



**KTO KARATAY ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
MİMARLIK ANABİLİM DALI
TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**

**MEVLÂNA MÜZESİ'NİN PSİKO-SOSYAL KALİTE BAĞLAMINDA, YAŞ VE
CİNSİYETE GÖRE İNCELENMESİ**

Fatma KAYA

Yüksek Lisans Tezi

**KONYA
Nisan 2023**

MEVLÂNA MÜZESİ'NİN PSİKO-SOSYAL KALİTE BAĞLAMINDA, YAŞ VE
CİNSİYETE GÖRE İNCELENMESİ

Fatma KAYA

KTO Karatay Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
Mimarlık Anabilim Dalı
Yüksek Lisans Programı

Yüksek Lisans Tezi

Tez Danışmanı: Dr. Özlem DEMİRKAN

Konya
Nisan 2023

BİLDİRİM

Enstitü tarafından onaylanan Yüksek Lisans tezimin tamamını veya herhangi bir kısmını basılı veya dijital biçimde arşivleme ve aşağıda belirtilen koşullar dahilinde erişime açma iznini KTO Karatay Üniversitesine verdiğimi bildiririm. Bu izinle, Üniversiteye verilen kullanım hakları dışındaki tüm fikri mülkiyet haklarım bende kalacak ve gelecekteki çalışmalar (makale, kitap, lisans, patent vb.) için tezimin tamamının veya bir bölümünün kullanım hakları yalnızca bana ait olacaktır.

Tezimin bütünüyle kendi çalışmam olduğunu, başkalarının haklarını ihlal etmediğimi ve tezimin tek yetkili sahibi olduğumu beyan ve taahhüt ederim. Telif hakkı bulunan ve sahiplerinden yazılı izinle kullanılması zorunlu olan kaynakları, yazılı izin alarak kullandığımı ve istenildiğinde izinlerin suretlerini Üniversiteye teslim etmeyi taahhüt ederim.

Yükseköğretim Kurulu tarafından yayımlanan “Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması, Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge” kapsamında, tezim, aşağıda belirtilen koşullar haricince, YÖK Ulusal Tez Merkezi ve KTO Karatay Üniversitesi Açık Erişim Sisteminde erişime açılır.

☐ Enstitü / Fakülte Yönetim Kurulu kararı ile tezimin erişime açılması mezuniyet tarihimden itibaren 2 yıl ertelenmiştir.¹

☐ Enstitü / Fakülte Yönetim Kurulunun gerekçeli kararı ile tezimin erişime açılması mezuniyet tarihimden itibaren 6 ay ertelenmiştir.²

☐ Tezimle ilgili gizlilik kararı verilmiştir.³⁴

25 Nisan 2023

Fatma KAYA

¹ MADDE 6(1) Lisansüstü tezle ilgili patent başvurusu yapılması veya patent alma sürecinin devam etmesi durumunda, tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulu iki yıl süre ile tezin erişime açılmasının ertelenmesine karar verebilir.

² MADDE 6(2) Yeni teknik, materyal ve metotların kullanıldığı, henüz makaleye dönüşmemiş veya patent gibi yöntemlerle korunmamış ve internetten paylaşılması durumunda 3. şahıslara veya kurumlara haksız kazanç imkânı oluşturabilecek bilgi ve bulguları içeren tezler hakkında tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulunun gerekçeli kararı ile altı ayı aşmamak üzere tezin erişime açılması engellenebilir.

³ MADDE 7(1) Ulusal çıkarları veya güvenliği ilgilendiren, emniyet, istihbarat, savunma ve güvenlik, sağlık vb. konulara ilişkin lisansüstü tezlerle ilgili gizlilik kararı, tezin yapıldığı kurum tarafından verilir. Kurum ve kuruluşlarla yapılan iş birliği protokolü çerçevesinde hazırlanan lisansüstü tezlere ilişkin gizlilik kararı ise, ilgili kurum ve kuruluşun önerisi ile enstitü veya fakültenin uygun görüşü üzerine üniversite yönetim kurulu tarafından verilir. Gizlilik kararı verilen tezler Yükseköğretim Kuruluna bildirilir.

⁴ MADDE 7(2) Gizlilik kararı verilen tezler gizlilik süresince enstitü veya fakülte tarafından gizlilik kuralları çerçevesinde muhafaza edilir, gizlilik kararının kaldırılması halinde Tez Otomasyon Sistemine yüklenir.

ETİK BEYAN

KTO Karatay Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Tez Hazırlama ve Yazım Kurallarına uygun olarak Dr. Özlem DEMİRKAN danışmanlığında tarafımdan üretilen bu tez çalışmasında; sunduğum tüm veri, enformasyon, bilgi ve belgeleri bilimsel etik kuralları çerçevesinde elde ettiğimi, tüm değerlendirme, analiz, bulgu ve sonuçları bilimsel usullere uygun olarak sunduğumu, tez çalışmasında yararlandığım kaynakların tümüne bilimsel normlara uygun biçimde atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, tezimin/projemin kaynak gösterilen durumlar dışında özgün olduğunu bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

25 Nisan 2023

Fatma KAYA



Aileme,

TEŞEKKÜR

Akademik hayatımda her daim yardımlarını ve tecrübelerini esirgemeyen, KTO Karatay Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dekanı hocam Prof. Dr. Kerim ÇINAR'a teşekkür ederim. Tez araştırma sürecimde alanım doğrultusunda konu seçimime yardımcı olan ve her süreçte bilgilerini ve yardımlarını eksik etmeyen, tezime yön veren, desteğini esirgemeyen danışmanım sayın Dr. Öğr. Üyesi Özlem DEMİRKAN'a teşekkür ederim. Tez jürimde yer alan konum ile ilgili hem çalışmalarıyla hem yardımlarıyla bana ilham olan hocalarım Doç. Dr. Bilgehan YILMAZ ÇAKMAK'a ve Dr. Öğr. Üyesi Halil Sevim'e, teşekkür ederim. Anket çalışmama ve araştırma alanımda yardımcı olan Mevlâna Müzesi Müdürlüğü ve çalışanlarına teşekkürlerimi sunarım.

Eğitim hayatım boyunca her an yanımda olan bana güç veren, maddi ve manevi desteklerini esirgemeyen babam Hasan ATAR, annem Hayriye ATAR'a teşekkür ederim.

25 Nisan 2023

Fatma KAYA

ÖZET

Fatma KAYA

Mevlâna Müzesi'nin Psiko-sosyal Kalite Bağlamında, Yaş ve Cinsiyete Göre

İncelenmesi Yüksek Lisans Tezi

Konya, 2023

İnsan-mekân arasındaki ilişki kişinin mekân içerisinde veya çevresinde edindiği deneyimler doğrultusunda oluşur. Mekânsal konforun sağlanabilmesi için fiziksel etmenlerin yanı sıra psikolojik ve sosyal etmenlerin de irdelenmesi önem taşımaktadır. Mekânları algılayış biçimi, kişisel birikimler, sosyal ve fiziki çevreyi etkilemesi ve karşılıklı olarak etkilenilmesi psiko-sosyalin temelini oluşturmaktadır. Mekâna dair oluşan duygular, istekler, tercihler, düşünceler, algılamaya bağlı olarak şekillenmektedir. Tez çalışmasında Mevlâna Müzesinde psiko-sosyal kalite deneyimleri incelenmiştir. Tasarlanan mekânın psiko-sosyal kaliteye etkisi ve ziyaretçiler üzerindeki etkisi temel alınmıştır. Müzede, mekân ve ziyaretçiler sürekli etkileşim halindedirler. Ziyaretçiler mekânı deneyimleyerek duygu ve düşüncelere sahip olurlar. Alan çalışması için Konya'da bulunan Mevlâna Müzesi seçilmiştir. Müzede 389 kişi ile anket yapılmış ve kayıt altına alınmıştır. Ziyaretçilerin deneyimleri SPSS programına işlenmiştir. Ankette sorulan sorular cinsiyet ve yaşa göre incelenmiştir. Cinsiyete göre; müzeyi ziyaret etme, aktivite imkanları, prestij algısı, kimlik algısı ve güzellik algısı incelenmiştir. Yaş aralığına göre; ruh sağlığı, müzenin şu anki durumu, uyandırdığı duygular, ulaşım, sosyal ilişkiler incelenmiştir. Müze-aktivite, ziyaretçi-deneyim, ziyaretçi-düşünce, müze-prestij, müze-duygu ilişkileri incelenmiştir. Müzede gereksinim, ziyaretçilerin algılama düzeyleri, deneyimleri ve gözlemlerinden oluşmaktadır. Mekânın verdiği his ve duyguları ortaya çıkartmaktır. Bu hislerin oluşumunda psiko-sosyal gereksinimler etkilidir. Müze ziyareti sonrasında elde edilen bulgular tasarıma ve müzenin gelişmesine katkı sağlayacaktır. Psiko-sosyal etkenler mekân ile iletişimi sağlamaktadır. Psiko- sosyal kalite mekânda hissettirebildikçe, memnuniyette artacaktır. Elde edilen bulgular sonucunda müze için öneriler getirilmiştir.

Anahtar Kelime Algı, duygu, estetik, kalite, mekân, müze yapıları, psiko-sosyal

ABSTRACT

Fatma KAYA

Investigation of Mevlâna Museum in the Context of Psycho-social Quality by Age and Gender

Master Thesis

Konya, 2023

The relationship between human and space is formed in line with the experiences of the person in or around the space. In order to ensure spatial comfort, it is important to examine psychological and social factors as well as physical factors. The way of perceiving the places, personal experiences, influencing the social and physical environment and being mutually affected form the basis of psycho-social. Emotions, wishes, preferences, thoughts about the place are shaped depending on the perception. In the thesis study, psycho-social quality experiences in Mevlana Museum were examined. The effect of the designed space on psycho-social quality and its effect on visitors is taken as a basis. In the museum, space and visitors are in constant interaction. Visitors have feelings and thoughts by experiencing the place. The Mevlana Museum in Konya was chosen for the field study. A survey was conducted with 389 people in the museum and they were recorded. Visitors' experiences are recorded in the SPSS program. The questions asked in the questionnaire were analyzed according to gender and age. By gender; visiting the museum, activity opportunities, perception of prestige, perception of identity and perception of beauty were examined. According to the age range; mental health, current state of the museum, the emotions it evokes, transportation, social relations are examined. Museum-activity, visitor-experience, visitor-thought, museum-prestige, museum-emotion relations were examined. The need in the museum consists of the perception levels, experiences and observations of the visitors. It is to reveal the feelings and emotions of the place. Psycho-social needs are effective in the formation of these feelings. The outcomes obtained after the museum visit will contribute to the design and the development of the museum. Psycho-social factors provide communication with space. As the psycho-social quality can be felt in the space, the satisfaction will increase. As a result of the findings, suggestions were made for the museum.

Keywords Perception, emotion, aesthetics, quality, space, museum structures, psycho-social

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY	i
BİLDİRİM	ii
ETİK BEYAN	iii
TEŞEKKÜR.....	v
ÖZET.....	vi
ABSTRACT.....	vii
İÇİNDEKİLER	viii
TABLolar DİZİNİ	x
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	xii
SİMGELER DİZİNİ.....	xv
1. GİRİŞ	1
1.1. Tez Çalışmasının Amacı	2
1.2. Tez Çalışmasının Kapsamı	3
1.3. Tez Çalışmasının Yöntemi	4
2. KURAMSAL ÇERÇEVE	7
2.1. Psiko-sosyal Kalite	7
2.1.1. Psiko-sosyal Kalite Kavramı	7
2.1.2. Mekânsal Davranış	9
2.1.3. Mekanın Algılanması.....	11
2.1.4. Öğelerin Mekânı Tanımlamaya Etkisi.....	13
2.2. Psiko-sosyal Kalite Ölçütleri.....	14
2.3. Kaynak Araştırması	19
2.4. Bölüm Sonucu	27
3. ALAN ÇALIŞMASI: MEVLÂNA MÜZESİ'NİN PSİKO-SOSYAL KALİTE BAĞLAMINDA İNCELENMESİ.....	28
3.1. Mevlâna Müzesi	28
3.1.1. Mevlâna Müzesi Tarihçesi.....	29
3.1.2. Mevlâna Müzesinin Mimarisi.....	30
3.2. Araştırmanın Yöntemi	58
3.3. Anket Bulguları ve Değerlendirilmesi	59
3.4. Bölüm Sonucu	80
4. SONUÇ VE ÖNERİLER	85

KAYNAKLAR	89
ÖZGEÇMİŞ	94
EK 1. MEVLÂNA MÜZESİ ARAŞTIRMA İZNİ	95
EK 2. ANKET SORULARI.....	96
EK 3. MÜZELER İÇ HİZMETLER YÖNETMELİĞİ	102
ETİK KURUL/KOMİSYON İZNİ/MUAFİYETİ	103



TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo 1. Mevlâna Müzesi 2017-2021 yılları arası ziyaretçi sayısı	5
Tablo 2. Psiko-sosyal gereksinimler	18
Tablo 3. Psiko-sosyal kalite literatür tablosu	24
Tablo 4. Müzelerin hizmet kalitesi, müzelerde mekân kalitesi, alanlarıyla ilgili yapılan literatür tablosu.....	25
Tablo 4. Müzelerin hizmet kalitesi, müzelerde mekân kalitesi, alanlarıyla ilgili yapılan literatür tablosu (devam)	26
Tablo 5. Katılımcıların cinsiyet ve yaşa göre dağılımları	59
Tablo 6. Müzeyi ziyaret etmenin bireyleri etkileme düzeylerinin cinsiyete göre karşılaştırılması	59
Tablo 6. Müzeyi ziyaret etmenin bireyleri etkileme düzeylerinin cinsiyete göre karşılaştırılması (devam).....	60
Tablo 7. Aktivite imkânlarının cinsiyete göre karşılaştırılması	60
Tablo 7. Aktivite imkânlarının cinsiyete göre karşılaştırılması (devam).....	61
Tablo 8. Müzenin prestij algısının cinsiyete göre karşılaştırılması	61
Tablo 8. Müzenin prestij algısının cinsiyete göre karşılaştırılması (devam)	62
10	62
Tablo 9. Müzenin uyandırdığı duyguların cinsiyete göre karşılaştırılması.....	62
Tablo 9. Müzenin uyandırdığı duyguların cinsiyete göre karşılaştırılması (devam)	63
Tablo 10. Müzenin imaj ve kimlik algısının cinsiyete göre karşılaştırılması	63
Tablo 11. Müzenin şu anki durumunun cinsiyete göre karşılaştırılması	64
Tablo 11. Müzenin şu anki durumunun cinsiyete göre karşılaştırılması (devam)	65
Tablo 12. Müze özelliklerinin cinsiyete göre karşılaştırılması	65
Tablo 13. Çevre kirliliğinin cinsiyete göre karşılaştırılması	66
Tablo 14. Müzeye imaj ve kimlik kazandıran özelliklerin cinsiyete göre karşılaştırılması	66
Tablo 14. Müzeye imaj ve kimlik kazandıran özelliklerin cinsiyete göre karşılaştırılması (devam)	67
Tablo 15. Müze ziyaretçilerinin yaş aralıklarına göre karşılaştırılması.....	67

Tablo 16. Müzenin ruh sağlığı üzerindeki etkisinin ziyaretçilerin yaş aralığına göre karşılaştırılması	67
Tablo 16. Müzenin ruh sağlığı üzerindeki etkisinin ziyaretçilerin yaş aralığına göre karşılaştırılması (devam)	68
Tablo 16. Müzenin ruh sağlığı üzerindeki etkisinin ziyaretçilerin yaş aralığına göre karşılaştırılması (devam)	69
Tablo 16. Müzenin ruh sağlığı üzerindeki etkisinin ziyaretçilerin yaş aralığına göre karşılaştırılması (devam)	70
Tablo 17. Müzenin şu anki durumuna ilişkin algıların yaş aralıklarına göre karşılaştırılması	71
Tablo 17. Müzenin şu anki durumuna ilişkin algıların yaş aralıklarına göre karşılaştırılması (devam)	72
Tablo 17. Müzenin şu anki durumuna ilişkin algıların yaş aralıklarına göre karşılaştırılması (devam)	73
Tablo 18. Müzenin ziyaretçilerde uyandırdığı duyguların yaş aralıklarına göre karşılaştırılması	74
Tablo 18. Müzenin ziyaretçilerde uyandırdığı duyguların yaş aralıklarına göre karşılaştırılması (devam)	75
Tablo 18. Müzenin ziyaretçilerde uyandırdığı duyguların yaş aralıklarına göre karşılaştırılması (devam)	76
Tablo 19. Müze ziyaretçilerinin müzeye ulaşım biçimlerinin yaş aralıklarına göre karşılaştırılması	76
Tablo 19. Müze ziyaretçilerinin müzeye ulaşım biçimlerinin yaş aralıklarına göre karşılaştırılması (devam)	77
Tablo 20. Müzenin sosyal anlamda sıcaklığının yaş aralıklarına göre karşılaştırılması	77
Tablo 20. Müzenin sosyal anlamda sıcaklığının yaş aralıklarına göre karşılaştırılması (devam)	78
Tablo 21. Müze ziyaretçilerinin müze ve çevresini çok yönlü algılama oranlarının yaş aralıklarına göre karşılaştırılması	78
Tablo 21. Müze ziyaretçilerinin müze ve çevresini çok yönlü algılama oranlarının yaş aralıklarına göre karşılaştırılması (devam)	79

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1. Maslow'un ihtiyaçlar piramidi.....	9
Şekil 2. Mekân deneyimleme	12
Şekil 3. Mekân duyum aşaması.....	13
Şekil 4. Mekân kullanıcı aşaması.....	15
Şekil 5. Mekân-kullanıcı-tasarımcı iletişim döngüsü	17
Şekil 6. Ashmolean Müzesi, Londra, İngiltere, 1683	28
Şekil 7. Dervişân kapısı müze olarak açılışın yapıldığı gün	30
Şekil 8. Mevlâna Müzesi konumu.....	31
Şekil 9. Müze planı	32
Şekil 10. Mevlâna Müzesi.....	32
Şekil 11. Dervişân Kapısı.....	34
Şekil 12. Çelebiyân Kapısı.....	35
Şekil 13. Hâmûşân Kapısı	36
Şekil 14. Küstâhân Kapısı.....	37
Şekil 15. Türbe girişi.....	38
Şekil 16. Tilavet Odası.....	39
Şekil 17. Kıbâbu'l-Aktâb	40
Şekil 18. Huzûr-ı Pîr	41
Şekil 19. Hz. Mevlâna'nın Türbesi	42
Şekil 20. Hz. Mevlâna'nın Türbesi	43
Şekil 21. Semâhâne	44
Şekil 22. Mescid.....	45
Şekil 23. Mutfak.....	46
Şekil 24. Meydân-ı Şerif	47
Şekil 25. Derviş Hücreleri.....	48
Şekil 26. Şadırvan	49
Şekil 27. Şeb-i arûs Havuzu	50
Şekil 28. Selsebil.....	51
Şekil 29. İhtisas Kütüphanesi.....	52
Şekil 30. İhtisas Kütüphanesi.....	53

Şekil 31. Valideler Mezarlığı	54
Şekil 32. Neyzenler Mezarlığı.....	54
Şekil 33. Fatma Hatun Türbesi.....	55
Şekil 34. Sinan Paşa Türbesi.....	55
Şekil 35. Hasan Paşa Türbesi	56
Şekil 36. Hürrem Paşa Türbesi.....	56
Şekil 37 . Mehmed Bey Türbesi.....	57
Şekil 38. Eflâkî Dede Türbesi	57





SİMGELER DİZİNİ

Simge	Açıklama
p	Probability; Olasılık
n	Nominal
t	Ortalamaları Karşılaştırma
F	Parameterik çıkarımsal sına



1. GİRİŞ

İnsan-mekân arasındaki ilişki kişinin mekân içerisinde veya çevresinde edindiği deneyimler doğrultusunda kazanılmaktadır. Mekânsal konforun sağlanabilmesi için psikolojik ve sosyal kalitenin incelenmesi araştırılması gerekmektedir. Tasarımcıların birçok konuda kullanıcıların özelliklerini ve isteklerini göz önünde bulundurmaları gerekmektedir. Tasarımı oluşturan ögeler doğru bir şekilde belirlenip kullanılmalıdır. Böylelikle insanın mekânı algılaması sağlanır. İnsan bulunduğu mekânı algılayarak deneyimlerinden faydalanmaktadır. Bu deneyimler bireydeki davranışları ve değişkenleri belirleyip mekândaki kaliteyi ortaya çıkarmaktadır. Psiko-sosyal kalite mekânın bireyler üzerindeki etkilerini düşüncelerini, tercihlerini, isteklerini araştırmaktadır.

Müzeler kültürel değeri olan buluntulardan, eserlerden oluşmuş yapıların, nesnelerin sergilendiği mekanlardır. Geçmiş insanlığa ait bulguları çeşitli yöntemler ile koruyarak incelemek, değerlendirmek ve toplumu bilgilendirmek amacıyla idare edilen kuruluşlardır. Müzeler kullanıcıları ile etkileşim içinde olduğu sürece kullanılabilir. Müzeler sundukları imkân, hizmet kalitesi ile ziyaretçiler tarafından değerlendirilmektedir. Müze içerisinde yapılacak olan etkinlikler ziyaretçilerin değerlendirmesine yardımcı olmaktadır. Bu iletişim döngüsünde mekâna olan tepki belirlenmektedir.

Mekân ve kullanıcı sürekli iletişim ve etkileşim halindedir. Her bireyin mekânı algılaması ve bunun sonucunda bireyde oluşan düşünce, tepki ve tavır farklıdır. Bireyler belirli bir deneyim ve bu deneyimlerin kendilerinde bıraktıkları düşünceler ile mekanları algılayarak. Beğeni, düşünce, beklenti, kültür, toplumsal ve fiziksel ögeler belirlerler. Algıladıkları mekânla ilgili olumlu veya olumsuz tepkiler verirler. Bu davranışlar psikolojik sebeplerdir ve psiko-sosyal kaliteyi ortaya çıkarır. Bireylerin ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde tasarımlar yapılmalı ve yenilenmelidir. Bu doğrultuda Mevlâna Müzesi ziyaretçilerinin demografik özelliklerine bağlı olarak müzeden beklentileri ve psiko-sosyal kalite ip uçları elde etmek amaçlanmıştır. Müzenin güçlü ve zayıf yönleri belirlenerek psiko-sosyal kalitenin artırılması hedeflenmiştir.

Tez çalışmasında Mevlâna Müzesinde yaş ve cinsiyete göre psiko-sosyal kalite araştırılmıştır. Çalışmanın amacı müze ile ilgili psiko-sosyal kalite ip uçlarını ve ziyaretçiler yardımıyla davranışsal değişkenleri ortaya çıkarmaktır. Bu doğrultuda kavramlar sınıflandırılmıştır. Ziyaretçilerin cinsiyet ve yaş aralığına göre kalite gereksinimleri incelenmiştir. Çalışmanın hipotezlerini desteklemek amacıyla ziyaretçi deneyimleri ve literatür çalışmalarından yararlanılmıştır. Ziyaretçi deneyimlerinden faydalanarak hipotezler oluşturulmuştur. Bu bağlamda hipotez cümleleri aşağıda yer almaktadır.

H1- Müzede psiko-sosyal kalite ölçütleri cinsiyete göre farklılaşmaktadır.

H1a: Müzede, kadın-erkek kullanıcı ziyaret sayısı farklılaşmaktadır.

H1b: Kadın ve erkek ziyaretçilerin duyguları farklılaşmaktadır.

H1c: Kadın ve erkek ziyaretçilere göre müzenin prestij algısı farklılaşmaktadır.

H2- Müzede psiko-sosyal kalite ölçütleri yaşa göre farklılaşmaktadır.

H2a: Ziyaretçi yaş aralığına göre müzenin ruh sağlığına etkisi farklılaşmaktadır.

H2b: Kadın ve erkek ziyaretçilerin yaş aralıklarına göre müzenin uyandırdığı hisler farklılaşmaktadır.

1.1. Tez Çalışmasının Amacı

Tez çalışmasının amacı; Konya Mevla Müzesinin mekân ve hizmet kalitesini arttırabilmek için müzede psiko-sosyal kaliteyi ele almaktadır. Psiko-sosyal kalite ve bu yaklaşımın ilkelerini detaylı olarak açıklanıp, Mevlâna Müzesi ve bölümlerini bu bağlamda analiz edilmesi hedeflenmiştir. Psiko-sosyal kalite ve Mevlâna Müzesi bir bütün ele alınarak psiko-sosyal kalite kavramı ile Mevlâna Müzesinin hem fiziksel hem psiko-sosyal özelliklerini destekleyecek, şekilde, güvenli, kullanışlı ve hizmet kalitesini arttıracak ölçütlerin oluşturulması ve incelenmesi hedeflenmektedir.

Bu bağlamda;

- Psiko-sosyal kavramını tanımlamak,
- Psiko-sosyal kavramının ilkelerini açıklamak,
- Psiko-sosyal kalite kavramlarını incelemek,
- Müze kavramını tanımlamak,
- Müzenin tarihsel sürecini açıklamak,
- Mevlâna Müzesini tanımlamak,
- Mevlâna Müzesinin bölümlerini incelemek,
- Oluşturulan kriterler doğrultusunda müze kullanıcıları tarafından psiko-sosyal kalitenin ölçülmesi amaçlanmaktadır.

Bu amaçlar doğrultusunda Konya Mevlâna Müzesi ve müze bölümlerinde;

- Müze ziyaretçilerinin sorunlarının belirlenmesi,
- Müze ziyaretçilerinin ihtiyaçlarının ve isteklerinin belirlenmesi,
- Psiko-sosyal kalite ölçütleri bağlamında gizlilik, prestij, sosyal ilişkiler, estetik, etkinlik, huzur, rahatlık gereksinimlerinin ortaya konulması,
- Belirlenen yöntem ile kriterlerin ziyaretçiler üzerinden incelenmesi yapılmaktadır.

Tez çalışması sonucunda bulguların/tespitlerin değerlendirilmesi ile;

- Psiko-sosyal kalitenin artırılması ve iyileştirilmesi için öneriler getirilmesi amaçlanmıştır.

1.2. Tez Çalışmasının Kapsamı

Çalışmanın kuramsal çerçevesini fiziksel mekân, insan davranışları, mekân kalitesi, kültür, toplumsal ve psikolojik gereksinimler oluşturmaktadır. Mekân kalitesi araştırılırken psikolojik ve sosyolojik gereksinimler birlikte araştırılmalıdır. Müzenin işlevselliği ve sürdürülebilmesi için ziyaretçilerin isteklerine yön verilmelidir. İnsan davranış ve düşünceleri doğrultusunda belirlenen parametreler psiko-sosyal kaliteyi ortaya çıkarmaktadır. Psiko-sosyal, mekân ve insan etkileşimini içerdiği için mekân olarak müze seçilmiştir. Bu çalışma psiko-sosyal kalite kavramı ile Mevlâna Müzesi

bölümlerinden oluşmaktadır. İlk bölümde psiko-sosyal kalite kavramının tanımı, algılanması, süreci ve kalite ölçütleri, ikinci bölümde müze tanımı, tarihsel süreci, Mevlâna Müzesi tarihçesi, bölümleri araştırılmıştır. Üçüncü bölümde ise müze ve psiko-sosyal kalite alanlarıyla ilgili kaynak araştırılması yapılarak çalışmalar özetlenmiş ve literatür tablosu oluşturulmuştur. Kullanıcı grubu olarak müze ziyaretçileri belirlenmiştir. Tez çalışmasında araştırma alanı olarak Konya'ya bağlı Karatay ilçesinde merkezi bölgede yer alan Mevlâna Müzesi ve bölümleri fotoğraflanarak, psiko-sosyal ölçütler (güvenlik, güzellik, huzur, rahatlık, prestij, etkinlik ve sosyal gereksinimler) kapsamında analiz edilmiştir. Psikososyal kalite kavramları ile ziyaretçilerin demografik özellikleri karşılaştırılarak müzede kalite araştırılmıştır. Cinsiyete göre; müzeyi ziyaret etme, aktivite imkanları, prestij algısı, kimlik algısı ve güzellik algısı araştırılmıştır. Yaş aralığına göre; ruh sağlığı, müzenin şu anki durumu, uyandırdığı duygular, ulaşım, sosyal ilişkiler araştırılmıştır. Müze kullanıcılarının kişisel bilgilerini ve düşüncelerini tespit etmek amacıyla SPSS programı kullanılarak analiz edilmiştir.

Tez kapsamında şu sorulara cevap aranmıştır;

- Psiko-sosyal kalite kavramı nedir?
- Müze ve bölümleri psiko-sosyal kalite kavramlarını gerçekleştirebilmekte midir?
- Müze bölümlerinde gereksinimler nelerdir?
- Müze kullanıcı ihtiyaçlarını karşılamakta mıdır?

1.3. Tez Çalışmasının Yöntemi

Çalışmada ilk olarak literatür araştırması yapılmıştır. Literatür çalışmaları müze ve psiko-sosyal olarak sınıflandırılmıştır. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda psiko-sosyal kalite ölçütleri belirlenmiştir. Bu ölçütler sosyal ilişkiler, güvenlik, etkinlik, huzur, güzellik, prestij ve rahatlıktır. Bu ölçütler doğrultusunda alt başlıklar belirlenmiştir. Alan çalışması olarak Konya Karatay ilçesinde bulunan Mevlâna Müzesi seçilmiştir. Mevlâna Müzesi turizm açısından oldukça önemlidir. Yoğun ziyaret edilen müzeler arasında yer almaktadır. Araştırma müzeyi ziyaret eden yerli kullanıcılar üzerinde yapılmıştır. Araştırmanın evrenini, 2021 yılında Mevlâna Müzesini ziyaret eden yerli kullanıcılar

oluşturmaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerine göre 2017-2021 yılları arasında ziyaret edilmiş kullanıcı istatistikleri Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1. Mevl na Müzesi 2017-2021 yılları arası ziyaretçi sayısı

Yıl	Ziyaretçi Sayısı (Yerli ve Yabancı)
2017	2.480.433
2018	2.817.386
2019	3.464.155
2020	888.801
2021	1.728.080

(Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2021)

Tablo 1’de görüldüğü üzere Mevl na Müzesinde 2017-2019 yılları arasında ziyaretçi sayısı her yıl artış göstermektedir. 2020 yılı ziyaretçi sayısı pandemi nedeni ile azalmıştır.2021 yılında ziyaretçi sayısında tekrar artış g r lm ştir. Sekara’nın (1992)  rneklem tablosuna bakılarak, bir milyon üzerindeki evren büyüklüğünde 384 kişinin yeterli olduğunu ifade etmektedir. Bu çalışmaya katılan 389 kişi araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır.

Belirlenen başlıklar ziyaretçilere sorularak puanlandırılmıştır. Gözlem, fotoğraflandırılma ve ziyaretçiler ile konuşarak müzeden beklentileri, memnuniyetleri ve yaşadıkları problemler tespit edilip tablolar oluşturulmuştur. Psikososyal kalite kavramları ile ziyaretçilerin demografik özellikleri karşılaştırılarak müzede kalite araştırılmıştır. Cinsiyete göre; müzeyi ziyaret etme, aktivite imkanları, prestij algısı, kimlik algısı ve güzellik algısı araştırılmıştır. Yaş aralığına göre; ruh sağlığı, müzenin şu anki durumu, uyandırdığı duygular, ulaşım, sosyal ilişkiler incelenmiştir. Anket sorularında karşılıklı sıfat çiftleri sorulmuştur. Ziyaretçilerin duygu ve düşüncelerini öğrenebilmek için çoktan seçmeli soru tipi uygulanmıştır. Kalite  l  tleri alt başlıklar halinde incelenmiştir.

Anket bölümünde yedili ölçek kullanılarak puan tablosu oluşturulmuştur.

- Kaliteyi kesinlikle sağlıyor ise 3,
- Kaliteyi olumlu etkiliyor ise 2,
- Kaliteyi sağlıyor ise 1,
- Kararsız ise 0,
- Kaliteyi sağlamıyorsa 1,
- Kaliteye olumsuz etki ediyor ise 2,
- Kaliteyi kesinlikle sağlamıyor ise 3 puan verilerek puanlandırılmıştır.

Kesinlikle Katılıyorum	Oldukça Katılıyorum	Biraz Katılıyorum	Kararsızım (0)	Biraz Katılmıyorum	Oldukça Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
(3)	(2)	(1)		(-1)	(-2)	(-3)

Yukardaki verilen tablo kullanılarak kullanıcı, duygu ve düşüncelerini belirleyip, değerlendirmiştir. SPSS programı kullanılarak veri analizleri yapılmıştır. Cinsiyet ve yaş aralığına göre bireylerde anlamlı bir farklılaşma olup olmadığını incelemek için ki-kare analizi ve *t* testi yürütülmüştür. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda öneriler getirilmiş ve yorumlanmıştır.

2. KURAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Psiko-sosyal Kalite

2.1.1. Psiko-sosyal Kalite Kavramı

Psiko-sosyal kavramı, ‘Psikoloji’ ve ‘Sosyal’ kelimelerinin birleşiminden oluşmaktadır. İnsanın çevre faktörlerinden ve ruhsal açıdan çeşitli evrelere ayrılan düşünce biçimini ifade eder. Bireylerin düşünce ve davranışlarından oluşmaktadır. İnsanların mekanları algılayış biçimi, çevreden nasıl etkilendiği ve etkilediğine bağlı olarak değişmektedir. İnsanların bakış açılarını, fiziksel çevre ile birlikte psikolojik gereksinimler bir araya gelerek oluşturmaktadır. Bu bağlamda birbirini etkileyen psikolojik ve sosyal etkilerin ilişkisinden oluşmaktadır. Lewin’e (1943) göre sosyal psikologlar insanların sosyal dünyadan ve çevreden etkilendiğini anlayabilmek için, sosyal yaşamın genel özelliklerinden çok, insanların yaşadığı ortamı nasıl algıladığı, anladığı ve yorumlamanın daha önemli olduğunu savunmuştur.

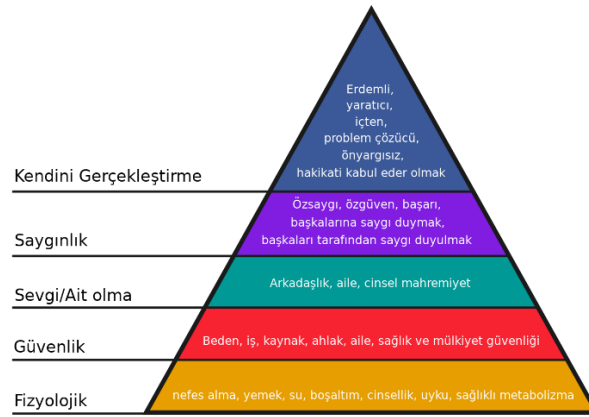
Düşünce, bireyin iç dünyasını, davranış ve duyguları, incelemektedir. Narter’e (2007) göre sosyal psikoloji, her zaman birey ve onun sosyal dünyası arasındaki ilişkilerin doğası hakkında çalışılmıştır. Bireyin yaşadığı süreç üzerindeki etkisini incelemektedir. Wilson vd. (2018) göre sosyal davranışları açıklamaya çalışan psikolog, genellikle bireysel farklılıklar, yani insan kişiliklerini birbirinden ayırt eden özellikler üzerinde yoğunlaşmıştır.

Sosyal psikolojinin çalışma alanı bireydir. Bireyin toplum ve çevre tarafından etkileşimi sonucunda oluşan davranış ve düşünceler sosyal psikolojinin ip uçlarını vermektedir. Ergül (2015), mimarlığın görevi insanlar için yaşanabilir mekân yaratmak olduğu için, insanın yaşadığı çevre ile etkileşiminin, insan-çevre davranış ilişkisi içinde incelenmesi gerektiğini savunmuştur. Sosyal psikolojiyi din, dil, kültür, yaşanan coğrafya etkilemektedir. Birey ile bulundukları mekân sürekli etkileşim halindedir. Sosyal psikoloji insanların ihtiyaçlarını da ortaya çıkarmaktadır. Narter’e (2007) göre sosyal psikolojinin başlıca konuları, ahlak, kimlik, aidiyet, kalite, mahremiyettir. Bu kavramlar sosyal psikolojinin temelini oluşturmaktadır.

Kavramların ölçülebilmesi için deneysel çalışmalar yapılmalıdır. Bu çalışmalar günlük hayat içerisinde gerçekleştirilebilir. Sosyal psikoloji insanların düşüncelerini anlayabilmek için en önemli yollardan biridir.

Wilson vd.'e (2018) göre Sosyal psikoloji, yönteme dayanan bilimsel bir denetim yöntemidir. Wilson vd. (2018) yöntemleri türlerine göre üçe ayrılmıştır. Bunlar gözlem yöntemi, korelasyon yöntemi ve deneysel yöntemidir. Herhangi bir araştırmayı incelemek için bu yöntemler yol göstermektedir. Bu sayede araştırmanın güçlü ve zayıf yönleri ortaya çıkmış olur. Wilson vd.'e (2018) göre sosyal psikoloji alanında bir çalışma incelenirken doğru yöntemi seçebilmek, araştırmanın güçlü yönlerini en iyi şekilde değerlendirmek ve zayıf tarafların etkilerini en aza indirmektir. Mekân insan ile önem, anlam kazanır. Mekân tasarımı yapılırken dikkat edilmesi gereken en önemli unsur kullanıcı ihtiyaçlarını karşılayabilmesidir. İnsanın yaşam şeklini, kültürünü, alışkanlıklarını, beklentilerini yansıtmalıdır. İnsan psikolojisi, ihtiyaçları, istek ve davranışları değerlendirilip mimari ile birleştirilmelidir. Tasarım ve kullanıcı arasındaki iletişim sürecini etkileyen psiko-sosyal kavramı insanlarda davranışları ortaya çıkartmaktır. Günel'a (2006) göre mekân tasarımının kullanıcıda üzerindeki etkisi, mekânın algılanması ve davranışlarının ölçülmesiyle şekillenmektedir.

Maslow (1943) insanların davranışları, bireylerin yaşam tarzı ve çevresiyle ortak değerlendirilmelidir. Maslow insanların ihtiyaçlarını belirli kategorilerle ayırmıştır. Bu hiyerarşiyi 1943 yılında yayınlanmış ve sonrasında geliştirilmiştir. Maslow insan ihtiyaç ve davranışlarına yön veren hiyerarşisi kuramı ile davranışları etkilemekte ve yönlendirmektedir. Hiyerarşide 5 basamak yer almaktadır. Şekil 1'de Maslow'un ihtiyaçlar piramidi ve basamakları görülmektedir. Üst basamakta kendini gerçekleştirme bulunmaktadır. Kula ve Çakar'a göre (2015) bu basamakta bireylerin yaşamı boyunca belirlediği amaçlarına ulaşabilmesi için ortaya çıkabilecek ihtiyaçların karşılanması gerekmektedir.



Şekil 1. Maslow'un ihtiyaçlar piramidi

(Kaynak: Maslow, 1943)

Maslow'a (1943) göre bu basamaklar bireyin kendisini bulmasına ve insan psikolojisine yardımcı olmaktadır. Bu hiyerarşide bulunan basamaklar psikolojik ve sosyolojik alanlar ile etkileşim halindedir. Belirlenen piramit ile kişi kendini daha çok geliştirip, eksiklerini tamamlayıp, sahip oldukları değer ve amaçlarını gözden geçirmelidir.

2.1.2. Mekânsal Davranış

Davranış mekânın temelini oluşturan başlıca unsurdur. Mekân ve davranış ilişkisi psikoloji, sosyoloji, mimarlık gibi pek çok alanla ilişkilidir. İnsan içinde bulunduğu çevreyi gözlemlemektedir. Kaya (2020) mekânsal davranışı; mahremiyet, aidiyet, güvenlik, huzur, mekânsal deneyim ve kişisel alan olarak incelenmiştir. İnsan davranışı birçok düşünce ve sebeplere bağlıdır. Bu sebepler daha önce insanların yaşadıkları ve tecrübe edindikleri duygu birikimidir. Mekânın algılanması kültürel, ekonomik, çevresel, fiziksel etkenlere bağlı olarak deneyimler ile belirlenir.

İnsan gereksinimleri Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisine bakılarak değerlendirilebilir. Mekanlar bireylerin değişen ihtiyaçlarına göre yenilenmelidir. Mekânsal davranışı bireylerin mekânda geçirdikleri zaman dilimi, iç mekân özellikleri, mekân kullanımı, kişisel ihtiyaçlar ve psiko-sosyal gereksinimler ön plana çıkarmaktadır. İnsan mekân ile

birlikte düşünölmelidir. Kahraman'a (2014) göre insan davranışları belirlenen kuramsal yaklaşımlar ile yorumlanmalıdır.

Davranış Kuramları;

- Davranışçı Kuram
- Bilişsel Kuram
- Fonksiyonalist Kuram
- Nörobiyolojik Kuram
- Fenomenolojik Kuram
- Hümanist Kuram'dır (Kahraman,2014).

Davranışsal kuram, Cüceloğlu'na (2004) göre insanın doğrudan gözlenebilen davranışları ile ilgilidir. Nesnel bir kuramdır. Bireyin geçmişte yaşadığı ve yeni yaşadığı olaylara karşın davranışların şekillenmesidir. Çevre ile insan arasındaki davranışı incelendiğini savunmuştur. Özcan ve Çelik'e (2017) göre davranışçılık, zihin ve beden ayırımına karşı çıkarak, ikisinin birbirinden ayıramayacağını savunmuşlardır.

Bilişsel kuram, Cüceloğlu insanı algılayan, uyarıcıları işleyen bir sistem olarak görmüştür. Bu yaklaşım bireylerin mekânı algılamaları, mekâna karşı tepki ve düşüncelerini anlamamızda yardımcı olur. Cüceloğlu (2004) bu kuramda bireyin davranış şekillerinin, yaşam standartlarını, inançlarını, algılamasını bilmeden açıklanamayacağı savunmaktadır. Özcan ve Çelik'e (2017) göre bilişsel davranış düşüncelerin, hislerin ve davranışları belirleyen terapidir.

Fonksiyonalist kuram, işlevselcilik olarak da adlandırılmalıdır. Kamp'a (2003) göre davranışların çevre ile birlikte uyumunu göstermektedir. Bu süreç içerisinde bireylerin algılama, düşünme, duygulanma, tepki verme gibi hareketlerin analiz edilmesine yardımcı olmaktadır. Bireylerin içinde bulundukları çevre ile davranışların uyumu olarak yorumlanmaktadır. Kır (2010) toplumu alt sistemlerden veya parçalardan meydana gelen bir bütün olarak kabul etmiştir.

Nörobiyolojik kuram, Cüceloğlu (2004) nörobiyolojik kuramın, insan zihninin yapısı ile ilgili olduğunu savunmaktadır. İnsan davranışları, beynin karmaşık yapısından dolayı

deneysel olarak incelenememiştir. Davranışlar çeşitli uyarılar sonucunda gerçekleşmektedir. Aman (2016) psikolojik düşünceler doğrultusunda davranışların değiştiği gözlemlenmiştir. Şahin'e vd. (2019) göre bu kuram ile ilgili yapılan çalışmalar zihin kuramı becerilerinde bozulmaya sahip olmanın, sosyal iletişim ve etkileşim, dikkat, davranış ve öğrenme gibi pek çok alanda soruna neden olduğunu tespit edilmiştir.

Fenomenolojik kuram, Cüceloğlu (2004) bireyin içinde bulunduğu mekân veya durumlara göre davranışlarını anlayabilmek için kişinin bilgi birikimine önem verilmesi gerektiğini vurgulamıştır. Duygulara önem veren kuramdır. Erbaş'a (1992) göre insan, çevresi ile etkileşim halindedir. Çevre sadece doğal değil aynı zamanda toplumsal ve kültürel düzeni kapsamaktadır.

Hümanist kuram, psikoloji akımıdır. Gestaltçılardan etkilenilmiştir. Zaman ile davranışların birbirinden etkilenerek ve insan ihtiyaçlarını davranışları üzerinden anlamlandırmaya çalışmaktadır. Hortulanus'a (1992) göre davranışların tek başına değerlendirilmelidir. İnsan bir bütün olarak ele alınmalıdır. İhtiyaçlar doğrultusunda ele alınması gerektiği savunulmuştur. Topses'e (2012) göre yaşantılara açık olma, varoluşsal yaşam sürme, organizmaya daha çok güvenme, daha tam olarak işlevde bulunma gibi nitelikleri, kendini gerçekleştirmiş insanın temel nitelikleri olarak da kabul edilebileceğini vurgulamıştır.

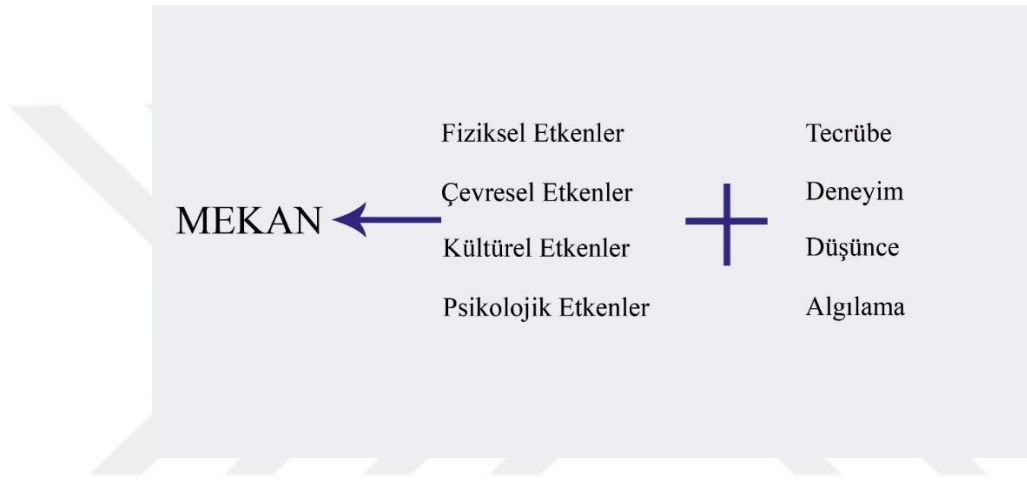
Bu kuramların ortak noktası insan ihtiyaçlarına yön vermesidir. Bu yüzden davranışlar tek başına değerlendirilmemelidir. İnsan davranışlarını daha detaylı inceleyebilmek için psikolojide bulunan tanım ve süreçlere değinmek gerekmektedir. Cüceloğlu'na (1999) göre psikoloji bilimi, insan davranışlarının altında yatan temel sebepleri araştıran bilimsel bir deneydir.

2.1.3. Mekanın Algılanması

Bireyler mekânın fiziksel özelliklerini ve mekânın değerlendirilmesinde rol oynamaktadır. İnsan davranışları mimari mekânın çevreyle ve diğer mekanlarla etkileşimi algı sürecini etkileyen önemli unsurdur. İnsan algıladığı mekân ile yaşadığı ortama ve mekanlara anlam kazandırır. Mekânın algılanması bireylerin bilgi birikimlerinden

oluşmaktadır. İnceoğlu (2010), mekân algılanmasını görsel, simgesel, duygusal ve seçici olarak belirlemiştir.

Mekân psikolojisi; kişinin mekân içerisinde veya mekânın çevresinde edindiği bilgi birikimi doğrultusunda oluşan davranış bütünüdür. Zaman içerisinde oluşan deneyim ve düşünce birikimidir. Bu birikimler zamana bağlı olarak değişip ve gelişmektedir. Bireyler mekanları deneyimledikçe ilgi alanları, beklentileri, tecrübeleri değişmektedir. Özen'e (2006) göre mekân ilk olarak duyumsal olarak algılanır, daha sonra bireyin mekânda geçirdiği zamana göre mekân zihinsel olarak algılanmaktadır.

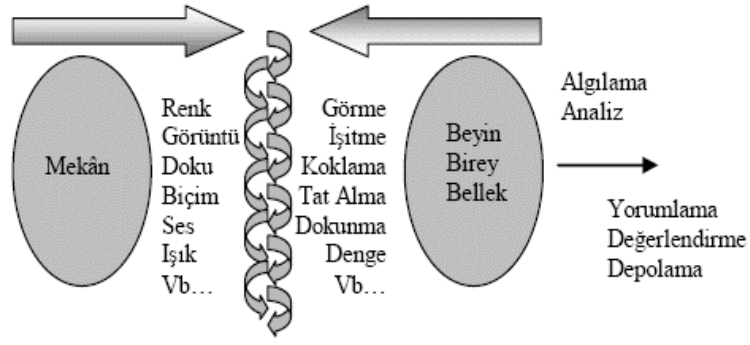


Şekil 2. Mekân deneyimleme

(Kaynak: Kişisel arşiv, 2023)

İç mekân algısını oluşturan renk, ışık, ısı, biçim, malzeme ve doku detaylandırılmıştır. Tasarım yapılırken algıya etki eden faktörler bütüncül bir şekilde yapılmalıdır. Algı kişi ve çevresinden etkilenen karmaşık bir olgudur. Bu etkenler yardımıyla mekânda davranışsal ve algısal deneyimler psiko-sosyal kalite değişkenleri elde etmektedir. Şekil 2’de mekânın deneyimlenmesi yer almaktadır.

Mekânsal algı ile zihinde oluşan duygular sonucu ortaya çıkmaktadır. Solak (2017), Lynch ve Norberg-Schultz’un bu konuda çalışan öncü kişiler olduğunu düşünmektedir. Mekânın algılanması bireyde oluşan fiziksel, çevresel, kültürel ve psikolojik etkilerle birlikte, zaman ile oluşan ve değişen tecrübe, deneyim ve düşüncelerin bir araya gelmesiyle oluşmaktadır.



Şekil 3. Mekân duyum aşaması

(Kaynak: Aslan vd., 2015)

Solak'a (2017) göre mekânın algılanması, zihinsel ve duygusal birikim sonrasında oluşmaktadır. Yaşam alanları oluşturulurken yalnızca fiziksel ihtiyaçlar değil duygu ve düşüncelerden faydalanmak gerekmektedir. Bireyler üzerinde oluşan psikolojiyi etkileyen birleşenlerle birlikte düşünülmelidir. Mekânı oluşturan bileşenler aynı zamanda bizi mekân içerisinde yönlendirmektedir. Psiko-sosyal mekânın algılanmasını doğrudan etkilemektedir. Uslu ve Yalçın (2020), görsel algı algılayan (birey) ve algılanan (mekân) arasında oluşan, her iki unsurun fizyolojik ve psikolojik değerlerinin etkisinde değişen olay kurgusu olduğunu söylemektedirler. Şekil 3'te Mekânı oluşturan elementlerin, bireydeki değerlendirme modeli yer almaktadır. Algılanmanın temeli olan mekânı değerlendirmemizi sağlayan renk, ışık, ısı, biçim, malzeme ve doku gibi somut öğeler mekâna anlam kazandırmaktadır. İç mekânda oluşan algı birey ve mekân arasında iletişim kurmaktadır. Böylelikle bireyin mekân hakkındaki düşünceleri ortaya çıkmaktadır. Bu özellikler mekânı bir bütün olarak algılamamızı ve görsel algımızı etkiler. Bu şekilde mekânı algısı ve psiko-sosyal ölçütler belirlenmiş olur.

2.1.4. Öğelerin Mekânı Tanımlamaya Etkisi

İnsanların bulundukları ve yaşadıkları mekanlarda tasarımlar bireylerin gereksinimlerini karşılamalıdır. Mekânlar bireylerin duygu ve düşüncelerini etkilemektedir. İnsan psikolojisi mekânsal kalitenin oluşmasını sağlamaktadır. Mekân kendi içerisinde

öğelerden oluşan yapıdır. Mekân içerisinde kullanılan donatılar sınıflandırılır. Mekân tasarım yapılırken kullanıcı düşünülerek, işlevine uygun şekilde yapılmalıdır.

Mekânı belirleyen öğeler yatay ve düşey olarak sınıflandırılmaktadır. Bunlar; duvar, kolon, giriş, döşeme, pencere, merdiven ve kullanılan donatılardır. Aynı zamanda mekânı oluşturan renk, doku, ışık, malzeme, form etkilemektedir. Bu öğeler bütünleşince mekâna anlam ve duygu yüklemektedir. Bu bileşenler bir araya geldiğinde mekân oluşur ve işlevsel hale gelmeye başlamaktadır.

Mekân oluşurken kullanıcı üzerindeki psikolojik etki ve bireyin mekân içerisindeki davranışları önemlidir. Bu davranışlar doğrultusunda mekânda psiko-sosyal kalitenin ipuçları verilmiş olacaktır.

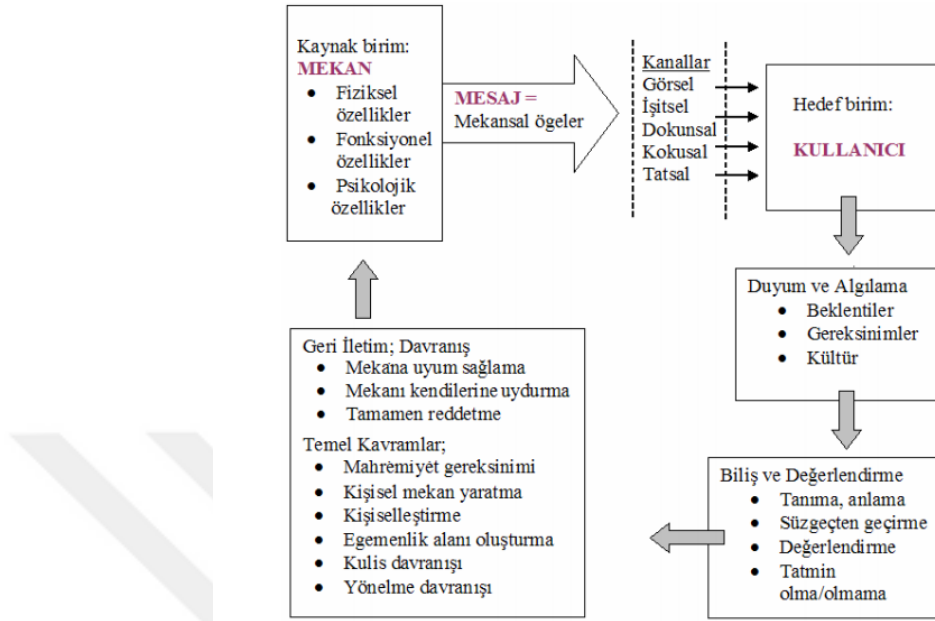
2.2. Psiko-sosyal Kalite Ölçütleri

Psiko-sosyal kalite insan mekân ilişkisinde mekâna yönelik beğeni, tercih, istek, konfor gibi isteklerin kişide uyandırdığı psikolojik algılardır. İnsan mekân arasındaki ilişkiyi mekânda bulunan öğeler oluşturmaktadır. Mekân tasarlanırken kullanıcı gereksinimlerine, ihtiyaçlarına cevap vermelidir ve böylelikle tasarlanan mekân ile kullanıcı iletişim ve etkileşim halinde olurlar. Mekânın kalitesi, kullanıcının hem fizyolojik hem de psikolojik gereksinimlerini karşılayabilmelidir. Günel'a (2007) göre psiko-sosyal gereksinimler bireyin içinde bulunduğu topluma ait kültür özelliklerini de içermelidir. Günel'a (2007) göre tasarım yapılırken kullanıcının içinde olduğu ve mekânın kültürel öğeleri taşıması, kullanıcının algıladığı farkı azaltıp psiko-sosyal kaliteye ulaşmayı kolaylaştıracaktır. Mekânda psiko-sosyal ihtiyaçların karşılanması kullanıcının mekanla iletişim kurmasını sağlamaktadır.

Mekân kalitesi öznel olduğu için ölçülebilmektedir. Her bir kullanıcının düşüncesi birbirinden farklı olacağı için ortak değerler düşünülerek tasarıma önem verilmelidir. Kullanıcılar mekân içerisinde rahatsızlık duymadan ihtiyaçlarını karşılayabilecek bir şekilde hareket edebilmelidir. Mekân ile insanın etkileşim içinde olmasıyla mekânsal kalite ve memnuniyetin sağlanabilmesi için psiko-sosyal kaliteye önem verilmez.

Mekân tasarlanırken bireyin ihtiyaçları ön planda tutulmalıdır. Psiko-sosyal kalitenin sağlanabilmesi için bireylerin ihtiyaçları karşılanmalıdır. Bu ihtiyaçlar aşağıdaki tabloda

gösterilmiştir. Mekân ve kullanıcı döngüsü sağlanabildikçe psiko-sosyal kaliteye yaklaşmış olacaktır.



Şekil 4. Mekân kullanıcı aşaması

(Kaynak: Günel, 2007)

Kullanıcı mekânı deneyimlerken duygu, düşünce ve tavırlarını ortaya koymaktadır. Bu tepkimeler sonucunda birey psiko-sosyal kaliteyi ortaya çıkarmaktadır. Müzelerde algılanan kaliteyi ölçebilmek için ziyaretçilerin ihtiyaç ve önerilerine karşılık vermesi gerekmektedir. Psiko-sosyal gereksinimler temel psikolojik ihtiyaçlardır. Psiko-sosyal veriler, mekân ile ziyaretçi arasındaki iletişim döngüsü sonucunda elde edilmektedir. Bu veriler ziyaretçilerin mekândan beklentilerini ve algıladıklarını ortaya çıkarmaktadır. Şekil 4'te mekân ve kullanıcı arasındaki iletişim modeli yer almaktadır.

Psiko-sosyal gereksinimler insanın mekânı algılaması sağlanır. İnsan bulunduğu mekânı algımlarken deneyimlerinden faydalanılmaktadır. Psiko-sosyal kalite mekânın bireyler üzerindeki etkilerini düşüncelerini, tercihlerini, isteklerini araştırmaktadır. Bireylerin kendilerini rahatlıkla ifade edebilmeleri için gerekli ortam ve mekân sağlanmalıdır. Korur vd. (2006) göre psiko-sosyal gereksinimler kullanıcının bulunduğu kültür özelliklerine ve yaşadığı ortama bağlı olarak değişen, kişisel istek, düşünce ve beğeni bütünüdür.

Psiko-sosyal ihtiyaçların karşılanması insan ve mekân arasında baē kurulmasını saēlamaktadır. Bu baē saēlanabildiēinde mekânda kalite aranabilir. Mekânın ziyaretçilerine verdiēi mesaj davranışları, duygu ve dūřunceleri ortaya çıkarmaktadır. Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinde insanların temel ihtiyaçları yer almaktadır. Bu basamaklar saēlanabildiēinde psiko-sosyal kalite kavramına da yakınlaşmış olacaktır.

İnceoēlu (1982) bireylerin gereksinmelerini insanların fizyolojik, toplumsal ve psikolojik açılardan, rahatsızlık duymadan yaşamlarını sūrdūrebilmeleri ve yaptēı işlerde verimli olmalarına yardımcı olan tūm çevresel ve toplumsal yaşam koşulları olarak belirlemiştir. Korur vd. (2006) gōre bireylerin psiko-sosyal gereksinimleri gizlilik, davranışsal, estetik ve toplumsal gereksinimler olarak belirlenmiş ve sınıflandırılmıştır.

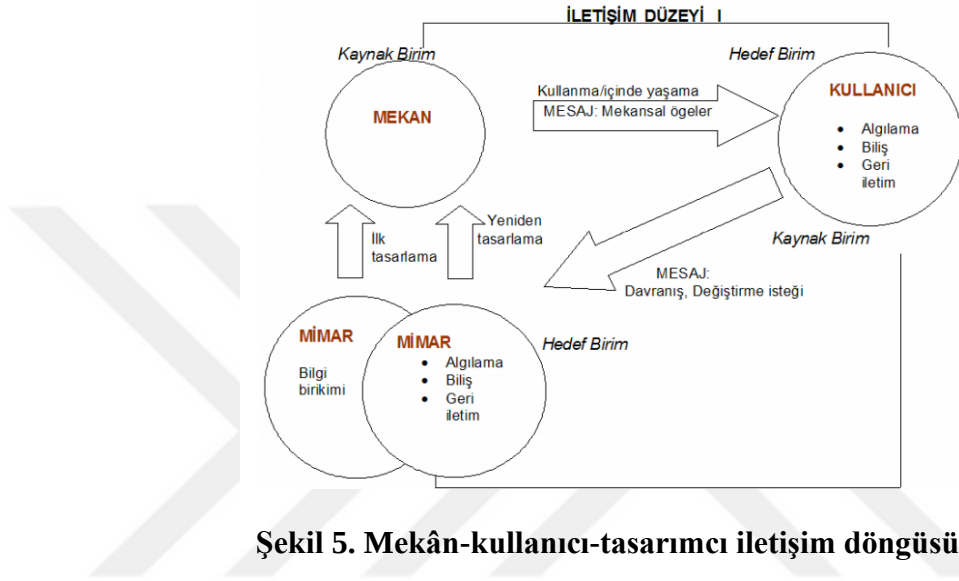
Gizlilik gereksinimi; yapının çevresinde kullanıcılar için gizliliēin saēlanmasıdır. Mekânı belirleyen ve alanlarının oluşmasını saēlayan bir kavramdır. Kullanıcılar mekân içerisinde kendisini rahat hissetmektedirler. Mahremiyet kavramı kişinin yaşadıklarını ve kūltūrlerini de içinde barındırmaktadır. Kullanıcılar edindikleri bilgiler doērultusunda mahremiyet alanlarını oluştururlar.

Estetik Gereksinimi; kullanıcıların içinde bulunduēu mekânda aradıkları gereksinimlerdir. Mekânda algıyı renk, doku, biçim, ışık etkileyen deēerlerdir. Tasarım yapılırken bu deēerler birlikte dūřūnūlerek uygulanmalıdır. Kiřinin deēiřen ihtiyaçlarını karşılayabilmelidir. Estetik kavramı kişiye gōre deēiřebileceēi için öznel kavramlardır.

Davranıřsal Gereksinimler; Tūrkmen'e (2015) gōre insan davranıřlarından baēımsız olarak dūřūnūlmemesi gerektiēini savunmuřtur. Mekân ile kullanıcı arasındaki iletiřimin birey üzerindeki etkisidir. Bireyin duygu ve dūřūncelerini ortaya çıkarmasıdır. Bireyin mekânı algılaması davranıřlarını ile ortaya çıkmaktadır. Kullanıcıların bulundukları mekân içerisinde gōsterdikleri öznel özelliklerdir. Bireyin kendini ifade etmesidir.

Toplumsal Gereksinimler; Korur vd. (2006) gōre kullanıcıların aile yapıları, yařam tercihleri ve birbirleri ile olan iliřkilerini barındıran özelliklerdir. Kūltūrel farklılıklar, yařam biçimi, din, evre gibi toplumsal faktōrlerdir. Kiřiler bu eylemleri kendileri belirlemektedir. Dolayısıyla mekân tasarlanırken kiřinin gereksinimleri gōz nūne alınarak yapılmalıdır. Mekân tasarlanırken kullanıcı gereksinimleri, istekleri ve ihtiyaçları gōz nūnde bulundurulmalıdır. Kullanıcı gereksinimleri bir būtūn olarak

değerlendirilmelidir. Bu gereksinimler zaman içerisinde değişebilmekte ve kullanıcı ihtiyaçlarını karşılayamamaktadır. Mekân ziyareti sonrasında edilen deneyimlerle mekâna öneriler getirilebilir. Söz konusu bu deneyimler öznel kavramlardır. İnsanlar edindikleri bilgilerle mekanları algırlarlar ve davranışları ortaya çıkar. İstenilen mahremiyet, davranışsal, estetik ve toplumsal gereksinimler psiko -sosyal kalitenin ana unsurlarıdır. Mekânlar bu gereksinimlere cevap verdikleri sürece ayakta kalabilirler.



Şekil 5. Mekân-kullanıcı-tasarımcı iletişim döngüsü

(Kaynak: Günal, 2007)

Ozar'a (2018) göre bireylerde psiko-sosyal ihtiyaçların karşılanması, kimlik ve aidiyet hissini artırır, insanın mekân ile iletişime girmesini ve mekanla bağ kurmasını sağlamaktadır. Şekil 5'te kullanıcının mekânı değerlendirmesi sonucunda elde edilecek birikimlerin tasarımcıya geri iletilmesi görülmektedir. Psiko-sosyal ihtiyaçların karşılanması insan mekân arasında bağ kurulmasını sağlar. Mekânın kullanım sonrası değerlendirilmesi için bazı psiko-sosyal parametreler oluşturulmuştur. Sungur ve Çağdaş'a (2003) göre psiko-sosyal gereksinimler Tablo 2'de verilmiştir. Günal (2006) çalışmasında konutta kullandığı ve literatürden seçtiği sıfatlar ile gereksinimleri bütünleştirerek sınıflara ayırmış ve düzenlemiştir;

Tablo 2. Psiko-sosyal gereksinimler

Psiko-sosyal Gereksinimler	Sıfatlar		
Sosyal İlişkiler	Sosyal anlamda sıcak İyi komşuluk ilişkileri Sosyal iletişim Sıkıcı değil		
Güvenlik	Güvenli Güçlü		
Etkinlik	Sağlıklı (beden ve ruh) Sosyal (asosyal) Hareketli, Sürprizli		
Huzur	Huzurlu Samimi, sıcak Sempatik	Kendi içinde uyumlu Çevresiyle uyumlu	
Güzellik	Güzel Çağdaş Cazip	Mimari anlamda nitelikli Tarzı (stili) olan Özgün	
Prestij	Çağdaş Görkemli Etkileyici	İlgi Çekici Gösterişli	
Rahatlık	Konforlu Dinlendirici Ferah	Aydınlık Geniş Düzenli	Gelişmiş

(Kaynak: Günal, 2006)

Bu araştırmada ‘müze’ mekân olarak seçilmiştir. Müzeler kullanıcılar ile sürekli etkileşim halindedirler. Müzede kullanıcı gereksinimleri fiziksel, psikolojik ve sosyal ilişkiler olarak sıralanabilir. Buğday’a (1991) göre mekâna ilişkin gereksinimlerin oluşmasında, bireylerin yaşadığı kültürünün etkisinden doğan psiko-sosyal davranışların etkili olduğu görülmüştür. Fiziksel olarak mekânın biçimi, boyutları ve mekânı algıladığımız (tat, koku, işitme, görme, dokunma) gereksinimlerdir. Psikolojik olarak davranış, estetik, mahremiyet, duygu ve düşünce, bireyim yaşam biçimini etkileyen gereksinimlerdir. Sosyal olarak dini özellikler, sosyal ilişkiler, kültür, etkinlik ve huzur olarak sıralanabilir. Bütün bu özellikler bir araya gelince mekân kalitesini ve bireyin mekânda oluşturduğu etkileri açığa çıkartmaktadır. Bu kriterler bireysel olup, değişmektedir. Müzeler

kendilerine yüklenen anlamı kullanıcılara doğru bir şekilde iletebilmelidir. Ziyaretçilerin yaşadığı deneyimler duygusal olarak geri dönüş sağlamaktadır. Sert ve Karacaoğlu'na (2018) göre müzenin kalitesinin belirlenmesi, müzenin olumlu ve olumsuz kriterlerin belirlenmesine bağlıdır. Araştırmaya konu olan müze, kültürel, sanatsal, toplumsal, fiziksel özellikleri içinde barındıran bir mekandır. Müzelerin temelinde tarihsel süreç vardır. Müzeler sayesinde geçmiş algılayıp, günümüze kadar gelen eserleri görme imkânımız bulunmaktadır. Bu çalışmada Mevlâna Müzesinde yaş ve cinsiyete göre psiko-sosyal kalite araştırılmıştır. Tablo 2'de belirlenen gereksinimler doğrultusunda, müzede ziyaretçi deneyimlerinden faydalanmak mümkündür. Müze tasarımı yapılırken dikkat edilmesi gereken unsurlar vardır. Müzeler kendilerini geliştirebilmeleri için ziyaretçilere ihtiyaç duymaktadırlar. Müze ziyaretçi istekleri, zamanla yıpranan bölümlerin yenilenmesi, sergilenen eserlerin düzenlenmesi müzenin daha kaliteli bir yapıya sahip olmasını sağlayacaktır. Böylece mekân kendisini sürdürebilir ve geliştirebilir.

2.3. Kaynak Araştırması

Psiko-sosyal kalite, mekân algısı, mekân kalitesi, kullanıcı gereksinimleri, mekân-insan arasındaki iletişimi ve müzelerde hizmet kalitesi, müzelerde mekân kalitesi, müzecilik anlayışını inceleyen ve araştıran çalışmalar kısaca özetlenmiştir.

Günel (2007) çalışmasında mekânın algılanmasında rol oynayan psiko-sosyal kalite ölçütlerinin belirlenmesinde yardımcı olacak davranış ve mekân unsurlarını incelemiştir. Bu değişkenleri güvenlik, rahatlık, prestij, sosyal ilişkiler, etkinlik, huzur, güzellik gereksinimi olarak belirlenmiştir. Mekân insan ile sürekli iletişim ve etkileşim halindedir. Bu etkileşim sonucunda bireyde oluşturdu etki doğrultusunda davranışlarını belirleyerek konutta psiko-sosyal kaliteyi vermiş olacaktır. Daha sonra alınan bu bilgiler doğrultusunda tasarımcıya kullanım bilgilerini ileterek yeni tasarımlarda olumlu sonuçlar alınmış olacaktır. Bu çalışmada konut kullanıcıları ile anket yapılarak sonuçlara ulaşılmıştır.

Güleç (2017) çalışmasında mekânın algılanmasını, belirli bir süreç sonrasında gerçekleşeceğini söylemektedir. Bu doğrultuda mekânı algılamada birikimler yardımcı olmaktadır. Hem duyumsal hem de zihinsel bir süreç sonrasında gerçekleşmektedir.

Kişilerin içinde bulundukları kültür ve deneyimler psiko-sosyal kaliteyi etkilemektedir. Mekân içinde bulunan fiziksel faktörler ışık, ısı, konum gibi özellikler mekânın algılanmasını doğrudan etkilediğinden bahsedilmiştir. Mekân-kimlik etkileşimi ile ilgili çalışmalar ilgili literatür araştırması yapılmıştır.

Kutlu (2018) bu çalışmasında planlama, akustik, iç hava koşulları, aydınlatma-renk olarak belirlediği bu dört çevresel faktörün mekân kalitesi ve insan sağlığını nasıl etkilediği üzerine literatür araştırması yapmıştır. İnsanların mekâna yükledikleri anlam; çevreyi algılama, çevresel etkenler, gereksinimler, insan üzerindeki etkileri, konfor ve davranışları olarak değişmektedir. Bu bağlamda, insanın öncelikle renk malzeme seçimi ve aydınlatma kararlarının işitsel ve iklimsel diğer parametreler ile birlikte ne kadar önemli olduğu anlatılmıştır. Tasarım yapılırken bir bütün olarak yapılması gerektiği vurgulanmıştır.

Asar (2013) bu çalışmasında mekânsal ve algısal deneyimin değerlendirilebilmesi zaman ile birlikte kişinin algısal deneyimlerinin kullanıcıdaki değişikliği gösterilmek istenilmiştir. Emre Arolat'ın yapılarından örnekler seçilmiştir. Mekânın değerlendirilebilmesi için, yerinde gidip görülebilecek ve incelenebilecek örnek yapılara seçilmiştir. Arolat'ın, Santral İstanbul Çağdaş Sanatlar Müzesi (ÇSM) ve Yalova Raif Dinçkök Kültür Merkezi (RDKM), örnek olarak seçilmiştir. İki farklı mekân üzerinde farklı tasarımların görsel algı üzerindeki deneyimlerine başvurulmuştur. Çalışma kullanıcı yorumları anket çalışması ile desteklenmiştir. Mekânın tüm bileşenleriyle bütün olarak algılandığını göstermiştir.

Esin (2007) çalışmasında psiko-sosyal kalitenin önemi vurgulanmıştır. Mekân kalitesini, içinde yaşadığımız yaşam biçimimize ve göstermiş olduğumuz tepkilerle ölçmenin mümkün olduğunu söylemiştir. Kullanıcı psikolojisi tarafından algılanmalıdır. Mekân-kullanıcı-tasarımcı döngüsünde kullanıcısı sonrası değerlendirmenin diğer çalışmalar açısından tasarımcıya geri dönecek bilgiyi işaret etmektedir. Tasarlama sürecinde, yararlanılacak olan bu bilgi, yeni mekânları psikososyal kaliteye yaklaştırmış olacaktır. Bu sayede tasarım süreci kendisini düzenlemiş, iyileştirmiş olacaktır. Kullanıcının psiko-sosyal değerlendirmesini anlamak ve davranışlarını gözlemlemek için anket yapılmıştır.

Korur vd. (2006) çalışmalarında kullanıcı gereksinimlerinden yola çıkılarak fiziksel gereksinimler, psiko-sosyal gereksinimler belirlenmiştir. Psiko-sosyal kullanıcı gereksinimleri, gizlilik, davranışsal, estetik ve toplumsal gereksinimler olarak sınıflandırılmıştır. Çevredeki binaların fotoğrafları çekilerek örneklendirilmiştir. Konut üretiminde kullanıcı gereksinimleri ve istekleri göz önüne alınarak tasarım yapılmalıdır. Buna bağlı olarak çevresel kaliteyi etkileyecek olan cephe tasarımlarına daha çok önem verilmelidir. Çevresel kaliteyi etkileyecek olan çalışmalar en aza indirilmelidir. Cephe müdahaleleri için öneriler getirilmiş ve kullanıcı gereksinimlerine vurgu yapılmıştır.

Kahraman (2014) çalışmasında insan mekân etkileşiminde davranış kuramları, teoriler ile açıklanmıştır. Davranışçı, işlevsel, bilişsel, psikoanaliz, fenomenoloji, hümanist kuramlarıdır. Mekânın uzun süre kalıcı olması için insan ihtiyaçlarına, kalite ölçütlerine uyumlu olması gerekmektedir. Mekân kalitesini, insanın içinde bulunduğu yaşam tarzına göre belirlemenin mümkün olduğunu belirtmiştir. Bu çalışmada alınan hizmet kalitesinin ölçütlerini belirleyip diğer çalışmalarda uygulanması gerektiği vurgulanmıştır. Bu sayede yaşam ve mekân kalitesi artırılmış olacaktır.

Güneş vd. (2019) çalışmalarında, müze ziyaretçilerinin hizmet kalitesini ölçmeyi amaçlamışlardır. Hizmet kalitesi algısı heveslilik, fiziksel özellikler, iletişim, tüketim maddeleri ve empati 'den oluşan beş faktörde ölçülmeye çalışılmıştır. Yapılan anket sonuçları doğrultusunda daha çok işletme kalitesi ve hizmet kalitesinin geliştirilmesi gerekliliği savunulmuştur.

Bekar ve Sekban'a (2020) göre, müze bahçeleri ve çevreleri ancak ziyaretçileriyle yani kullanıcısıyla iletişim kurabildiğinde kullanılmaktadır. Çalışma kapsamında Trabzon'da bulunan Atatürk Köşkü Müzesi, Kanuni Sultan Süleyman Osmanlı Kültür Evi ve Müzesi ve Trabzon Müzesinin açık mekân kalitesi kullanıcı tercihleri doğrultusunda araştırılmıştır. Anket çalışması yapılmıştır. Oluşturulan anket soruları, daha önceden bu müzelere gitmiş 170 katılımcı ile değerlendirilmiştir. Yaklaşık olarak 20 dakika süren anket görüşmeleri katılımcılarla birebir olarak gerçekleştirilmiştir. Yanıtların istatistiksel analizlerinde SPSS 23.0 programı kullanılmıştır. Katılımcıların müzelerin açık mekanlarının mevcut durumunu belirlenen parametrelere göre değerlendirmesi ile alanın tercih edilebilirliği ölçülerek tercihleri irdelenmiştir. Bu kapsamda mekânsal kalite

parametreleri; fonksiyonel kalite, estetik kalite, yapısal kalite, ekonomik kalite, ekolojik kalite olmak üzere 5 ana başlık ile incelenmiştir. Müze bahçesinin mekânsal biçimlenmeleri tasarlanırken alanda çeşitli aktivitelerinin gerçekleşmesine zemin hazırlayabilmesi üzerinde önemle durulması gerekmesi gerektiğini belirtmiştir.

Özata (2017) çalışmasında Mevlâna, Mevlâna Kültür merkezinin ve çevresindeki yapıların aydınlatmasını incelemiştir. Çeşitli aydınlatma planları hazırlanmıştır. Mevlâna müzesinin sınırlarını belirleyen bir aydınlatma yapılmıştır. Yeşil kubbenin gündüz olduğu gibi gecede ilgi çekilmesi için aydınlatma düzeni uygulanmıştır. Yapılarda genellikle giriş, ana kapılar vurgulanmıştır.

Gürel (2013) bu çalışmada müze ziyaretçilerinin özellikleri, ihtiyaçları ve beklentileri anlaşılmasına çalışılmıştır. 21 adet anket sorusu hazırlanarak 405 müze kullanıcısına uygulanmıştır. Gelen cevaplar doğrultusunda müze ziyaretçileri iki gruba ayrılabilir. Müzeleri sık ziyaret eden, diğer sanatsal ve kültürel aktivitelere de sıkça katılan, ikincisi ise, birinci gruba göre, müzeleri daha az ziyaret eden, diğer sanatsal ve kültürel aktivitelere daha az katılan ve müzelere yapılan ziyaretleri artırma konusunda, içsel yerine daha çok dışsal motiflerle güdülebileceğine inanan gruptur. Kullanıcı ihtiyaçlarına uygun olarak faaliyetlerde bulunabilir.

Karayılanoğlu ve Arabacıoğlu (2020) çalışmalarında müze ziyaretçilerinin kullanım sonrası deneyimlerini belirlemek istemişlerdir. Alan çalışması olarak, Centre Pompidou ve Kiasma Çağdaş Sanat Müzeleri seçilmiştir. Ziyaretçiler müzeleri sosyal bir etkinlik alanı olarak görmektedir. Kafe, müze mağazası, kütüphane, sinema, atölyeler ve sergi mekânları gibi farklı aktiviteleri içerisinde barındıran çağdaş sanat müzeleri bütünüyle bir sosyal etkinlik alanı işlevi görmektedir. Bu müzelerin tercih edilmesinin sebebi, estetik değerlerinin olmasıdır. Teknolojinin olduğu alanlar daha çok tercih edilmiştir.

Yılmaz (2011) Göreme Açık Hava Müzesinin hizmet kalitesi bakımından güçlü ve zayıf yönleri ziyaretçiler tarafından ortaya konulmuştur. Zayıf yönleri açısından çoğunlukla engebeli yürüyüş parkurları, dik yamaçlar vb. bulunmaktadır. Bu nedenle, yaşlı ve engelli ziyaretçilerin zorlandığı için onlara uygun alanların yapılması ön görülmüştür. Müzede satışa sunulan eşyalarında fiyatları konusunda abartılı olduğu da kullanıcıları etkilemiştir.

Akıncak vd. (2015) bu çalışmalarında müze ziyaretçilerine yönelik ziyaretleri teşvik amacıyla, müze karta yönelik algıları incelenmiştir. Ayasofya ve Topkapı müzesi ziyaretçilerine anket yapılmıştır. Müze kartın kullanılması, kullanıcı yoğunluğunun değiştiği görülmüştür. Kullanıcı algısına göre farklılık göstermiştir.

Kurulgan ve Bayram (2018) çalışmalarını, Anadolu Üniversitesi Eğitim Karikatürleri Müzesi ziyaretçileri üzerinde yapmıştır. Müze ziyaretçilerinin kendilerinde oluşturduğu hizmet kalitesi belirlenmeye çalışılmıştır. 492 kişi ile anket yapılmıştır. Bu sonuçlar üzerine müzede alınan hizmet kalitesi, başkalarına tavsiye etme ve müze sonucu memnuniyetleri ölçülmüştür.

Korkmaz (2020) ziyaretçilerin Troya Müzesinden beklentileri, tercihleri, memnuniyetleri, isteklerini belirlemiştir. Teknoloji ağırlıklı sanal gerçeklik gibi uygulamaların kullanıcıların ilgisini, beğenisini çektiği tespit edilmiştir. Özellikle çocukların sıkılmadan gezmeleri için olanak sağlamış olacağı belirlenmiştir.

Uslu ve Yalçın'nın (2020) yeni müze anlayışında bireyin eğitsel ve fiziksel deneyiminin ön plana çıktığı, çok yönlü ve donanımlı bir mimariyi hedeflediği görülmektedir. Bireyin mekân içindeki sirkülasyonu ve ihtiyaçları, mekânın farklı deneyimlere fırsat tanıyan sosyal etkileşimi mekân birey arasındaki ilişkiyi sağlayacaktır.

Sert ve Karacaoğlu (2018) araştırmalarında elde edilen sonuçlar doğrultusunda Anadolu Medeniyetleri Müzesi'nin kullanıcılar üzerindeki hizmet kalitesi ölçülmüştür. Bu kalite; fiziksel unsurlar, güvenilirlik, heveslilik (isteklilik), yeterlilik, konforlu, güvenlik, ulaşılabilirlik, iletişim ve müşteriye anlama olarak isimlendirilmiştir.

Tablo 3. Psiko-sosyal kalite literatür tablosu

YAZAR	ÇALIŞMANIN ADI	KAPSAM	ÖLÇÜTLER	GENEL SONUÇ
Rana Kutlu (2018)	Çevresel Faktörlerin Mekân Kalitesi ve İnsan Sağlığına Etkileri	Çevresel faktörlerin (planlama, akustik, hava koşulları, renk aydınlatma) mekân kalitesindeki etkisi araştırılmıştır.	Kullanıcı talebi, Aydınlatma Renk, tasarım, Çevre koşulları, Kişisel birikim	Tasarımda çevresel faktörler dikkate alındığında kişilerin sağlığı, psikolojik durumları üzerinde olumlu etkileri görülmüştür.
Beria Günal (2006)	İnsan-Mekân İletişim Modeli Bağlamında Psikososyal Kalitenin İrdelenmesi	Mekânın algılanmasında rol oynayan psiko-sosyal kalite ölçütlerinin belirlenmesinde yardımcı olacak davranış ve mekân unsurlarını incelemiştir	Güvenlik, Konfor Gösterişli algılama Özgün Kullanıcı hareketleri	Bu çalışmadaki gibi kullanım sonrası değerlendirmeler yapıldığında tasarım süreci kendini yeniler ve sürdürülebilir bir mekân kalitesi elde edilir.
Hande Asar (2013)	Mimari Mekân Okumasında Algısal Deneyim Analizinin Bir Yöntem Yardımıyla İrdelenmesi	Çalışma kapsamında değerlendirilmek üzere 2 tane müze seçilmiştir. Aynı tasarımcının 2 farklı tasarımı hakkında kullanıcı yorumları anket ile ölçülmüştür	Algı Düşünce Kullanıcı deneyimi Mekân Anket katılımcıları	Mekânsal ve algısal deneyimin değerlendirilebilmesi zaman ile birlikte kişinin algısal deneyimlerinin kullanıcıdaki değişikliği gösterilmek istenilmiştir.
Nur Esin (2007)	İnsan – Mekân İletişim Modeli Bağlamında Konutta Psikososyal Kalitenin İrdelenmesi	Mekân kalitesinin algılanmasında etkili olan psiko sosyal kalite ölçütleri incelenmiştir. Kullanıcının mekân içerisindeki algısı değerlendirilmiştir.	İletişim, Algı, Tasarım Tatmin, kalite, Kullanıcı, Eylemler Tasarım süresi	Mekân – kullanıcı- tasarımcı iletişim döngüsü kullanıcı-mimar arasındaki iletişimi sağlamalıdır. Bu çalışmadaki gibi kullanım sonrası değerlendirmeler yapıldığında tasarım süreci kendini yeniler ve sürdürülebilir bir mekân kalitesi elde edilir.
Betül Ozar (2018)	Mekân Algısı ve Psiko-Sosyal Kalitenin Ölçülebilirliği Üzerine Bir Araştırma Armasa Hayat Sokağı Örneği	Mekânsal kullanım durumlarının nasıl değiştiği, insan-mekân etkileşiminin algısal ve davranışsal boyutta nasıl şekillendiğinin analiz edilmesinden ve değerlendirilmesinden oluşmaktadır.	Fiziksel etkenler, Görsel iletişim, Davranış, Psikolojik etkenler, Kalite Zihinsel düşünce	Mekânın kullanımı sırasında; mekânın neye ihtiyacı olduğu, tasarım aşamasında belirlenen hedeflerle ne derece örtüştüğü önemlidir. Bu sebeple; sokakta hem psikolojik hem de fiziksel olarak ihtiyaç duyulan öğelerin artırılması gerektirir.
Meriç Demir Kahraman (2014)	İnsan İhtiyaçları ve Mekânsal Elverişlilik Kavramları Perspektifinde Yaşanılabilirlik Olgusu ve Mekânsal Kalite	İnsan mekân etkileşiminde davranış kuramları ve teoriler ile açıklanmıştır. İnsanların ihtiyaçlarına yönelik mekanlar üzerine yapılmıştır.	İklim, Tarihsel değer Kültürel Değer, Estetik kalite, Konfor, Koruma	Kullanıcı davranışları ile birlikte mekânsal kalite ortaya çıkmış oluyor. Zamanla değişebilir verilerin yaş, sosyal çevre, teknoloji geliştiçe göz önünde bulundurularak tasarım yapılması gerekmektedir.
Figen İlke Mehmet İnceoğlu Alper Çabuk (2020)	Çevre Planlaması ve Yönetimi İçin Psiko-Sosyal Gereksinimlerin Ahs Kullanarak Belirlenmesi	Çevre psikolojileri ile ilgili genel bilgiler verilerek, tasarımdan etkilenecek bireylerin psiko-sosyal gereksinimlerini tasarım sürecine eklemeye yönelik çalışmalarda kullanılabilecek bir yöntem önerilecektir.	Çevre, Kültür, Gelenek Kimlik, Tatmin, estetik Mekân	Kullanıcının tasarımdan beklentileri dikkate alındığında kimlik-kendine özgü olma faktörünün psiko-sosyal parametreler ile karşılıklı değerlendirilmiştir.
Sevcan Güleç Solak (2017)	Mekân- Kimlik Etkileşimi: Kavramsal ve Kuramsal Bir Bakış	İnsan çevre ilişkileri mekân üzerinden anlaşılmalı çalışılmış Mekân ve kimlik arasındaki etkileşim çeşitli kuramlarla ele alınmıştır.	Etkileşim, mekân Tasarım, kimlik kullanıcı	Mekân ve kimlik arasındaki duyguların yaşanılan ortamda algılama, sahiplenme gibi özellikler mekânsal kimliğe özellikler kazandırmıştır

(Kaynak: Kişisel arşiv, 2023)

Tablo 4. Müzelerin hizmet kalitesi, müzelerde mekân kalitesi, alanlarıyla ilgili yapılan literatür tablosu

YAZAR	ÇALIŞMANIN ADI	KAPSAM	ÖLÇÜTLER	GENEL SONUÇ
Makbulenur Bekar ve Demet Sekban (2020)	Müzelerin Açık Mekân Kalitesi ve Kullanıcı Tercihleri Üzerine Karşılaştırmalı Bir İnceleme	Müzesinin açık mekân kalitesi kullanıcı tercihleri doğrultusunda araştırılmıştır.	Kullanıcı talebi, aydınlatma renk, tasarım, Çevre koşulları, kişisel birikim	Müze bahçelerinde kalite kullanıcıların istek ve ihtiyaçlarının tatminine bağlı bir kavramdır. Daha geniş bir tanımla ise bir müzenin açık mekanlarındaki kalitesi istenen ihtiyaçlara ne kadar imkân sağladığı ile tanımlanabilir.
Ülkü Ezgi Akgün (2011)	Müzelerde Mekân Kurgusunun Algı ve Yön Bulmadaki Etkisinin İncelenmesi	Mekandaki algı ve yön bulmanın davranışlar üzerine etkisi araştırılmıştır.	Algı, tasarım süreci Yön bulma, eser Katılımcı(ziyaretçi) Tasarım ortamı	Mekân tasarımlarında, mekânsal kurgunun algı ve yön bulmada etkili olacağı göz önüne alınmalıdır ve mekânın birbiriyle olan ilişkileri Kullanıcıya yardımcı olacaktır.
Eda Gürel (2013)	Ankara'daki Müzelerde Ziyaretçi Profillerinin ve Motivasyonlarının Değerlendirilmesi	Müze ziyaretçilerinin özelliklerini, motivasyonlarını, ihtiyaçlarını ve müzeden beklentilerini anlamaktır.	Müze ziyaretçileri, ziyaretçi motivasyonu, mekan Tasarım ortamı	Müze ziyaretçilerinin ihtiyaçlarına göre sanatsal ve kültürel aktiviteler artırılabilir ve görsel açıdan zenginleştirilebilir.
Berna Okan (2018)	Günümüz Müzecilik Anlayışındaki Yaklaşımlar ve Müze Oluşumunu Etkileyen Unsurlar	Müze oluşumunu etkileyen eğitim, küratör, sanal müze, obje, işletme, psikoloji, teknik donanımın etkileri incelenmiştir.	Tasarım, çevre kültür, eğitim psikoloji	Müzelerin mekânsal tasarımında geçici sergi mekânları, eğitim atölyeleri, laboratuvar, çok amaçlı etkinlik salonu alanlarına yer verilmelidir.
İslam Ansiklopedisi 29. Cilt	Mevlâna Külliyesi	Mevlâna Külliyesinin tarihçesi ve bölümleri ile ilgili bilgiler verilmiştir.	Bilgi aktarımı, deneyim hakimiyet, kültür çevre	Mevlâna Türbesinin geçmişten günümüze olan gelişiminden bahsedilmiştir.
Burçin Arabacıoğlu ve Gamze Karayılanoğlu (2020)	Çağdaş Sanat Müzelerinde İç Mekân Deneyimi Üzerine Nicel Bir Araştırma	Çağdaş sanat müzelerinde iç mekân deneyimini irdelemek amacıyla mekân deneyimi kavramı ve deneyimi etkileyen faktörler incelenmiştir.	Deneyim, estetik değer, tercih, müzecilik, düşünce	Ziyaretçiler müzelerin tasarımının kendileri için önemli olduğunu ifade etmektedir. Ziyaretçiler, müzelerin eğlenceli ve eğitici, hizmet kalitesi yüksek, kolay erişilebilen bir konumda ve uygun fiyatlı olması gerektiğini ifade etmektedir.
Özlem Uslu ve Gamze Yalçın (2020)	Görsel Algı Bağlamında Mekân Tasarım Bileşenlerinin İncelenmesi-Adana Arkeoloji Müzesi	Çalışma alanı Adana Arkeoloji Müzesi ile sınırlandırılmıştır. Seçilen mekân içerisinde görsel algıyı uyaran faktörler eser, mekân ve birey ilişkisi bağlamında değerlendirilmiştir.	İç mekân, görsel algı Mekân Kullanıcı	Bireyin mekân içindeki sirkülasyonu ve ihtiyaçları, mekânın farklı deneyimlere fırsat tanıyan sosyal etkileşimi Mekân-eser-birey ilişkisinin doğru kurulmasını sağlayacaktır.
İbrahim Yılmaz (2011)	Müze Ziyaretçilerinin Hizmet Kalitesi Algılamaları: Göreme Açık Hava Müzesi Örneği	Amaç, müze ziyaretçilerinin müzeden aldıkları hizmet kalitesi ve algıladıkları kalite ölçülmüştür. Araştırma, Kapadokya'da yapılmıştır.	Kalite, hizmet kalitesi Müze, Katılımcı yaşı	Müze'nin hizmet kalitesi bakımından güçlü ve zayıf yönleri ziyaretçiler tarafından ortaya konulmuştur. Bu noktalar arasında çoğunlukla engebeli yürüyüş parkurları, dik yamaçlar vb. bulunmaktadır

(Kaynak: Kişisel arşiv, 2023)

Tablo 4. Müzelerin hizmet kalitesi, müzelerde mekân kalitesi, alanlarıyla ilgili yapılan literatür tablosu (devam)

Gözde Rodop (2014)	Modern Müzelerde Aydınlatmanın Mekânsal Algı Üzerindeki Etkileri	Müzelerde aydınlatmanın mekânın algısı ve müze ve kullanıcı üzerindeki etkileyciliği araştırılmıştır.	Etkileşim, Müzecilik Tarihsel değer	Aydınlatmanın gelişen teknoloji ile birlikte kullanılması müzelerde etkileyici bir algı oluşturarak kullanıcı beğenisine ulaştırılır.
Fatih Bayram ve Mesut Kurulgan (2018)	Müzelerde Algılanan Hizmet Kalitesi Boyutları Anadolu Üniversitesi Eğitim Karikatürleri Müzesi'nde Bir İnceleme	Amaç Müze ziyaretçilerinin hizmet kalitesine yönelik algılarını ölçmektir.	Hizmet kalitesi, Sanat, Müzecilik ve Çevre	Müzelerin ziyaretçi beklentilerine, gereksinimlerine ve algılayış biçimlerine önem verilerek müze hizmetinin geliştirilmesi gerekmektedir.
Ayşe Nevin Sert Sıla Karacaoğlu (2018)	Müzelerdeki Hizmet Kalitesinin Memnuniyet Algısı ve Tavsiye Etme Niyeti Üzerindeki Etkisi: Anadolu Medeniyetleri Müzesi Örneği	Çalışmada müzenin ziyaretçi üzerindeki etkisi araştırılmıştır.	Memnuniyet, Tavsiye, Beğeni, Tarih, Kullanıcı hareketleri	Müzede alınan hizmetin kullanıcı üzerinde olumlu etkileri görülmüştür. Fiziksel, heveslilik, iletişim, empati olmak üzere ölçülmüştür.
Halil Korkmaz (2020)	Troya Müzesi Elektronik Ziyaretçi Yorumlarının Hizmet Özellikleri, Memnuniyet ve Tavsiye Açısından İncelenmesi	Bu çalışmanın amacı müzeyi ziyaret eden kişilerin memnuniyetlerini, özelliklerini, tavsiye özelliklerini ortaya çıkarmaktır.	Kültür Katılımcı yaşı Katılımcı deneyimi	Bu müzede ziyaretçilerin memnun oldukları görülmüştür. Özellikle müze içerisindeki sergileme alanlarının ve eserlerin kullanımına dikkat çekilmiştir. Bu müzede teknolojinin ağırlıklı kullanımı olumlu bir dönüş almıştır.
Özge Özata (2017)	KONYA, Mevlâna Kültür Merkezi Aksı Bölgesel Aydınlatmasının İrdelenmesi	Çalışmada Mevlâna, Mevlâna Kültür merkezinin ve çevresindeki yapıların aydınlatmasını incelenmiştir. Amaç kenti görsel açıdan güzelleştirmek ve aydınlatmayı o kente özgü kılmaktır.	Aydınlatma, Tasarım Işık, Renk, Çevre Kültür, Gelenek	Yapılara bakıldığında girişlerin vurgulandığı yani hissedildiği bir aydınlatma uygulanmıştır. Çatı ve cephe detaylarının görülebildiği sade bir aydınlatma anlayışı ile aydınlatma yapılmalıdır.
Erkan Güneş Yeliz Pekerşen Gürkan Alagöz Kadri Koray Sivrikaya (2019)	Müze Ziyaretçilerinin Hizmet Kalitesine Yönelik Algılamaları Mevlâna Müzesi Örneği	Çalışmada amaç Mevlâna Kültür müzesi ziyaretçilerin hizmet kalitesi algılarının ölçülmesidir.	Müze çevresi Etkileşim Beğeni İstek	Bu müzeye yapılan kalite ölçütleri sonucunda olumlu değerlendirmeler yapılmıştır.
Mehmet Umur (2015)	Turist Rehberlerinin Müze Hizmet Kalitesi Algılamaları Üzerine Bir Araştırma Göreme Açık Hava Müzesi	Göreme Açık Hava Müzesi'nin hizmet kalitesi algılamasını ölçmektir	Eğitim, Güvenilirlik Beğeni, Kültür Katılımcı, Mekanlar	Müze ziyaretçilerinin Hizmetten beklentilerini ve hizmeti algılama düzeyi belirlenmelidir. Ziyaretçi beklentilerini karşılayabilmelidir.
Mete Sezgin Burak Haşiloğlu Emin İnal (2011)	Müze Pazarlamasında Müşteri İlişkileri ve Deneyimleri Üzerine Bir Araştırma	Bu çalışmada müze ziyaretçi davranışları değerlendirilmeye çalışılmıştır. Ziyaretçilerin geliş sıklığı amacı gibi konular ele alınmıştır.	Konfor, Güvenlik Ziyaretçi yaşı, Katılımcı Yerli yabancı ziyaretçi	Ziyaretçilerin, müze içerisindeki fiyatların makul tutulması gerekir. Müzeler ziyaretçilerle bağ kurabilmelidir. Bu bağ müze içerisindeki çeşitli aktivitelerle sağlanmalıdır.

2.4. Bölüm Sonucu

Bu bölümde psiko-sosyal kalite kavramının tanımı, amacı, psiko-sosyal kalite ölçütleri ve insanın mekân içerisindeki davranış kuramları incelenmiştir. Psiko-sosyal kalitenin mekânda önemi vurgulanmıştır. Davranışlar psikolojik sebeplerdir. İnsan gereksinimlerine bakılarak mekân yeniden düzenlenip geliştirilebilir. Yaşam ve mekân kalitesinin artırılması için psiko-sosyal kalite önemlidir. Tablo 2’de görüldüğü gibi psiko-sosyal gereksinimler, Günel’in (2006) çalışmasında kullandığı ve literatürden seçtiği sıfatlar ile bütünleştirilerek sosyal ilişkiler, güvenlik, etkinlik, huzur, güzellik, prestij ve rahatlık olarak tespit edilmiştir. Genel olarak bakıldığında mekân ve kullanıcı sürekli iletişim ve etkileşim halindedir. Bireyler belirli bir deneyim ve bu deneyimlerin kendilerinde bıraktıkları düşünceler ile mekanları algırlar. Beğeni, düşünce, beklenti, kültür, toplumsal ve fiziksel öğeler mekânı algılamaya etki etmektedir. Her bireyin mekânı algılaması ve bunun sonucunda bireyde oluşturduğu his, duygu, düşünce, tepki farklıdır. Mekân ile ilgili tanımlama yapabilmek için mekânın işlevsellik özelliği önem kazanmaktadır. Bireyler algıladıkları mekânla ilgili olumlu veya olumsuz tepkiler verirler. Mekânın verdiği his ve duygular arttıkça, mekâna yönelik psiko-sosyal kalite artmış olacaktır. Şekil 3’deki mekân duyum aşaması, kullanıcı mekân arasındaki sürecin iletişim sürecini özetlemektedir. İnsanların mekanlar üzerindeki istekleri, tercihleri, düşüncelerinden oluşan psiko-sosyal kalite ölçütleri ve müze yapılarında kullanıcı ziyaretleri sonrasında ki düşüncelerini, isteklerini, tercihlerini anlamak üzere literatür çalışması yapılmıştır. Tablo 3’ te psiko-sosyal kaliteyi konu alan çeşitli araştırmalar ve çalışmalar araştırılmıştır. Tablo 4’te müzelerin hizmet kalitesi, müzelerde mekân kalitesi ile ilgili yapılan literatür çalışması yer almaktadır.

3. ALAN ÇALIŞMASI: MEVLÂNA MÜZESİ'NİN PSİKO-SOSYAL KALİTE BAĞLAMINDA İNCELENMESİ

3.1. Mevlâna Müzesi

Müzeler değeri olan eserleri bir arada toplamaktadır. Halka açık, sanat eserleri sergilenmektedir. Taştan'a (2022) göre, ilk müzenin M.Ö. 300'lü yıllarda, İskenderiye'de I. Ptolemaios (M.Ö. 323-289) tarafından kurulmuştur. İlk müze 1683 yılında Oxford Üniversitesinde kurulmuştur. Şekil 6'da İngiltere'de bulunan Ashmolean Müzesi gösterilmiştir. Kandemir ve Uçar'a (2015) göre müze toplum tarafından algılanmış ve değişimin farkına varılmıştır. Gelişen ve değişen hayat şartları, bireylerin yaşam biçimi, bireylerin duygu ve düşünceleri göz önünde bulundurularak müze alanları için yeni tasarımların yapılması gerekmektedir.



Şekil 6. Ashmolean Müzesi, Londra, İngiltere, 1683

(Kaynak: (www.architectsjournal.co.uk))

Müzeler kültürel değeri olan buluntulardan, eserlerden oluşmuş yapıların, nesnelerin sergilendiği mekanlardır. Geçmiş insanlığa ait bulguları çeşitli yöntemler ile koruyarak incelemek, değerlendirmek ve toplumu bilgilendirmek amacıyla idare edilen kuruluşlardır. Arıkboğa ve Akar'a (2021) göre müzeler, gelen talepleri karşılayabilmek için yeniden yapılanarak bünyelerine birçok işlev eklemek zorundadır. Müzeler var olan nesneleri depolama, koruma ve sergileme işlevlerine ziyaretçilerin beklenti ve algıları ile memnuniyet düzeylerini ölçme faaliyetleri de eklenmelidir.

Okan (2015) müzenin en önemli işlevlerinden birinin eğitim olduğunu savunmaktadır. Müzelerin sadece eserlerin depolandığı veya sergilendiği mekânlar değil toplumu eğiten, bilgilendiren kurumlar olduğunu belirtmiştir. Müzeler ne kadar çok işlevsel olursa o kadar çok ziyaretçi çekerler ve bu sayede müze ile ziyaretçi arasındaki iletişim hep devam etmektedir. Müzelerde bulunan eserler toplumun kültürel değerlerini de içermektedir.

Okan 'a (2015) göre müzelerin temel işlevlerini yerine getirmeleri açısından en önemli ilke bilgiye erişim olanağı sağlamaktır. Müzeler içinde bulunan eserlerle ilgili bilgiyi ziyaretçilerle, araştırmacılarla olduğu kadar sergileyip ve paylaşmak zorundadır.

Ayaokur (2014) müzelerin kültürel miras kurumu olarak toplumsal amaçlarını gerçekleştiren, çağdaş müzecilik anlayışıyla birlikte hizmetlerini yeniden gözden geçirerek koleksiyonları saklama ve koruma anlayışından, bu koleksiyonları toplumun ilerlemesi için kullanma anlayışına doğru hareket etmesi gerektiğini belirtmiştir. Müzecilik sektörü ilerledikçe, eserlerin sergilenmesi de yenilenip değiştirilmelidir. Ayaokur 'a (2014) göre müzeler toplumun hizmetinde olan ve işlevlerden oluşan kurumlardır. Toplumsal dönüşümle şekillenen yeni müzecilik anlayışı ile ortaya çıkan görüşlerin temel olarak müzenin 4 işlevi üzerine odaklandığını belirtmektedir. 'Müzeler iç hizmetler yönetmeliği Ek 3'te gösterilmiştir.'

- Toplama İşlevi
- Koruma İşlevi
- Araştırma İşlevi
- İletişim İşlevi'dir (Ayaokur, 2014).

3.1.1. Mevlâna Müzesi Tarihçesi

Mevlâna Türbesi Konya'da bulunmaktadır. Karpuz (2004) Mevlevî Dergâhı Konya Âsâr-ı Atîka Müzesi adıyla 2 Mart 1927'de törenle hizmete açıldığını tanımlamıştır. Mevlâna'nın dergâhı olarak bilinen yapıdır. Yazar (2015) günümüzde Mevlâna Müzesi olarak kullanılan alanın, Selçuklu Sarayının Gül Bahçesi olduğunu belirtmiştir. Çıpan ve Bakırcı'ya (2012) göre Gül Bahçesi Alaeddin Keykubat tarafından Hz. Mevlâna'nın babasına hediye edilmiştir. Hz. Mevlâna'nın babası Sultan Veled, Gül Bahçesine yapılan ilk defindir. Mevlâna 17 Aralık 1273 yılında vefat etmiştir. Mevlâna'nın ölümünden sonra

oğlu Sultan Veled'in onayı alınarak Kubbe-i Hadrâ (Yeşil Kubbe) yaptırılmıştır. Daha sonra dergâh haline getirilmiştir. Özdemir'e (2022) göre Mevlâna Müzesinin amacı insanları hoşgörüye, ahlaka, doğruluğa ve mevleviliğe yakınlaştırmaktır. Müze zaman içerisinde bölümlere ayrılmış ve yenilenmiştir. Dervişân Kapısının müze olarak açıldığı ilk gün Şekil 7'de gösterilmiştir. Müze içerisinde Mevlâna'ya ait iki önemli eser yer almaktadır. Bunlar Divân-ı Kebir ve Mesnevî adlı eserleridir. Bu eserler birçok dilde çevrilmiştir.



Şekil 7. Dervişân kapısı müze olarak açılışın yapıldığı gün

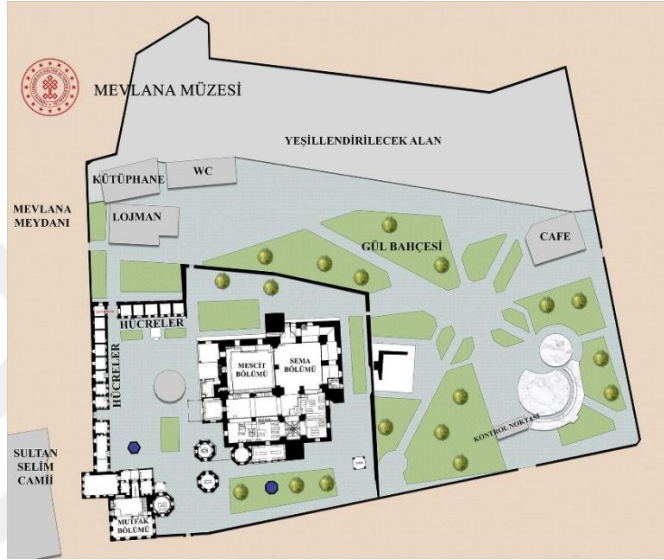
(Kaynak: Bakırcı, 2007)

Bakırcı (2007) Konya Mevlâna Müzesi 1925 yılında tekke ve zaviyelerin kapatıldığı tarihe kadar mevleviliğin merkezi haline geldiğini, daha sonra türbe düzenlenip 1927 yılında da müze olarak hizmete açıldığını söylemektedir. Yarar (2007) müze alanı düzenlenen bölüm ve bahçesi ile birlikte 18.000 m² alana ulaşıldığını söylemektedir. Müzenin konumu Şekil 8'de gösterilmiştir.

3.1.2. Mevlâna Müzesinin Mimarisi

Bakırcı (2007) Mevlâna'nın türbesi dört kalın sütun (fil ayağı) üzerine yapıldığını, 3 yan kısmı açık ve çinilerle süslenmiş olduğunu belirtmiştir. Bakırcı'ya (2007) göre 2022'ye kadar geçen sürede kubbenin iç kısmı büyük tadilat görmemiş olup, müzede bulunan

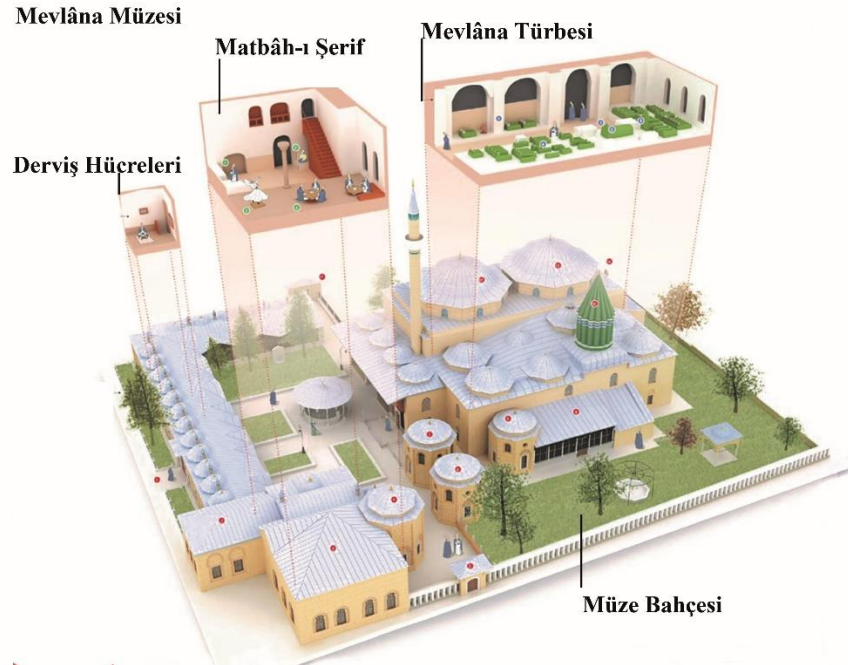
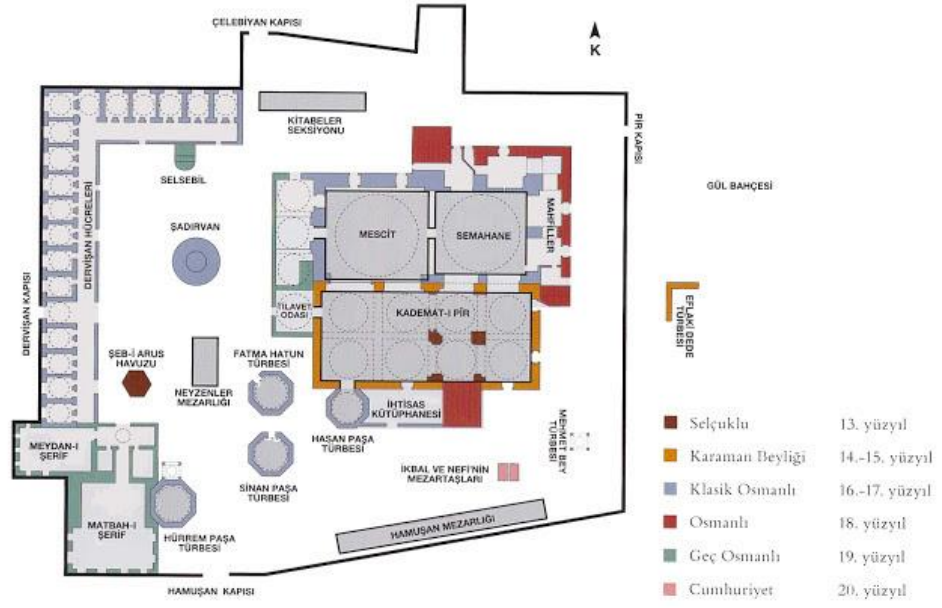
diğer bölümler zaman ile değışikliğı uğramıştır. Özsavaşçı ve Özçelik (2009) türbenin, Yeşil Türbe (Kubbe-i Harda) diye anılmasının sebebi, yeşil çinilerle kaplı, dilimli ve külahlı gövdesi bulunduğunu ifade etmektedir. Sanduka, yüksekliğı 2.91m uzunluğunda, 1.15m genişliğindedir. Süslemeleri altın suyu ile kaplıdır. 1954 yılında ise müze yeniden düzenlenmiş ve Mevlâna Müzesi olarak değıştirilmiştir (Kültür ve Turizm Bakanlığı). Müze içerisinde halı, kumaş, sandukalar, temsili maketler kıyafetler, kitaplar, musiki aletler bulunmaktadır.



Şekil 8. Mevlâna Müzesi konumu

(Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı)

Bakırcı (2007) Mevlâna Müzesinin inşaatı sırasında yapının sağlam olması ve içeriye böcek, karınca vb. girmemesi için malzemelerin içine yumurta akı kullanıldığından bahsetmiştir. Müze içerisinde sergilenen eserlerin zarar görmemesi için düzenekler yapılmıştır. Şekil 9’da görüldüğü gibi müze bahçesinde farklı kişilere ve dönemlere ait türbelerde bulunmaktadır. Hürrem Paşa, Sinan Paşa, Hasan Paşa, Fatma Hatun, Mehmet Bey ile Eflaki Dede’nin türbeleri yer almaktadır. Mevlâna Müzesinin yanında Sultan Selim Camii bulunmaktadır. Müzede bulunan Dervîşân kapısı Sultan Selim Cami’ye açılmaktadır. 2007 yılında Mevlâna Müzesi UNESCO tarafından, Dünya Mevlâna Yılı ilan edilmiştir. Mevlâna, çeşitli etkinlikler ile anılmaktadır. Aynı zamanda müzeyi birçok yabancı turiste ziyaret etmektedir.



Müze içerisindeki bu yapılar;

- | | |
|---------------------------|-----------------------------|
| • Dış Kapılar | Derviş Hücreleri |
| • Türbe Girişi | Şadırvan |
| • Tilavet Odası | Şeb-i Arûs Havuzu |
| • Kıbâbu'l-Aktâb | Selsebil |
| • Huzûr-ı Pîr | İhtisas Kütüphanesi |
| • Hz. Mevlâna'nın Türbesi | Çelebi Konağı |
| • Semâhâne | Valideler Mezarlığı |
| • Mescid | Neyzenler Mezarlığı |
| • Matbah-ı Şerif | Bahçe İçerisindeki Türbeler |
| • Meydan- Şerif | |

Müze şehrin merkezinde bulunup ulaşım rahatlıkla sağlanabilmektedir. Mevlâna Müzesi mimarisi, iç dekoru, içerisinde bulunan önemli eserler ve değerli eşyalar ile dikkat çekmektedir. Yerli ve yabancı birçok turist tarafından ziyaret edilmektedir. Sesli rehber sistemi kullanarak, müze içerisindeki eserler hakkında bilgi edinmek mümkündür. Müzeye giriş Gül Bahçesinden yapılmaktadır. Müzeye girince büyük bir avlu karşılamaktadır. Mevlâna Müzesinde, Mevlâna'nın yakınlarının ve neyzenlerin kabirleri bulunmaktadır. Müzede dört adet dış kapı bulunmaktadır. Döneminin önemli kişileri tarafından müze içerisine altı adet türbe daha eklenmiştir. Zaman içerisinde müzeye yeni hücreler inşa edilmiştir. Dervişlerin yaşadığı, yetiştiği ve eğitimlerini aldıkları bölümler bulunmaktadır. 7-17 Aralık, Şeb-i Arus haftası olarak bilinmektedir. Mevlâna Müzesi İslam kültüründe önemli yere sahiptir. Girişleri ücretsiz olup, haftanın her günü hizmet vermektedir.

Dış Kapılar

- **Dervîşân Kapısı**

Mevlâna Müzesi'nin batı yönündeki meydana açılan giriş kapısıdır. Dervişlerin kullandığı kapı olduğu için Dervîşân Kapısı adını almıştır (Yarar, 2015). Dervîşân kapısı günümüzde ziyaretçilerin kullandığı kapılardır. Çıpan ve Bakırcı (2012) kapı söveleri ve kemerleri mermerden yapıldığını, çift kanatlı olup ahşap kapı olduğunu, kapının her iki kanadında da bronz kapı tokmağı olduğunu tanımlamışlardır. Şekil 11'de görülen kapının üzerine Sultan II. Mahmut'un tuğrası konulmuştur. Bu kapıdan geçtikten sonra ön bahçeye ulaşılmaktadır. Ayrıca bu kapı Mevlâna meydanı ile birleşmektedir. Dervîşân kapısı dergâhtaki sohbetlere katılmak isteyenlerin girdiği kapıdır ve akşam ezanından sonra kapatılmaktadır. Bu kapıdan içeri girenler gerçek dünyadan ayrılıp, ebedi mutluluğa doğru yönelmelidir. Çıpan'a (2022) göre nefsi arındırmak ve manevi huzuru sağlamak için girilecek kapı Mevlâna dergâhıdır.

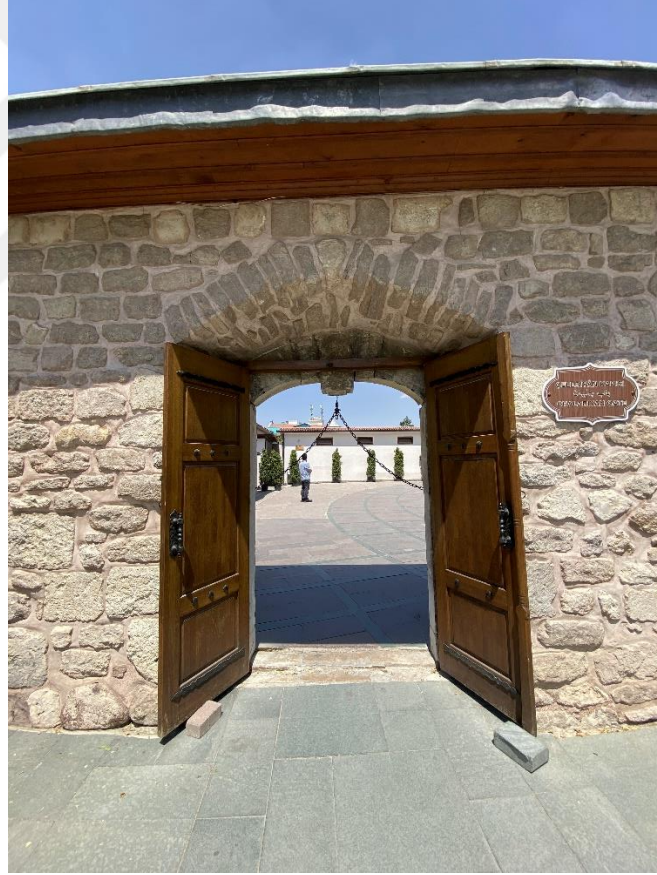


Şekil 11. Dervîşân Kapısı

(Kaynak: Kişisel arşiv, 2023)

- **Çelebiyân Kapısı**

Dergâhın kuzey kapısıdır. Kapının dışında kalan bölümde geçmişte Çelebi ailesine mensup kişilerin olduğu mahalleye açıldığı için bu ismi almıştır. Bu kapının üzerinde bulunan tuğra II. Mahmud'a aittir. Bu kapının kemer ve sövelerinde kancalar mevcuttur. Bu kapı açık olduğunda kancalar yardımı ile üçgen şeklinde zincir asılmaktadır. Şekil 12'de görüldüğü gibi asılan enaniyet zinciri sayesinde ziyaretçiler buradan eğilerek geçmektedir. Ziyaretçilerin eğilerek Mevlâna'ya saygı gösterilmesi için yapılmıştır. Benlik duygusunu düşünmeden ibadet yapılması gerektiğini hatırlatmaktadır. İnsanlar içlerinde bulunan hırs, öfke, nefret ve kibir duygusundan ayrılmalıdır.



Şekil 12. Çelebiyân Kapısı

(Kaynak: Kişisel arşiv, 2023)

- **Hâmûşân Kapısı**

Dergâhın güney kapısıdır. Hamuşan kelimesinin “susmuşlar” anlamına gelmektedir. Kapının söveleri mermerdir. Bu kapının üzerinde bulunan tuğra ise II.Abdülhamid’e aittir. Çıpan (2022) bu dergâhta yaşayan, dergâha hizmet veren kişiler vefat ettiklerinde mutfakta cenazeleri yıkandığını ve bu kapıdan uğurlandığını söylemektedir. Bu kapıda ismini buradan almaktadır. Şekil 13’te görülen kapı Üçler Mezarlığına açılmaktadır. Ölümün her daim var olduğunu göstermektedir.



Şekil 13. Hâmûşân Kapısı

(Kaynak: Kişisel arşiv, 2023)

- **Küstâhân Kapısı**

Dergâhın kuzey-doğu bölümünde yer almaktadır. Gül bahçesine açılmaktadır. Şekil 14'teki kapı Veled Çelebi tarafından yaptırılmıştır. Kapının kemer ve söveleri mermerdir. Üzeri sıva ile örtülü bu kapı 1991 yılında yapılan düzenleme sonucunda açılmıştır. Bu dergâhta mevlevilikte ilerlemek isteyen kişilerin kurallara ve usullerle uymayan, uyarılar sonucunda sonucun da hatalara devam edenler bu kapıdan uzaklaştırılırdı. Bu sebeple ismini almıştır. Mevlâna 'Gönül istemezse kulak duymuş neylesin, kalp sevdikçe el dokumuş neylesin' bu sözüyle mevlevilikte ilerlemek istemeyenlerin zorla veya baskı yapmadan hoşgörü ve saygı ile kimseyi kırmadan incitmeden ayrılabilceğini göstermiştir.



Şekil 14. Küstâhân Kapısı

(Kaynak: Kişisel arşiv, 2023)

- **Türbe Girişi**

Tilavet odasına geçişi sağlayan kapılardan biridir. Kapının kenarları ve çevresi mermer ile çevrilmiştir. Kapı kemer ve söveleri mermer, kanatları ise ahşaptan oluşmaktadır. Kapı üzerinde ve çevresinde çevrili mermerde geometrik motifler bulunmaktadır. Kapının üzerinde II. Mahmud'un tuğrası yer almaktadır. Altın varakla yazılmış "Yâ Hazret-i Mevlâna" yazısı bulunmaktadır. Günümüzde mermer şebeke içerisinde ziyaretçilerin içeriye girebilmesi için temiz galoşların bulunduğu kutular bulunmaktadır. Çıpan (2022) bu eşiği doğruların eşiği olarak tanımlamıştır.



Şekil 15. Türbe girişi

(Kaynak: Kişisel arşiv, 2023)

- **Tilavet Odası**

Mevlâna dergahının açık olduğu dönemlerde bu bölümde Kur'ân-ı Kerîm okunulmaktadır. Tilavet ismini de buradan almaktadır.4 kenarında da mermer kemerden oluşmaktadır. Tilavet odasında Osmanlı dönemine ait hattat levhaları bulunmaktadır. Bu levhalar üzerinde ahlak ve ibadetlerle ilgili yazılar yer almaktadır. Bu odadan türbeye geçişi sağlayan gümüş kapı bulunmaktadır. 1599 yılında Hasan Paşa tarafından yapılmıştır. Kapı iki kanatlı yapılmış olup üzeri gümüşle kaplanmıştır. Gümüş kapı üzerinde, kapının sağ ve sol kenarında levhalar bulunmaktadır. Kapının mermer kemerleri üzerinde motif bulunmaktadır. Zafer (2015) Şekil 16'da bulunan giriş kapısı üzerindeki levhada 'Burası aşıklar Kâbe'sidir, buraya noksan gelen tamamlanır' olarak açıklamaktadır. Mevlâna, insanların maneviyata olan yolculuğunda iyilik, hoşgörü ve güzellik ile bilinçlenmesini istemektedir.

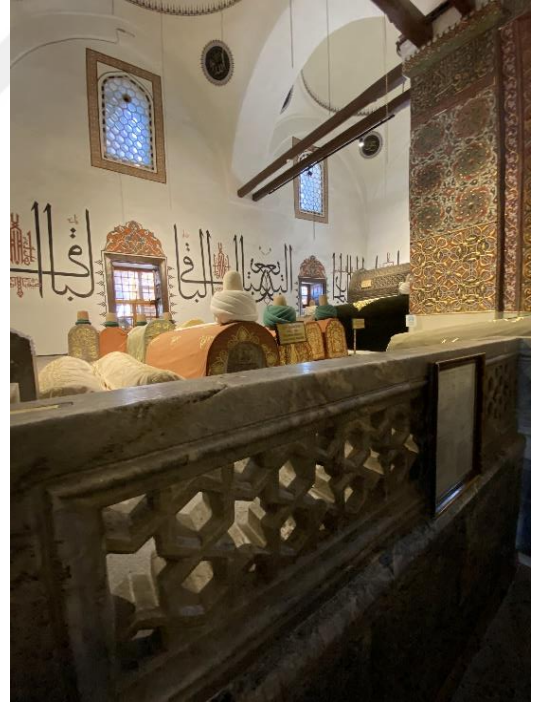


Şekil 16. Tilavet Odası

(Kaynak: Kişisel arşiv, 2023)

- **Kıbâbu'l-Aktâb**

Ayetler ile içeri davet edildikten sonra Mevlâna'nın sandukasının güneyinde yer alan. Kıbâbu'l-Aktâb bölümü bulunmaktadır. Çıpan'a (2022) göre kutupların kubbesi anlamına gelmektedir. Gümüş (2016) yerden 70 cm yükseklikte üzerinde sandukalar yer almaktadır. Diğer bölümlerden demir parmaklıklar ile ayrılmıştır. Üzeri kubbe ile örtülmüştür. Gümüş'e (2016) göre Kıbâbu'l-Aktâb'ın duvarları yazı ve motifler ile süslenmiş, kubbe etekleri salbek motifleri ile süslenmiştir. Bu bölümde 63 adet sanduka vardır. II. Bayezid döneminde kalem işi süslemeler yaptırılmış daha sonra restorasyon ile yenilenmiştir. Bu bölümdeki sandukalarda Mevlâna'nın ailesine mensup kişilere aittir. Bu bölümde 4 adet pencere bulunmaktadır. Şekil 17'de görülen pencerenin alt ve üst kısımlarında, kûfi hattı ile Esmâü'l Hüsnadan isimler yazılmıştır. Bu isimlerde Allah'a olan saygı ve sevgi görülmektedir.

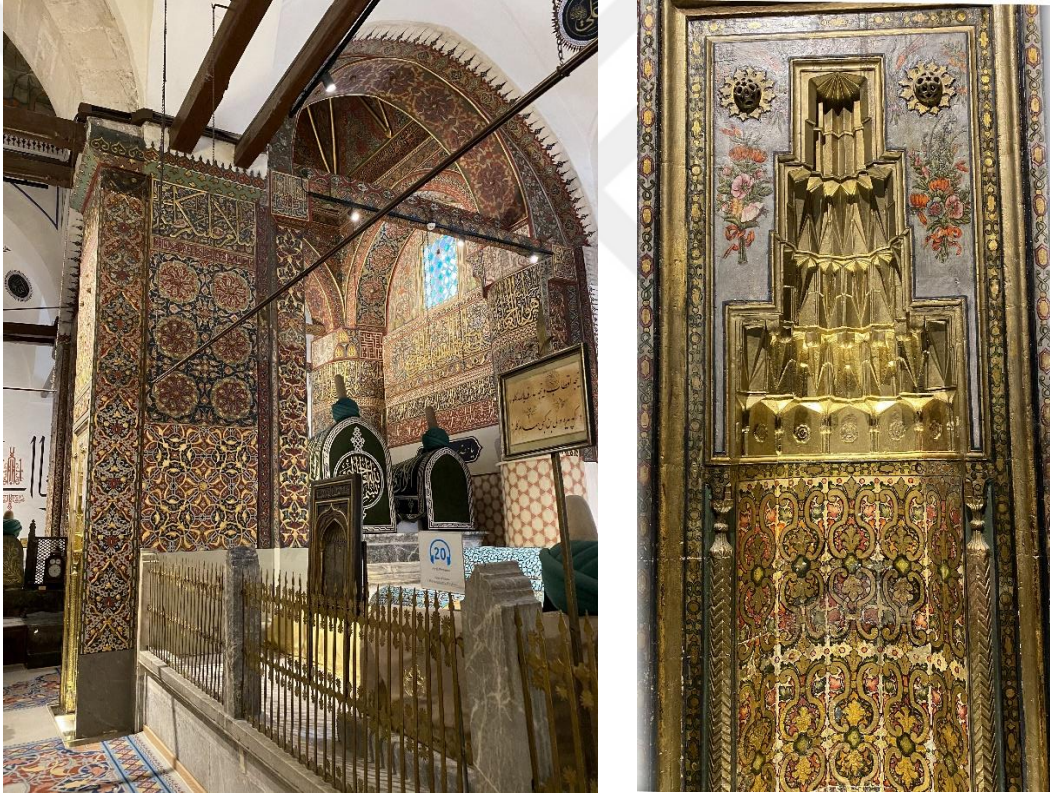


Şekil 17. Kıbâbu'l-Aktâb

(Kaynak: Kişisel arşiv, 2023)

- **Huzûr-ı Pîr**

Gümüş kapıdan itibaren girdiğimiz dikdörtgen alana denir. Hz. Mevlâna'nın türbesine kadar uzanmaktadır. Bu bölümde Mevlâna'nın ailesi ve Mevlevi büyüklerinin sandukaları bulunmaktadır. Burada sergilenen bölümler arasında deve kuşu yumurtaları ve gümüş kandiller ilgi çekmektedir. Alanın üzerini örten kubbelerde Allah ve Hz. Muhammed'in yazılı olduğu süslemeler mevcuttur. Buradan Hz. Mevlâna'nın sandukasının bulunduğu bölüme ilerlerken mihrap bulunmaktadır. Şekil 18'de bulunan Mihrap alınlığına Âl-i İmrân sûresinin 97. âyet-i "Oraya giren emniyette olur" ayeti yazılmıştır.



Şekil 18. Huzûr-ı Pîr

(Kaynak: Kişisel arşiv, 2023)

- **Hız. Mevlâna'nın Türbesi**

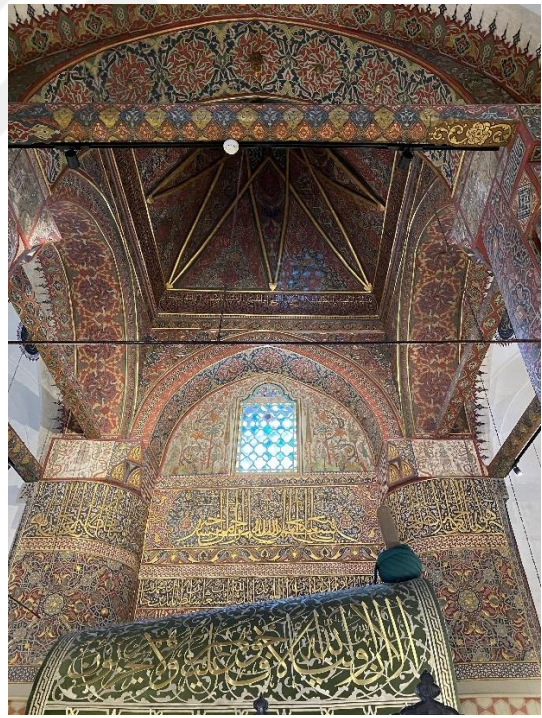
Karamağaralı (1965) Mevlâna'nın vefat etmesi üzerine oğlu Sultan Veled'den onay alınarak Tebrizli Mimar Bedreddin'e yaptırdığını belirlemiştir. Kaynaklara göre türbenin inşaatı 1274 yılında tamamlanmıştır Türbenin üç tarafı açıktır. Gövde, külâh ve mezardan oluşmaktadır. Üst örtüsü dilimlere sahiptir. Türbenin iç kısmı çinilerle kaplanmıştır. Bakırcı (2014) türbenin Karamanoğlu Alâaddin Bey tarafından yaptırılan on altı dilimli gövdesi ve külâhı, dışı turkuaz renkli çinilerle kaplandığı için “Kubbe-i Hadrâ” (Yeşil Kubbe) olduğunu belirtmektedir. Türbe içerisinde bulunan sikke motifi altın ile kaplanmıştır. Mevlâna ve oğlunun sandukalarında altın ve gümüş işlemesi olan pûşîde örtülüdür. Sandukanın üzerindeki örtüde geometrik ve bitkisel motifler yer almaktadır. Gümüş (2016) türbenin duvarı, sütunları, kemerleri ve yıldız tonozlu üst örtüsü içten rûmî, hatâyî, hendesî ve hattî unsurların malakârî tarzında alçı kabartma üzerine kırmızı, yeşil, mavi ve altın yaldızlı kalem işiyle uygulandığı cennet temalı süslemelerle tezyin edildiğini belirtmiştir.



Şekil 19. Hz. Mevlâna'nın Türbesi

(Kaynak: Kişisel arşiv, 2023)

Mevlâna'nın sandukası 2.91m uzunluğunda, 1,15 m genişliğindedir. Ceviz ağacından yapılmış ve kemerlidir. 4 tarafı pervazlarla çevrilidir. Sandukanın hava alması için kafes oyma işlenmiştir. Sandukanın yan cephelerinde şekillerle mevcut bordürler bulunmaktadır. Türbenin zaman içerisinde yenilenen çinileri en son 1964 yılında Kütahya'dan getirilen çinilerle değiştirilmiştir. Çıpan ve Bakırcı (2012) türbenin duvarı, sütunları, kemerleri ve yıldız tonozlu üst örtüsü alçı kabartma üzerine kırmızı, yeşil, mavi ve altın yaldızlı kalem işiyle uygulandığını belirtmişlerdir. Hz. Mevlâna insanların kâinatın ruhu olduğunu düşünmektedir. Varoluşun sırrını maneviyat ile bütünleştirmiştir. Şekil 20'de türbede bulunan hat sanatı ruhu, sabrı, güzelliği ve gönülleri huzur ile doldurmaktadır. Çıpan (2022) kubbede yukardan aşağı doğru inen ayetlerde Allah'ın isimleri ve Mevlâna'nın pûşîdesinde Hz. Muhammed'in 26 isminin yazılı olduğunu ifade etmektedir. Çıpan'a (2022) göre pûşîde sadece bir örtü değil, hürmet, saygı ve sanatkarlık barındıran bir eserdir.

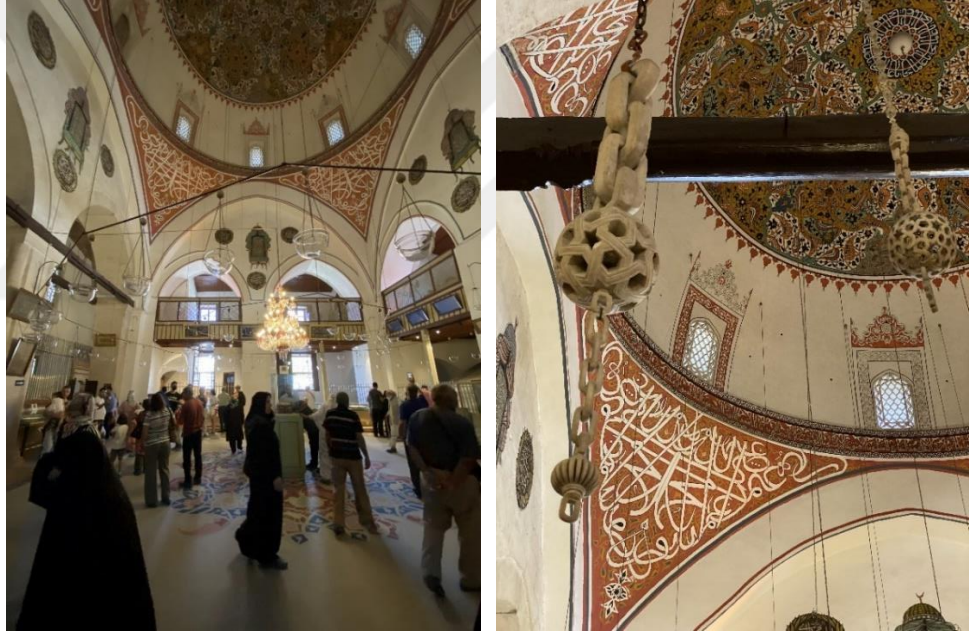


Şekil 20. Hz. Mevlâna'nın Türbesi

(Kaynak: Kişisel arşiv, 2023)

- **Semâhâne**

Sema yapılan bölümdür. 17,50 m x 17,50 m ölçülerinde kare planlı bölümdür. II. Selim tarafından yaptırılmış, Kanuni Sultan Süleyman döneminde başlanılmıştır. Mescid bölümünün doğusunda yer almaktadır. Hz. Mevlâna'nın türbesi ile bağımlıdır. Üzeri geniş ve ferah bir kubbeyle örtülüdür. Geniş bir mekâna sahiptir. Bu bölüme post kubbesinin altından geçilmektedir. Yazar (2015) post kubbesi türbe ile semahane arasındaki geçişi sağlayan kristal avizenin asılı olduğu mukarnas kubbeyle söylemektedir. Semahâne ve mescidin kubbe ve duvarlarında yer alan pencereler iç kısma aydınlık, ferah bir görünüm kazandırır. Yazar (2015) Semahâne kubbesinde rumi ve geometrik motifler söylemektedir. Semahâne etrafında ikişer kemerler bulunmaktadır. 8 adet pencere yer almaktadır.



Şekil 21. Semâhâne

(Kaynak: Kişisel arşiv, 2023)

Duvarlarında Mevlevi büyüklerinin isimlerinin olduğu madalyonlarla çevrilidir. Türbeye oranla daha az süslemeye sahiptir. Bu bölümde cam vitrinler bulunmaktadır. Bu vitrinler içerisinde Hz. Mevlâna'ya ait kıyafetler, Sultan Velede ait gömlek ile musiki aletleri sergilenmektedir Kuran-ı Kerimler ve Mevlâna'nın eserlerini görebilmek mümkündür. Semahanenin kuzeyinde mescide geçişi sağlayan küçük bir kapı mevcuttur. Özcan'a

(2019) göre semâ dönme hareketleri gidiş ve gelişi temsil etmektedir. Bu dönme fikrinden hareketle hem mekanda yükselme hemde manevi anlamda yükselme gerçekleşmiş olmaktadır. Özcan'a (2019) göre semâ yapılırken dervişlerin zemine vurması kıyamet gününü ve sırat köprüsünü simgelemektedir. İbadet etmeyi ve ahireti hatırlatmaktadır. Allah'a olan saygınlığı simgelemektedir. Semâ yapmak birlik ve beraberliği temsil eder. İnsanların birlikte dayanışma içinde hareket ederek bütünlüğün sağlanabildiğinin sembolüdür.

- **Mescid**

Semahanenin batı bölümünde bulunmaktadır. 11,60 m x 13,30 m boyutlarında bir alana sahiptir. II. Selim tarafından yaptırılmıştır. Bu bölümden Semahaneye geçiş mevcuttur. Küçük bir kapı ile sağlanılmıştır. Bakırcı (2007) giriş kapısı iki kanatlı ve cevizden yapıldığını ve mescidin zemini semahaneye göre 35 cm. yükseldiğini belirlemiştir. Üzeri yüksek ve ferah bir kubbeyle örtülmüştür.



Şekil 22. Mescid

(Kaynak: Kişisel arşiv, 2023)

Karpuz (2004) Mescidin kubbesinde pencere ve kalem işi süslemeler olduğunu ve kubbe eteğinde ayrıca kırmızı, beyaz kûfî hatlı bordür, pencere kenarlarında ve tepeliklerinde bitkisel motifler yer aldığını belirtmiştir. Güney tarafına mermer mihrap yerleştirilmiştir. Mescid içerisinde 3 adet kapı bulunmaktadır. İlk kapı son cemaat mahallinin girişinde yer almaktadır. İkinci kapı semahane ve mescid arasında bulunmaktadır. Üçüncü kapı ise mescid ile huzur-ı Pir arasındadır. Bu mescid de namaz kılınabilmektedir.

- **Matbah-ı Şerif (Mutfak)**

Mutfak iki tanedir. Çelebi Konağının arkasındadır. Yapılan restorasyon sonucunda İhtisas Kütüphanesi olarak belirlenmiştir. Asıl mutfak III. Murad tarafından iki katlı yaptırılmıştır. Meydân-ı Şerif ile aralarında birkaç oda vardır. Bodrumunda kiler ve basık iki adet kemerleri mevcuttur. Mutfak, dervişlerin ve misafirlerin yemeklerinin pişirildiği bölümdür. Derviş olmayı kabul edenlerin eğitimine ilk önce mutfak bölümünden başlanılmaktadır. Bu bölümde sadece yemek yapılmamaktadır. Akyurt (1930) dervişlerin mevleviliğe başlangıcının, aynı zamanda derviş cenazelerinin yıkandığı alan olduğunu ifade etmiştir. Dervişlerin çile süresi 1001 gündür. Bu süre içerisinde dervişlere 18 çeşit mutfak hizmeti yaptırılmaktadır. Mutfağın işleyişinden sorumlu kazancı dede vardır. Çıpan (2022) mutfakta bulunan pazarcı dedenin, pazara gittiğinde yakasındaki özel maşasından bilindiğini ve Dervişten geldiği anlaşılan Dede 'ye en iyi ürünün uygun bir şekilde verildiğini söylemektedir. Burada mevleviliğin ince düşünceliliği ortaya çıkmaktadır. İnsanın yaşadığı ortamı güzelleştirmesi ve anlamlaştırması kendi elindedir. Yaşamın bilincine vararak hareket edilmelidir. Şekil 23'te mutfakta yapılan düzenleme ile mankenlerle sergileme yapılmıştır. Geçmişten kalan mutfak eşyaları 2022'de sergilenmektedir.



Şekil 23. Mutfak

(Kaynak: Kişisel arşiv, 2023)

- **Meydân-ı Şerif**

Meydan-ı Şerif odası Müdür Odası ile Derviş hücrelerinin kesiştiği köşede bulunan bölümdür. Günümüzde müdür odası olarak kullanılan bölümdür. Çıpan ve Bakırcı (2012) Meydân-ı Şerifin dörtgen planlı, ferah, geniş ve çift kanatlı ahşap kapılı bir salon olduğu belirtmişlerdir. Meydan-ı Şerifte idari meseleler görüşülürdü. Bu odaya sabah namazından sonra girilmekteydi. Dervişlerin bir araya geldikleri ve kahve içtikleri odadır. Meydan-ı Şerifte 3 adet post bulunmaktadır. Bu postlar sırası ile Şeyh, Kazancı Dede ve Meydancı Dedeye aittir. Çıpan ve Bakırcı (2012) 1867 yılında üst katı Sikke hane olan kısım yıkılmış ve günümüzde bulunan tek katlı Meydanı Şerif odası yapıldığını söylemektedirler. 2022’de önemli misafirlerin ağırlandığı ve görüşmelerinin yapıldığı oda olarak kullanılmaktadır.



Şekil 24. Meydân-ı Şerif

(Kaynak: Kişisel arşiv, 2023)

Müze Bahçesindeki Bölümler

- **Derviş Hücreleri**

Küçük odalardan oluşan bu mekanlar dede unvanını alan kişilere verilirdi. Bu hücreleri III. Murad yaptırmıştır. Yazar (2015) hücrelerin toplam sayısı 18 olduğunu ve bu rakam mevlevilikte önemli, saygın ve sembolik bir sayı olarak kabul edildiğine yer vermiştir. Tarikat Allah’a ulaşmak için yol anlamına gelmektedir. Allaha ulaşmanın farklı yolları vardır. mevlevilikte bu yolda yürüyen kişilere derviş denilmektedir. Dervişlik insan içinde bulunan inanç duygusunu ortaya çıkartıp, insanda var olan kibir, gurur gibi duygulardan arınmaktır. Allah’a olan inanç ve sevgiyi kendi içlerinde aramaktadırlar. Bu yolculuğu tamamlayan kişiler hücre adı verilen odalarda kalmışlardır.



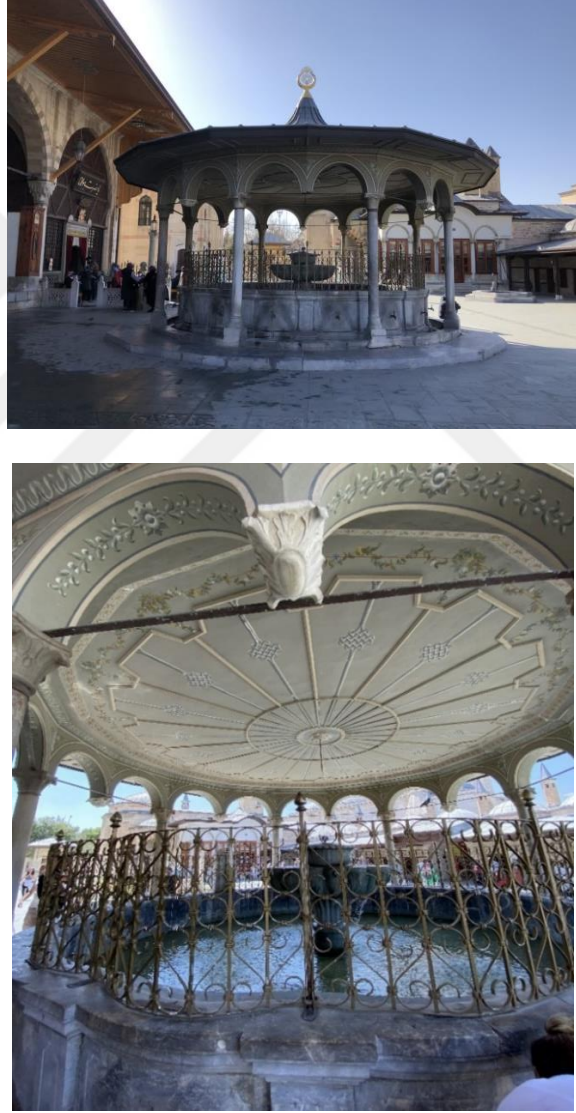
Şekil 25. Derviş Hücreleri

(Kaynak: Kişisel arşiv, 2023)

Şekil 25’te görüldüğü gibi her bir hücre avluya açılmaktadır. Hücrelerde şömine ve eşyalarını koyabilmeleri için nişler bulunmaktadır. Hücrelerin 4 tanesi 2022’de bilet ve idarî oda olarak kullanılmaktadır. 2011 yılında tekrar düzenlenmiştir.

- **Şadırvan**

Osmanlı padişahı Yavuz Sultan Selim tarafından 1517 yılında yaptırılmıştır. Sonraki devirlerde iki defa onarım gören 16 dilimden oluşan bu şadırvanın her bir diliminde birer musluk yer almaktadır. Batıdaki avluda bulunmaktadır. Yazar (2015) şadırvanın ortasındaki yekpâre mermer havuz belirtmektedir. Yetik'e (1992) göre bir düzenin oluşabilmesi için bireyin topluma katılması ve toplum yararına katkılarda bulunması gerekir. Şadırvanın ortasında bulunan yekpare mermer, toplum ile bütünleşerek dünyaya faydayı simgelemektedir.



Şekil 26. Şadırvan

(Kaynak: Kişisel arşiv, 2023)

- **Şeb-i Arûs Havuzu**

Havuz Derviş Hücrelerinin ön kısmında bulunmaktadır. Mermerden altı köşeli olarak yapılmıştır. Bakırcı (2007) suyun aktığı mermer kısım ejder biçiminde yaptırıldığını ve iç içe iki çerçeveden meydana geldiğini tanımlamaktadır. Yazar (2015) Mevlâna'nın ölümünden sonra yapılan etkinliklerin Şeb'i Arûs olduğunu belirtmiştir. Şeb'i Arûs düğün günü anlamına gelmektedir. Mevlâna'nın vefat ettiği ve Allaha kavuştuğu gündür. Altıntaş'a (2012) göre Mevlâna'nın ölüm günü düğün günü gibi anarak, ney üfleyip semâ yaparak hatırlanmalıdır. Yetik'e (1992) göre Mevlâna mutluluğu, huzuru, hakikati Allah'a giden yolda bulmuştur. Şekil 27'de görülen bu havuzda ismi le birlikte bu yolculuğun sembolü olmuştur. 2022'de ise Çıpan ve Bakırcı (2012) ziyaretçilerin havuza bozuk paralarını atarak dilek tuttuklarını belirtmişlerdir.



Şekil 27. Şeb-i arûs Havuzu

(Kaynak: Kişisel arşiv, 2023)

- **Selsebil**

1814-1859 tarihinde Said Çelebi tarafından yaptırılmıştır. Derviş hücrelerinin önünde bulunmaktadır. Adını cennet çeşmelerinden almıştır. Selsebilde bulunan çanaklar belirli bir düzene göre yerleştirilmiş olup akan su tek bir çanakta birleşmektedir. Roma dönemine ait üçgen bir alınlık yerleştirilmiştir. Şekil 28’de görülen bu alınlık diğer kültür ve medeniyetlere hoşgörüyü simgelemektedir. Farklı kültürlerle karşı koruyuculuk ön plandadır. Kompleksiz birlik ve beraberliği göstermektedir. Dokuz adet çanak bulunmaktadır. Bu sayı ve katları mevlevilikte önemli bir yere sahiptir. Tek olarak yaradışı ve daha sonra çoğalıp birlikteliği ifade etmektedir. Selsebiller genel olarak avlu, park ve bahçelere süsleme olarak yapılır. Önge (1964)’ye göre selsebiller süsleme amaçlı yapılmaktadır. Göze hitap eden süs öğeleridir.



Şekil 28. Selsebil

(Kaynak: Kişisel arşiv, 2023)

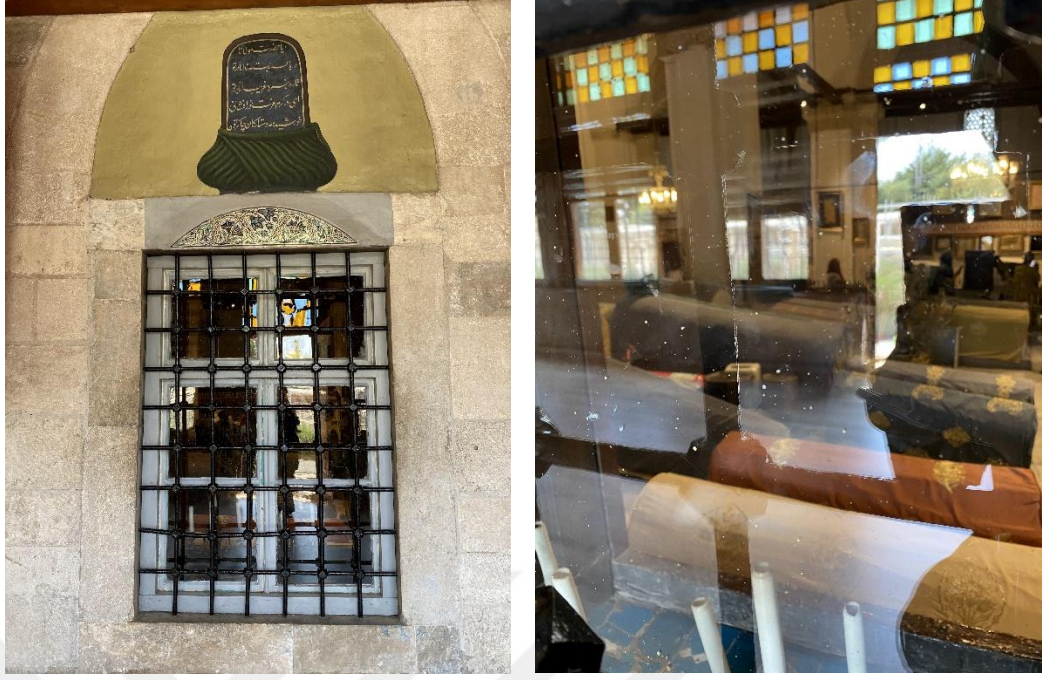
- **İhtisas Kütüphanesi**

1855 yılında Postnişin Mehmed Said Hemdem Çelebi tarafından kurulmuştur. Çıpan ve Bakırcı (2012)'a göre Çelebi dergâhta bulunan kitaplar ile kendi kitaplarından bir kütüphane kurmuş ve kayıt altına aldığı görülmektedir. Bu bölüm günümüzde İhtisas Kütüphanesi olarak kullanılmaktadır. Dikdörtgen planlıdır. 2012'de yapılan restore ile kütüphane tekrar düzenlenmiştir. İçerisinde Niyaz Penceresi bulunmaktadır.



Şekil 29. İhtisas Kütüphanesi

(Kaynak: Kişisel arşiv, 2023)



Şekil 30. İhtisas Kütüphanesi

(Kaynak: Kişisel arşiv, 2023)

İçerisinde Niyaz Penceresi bulunmaktadır. Niyaz penceresi türbe içerisindeki sandukaları görebilecek şekildedir. Türbeye girilemediği zamanlar buradan dua edilebilmekteydi. Dergâhın güney bölümündedir. Demir parmaklıkları bulunan pencere üzerinde Mevlevî sikkesi, içerisinde Hz. Mevlâna'nın rubâîsi yazılmıştır.

- **Çelebi Konağı**

Mevlâna Müzesinin arka bahçesinde Çelebi Konağı bulunmaktadır. Şekil 29'daki bu konak tek katlı bağdadi bir yapıdır. Konak zaman içerisinde onarım görmüştür. Konağın tavanında kalem işi süslemeler mevcuttur.

- **Valideler Mezarlığı**

Müze bahçesinin kuzey bölümünde yer almaktadır. Mevlevi büyüklerinin anneleri, kızları, eşlerinin bulundukları mezarlıklardır. Şekil 31’de görülen u mezarlar üzerinde süslemeler mevcuttur. Gül ve çiçek motifleri kullanılmıştır. Açıkel’e göre (2018) gül ömrün kısalığını ve dünyanın geçici olduğunu ifade etmektedir.



Şekil 31. Valideler Mezarlığı

(Kaynak: Kişisel arşiv, 2023)

- **Neyzenler Mezarlığı**

Neyzenlerin ve dergâh büyüklerinden itibarlı olanlarla birlikte önemli kişiler defnedilmiştir. Ünlü neyzenlerin mezar taşları da burada bulunmaktadır.



Şekil 32. Neyzenler Mezarlığı

(Kaynak: Kişisel arşiv, 2023)

3.1.2.1. Müze Bahçesindeki Türbeler

- **Fatma Hatun Türbesi**

Türbe müzenin ön bahçesinde bulunmaktadır. Sekizgen planlı bir türbedir. Türbe kapısının kemerleri mermerden oluşmaktadır. Türbe içerisinde mermerden oluşan Fatma Hatuna ait sanduka bulunmaktadır. 2022’de kütüphane olarak değerlendirilmektedir.



Şekil 33. Fatma Hatun Türbesi

(Kaynak: Kişisel arşiv, 2023)

- **Sinan Paşa Türbesi**

Türbe Sinan Paşa adına yaptırılmıştır. Sekizgen planlı bir türbedir. Giriş kapısı kuzey yönünde olup, çift kanatlı mermer kemeri bulunmaktadır. 3 adet penceresi vardır. Türbe içerisinde mermerden yapılmış Sinan Paşaya ait sanduka vardır.



Şekil 34. Sinan Paşa Türbesi

(Kaynak: Kişisel arşiv, 2023)

- **Hasan Paşa Türbesi**

Sekizgen planlı bir türbedir. Hasan Paşa türbesi, Hz. Mevlâna'nın güneybatı bölümünde yer almaktadır. Türbe içerisinde sanduka bulunmamaktadır. Türbe kapısının mermer kemeri bulunmaktadır. 2 adet penceresi bulunmaktadır. Kuzey ve batı yönünde 2 adet kapısı vardır.



Şekil 35. Hasan Paşa Türbesi

(Kaynak: Kişisel arşiv, 2023)

- **Hürrem Paşa Türbesi**

Mutfağın (Matbah-ı şerif) doğusunda yer almaktadır. Sekizgen planlıdır. Türbe girişinde 2 adet sütun vardır. İki kanatlı ahşap kapısı olup kemerleri mermerdendir. Türbe içerisinde 2 adet mermer sanduka vardır. 3 adet penceresi vardır.



Şekil 36. Hürrem Paşa Türbesi

(Kaynak: Kişisel arşiv, 2023)

- **Mehmed Bey Türbesi**

Dergâhın güneydoğusunda yer almaktadır. Kare planlı türbedir. Dört kenarı açık, dört adet mermer sütun üzerinde yer almaktadır. Açık türbede mermer sanduka bulunmaktadır. Ayrıca bu türbe içerisinde mezar taşları bulunmaktadır.



Şekil 37. Mehmed Bey Türbesi

(Kaynak: Kişisel arşiv, 2023)

- **Eflâkî Dede Türbesi**

Müzenin Gül bahçesinde bulunmaktadır. Mevlevilik ile ilgili önemli bilgilerin bulunduğu eseri mevcuttur. Burada Eflâkî Dede'nin mezar taşı bulunmaktadır. Kazı çalışmaları sonucu ortaya çıkmıştır. Ayrıca müze içerisinde önemli Mevlevilerin mezar taşları bulunmaktadır. Mezar taşlarında sikke motifleri vardır.



Şekil 38. Eflâkî Dede Türbesi

(Kaynak: Kişisel arşiv, 2023)

3.2. Araştırmanın Yöntemi

Anket çalışması Konya’da bulunan Mevlâna Müzesi ve bölümleri üzerinde gerçekleştirilmiştir. Müzede psiko-sosyal kalitenin ziyaretçiler tarafından belirlenmesi amaçlanmıştır. Mevlâna müzesi ve bölümlerinin beğeni, düşünce, beklenti, kültür, toplumsal ve fiziksel öğeler olmak üzere ziyaretçilerin duygu ve davranışları psiko-sosyal kalite ölçütleri bağlamında incelenmiştir. Bu ölçütlerin sağlanabilmesi için belirleyici başlıklar oluşturulmuştur. Belirlenen başlıklar soru haline getirilip ziyaretçilere sorularak, yedili ölçek kullanılarak puanlandırılmıştır.

Psikososyal kalite kavramları ile ziyaretçilerin demografik özellikleri karşılaştırılarak müzede kalite araştırılmıştır. Cinsiyete göre; müzeyi ziyaret etme, aktivite imkanları, prestij algısı, kimlik algısı ve güzellik algısı araştırılmıştır. Yaş aralığına göre; ruh sağlığı, müzenin şu anki durumu, uyandırdığı duygular, ulaşım, sosyal ilişkiler araştırılmıştır.

Tablo 2’de verilen Psiko-sosyal gereksinimler, Günel’in (2006) çalışmasında kullandığı gereksinimler ile bütünleştirilmiştir. Anket soruları kurgulanırken Günel’in çalışmasından faydalanılmıştır. Ek 2’de anket soruları verilmiştir. Anket yapılacak kişi sayısı belirlenirken 2021 yılındaki 1.728.080 ziyaretçi sayısı göz önünde bulundurulmuştur. %95 güvenilirlik ve %5 hata payı ile örneklem sayısı 384 kişi olarak belirlenmiştir. Ankete 389 kişi katılmıştır. SPSS programı kullanılarak anket verileri elde edilmiştir. Elde edilen veriler bölüm 3.3’te yorumlanmıştır.

Anket verilerinin değerlendirilmesinde elde edilen sonuçların ardından, ziyaretçilere açık uçlu sorular yöneltilmiştir. Böylece araştırmanın birinci aşamasında bulunan sorular ile kullanıcılardan alınan duygusal veriler ortaya çıkmış olacaktır. İkinci aşamada ise mekân-kullanıcı iletişim döngüsü sağlanmış olacaktır.

3.3. Anket Bulguları ve Değerlendirilmesi

Tablo 5’te ankete katılan ziyaretçilerin demografik özellikleri yer verilmiştir. Bu çalışmanın örneklemini 201’i (%51,7) kadın ve 188’i (%48,3) erkek olmak üzere toplam 389 katılımcı oluşturmaktadır. 22 (%5,7) katılımcı 12-18 yaş, 65 (%16,7) katılımcı 19-24 yaş, 71 (%18,3) katılımcı 25-30 yaş, 87 (%22,4) 31-35 yaş aralığındadır. 144 (%37) katılımcı ise 40 yaş ve üstündedir. Katılımcıların cinsiyet ve yaşa ilişkin dağılımları Tablo 5’te sunulmuştur. Müze ziyareti 40 yaş ve üzeri fazla olurken, 12-18 yaş aralığı en az ziyaret eden yaş grubudur.

Tablo 5. Katılımcıların cinsiyet ve yaşa göre dağılımları

Değişken	n	%
Cinsiyet		
Kadın	201	51.7
Erkek	188	48.3
Yaş Aralığı		
12-18	22	5.7
19-24	65	16.7
25-30	71	18.3
31-35	87	22.4
40+	144	37.0
Toplam	389	100.0

(Kaynak: Kişisel arşiv, 2023)

Müzeyi ziyaret etmenin bireyleri etkileme düzeylerinin cinsiyete göre farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek için bir dizi bağımsız gruplar için *t* testi yürütülmüştür. Elde edilen sonuçlar gruplar arasında anlamlı düzeyde farklılaşmalar olmadığını göstermektedir ($p > .05$). Bulgular Tablo 6’da sunulmuştur.

Tablo 6. Müzeyi ziyaret etmenin bireyleri etkileme düzeylerinin cinsiyete göre karşılaştırılması

Müzeyi ziyaret etmek sizi nasıl etkiliyor?	Cinsiyet	n	Ort.	S	<i>t</i>	<i>p</i>
Kolay geliyor	Kadın	144	2.61	.758	-1.249	.213
	Erkek	156	2.71	.633		
Zor geliyor	Kadın	114	.44	.893	1.233	.219
	Erkek	125	.31	.689		
Yorucu değil	Kadın	116	2.41	.952	.447	.655

Tablo 6. Müzeyi ziyaret etmenin bireyleri etkileme düzeylerinin cinsiyete göre karşılaştırılması (devam)

	Erkek	131	2.36	.977		
Yorucu	Kadın	114	.51	.885	-.202	.840
	Erkek	126	.53	.873		
Bıktırıcı değil	Kadın	114	2.54	.904	.141	.888
	Erkek	129	2.53	.936		
Bıktırıcı	Kadın	110	.23	.601	-1.622	.106
	Erkek	125	.38	.779		
Seviyorum	Kadın	168	2.74	.539	.065	.948
	Erkek	154	2.73	.647		
Sevmiyorum	Kadın	117	.30	.698	-.283	.778
	Erkek	129	.33	.762		

(Kaynak: Kişisel arşiv, 2023)

Katılımcılara müze ve çevresinin çok yönlü olduğunu düşünüp düşünmedikleri sorulmuş ve var olan aktivite imkânlarına ilişkin algıları cinsiyete göre karşılaştırılmıştır. Bu amaç doğrultusunda yapılan ki-kare analizi sonucunda yeşil alan ve diğer aktivite imkânlarına yönelik algılarda cinsiyete bağlı farklılaşmalar olduğu görülmektedir ($\chi^2 (1) = 4.32, p < .05$; $\chi^2 (1) = 4.32, p < .05$). Tablo 7’ de izlenebileceği gibi kadınlar erkeklere kıyasla daha fazla yeşil alan olduğunu ifade etmişlerdir.

Tablo 7. Aktivite imkânlarının cinsiyete göre karşılaştırılması

Aktivite İmkânları			Cinsiyetiniz		χ^2	p
			Kadın	Erkek	Toplam	
Alışveriş İmkânı	Var	n	122	118	240	1.362
		%	68.9	74.7	71.6	
	Yok	n	55	40	95	28.4
		%	31.1	25.3	28.4	
	Toplam	n	177	158	335	100.0
		%	100.0	100.0	100.0	
Kültür Aktiviteleri İmkânları	Var	n	85	68	153	1.029
		%	48.3	42.8	45.7	
	Yok	n	91	91	182	54.3
		%	51.7	57.2	54.3	
	Toplam	n	176	159	335	100.0
		%	100.0	100.0	100.0	
Yeşil Alan	Var	n	99	112	211	4.315
						.038

Tablo 7. Aktivite imkânlarının cinsiyete göre karşılaştırılması (devam)

	%	58.6	69.6	63.9
	n	70	49	119
Yok	%	41.4	30.4	36.1
	n	169	161	330
Toplam	%	100.0	100.0	100.0

(Kaynak: Kişisel arşiv, 2023)

Müzeyle yönelik prestij algısının cinsiyete göre değişip değişmediğini incelemek için bir dizi bağımsız gruplar için *t* testi yürütülmüştür. Elde edilen sonuçlar erkeklerin müzeyi daha çağdaş ($t(316) = -3.148, p < .01$), kadınların ise daha mütevazı ($t(306) = 2.954, p < .01$) olarak algıladıklarını göstermektedir. Bulgular Tablo 8’de sunulmuştur.

Tablo 8. Müzenin prestij algısının cinsiyete göre karşılaştırılması

Prestij Algısı	Cinsiyet	n	Ort.	S	<i>t</i>	<i>p</i>
Çağdaş	Kadın	159	2.54	.761	-3.148	.002
	Erkek	159	2.78	.581		
Çağdışı	Kadın	129	.31	.716	-1.193	.234
	Erkek	127	.43	.922		
Yalın	Kadın	149	2.19	1.016	-.647	.518
	Erkek	137	2.26	.934		
Karmaşık	Kadın	134	1.13	1.219	.525	.600
	Erkek	128	1.05	1.238		
İlgi çekici	Kadın	174	2.72	.555	-.020	.984
	Erkek	157	2.72	.659		
Sıkıcı	Kadın	128	.31	.637	-.247	.805
	Erkek	129	.33	.711		
Görkemli	Kadın	162	2.61	.698	-1.849	.065
	Erkek	147	2.75	.595		
Mütevazı	Kadın	161	1.93	1.212	2.954	.003
	Erkek	147	1.50	1.295		
Gelişmiş	Kadın	149	1.95	1.105	-1.343	.180
	Erkek	140	2.12	1.021		
İlkel	Kadın	130	.75	.973	-.723	.470
	Erkek	133	.84	1.006		
Müze standardı yüksek	Kadın	157	2.42	.848	-1.285	.200
	Erkek	144	2.54	.783		
Müze standardı düşük	Kadın	131	.53	.923	.102	.919

Tablo 8. Müzenin prestij algısının cinsiyete göre karşılaştırılması (devam)

	Erkek	132	.52	.912		
Cazip	Kadın	149	2.58	.669	-.959	.338
	Erkek	141	2.66	.674		
Cazip değil	Kadın	129	.21	.568	-1.520	.130
	Erkek	129	.33	.732		
Çağına uygun	Kadın	151	2.52	.807	-1.635	.103
	Erkek	138	2.67	.748		
Çağına Uygun değil	Kadın	130	.34	.742	-1.231	.220
	Erkek	132	.46	.877		

(Kaynak: Kişisel arşiv, 2023)

Müzenin uyandırdığı duyguların cinsiyete göre değişip değişmediğini incelemek için bir dizi bağımsız gruplar için *t* testi yürütülmüştür. Elde edilen sonuçlar erkeklerin müzeyi daha gelişmiş ($t(286) = -2.687, p < .01$), daha gösterişli ($t(291) = -2.228, p < .05$) ve daha bakımlı ($t(314) = -2.558, p < .05$) olarak algıladıklarını göstermektedir. Bulgular Tablo 9’da sunulmuştur.

Tablo 9. Müzenin uyandırdığı duyguların cinsiyete göre karşılaştırılması

Uyandırdığı Duygu	Cinsiyet	n	Ort.	S	<i>t</i>	<i>p</i>
Cazip	Kadın	154	2.42	.831	-1.080	.281
	Erkek	157	2.52	.805		
Cazip değil	Kadın	122	.33	.776	-.003	.998
	Erkek	128	.33	.711		
Hareketli	Kadın	149	2.41	.862	-1.460	.145
	Erkek	144	2.55	.765		
Durağan	Kadın	135	.47	.880	1.129	.260
	Erkek	128	.36	.761		
Gelişmiş	Kadın	143	1.91	1.034	-2.687	.008
	Erkek	145	2.23	.977		
İlkel	Kadın	127	.71	.944	-.075	.940
	Erkek	131	.72	.963		
Alışılmamış	Kadın	132	2.19	1.078	-.638	.524
	Erkek	136	2.27	1.043		
Alışılmış	Kadın	134	.86	1.158	.216	.829
	Erkek	139	.83	1.197		

Tablo 9. Müzenin uyandırdığı duyguların cinsiyete göre karşılaştırılması (devam)

Gösterişli	Kadın	147	2.31	.933	-2.228	.027
	Erkek	146	2.53	.815		
Gösterişsiz	Kadın	125	.46	.920	.632	.528
	Erkek	129	.39	.803		
Özenli	Kadın	156	2.39	.847	-1.221	.223
	Erkek	152	2.51	.814		
Özensiz	Kadın	128	.42	.848	.219	.827
	Erkek	128	.40	.863		
Güçlü	Kadın	144	2.41	.848	-1.075	.283
	Erkek	139	2.52	.846		
Güçsüz	Kadın	126	.33	.725	-.343	.732
	Erkek	129	.36	.727		
Çevresiyle uyumlu	Kadın	155	2.36	.860	-1.052	.294
	Erkek	148	2.47	.876		
Çevresiyle uyumsuz	Kadın	128	.46	.930	-.861	.390
	Erkek	135	.56	.990		
Bakımlı	Kadın	166	2.32	.874	-2.558	.011
	Erkek	150	2.56	.790		
Bakımsız	Kadın	129	.51	.977	1.211	.227
	Erkek	132	.38	.787		

(Kaynak: Kişisel arşiv, 2023)

Müzenin bir imajı ve bir kimliği olup olmadığına dair soruya verilen yanıtlarda cinsiyete göre anlamlı bir farklılaşma olup olmadığını incelemek için Ki-kare analizi yürütülmüştür. Elde edilen sonuçlar gruplar arasında anlamlı bir farklılaşmanın olmadığını göstermektedir ($p > .05$). Tablo 10'dan izlenebileceği gibi kadınların %99'u, erkeklerin ise %97,3'ü müzenin bir imajı ve kimliğinin olduğunu ifade etmektedir.

Tablo 10. Müzenin imaj ve kimlik algısının cinsiyete göre karşılaştırılması

			Cinsiyetiniz			χ^2	p
			Kadın	Erkek	Toplam		
Müzenin bir imajı ve bir kimliği olduğunu düşünüyor musunuz?	Evet	n	197	183	380	1.531	.216
		%	99.0	97.3	98.2		
	Hayır	n	2	5	7		
		%	1.0	2.7	1.8		
	Toplam	n	199	188	387		
		%	100.0	100.0	100.0		

(Kaynak: Kişisel arşiv, 2023)

Müzenin şu anki durumunun cinsiyete göre değişip değişmediğini incelemek için bir dizi bağımsız gruplar için *t* testi yürütülmüştür. Elde edilen sonuçlar erkeklerin müzeyi daha sürprizli (*t* (268) =-4.128, *p* <.01), daha uyumsuz (*t* (250) =-2.495 *p* <.05) olarak algıladıklarını göstermektedir. Ayrıca erkeklerde müzenin tanınmadığı algısı daha yüksektir (*t* (244) =-3.371, *p* <.05). Bulgular Tablo 11’de sunulmuştur.

Tablo 11. Müzenin şu anki durumunun cinsiyete göre karşılaştırılması

Müzenin Durumu	Cinsiyet	n	Ort.	S	<i>t</i>	<i>p</i>
Güzel	Kadın	167	2.71	.550	-1.931	.054
	Erkek	169	2.82	.492		
Çirkin	Kadın	122	.20	.524	-.550	.582
	Erkek	126	.24	.650		
Özgün	Kadın	153	2.59	.653	-.852	.395
	Erkek	144	2.66	.660		
Sıradan	Kadın	130	.58	.994	.916	.361
	Erkek	130	.48	.900		
Etkileyici	Kadın	165	2.66	.600	-1.064	.288
	Erkek	153	2.73	.596		
Alelade	Kadın	126	.55	.917	1.383	.168
	Erkek	126	.40	.811		
İlgi çekici	Kadın	156	2.57	.728	-1.465	.144
	Erkek	152	2.69	.712		
İlgi çekmiyor	Kadın	127	.34	.769	-.560	.576
	Erkek	129	.40	.852		
Sürprizli	Kadın	134	1.37	1.218	-4.128	.000
	Erkek	136	1.98	1.189		
Monoton	Kadın	138	1.40	1.253	.693	.489
	Erkek	130	1.29	1.254		
Mimari anlamda nitelikli	Kadın	155	2.59	.728	-1.287	.199
	Erkek	152	2.69	.683		
Niteliksiz	Kadın	124	.27	.702	-.677	.499
	Erkek	127	.34	.799		
Kendi içinde uyumlu	Kadın	159	2.65	.606	.756	.450
	Erkek	145	2.59	.795		
Uyumsuz	Kadın	123	.20	.495	-2.495	.013
	Erkek	129	.42	.826		
Planlama açısından düzenli (kullanışlı)	Kadın	152	2.42	.895	-1.487	.138
	Erkek	144	2.57	.816		
Düzensiz (kullanışlı değil)	Kadın	131	.46	.834	-.034	.973
	Erkek	130	.46	.855		

Tablo 11. Müzenin şu anki durumunun cinsiyete göre karşılaştırılması (devam)

Tanınmış, bilinen	Kadın	157	2.84	.500	1.424	.155
	Erkek	145	2.74	.664		
Tanınmıyor	Kadın	121	.08	.305	-3.371	.001
	Erkek	125	.32	.714		

(Kaynak: Kişisel arşiv, 2023)

Müzenin yansıttığı özelliklere ilişkin algıların cinsiyete göre değişip değişmediğini incelemek için bir dizi bağımsız gruplar için *t* testi yürütülmüştür. Elde edilen sonuçlar erkeklerin müzeyi daha rahat ($t(246) = -2.270, p < .01$), daha sıcak renkli ($t(297) = -2.359, p < .05$) ve daha ferah ($t(317) = -2.491, p < .05$). Olarak algıladıklarını göstermektedir. Bulgular Tablo 12’de sunulmuştur.

Tablo 12. Müze özelliklerinin cinsiyete göre karşılaştırılması

Müzenin Özelliği	Cinsiyet	n	Ort.	S	<i>t</i>	<i>p</i>
Rahat	Kadın	174	2.60	.662	-2.770	.006
	Erkek	174	2.77	.486		
Geniş	Kadın	168	2.36	.815	-.693	.489
	Erkek	152	2.43	.850		
Sıcak renkli	Kadın	156	2.28	.878	-2.359	.019
	Erkek	143	2.50	.730		
Dinlendirici	Kadın	178	2.54	.767	.149	.882
	Erkek	156	2.53	.815		
Konforlu	Kadın	159	1.94	.998	-1.644	.101
	Erkek	144	2.13	.989		
Aydınlık	Kadın	164	2.16	.860	-.378	.706
	Erkek	148	2.20	.918		
Ferah	Kadın	167	2.17	.869	-2.491	.013
	Erkek	152	2.39	.747		

(Kaynak: Kişisel arşiv, 2023)

Müze ve bölgesindeki çevre kirliliğine ilişkin algıların cinsiyete göre karşılaştırılması amacıyla için bir dizi bağımsız gruplar için *t* testi yürütülmüştür. Elde edilen sonuçlar kadınların daha yüksek düzeyde pis koku ($t(259) = 2.288, p < .01$), daha fazla gürültü ($t(288) = 4.978, p < .001$) ve daha fazla görüntü kirliliği ($t(317) = 3.243, p < .01$) algıladıklarını göstermektedir. Bulgular Tablo 13’te sunulmuştur.

Tablo 13. Çevre kirliliğinin cinsiyete göre karşılaştırılması

Çevre Kirliliği	Cinsiyet	n	Ort.	S	t	p
Hava kirli değil	Kadın	138	2.41	.965	-.924	.356
	Erkek	155	2.52	.942		
Hava kirli	Kadın	139	.73	1.047	1.816	.071
	Erkek	130	.52	.917		
Pis koku yok	Kadın	131	2.16	1.156	-1.005	.316
	Erkek	134	2.30	1.083		
Pis koku var	Kadın	130	.78	1.073	2.888	.004
	Erkek	131	.44	.824		
Gürültü yok	Kadın	134	1.34	1.268	-3.135	.002
	Erkek	132	1.83	1.281		
Gürültü var	Kadın	150	1.91	1.220	4.978	.000
	Erkek	140	1.20	1.219		
Görüntü kirliliği yok	Kadın	135	1.73	1.247	-2.883	.004
	Erkek	138	2.15	1.152		
Görüntü kirliliği var	Kadın	143	1.37	1.220	3.243	.001
	Erkek	145	.92	1.152		

(Kaynak: Kişisel arşiv, 2023)

Müze imaj ve kimlik kazandıran özelliklerin cinsiyete göre farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek için Ki-kare analizi yürütülmüştür. Elde edilen sonuçlar gruplar arasında anlamlı bir farklılaşma olmadığını göstermektedir ($p > .05$). Bulgular Tablo 14'te sunulmuştur.

Tablo 14. Müze imaj ve kimlik kazandıran özelliklerin cinsiyete göre karşılaştırılması

Aşağıdakilerden hangisinin müze imaj ve kimlik kazandırdığını düşünüyorsunuz?		Cinsiyetiniz			χ^2	p
		1	2	Toplam		
Bahçe düzeni	n	12	6	18	6.203	.401
	%	6.0	3.3	4.7		
Bazı yapı elemanları (çatı, kapı, giriş vs.)	n	37	24	61		
	%	18.5	13.1	15.9		
Bulunduğu bölge	n	19	14	33		
	%	9.5	7.7	8.6		
Cephe karakteri	n	29	29	58		
	%	14.5	15.8	15.1		
İç dekorasyonu	n	66	77	143		
	%	33.0	42.1	37.3		

Tablo 14. Müzeye imaj ve kimlik kazandıran özelliklerin cinsiyete göre karşılaştırılması (devam)

Konumu	n	21	21	42
	%	10.5	11.5	11.0
Toplam	n	200	183	383
	%	100.0	100.0	100.0

(Kaynak: Kişisel arşiv, 2023)

Müze ziyaretçilerinin sayısının yaş aralığına göre farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek için Ki-kare analizi yürütülmüştür. Elde edilen sonuçlar ziyaretçilerin yaşa göre dağılımları arasında anlamlı bir farklılaşma olduğunu göstermektedir ($\chi^2 (1) = 100.139, p < .001$). Tablo 15’te görüldüğü gibi, ziyaretçi sayısı en yüksek olan yaş aralığı 40 yaş ve üstü, ziyaretçi sayısı en düşük yaş aralığı ise 12-18’dir.

Tablo 15. Müze ziyaretçilerinin yaş aralıklarına göre karşılaştırılması

	Gözlenen	Beklenen	Fark	χ^2	<i>p</i>
12-18	22	77.8	-55.8	100.139	.000
19-24	65	77.8	-12.8		
25-30	71	77.8	-6.8		
31-35	87	77.8	9.2		
40+	144	77.8	66.2		
Toplam	389				

(Kaynak: Kişisel arşiv, 2023)

Müzenin ruh sağlığına etkisinin yaş aralıklarına göre farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek için bir dizi tek yönlü ANOVA yürütülmüştür. Elde edilen sonuçlar ferahlık verme, manevi anlamda bağlayıcı olma ya da olmama, sosyal anlamda soğuk olma, dinlendirici veya yorucu olma, ferah veya kasvetli olma gibi özelliklerde yaşa bağlı anlamlı farklılaşmalar elde edildiğini göstermektedir ($p < .05$). Bulgular Tablo 16’da sunulmuştur.

Tablo 16. Müzenin ruh sağlığı üzerindeki etkisinin ziyaretçilerin yaş aralığına göre karşılaştırılması

	Yaş	n	Ort.	S	<i>F</i>	<i>p</i>
Ferahlık veriyor	12-18	20	2.85	.366	5.598	.000
	19-24	59	2.66	.605		
	25-30	66	2.56	.767		

Tablo 16. Müzenin ruh sağlığı üzerindeki etkisinin ziyaretçilerin yaş aralığına göre karşılaştırılması (devam)

	31-35	79	2.92	.350		
	40+	120	2.86	.473		
	Toplam	344	2.78	.552		
Ruhum daralıyor	12-18	17	.41	.870	2.182	.071
	19-24	45	.49	.843		
	25-30	49	.47	.844		
	31-35	65	.26	.735		
	40+	84	.17	.556		
	Toplam	260	.32	.742		
Manevi anlamda bağlayıcı	12-18	18	2.50	.618	5.687	.000
	19-24	57	2.51	.735		
	25-30	64	2.58	.708		
	31-35	80	2.88	.460		
	40+	125	2.82	.498		
	Toplam	344	2.72	.600		
Manevi anlamda bağlayıcı değil	12-18	16	.38	.806	3.412	.010
	19-24	46	.61	1.000		
	25-30	48	.31	.657		
	31-35	64	.17	.579		
	40+	84	.19	.548		
	Toplam	258	.29	.705		
Sosyal anlamda sıcak	12-18	18	2.44	.616	1.682	.154
	19-24	51	2.55	.642		
	25-30	60	2.50	.725		
	31-35	69	2.72	.591		
	40+	100	2.69	.677		
	Toplam	298	2.62	.662		
Sosyal anlamda soğuk	12-18	15	.27	.594	2.646	.034
	19-24	48	.54	.874		
	25-30	50	.46	.813		
	31-35	63	.19	.470		
	40+	84	.24	.633		
	Toplam	260	.33	.695		
Dinlendirici	12-18	17	2.65	.702	2.420	.048
	19-24	54	2.54	.745		
	25-30	60	2.55	.790		
	31-35	75	2.76	.589		
	40+	107	2.79	.509		
	Toplam	313	2.69	.649		
Yorucu	12-18	17	.82	1.015	2.920	.022

Tablo 16. Müzenin ruh sağlığı üzerindeki etkisinin ziyaretçilerin yaş aralığına göre karşılaştırılması (devam)

	19-24	45	.60	.809		
	25-30	50	.48	.735		
	31-35	64	.25	.535		
	40+	82	.39	.750		
	Toplam	258	.44	.742		
Ferah	12-18	16	2.13	.619	4.184	.003
	19-24	52	2.48	.754		
	25-30	57	2.21	.959		
	31-35	73	2.64	.695		
	40+	101	2.60	.694		
	Toplam	299	2.49	.774		
Kasvetli	12-18	16	1.25	1.125	3.200	.014
	19-24	46	.80	1.067		
	25-30	53	.81	.982		
	31-35	64	.45	.872		
	40+	85	.56	.837		
	Toplam	264	.67	.952		
Sıkıcı değil	12-18	16	2.50	.894	1.201	.310
	19-24	49	2.47	.844		
	25-30	56	2.54	.738		
	31-35	69	2.72	.616		
	40+	97	2.66	.734		
	Toplam	287	2.61	.739		
Sıkıcı	12-18	17	.47	.717	1.833	.123
	19-24	44	.59	1.019		
	25-30	51	.41	.804		
	31-35	63	.21	.572		
	40+	86	.31	.740		
	Toplam	261	.36	.776		
Huzurlu	12-18	18	2.67	.686	1.025	.395
	19-24	53	2.62	.657		
	25-30	61	2.70	.615		
	31-35	80	2.79	.650		
	40+	118	2.80	.499		
	Toplam	330	2.74	.597		
Huzurlu değil	12-18	16	.25	.683	1.796	.130
	19-24	43	.47	.882		
	25-30	49	.35	.663		
	31-35	64	.20	.622		

Tablo 16. Müzenin ruh sağlığı üzerindeki etkisinin ziyaretçilerin yaş aralığına göre karşılaştırılması (devam)

	40+	83	.17	.514		
	Toplam	255	.27	.658		
Tedirgin etmiyor	12-18	17	2.53	1.007	1.213	.305
	19-24	54	2.57	.742		
	25-30	55	2.55	.741		
	31-35	69	2.68	.831		
	40+	98	2.78	.651		
	Toplam	293	2.66	.754		
Tedirgin ediyor	12-18	16	.44	.892	2.339	.056
	19-24	45	.47	.786		
	25-30	50	.34	.593		
	31-35	63	.19	.535		
	40+	81	.17	.519		
	Toplam	255	.28	.625		
Şikayetçi etmiyor	12-18	16	2.88	.342	1.885	.113
	19-24	51	2.67	.554		
	25-30	55	2.45	.899		
	31-35	68	2.57	.886		
	40+	94	2.74	.655		
	Toplam	284	2.64	.746		
Şikayetçi ediyor	12-18	17	.06	.243	1.756	.138
	19-24	45	.33	.674		
	25-30	51	.39	.695		
	31-35	64	.25	.617		
	40+	84	.17	.534		
	Toplam	261	.25	.605		

(Kaynak: Kişisel arşiv, 2023)

Müzenin şu anki durumuna ilişkin algıların yaş aralıklarına göre farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek için bir dizi tek yönlü ANOVA yürütülmüştür. Elde edilen sonuçlar durağanlık ve ilkelilik algılarında gruplar arasında anlamlı farklılaşmalar olduğunu göstermektedir ($p < .05$). Bulgular Tablo 17’de sunulmuştur.

Tablo 17. Müzenin şu anki durumuna ilişkin algıların yaş aralıklarına göre karşılaştırılması

Müzenin Durumu	Yaş	n	Ort.	S	F	p
Cazip	12-18	19	2.32	.885	1.350	.251
	19-24	53	2.43	.844		
	25-30	59	2.34	.902		
	31-35	72	2.64	.718		
	40+	108	2.48	.803		
	Toplam	311	2.47	.818		
Cazip değil	12-18	16	.25	.775	1.484	.208
	19-24	45	.53	.919		
	25-30	46	.39	.774		
	31-35	63	.21	.626		
	40+	80	.29	.679		
	Toplam	250	.33	.742		
Hareketli	12-18	17	2.65	.702	1.632	.166
	19-24	49	2.41	.911		
	25-30	56	2.27	.924		
	31-35	67	2.60	.740		
	40+	104	2.52	.763		
	Toplam	293	2.48	.817		
Durağan	12-18	16	.31	.793	3.410	.010
	19-24	46	.57	.860		
	25-30	53	.70	1.085		
	31-35	64	.38	.766		
	40+	84	.21	.582		
	Toplam	263	.42	.824		
Gelişmiş	12-18	17	1.71	.920	2.355	.054
	19-24	51	2.37	.894		
	25-30	53	1.89	.993		
	31-35	71	2.15	1.023		
	40+	96	2.01	1.071		
	Toplam	288	2.07	1.017		
İlkel	12-18	16	.81	.834	2.471	.045
	19-24	47	1.00	1.142		
	25-30	49	.82	.950		
	31-35	64	.69	.990		
	40+	82	.49	.774		
	Toplam	258	.71	.952		
Alışılmamış	12-18	16	2.44	1.094	1.000	.408

Tablo 17. Müzenin şu anki durumuna ilişkin algıların yaş aralıklarına göre karşılaştırılması (devam)

	19-24	48	2.25	1.042		
	25-30	51	1.98	1.140		
	31-35	63	2.32	1.060		
	40+	90	2.27	1.015		
	Toplam	268	2.23	1.059		
Alışılmış	12-18	16	.69	1.138	1.033	.391
	19-24	49	1.02	1.181		
	25-30	51	.94	1.121		
	31-35	64	.92	1.251		
	40+	93	.67	1.155		
	Toplam	273	.84	1.176		
Gösterişli	12-18	17	2.53	.800	.911	.458
	19-24	52	2.35	.947		
	25-30	52	2.25	.883		
	31-35	69	2.52	.868		
	40+	103	2.46	.872		
	Toplam	293	2.42	.882		
Gösterişsiz	12-18	16	.25	.775	1.081	.366
	19-24	44	.57	.900		
	25-30	47	.53	.856		
	31-35	64	.44	.941		
	40+	83	.30	.792		
	Toplam	254	.42	.862		
Özenli	12-18	18	2.39	.850	.619	.649
	19-24	53	2.47	.799		
	25-30	56	2.32	.876		
	31-35	73	2.55	.817		
	40+	108	2.44	.835		
	Toplam	308	2.45	.831		
Özensiz	12-18	15	.60	1.242	1.476	.210
	19-24	44	.50	.902		
	25-30	48	.56	.873		
	31-35	64	.41	.886		
	40+	85	.25	.688		
	Toplam	256	.41	.854		
Güçlü	12-18	16	2.56	.814	.447	.775
	19-24	46	2.39	.930		
	25-30	53	2.36	.857		
	31-35	68	2.51	.872		

Tablo 17. Müzenin şu anki durumuna ilişkin algıların yaş aralıklarına göre karşılaştırılması (devam)

	40+	100	2.50	.798		
	Toplam	283	2.46	.847		
Güçsüz	12-18	16	.44	.964	1.331	.259
	19-24	44	.43	.728		
	25-30	50	.42	.758		
	31-35	62	.39	.817		
	40+	83	.19	.551		
	Toplam	255	.34	.724		
Çevresiyle uyumlu	12-18	19	2.58	.692	.641	.634
	19-24	54	2.44	.861		
	25-30	57	2.26	.877		
	31-35	70	2.44	.927		
	40+	103	2.43	.859		
	Toplam	303	2.41	.868		
Çevresiyle uyumsuz	12-18	16	.38	.885	1.092	.361
	19-24	44	.66	.987		
	25-30	53	.68	1.034		
	31-35	64	.47	.992		
	40+	86	.40	.885		
	Toplam	263	.51	.960		
Bakımlı	12-18	17	2.53	.800	1.655	.160
	19-24	54	2.41	.836		
	25-30	62	2.21	.908		
	31-35	75	2.56	.793		
	40+	108	2.47	.837		
	Toplam	316	2.43	.843		
Bakımsız	12-18	15	.27	.704	.636	.638
	19-24	44	.48	.792		
	25-30	49	.59	.977		
	31-35	65	.45	.969		
	40+	88	.38	.848		
	Toplam	261	.44	.887		

(Kaynak: Kişisel arşiv, 2023)

Müzenin ziyaretçilerde uyandırdığı duyguların yaş aralıklarına göre farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek için bir dizi tek yönlü ANOVA yürütülmüştür. Elde edilen sonuçlar sevgi ve nefret, benimseme, hoş ve nahoşluk, etkilenme, tatmin olma, mutluluk

ve mutsuzluk duygularında gruplar arasında anlamlı farklılaşmalar olduğunu göstermektedir ($p < .05$). Bulgular Tablo 18’de sunulmuştur.

Tablo 18. Müzenin ziyaretçilerde uyandırdığı duyguların yaş aralıklarına göre karşılaştırılması

Duygular	Yaş	n	Ort.	S	F	p
Sevgi	12-18	20	2.75	.639	5.237	.000
	19-24	56	2.73	.556		
	25-30	65	2.71	.631		
	31-35	81	2.95	.218		
	40+	123	2.93	.261		
	Toplam	345	2.85	.439		
Nefret	12-18	16	.00	.000	2.974	.020
	19-24	47	.38	.768		
	25-30	52	.29	.605		
	31-35	63	.13	.381		
	40+	80	.15	.393		
	Toplam	258	.21	.522		
Benimseme	12-18-	17	2.29	.849	2.584	.037
	19-24	53	2.49	.669		
	25-30	59	2.58	.700		
	31-35	71	2.68	.671		
	40+	96	2.75	.616		
	Toplam	296	2.63	.677		
Reddetme	12-18	16	.31	.793	1.786	.132
	19-24	46	.37	.741		
	25-30	50	.32	.551		
	31-35	63	.16	.482		
	40+	81	.15	.450		
	Toplam	256	.23	.567		
Hoş	12-18	18	2.67	.686	3.754	.005
	19-24	56	2.68	.606		
	25-30	64	2.61	.726		
	31-35	76	2.88	.364		
	40+	115	2.87	.450		
	Toplam	329	2.78	.549		
Nahoş	12-18	16	.06	.250	2.414	.049
	19-24	45	.51	.895		
	25-30	51	.29	.540		

Tablo 18. Müzenin ziyaretçilerde uyandırdığı duyguların yaş aralıklarına göre karşılaştırılması (devam)

	31-35	64	.27	.740		
	40+	82	.18	.475		
	Toplam	258	.28	.647		
Etkilenme	12-18	18	2.56	.705	4.825	.001
	19-24	57	2.63	.616		
	25-30	60	2.65	.633		
	31-35	77	2.87	.409		
	40+	113	2.88	.395		
	Toplam	325	2.78	.523		
Etkilenmeme	12-18	16	.06	.250	1.101	.357
	19-24	47	.40	.712		
	25-30	51	.29	.610		
	31-35	65	.25	.587		
	40+	83	.25	.602		
	Toplam	262	.27	.607		
Tatmin olma	12-18	17	2.59	.507	2.844	.024
	19-24	53	2.57	.772		
	25-30	59	2.44	.896		
	31-35	69	2.77	.622		
	40+	95	2.78	.587		
	Toplam	293	2.66	.707		
Tatmin olmama	12-18	15	.20	.775	1.846	.120
	19-24	47	.47	.804		
	25-30	52	.37	.742		
	31-35	65	.17	.547		
	40+	80	.23	.551		
	Toplam	259	.28	.660		
Mutluluk	12-18	17	2.82	.529	4.513	.001
	19-24	54	2.63	.681		
	25-30	59	2.61	.720		
	31-35	76	2.91	.334		
	40+	116	2.86	.415		
	Toplam	322	2.79	.536		
Mutsuzluk	12-18	16	.06	.250	4.249	.002
	19-24	45	.51	.843		

Tablo 18. Müzenin ziyaretçilerde uyandırdığı duyguların yaş aralıklarına göre karşılaştırılması (devam)

25-30	50	.32	.587
31-35	63	.11	.364
40+	81	.20	.510
Toplam	255	.25	.573

(Kaynak: Kişisel arşiv, 2023)

Müze ziyaretçilerinin ulaşım sağlama biçimlerinin yaş aralıklarına göre farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek için ki-kare analizi yürütülmüştür. Elde Edilen sonuçlar gruplar arasında anlamlı farklılaşmalar olduğunu göstermektedir. Elde edilen sonuçlar, otobüsle, dolmuşla ve özel otomobille ulaşım oranlarında yaşa bağlı anlamlı farklılaşmalar olduğunu göstermektedir ($p < .05$). Bulgular Tablo 19’da sunulmuştur.

Tablo 19. Müze ziyaretçilerinin müzeye ulaşım biçimlerinin yaş aralıklarına göre karşılaştırılması

Ulaşım Şekli		Yaş Aralığı					Toplam	χ^2	<i>p</i>
		12-18	19-24	25-30	31-35	40+			
Otobüs	n	10	13	9	12	22	66	14.939	.005
	%	45.5	20.0	12.7	13.8	15.3	17.0		
	n	22	65	71	87	144	389		
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0		
Dolmuş	n	2	15	14	12	12	55	10.566	.032
	%	9.1	23.1	19.7	13.8	8.3	14.1		
	n	22	65	71	87	144	389		
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0		
Tramvay	n	3	12	14	14	15	58	4.356	.360
	%	13.6	18.5	19.7	16.1	10.4	14.9		
	n	22	65	71	87	144	389		
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0		
Taksi	n	1	5	1	2	7	16	4.509	.341
	%	4.5	7.7	1.4	2.3	4.9	4.1		
	n	22	65	71	87	144	389		
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0		
Özel Otomobil	n	7	35	39	54	102	237	16.256	.003
	%	31.8	53.8	54.9	62.1	70.8	60.9		
	n	22	65	71	87	144	389		

Tablo 19. Müze ziyaretçilerinin müzeye ulaşım biçimlerinin yaş aralıklarına göre karşılaştırılması (devam)

%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
---	-------	-------	-------	-------	-------	-------

(Kaynak: Kişisel arşiv, 2023)

Müze ziyaretçilerinin, müzeyi sosyal anlamda ne düzeyde sıcak algıladıklarının yaş aralıklarına göre karşılaştırılması amacıyla bir dizi ANOVA yürütülmüştür. Elde edilen sonuçlar ziyaretçilerin, ilişkilerin güçlülüğü ve mekaniklik ile algılarında anlamlı bir farklılaşma olduğunu göstermektedir ($p < .05$). Bulgular Tablo 20’de sunulmuştur.

Tablo 20. Müzenin sosyal anlamda sıcaklığının yaş aralıklarına göre karşılaştırılması

Sosyal Anlamda Sıcaklık	Yaş	n	Ort.	S	F	p
Sıcak	12-18	20	2,75	,639	1,213	,305
	19-24	56	2,63	,676		
	25-30	64	2,61	,607		
	31-35	78	2,81	,457		
	40+	122	2,71	,662		
	Toplam	340	2,70	,612		
Soğuk	12-18	16	,31	,793	1,253	,289
	19-24	48	,52	,945		
	25-30	49	,43	,677		
	31-35	61	,28	,686		
	40+	87	,26	,637		
	Toplam	261	,35	,732		
İlişkileri güçlü	12-18	18	2,44	,705	3,674	,006
	19-24	53	2,55	,667		
	25-30	62	2,31	,841		
	31-35	75	2,69	,697		
	40+	106	2,70	,664		
	Toplam	314	2,58	,725		
İlişkileri zayıf	12-18	16	,38	,619	1,084	,365
	19-24	44	,48	,792		
	25-30	50	,62	,923		
	31-35	64	,36	,675		
	40+	88	,36	,790		
	Toplam	262	,43	,784		
İnsancıl	12-18	18	2,44	,705	1,881	,114
	19-24	56	2,48	,713		

Tablo 20. Müzenin sosyal anlamda sıcaklığının yaş aralıklarına göre karşılaştırılması (devam)

	25-30	61	2,48	,698		
	31-35	73	2,70	,617		
	40+	107	2,66	,629		
	Toplam	315	2,59	,663		
Mekanik	12-18	18	,50	,924	2,873	,024
	19-24	47	,87	1,035		
	25-30	49	,47	,793		
	31-35	65	,51	,886		
	40+	89	,35	,770		
	Toplam	268	,51	,876		

(Kaynak: Kişisel arşiv, 2023)

Müze ziyaretçilerinin müze ve çevresini çok yönlü algılama oranlarının yaş aralıklarına göre farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek için ki-kare analizi yürütülmüştür. Elde edilen sonuçlar kültür aktivite imkânlarına ilişkin algılarda yaşa bağlı anlamlı farklılıklar olduğunu göstermektedir ($p < .05$) Bulgular Tablo 21’de sunulmuştur.

Tablo 21. Müze ziyaretçilerinin müze ve çevresini çok yönlü algılama oranlarının yaş aralıklarına göre karşılaştırılması

Değişkenler			Yaş Aralığı					Toplam	χ^2	p
			12-18	19-24	25-31	30-35	40+			
Alışveriş imkânı	Var	n	13	40	51	52	84	240	1.599	.809
		%	65.0	71.4	77.3	70.3	70.6	71.6		
	Yok	n	7	16	15	22	35	95		
		%	35.0	28.6	22.7	29.7	29.4	28.4		
	Toplam	n	20	56	66	74	119	335		
		%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0		
Kültür aktiviteleri imkânları	Var	n	3	35	35	27	53	153	12.983	.011
		%	16.7	56.5	53.8	37.0	45.3	45.7		
	Yok	n	15	27	30	46	64	182		
		%	83.3	43.5	46.2	63.0	54.7	54.3		
	Toplam	n	18	62	65	73	117	335		
		%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0		
Yeşil alan	Var	n	16	39	36	45	75	211	8.403	.078
		%	88.9	70.9	55.4	60.8	63.6	63.9		
	Yok	n	2	16	29	29	43	119		
		%	11.1	29.1	44.6	39.2	36.4	36.1		

Tablo 21. Müze ziyaretçilerinin müze ve çevresini çok yönlü algılama oranlarının yaş aralıklarına göre karşılaştırılması (devam)

	n	18	55	65	74	118	330
Toplam	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

(Kaynak: Kişisel arşiv, 2023)

18 aşamadan oluşan anket soruları dışında katılımcılara iki adet ucu açık soru sorulmuştur. Bu sorular doğrultusunda ziyaretçilerin müzeden beklentilerini öğrenmek amaçlanmıştır. Katılımcılara müzede en çok hangi alanda vakit geçiriyorsunuz sorulmuştur ve genel olarak verilen cevaplar türbe ve bahçe olarak yanıtlanmıştır. Bu türbeyi ziyaret etmelerindeki en büyük amaç dua etmek olduğu belirlenmiştir. Yapılan analizlere göre cinsiyete ve yaşa bağlı farklılaşmalar olduğu görülmektedir. Kadınlar erkeklere kıyasla daha çok ziyaret etmektedirler.

Bir diğer soruda ziyaretçilere müzenin daha kaliteli bir yapıya sahip olabilmesi için öneriniz var mı diye sorulmuştur. Cevaplar incelendiğinde kültürel aktivite imkanları, müze içerisinde ve çevresinde yeşil alan ve bahçe içerisinde oturma alanının daha çok iste-nildiği görülmüştür.

Verilen cevaplar arasında müze içerisinde ışıklandırılmaya özen gösterilmesi, yabancı ve yerli ziyaretçilerin ücret ödemesi, ilgi çekici etkinliklerin yapılması, ziyaretçilerin sessizliğinin sağlanması, sema ya ve zikre ait öğretiler ritüellerin yaşatıldığı üç boyutlu bir alan eklenmesi, şelale sesi kuş cıvıltısı ney eşliğinde, esintiyi hissedebilecekleri buhur kokusu alabilecekleri bahçe sahneleri içinde hissettirilecek belirli bir süre zikir seremonisi dizayn edilebilmesi, çocuklar için aktivitelerin olması, bilinmeyen yapıların ilgi çekici yönlerinin daha detaylı bir şekilde anlatılması, bahçede temsili maketler oluşturulması, müze çevresindeki restoran sayısının arttırılması, bahçede belirli bir alanda sanal gösteri uygulaması, müzenin eski yeşillik ve ağaçlar içindeki haline özlem duyulup, beton yığınının kurtulması ve lavaboların sürekli temizlenmesi gerektiği kullanıcıların istekleri arasındadır.

3.4. Bölüm Sonucu

Müzeler kültürel değerleri koruyan, sergileyen ve toplumu bilgilendirmek amacı ile kurulan mekanlardır. Mevlâna müzesi Konya için önemli bir turizm yapısıdır. Bu sayede her yıl binlerce kişinin ziyaret ettiği müzelerin başında gelmektedir. Konya Müzesi Müdürlüğünün verdiği bilgilere göre 2019 yılında 3.464.155 kişi tarafından ziyaret ediliyor iken 2020 yılında 888.801 kişi, 2021 yılında ise 1.728.080 kişi tarafından ziyaret edilmiştir. 2019 yılından bu yana ziyaretçi sayısının azalmasında Covid-19 virüsü ve alınan önlemler etkili olmuştur.

Mevlâna Müzesi psiko-sosyal kalite ölçütleri sosyal gereksinimler (Sungur ve Çağdaş, 2003) güvenlik, etkinlik, huzur, güzellik, prestij, rahatlık kavramlarına karşılık gelen sıfatlar (Ayyıldız, 1999, sf.165) ile ölçülmeye çalışılmıştır. Ankette 7’li ölçek kullanılmıştır. Ankette bulunan sorular cinsiyet ve yaşa göre değerlendirilmiştir. Aynı zamanda müze çalışanları ile müzeyi ziyaret eden kullanıcı düşüncelerini öğrenmek amaçlı görüşmeler yapılmıştır. Bu araştırmanın her bir verisi, müzenin gelişmesi için önemli olduğunu ortaya çıkarmıştır. Mekân-kullanıcı döngüsü değişip, yenilenecek psiko-sosyal kaliteye yakınlaşmış ve ziyaretçi sayısında değişim olacaktır.

Bu araştırmada müzede algılanan psiko-sosyal kaliteyi ölçmek amaçlamıştır. Ankete katılan ziyaretçilerin %51,7’sini kadınların, %48,3’ünün erkeklerden oluştuğu, 22 kişi 12-18 yaş aralığında, 65 kişi 19-24 yaş aralığında, 71 kişi 25-30 yaş aralığında, 87 kişi 31-35 yaş aralığında, 144 kişi 40 yaş ve üzeri olarak gözlenmektedir. Konya’da yaşayan ziyaretçi sayısının daha fazla olduğu görülmüştür.

Genel olarak bakıldığında 40 yaş ve üzeri daha çok kişi ziyaret ederken, 12-18 yaş aralığında bulunan kişi sayısı oldukça azdır. Kadınların erklere oranla müzeyi daha çok ziyaret ettikleri görülmüştür. 12-18 yaş aralığındaki kitle ise aile ile birlikte veya okul ile geldiklerini dile getirmişlerdir. Tablo 5’te detaylı bir şekilde demografik özellikler gösterilmiştir.

Müzeye ulaşım genellikle özel otomobil ile sağlanmıştır. Genel olarak ulaşım ziyaretçiler için kolay ve bıkırtıcı olmadan yapılmaktadır. Müzeyi ziyaret etmenin bireyleri etkileme düzeylerinin cinsiyete göre karşılaştırılması yapıldığında 231 kişi ‘kolay geliyor’, 158 kişi ‘zor geliyor ’cevabını vermiştir. Kullanıcılar genel olarak müzeyi ziyaret etmeyi

seviyor ama ‘yorucu, sevmiyorum’ seçeneklerine verilen cevaplar ise fazladır. Neredeyse katılımcıların yarısına göre müzeyi ziyaret etmek yorucu gelmektedir. Tablo 6’ de gösterilmiştir.

Müze ziyaretçilerine müze ve çevresinin çok yönlü olup olmadığı sorulduğunda alışveriş imkanları erkeklerin kadınlara oranla var cevabı verdikleri görülmüştür. Cinsiyete göre müzeyi tanımlamalarında algı değişikliğinin olduğu görülmüştür. Ziyaretçiler tarafından ‘kültür ve aktivite imkanları’ 153 kişi tarafından var, 182 kişi tarafından yok olarak cevap verilmiştir. ‘Yeşil alan ’sorusuna ziyaretçiler var olarak cevap vermişlerdir. 119 kişi yeşil alanın yeterli olmadığını belirtmiştir. Yapılan görüşmelerde ziyaretçiler müze ve çevresi düzenlenmeden önceki halinin daha güzel ve etkileyici olduğunu belirtmişlerdir. Müzenin beton yığınının ibaret olduğu ve görüntü kirliliğinin en aza indirgenmesi istenilmiştir. Bahçede çeşitli kültür aktiviteleri, Mevlevi gösteriler, çocukların ilgisini çekebilecek etkinlikler ve dinlenme alanlarının artması zaman içerisinde müzenin faaliyetlerinin artacağını göstermektedir. Tablo 7’de gösterilmiştir.

Müzenin prestij algısı cinsiyete göre incelenmiştir. Bu sonuçlar doğrultusunda erkek ziyaretçilerin müzeyi daha çağdaş, kadın ziyaretçilerin ise müzeyi daha mütevazı olarak algıladıkları görülmektedir. Müze ziyaretçiler tarafından ilgi çekici, görkemli, çağına uygun bir yapı olarak belirlenmiştir. Bulgular tablo 8’de gösterilmiştir.

Müzenin ziyaretçiler üzerinde uyandırdığı duyguların cinsiyete göre değişip değişmediği incelenmiştir. Sonuçlar doğrultusunda erkek ziyaretçilerin kadınlara oranla, müzeyi daha gelişmiş, gösterişli ve bakımlı olarak algıladıkları görülmüştür. Yaş aralığına göre baktığımızda ise durağanlık ve ilkelik algılarında anlamlı farklılaşmalar görülmüştür. Bu sonuçlar doğrultusunda müzenin daha düzenli, nezih, temiz olması ziyaretçiler ile yapılan görüşmeler sonucunda görülmüştür. Sonuçlar tablo 9’da gösterilmiştir.

Ziyaretçilerin müzenin imaj ve kimlik algısına verdikleri cevap cinsiyete göre karşılaştırma yapılmıştır. Verilen cevaplarda belirli bir fark olmadığı görülmüştür. Kadınların %99’u, erkeklerin ise %97,3’ü müzenin imaj ve kimliğinin olduğunu ifade etmişlerdir. Sonuçlar tablo 10’da gösterilmiştir. Ziyaretçilere göre Mevlâna Müzesi Konya için prestij haline gelmiştir.

Müzenin şu an ki durumunun psiko-sosyal kalite güzellik algısı cinsiyete göre incelenmiştir. Bu sonuçlar doğrultusunda güzellik kavramı her iki cinsiyette de yüksek çıkmıştır. Erkek ziyaretçiler kadınlara göre müzeyi daha sürprizli buldukları görülmüştür. Müze ziyaretçiler tarafından etkileyici, ilgi çekici, mimari anlamda nitelikli, kullanışlı ve tanınan bir müze olarak belirlenmiştir. Erkek ziyaretçiler müzeyi kendi içerisinde uyumsuz olarak algıladıkları görülmüştür. Kadın ziyaretçiler müzeyi daha iyi tanımlayıp belirlerken, erkek kullanıcıların müzeyi tanımadıkları ortaya çıkmıştır. 12-18 yaş erkek kullanıcıların genellikle müze ile ilgili çok fikri olmadığı görülmüştür. Kullanıcılar müzenin sürekli restorasyon halinden sıkılıp belirli bir standartta olması gerektiğini, türbe içindeki eserlerin zenginleştirilmesi ve müzenin kalabalığına çözüm bulunması istenmiştir. Sonuçlar tablo 11’de gösterilmiştir.

Müze psiko-sosyal kalite kavramlarından rahatlık algısı cinsiyete göre incelendiğinde, erkekler müzeyi rahat, sıcak renkli ve ferah olarak tanımlamıştır. Müze hem kadınlar hem erkekler için geniş ve dinlendirici olarak belirlenmiştir. Kadınlar erkeklere oranla müzeyi konforlu bulmamışlardır. Ziyaretçiler türbe ve çevresinde etkileyici ışıklandırma yapılması ve manevi atmosferin artmasını istemişlerdir. Rahat gezebilmek için kalabalığın sorun olduğu belirtilmiş ve belirli sayıda kişi alınması önerilmiştir. Sonuçlar tablo 12’de gösterilmiştir.

Müze ve çevresine ilişkin ziyaretçilerden mekânı tanımlamaları istenmiştir. Yürütülen test doğrultusunda kadınlar yüksek düzeyde pis koku, gürültü ve görüntü kirliliği algılamışlardır. Gürültü kirliliği olduğundan dolayı ziyaretçiler güvenliğin artırılması ve ziyaretçileri uyarması istenilmiştir. Müzede bulunan ıslak hacimlerin belirli aralıklarla sürekli temizlenmesi, havalandırmanın artırılması ve gerekirse çözüm üretilmesi istenilmiştir. Bahçede bulunan kabirlerin çevresine oturulmaması gerektiği bunun müzeyi niteliksiz, sıradan bir hale getirdiği gözlemlenmiştir. Müzede bulunan mezarların etrafının koruma altına alınması ve bu sayede görüntü kirliliğine engel olunması gerektiğini savunmuşlardır. Bahçe ve çevresinin daha özenli hale getirilmesi, gezilebilecek alanların biraz daha genişletilmesi, kapalı alanların düzenlenmesi istenilmiştir. Sonuçlar tablo 13’te gösterilmiştir.

Müze imaj ve kimlik kazandıran öğeler cinsiyete göre incelendiğinde farklılaşma olmadığı görülmüştür. İç dekorasyonun ve cephe karakterinin yüksek olduğu tablo 14'te görülmektedir. İç dekorun kullanıcıları etkilediği ve genelde ziyaretçilerin türbe içerisinde vakit geçirdikleri belirlenmiştir. Müzenin iç dekorasyonun müze daha çok kimlik kazandırdığı görülmüştür. Kubbe-i Hadra'nın müzenin cephesinde etkili bir unsur olduğu görülmüştür. Konum olarak Konya'nın merkezinde olup ulaşım rahatlığı sağlaması, ziyaretçiler açısından kullanışlıdır.

Müzenin şu anki durumuna ilişkin algıların yaş aralıklarına göre farklılaşıp farklılaşmadığı incelendiğinde durağanlık ve ilkelik algılarında gruplar arasında anlamlı farklılaşmalar olduğu görülmüştür. 31-35 yaş arası cazip, 25-30 yaş arası durağan, 19-24 yaş arası müzeyi ilkel bulmuştur. Sonuçlar tablo 15'te gösterilmiştir.

Müzenin ruh sağlığına etkisinin yaş aralıklarına göre farkını incelediğimizde elde edilen sonuçlarda farklılaşmalar görülmüştür. Ferahlık verme, manevi anlamda bağlayıcı olma ya da olmama, sosyal anlamda soğuk olma, dinlendirici veya yorucu olma, ferah veya kasvetli olma gibi özelliklerde farklı veriler elde edilmiştir. 30-35 yaş grubunda ferahlık seçeneği daha fazla seçilmiştir. 40 yaş ve üzeri müzenin manevi anlamda daha bağlayıcı, dinlendirici, ferah ve huzurlu seçilmiştir. Ziyaretçi yorum ve düşüncelerine bakıldığında iç kısmının daha aydınlık olmasını, kimi ziyaretçi ise iç aydınlatmanın daha özenli olması gerektiğini savunmuştur. İlgi çekici ışık oyunları ile türbenin daha özenli hale geleceğini belirtmişlerdir içeride bulunan eserlerin daha özenli bir şekilde sergilenmesi istenilmiştir. Yaşlı kullanıcıların müze ve çevresini rahatça gezebilmeleri için müzede tekerlekli sandalye bulunması önerilmiştir. İç mekânda manevi atmosferi arttırmak için ney sesine daha yoğunluk verilebilir ve bahçede de aynı şekilde kuş cıvıltıları, su sesleri ile mekâna farklılık getirilebileceği düşünülmüştür. Sonuçlar tablo 16'da gösterilmiştir.

Müzenin ziyaretçilerde uyandırdığı duygular yaş aralıklarına göre incelendiğinde genel ziyaretçilerin yorumuna göre 40 yaş ve üzeri sevgi oldukça yüksek, nefret duygusu da yok denecek kadar azdır. Ziyaretçiler müzeyi genel olarak benimsemiş, etkilenmiş, mutluluk duygusu uyandırmış ve tatmin olmuşlardır. Bu durumda tabloya bakıldığında birbirinin zıttı kavramların arasında fark olduğu görülmüştür. Sonuçlar tablo 18'de gösterilmiştir.

Müzeye ulaşım yaş aralığına göre değişmektedir. 12-18 yaş aralığı genelde otobüs, 19-24 yaş aralığı dolmuş ve otobüs, 25-30 yaş aralığı özel otomobil, 40 yaş ve üzeri otomobil başta olmak üzere otobüs, tramvay, dolmuş ve taksi olarak sıralanmaktadır. Ulaşımında zorluk çeken bir ziyaretçiye rastlanmamıştır lakin otopark sorunu kullanıcılar için büyük bir problem haline gelmiştir. Sonuçlar tablo 19’da gösterilmiştir

Müze ziyaretçilerinin, müzeyi sosyal anlamda ne düzeyde sıcak algıladıkları yaş aralıklarına göre incelendiğinde elde edilen sonuçlarda müzenin ilişkileri güçlü, sıcak, insancıl olduğu görülmektedir. Diğer sonuçları ile birlikte anlamlı farklılaşmalar olmuştur. Sonuçlar tablo 20’de gösterilmiştir

Müze ziyaretçilerinin müze ve çevresini çok yönlü algılama oranlarının yaş aralıklarına göre incelendiğinde elde edilen sonuçlarda 12-18 yaş arası kültür aktivite imkânlarının olmadığını, 25-30 yaş arası alışveriş imkanının var olduğunu, 12-18 yaş arası yeşil alanın yeterli olduğunu, 25-30 yaş arası yeşil alanın yetersiz olduğunu belirtmiştir. İlişkin algılarda yaşa bağlı anlamlı farklılıklar görülmüştür. Sonuçlar tablo 21’de gösterilmiştir.

Yapılan alan araştırmasında yöneltilen ucu açık sorularda, bireylerin müzeden beklentileri şu şekilde sıralanabilir;

- Aktivite ve kültürel etkinliklerin artırılması,
- Yeşil alanın düzenlenmesi,
- Manevi sanal gösterilerin olması
- Tarihi bulgu ve eserlerin artması,
- Müze içerisinde ve bahçesinde doğru ışıklandırma yapılması,
- Semâ ya da zikre ait öğretiler yapılması
- Sessizliğin sağlanması
- Eserlerin Manevi boyutunun anlatılması
- Maneviyatı hissettirecek ney sesleri ve buhur kokusunun olması
- Yaşlılar için müzede tekerlekli sandalye bulundurulması,
- Müze bahçesinde bulunan oturma alanının yetersiz olması,
- Düzenli bir şekilde temizliğin yapılması, artırılması kullanıcı istekleri arasındadır.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Psiko-sosyal kalite insan ve mekân arasındaki etkileşimi sağlayan bir kavramdır. Mekânın insan üzerinde oluşturduğu etki psiko-sosyal kalite kavramını ortaya çıkarmaktadır. Mevlâna Müzesinin geliştirilmesi ve psiko-sosyal kalitenin ölçülmesi amaçlanmıştır. Müzede kaliteyi bulmak için ziyaretçiler ile müze arasındaki etkileşimi ölçmek gerekmektedir. Mekân bütün halde ele alınıp incelenmelidir. Mekânı deneyimlerken bireyin önceden edindiği tecrübe, deneyim, çevresel etkenler, fiziksel etkenler ve kültürel etkenler yardımcı olmaktadır. Bu etkenler ile birlikte mekânın verdiği his ve duygular çıkmaktadır. Ortaya çıkan bu düşünceler ziyaretçi deneyimlerinden oluşturmaktadır. Her kullanıcı yaşadığı ve edindiği bilgiler doğrultusunda hissettiklerini, davranışlarını ve düşüncelerini paylaşmaktadır. Bütün bu birikimler psiko-sosyal kalite ipuçlarını vermektedir.

Psiko-sosyal kalite ve müzeleri anlamak için literatür çalışması yapılmıştır. Müzeler halka açık ve sık sık ziyaret edilebilen mekandır Psiko-sosyal kalite yaşamımızın farklı alanlarında yer almaktadır. Psiko-sosyal kalite doğrudan insan psikolojisi ile ilgilidir. Müzeler ziyaretçileri ile sürekli iletişim halindedir. Çalışmada daha çok kişi, farklı kültürler ve yaş aralıklarına ulaşabilmek için ‘müze’ mekân olarak seçilmiştir.

Tez çalışmasında Mevlâna Müzesi psiko-sosyal kalite ölçütleri yaş ve cinsiyete göre, gizlilik, prestij, sosyal ilişkiler, estetik, etkinlik, huzur, rahatlık gereksinimleri başlıklar halinde sınıflandırılmıştır. Müzelerde devamlılığı sağlamak amacıyla ziyaretçilerin öneri ve düşüncelerine önem verilmelidir. Mekân kullanımı sonrasında müze ve çevresi ziyaretçiler tarafından değerlendirilmiştir. Mekândan elde edilen bilgiler sonrasında düşünce ve isteklerini, olumlu ya da olumsuz olarak belirtmişlerdir. Böylece yapılan anket sonucunda kişisel tatmin duygusu ve mekân kalitesine yön verecektir. Müze ziyareti sonrasında elde edilen bulgular tasarıma ve müzenin gelişmesine katkı sağlayacaktır.

Bu araştırmada ziyaretçilerin psiko-sosyal kalite kavramlarına karşılık veren düşünceleri anket ile değerlendirilmiştir. Bu anket müzeyi ziyaret eden 389 kişi ile gerçekleştirilmiştir. Müzede verilen hizmet kalitesini iyileştirmek, ihtiyaçlarını karşılamak ve yapıyı daha kaliteli bir hale getirecektir.

Mevlâna Müzesi bulunduğu konum ile inanç ve kültürel turizmin merkezi haline gelmiştir. Günümüzde birçok ülkeden turist ziyaret etmektedir. Müzeyi ziyaret edenler gereken hassasiyet ve özeni göstermelidir. Müzede bulunan her bir bölüm ayrı ayrı mesaj vermektedir. Mevlâna Müzesi ve bölümleri incelendiğinde, müze içerisinde bulunan motifler, el yazmaları, tuğralar, altın yaldızlı işlemler, farklı dönemlere ait eserler, çiniler, kalem işi süslemeler bulunmaktadır.

Müzede gereksinim, ziyaretçilerin algılama düzeyleri, deneyimleri ve gözlemlerinden oluşmaktadır. Mekânın verdiği his ve duyguları ortaya çıkartmaktır. Bu hislerin oluşumunda psiko-sosyal gereksinimler etkilidir. Psiko-sosyal etkenler mekân ile iletişimi sağlamaktadır. Bu etkenler müze ve bölümlerinde ortaya çıkmaktadır.

Sosyal ilişkileri bakımından sıcaklığı, manevi iletişimi, anlayışı ve iyiliği temsil etmektedir. Gelen ziyaretçiler müzede huzuru arayarak müze ile sosyal iletişime geçmelidir. Müze içerisindeki anlamlar ile sürekli iletişim halindedir.

İnsan gereksinimlerine yanıt veren mekanlar, bireylerde davranışları belirlerler. Mekânın tasarlanma boyutu, bireyleri psikolojik açıdan etkilemektedir. Bireylerde oluşan psikolojik etkenler, mekandaki gereksinimleri ortaya çıkartmaktadır. Tasarımcı hem mekânı hem de mekânı kullanacak bireyleri tanımlayarak, alan kullanımında verimliliği arttırmış olacaktır. İnsanların psiko-sosyal açıdan mekândan mutlu, huzurlu, sağlıklı (beden ve ruh) ve güvenle ayrılmasına yön vermiş olacaktır. İnsanların mekân ile bağlantısında, sebep-sonuç ilişkisi vardır. Memnuniyet arttıkça mekândan alınan haz ve mekân kalitesi de artmış olacaktır.

Elde edilen psiko-sosyal gereksinimler ile müze bölümleri yorumlanmıştır. Ziyaretçiler algıladıkları ile değerlendirmeler yapmaktadır. Ziyaretçiler ile araştırma yapılması, müzeden algılanan kaliteyi ortaya çıkarmakta yardımcı olacaktır. Ziyaretçilerin değerlendirme sonrası yorumları müzeyi iyileştirmeye katkı sağlayacaktır.

Araştırmada elde edilen verilerde, Konya Mevlâna Müzesinde ziyaretçilerin verdiği cevaplar yaş ve cinsiyete göre değişmektedir. Genel kullanıcıya bakıldığında müzenin vermek istediğı his ve duyguların aktarılmadığı, fiziki özelliklerinin hizmet kalitesi açısından yeterli seviyede olduğu ortaya çıkmıştır.

Mevlâna müzesini kadınlar, erkeklere oranla daha çok ziyaret ettikleri görülmüştür. Ziyaretçiler genel olarak ulaşımı özel otomobil ile sağlamışlardır. Verilen cevaplar doğrultusunda müze Konya için prestij ve kimlik algısı oluşturmaktadır. Erkek ziyaretçiler müze ve çevresini kadın ziyaretçilere oranla çok yönlü bulmuştur. Erkek ziyaretçilerin müzeyi daha çağdaş, kadın ziyaretçilerin ise müzeyi daha mütevazı olarak algıladıkları görülmektedir. Erkek ziyaretçiler kadınlara oranla, müzeyi daha gelişmiş, gösterişli ve bakımlı olarak algıladıkları görülmüştür. Müze hem erkek hem de kadın ziyaretçilere göre geniş ve dinlendirici olarak belirlenmiştir. Erkek ziyaretçiler müzeyi rahat, sıcak renkli ve ferah olarak tanımlamıştır. Müze hem kadınlar hem erkekler için geniş ve dinlendirici olarak belirlenmiştir. Kadınlar erkeklere oranla müzeyi konforlu bulmamışlardır. Kadın ziyaretçilerin erkeklere oranla pis koku, gürültü ve görüntü kirliliği algıladıkları görülmüştür. Erkek ziyaretçilerin kadın ziyaretçilere oranla müzeyi daha sürprizli buldukları görülmüştür. Her iki ziyaretçi grubu yeşil alana daha çok önem ve özen gösterilmesi gerektiğini vurgulamıştır. Müze, ziyaretçiler üzerinde sevgi ve güzellik duygusu uyandırmıştır. Yapılan anket çalışmasında müzenin iç dekorasyonu müze için belirli bir unsur haline geldiği görülmektedir. Müze zaman içerisinde kendisini geliştirmiş ve sosyal anlamda sıcak, insancıl ve güçlü olduğu belirlenmiştir. Müzenin kendine has yapısı ve tarzıyla görenlerde hayranlık uyandırmaktadır. Müze içerisindeki eserlerin her birinde ince düşünülmüş detaylar bulunmaktadır. Manevi anlamda dinlendiricidir. Huzuru yakalayıp maneviyata yönelmeyi amaçlamaktadır.

Müzenin sosyal açıdan sadece bir müze olarak görülmemesi, kültürel olarak manevi bir mekân olduğunu unutmamak gerekir. Müzenin fiziki özellikleri ve ziyaretçilerde uyandırdığı duygular arttıkça, yenilendikçe müzeyi ziyaret etme istekleri artacaktır. Müze, Mevlâna'nın kişisel özelliklerini ve insanlığa fayda sağlayacak öğretilerinin değerini anlatmaktadır. Müzenin bilinçsiz ziyaret edilmesi sonucunda, müze ile ziyaretçi arasındaki iletişim sağlanamamaktadır. Bir başka deyişle müzede amaç sadece mekânı gezip, mekâna yön veren etkenlerin ilgi odağı olmaması gerekmektedir. Mekâna yön veren ışık, renk, doku, malzeme ve biçim tasarıma etki etmektedir. Müze bu etkenler ile birlikte düşünülüp ziyaretçiler üzerinde oluşacak, duygu, his, etkilenme, değer, ibadet, huzur ve maneviyat ile değerlendirilmelidir. Müzenin yükleyeceği manevi duygular,

kişinin kendisini bulmasına yardımcı olacaktır. Bu sayede müze amacına ulaşmış olacaktır. Çünkü müzeler yaşattıkları anlam ile bütünleşirler.

Psiko- sosyal kalite mekânda hissettirebildikçe, memnuniyette artacaktır. Müzede devamlılığın sağlanabilmesi için kalite ölçütleri yerine getirilmelidir. Ziyaretçiler ve müze arasındaki döngü sağlandıkça yeni bilgiler elde edilip psiko-sosyal kaliteye yaklaşmış olacaktır. Elde edilen sonuçlar ile müze gelişmesine katkı sağlayacaktır. Bu çalışma gelecekte yapılacak olan Mevlâna Müzesi ile ilgili çalışmalara yön gösterip, kalite kavramlarından yararlanabilecekleri bir çalışma olacağı düşünülmektedir.



KAYNAKLAR

- Aiello, J., (1987) Human spatial behavior, in D. Stokols&I.Altman, Eds., Handbook of environmental psychology, New York: Wiley, 385-504.
- Akar, A., (2020). Müzelerde Algılanan Hizmet Kalitesi: İstanbul'daki Özel Çağdaş Sanat Müzeleri Örneği, İstanbul, 2-102.
- Akar, A., Arıkboğa, F., (2021). Müzelerde Algılanan Hizmet Kalitesi: İstanbul'daki Özel Çağdaş Sanat Müzeleri Üzerine Bir Araştırma, UNIMUSEUM 4(1), 31-42.
- Akert, M., Robin, W., (2012). Sosyal Psikoloji, İstanbul, Kaknüs Yayınları, 27-944.
- Akgün, Ü., (2011). Müzelerde Mekân Kurgusunun Algı ve Yön Bulmadaki Etkisinin İncelenmesi, 17-87.
- Akyol, A., (1993). Yaşam Kalitesi ve Yaklaşımları, Ege Üniversitesi Hemşirelik Yüksek Okulu Dergisi, 75-80.
- Alan, H., İşbilir, Ö., Aycibin, Z., Kılıç, M., (2018). Tarihin Peşinde Bir Ömür, İstanbul, Kronik Kitap
- Alpar, Z., (2018). Psikososyal Destek Kılavuzu.ABD, INEE.10-82.
- Altaş, N., (1994). Kalite kavramı üzerine bir inceleme: Fiziksel çevrede kalite parametreleri modeli.
- Anonim., Mevlâna Müzesi, Konya Kütüphanesi.
- Arayıcı, O., (2015). Mekân ve Tasarım Üzerine, Ege Basım, 3-81.
- Argan, M., (2009). Sanat Galerilerinin Sergi Salonunda Algılanan Hizmet Kalitesi Boyutları, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:9, 1-18.
- Artun, A., (2007). Türkiye de Müzecilik, Cilt: 2, Kültür ve Turizm Bakanlığı, İstanbul.
- Asar, H., (2013). Mimari Mekân Okumasında Algısal Deneyim Analizinin Bir Yöntem Yardımıyla İrdelenmesi.1-105.
- Atalay, D., (2007). Sosyal Psikoloji ve Erdem ve Erdem Etiği, Türk Psikoloji Bülteni, sayı:41, 56.
- Ataşağın, Ş., (2013). Konya Mevlâna Müzesi İhtisas Kütüphanesi 5278 Numaralı Münşeat Mecmuası, İstanbul, 1-513.
- Bakırcı, N., (2007). Konya Mevlâna Dergâhı, 193-204.
- Bekar, M., Sekban D., (2020). Müzelerin Açık Mekân Kalitesi ve Kullanıcı Tercihleri Üzerine Karşılaştırmalı Bir İnceleme, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi, 290-300.
- Bryant, J. (1988). The principles of marketing: A guide for museums. Association of Independent Museums.
- Cücenoglu, D., (1996). İnsan ve Davranışı, Psikolojinin Temel Kavramları Remzi Kitabevi, İstanbul.

- Çıpan, P., (2018). Şehabettin Uzluğ'un Mevlevilik Mekanları ve Kültürü Hakkında Yaptığı Çalışmalar, Türkiye Araştırmaları Enstitüsü, 15-34.
- Çıpan, M., (2018). Şehabettin Uzluğ'un Mevlevilik Mekanları ve Kültürü Hakkında Yaptığı Çalışmalar, Konya, Türkiye Araştırmaları Enstitüsü, 15-34.
- Çoban, G., (2021). Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Kendini Gerçekleştirme Basamağında Gizli Yetenekler, Cilt:6, Sayı:1, 111-118.
- Çomak, S., (2020). İç Mekân Tasarımında Bitirme Öğelerinin İnsan Psikolojisine ve Mekân Algısına Etkisi, 3-104.
- Dağdeviren, A., (2021). Algılanan Hizmet Kalitesi Memnuniyet ve Davranışsal Niyetler Arasındaki İlişki: Kaman- Kalehöyük Arkeoloji Müzesi Örneği, İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırma Dergisi, 10, 537-567.
- Demirkan, H., (2015) Mekanlarda Erişebilirlik, Kullanılabilirlik ve Yaşanabilirlik, Dosya 3b, Ankara, 1-5.
- Dizman, O., (2015). Geçişlilik Kavramının Mekâna Anlamsal ve Simgesel Yansımaları, Lefkoşa, 13-68.
- Ekincek, S., Arıca, R., İlbay, B., (2015). Müze kart Kullanıcılarının Yarar Algıları Üzerine Bir Araştırma: Ayasofya ve Topkapı Müzeler Örneği, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 10-23.
- Erbaş, H., (1992). Sosyolojide Fenomenoloji, 160-166.
- Erdoğan, T., (2003). Türkiye'deki Arkeoloji Müzelerinde Yapılan Eğitsel Faaliyetler, Ankara, 1-24.
- Ergül, H., (2015). Mimarlığın İhmal Edilen Sosyal ve Toplumsal Yönü, Spain, ISITES, 1071-1079.
- Erniş, I., (2012). Fiziksel Elemanlarının Yüzer Yapılarda Mekân Algısına Olan Etkileri: Çevre ve İnsan Davranışı İlişkisi Bağlamında İncelenmesi, İzmir, 13-171.
- Göksu, T., Sosyal Psikoloji, 1-29.
- Gümüş, A., (2016). İhtisas Kütüphanesi.
- Günel, B., Esin, N., (2007). İnsan – Mekân iletişim Modeli Bağlamında Konutta Psikososyal Kalitenin İrdelenmesi. İstanbul İtÜ Dergisi, Cilt:6, 19-30
- Güneş, E., Pekerşen, Y., Alagöz, G., Sivrikaya, K. (2019). Müze Ziyaretçilerinin Hizmet Kalitesine Yönelik Algılamaları: Mevlâna Müzesi Örneği. Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi (AKAD), 591-612.
- Güney, S., (2016). Davranış Bilimleri. Nobel Yayıncılık.
- Gürel, E., (2013). Ankara'daki Müzelerde Ziyaretçi Profillerinin ve Motivasyonlarının Değerlendirilmesi, Ankara Araştırmaları Dergisi, 1-9.
- Gürpınar, Ç., (2020). Mekân Kurgusunun Kullanıcılar Üzerindeki Psikolojik Etkilerinin Örneklerle İncelenmesi, İstanbul, 1-83.

- GüzelKahraman, Ç., (2020). Mekân ve İnsan İlişkisinde Yer Duygusunun Sanal Gerçeklikle Deneyimlenmesi Üzerine Bir İnceleme, Ankara, 7-23.
- İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Yayınları, (2015). Mevlâna Dergâhı, Konya, 1-24.
- İlke, F., İnceoğlu, M., Çabuk, A., (2020). Çevre Planlaması ve Yönetimi İçin Psikososyal Gereksinimlerin AHS Yöntemi Kullanılarak Belirlenmesi. 50-65.
- İmamoğlu, V. (2003). Mekân ve İnsan Psikolojisi, Tol Dergisi.
- İnceoğlu, M., Aytuğ, A., (2009). Kentsel Mekânda Kalite Kavramı, Megoron, cilt:4, sayı:3, 131-146.
- Kahraman, M., (2014). İnsan İhtiyaçları ve Mekânsal Elverişlilik Kavramları Perspektifinde Yaşanılabilirlik Olgusu ve Mekânsal Kalite.Planlama,74-84.
- Kandemir, Ö., Uçar, Ö., (2015). Değişen Müze Kavramı ve Çağdaş Müze Mekanlarının Oluşturulmasına Yönelik Tasarım Girdileri. Anadolu Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi, Cilt:2, 17-47.
- Karaca, F., Özdemir, F., Ünal, B., Gören, S., (2011). Müze İç Ortam Hava Kalitesi Araştırmaları İçin Reaktif Kupon Yöntemi ve İlk Analizler, X. Ulusal Tesisat Mühendisliği Kongresi, 1693-1701.
- Karayılanoğlu, G., Arabacıoğlu, B., (2020). Çağdaş Sanat Müzelerinde İç Mekân Deneyimi Üzerine Nicel Bir Araştırma, Mimarlık ve Yaşam Dergisi, 529-548.
- Karpuz, H., (2004). Mevlâna Külliyesi, İslam Ansiklopedisi, Cilt:29,448-452.
- Kayaoğlu, A., (2003). Kitlenin Psikolojisi ya da Sosyal Psikolojinin Kitlesi: Kitlede Yeni Bir Anlayışa Doğru, Kurgu Dergisi, s:20, 205-218.
- Kirchberg, V., Tröndle, M., (2015). The Museum Experience:Mapping The Experience Of Fine Art, 169-193.
- Kır, İ., (2011). Toplumsal Bir Kurum Olarak Ailenin İşlevleri, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:10, 381-404.
- Koçoğlu, C., Bakkaloğlu, F., Acar, A., (2019). Yerel Halkın İnanç Turizmine Yönelik Bakış Açılarının Demografik Özelliklere Göre Değerlendirilmesi, Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi,124-131.
- Korkmaz, H., (2020). Troya Müzesi Elektronik Ziyaretçi Yorumlarının Özellikleri, Memnuniyet ve Tavsiye Açısından İncelenmesi, Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research,43-56.
- Korur, S., Sayın, S., Oğuzalp, E., Korkmaz., (2006). Konutlarda Kullanıcı Gereksinimlerine Bağlı Olarak Yapılan Cephe Müdahalelerinin Fiziksel Çevre Kalitesine Etkisi.S.Ü. Müh-Mim.Fak. Dergisi.,178-190
- Kurulgan, M., Bayram, F., (2018). Müzelerde Alınan Hizmet Kalitesi Boyutları: Anadolu Üniversitesi Eğitim Karikatürleri Müzesinde Bir İnceleme, Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi, 375-410.
- Kutlu, R., (2018). Çevresel Faktörlerin Mekân Kalitesi ve İnsan Sağlığına Etkisi.67-78.

- Küçükdağ, Y., (1996). 1251H/1835M. Tarihli Mevlâna Türbesi ve Çelebi Efendi Konağı Tamir ve İnşası Defteri, Sayı:2
- Küçükdağ, Y., 1251H/1835M. Tarihli Mevlâna Türbesi ve Çelebi Efendi Konağı Tamir ve İnşası Defteri, 181-206.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2015), "Müze Nedir?".
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, Mevlâna Müzesi.
- Narter, D., (2007). Sosyal Psikolojinin Sosyal Kavramına Dair Öneriler, Sosyoloji Dergisi, sayı:15, 23-30.
- Okan, B., (2018). Günümüz Müzecilik Anlayışındaki Yaklaşımlar ve Müze oluşumunu Etkileyen Unsurlar, Tykhe Sanat Tasarım Dergisi, Cilt:3,215-242.
- Okan, B., (2018). Günümüz Müzecilik Anlayışındaki Yaklaşımlar ve Müze Oluşumunu Etkileyen Unsurlar, Tykhe Sanat ve Tasarım Dergisi, Cilt:3, 215-242.
- Ozar, B., (2018). Mekan Algısı ve Psikososyal Kalitenin Ölçülebilirliği:Armada Hayat Sokağı.1-153.
- Öner, M., Mevlâna Müzesi Rehberi,Kültür Yayınları,3-56.
- Önge, Y., (1985). Mevlâna Türbesinin Çini Tezyinatı, 1.Milli Mevlâna Kongresi, Konya, 401-408.
- Özat, S., Hidayetoğlu, S., Bakırcı, N., Arar, A., (2012). Mevlâna Müzesi Kataloğu, 59-104.
- Özata, Ö., (2017). Konya Mevlâna Kültür Merkezi Aksı (Kültür Vadisi) Bölgesel Aydınlatmasının İncelenmesi, Konya, 4-102.
- Özcan, Ö., Çelik, G., (2017). Bilişsel Davranışçı Terapi, Türkiye Klinikleri, 115-120.
- Poloma, M., (1993). Çağdaş Sosyoloji Kuramları, İstanbul, Gündoğan Yayınları.
- Rodap, G., (2014). Modern Müzelerde Aydınlatmanın Mekânsal Algı Üzerindeki Etkileri, 1-116.
- Rodop, G., (2014). Modern Müzelerde Aydınlatmanın Mekânsal Algı Üzerindeki Etkileri, İstanbul, 3-108.
- Sadık, C., (2021). Müze Nedir, Tanımı, Fonksiyonları ve Tarihçesi, Tarihi Sanat.
- Saylan, S., Dinçer, E. (2017). Kamusal Alanların Kullanımında Mekân Kalitesi, Kent Kültürü ve Yönetimi Hakemli Elektronik Dergi, Cilt:10, 1-18.
- Sert, N, Karacaoğlu, S., (2018). Müzelerdeki Hizmet Kalitesinin Memnuniyet Algısı ve Tavsiye Etme Niyeti Üzerindeki Etkisi: Anadolu Medeniyetleri Müzesi Örneği, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:20, 103-122.
- Sezgin, M., Haşioğlu, B., İnal, E., (2011). Müze Pazarlamasında Müşteri İlişkileri ve Deneyimleri Üzerine Bir Araştırma, ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:7,201-220.
- Solak, S., (2017). Mekân Kimlik Etkileşimi, Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt:6,13-27.

- Sop, S., Yeşiltaş, M., Soslu, S., (2019). Fiziksel Çevrenin Müze Ziyaretçileri Üzerine Etkisi: Burdur Müzesi Örneği, Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt:8, sayı:4
- Tezcan, K., (2006). Müze Eğitiminin Tarihsel Gelişimi, İTÜ dergisi Cilt:3 sayı:1
- Topses, G., (2012). Davranışçı ve Varoluşçu Hümanistik Psikolojik Danışma Kuramlarının Ayırteci ve Örtüşen Nitelikleri, International Journal of New Trends in Arts, Sports & Science Education, 67-75.
- Tunç, A., A, A., (2017). Algı Üzerine Kurulu Yönetmel Bir Anlayış: Algının Yönetimi, Kahramanmaraş, Ideastudies, 228-238.
- Umur, M., (2015). Turist Rehberlerinin Müze Hizmet Kalitesi Algılamaları Üzerine Bir Araştırma: Göreme Açık Hava Müzesi Örneği, Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 68-90.
- Uslu, Ö., Yalçın, G., (2020). Görsel Algı Bağlamında Mekân Tasarım Bileşenlerinin İncelenmesi, Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 232-244.
- Usta, G., (2020). Mekân ve Yer Kavramlarının Anlamsal Açından İrdelenmesi, Tojdac, 25-30.
- Uzluk, Ş., (1943). Türk Mimarisinde Mevlâna Türbesi ve Onun Mimari Değeri, Konya Halkevi Kültür Dergisi, 144-147.
- Uzunoglu, S., Özer, H., (2014). Mimarlık Eğitiminde Mimari Psikoloji Formasyonunun Geliştirilmesi İçin Bir Model, Megaron, 143-165.
- Verdil, A., (2007). Mekân Davranış İlişkisinin Dönüşümü: Alışveriş Merkezlerinin Mekânsal Dizim Yöntemiyle İncelenmesi.1-108.
- Yarar, A., (2015). Mevlana'nın Şehri Konya,Kristal Yayınevi,38-59.
- Yaşın, C., Cengiz, C., (2020). Kurt Lewin, İletişim Ansiklopedisi.
- Yıldırım, H., (2017). THE TRANSFORMATION OF A RELIGIOUS SITE INTO A STATE MUSEUM IN TURKEY: THE CASE OF THE MEVLÂNA MUSEUM.1-140.
- Yıldız, A., (2015). Gezi Notları Mevlâna Müzesi, Konya.
- Yılmaz, İ., (2011). Müze Ziyaretçilerinin Hizmet Kalitesi Algılamaları: Göreme Açık Hava Müzesi Örneği, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, Cilt:22, 183-193,
- Zencirkıran, M., (2017) Davranış Bilimleri, Dora Yayınevi.

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı Soyadı : Fatma Kaya

EĞİTİM DURUMU

Lisans Öğrenimi : 2018, KTO Karatay Üniversitesi, GSTF, İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı

Yüksek Lisans Öğrenimi : 2023, KTO Karatay Üniversitesi, GSTF, Mimarlık

Bildiği Yabancı Diller : İngilizce

Bilimsel Faaliyetleri : -

İŞ DENEYİMİ

Stajlar : 2016, Stajyer, Bal İç Mimarlık-2017, Stajyer, Mehmethan Özerdem Bee Rendering

Projeler : -

Çalıştığı Kurumlar : 2018-2019, Çalışan, Mehmethan Özerdem Bee Rendering

Tarih: 25 Nisan 2023

EK 1. MEVLÂNA MÜZESİ ARAŞTIRMA İZNİ

KTO Karatay Ünv. Evrak Tarih ve Sayısı: 13.06.2022-35744



T.C.
KONYA VALİLİĞİ
İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü
Mevlana Müzesi Müdürlüğü



Sayı : E-33677087-155.01-2597173

09.06.2022

Konu : Kurum Araştırma İzni (Fatma ATAR)

KONYA VALİLİĞİNE
(İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü)

İlgi : 02.06.2022 tarihli ve E-22850611-155.01-2568471 sayılı yazınız.

KTO Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Mimarlık Tezli Yüksek Lisans Programına kayıtlı Fatma KAYA 'nın "Müze Yapılarının Psiko-Sosyal Kalite Bağlamında İncelenmesi:Mevlana Müzesi" konulu yüksek lisans tezi çalışması yapması, ilgili anket formlarından birer nüsha mümkünse CD ortamına aktarılmış çalışma raporu ile ileride yayımlanması halinde kitap ve ayrıbasımların Müze Müdürlüğümüze gönderilmesi kaydıyla uygun görülmüştür.

Gereğini bilgilerinize arz ederim.

Dr Naci BAKIRCI
Müze Müdürü

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Doğrulama Kodu: 45FF5DBA-07A1-4EEE-83EF-7A44CDCB1078

Doğrulama Adresi: <https://www.turkiye.gov.tr/ktb-ebys>

Mevlana Müzesi Aziziye Mahallesi Müze Alanı Cad. No: 1

Karatay/KONYA

KEP Adresi : konyakulturturizm@hs01.kep.tr

Bilgi için:Naci BAKIRCI

Müze Müdürü

Telefon No:(332) 351 12 15



EK 2. ANKET SORULARI

I. Grup Sorular

1.Cinsiyetiniz

☐ Kadın

☐ Erkek

2.Yaşınız

☐ 12-18 ☐ 25-30 ☐ 40+

☐ 18-24 ☐ 30-35

3.Eğitim Durumunuz

☐ İlkokul-Ortaokul

☐ Lise

☐ Üniversite

4.Mesleğiniz Nedir?

.....

5.Konya’da mı yaşıyorsunuz?

☐ Evet

☐ Hayır

II. Grup Sorular

3: Çok, 2: Oldukça, 1: Biraz

1. Müze bölgesine ulaşımı nasıl sağlanıyorsunuz?

Otobüs	
Dolmuş	
Tramvay	
Taksi	
Özel Otomobil	

2. Müzeye ulaşım sizi nasıl etkiliyor?

	3	2	1	0	1	2	3	
Zor geliyor								Kolay geliyor
Yorucu								Yorucu değil
Bıktırıcı								Bıktırıcı değil

3. Müzeyi ziyaret etmek sizi nasıl etkiliyor?

	3	2	1	0	1	2	3	
Zor geliyor								Kolay geliyor
Yorucu								Yorucu değil
Bıktırıcı								Bıktırıcı değil
Sevmiyorum								Seviyorum

4. Müze ve bölgesinde çevre kirliliği var mı?

	3	2	1	0	1	2	3	
Hava kirli								Hava kirli değil
Pis koku var								Pis koku yok
Gürültü var								Gürültü yok
Görüntü kirliliği var								Görüntü kirliliği yok

5. Müze ve çevresinin çok yönlü olduğunu düşünüyor musunuz? Aşağıdaki aktivite imkanlarından hangisi var?

	VAR	YOK
Alışveriş imkânı		
Kültür imkanları aktiviteleri		
Yeşil alan		

6. Müzede kendinizi güvende hissediyor musunuz?

	3	2	1	0	1	2	3	
Güvensiz								Güvenli

7. Müze aşağıdaki özelliklere sahip mi?

	3	2	1	0
Rahat				
Geniş				
Sıcak renkli				
Dinlendirici				
Konforlu				
Aydınlık				
Ferah				

8. Mevlâna Müzesi Konya için prestij sağlıyor mu?

EVET ()

HAYIR ()

9. Prestijin sağlanmasında aşağıdaki hangi ölçekler ne derece etkili oluyor?

	3	2	1	0	1	2	3	
Çağdışı								Çağdaş
Karmaşık								Yalın
Sıkıcı								İlgi çekici
Mütevazı								Görkemli
İlkel								Gelişmiş

Düşük								Müze standardı yüksek
Cazip değil								Cazip
Uygun değil								Çağına uygun

10. Müze beden sağlığını nasıl etkiliyor?

	3	2	1	0	1	2	3	
Isınması iyi değil								Isınması iyi
Nem var								Nem yok
Güneş almıyor								Güneş alıyor
Yorucu								Yorucu değil
Doğal ışık almıyor								Doğal ışık alıyor

11. Müze ruh sağlığını nasıl etkiliyor?

	3	2	1	0	1	2	3	
Ruhum daralıyor								Ferahlık veriyor
Manevi anlamda bağlayıcı değil								Manevi anlamda bağlayıcı
Sosyal anlamda soğuk								Sosyal anlamda sıcak
Yorucu								Dinlendirici
Kasvetli								Ferah
Sıkıcı								Sıkıcı değil
Huzurlu değil								Huzurlu
Tedirgin ediyor								Tedirgin etmiyor
Şikayetçi ediyor								Şikayetçi etmiyor
Kaygılandırıyor								Kaygılanmıyorum

12. Müze sosyal anlamda,

	3	2	1	0	1	2	3	
Soğuk								Sıcak
İlişkileri zayıf								İlişkileri güçlü
Mekanik								İnsancıl

13. Aşağıdakilerden hangisi müzenin şu anki durumunu yansıtıyor?

	3	2	1	0	1	2	3	
Çirkin								Güzel
Sıradan								Özgün
Alelaide								Etkileyici
İlgi çekmiyor								İlgi çekici
Monoton								Sürprizli
Niteliksiz								Mimari nitelikli anlamda
Uyumsuz								Kendi içinde uyumlu
Düzensiz (kullanışlı değil)								Planlama açısından düzenli (kullanışlı)
Tanınıyor								Tanınmış, bilinen
Görkemli değil								Görkemli
Cazip değil								Cazip
Durağan								Hareketli
İlkel								Gelişmiş
Alışılmış								Alışılmamış
Gösterişsiz								Gösterişli
Özensiz								Özenli
Güçsüz								Güçlü
Çevresiyle uyumsuz								Çevresiyle uyumlu
Bakımsız								Bakımlı

14. Müze sizde güzel duygular uyandırıyor mu?

	3	2	1	0	1	2	3	
Nefret								Sevgi
Reddetme								Benimseme
Nahoş								Hoş
Etkilenmeme								Etkilenme
Tatmin olmama								Tatmin olma
Mutsuzluk								Mutluluk

15. Müzenin bir imajı ve bir kimliği olduğunu düşünüyor musunuz?

EVET ()

HAYIR ()

16. Aşağıdakilerden hangisinin müzeye bir imaj ve bir kimlik kazandırdığını düşünüyorsunuz?

Cephe karakteri	
Konumu	
İç dekorasyonu	
Bahçe düzeni	
Bazı yapı elemanları (çatı, kapı, giriş vs.)	
Bulunduğu bölge	

17. Müze aşağıdaki hangi özellikleri yansıtıyor?

	3	2	1	0	1	2	3	
Tabela, işaret ve levhalar yeterli değil								Tabela, işaret ve levhalar yeterli
Tabela, işaret ve levhalar anlaşılabilir değil								Tabela, işaret ve levhalar anlaşılabilir
Yeşil alan yeterli değil								Yeşil alan yeterlidir
Bahçe oturma alanı az								Bahçe oturma alanı yeterli
Müzenin genel görünümü etkileyici değil								Müzenin genel görünümü etkileyici

1. Müzede en çok hangi alanda vakit geçiriyorsunuz?

2. Müzenin daha kaliteli bir yapıya sahip olabilmesi için öneriniz var mı?

EK 3. MÜZELER İÇ HİZMETLER YÖNETMELİĞİ

Müzeler iç hizmetler yönetmenliğine göre ülkemizde müzenin faaliyetleri şu şekilde belirlenmiştir;

Madde 4- Müze: Kültür varlıklarını tespit eden, ilmi metotlarla açığa çıkaran, inceleyen, değerlendiren, koruyan, tanıtan, sürekli ve geçici olarak sergileyen, halkın kültür ve tabiat varlıkları konusundaki eğitimini, bedii zevkini yükselten, dünya görüşünü geliştirmede tesirli olan daimî kuruluştur.

Madde 5- Her müzede, 4'üncü maddedeki müze tanımı kapsamında, kendi alanı ile ilgili ilmi, eğitim, teknik ve yönetim hizmetlerini başarı ile uygulamak, yürütmek ve yurt kalkınmasına yardımcı olmak amacıyla;

- a) Mevcut eserlerle, mümkün olduğu ölçüde kronolojik bir sistem içinde ilmi teşhir yapılır.
- b) Depolardaki eserler sağlıklı bir şekilde korunur, depolar ilmi çalışmalara imkân verecek şekilde düzenlenir.
- c) Kadrosunda bulunan uzman elemanları ile taşınır ve taşınmaz kültür varlıkları üzerinde ilmi araştırmalar yapılır, tanıtılması sağlanır.
- ç) Müzede ve müze dışında eğitici kurslar, konferanslar, geziler düzenlenir. Çevrenin kültür hayatının geliştirilmesine, kültürel ve turistik değerlerimizin halka tanıtılmasına, eski eser sevgisinin uyandırılmasına, eski eser kaçakçılığı, tahrip ve gizli kazılarla yurdun milli değerlerini yok edici faaliyetlerin önlenmesine çalışılır.
- d) 2863 sayılı Kanun kapsamına giren korunması gerekli taşınır kültür varlıklarının müzelere kazandırılması için gerekli tedbirler alınır.
- e) 2863 sayılı Kanun kapsamına giren taşınır ve taşınmaz kültür varlıklarının korunması ve değerlendirilmesi sağlanır.
- f) Görev verildiği takdirde, 2863 sayılı Kanun kapsamına giren taşınmaz kültür ve tabiat varlıkları ile ilgili tespit çalışmaları yapılır, tescil ile ilgili belgeler hazırlanır.

ETİK KURUL/KOMİSYON İZİNİ/MUAFİYETİ

Evrak Tarih ve Sayısı: 13.05.2022-E.33135



T.C.
KTO KARATAY ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
İnsan Araştırmaları Etik Kurulu



Sayı : E- 6-300-33135
Konu : Dr. Öğr. Üyesi Özlem Demirkan
Hk.

13.05.2022

Sayın Dr. Öğr. Üyesi Özlem DEMİRKAN
Öğretim Üyesi

Müze Yapılarının Psiko-Sosyal Kalite Bağlamında İncelenmesi: Mevlana Müzesi isimli ekte başvuru evrakları verilen araştırma projesi çalışmasının Dr. Öğr. Üyesi Özlem DEMİRKAN'ın sorumluluğunda, Yardımcı Araştırmacı olarak Fatma KAYA'nın katılımları ile yürütülmesi ile ilgili İnsan Araştırmaları Etik Kurulumuza yapmış olduğunuz başvurunuz 29.04.2022 tarihli 2022/04/11 sayılı kararımızda değerlendirilmiştir. İlgili çalışmanızda Üniversitemizin adının geçmemesi, Covid-19 virüsü nedeniyle Ülkemizde yaşanan salgın sürecinde salgın için alınan kararlara uyarak ve araştırmanın yapılacağı kurum ve kuruluşlardan idari izin alınarak çalışmanız şartı ile kurulumuzca uygun bulunmuştur. Çalışmalarınızda başarılar diler gereğini saygılarımla rica ederim.

Doç. Dr. Bilge AFŞAR
İnsan Araştırmaları Etik Kurul Başkanı

Ek:Dr.Öğr.Üyesi Özlem DEMİRKAN (22 Sayfa)

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Belge Doğrulama Kodu :BS93DMDZCN

Belge Takip Adresi : <https://turkiye.gov.tr/kto-karatay-universitesi-ebys>

Adres:Akabe Mahallesi Aladdin Kapı Caddesi No:130 Karatay/Konya

Telefon:444 1251 Faks: 2 00 44

e-Posta: etik@karatay.edu.tr Web:www.karatay.edu.tr

Kep Adresi: etik@karatay.edu.tr

Bilgi için: Celalettin ÇİBİK

Unvanı: Sekreter

Tel No: 444 1251-7258



Bu belge, Güvenli Elektronik İmza ile imzalanmıştır.

	MEVLÂNA MÜZESİ' NİN PSİKO-SOSYAL KALİTE BAĞLAMINDA, YAŞ VE CİNSİYETE GÖRE İNCELENMESİ Fatma KAYA 2023	 KTO KARATAY ÜNİVERSİTESİ LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MİMARLIK ANABİLİM DALI YÜKSEK LİSANS PROGRAMI MEVLÂNA MÜZESİ'NİN PSİKO-SOSYAL KALİTE BAĞLAMINDA, YAŞ VE CİNSİYETE GÖRE İNCELENMESİ Fatma KAYA Yüksek Lisans Tezi KONYA Nisan 2023
--	--	---



KTO KARATAY ÜNİVERSİTESİ
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
Mimarlık Anabilim Dalı
Yüksek Lisans Programı

Mevlâna Müzesinin Psiko-sosyal Kalite Bağlamında, Yaş ve
Cinsiyete Göre İncelenmesi
21908703
Fatma KAYA
Danışman: Dr. Özlem DEMİRKAN
Referans Numarası: 10456152



KTO KARATAY ÜNİVERSİTESİ
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
Mimarlık Anabilim Dalı
Yüksek Lisans Programı

Mevlâna Müzesi'nin Psiko-sosyal Kalite Bağlamında, Yaş ve Cinsiyete Göre
İncelenmesi
21908703
Fatma KAYA
Danışman: Dr. Özlem DEMİRKAN
Referans Numarası: 10456152