faktör olduğundan sanat ve turizm arasındaki genel ilişkiye artan bir ilgi vardır. Müzeler, bir turizm destinasyonunun cazibe üssü ve turizm kaynaklarının önemli ve popüler bir bileşenidir ve onlar sadece ekonomik kalkınmanın lokomotifleri olarak değil, aynı zamanda turistik yerlerdeki farklı bir çekim biçimi olarak da işlev görmektedir. Böylece iş ve gelir artışına katkıda bulunmaktadır. Dahası, turizm ve kültürel kalkınma kentin yenilenmesinde önemli bir rol oynayabileceği gibi destinasyon için turizm tanıtım stratejileri üzerinde de büyük bir etkiye sahip olabilir (Gil ve Ritchie, 2009:480).

Müzeler çoğunlukla kültürel koruma ve sergileme amacıyla hizmet veren, kar amacı gütmeyen kurumlar olarak tanımlanmaktadır (Siu vd., 2013:293). Müzeler ve kültürel miras alanları bir bakıma mirasın korunması ve eğitim yükümlülüklerini yerine getirmektedirler (Silberberg, 1995:361). Müzelerin eğitim kurumları ve kütüphanelerle kıyaslandığında hedef kitleye farklı ve yeni öğrenme fırsatları sunmaları açısından önemli bir yeri vardır. Modern öğrenme teorilerine göre öğrenme, kişinin aktif olmasını, uygulama yapmasını ve yapılanlar üzerine düşünerek bu süreci anlamlandırmasını, yazılı veya sözlü olarak dili kullanmasını ve bunları yaparken de sosyalleşmesini kapsamaktadır (Adıgüzel, 2017:85). Bu bakımdan müze ve görevlerinin bu amaca hizmet

ederken toplumsal bir yükümlülüğü de yerine getirdiği düşünülmektedir. Kendine has bir özelliği olan edebiyat müzeleri ise aynı amaca hizmet eden ve özel bir kitlenin ilgi odağını oluşturan kurumlar olarak ön plana çıkarak kültür ve edebiyat turizmi kapsamında ele alınmaktadır.

Herbert ile araştırılmaya başlanan (Smith, 2003) edebiyat turizmi, yazarların doğdukları, yaşadıkları, eserlerini kaleme aldıkları müze statüsündeki gerçek mekânlara, yazarların eserlerindeki kurgusal karakterlerle bağlantılı yerlere ya da edebi figürlerden dolayı popüler hale gelmiş destinasyonlara yapılan seyahatleri ifade etmektedir (Çevik, 2018:302). Edebiyat turizmi, edebiyat tasvirleri veya edebi figürler ile ilişkili turizm endüstrisinin önemli ve büyüyen bir sektörüdür. Bu tür yerlere ziyaret, hayran olunan kişilerle ilişkili eserleri ve hatıraları görme şansına ve belki de onlara dokunma şansına izin vermektedir (Busby ve Klug, 2001:319). Edebi yerler çeşitli şekillerde tanımlanabilir ancak temel olarak onlar yazarlarla olan bağlantıları ve yazarların romanlarının ortamları ile anlam kazanırlar (Herbert, 2001:312).

Edebi turizm, yazarlar veya onların edebiyatları popüler hale geldiğinde, insanların ya yazarla ilişkili (doğum yeri, evi vs.) yerleri ya da yazarların yazılarında yer alan yerleri ziyaret etmeleri amacıyla gerçekleştirdikleri turizm faaliyetleridir. Bu tür yerleri ziyaret etmek, edebiyat meraklılarının hayran oldukları yazarlarla veya onların edebiyatlarıyla ilişkili nesnelere/hatıraları görerek ya da dokunarak onlarla etkileşime girmesine izin verir (Hoppen vd., 2014:37).

Favori bir yazarın, kitap ya da şiirinin etkisi ile seyahat etmek, 18. yüzyılda popüler romanın yükselişine dayanmaktadır. Bu etkinlik genişlemeye devam etmekte ve birçok bölge ve yer edebi bağlantılarını kullanarak ve ziyaretçilerini, yazarların yaşamlarıyla ve yaratıcı çıktılarıyla bağlantılı mekanlar aramaya teşvik etmektedir (MacLeod vd., 2018:388). Bu bölgeler, o yörede yaşamış veya doğmuş ya da bir şekilde hayatının bir dönemini o bölgede geçirmiş ve o yöre ile özdeşleşmiş olan popüler yazar veya şairlerin çoğunlukla yaşadığı veya doğduğu yerleri müzeye dönüştürerek bu mekânları bir çekicilik unsuru olarak sunmaktadırlar. Genel olarak bu mekânlar edebiyat müzesi ya da yazar evi olarak adlandırılmaktadır.

Edebiyat müzeleri ve yazar evleri buldukları şehrin edebiyat ve estetik kültürünün yaşandığı ve geliştirildiği yerlerdir. Dünyanın farklı ülkelerinde ünlü yazarlar adına edebiyat müzeleri veya yazar evleri oluşturulduğu görülmektedir. Dostoyevski, Goethe, Victor Hugo, Shakespeare ve Hemingway gibi popüler edebiyatçıların eserlerinin sergilendiği edebiyat müzeleri bunun en güzel örnekleridir. Bu müzelerde güncel estetik ve edebiyat ile ilgili yapıtların yanı sıra eski el yazmaları ve basma eserlerde sergilenmektedir (İnan, 2013:535). Edebiyat

müzesi, özellikle kültürel miras olarak kabul edilen edebiyatla ilgili bir kurumdur. Bu kurumlar, edebiyat ve onun toplumdaki rolü hakkında bilgileri artırmak amacıyla edebiyatı müzeografik kodlarla edinir, korur ve iletir (Bohman, 2020). Aynı zamanda bu müzeler, yazar ve yazarın yaşadığı yerler ile ziyaretçiler arasında bilişsel ve duygusal bir bağ yaratır (Fenu ve Pittarello, 2018).

Dünyanın çoğu ülkesinde, ülkelerinin sahip olduğu kültürel mirasını muhafaza etmek, ilgili araştırmalar yapmak ve elde edilen sonuçları yeni nesillere aktarmak için oluşturulan bu türdeki müzeler çeşitli içeriklerin temel alınmasıyla bir araya getirilmişlerdir. Bu yüzden birbirinden farklı kapsam ve içeriklere sahip edebiyat müzelerine rastlanmaktadır (Adıgüzel, 2017:88). Uluslararası Edebiyat Müzeleri Komitesi'ne (ICLM) göre edebiyat müzelerinin üç farklı kategorisi bulunmaktadır. Yazar müzeleri veya evleri; Genelde yazarların doğup bir süre yaşamını sürdürdüğü ya da öldüğü binalardır. Genel Edebiyat Müzeleri; Örneğin coğrafi olarak tanımlanmış bir bölgeye ait edebiyatın özel bir türü ya da genel olarak edebiyat ile ilgili müzelerdir. Edebi Mekanlar; Ekomüze gibidir. Genellikle belirli bir alandaki evlerin veya doğanın kültürel miras olarak ele alındığı yazarın çalışmasıyla yakından ilişkili yerlerdir.

Uluslararası Edebiyat Müzeleri Komitesi'nin sınıflandırmasına göre Kahramanmaraş Yedi Güzel Adam Edebiyat Müzesi genel edebiyat müzesi kategorisine girmektedir. Çünkü bu müzede tek bir yazar ve ona ait eserler değil birçok yazar ve şaire ait eser ve unsurlar bir arada sergilenmektedir.

Bir edebi mekân ne kadar istisnai niteliklere sahip olursa turizmin amaçları için gelişmesi ve kullanılması o kadar kolay olur. Kompozisyonun yeri ve onun kurgusal düzeni uyumlu olduğunda edebiyat seven turistler daha zengin bir deneyim hissederler. Bununla birlikte, turizm ile ilgili karar vericilerin özgünlük kavramını akılda tutmaları gerekmektedir. Çünkü turistler edebiyatla bağlantılı yerleri gördüklerinde bunu kültürel ve edebi özgünlük arayışlarında kapsamlı bir şekilde yorumlarlar, yani mekânın hayal ettiği ile uyumlu olmasını isterler (Hoppen vd., 2014:43).

Postmodern toplumlarda, turizm tüketiminin çeşitli nedenlere bağlı olarak çeşitlenmesi, kişisel özellik ve hobilere bağlı turizmi, kitle turizmine alternatif olarak ortaya çıkartmıştır (Kozak vd., 2015; Tırıl, 2018). Özel ilgi turizmi olarak tanımlanan turizmin bu türü alternatif turizm çeşitleri arasında sayılmaktadır.

Tarısevdi ve Çavuş'a göre özel ilgi turizmi, "ilgileri belirli alanlarda yoğunlaşan ve yalnızca bu ilgileri tatmin etmek isteyen bireylerin, ilgilerini belirli bir bölge veya destinasyonda karşılamak amacıyla yaptıkları seyahatler"dir (Tırıl, 2018:163). Read (1980)' göre kişilerin hobilerini gerçekleştirebilecekleri özel bir bölge veya destinasyona yaptıkları seyahatler" olarak tanımlanırken, Douglas ve Derret, özel ilgi turizmini, bireylerin veya grupların belirli özel ilgi motifleri

tarafından yönlendirilen, uyumlaştırılmış boş zaman ve rekreasyon deneyimleri olarak tanımlamaktadırlar (Akıncı ve Kasalak, 2016:166). Buna ek olarak, özel ilgi turizmi müşterisi turizme, kendine özel ve anlamlı bir aktivite motivasyonu ile katılmaktadır (Brotherton ve Himmetoğlu, 1997:12).

Bu bağlamda edebiyat müzelerini ziyaret eden turistleri özel ilgi turisti olarak değerlendirmek mümkündür. Özel ilgi turistleri kültür turizminin önemli bir parçasını oluşturmaktadırlar. Bu nedenle destinasyonlarda edebiyat müzeleri gibi çekicilik unsurları ön plana çıkarılmaya çalışılırken özel ilgi turistlerinin seyahat motivasyon faktörleri de dikkate alınmalıdır.

Seyahat motivasyonunu kişisel motivasyonla bir araya getirerek kültür turizmi elde edilmektedir. Ancak bir kültür turizmi destinasyonu oluşturmak, kültür için farklı tüketici motivasyon dereceleri olduğunu ve çoğu insanın seyahat ederken yapacakları çeşitli şeyler aradığını anlayarak stratejik planlamayı gerektirmektedir. Destinasyon, tanımı gereği insanların ziyaret etmeyi planladığı yerdir. Turistlerin kişisel ilgi ve seyahat motivasyonlarının büyük çoğunluğunu anlayarak bir kültür turizmi destinasyonu oluşturulabilmektedir (Silberberg, 1995: 363). Kültürel miras mekanları, müzeler ve benzeri yerler ziyaretçileri tek başına cezbetmeyebilir. Bu nedenle bunların farklı turistik ürünlerle desteklenmesi gerekmektedir.

YEDİ GÜZEL ADAM EDEBİYAT MÜZESİ

Yedi Güzel Adam Edebiyat Müzesi, Kahramanmaraş ili, Dulkadiroğlu ilçesi, Gazipaşa mahallesinde bulunmaktadır. “Maraş ekolü” olarak adlandırılan başta Nuri PAKDİL olmak üzere Mehmet Akif İNAN, Rasim ÖZDENÖREN, Alaeddin ÖZDENÖREN, Erdem BAYAZIT, Ali KUTLUAY ve Cahit ZARİFOĞLU'nun Maraş merkezli başlayan ve sonraki yıllarda devam eden birliktelikleri Hamle, Edebiyat ve Maveria gibi Türk edebiyatının unutulmaz dergilerini ortaya çıkarmıştır. Cahit Zarifoğlu'nun şiirinde; “Bu insanlar dev midir, Yatak görmemiş gövde midir” şeklinde bahsettiği Yedi Güzel Adam, zamanla yolları aynı şehir ve aynı okulda kesişen bu değerli edebiyatçılara yakıştırılan bir isim haline gelmiştir. Bu isimlerin hatıralarını yaşatmak ve Kahramanmaraş'ın köklü edebiyat geleneğini yansıtmak amacıyla “Yedi Güzel Adam Edebiyat Müzesi” adıyla uluslararası standartlarda bir edebiyat müzesi ve çağdaş bir kütüphane kurulmasına karar verilmiştir. Müze için Yedi Güzel Adam olarak nitelendirilen şairlerin de öğrenim gördüğü eski Maraş Lisesi'nin (Kara Lise) tarihi binası uygun görülmüştür.

Binanın tarihi çok eskilere dayanmaktadır. Müze binası, 1882 yılında Amerikan misyonerleri tarafından “Merkezi Türkiye Kız Koleji (Central Turkey College For Girls)” resmi adıyla eğitim kurumu olarak hizmete açılmıştır (Greene, 1916). Amerikan kadın misyonerleri ve yerli Protestanların da desteği

ile kurulan bu kolejin amacı Güneydoğu Anadolu'da Hıristiyanlığı yayabilecek ve azınlıkları aydınlayabilecek yerel kız liderler yetiştirmektir (Doğan, 2004). Kolej, Lozan Antlaşmasıyla kapatılıp Cumhuriyetin ilanından sonra 1933 yılında, Maraş şehrindeki ilk eğitim kurumu olarak tekrar açılmıştır. 1945 yılından 1965 yılına kadar Maraş Lisesi olarak varlığını sürdürmüş ve şehrin önde gelen isimleri bu lisede yetişmiştir. Günümüzde ise sadece iki yapısı ayakta kalan kolej binası Kahramanmaraş Büyükşehir Belediyesi tarafından yapılan onarım ve restorasyon sürecinden sonra edebiyat müzesi ve kütüphane olarak 2019 yılında hizmete açılmıştır. Değerli edebiyatçıların yollarının kesiştiği anısal değere sahip bu binada kurulmuş olan Yedi Güzel Adam Edebiyat Müzesi'nde köklü ve zengin Türk edebiyatı ve buradaki Kahramanmaraş etkisi geçmişten günümüze sergilenmektedir (Kahramanmaraş Büyükşehir Belediyesi , 2020).

Yedi Güzel Adam Edebiyat Müzesinde yer alan görsel panolar, video filmler, replikalar, dijital sunumlar, görsel malzemeler, canlandırmalar, dekorlar, sesli anlatımlar, müzikle desteklenmiş sergi esaslı düzenlemeler, interaktif panolar ve kiosklar aracılığıyla ziyaretçilere edebiyat tarihi hakkında bilgi vermek amaçlanmaktadır. Bu sayede ziyaretçilerin keşfederken hem öğrenerek hem de eğlenerek farklı bir müze deneyimi yaşaması hedeflenmiştir.

Müzenin ilk katında edebiyat ve Maraş'taki edebiyata dair bilgilendirmeler verildikten sonra kronolojik olarak sözlü ve yazılı edebiyat süreçleri 5. ve 10. yüzyıllar arasındaki İslamiyet öncesi Türk Edebiyatı, 10. ve 19. yüzyıllar arası İslamiyet etkisindeki Türk Edebiyatı ve 19. yüzyıl Batı Etkisindeki Türk Edebiyatı dönemlerine ait bilgiler verilmektedir. Ayrıca söz konusu kronolojideki kırılma noktaları ve edebiyatımıza damga vurmuş önemli şahsiyetler ön plana çıkarılmaktadır.



Resim 1. Kahramanmaraş Yedi Güzel Adam Edebiyat Müzesi

İkinci katta Türk Edebiyatı kronolojisinin devamı olarak Milli Edebiyat dönemi ve genç Cumhuriyet'in edebiyat anlayışları aktarılırken çeşitli objeler ve dekorlarla hazırlanmış özel sunum alanlarında Alaeddin Özdenören, M. Akif İnan, Erdem Bayazıt ve Rasim Özdenören'in edebi kişilikleri yansıtılmaktadır. Ziyaretçiler ayrıca bu kattaki şairlerin kendi seslerinden şiirler dinleyip, eserlerini daha yakından inceleme fırsatı bulabilmektedirler.

Müzenin üçüncü katında ise Maraş ekolünün diğer önemli sanatçıları Cahit Zarifoğlu, Nuri Pakdil, Sezai Karakoç, Necip Fazıl Kısakürek, Bahaettin Karakoç, Mahzuni Şerif ve Abdurrahim Karakoç için ayrılmış bölümlerde bu sanatçılara yönelik özel, etkili ve dinamik sunumlar ve canlandırmalar yapılmıştır. Aynı zamanda ziyaretçiler bu sanatçılara ait eserlerin yayınlanmış oldukları dergileri de inceleyebilmektedirler (Kahramanmaraş Büyükşehir Belediyesi, 2020).

Müze Kahramanmaraş Büyükşehir Belediyesine bağlı bir birim olarak hizmet vermektedir. Bu müze Türkiye'de nadir bulunan edebiyat müzelerinin içerisinde teknolojik ve görsel donanımlara sahip olması, ayrıca bölgesel ve ulusal turizme olan katkısı bakımından önem arz etmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Kültür turizmi, özel ilgi turizmi ve edebiyat turizmi kapsamında kavramsal olarak ele alınan bu çalışmada edebiyat müzelerinin turizm alanındaki yeri ve önemi vurgulanırken Kahramanmaraş Yedi Güzel Adam Edebiyat Müzesi ön plana çıkarılmaya çalışılmıştır. Edebiyat müzeleri tüm dünyada olduğu gibi son zamanlarda Türkiye’de de ön plana çıkarak turizme katkı sunması açısından önemli bir hale gelmiştir.

Dünyanın değişerek gelişmesi ile birlikte her alan bu değişimden kendine düşen payı almaktadır. Turizm sektörü de bu alanların başında gelmektedir. Değişen turist profili nedeniyle turizmde karar vericiler yeni pazarlar aramak zorunda kalmaktadır. Turizm sektörü eskiden sadece deniz, kum, güneş üçlüsü olarak algılanmakta iken günümüzde bu anlayış yerini farklı ilgilere dayalı alternatif turizm çeşitlerine bırakmaya başlamıştır. Bu motivasyonla seyahat eden birçok turist bulunmaktadır. Amerika Seyahat Endüstrisi Birliği (TIA)’ne göre seyahat eden 118 milyon ABD’li yetişkinlerin %81’i tarihi veya kültürel gezginler olarak kabul edilmektedir (McKercher ve Chan, 2005). Dünyada her geçen gün bu sayının arttığı gözlenmektedir. Bu turistler genellikle klasik turist tipinden farklı olduklarından değişik kültürleri keşfetme amacıyla dönem dönem zengin ve özgün kültürlere sahip ülkeleri ziyaret etme eğilimindedirler. Bu ülkeler arasında önemli bir konumda bulunan Türkiye de sahip olduğu zengin kültürü ve turistik destinasyonları ile ziyaretçilerin her zaman odağında olmaktadır.

Ancak turizm anlamında şanslı kıyı bölgelerine nazaran kısmen daha şanssız gibi görünen Türkiye’nin iç bölgelerinde de keşfedilmeyi bekleyen zengin kültüre sahip kentler bulunmaktadır. Bu kentler turizmin gelişmesi adına bölgelerindeki turistik çekiciliğe sahip değerlerini ön plana çıkararak ekonomilerine katkıda bulunmayı hedeflemektedirler.

Yazarlar ve şairler kenti olarak anılan Kahramanmaraş kenti ise son dönemde bu değerlerini şehrin tanıtım ve pazarlamasında kullanarak bölgeyi bir cazibe ve çekim merkezi haline getirmeyi amaçlamaktadır. Bu çabalar, hem şehrin edebi anlamda kültürünü koruyarak devam ettirmesini ve tanınmasını sağlamak hem de ulusal ve uluslararası çapta turistik bir destinasyon oluşturması açısından önemli gelişmeler olarak değerlendirilmektedir. Fakat turistik bir çekim merkezi oluştururken birçok faktör devreye girmektedir. Turistler seyahat tercihinde bulunurken sadece özel ilgi duyulan bir yerin onları cezbetmesi tek başına yeterli olmamaktadır. Bu nedenle onları destinasyona çekecek birden fazla cazibe unsurlarının bir araya getirilmesi gerekebilir. Ulaşılabilirlik, şehrin imajı, fiyat, çekicilik (Hacıoğlu ve Avcıkurt, 2008) turistik ürünlerin çeşitliliği gibi faktörlerin ziyaretçilerin tercih noktasında dikkat ettiği kriterler olduğu düşünülürse karar vericilerin bu fenomenleri bütünsel olarak ele alıp değerlendirmesi ve onların üzerlerinde iyileştirme yapması turist algılarında pozitif bir etki yaratabilir. Bu sayede turist sayısında düzenli bir artış sağlanarak devamlılık yaratılabilir.

Bunlara ilaveten edebiyat müzeleri içerisinde veya çevresinde oluşturulacak birkaç küçük girişimle mini pazarlar yaratılarak kente ekonomik girdi sağlanabilir. Turistler çoğu zaman ziyaret edilen farklı bir yerde satın alabilecekleri o yöreye özgü hediyelik eşyaları satın alma eğilimindedir. Bu nedenle edebiyat müzelerinde yazarlarla ilişkilendirilen özel hediyelik eşyalar tasarlanıp ziyaretçilere arz edilerek burada küçük bir endüstri ortaya çıkarılabilir. Örneğin Kafka'nın memleketi Prag'da ona ait bir edebiyat müzesi bulunmaktadır. Onun resmini taşıyan anahtarlıklar, kalemler, defterler, hatta çikolata, bisküvi ve şekerlemeler müze etrafında satışa sunulmaktadır. Burada da benzer ürünlerin satışı yapılabilir.

Edebiyat müzesini ziyaret eden turistlerle ilgili istatistiki kayıtların tutulması ve elde edilen verilerin analizi ile ziyaretçilerin profillerinin çıkarılması sayesinde bir tanıtım ve pazarlama stratejisi oluşturulabilir. Bu sayede daha geniş kitlelere ulaşılarak bilinirlik artırılabilir. Tanıtım ve reklam, turizm pazarlamasında çok önemli bir faktördür. Bu nedenle bu konuya ayrılan bütçenin yeterliliği stratejinin başarıya ulaşması için kritik öneme sahiptir.

Ünlü edebiyatçıların yaşamlarını sürdürdüğü evlerin ve büyük edebi eserlerin geçtiği mekânların turistik bir çekicilik unsuru olarak sunulmasıyla Kafka, Prag için bir pazarlama unsuru olmuştur (Tırıl, 2018). Türk edebiyatında da en az Kafka kadar değerli yazar ve şairlerimiz bulunmaktadır. Kahramanmaraş Yedi Güzel Adam Müzesinde bulunan yazar ve şairlerimiz de bunların başında gelmektedir. Bu değerlere kent halkının da gereken ilgiyi göstermesi şehrin tanıtım ve pazarlaması konusunda onun bir çekicilik unsuru olarak ön plana çıkarılmasına ve kullanılmasına katkıda bulunacaktır. Bu sayede edebiyat ve şiirin başkenti olarak ün kazanan Kahramanmaraş şehrinin edebiyat turizmi alanında gelişmesi ve Türkiye turizm ekonomisine katkıda bulunması sağlanabilir.

Bu çalışmanın kavramsal anlamda ele alınmasının bir kısıtlılık oluşturduğu düşünülse de Kahramanmaraş Yedi Güzel Adam Müzesi ile ilgili literatürde henüz bir bilgiye rastlanılmamış olmasının bu çalışmayı önemli hale getirdiği ve gelecekteki çalışmalara bir referans noktası oluşturması açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Gelecekteki araştırmaların edebiyat müzesi ile ilgili istatistiki bilgiler toplayarak pratik anlamda çalışılması daha kapsamlı ve net bilgiler sunabilir. Bu sayede destinasyon ve turizm pazarlaması adına elle tutulur bilgilerin ortaya çıkacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

Adıgüzel, F. B. (2017). Edebiyat müzeleri ve müzede edebiyat eğitimi. *Milli Eğitim*, 214, 85–104.

- Akıncı, Z. ve Kasalak, M. (2016). Sürdürülebilir turizm yönetimi açısından özel ilgi turizminin yeri ve önemi. *Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1(1), 161–182.
- Bohman, S. (2020). *What is a Literary museum?* International Committee for Literary Museums. <http://network.icom.museum/iclm/what-we-do/what-is-a-literary-museum/>
- Brotherton, B. and Himmetoğlu, B. (1997). Beyond destinations-special interest tourism. *Anatolia*, 8(3), 11–30. <https://doi.org/10.1080/13032917.1997.9687118>
- Busby, G. and Klug, J. (2001). Movie-induced tourism: The challenge of measurement and other issues. *Journal of Vacation Marketing*, 7(4), 316–332. <https://doi.org/10.1177/135676670100700403>
- Çevik, S. (2018). Kurgusal mekânlarda edebiyat turizmi deneyimi: masumiyet müzesi örneği. *SDÜ ART-E Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Dergisi*, 11(22), 303–337.
- Doğan, A. (2004). Maraş'ta misyonerlik faaliyetleri (XIX. Yüzyılın ikinci yarısı ve XX. yüzyılın başlarında). *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11, 271–285.
- Gil, S. M. and Ritchie, J. R. B. (2009). Understanding the museum image formation process: A Comparison of Residents and Tourists. *Journal of Travel Research*, 47(4), 480–493. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0047287508326510>
- Greene, F. D. (1916). *Leavening the levant. The Pilgrim Press.*
- Hacıoğlu, N. ve Avcıkurt, C. (Ed.). (2008). *Turistik ürün çeşitlendirmesi.* Nobel Yayın.
- Herbert, D. (2001). Literary places, tourism and the heritage experience. *Annals of Tourism Research*, 28(2), 312–333.
- Hoppen, A., Brown, L. and Fyall, A. (2014). Literary tourism: Opportunities and challenges for the marketing and branding of destinations? *Journal of Destination Marketing and Management*, 3(1), 37–47. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2013.12.009>
- İnan, F. (2013). Ahmet Hamdi Tanpınar edebiyat müze kütüphanesi. *Türk Kütüphaneciliği*, 3, 534–536.

- Jansen-Verbeke, M. and Van Rekom, J. (1996). Scanning museum visitors: Urban Tourism Marketing. *Annals of Tourism Research*, 23(2), 364–375. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(95\)00076-3](https://doi.org/10.1016/0160-7383(95)00076-3)
- Jolliffe, L. and Smith, R. (2001). Heritage, tourism and museums: the case of the North Atlantic islands of skye, Scotland and prince edward ısland, Canada. *International Journal of Heritage Studies*, 7(2), 149–172. <https://doi.org/10.1080/13527250120060187>
- Kahramanmaras. (2020). *Yedi Güzel Adam Edebiyat Müzesi*. <http://kahramanmaras.bel.tr/yedi-guzel-adam-edebiyat-muzesi>
- Kervankıran, İ. (2014). Dünyada değişen müze algısı ekseninde Türkiye'deki müze turizmine bakış. *Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 9, 345–369.
- Kozak, N., Kozak, M. A. ve Kozak, M. (2015). *Genel turizm* (18. Baskı). Detay Yayıncılık.
- McKercher, B. and Chan, A. (2005). How special is special interest tourism? *Journal of Travel Research*, 44(1), 21–31. <https://doi.org/10.1177/0047287505276588>
- Moreno-Mendoza, H., Santana-Talavera, A. and Boza-Chirino, J. (2019). Perception of governance, value and satisfaction in museums from the point of view of visitors. Preservation-use and management model. *Journal of Cultural Heritage*. <https://doi.org/10.1016/j.culher.2019.06.007>
- Polat, M. (2020). Yöresel yemek imajının destinasyon tercihiine etkisi: Kahramanmaraş örneği. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 25(43), 183–194. <https://doi.org/https://doi.org/10.17295 / ataunidcd.712430>
- Polat, M. (2021). Örgütsel Bağlılığın Demografik Özellikler Açısından İncelenmesi: Kahramanmaraş Otelcilik Sektöründe Bir Araştırma. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, 49, 254–272. <https://doi.org/10.17498/kdeniz.867726>
- Read, S. E. (1980). *A Prime Force In The Expansion of Tourism In The Next Decade: Special Interest Travel*. George Washington University Press.
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12–21. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005>
- Saçılık, M. ve Toptaş, A. (2017). Kültür turizmi ve etkileri konusunda turizm

öğrencilerinin algılarının belirlenmesi. *Turizm Akademik Dergisi*, 4(2), 107–119.

Silberberg, T. (1995). Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites. *Tourism Management*, 16(5), 361–365. [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(95\)00039-Q](https://doi.org/10.1016/0261-5177(95)00039-Q)

Siu, N. Y. M., Zhang, T. J. F., Dong, P. and Kwan, H. Y. (2013). New service bonds and customer value in customer relationship management: The case of museum visitors. *Tourism Management*, 36, 293–303. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.12.001>

Smith, K. A. (2003). Literary enthusiasts as visitors and volunteers. *International Journal of Tourism Research*, 5(2), 83–95. <https://doi.org/10.1002/jtr.419>

Stylianou-Lambert, T. (2011). Gazing from home: cultural tourism and art museums. *Annals of Tourism Research*, 38(2), 403–421. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2010.09.001>

Tırlı, A. (2018). Bir özel ilgi turizmi olarak edebiyat turizmi ve Türkiye'nin edebiyat turizmi potansiyeli. *International Journal of Social And Humanities Sciences*, 2(2), 161–184.