

T.C.

**YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**MÜZELERDE TANITIM UYGULAMALARININ
BEYLERBEYİ SARAY MÜZESİ
ÖRNEĞİNDE DEĞERLENDİRİLMESİ**

Nurten ERGÜN

**Sosyal Bilimler Enstitüsü
Sanat ve Tasarım Ana Sanat Dalı
Müzecilik Yüksek Lisans Programı
Bitirme Tezi**

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Fethiye ERBAY (B. Ü.)

148609

İSTANBUL, 2004

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	Sayfa V
ÖZET.....	VI
ABSTRACT.....	VII
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

I. MÜZELERDE TANITIM UYGULAMALARININ ÖNEMİ.....	3
II. MÜZE TANITIM ÇALIŞMALARININ ZİYARETÇİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ.....	6
1. Müze Tanıtım Çalışmalarının Saptanmasında Hedef Kitlenin Belirlenmesi.....	7
2. Müze Tanıtımında Reklamın Hedef Kitle İletişimine Etkisi	9
3. Müze Mekanının Müze Tanıtımındaki Önemi.....	10
III. MÜZELERDE TANITIM YÖNTEMLERİ VE HEDEF KİTLE ÜZERİNDE UYGULAMALAR.....	12
1 Yüz Yüze Tanıtım Yöntemleri.....	12
1.1. Rehberlik Hizmetleri.....	12
1.2. Halkla İlişkiler Uzmanlarının Tanıtımı.....	13
1.3. Müzeyi Ziyaret Edenlerin Aktarımı Yoluyla Tanıtım.....	14
2 İletişim Araçları İle Tanıtım Yöntemleri.....	15
2.1. Televizyon, Radyo, Gazete Yoluyla Tanıtım.....	15
2.2. Sanal Ortamda Tanıtım.....	16
2.3. Posta Yoluyla Tanıtım.....	17
3 Basılı Malzeme İle Tanıtım Yöntemleri.....	17
3.1. Kitapçık, Katalog, Dergi, Bülten, Broşür.....	18
4 Görsel Malzeme İle Tanıtım Yöntemleri	20
4.1. Video Kaset, Cd-Rom, Film, Dia.....	21
4.2. Billboardlar, Duvar Panoları, Afiş, Kartpostal, Logo.....	22
5 Etkinlikler Yoluyla Tanıtım.....	25
5.1 Sergiler.....	26
5.2. Toplantı, Konferans, Seminer, Sempozyum, Kutlama Ve Organizasyonlar....	26
5.3. Gönüllülerin Çalışmaları, Kulüp Ve Vakıf Yoluyla Tanıtım.....	27
6 Hediyelik Eşya Yoluyla Tanıtım.....	29
6.1. Takvim, Anahtarlık, T-Shirt, Kupa, Çocuklar İçin Hediyeler, Şemsiye, Magnet, Kitap Ayracı.....	29

İKİNCİ BÖLÜM

I. ULUSLARARASI SARAY MÜZELERDE TANITIM UYGULAMALARININ ARAŞTIRILMASI

1	Saray Müze Kavramı.....	33
2	Uluslararası Saray Müzelerin Tanıtım Uygulamalarından Örnekler	33
2.1.	Hampton Court Sarayı (İngiltere.).....	33
2.1.1.	Hampton Court Sarayı Tanıtım Uygulamaları	38
2.2.	Versailles Sarayı (Fransa).....	51
2.2.1.	Versailles Sarayı Tanıtım Uygulamaları	53
2.3.	Schoenbrunn Sarayı (Avusturya).....	60
2.3.1.	Schoenbrunn Sarayı Tanıtım Uygulamaları.....	62

II.TÜRKİYE'DEKİ SARAY MÜZELERDE UYGULANAN TANITIM ÇALIŞMALARININ ARAŞTIRILMASI

1	Topkapı Sarayı.....	67
1.1.	Topkapı Sarayı Tanıtım Uygulamaları.....	72
2	Dolmabahçe Sarayı	77
2.1.	Dolmabahçe Sarayı Tanıtım Uygulamaları.....	82
3	Yıldız Sarayı.....	88
3.1.	Yıldız Sarayı Tanıtım Uygulamaları	92

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

I. BEYLERBEYİ SARAY MÜZESİNİN TANITIM ÇALIŞMALARI

1	Beylerbeyi Sarayı'nın Tarihsel Gelişimi.....	96
2	Beylerbeyi Sarayı'nın Konumsal Önemi.....	99
3	Beylerbeyi Sarayı'nın Tanıtımında Mekanların Önemi.....	100
	3.1. Beylerbeyi Sarayının Ziyarete Açık Mekanları.....	100
	3.2. Kafeterya, Satış Reyonu, Set Bahçeler.....	101

II. BEYLERBEYİ SARAY MÜZESİ'NİN TANITIM ETKİNLİKLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ.....

	106
--	-----

1	Yüzyüze Tanıtım Yöntemleri.....	106
	1.1 Rehberlik Hizmetleri.....	106
	1.2 Halkla İlişkiler Uzmanlarının Bilgilendirmesi Yoluyla Tanıtım.....	106
	1.3 Müzeyi Ziyaret Edenlerin Aktarımı.....	106
2	İletişim Araçları İle Tanıtım Yöntemleri.....	107
	2.1 Tv, Radyo, Gazete Yoluyla Tanıtım.....	107
	2.2 Sanal Ortamda Tanıtım.....	113
	2.3 Posta Yoluyla Tanıtım.....	113
3	Basılı Malzeme Yoluyla Tanıtım.....	114
	3.1. Kitapçık, Katalog,Dergi, Bülten, Broşür.....	114
4	Görsel Malzeme Yoluyla Tanıtım.....	117
	4.1. Video Kaset, Cd-Rom, Film, Dia.....	117
	4.2. Billboardlar, Duvar Panoları, Afiş, Kartpostal, Logo.....	118
5	Etkinlikler Yoluyla Tanıtım.....	121
	5.1. Sergiler.....	121
	5.2. Toplantı, Konferans, Seminer, Sempozyum, Kutlama Ve Organizasyonlar....	122
	5.3. Gönüllülerin Çalışmaları , Kulüp Ve Vakıf Yoluyla Tanıtım.....	124
6	Hediyelik Eşya Yoluyla Tanıtım.....	125
	6.1. Takvim, Anahtarlık, T-Shirt, Kupa, Çocuklar İçin Hediyeler, Şemsiye, Magnet, Kitap Ayracı.....	125

III. BEYLERBEYİ SARAYI'NIN TANITIMI AÇISINDAN MÜZE TANITIM ÇALIŞMALARININ HEDEF KİTLE ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

1	Yerli Ziyaretçi.....	130
1.1.	Yetişkin.....	130
1.2.	Öğrenci.....	132
2	Yabancı Ziyaretçi.....	133

IV. BEYLERBEYİ SARAYININ TANITIMININ YENİDEN PROJELENDİRİLMESİ

1	Müzelerde Tanıtım Çalışmalarının Anket Yoluyla Araştırılması.....	135
2	Beylerbeyi Sarayı Müzesi Tanıtım Çalışmalarında Uygulanan Anketin Amaç ve Yöntemi.....	137
2.1.	Yerli Ziyaretçi Anket Sonuçlarının Yüzdelik Dağılımı.....	137
2.2.	Yerli Ziyaretçilere Uygulanan Anket Sonuçlarının Yorumu.....	141
2.3.	Yabancı Ziyaretçi Anket Sonuçlarının Yüzdelik Dağılımı.....	143
2.4.	Yabancı Ziyaretçilere Uygulanan Anket Sonuçlarının Yorumu.....	147
3	Ziyaretçilere Uygulanan İngilizce ve Türkçe Anket Soruları.....	149

V. BEYLERBEYİ SARAYI MÜZESİ'NİN ETKİLİ TANITIM ÇALIŞMALARININ YAPILABİLMESİ İÇİN ÖNERİLER.....

VI.	SONUÇ.....	164
VII.	KAYNAKLAR.....	167
VIII.	LİSTELER (Fotoğraflar, Şekiller, Tablolar,Haber Küpürleri).....	171
IX.	ÖZGEÇMİŞ.....	174

ÖNSÖZ

Günümüzde dünyada ve Türkiye’de saray müzeler bir döneme tanıklık etmeleri ve orijinal koleksiyonları ile ilgi gören mekanlardır. Kültürel ve sanatsal mirası geçmişten günümüze taşıyan bu görkemli binalardan çoğu günümüzde müze olarak hizmet vermekte ve toplumun geçmiş dönemlerin yaşantısını ve kültürünü tanımasını sağlamaktadır.

Osmanlı İmparatorluğundan günümüze kalan tek yazlık saray olan Beylerbeyi Sarayı Müzesi İstanbul Boğazı’nın Asya yakasında eşsiz bir konum ve manzaraya sahip, ilginç mimari ve tarihsel özellikleri olan bir saray müzedir. Ancak ziyaretçi sayısı ülke içinde ve ülke dışındaki saray müzelere oranla istenilen ölçüde değildir.

Milli Saraylar Daire Başkanlığı’na bağlı olarak Beylerbeyi Saray’ında rehber olarak görevimi sürdürürken ziyaretçilerle birebir iletişim içerisinde olduğumdan Beylerbeyi Sarayı Müzesi’nin tanıtımının yetersizliği hakkındaki yerli ve yabancı ziyaretçilerden gelen sorular ve öneriler tezin konusunun belirlenmesinde yararlı olmuştur. Tez kapsamında dünyada ve Türkiye’de çağdaş müzecilik anlayışında tanıtımın gerekliliği ve önemi ile ilgili araştırmalar, tanıtım uygulamalarından örnekler ve son olarak Beylerbeyi Saray Müzesi’nde gerçekleştirilebilecek öneriler sunulmuştur.

Tez çalışmam sırasında beni her zaman okumaya ve öğrenmeye teşvik eden aileme, Müzecilik Yüksek Lisans Programına devam etmemde gerekli izin ve desteği sağlayan üyesi olduğum Milli Saraylar Daire Başkanlığı yöneticilerinden Milli Saraylar Daire Başkanı Dr. Cemal ÖZTAŞ’a, Saray ve Köşkler Grup Başkanı Mustafa DEMİRÇUBUK’a, Beylerbeyi Sarayı Müdürü Birsen ASA’ya; çalışmam sırasında değerli bilgi ve fikirleriyle bana her zaman büyük destek olan tez danışmanım Doç.Dr. Fethiye ERBAY’a, tez çalışmamda önemli katkılarından dolayı YTÜ Müzecilik Yüksek Lisansı Bölüm Başkanı Prof. Tomur ATAGÖK’e ve YTÜ Öğretim Görevlisi Sedat GÖKSU’ya, çalışmalarım sırasında sabır ve istekle beni destekleyen, yazılarımı okuyup düzelten, fikirleriyle bana katkı sağlayan iş arkadaşlarım ve dostlarım Ceylan AYDIN’a, Gülnur BAYSAL’a, Nihal ARAS’a, Kaan BERK’e, Sadık DEMİRCAN’a, Tangül UÇAK’a, Yasemin MUHARREMOĞLU’na, Zeynep GÜRKAN’a, tanıtım malzemelerinin bilgisayar ortamında tasarlanmasında yardımcı olan, fotoğraf çekimlerini ve tanıtım filmini gerçekleştiren arkadaşım Mustafa ÖZTÜRK’e teşekkürlerimi sunarım.

ÖZET

Tez üç ana bölüme ayrılmıştır; birinci bölümde çağdaş müzecilik anlayışında tanıtımın önemi ve ziyaretçi üzerindeki etkileri incelenmiştir. Müzelerin etkili tanıtımı için kullanılan yöntemler açıklanarak dünya müzelerinden örnekler verilmiştir. Ayrıca müzelerde uygulanan tanıtım yöntemlerinin müzenin hedef kitlesi üzerindeki etkileri anlatılmıştır.

İkinci bölümde; Tezin inceleme konusunu oluşturan Beylerbeyi Sarayı saray müze konumunda olduğundan önce saray müze kavramı betimlenmiştir. Dünyadaki ve ülkemizdeki saray müzelerden üçer örnek seçilerek bu müzelerin ziyaretçi sayılarını artırmak ve tanınmak için uyguladıkları tanıtım yöntemleri irdelenmiştir.

Üçüncü bölümde ise; çağdaş müzecilik açısından Beylerbeyi Saray Müzesi'nin tanıtım olanakları, kullanılan yöntemler ve uygulamalar incelenmiştir. Beylerbeyi Saray Müzesinin yıllık ziyaretçi sayısının belirlenmesi için istatistiki bilgiler kullanılmıştır. Müzenin tanıtımında aksayan yönleri saptamak ve önerilerine başvurmak amacıyla anket yoluyla yerli ve yabancı ziyaretçilerin görüşleri alınmıştır. Yapılan anketler ve incelemeler ışığında Beylerbeyi Saray Müzesi'ni yurtdışındaki benzerleri gibi etkili bir biçimde tanıtabilmek için öneriler getirilmiştir.

Sonuç olarak; Beylerbeyi Saray Müzesinin ziyaretçi azlığının en önemli nedeni olarak tanıtım eksikliği görülmektedir. Bu tezde; gerek şehir içindeki özel konumu gerekse bina özellikleriyle ile Osmanlı padişahlarının günümüze gelen tek yazlık sarayı olan Beylerbeyi Saray Müzesinin daha etkili tanıtımı ve geniş bir ziyaretçi kapasitesine sahip olabilmesi için uygulanabilecek tanıtım önerileri getirilmiştir.

ABSTRACT

This thesis is divided into three main sections. In the first section, the importance of the promotion according to the concept of modern museology and its effects on visitors were studied. The effective methods used in promoting the museums were explained and some examples were given from the museums abroad. In addition, the effects of the promoting methods on the target audience of the museum were examined.

In the second section, since the Beylerbeyi Palace Museum which is the subject of this thesis is a palace museum; initially, “palace museum” concept was described. Then, three models of palace museums from both in Turkey and abroad were chosen and their ways of promoting in order to increase the number of visitors and become well-known, were examined.

In the third section, according to modern museology, the promoting opportunities of Beylerbeyi Palace Museum, the methods, and the practices were examined. Statistical informations were used for identifying the annual visitor number of the museum. In order to determine the defects in promotion of Beylerbeyi Palace Museum and use the suggestions of visitors, the opinions of both local and foreign visitors were asked throughout the surveys. For promoting Beylerbeyi Palace Museum as efficiently as in its abroad equivalences, suggestions were made through the results of the surveys.

In conclusion, it is seen that the defects of promotion is the most important reason of the insufficient amount of visitors of Beylerbeyi Palace Museum. In this thesis, in order to increase the number of the visitors of Beylerbeyi Palace Museum which is the only summer palace of Ottoman Sultans that came today both with its special location in the city and its architectural features, and promote the museum effectively, applicable suggestions were made.

GİRİŞ

Müzeler yüzyıllardır toplumların kültürel mirasının korunmasında ve gelecek kuşaklara aktarılmasında önemli rol oynayan kurumlardır. Geleneksel müze anlayışında müzeler sadece değerli kültür ve sanat yapıtlarını toplamak, korumak ve sergilemekle sorumlu kurumlardı. XX. yüzyılın ikinci yarısından itibaren gelişen çağdaş müzecilik anlayışında ise müzeler kendilerini topluma tanıtmaya, sevdirmeye ve daha geniş kesimlere hitap ederek onları müze gezmeye teşvik etme gereksinimi duymaya başlamıştır.

Müzeler günümüzde toplumun kültür ve sanat anlayışının artmasına katkıda bulunan, hoş zaman geçirirken aynı zamanda eğitilmesini sağlayabilen kurumlardır. Toplumun her kesiminden insana hitap edebilme özelliğine sahip kurumlar olarak müzeler, toplumla bütünleşebilmek ve ziyaretçi sayısını artırabilmek ve müzeyi erişilebilir kılmak amacıyla çeşitli tanıtım yöntemleri kullanmaya başlamıştır. Bir müzenin içerdiği koleksiyonların değeri ve sergileniş biçimi kadar ne kadar çok kişi tarafından ziyaret edildiği de müzenin başarısını belirler. Bu bağlamda müzenin çok sayıda kişi tarafından bilinmesi ve müzenin erişilebilir olması ancak müzenin etkili tanıtımı ile gerçekleşir. Müzenin sanatçı, aydın ve belli bir gelir düzeyinin üzerindeki insanlardan oluşan çevresini genişleterek toplumun her kesiminden ve her yaştan kişileri müzeden haberdar etmek, müze gezme alışkanlığı olmayanları da müzeye çekmek ve tekrar gelmelerini sağlamak çağdaş müzeciliğin temel hedeflerindendir.

Dünyanın pek çok ülkesinde özellikle Amerika ve Avrupa’da müzeler tanıtımın gerekliliğinin bilincindedir. Bu amaçla çağdaş müzeler reklam, posta, ilan, sözlü tanıtım gibi geleneksel tanıtım yöntemlerinin yanında televizyon, radyo, cd-rom ve özellikle internet gibi teknolojik yeniliklerden de yararlanmaktadır. Türkiye’de ise müze tanıtımının henüz çok yeni bir kavram olduğunu, müzelerimizin kendini geniş kitlelere tanıtmak, daha çok ziyaretçi çekmek gibi çaba içerisine girmediğini görmekteyiz. Müze tanıtımına önem verilmemesi müzelere gelen ziyaretçi sayısını etkilemekte, müzenin geniş kesimlere hitap etmesini engellemektedir. Örneğin Beylerbeyi Saray Müzesi’nin yeterli tanıtımı yapılmadığından ziyaretçi sayısı istenilen ölçüde değildir.

Beylerbeyi Sarayı Müzesi’nin tanıtım çalışmaları incelendiğinde müzeye daha çok ziyaretçi çekebilmek amacıyla etkili bir tanıtım ve reklam çalışmasını yapıldığını söylemek güçtür. Bu amaçla Beylerbeyi Saray Müzesi’nde tanıtım uygulamalarının iyileştirilmesi için dünyada ve

Ülkemizdeki eşitli Saray Müzelerde uygulanan tanıtım uygulamaları ve bu tanıtım uygulamalarında kullanılan yöntemler incelenmiştir. Bu bağlamda tanıtım eksikliğinin ziyaretçi sayısını olumsuz etkilemesi açısından güzel bir örnek oluşturmakta olan Beylerbeyi Sarayı Müzesi'nin etkili tanıtımı için çeşitli öneriler sunulmaktadır.



BİRİNCİ BÖLÜM



BİRİNCİ BÖLÜM

I. MÜZELERDE TANITIM UYGULAMALARININ ÖNEMİ:

Müze toplumun kültürel mirasını onun adına korumak, tanıtmakla yükümlü kar amacı gütmeyen bir kurumdur. Bu nedenle kamu malı niteliğinde olan müze, halkın kültür varlığının somut bir belgesidir.¹ Müzeler geçmişin gelecek için korunduğu kurumlar olarak yapıtlarını saklama, sergileme, gelecek kuşaklara aktarma işlevlerinin yanı sıra son yıllarda kendilerini halka tanıtmaya, sevdirmeye ve halkla sosyal ve kültürel iletişim içerisinde olma girişiminde bulunmaktadır.

Yakın zamana kadar “müzelik” sözcüğü günlük konuşmada “modası geçmiş”, “eski” nesne ve olayları tanımlamak için kullanıldığı, ayrıca bazı müzelerin de sıkıcı, ilham vermeyen, hiçbir yaşam belirtisi olmayan, değişmeyen mekanlar olduğu inkar edilemez.² Çağdaş müzecilik anlayışında, müzeler toplumla ilişki içerisinde bulunma ve toplumun her kesiminden insanları müzeye çekme zorunluluğunun bilincindedir. Müze bunu gerçekleştirmek amacıyla çeşitli etkinliklerde bulunur, toplumla bütünleşebilmesinin ilk koşulu kendini topluma duyurmaktır. Müze ürkütücü izlenimini silerek, toplumun çeşitli kesimlerinden insanları müzeye çekmek, gelen ziyaretçiye müzeye tekrar tekrar getirebilmek, etki alanını genişleterek sanatçı, bilim adamı ve öğrencilerden oluşan çerçeveyi aşmak için bilinçli ve duyarlı tanıtım programlarına başvurmaktadır.³

1990 yılında New York Müzesi kurucusu John Cotton Dana müzelerin tanıtımı ile ilgili şunları söylemiştir “bir müze ancak ziyaretçileri onu kullanırsa anlamlıdır, kullanmaları ise ancak müzeyi bilmeleri ile mümkündür”. Müze kendini topluma açabildiği ve kendini ilginç kılabilirdiği sürece halk tarafından tanınabilir ve geniş kitlelere ulaşabilir.⁴

Müzelerde tanıtım daha çok ziyaretçi çekebilmek ve onların müzeyi kullanmalarını sağlamak için gösterilen çabalardır, ziyaretçi müzenin varlığından haberdar edilerek müzeyi gezmesi

¹ Şeniz Atik, “ Müze -Toplum İlişkisi Bağlamında Müze Tanıtımı ve İletişim ”Yeniden Müzeciliği Düşünmek, Der.Prof.Tomur Atagök. İstanbul:YTÜ Yay, 1999. s. 163

² Micheal Belcher, “Museum image,marketing and design” Exhibitions in Museums. USA: Smithsonian Press, 1991. s.23

³ Prof.Tomur Atagök, “Çağdaş Müzeciliğin Anlamı; Müze ve İlişkileri” Yeniden Müzeciliği Düşünmek. İstanbul:YTÜ Yay. 1999, s. 132

⁴ Doç.Dr. Fethiye Erbay, “ Müze Erişilebilirliğinde Tanıtım ve Reklamın Önemi”6. Müzecilik Semineri Bildirileri. 25-27 Eylül 2002. İstanbul: Askeri Müze ve Kültür Sitesi , 2002, s. 19

için meraklandırılır ve müzeye gelmesi sağlanır⁵. Başarılı tanıtım kampanyaları müzenin halk tarafından tanınarak müzeye gelen ziyaretçi sayısının çoğalmasına bunun sonucunda da müze gelirinin artmasına katkıda bulunmaktadır.

Müzeler önceki yüzyıllarda değerli nesnelerin toplanıp korunduğu ve sergilendiği depolar olarak görülmekte, bu eserleri görmeye gelen ziyaretçi sayısını artırmaya yönelik çaba gösterilmemekteydi. Amerikan County Museum'dan Earl Power eskiden müzelerin yalnızca ilham kaynağı olan köhne yerler olduğundan, günümüzde ise artık hafta sonunu hoşça geçirmekle yetinmeyen, farklı etkinliklerde bulunmak isteyen, eğitim düzeyi yüksek bir izleyici kitlesi bulunduğundan bahsetmektedir.⁶ XX. Yüzyılda 1960'lı yıllardan itibaren, özellikle Amerika ve Avrupa'da müzeler artık ziyaretçi sayılarını artırmanın yollarını araştırmaya başlamış, bunun için çeşitli tanıtım programları uygulamaya başlamıştır. Özellikle Amerikan müzelerindeki halkın müzeye gelip gelmemesini umursamaz tavır değişmeye başlamıştır, artık müzeler ziyaretçi olarak kimleri çekebileceğini, onları müzeye gelmelerini sağlamak için neler yapabileceğini bulma yoluna gitmektedir.⁷

Yapılan araştırmalarda insanlara neden müzeye gitmedikleri sorulduğunda verilen cevaplarda genellikle çevrelerinde böyle bir müzenin varlığından haberdar olmadıkları, bu müzenin içeriğini bilmedikleri gibi nedenlerin yanı sıra müzenin konumunun, açık olduğu saat ve günlerin uygun olmaması, müzenin giriş ücretinin pahalı bulunması gibi nedenlerin de insanların müzeye gitmeme sebepleri arasında olduğu saptanmıştır. Bu bağlamda müzelerin bu engelleri ortadan kaldırmak ve daha çok ziyaretçi çekmek amacıyla gelişen teknolojiden de yararlanarak çeşitli yöntemlere başvurusu ve kendini halka tanıtması zorunluluğu ortaya çıkmıştır. Günümüzde dünyada bazı müzeler bu konuda adımlar atmış ve çeşitli reklam kampanyaları ile halka kendilerini tanıtmayı başarmışlardır. Bu tanıtım kampanyalarında zaman zaman teknolojiye başvurmuş bazen da geleneksel yöntemleri kullanmışlardır.

University of London'dan Nick Merriman İngiltere'de müzelerin halka açılması ve ulaşılabilirlikleri konusunda müzelerin çalışmalarını şu şekilde örneklemiştir:

⁵ Şeniz Atik, a.g.e , s. 163

⁶ John Maisbitt ve Patricia Aburdene "Sanatta Yeniden Doğuş". *Megatrends 2000*, s. 64

⁷ Charles Bryan Jr. "A.B.D. deki Müzelere Yeni İzleyiciler Çekmek" *Müzecilikte Yeni Yaklaşımlar Küreselleşme ve Yerelleşme* Üçüncü Tarih Kongresi . İstanbul : Tarih Vakfı Yay. Aralık 2000, s.51-52

1. Fiziksel erişim: Kurum olarak müzeyi ve içindeki koleksiyonlarını halk için daha kolay erişilebilir duruma getirmek.
2. Entellektüel Erişim: Müze koleksiyonlarını uzman olmayan ziyaretçiler için daha kolay anlaşılır hale getirmek.
3. Olanaklara Erişim: Müzeye hiç gitmeyen insanlarla birlikte çalışarak onların müzeye gitmemelerine neden olan kültürel ve psikolojik etkileri ortadan kaldırmak.⁸

Bu amaçla tüm dünyada olduğu gibi İngiltere’de de müzeler halkın onlara kolay ulaşabilmesini ve müzeden herkesin faydalanabilmesini sağlayacak yöntemleri uygulamaya başlamışlardır. Bu yöntemlerden bazıları şunlardır: görme engelliler için dokunulabilir kopya eserler sergileyerek onların da müzeye gelmesini sağlamak, müzeyi gezenlerin sanat eserlerini daha iyi anlayabilmelerini sağlamak için “anlatıcılar” yani rehberler görevlendirmek, gelişmiş web sayfalarıyla insanların sanal ortamda da müze koleksiyonlarına ulaşabilmelerini sağlamak, her yaştan ziyaretçiyi müzeye çekebilmek için çocuk ziyaretçilere çocuk rehberlerin müzeyi anlatmalarını sağlamak.⁹ Müzenin ulaşılabilir olması müzenin geniş kitlelere hitap etmesine olanak tanır, kendi türünde dünyanın en iyi müzesi olsa bile eğer potansiyel ziyaretçiler müzeden haberdar değilse, ne zaman açık olduğunu, müzeye nasıl ulaşacağını bilmiyorsa, müzenin etrafına yaklaşmakta tereddüt ediyorsa, müze giriş ücretini ödemeye gücü yetmiyorsa, veya müzede iyi karşılanmıyorsa bu müzenin başarılı bir müze olduğunu söylemek güçtür.

⁸ Nick Merriman “Müzeler Koleksiyonlar İçin mi , İnsanlar İçin mi? İngiltere’de Müzelere Ulaşmada Artan Olanaklar Üzerine Son Gelişmeler” Müzecilikte Yeni Yaklaşımlar, Küreselleşme ve Yerelleşme .Üçüncü Tarih Kongresi.İst: Tarih Vakfı Yay. Aralık, 2000, s.69

⁹Nick Merriman a.g.e., s. 73

II. MÜZE TANITIM ÇALIŞMALARININ ZİYARETÇİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

Müze toplum ilişkisinde müzelerin halkın gözündeki imajı önemlidir. Müze bu imajı gerek uyguladığı politika, gerekse toplumla olan iletişimi yoluyla oluşturmaktadır. Müzeye karşı herhangi bir önyargı taşımayan kişi doğal olarak müzeye açık fikirle yaklaşacaktır. Yine de öncelikle müze hakkında bilgi gerekli olduğundan bir miktar ön yargı olması kaçınılmazdır. Bu ön bilginin öğrenilme şekli ağızdan ağıza aktarım, reklam, broşür, yada basın haberleri gibi belli beklentilerin oluşmasını sağlamaktadır.¹⁰

İnsanlar müzeyi çeşitli ihtiyaçları için kullanır. Bunların bazıları gayet açıktır, bilgi edinmek, yeni insanlarla tanışacak bir yer, tatilde çocukları ya da misafirlerini götürecek bir mekan arayışıdır. Bazıları ise daha karmaşıktır, örneğin; mekanın ruhunu keşfetmek, bir kimlik hissini bulmak, kendi başına zaman geçirmek gibi. İnsanların boş zamanlarını değerlendirmek için bir etkinliği diğerine tercih etmelerinin sebepleri vardır. Bilinçli yada bilinçsiz, insanlar kendi kişisel ölçütlerini tatmin edecek yerler, kişiler ve etkinlikler arar. Bireyler değiştiğinden ölçütler de değişir, ancak yine de insanların boş zamanlarını değerlendirme aktiviteleri ile ilgili kararlar verirken belli motivasyonlara ihtiyaç duyarlar. Marlyn Hood a göre yetişkinlerin bu tür kararlar alırken kullandıkları altı kriter bulunmaktadır:

- insanlarla birlikte olmak veya sosyal iletişimde bulunmak
- faydalı bir şeyler yapmak
- yeni deneyimler edinmek
- yeni şeyler öğrenme fırsatı elde etmek
- aktif olmak
- çevrede kendini rahat ve sakin hissetmek¹¹

İnsanların müzeye gitmesinde etkin olan nedenlerin yanında, müzenin insanları çekmek için yaptığı çalışmalar da önemlidir. Müzenin ziyaretçi sayısını artırabilmesi için yapacağı en etkili çalışma, çeşitli tanıtım yöntemleri uygulayarak toplumu müzeden haberdar etmedir. Müzenin kendini tanıtmaya çabaları arasında en önemlileri müzenin adının basın, medya, web sayfası gibi iletişim araçları yoluyla duyurulmasıdır. Televizyon, gazete, dergi, kitap ve broşür

¹⁰ Micheal Belcher, a.g.e. s.24

¹¹ David Lean, “ Audiences and Learning,Motivations” Museum Exhibition Theory and Practice, London: Routledge. 1993, s. 24

gibi basılı malzemeler sayesinde müzenin reklamının yapılması ve sergi, konferans ve çeşitli organizasyonlar gibi etkinliklerle tanıtımının sağlanmasıdır. Müzeler ziyaretçilerine ulaşabildiği, onların beklentilerini ve ihtiyaçlarını karşılayabildiği sürece başarılıdır.

1. Müze Tanıtım Çalışmalarının Saptanmasında Hedef Kitlenin Belirlenmesi

Müzenin var olabilmesinin tek sebebi insandır. Tüm müzecilik araştırmaları insan etrafında döner, bu nedenle insanı anlamak ziyaretçi ihtiyaçlarına cevap verecek sergilemeyi geliştirmek için yararlıdır. Yirminci yüzyılın ikinci yarısından itibaren müzenin hedef kitlesinin kim olduğunu bilmesi çok konuşulan bir konu haline gelmiştir. “İyi bir pazarlamanın yolu ziyaretçiyi tanımaktan geçer” ilkesi, her ne kadar bazılarına çok materyalist ve ticari gelse de, günümüz müzeleri için bir slogan olabilir.

Müzeler var olan ziyaretçilerinin dışında yeni ziyaretçiler bulma ve onları müzeye çekmeye açık kurumlardır. Toplumun davranışları ve beklentilerinin bilincinde olmak devam eden bir süreçtir. Bu bilgiler arttıkça, toplum içinde nüfus, eğitim seviyesi ve ekonomik sıkıntılar gibi etkenlerin de değişimi doğrultusunda müze personeli de ziyaretçisini periyodik olarak değerlendirme ihtiyacı içinde olacaktır. Toplumsal bilincin ve kültür düzeyinin artması, insanların boş zamanlarını değerlendirme tercihlerindeki değişimler, eğitim, etnik ve sosyal bağlar, sosyo ekonomik düzey gibi etkenler bireylerin müzeyi tanımasında önemli rol oynar.

Toplumun güvenilir ve anlaşılır bir profilini çıkarmak müzenin hedef ziyaretçilerini, onların beklenti ve gereksinimlerini belirlemede yardımcı olacaktır. Hedef kitle için bu bilgileri oluşturma yöntemlerinden bazıları şunlardır:

- genellikle ticaret odaları veya ticari yada resmi kurumlardan elde edilebilecek demografik ve psikografik analizler
- bireylerle, gruplar ve liderleriyle görüşmeler
- çeşitli topluluklardan belli odak grupları oluşturmak ve onlarla görüşmeler yapmak

Müzenin hedef kitleleri tanımlama aşamasında insanları genel gruplara ayırmak; kategorize etmek yada onları tek tipe sokmak, etiketlemek ve haksız önyargılarla sınıflamak gibi pek çok sorun ve tuzaklarla doludur. Müzeler toplumda, her hangi bir kimseye önyargı yada öncelik tanımadan ve herkese hizmet eden en demokratik kurumlardan biridir. Bu yüzden, hedef

kitleyi tanımlarken tarafsız kriterler uygulanarak ve önyargıları göz önünde bulundurularak dikkatli ve kolay bir şekilde sınıflandırmak mümkündür.

Her toplumda hayatta kalabilmek ve yaşamlarını sürdürebilmek için yaşam mücadelesi veren, kendi ve ailesi için yiyecek, giyecek ve barınma ihtiyaçlarını karşılamaya çalışan gruplar vardır. Bu kişilerden bazılarının gelirleri düzensiz, az veya kısıtlıdır. Müzenin bu kişileri bulmak ve onlara hizmet etmek gibi eğitsel ve ahlaki bir sorumluluğu vardır. Bu genelde müze dışında gerçekleştirilir, sokaklarda, okullarda bu grupta yer alan ve yaşantısını sürdürmeye çalışan bu kişilere ulaşmak için müze dışı programlar düzenlenmektedir. Ancak çok umutsuz durumda olan kişileri müzede zaman geçirmelerine ikna etmeye yönelik iyi niyetli çalışmaların, olumludan çok olumsuz sonuçlar vermesi mümkündür. Abraham Maslow'un hiyerarşik ihtiyaçlar listesine göre insan yaşamını sürdürmesi için gerekli temel ihtiyaçları kişinin kültürel zenginlik arayışından önce gelir. Yaşamını sürdürme mücadelesine dikkatini yoğunlaştırmış bir kişi için sanat, tarih, ve bilim çok fazla şey ifade etmeyebilir. Öte yandan müzeye düzenli olarak gelen bir ziyaretçi kitlesi de mevcuttur. Müzeye sık sık gelen bu ziyaretçileri müzeye çekmek için fazla uğraşmaya gerek yoktur. İnsanların müzeye gelme nedenleri çok çeşitli olabilir. Müzeye sık gelen bu kişiler genellikle iyi eğitim almış, temel ihtiyaçları tamamlanmış, gelir düzeyleri normal ya da normalin üzerinde olan kişilerdir. Müzeye sık gelen bu grup dışında iki ziyaretçi türü daha vardır: Müzeye hiç gelmeyenler ve müzeye arasıra gelenler. Temel gereksinimi karşılanmış olan insanları müzeye gelmeye ve müzenin görmeye değer, kendilerini zenginleştirici ve hatta boş vakitlerini değerlendirmeleri için eğlenceli bir yer olduğuna ikna etmek müzenin görevidir.

Toplumun bazı kesimlerinin özel ihtiyaçları olduğundan bunlar da müzenin hedef ziyaretçilerini oluşturur. Örneğin; pek çok toplumda, yaşlıların sayısı giderek artmaktadır, bunların kendilerine özgü ilgi ve gereksinimleri vardır. 60 yaş üstü kişilerin müze ziyaretini etkileyen etkenler arasında ulaşımdaki kısıtlamalar, yalnız gezmekten kaçınma, tanıdık olmayan ortamlarda yalnızlık hissi, geceleri yalnız dışarı çıkmayı göze alamama, sınırlı görme ve duyma kapasitesi sayılabilir. Ayrıca görsel, işitsel ve hareket engelli ziyaretçiler de özel gereksinimlere sahip olduğundan hedef ziyaretçiler arasında yer alabilirler.¹² Çağdaş müzeler hedef kitlelerini belirlemekte, ona göre bu kitleyi müzeye çekecek en uygun tanıtım yöntemlerini uygulamaktadır.

¹² David Lean, "Audiences and Learning, People and Museums", a.g.e . s.19

2. Müze Tanıtımında Reklamın Hedef Kitle ile İletişimine Etkisi

Reklam, belli bir zamanda, bir ürün, hizmet yada düşüncenin belirli bir hedef kitleye tanıtılmasıdır.¹³ Müze bağlamında ürün müzenin kendisi, etkinlikleri ve sunduğu hizmetlerdir. Reklam bir müzenin tanıtımı için uygulanacak en pahalı ve en etkili tanıtım yöntemidir. Müzeler, iyi bir toplu imaj yaratmak, müzenin en iyi şekilde kullanımını sağlamak, yeni sergiler, haberler ve benzeri olaylardan insanları haberdar etmek için reklam yapar. Reklamın görevi hedef topluluğu bir noktadan diğerine taşımak ve müzeyi kullanmasını sağlamaktır. Müzede reklamın amacı ulaşılabilen kişilere ulaşmak, aracı kurum ve kişilerle ilişkileri geliştirmek, yeni bir tüketici grubunu çekmek ve müzenin saygınlığını sağlamaktır. Müzenin reklamı yapılırken öncelikle reklamın hedefi belirlenir ve bir reklam stratejisi oluşturulur. Bu strateji belirlenirken reklamın amacı, ulaşmak istediği hedef kitle, bütçe, içerik, kullanılacak medya araçları, reklamın ne sıklıkta yayınlanacağı da göz önünde bulundurulur. Reklamla ziyaretçiye verilecek mesajın açık, net, ve basit olması, tarih, müzenin adresi, telefon numarası, yeri, açık olduğu günler ve logosunun eklenmesi müzenin geniş kitlelere ulaşabilmesi açısından önemlidir.¹⁴

Müzenin reklamı yapılırken ziyaretçilerin elde edecekleri faydalar açıkça belirtilir, hatta gerekirse anketler yoluyla ziyaretçilerin fikirlerinden de yararlanılarak böylece ziyaretçinin de müzeye katılımı sağlanır. Müzeler, günümüzde kendi reklamlarını yapmak için görsel ve yazılı malzemeler kullandıkları gibi her geçen gün gelişen teknolojiye de faydalanmaktadır. Bugün dünya müzelerinin kendilerini halka duyurabilmeleri ve ziyaretçi sayılarını artırabilmek için afiş, broşür, medya gibi yazılı ve görsel araçların yanı sıra sanal ortama da başvurmaktadır.

Günümüzde müzeler reklamın bir müze için ne kadar önemli olduğunun bilincindedir. Bu bilinçle gerekli yöntem ve araçları kullanarak müzelerin etkin bir biçimde tanıtımında ve ziyaretçi sayılarını artırmaktadır. Özellikle Avrupa ve Amerika da müzeciliğin sadece eserleri toplamak, korumak ve sergilemekten ibaret olmadığı, aynı zamanda müzeye daha çok ziyaretçi çekme çalışmalarının yapılmasının gerekliliği benimsenmektedir. Müze kendini diğer müzelerden üstün kılabilecek, ziyaretçinin tekrar gelmesini sağlayacak yöntemleri bulmak ve uygulamak zorundadır. Başarılı müzeler reklamlarını iyi bir pazar araştırması esasları

¹³ Prof. Dr. Güngör Onal, Halkla İlişkiler, İstanbul: Türkmen Kitabevi, 2000, s.18

¹⁴ Fiona Mc Lean, Marketing The Museum. London: Routledge. 1997 s. 149

üzerine hedefler, yaratıcı fikirler kullanır. Oluşturdıkları kimliklerinin tutarlı ve sürekli olmasına önem verir, başarısını ziyaretçisine vaad ettiği hizmetleri sağlayarak elde eder.

“Başarılı pazarlama, ancak başarının pazarlanması ile olur.”

3. Müze Mekanının Müze Tanıtımdaki Önemi :

Müzenin sadece sergilediği nesneler değil, aynı zamanda bulunduğu çevre de toplumla iletişimine etki eden etmenlerdendir. Müzenin ulaşılabilirliği, şehir merkezine uzaklığı, müze binasının ilginçliği, tarihi yada yeni bina oluşu ziyaretçiyi müzeye çekmede ilk etapta etkilidir. Müzeye ulaşabilmek için uzun zaman harcamış, yeterli ulaşım araçları bulmakta zorlanmış, özel aracı için park yeri bulamamış ziyaretçinin stres içinde müze gezisine başlaması doğaldır. Ayrıca müze görevlilerinin ziyaretçiye karşı tutumu, binanın girişi, sıcak yada soğuk olması gibi fiziki koşulları, müzenin kafe ve restoranları ve buralarda verilen hizmetin kalitesi müzeye gelen ziyaretçilerin müzeyi kullanabilirliğini etkiler.

Müzenin bulunduğu ortamın okul, kütüphane, süpermarket, park veya çarşıdan farkı müzenin samimi bir mekan olmasıdır. Müze ziyaretinde zorunluluk yoktur- herhangi bir zorunluluğa izin, ihtiyaç ve istek yoktur-. Müze ziyaretçisi kendini fiziksel ve zihinsel olarak rahat hissetmediği bir ortamda olumsuz tepki verir, bu durumda kişi çıkışa odaklanır ve bir an önce müzeden çıkmak ister. Rahatlık hissi, insanları müzeyi gezmelerine teşvik etmek için esas ölçüttür. Faydalı bir gezi için müze, ziyaretçilerine samimi, rahat bir ortam hazırlamak zorundadır. Okul yada rehberli geziler haricinde ziyaretçiler bir mantık dahilinde istedikleri gibi davranırlar, istedikleri hızda, istedikleri biçimde gezebilirler. Bu nedenle müze, binanın fiziki koşulları elverdiği ölçüde, ferah, uygun sıcaklıkta, kişilerin kendilerini bastırılmış hissetmedikleri bir mekan hazırladığı takdirde, ziyaretçiler müze içerisinde keyifli zaman geçirecek, bu da müzenin kullanılabilirliğini artıracaktır.

Çoğu kişi için müze, aşağılık duygusuna kapılmasına neden olan, güvensizlik, gizlilik, veya utanma gibi duyguları uyandıran bir yerdir. Soğuk ve resmi görünüşlü müze binası, anlaşılması için büyük çaba ve yüksek bir eğitim seviyesi gerektiriyormuş gibi görünen sergiler insanların müzeden ürkmesine neden olur. Hiç kimse kendisine sunulan sergileri anlamada ve yorumlamada eksiklik hissetmekten hoşlanmaz. Günlük işlerden bir kaçış için insanlar genellikle kendilerini iyi ağırlanmış, ihtiyaçları karşılanmış, memnun edilmiş, değer

verilmiş ve yeterli hissettikleri kısaca hoşça vakit geçirecekleri ortamları, eğlenecekleri yer ve aktiviteleri tercih ederler.¹⁵

Müzenin ziyaretçilerine sunduğu kafe, restoran, tuvalet gibi hizmetler de ziyaretçinin müzeye bakış açısını etkilemektedir. kafe ve restoranlarda ziyaretçilere uygun fiyatla, temiz ve kaliteli yiyecek ve içecek sunulması, bu mekanların ferah ve temiz olması ziyaretçilerde olumlu izlenimler bırakır. Ayrıca bu bölümlerde görevli personelin ziyaretçilere karşı tutumu da ziyaretçinin burada kalma süresini etkilemektedir. Güleryüzlü, kibar ve saygılı elemanlar, ziyaretçinin memnuniyetini sağlar. Ziyaretçiler müzeyi gezmeden önce çevreyi tanımak, geziden sonra ise dinlenmek ve gördüklerini özümsemek amacıyla kafede oturmayı tercih etmektedir. Gezi sırasında acıkan ziyaretçi, eğer müze bünyesinde kaliteli bir restoran bulunuyorsa burada yemeğini yemeyi isteyecek, bu sayede müzede daha fazla zaman harcamış olacaktır.

Sonuç olarak; müze mekanı müzenin tanıtımı açısından önemli bir yere sahiptir, müzenin bulunduğu ortam ziyaretçinin müze ile ilgili ilk izlenimlerini oluşturmakta, sergi ikinci planda kalmaktadır. Bu nedenle müzeler son yıllarda, müzenin çekiciliğini ve kullanılabilirliğini artırmak, insanlara ilginç ve rahatlatıcı yüzünü gösterebilmek için öncelikle müzenin ortamını ilgi çekici hale getirerek, ziyaretçileri etkilemeyi hedeflemektedir.

Müzelere ziyaretçi çekmede mekanının yanı sıra müze içinde ve dışında uygulanabilecek çeşitli tanıtım yöntemleri vardır. Bunların bazıları halkla ilişkiler, yada rehberlik gibi ziyaretçiyle doğrudan iletişimi gerektirir, bazıları ise radyo, televizyon, internet gibi çeşitli iletişim araçları kullanılarak gerçekleştirilir.

¹⁵ David Lean, “ Motivations”, a.g.e., s. 24

III. MÜZELERDE TANITIM YÖNTEMLERİ VE HEDEF KİTLE ÜZERİNDE UYGULAMALAR

1. Yüzyüze Tanıtım Yöntemleri:

Ziyaretçiyle birebir iletişime girmek onun kendini müzeye ait hissetmesini sağlayacağı gibi kendi görüş ve önerilerini de bildirme imkanı bulacağından her zaman iyi bir tanıtım yöntemidir.

1.1. Rehberlik Hizmetleri:

Müzeye gelen ziyaretçilerin bire bir, yüzyüze görüştükleri müze çalışanları en az müzedeki eserler kadar önemlidir. Müze personelinin tutumu, görünüşü, motivasyonu ziyaretçiyi etkiler ve müze hakkındaki izlenimlerinde önemli bir rol oynar.¹⁶ İyi vakit geçirmek isteyen ziyaretçiler genelde müzenin kendilerine açıklanmasını isterler. Müzede ideal bir etiketleme sistemi olsa bile ziyaretçiler müzeyi kendi başlarına keşfetmektense birisinin onlara anlatmasını tercih ederler.¹⁷ Müzenin eğitilmiş, iyi görünümlü, sunuş yeteneğine sahip rehberler eşliğinde gezilmesi müzenin ve eserlerin ziyaretçiler tarafından daha iyi anlaşılması ve akılda kalmasına yardımcı olur.

Müzede çeşitli dillerde yapılan rehberli turlarda müze, tarihçesi, içinde sergilenen eserler anlatılır. Bu eserlerin kimin yaptığı, ne zaman yapıldığı ve kullanılan malzeme türü gibi ayrıntılar konusunda açıklayıcı bilgiler verilir. Müzeyle ilgili her konuda bilgili, konuya hakim, etkileyici konuşabilen rehber, ziyaretçiyi müze gezisini sıkılmadan tamamlamaya, müzeyi yeniden gezmeye gelmeye ve çevresine müzeyi önermeye teşvik eder. Yapılan gözlemlerde; müzeyi gezen ziyaretçilerin gezi sırasında müzeyi kendilerine tanıtan rehberden memnun kaldıklarında bir sonraki gelişlerinde yine aynı rehberin ismini vererek onunla gezi yapmak istediklerini belirtmekte, ya da tanıdıklarına rehberin adını vererek onları da müzeyi gezmeye teşvik etmekte oldukları görülmektedir. Bu bağlamda rehberin kendisinin de bir tanıtım aracı olduğu söylenebilir. Ziyaretçiyle birebir iletişimde bulunarak yapılan tanıtım, ziyaretçilerin kendi başlarına etiketlerden okuyarak yapacakları gezilerden daha akılda kalıcı ve daha eğlenceli olmaktadır. Ayrıca ziyaretçi aklına takılan soruları sorma imkanı

¹⁶ Canan Demir, Müzelerde Çağdaş Pazarlama, İst:Türkiye Anıt Çevre Turizm Değerlerini Koruma Vakfı Yayınları. 2001 s. 49

¹⁷ G.Ellis Burcaw, "Visitors and Interpretation"Introduction to Museum Work, USA: Altamira 1983 s.150

bulmaktadır.Yapılan anketlerde de rehberli gezilerin, kendi başına yapılan gezilere veya görsel - işitsel yöntemlerle yapılan tanıtımlara göre daha çok tercih edildiği saptanmıştır.

Müzedeki rehberlik hizmeti sırasında rehberin müzeyi yorumlama kalitesi de önemli bir konudur, rehberin müzeyi ve eserleri anlatırken kendi yorumunu katmadan ve konuyu ilginç hale getirerek sunum yapması ziyaretçinin müzede sıkılmadan öğrenmesini sağlayacaktır. Temmuz 1971 de Asociated Press te yayınlanan bir haberde Missouri, Stanton yakınlarında ticari olarak işletilen Meramec Mağralarının yöneticisi, Lester B.Dill mağarada jeoloji öğrencilerinin rehber olarak çalıştırılmasına karşı olduğundan bahsetmekte, buna sebep olarak da bu öğrencilerin turlarda çok teknik açıklamalar yaptıkları oysa turistlerin Jesse James'in kanundan kaçarken bu mağarada nasıl saklandığını öğrenmek istediklerini belirtmektedir. Öte yandan bazı ziyaretçiler ise öğrenme isteği içindedir. G.Ellis Burcaw yıllar önce Kentucky Mamut Mağaraları Ulusal Parkında bir yeraltı gezisinde rehberli tura katıldığını, rehberin yöreden halkından, fazla eğitim almamış, jeoloji konusunda çok birikimi olmayan bir kişi olduğunu belirtmektedir. Bu tur boyunca rehberin dünyanın en önemli doğal harikalarından bahsederken yer altındaki bu oluşumlara “pastırma dilimi” ya da “oturan tavuk” gibi yakışsız benzetmelerde bulunduğundan bahsetmektedir.¹⁸ Bu noktada müzelerde eğitim ve eğlendirme konuları yine karşı karşıya gelmektedir. Müzenin görevi eğitimsiz müşteriye hafif bir eğlence sunmak değildir, show teknikleriyle eğitimin dengede olması önemlidir.Bu bağlamda ziyaretçi kapasitesinin artmasında rehberlik hizmetinin önemli bir rolü olduğu görülmektedir. Rehberler müze ve ziyaretçi arasında bir köprü görevini görmekte, bu açıdan halkla ilişkiler uzmanı gibi görev yapmaktadır.

1.2. Halkla İlişkiler Uzmanlarının Tanıtımı:

Halkla İlişkiler uzmanı, müzenin amaç hedefleri ile müzenin hedef kitlesi arasında bağ kurmakla sorumlu kişidir¹⁹. İngiltere Halkla İlişkiler Enstitüsü'nün tanımına göre: “Halkla İlişkiler bir kurum ile onunla ilgilenen topluluk arasında iyi niyet oluşturmak ve devam ettirmek için planlanan ve sürdürülen çabalardır”, topluluk sözcüğüyle müzeyle ilgisi olan tüm insanlar ve kurumlar kastedilmektedir.²⁰ Müzenin halkla ilişkiler bölümünün temel görevi müze için bir imaj oluşturmak ve korumak, müzenin toplumla ilişkilerini düzenlemek, müzeye daha çok ziyaretçi çekmek için gerekli çalışmalarda bulunmaktır. Medyada müze ile

¹⁸G.Ellis Burcaw, a.g.e. s. 152

¹⁹“Suggested Qualifications for Museum Positions” Museum News . October , 1980

²⁰ Fiona Mc.Lean, a.g.e., s. 154

ilgili çıkan haberleri kontrol etmek, basın bültenleri, yıllık raporlar, broşür, afiş gibi yayınlar, basın toplantıları, seminerler, konuşmalar ve konferanslar,sergiler gibi etkinlikler müzenin halkla ilişkiler uzmanının sorumluluğundaki görevlerdir.²¹ Halkla ilişkiler uzmanları müzeye sponsor bulunması, işadamları ve politikacılar gibi müzeye destek sağlayıcı kişilerle iletişimde kurulması gibi işlerden de sorumludur. Müzeyle ilgili haberlerin, yeniliklerin ve düzenlenecek etkinliklerin halka duyurulması da halkla ilişkiler uzmanının görevlerindendir. Müzenin daha iyi tanıtımı ve müzeye daha çok ziyaretçi çekebilmek için yapılması gerekenleri saptar ve bunları uygulamaya koyar.

1.3. Müzeyi Ziyaret Edenlerin Aktarımı Yoluyla Tanıtım:

En etkili reklam sözlü reklamdır. Müzeden memnun kalmış bir ziyaretçi, müzenin ününü zedeleyebilecek şikayetçi bir kişiye her zaman tercih edilir, müzenin en iyi reklam ajansı müzenin ziyaretçisidir.

Mc Lean, Young, Di Maggio gibi müze araştırmacıları kitaplarında müzeye gelen ziyaretçilerin çevrelerine müze ile ilgili izlenimlerini aktarmalarının müzenin reklamının yapılmasından daha etkili bir yöntem olduğunu açıklamaktadır. Müzeyi gezen kişiler buradaki deneyimlerini ve tavsiyelerini diğer potansiyel müze ziyaretçilerine aktararak onlarda müze ile ilgili bir fikir oluşmasını sağlar.²² Son yıllarda müzeler sözlü tanıtımın önemini kavramış ve sözlü iletişimden yararlanmaya başlamışlardır, ancak olumsuz izlenimlerin aktarılmasının olumlu olanlardan daha etkili olduğu bir gerçektir. Bu nedenle müze, ziyaretçilerinin müzeden memnun olarak ayrılmasını sağlamak zorundadır. Müzeden olumlu izlenimlerle ayrılan her ziyaretçi, müzenin potansiyel kullanıcı sayısını artıracaktır. Gülüyüzlü, iyi eğitilmiş, ziyaretçiyle iyi iletişim kurabilen personel, ilginç bir sergileme, bol çeşit bulunan kafe ve satış reyonu, temiz tuvaletler, geçici sergi ve etkinlikler ziyaretçilerin müzede daha çok zaman geçirmesini sağlayacaktır. Ziyaretçilerin müze ile ilgili olumlu düşüncelerini yakınlarına ileterek onları da müzeye gelmeye teşvik etmesi müzenin kullanılabilirliğini artıracaktır.

²¹ "Suggested Qualifications for museum positions" Museum News, Oct.1980

²² Fiona Mc.Lean. a.g.e. s. 159

2. İletişim Araçları ile Tanıtım Yöntemleri:

Günümüzde gelişen teknoloji sayesinde müzeler, geniş kitlelere hitap eder duruma gelmiştir. Böylece bazı iletişim araçlarını kullanarak kendilerini kolaylıkla halka duyurabilme imkanına sahip olmuştur. Radyo, televizyon, gazete ve internet gibi iletişim araçları ile müzeler hızlı ve ucuz bir biçimde tanıtımlarını yapabilmektedir.

2.1 Televizyon, Radyo ,Gazete Yoluyla Tanıtım:

XX.yüzyılda medyanın toplum üzerindeki etkisi tartışma götürmez bir gerçektir. Günümüzde pek çok kurum ve kuruluş medyayı kullanarak toplumda bir imaj oluşturmakta veya kendisiyle ilgili haber ve duyuruları halka iletmektedir.

Müzeler de en kısa ve kestirme biçimde geniş kitlelere ulaşmak için medyadan faydalanmakta, çeşitli televizyon programlarının yaptıkları haber programları, günlük ve haftalık gazetelerde çıkan yazılar halkın müzeden haberdar olmasını sağlamaktadır. Basında müze ile ilgili yazılan her sütunun her kelimesi müze tanıtımı için bir fırsattır. Özellikle gazete ve dergilerdeki sergi kritikleri buna örnek gösterilebilir.²³ Müzede yer alan geçici sergiler, müzede düzenlenen etkinlikler günlük gazeteler, radyo ve televizyon programları yoluyla duyurur. Müzeler radyo ve televizyon için de gazete ve dergilere hazırladığı gibi haber bültenleri hazırlar. Müze ile ilgili sohbet programları, belgeseller, röportajlar, kısa ve uzun metrajlı filmler toplumun ilgisini çeker. Ayrıca radyo ve televizyonda yayınlanan yarışma programlarında müzeyle ilgili sorular da halkın müzeden haberdar olmasında yararlı olur. Televizyon reklamları pahalı olabilir bunun için hem daha ucuz olması hem de boş zamanı olanların seyredebilmesi için sabah veya öğlen kuşağı en uygun yayın saatidir. Televizyon görsel bir araç olduğundan müze tanıtımı için genellikle toplumun ilgisini çekecek canlı ve renkli olaylar ve iyi bir konuşmacı seçilmesi yararlı olur.

Müze basınla iletişimini canlı tutmak zorundadır, söyleyecek bir sözü olmasa bile gazetecilerle düzenli bir iletişim gereklidir.²⁴ Selçuk Hünerli'nin "Türk Basınında Müzecilik" adlı makalesinde 10 aylık bir dönem içerisinde basında müzelerle ilgili toplam 342 haberin çıktığını ve bu haberlerin de gazetecilikte "ölü sayfa" olarak tabir edilen gazetelerin önceden hazırlanan, kültür-sanat sayfalarında genellikle küçük haberler olarak verildiği, ancak

²³ Canan Demir a.g.e. s. 63

²⁴ Fiona McLean, a.g.e , s. 152

sansasyonel bir haber olduğunda birinci sayfada yada haber sayfalarında yer aldığı belirtilmektedir. Makaledeki bir başka tesbit de yaz aylarında müzelerle ilgili haberlerin çoğaldığı ve bunun da müzelerin tamamen turistik kuruluşlar olarak görüldüğü düşüncesidir. Selçuk Hünerli'nin makalesinde müzelerin gazetelerde ve dergilerde daha kapsamlı tanıtımı için neler yapılması gerektiğini şu şekilde belirtilmektedir:

- kuruluş yıldönümlerinde basın için geziler düzenlemek,
- haber bülteni hazırlamak,
- bu bültenleri gazetelerde doğru kişilere ulaştırmak, yani müzelere sempatiyle bakan gazeteciler haberin daha etkili biçimde yer almasını sağlamaktadır.²⁵

2.2. Sanal Ortamda Tanıtım:

Doç. Dr. Fethiye Erbay'ın "Müzelerin Erişilebilirliğinde Tanıtım ve Reklamın Önemi" başlıklı makalesinde sanal ortamda müzelerin tanıtımından söz etmekte ve internetin sınırsız olanakları sayesinde müzelerin hazırladıkları web siteleri ile geniş kitlelere ulaşabilme ve kendilerini tanıtmaya olanağından söz etmektedir. Fethiye Erbay ayrıca, www.sanalmuze.org sitesini izleyenlerin yurt içi ve yurtdışı müzelerdeki etkinliklerden, sanatsal olaylardan haberdar olabileceklerini belirtmektedir. Makalede, müzelerin web sitelerinde koleksiyonlarının tanıtımı yanı sıra koleksiyonda yer alan önemli yapıtların online satışının da yapılmakta olduğundan söz edilmekte, Pablo Picasso ve Louvre Sanal Müzesi bu tür tanıtıma örnek olarak verilmektedir.²⁶

Günümüzde pek çok ülkede internetin bilgiye hızlı ve kolay bir şekilde ulaşılmasındaki yararı müzeler tarafından benimsenmekte ve tanıtım için kullanılmaktadır. Bugün tanıtım amacıyla İngiltere'de müze için yapılmış 118 web sayfası bulunmaktadır, bu sayfalardan başka sayfalara geçiş de göz önüne alındığında bu rakam iki hatta üç katına çıkmaktadır.²⁷ Smithsonian Enstitüsü 150. kuruluş yıldönümü dolayısıyla üç boyutlu bir web sitesi hazırlamıştır. Dört yüz elektronik sayfadan oluşan sergide Amerikan sanat ve tarihinin çeşitli dönemlerini yansıtan nesneler bulunmaktadır. Macaristan'da da "Fine Arts in Hungary" adı altında bir sanal müze yapılmış burada Roma döneminden 20 yüzyıla kadar olan dönemde

²⁵ Selçuk Hünerli, "Türk Basımında Müzeler ve Müzecilik" II.Müzecilik Semineri Bildirileri,19-23Eylül 1994, İstanbul: Askeri Müze ve Kültür Sitesi. 1994, s.41

²⁶ Fethiye Erbay, a.g. m. S. 21

²⁷ Mutlu Erbay, "Yıldız Sarayı'nın 21.yy.a Hazırlanması ve Çağdaş Müzecilik Açısından Değerlendirilmesi" Doktora Tezi.İTÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü. Mimarlık Tarihi Anabilim Dalı.Sanat Tarihi Bilim Dalı . Haziran,1997, s.228

yapılan eserler yer almaktadır. İnternet ortamında tanıtım yapılırken web sitesini en çok kimlerin ziyaret ettiği, hangi bölümlerin daha çok ziyaret edildiği ve müzeye gelenlerin siteyi ziyaret ettikten önce mi yoksa sonra mı müzeye geldikleri saptanması bir ziyaretçi profili çıkarma açısından faydalıdır.

Türkiye’de de müzeler internet ortamını tanıtım ve reklam amacıyla kullanmakta web sayfaları hazırlayarak bilgisayar teknolojisinden faydalanmaktadır. Topkapı Sarayı müzesi için Bilkent Üniversitesi tarafından hazırlanmış olan www.ee.bilkent.edu.tr web sayfası ve Rahmi Koç Sanayi Müzesi İçin hazırlanan www.rmkmuseum.org.tr buna örnek olarak verilebilir. Özellikle Rahmi Koç müzesinin web sayfası gerek tasarım gerekse içerik olarak iyi bir örnektir. Sayfada müzenin tarihçesi, içinde sergilenenler, düzenlenen etkinliklerin haberleri ve basında müze ile ilgili çıkmış haberler yer almaktadır.

2.3. Posta Yoluyla Tanıtım:

Müzeler; kendileriyle ilgili bilgi ve haberleri müze dışına mektup, davetiye ve programları posta aracılığıyla ulaştırır. Posta, sanat kurumları tarafından benimsenmeye başlanmış oldukça yeni tekniklerdendir, belli hedef kitlelere doğrudan tanıtım yapmanın en iyi yollarından biridir. Posta yoluyla tanıtımın pek çok avantajı bulunmaktadır. Müzenin kullanıcılarıyla sürekli iletişim halinde olmasını sağlar, ayrıca müze kullanıcılarına anketler gönderilerek onlarla ilgili daha çok bilgi sahibi olunur. Çeşitli konularda fikirler paylaşılır, iletilir; ziyaretçilerin bu sayede kendilerini müzeye dahil olmuş hissetmeleri ve böylece müzeye daha sık gelmeleri sağlanır. Posta, düzenli ziyaretçilerin bir sonraki gelişlerinde beraberlerinde bir arkadaş getirmeleri için iyi bir davet yöntemidir.²⁸ Ayrıca günümüzde gelişen teknoloji sayesinde doğrudan posta yerine e- posta yoluyla da müze ziyaretçilerine daha hızlı bir şekilde ulaşılabilir. Pek çok müze e- posta dostları oluşturmaktadır.

3. Basılı Malzeme Yoluyla Tanıtım:

Müze ile ilgili kitap, broşür, katalog, bülten, gazete, dergi gibi renkli veya renksiz basılı her türlü malzeme müzenin tanıtımında etkili olmaktadır. Basılı malzeme, ucuza mal olması ve fazla uğraş gerektirmeden hazırlanması ve geniş bir kitleye hitap edebilmesi nedeniyle müzeler tarafından tercih edilen bir tanıtım malzemesidir. Ziyaretçiler de basılı malzemeleri

²⁸ Fiona Mc Lean.a.g.e. s. 147

kolay taşınabilmesi, ucuz olması ve saklanabilir olması nedeniyle tercih etmektedir. Ayrıca bu malzemelerin renkli baskılı ve bol çeşitli olması da ziyaretçilerin ilgisini çekme açısından yararlı olmaktadır.

3.1. Kitapçık, katalog, dergi, bülten, broşür

Basım teknolojisinin gelişimi ile birlikte kitap, broşür, dergi gibi tanıtım araçlarının daha fazla sayıda ve giderek daha çağdaş bir şekilde sunulmasını da kolaylaştırmıştır. Basım teknolojisindeki gelişim ve çeşitlilikten dolayı müzeler bu tanıtım malzemelerini tercih etmektedir.

Kitapçık: Müzeyi ve içinde sergilenen nesneleri daha detaylı anlatan renkli ve bol fotoğraflı kitapçık da ziyaretçilerin hatıra olarak saklamak isteyecekleri bir tanıtım araçlarından biridir. Kitapçıklar hazırlanırken tanıtımın yanında eğitim amacı da güdülmektedir bu nedenle bu tür yayınlar genellikle müze eğitimcisi ve uzmanlar tarafından gerçekleştirilmektedir.²⁹ Taşınması kolay boyutlarda ve herkesin alabileceği bir ücrette olması önemlidir. Müzenin kendi çıkardığı yayınlar genelde ticari amaçlar güdülmeden yapılır. Bu nedenle müzeye fazla kar getirmezler, ancak tanıtım açısından oldukça etkilidir.³⁰ Çocuklar için hazırlanacak rehber kitapçıklarda; renkli çizimler, bulmacalar çocuklar için müzeyi sıkıcı bir yer olmaktan kurtararak eğlenmeleri ve öğrenmeleri için yararlıdır.³¹

Katalog: Kataloglar, müzede sergilenen koleksiyonun tümü ya da bir bölümünün renkli fotoğraflar ve nesnelerle ilgili kısa açıklayıcı bilgilerin yer aldığı, müzedeki sergilerin anlatıldığı bilimsel yayınlardır. Kataloglarda; müzede sergilenen eserlerin kim tarafından, ne zaman yapıldığı, özellikleri, ne amaçla kullanıldığı, envanter numarası gibi teknik bilgiler nesnenin fotoğrafı ile birlikte verilir.³²

Dergi: Çeşitli bilimsel, kültürel ve sanatsal dergilerde müze ile ilgili haber, röportaj ve makalelerin yayımlanmasıyla müzenin tanıtımı yapılmaktadır. Ayrıca, müzelerin kendi bünyesinde çıkardığı aylık, üç aylık ve yıllık dergilerde de müzede yapılan araştırmalar,

²⁹ Fiona Mc Lean, a.g.e. 226

³⁰ Canan Demir, a.g.e. s. 67

³¹ ibid.

³² Nazan Yavuzoğlu Atasoy, "Müze Eğitiminde Yazılı Gereçlerin Rolü" 4. Müzecilik Semineri Bildirileri, Askeri Müze Kültür Sitesi, 16- 18 Eylül 1998, S. 51

müzedede düzenlenecek sergiler, etkinlikler gibi haberlere yer verilerek müzenin tanıtımı sağlanmaktadır.

Bülten: Müzedede belirli konu yada koleksiyon parçası için el bültenleri oluşturduğu gibi basını bilgilendirmek için de basın bültenleri hazırlanır. Basın bültenleri, müzenin halkla ilişkiler bölümü tarafından müzeyle ilgili haberleri basın yoluyla halka duyurmak için hazırlanır. Bu bültenler basına ve belli kuruluşlara dağıtılmak yoluyla halka ulaştırılır. Basına verilecek bültenin tarih, müzenin anteti, kolay akılda kalan bir başlığı, iri puntolu yazıları bulunur, daha fazla bilgi için kiminle iletişim kurulacağı bildirilidir.³³ Bültende verilmek istenen haber genelde ilk paragrafta ana hatlarıyla yer alır gerçekten haber niteliğinde olan konular seçilir.³⁴ Basın Müzesinden Selçuk Hünerli “Türk Basınında Müzeler ve Müzecilik” adlı makalesinde iyi bir basın bülteninin anahatlarını şu şekilde olması gerektiğini belirtmiştir:

-*Zamanlama:* Bugün olan dün olandan daha çok haber değerine sahiptir,

-*Yakınlık:* Bize yakın olan yerlerdeki olaylar, uzaktakilerden daha fazla haber olma özelliğine sahiptir,

-*Otoritede hiyerarşi:* Bir kişinin toplumda sahip olduğu mevki ne kadar üstteyse, haber değeri de o kadar artar,

-*Yaşamdaki bağları:* Dramatik nitelikler, insana ait her türlü duygusal verili olayların haber değeri vardır. Selçuk Hünerli, müzelerle ilgili basın bülteni hazırlarken yukarıdaki noktaların göz önüne alınmasının etkili olacağını belirtmektedir.³⁵

Broşür: Müzeler açısından en yaygın ve etkili tanıtım malzemesidir. Çoğunlukla ücretsiz olarak verildiğinden geniş kitlelere ulaşılması mümkündür. Genelde tek sayfadan oluşur, iyi bir broşürde müzenin dıştan görünüşü, planı, müzedede sergilenen ilginç nesnelerin renkli fotoğrafları ve bu nesnelerle ilgili kısa açıklamalar bulunur. Broşürün müze gezisi başlamadan önce ziyaretçinin elinde bulunması önemlidir, bu nedenle müzenin giriş kapılarında, bilet gişelerinin yanında yer alır. Ayrıca İngilizce, Fransızca ve Almanca dillerinde de broşürler hazırlanması müzeye gelen yabancı ziyaretçilere de hitap etme olanağı sağlamaktadır.³⁶ Broşürün arka sayfasında müzenin açık olduğu saatler ve günler, giriş ücreti, ziyaretçilerin müzeyi kolaylıkla bulabilmeleri için müzenin bulunduğu yeri gösteren bir harita ya da plan bulunması, müzeye ulaşabilmeleri için kullanabilecekleri toplu taşıma araçları, otopark , kafe,

³³ Fiona Mc. Lean, a.g.e, s. 152

³⁴ Güngör Onal, a.g. e , s. 64

³⁵ Selçuk Hünerli, a.g.e, s.42

³⁶ Mutlu Erbay: a.g.e s. 224

satış reyonu gibi hizmetler belirtilmesi ziyaretçilerin müze ilgili tüm bilgileri açıkça görmelerini sağlayacaktır .

Müzei tanıtıcı broşürler müze girişinde, kütüphanelerde, turizm danışma bürolarında, seyahat acentelerinde ve otellerde yer almaktadır. Broşürün baskısının tasarımı dikkat çekmede ve mesajın okunup anlaşıldığını kesinleştirme açısından önemlidir, bu aşamada müzeler gerekirse profesyonel yardıma başvurmaktadır.

Widnes Kimyasal Endüstri Müzesi için Catalyst tarafından 1989 yılında müzenin kuruluşu için broşür ve posterler kullanılarak bir tanıtım kampanyası gerçekleştirilmiştir. Ana broşürün sloganı “Muhtemelen...Alışılmadık, Kesinlikle ...Eğlenceli” idi, bir başka broşürde de karikatürlerle müzedeki etkinlikler tanıtılıyordu. Grafik tasarımı tutarlıydı, müzenin çağdaş ve dikkat çekici olduğu imajını vermeyi amaçlıyordu. Yayınlar medya reklamlarıyla desteklendi, müze “Widnes’in Harikaları”ndan biri olarak tanıtılıyordu, diğer harika ise Galler rugby takımının kaptanının Widnes Rugby Lig Kulübüne katılmasıydı. Kampanya insanların kimyasal endüstri müzesi ile ilgili olumsuz beklentilerinin üstesinden gelmek için eğlendirici bir şekilde hazırlanmıştı.³⁷ Pek çok müze standart müze broşürünü değiştirerek farklı boyutlarda, çok renkli, esprili, dikkat çekici, albenisi fazla broşürler tasarlama yoluna gitmektedir. Bu konuda profesyonel grafik tasarımları ve reklam ajansları ile çalışılmaktadır.

4. Görsel Malzeme ile Tanıtım Yöntemleri:

Müze ile ilgili her görsel malzeme iyi bir tanıtım aracıdır, bu tür tanıtım malzemeleri gerek biçimleri, gerekse renkleri dolayısıyla göze hitap ettiklerinden daha akılda kalıcı ve etkili olur.

4.1. Video kaset, CD-Rom, film, dia

Video Kaset: Müzenin ilgi çekici bölümlerini ve eserlerini tanıtarak bunlar hakkında ayrıntılı bilgi veren, renkli görüntülerden oluşan çeşitli dillerde yayımlanmış pek çok video kaset bulunmaktadır. Müzeni eğitim ya da tanıtım için kullandığı etkili araçlardan biridir. Ancak gelişen teknoloji sayesinde video kasetler son yıllarda önemini kaybetmeye başlamış, yerini cd-romlara bırakmaya başlamıştır. Örneğin Versailles Sarayı tarafından hazırlana cd-romda üç boyutlu olarak saray gezisi yapılmaktadır.

³⁷ Fiona Mc Lean, a.g.e. s 145

CD-Rom(Compact Disc-Read Only Memory): Hızlı teknolojik gelişmeler müze tanıtımında da değişikliklere neden olmakta ve geniş hafıza kapasiteleri nedeniyle cd-romlar son yıllarda video kasetlere göre daha çok tercih edilmektedir. Günümüzde dünyada pek çok müzede çeşitli görsel verileri içeren cd-romlar tanıtım amaçlı kullanılmaktadır. Ülkemizde de son yıllarda Osmanlı İmparatorluğunun 600 yıllık tarihini anlatan Cd- Rom lar hazırlanmıştır.³⁸ Yurt dışında da Versailles Sarayı'nın hazırladığı üç boyutlu cd-romda ziyaretçiler müzeyi gerçekten içindeymiş gibi gezebilmektedir.

Film: Müze ile ilgili tanıtıcı ve eğitim amaçlı, müzedeki eserlerle ilgili ilginç öykülerin konu edildiği kısa veya uzun metrajlı filmler, belgeseller müze için kalıcı ve geniş kitlelere hitap edebilen tanıtım araçlarındandır. Müze tarihi bir yapı ise bu mekanda geçmiş ve o dönemi anlatan bir öykünün sinema ya da televizyona uyarlanması izleyicileri müzeye gelip filmin geçtiği yeri görmeye teşvik edecektir. Zaman zaman günümüzde müze olarak kullanılan tarihi mekanlar dönemi ya da mekanı konu alan filmler için kullanılmaktadır. Örneğin; Kızkulesi “007 James Bond”, Beylerbeyi Sarayı “Abdülhamit Düşerken” filmlerinde kullanılmış, bu filmlerin vizyonda gösterilmesi sonucunda insanlar bu filmlerin çekiminde kullanılan mekanları görmek isteğiyle bu yerlere ziyarete gitmişlerdir. Yine Kapadokya bölgesindeki orijinal mekanlarda çekilen ve büyük ilgi gören “Asmalı Konak” adlı televizyon dizisi bölgenin tanıtımına büyük katkıda bulunmuş ve bölgeye giden yerli turist sayısında büyük artış olmasını sağlamıştır, hatta seyahat acenteleri dizinin çekildiği konağa özel turlar düzenlemektedir. Ayrıca 1964 yılında, Peter Ustinov tarafından çekilen, “Topkapı” adlı sinema filmi de hem İstanbul'un hem de Topkapı Sarayı'nın başarılı bir tanıtımı olmuştur.

Dia: Kaliteli ve çok sayıda fotoğraf içermesi, kolay taşınabilirliği ve uzun süre dayanıklı olması nedeniyle dia tercih edilen bir tanıtım malzemesidir. Kartpostal kadar ucuz değildir ancak daha dayanıklı olması, resim kalitesinin yüksek olması ve eğitim amaçlı da kullanılabilir olması dıanin bazı ziyaretçiler tarafından daha çok tercih edilmesine neden olmaktadır. Günümüzde ise dia çekimleri yerine dijital görüntüler ziyaretçilerin daha çok ilgisini çekmektedir.

³⁸ Mutlu Erbay, a.g.e., s. 227

4.2. Billboardlar, duvar panoları, afiş, kartpostal, logo

Billboardlar: Büyük caddelerde, meydanlarda hazırlanmış renkli billboardlar dikkat çekici olduğundan müzenin adının duyulması, müzede düzenlenecek sergilerden ve etkinliklerinden halkın haberdar edilmesi açısından yararlıdır. Işıklı, renkli ve hareketli billboardlar daha dikkat çekicidir. Örneğin; Askeri Müzenin dış cephesinde müzenin açık olduğu gün ve saatleri, düzenlenen etkinliklerin yer aldığı bir elektronik bilgi panosu başarılı bir tanıtım çalışmasıdır.

Duvar Panoları: Halka açık kalabalık yerlerde, Capitol, Akmerkez gibi büyük alışveriş merkezlerinde veya büyük caddelerde yol kenarlarında yer alan duvar panolarında da müzenin reklamının yapılması mümkündür. Fethiye Erbay “Müze Erişilebilirliğinde Tanıtım ve Reklamın Önemi” adlı bildirisinde *bu panoların yanı sıra otobüs, tren, tramvay gibi ulaşım araçlarına asılacak tanıtım afişlerinin de son yıllarda kullanılmaya başlandığını, bu tür tanıtımlarda çığ renklerin, büyük boylu posterlerin ve yüksek volümlü seslerin insanların daha çok ilgisini çekeceğini* vurgulamıştır.³⁹

Posterler(Afiş) : Genelde A3 boyutunda tasarlanan posterler müze girişine, otel lobilerine, turizm bürolarına, metro, tren, otobüs gibi toplu taşıma araçlarına asılarak halkın müzedeki etkinliklerden haberdar olması sağlanmaktadır. Posterlerde genellikle canlı, dikkat çekici renkler kullanılır. Çok fazla yazı bulunması okuyanın zihnini karıştırabilir , müzenin en ilginç bölümü ya da müzedeki nesnelerden birini tanıtan büyük bir resimle birlikte, posterin alt kısmında müzenin açık olduğu gün ve saatler, müzenin telefonu, açık adresi yer alır. Posterlerde müzeyi tanıtıcı, akılda kalıcı bir slogan da bulunması potansiyel müze ziyaretçisinin gözünde müze ile ilgili bir imaj oluşturmakta, bu sloganı her gördüğünde müzeyi anımsaması sağlanmaktadır.

Kartpostal: En yaygın tanıtım araçlarından; geniş bir kitleye hitap eder. Uygun fiyatlı ve taşınması kolay olduğundan çok tercih edilmektedir. Müzenin ilginç bölümlerinin, dikkat çeken eserlerinin biri ya da birkaçının görüntüsü yanı sıra müzenin dış görünümünün de yer aldığı kartpostallar ziyaretçi tarafından ilgi görmektedir. Kartpostalların çekimleri kaliteli olmalı, bol renkli ve müzenin misyonunu ve içeriğini en iyi anlatan görüntülere yer

³⁹Fethiye Erbay, a.g.m.

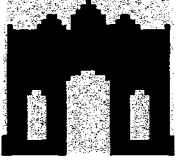
verilmelidir. Son yıllarda 6, 8 ve 10'lu kartpostal serileri oluşturularak grup halinde satılmaktadır. Müze içi ve dışındaki görüntüler müzenin bulunduğu çevre görüntüleri ile birlikte sunulmaktadır. Müzeyi gezen ziyaretçilerin az bir ücret karşılığında alacağı kartpostalları hatıra olarak saklayabilecekleri gibi başka şehir veya ülkelerdeki tanıdıklarına da postalayarak müzenin onlar tarafından da tanınmalarını sağlayacak ve müzeyi görmeye teşvik etmiş olacaktır.

Logo: Müzenin kendisini ziyaretçilere anımsatacak tanıtıcı işaretlere gereksinimi vardır, bu işaret çizgili bir simge olabilir veya yazı elemanlarının soyut bir şekilde kullanıldığı bir grafik de olması mümkündür.⁴⁰ Müzelerin sadece kendilerine ait, müzenin kimliğini, içeriğini yansıtan, mümkün olduğu kadar iyi görünecek şekilde kullanılan bir logo seçmesi, insanların bu logoyu gördüğü her yerde müzeyi anımsamasını kolaylaştıracaktır. Medya ve matbaalar için logonun fotoğrafik olması ve aynı tip yazı biçiminde olması önemlidir.

İngiltere'de Beamish Museum dikkatli bir seçimle geçmiş çağları anımsatmak için o çağlarda kullanılan yazı stilini logosunda kullanmıştır, benzer bir taslak da Londra'da Tower Bridge köprüünün kalemle çizimi kullanılarak insanların kolayca hatırlaması sağlanmıştır, öte yandan Museum of Moving Image da kendi özel yazı stiliyle MOMI kısaltmasını kullanarak insanların bu müzeyi kolaylıkla hatırlamalarını sağlamıştır.⁴¹ Ülkemizde de Milli saraylar Daire Başkanlığı bünyesindeki müzeler için Dolmabahçe Sarayı'nın Saltanat Kapısının grafik çizimi logo olarak kullanılmakta, Sakıp Sabancı Müzesi ise logosunda müzenin adının baş harflerinden oluşan bir kısaltma kullanmaktadır. Bazı müzelerin logo örnekleri aşağıdadır:

⁴⁰ Mutlu Erbay, a.g.e., s. 226

⁴¹ Mc. Lean. a.g.e. s.156



Milli Saraylar

THE
BRITISH
MUSEUM



RAHMI M. KOÇ
MÜZESİ
MUSEUM

MoMA The Museum of Modern Art

MOML



S | S | M
SABANCI
ÜNİVERSİTESİ
SAKIP
SABANCI
MÜZESİ

Şekil 1. Yurtdışı ve Türkiye’den müze logo örnekleri

5. Etkinlikler Yoluyla Tanıtım:

Müzeler günümüzde, sadece eski ve değerli eserlerin toplandığı, sergilendiği binalar değil aynı zamanda toplumların kültürel yaşamına yön veren çeşitli kültürel ve sosyal etkinliklerin de yapıldığı mekanlar olarak kullanılmaya başlanmıştır. İnsanlar müzeye boş zamanlarını geçirmek, yeni bir şeyler öğrenmek, görgü ve kültürlerini artırmak, sosyal bir etkinlikte bulunmak gibi amaçlarla giderler. Müzede düzenlenen etkinlikler halkın kültür ve görgüsüne katkıda bulunmakta, müzenin adını duyurarak ziyaretçi sayısının artmasını sağlamaktadır. Ayrıca müzeyi gezen bir ziyaretçinin başka bir etkinlik için tekrar gelmeye teşvik etmektedir.

Son yıllarda boş zamanları değerlendirme konusunda büyük değişimler olmuş, insanlar boş zamanlarını spor aktiviteleri yerine sanatsal etkinliklerle doldurmaya başlamışlardır. Tüm dünyada özellikle A.B.D’de insanlar boş zamanlarında opera, konser izlemek, sergi ve müze gezmek gibi sanatsal etkinliklere katılmaya başlamıştır. Müzelerin sanatsal etkinliklere yer vermesi sayesinde dünyada müzeye gidenlerin sayısında büyük artış görülmeye başlamış ve müzeler arasında artan rekabet müzelerin gelişmesi ya da yenilerinin açılmasına neden olmuştur.

Yapılan araştırmalara göre son yıllarda A.B.D’de müze gezen kişi sayısı yılda 200 milyondan 500 milyona çıkmış, Almanya da ise son 10 yıl içinde 300 müze açılmıştır, öte yandan İngiltere, İtalya ve Fransa’da müze sayısında büyük artış görülmüştür.⁴² Müzelerde düzenlenen etkinlikler hem müzenin tanıtımına hem de bulunduğu bölgenin ekonomisine katkıda bulunmaktadır, etkinlik sayesinde çevrede bulunan otel, restoran, kafe, park yeri ve dükkanların da gelirlerinde artış olmaktadır. Müzeler artık müze dışı etkinliklerine giderek daha çok önem vermektedir, örneğin bir doğa müzesi, ya da çocuk müzesi ziyaretçilerini doğal ortamlara götürerek orada etkinlikler düzenlemektedir; ya da bir sanat müzesi şehrin ilginç mimari yapılarını ele alan bir gezi düzenlemekte ve ziyaretçilere bu yapıları yerinde incelemek fırsatını sunmaktadır.

⁴² Naisbitt.ve Aburdene a.g.e. s. 57

5.1. Sergiler:

Geçici sergiler müzelerde düzenlenen etkinliklerin en yaygın olanlarındandır, bu geçici sergiler sayesinde hem müzenin adı duyulmakta hem de müze ile birlikte çevresinde yer alan restoran, park yeri ve diğer dükkanlara gelir sağlanmaktadır. Sergi tanıtımı yapılırken müzenin de adı geçecek, sergiyi görmeye gelen kişiler müzeyi de gezmiş olacaktır. Ayrıca sadece müzeyi ziyaret eden kişi sayısında değil ziyaretçi kalitesinde de artış olacak; sanatsal zevke sahip kişilerin müzeyi tanınmasına ve sergi sona erdikten sonra da müzeyi yeniden görmeye gelmelerine ve çevrelerine önermelerine katkıda bulunacaktır. Örneğin, Türkiye’de Sakıp Sabancı Müzesi’nin 23 Aralık – 21 Mart 2004 tarihleri arasındaki “Medicilerden Savoylara Floransa’da Osmanlı Görkemi” sergisi ilgi görmüş ve sergi 15 Nisan 2004 tarihine kadar uzatılmıştır.

Müzelerdeki geçici sergilerin yöreye sağladıkları maddi katkıya Amerika’da Boston Güzel Sanatlar Müzesi’nde ki “Renoir Sergisi” ni örnek olarak verebiliriz. Sergi açık olduğu üç ay gibi kısa bir sürede çevredeki otel, restoran ve dükkan gelirlerine 30 milyon dolarlık bir katkı sağlamıştır. Yine New York Metropolitan Müzesinde açılan “Van Gogh in Arles” sergisi de 252.604 kişi tarafından gezilmiş ve 223 milyon dolarlık gelir bırakmıştır.⁴³

Müzelerde açılan geçici sergiler yanında eğer müzenin olanakları uygunsa düzenlenen seminer, sempozyum, kutlama ve kokteyl gibi organizasyonlar da müzelerin tanıtımında önemlidir.

5.2. Toplantı, Konferans, Seminer, Sempozyum, Kutlama ve Organizasyonlar:

Müzeler ekonomi, kültür, tıp, sanat gibi çeşitli alanlarda seminer ve sempozyumlar için kiralanmakta bu tür konuların uzmanları tarafından bildiriler sunulmaktadır. Bu sempozyumlar genellikle 2-8 gün arası sürmektedir. Ülkemizde özellikle Harbiye Askeri Müze bu tür etkinliklere öncülük etmektedir, bu etkinlikler sayesinde müzeni tanıtımı da sağlanmaktadır. Müze bünyesinde bulunan Kültür Sitesi Kompleksinde her türlü seminer, sempozyum, konferans gibi toplantılar düzenlenmekte, hatta bu toplantılarda anında tercüme olanağı da sağlanmaktadır. İki yılda bir periyodik olarak düzenlenen Müzecilik

⁴³ ibid. S .69

Seminerlerinde Türk Müzeciliğinin sorunları tartışılarak çözümler aranmakta ve seminer sonunda bildiriler kitap halinde yayımlanmaktadır.⁴⁴

Zaman zaman müzeler kongreler, bazı kuruluşların yıldönümü kutlamaları, ödül törenleri, gibi etkinlikler için kiralanmaktadır. Bu tür organizasyonlar müzenin etkili tanıtımı ve reklamını sağlamaktadır. Bazen dolaylı da olsa davetiye ve afiştaki adres bile tanıtımda önemli olmaktadır. Bunun yanı sıra bu tür etkinliklerle müzeye iyi bir gelir kaynağı oluşmaktadır. Özellikle son yıllarda ülkemizde Topkapı Sarayı, Dolmabahçe Sarayı ve Beylerbeyi Sarayı gibi saray müzeler bu tür etkinlikler için kiralanmakta, bu etkinlikler çerçevesinde mekanın dokusuna zarar verilmeden tarihi bir ortamda kokteyl, yemek ve resepsiyonlar düzenlenerek sarayın adının duyurulması ve toplumda merak uyandırmasına katkıda bulunmaktadır. Müzeler etkinliklerini düzenlerken çeşitli kişi ve gönüllü kuruluşlarla birlikte çalışırlar.

5.3. Gönüllülerin Çalışmaları, Dernek ve Vakıf Yoluyla Tanıtım:

Müzeler sanatı seven, kültür düzeyi yüksek kişiler ve sanatçılarla ilişki içerisinde, bu kişilerden bazıları herhangi bir maddi karşılık beklemeden, gönüllü olarak müzenin eğitim, tanıtım etkinliklerinde yer alarak müzenin daha geniş bir çevreye yayılması ve etkin bir biçimde tanınmasına katkıda bulunurlar.⁴⁵ Gönüllüler müze bünyesinde düzenlenen etkinliklerde özellikle eğitim etkinliklerinde görev alırlar. Bazen gönüllüler, okullarla işbirliği yaparak öğrencilerin müzeye gelmeden önce onlara müze ile ilgili ön bilgilendirme yapılması, müzede çocuklarla atölye çalışmaları ve onlara rehberlik edilmesi gibi çalışmalarda bulunurlar. Gönüllüler zaman zaman part-time ve full- time olarak müzede rehberlik yaparlar, yerli ve yabancı ziyaretçilere müzenin ve koleksiyonlarının tanıtımında rehberlik hizmeti vermektedirler.

Müzelerdeki gönüllü hizmeti yurtdışında özellikle A.B.D'deki müzelerde sıklıkla görülmektedir. 1970'li yıllarda yapılan istatistiklere göre Amerikan müzelerinde % 60 oranında gönüllü çalışan bulunmaktaydı, bu rakam günümüzde %70 ve 80lere çıkmıştır.⁴⁶ Müze gönüllülerinin görevleri şu şekilde sınıflandırılabilir: müze yararına geceler, konserler düzenlemek, sponsor bulmak, kitap, broşür, hediyelik eşya üretimi ve satışını sağlamak,

⁴⁴ Sadık Tekeli, “ Askeri Müzede Çağdaş Müzecilik Uygulamalarından Örnekler” 4.Müzecilik Konferansı Bildirileri, 16-18 Eylül 1998. Askeri Müze ve Kültür Sitesi, İstanbul, s. 13

⁴⁵ Tomur Atagök, a.g.e. s. 136

⁴⁶ Burçak Mardan, “Müzelerde Gönüllü Çalışmalarının Örgütlenmesi” 4.Müzecilik Semineri Bildirileri (16-18 Eylül 1998). İst: Askeri Müze ve Kültür Sitesi. S. 54-55

müzenin tanıtımı için etkinlikler yapmak, bilimsel araştırmaları teşvik etmek, müze ziyaretçilerini müze içinde bilgilendirmek ve onların etkinliklerden yararlanmasını sağlamaktır. Örneğin Arkansas da “Shiloh Museum of Ozark History” gibi fazla tanınmamış bir müzede bile gönüllü çalışmaları yapılmaktadır, bu müzede gönüllülerinin yaptığı işlerden bazıları şunlardır:

- müze tanıtımına ilişkin postaya yardımcı olmak,
- sergilerin düzenlenmesinde dekorları oluşturmak,
- müze etkinlikleri sırasında satılmak ve dağıtılmak üzere yiyecek hazırlamak
- noel süslemelerini yapmak⁴⁷.

Gönüllülerin maddi kazanç beklemeden çalışmalarının karşısında müze de onlara bazı avantajlar sunar, örneğin A.B.D.’de “Field Museum” gönüllülere

- kendilerinin ve yakınlarının müzeye ücretsiz girebilmeleri,
- satış mağazasından % 20 indirim,
- kafe ve restoranda %10 indirim gibi olanaklar sunarak onların müzede gönüllü çalışmaya teşvik etmektedir.

Müze dernekleri özellikle yurtdışında çok yaygındır. Müzeye mali destek sağlama, bağış aktarma ve sponsor bulma bu derneklerin çalışmaları sayesinde gerçekleşmektedir. Tarihi müze binalarının restorasyonu, müzede düzenlenecek etkinlikler, müzenin çıkaracağı yayınlar için sponsor bulma işlemleri bu derneklerin sorumluluğu altındadır.

Türkiye’de 2863 sayılı “Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma” yasasında gönüllü çalışmalara yer verilmemektedir, ancak farklı isimde de olsa bazı dernek çalışmaları yürütülmektedir, “Müze Dostları Dernekleri” olarak adlandırılabilen bu dernekler müzenin tanıtımına önemli katkıda bulunan kurumlardır. Türkiye’de bu derneklere en iyi örnek Topkapı Sarayı Müzesi Sevenler Derneği’dir. 1966 yılında kurulan bu derneğin ana tüzüğü 3. maddesi 3. şıkta derneğin tanıtımla ilgili görevleri şu şekilde yer almaktadır:

- müze ve sergilerini ile içerdiği değerleri tanıtmak
- eğitim ve öğretime yararlı olabilecek kitap, katalog, broşür, slayt, kartpostal, disket, video bantları, hediyelik eşya ve reproduksiyonlar yaptırmak ve dağıtmak.

⁴⁷Burçak Madran, a.g. m. s. 55

Yine aynı tüzüğün 4. maddesi 3. şikkına göre de gönüllüler:

-konferans, sempozyum, açık oturum, forum ve bilimsel toplantılar ile sergiler ve kermesler düzenler-geziler organize eder, broşür, bülten, dergi, gazete ve kitap gibi tanıtıcı yayınlarla her türlü tanıtıcı ve eğitici eşyalar yaptırır ve dağıtır.⁴⁸ Ancak 29 Ocak 2004 tarihli 25361 sayılı yeni yasa vakıf ve derneklerin müzelerde çalışmalarını engellemektedir. Dernek ve Vakıfların Kamu Kuruluşları ile İlişkilerine Dair yasaya göre dernek ve vakıflar kamu kurum ve kuruluşlarının binaları içerisinde faaliyet göstermeleri, bu kurumun ismini almaları ve kamu görevlilerinin bu dernek ve vakıflarda çalışmaları engellenmektedir. Bu durumda Türkiye’de müzelerde müze yararına faaliyet gösteren vakıf ve derneklerin faaliyetleri engellenmiştir, müzelerdeki çalışmalarına son vermeleri için Ağustos 2004 tarihine kadar süre tanınmıştır.⁴⁹

6. Hediyeelik Eşya Yoluyla Tanıtım:

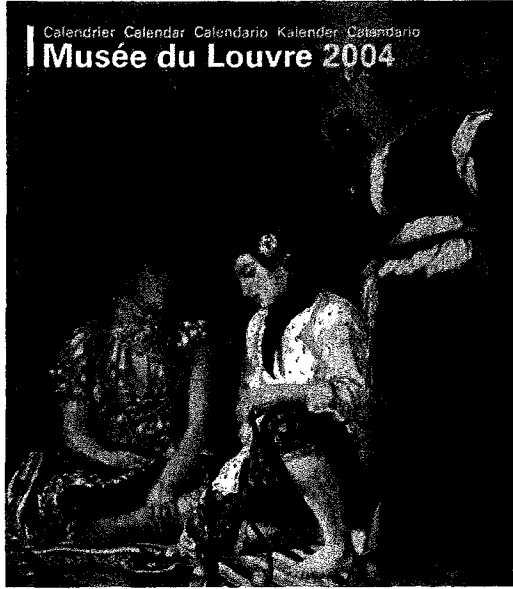
Müzenin tanıtımı için çok faydalı olacak bir tanıtım aracıdır. Taşınması kolay, uygun fiyatlı, uzun süre saklanabilecek takvim, kupa, anahtarlık, kitap ayracı gibi hatıra eşyalar sayesinde müze tanıtımı etkin biçimde sağlanmaktadır. Ziyaretçiler bu tür hatıra eşyaları kendileri için ve dostlarına armağan olarak almaktadır.

6.1. Takvim, anahtarlık, t-shirt, kupa, çocuklar için hediyeler, kitap ayracı, magnet, şemsiye.

Takvim: Müzenin ilginç görüntülerinin, müzede sergilenen eserlerin fotoğraflarından oluşan uygun fiyatlı bir takvim müze ziyaretçileri tarafından ilgi görmektedir. Müzeyi gezenler bu takvimleri dostlarına ve yakınlarına hediye olarak aldığı gibi kendi evlerinde de kullanarak müzenin tanıtımına yarar sağlamaktadır. Aşağıda Louvre Saray Müzesi’ne ait bir takvim örneği yer almaktadır:

⁴⁸ Burçak Madran, a.g.m. s.55

⁴⁹ “Dernek ve Vakıfların Kamu Kurum ve Kuruluşları ile İlişkilerine Dair Kanun” (Kanun No:5072), Resmi Gazete, 25361, 29 Ocak 2004.



! Février February Febrero Februar Febbraio

Lundi Monday	Mardi Tuesday	Mercredi Wednesday	Jeudi Thursday	Vendredi Friday	Samedi Saturday
Lunes Monday	Martes Tuesday	Mardi Wednesday	Mercredi Thursday	Jeudi Friday	Vendredi Saturday
2	3	4	5	6	7
9	10	11	12	13	14
16	17	18	19	20	21
23	24	25	26	27	28



Alexandre Filippov, *dit Bartolozzi*, vers 1840-1850
Lithographie sur papier, 1840-1850, 1840-1850
Musée du Louvre, Paris, France. Altitude: 211 m (692 ft)
Climat: océanique, 10°C (50°F) en moyenne, 10°C (50°F) en moyenne

Resim 1. Louvre Sarayı Müzesi Takvimi

Anahtarlık: Müzenin türüne göre sergilenen eşyaların minik boyutlarda yapılmış benzerleri anahtarlık olarak tasarlanmaktadır. Böylece uygun fiyatla ve kolaylıkla taşınabilecek bir hediye eşya elde edilmektedir. Müzeyi gezmiş olan ziyaretçiler bu hediye eşyalardan alarak hem müze ile ilgili anılarını ölümsüzleştirmekte, hem de yakınlarına bunları armağan ederek onların da müze ile ilgili bir fikir edinmelerini sağlamaktadır.

T-shirt: Müzenin en gözde objelerinin veya resimlerinin basılı olduğu t-shirtler ziyaretçilerin ilgisini çekecektir. Bir sanat müzesinde ünlü tabloların veya müzedeki heykellerin t-shirt üzerine baskıları ilginç birer hatıra olmaktadır. Bu baskıların yanı sıra müzenin sloganının da t-shirt üzerine yazılmaktadır. Örneğin, Viyana'da Klimt Müzesi'nde sanatçının tabloları t-shirtlerde yer almıştır. Ayrıca pek çok müze sanatçıların eserlerini t-shirtlere basarak sergilemekte ve satışa sunmaktadır.

Kupa: Müzede sergilenen eserlerin resimlerinin yada müze binasının resminin yer aldığı bir kupa ziyaretçi için ideal bir hediye ve hatıra olmaktadır.

Çocuklar için hediyeler: Müzedeki tablo, heykel gibi eserler çocuklar için puzzle şeklinde yapılmakta, böylece çocukların gezdikleri müzeden öğrenerek ayrılmaları sağlanmaktadır. Fransa'daki Musee D'Orsay da Monalisa tablosu çocuklar için puzzle biçiminde hazırlanarak çocuklara eğitici bir armağan olarak sunulmaktadır. Ayrıca yine Paris'te çocuklar için Eiffel Kulesi şeklinde şekerler hazırlanmakta ve bu da çocukların eğlenceli geziler yapmalarını sağlamaktadır. Mozart Müzesinde müze binası şeker ve çukulata kutularının üzerinde yer almaktadır.

Kitap Ayraçları: Müzenin logosunu ya da müzedeki nesnelerin resimlerinin bulunduğu kitap ayraçları ucuz ve kolay taşınabilir olması nedeniyle iyi birer hatıra eşyası olarak tercih edilmektedir. Sakıp Sabancı Müzesinde satış reyonunda satılmakta olan üzerinde Osmanlı tuğrası ve müzede yer alan tablolardan örneklerin yer aldığı kitap ayraçları örnek olarak verilebilir:



Resim 2. Sakıp Sabancı Müzesi kitap ayraçları

Buzdolabı Magneti: Müzedeki ilginç nesnelerinin ya da müze binasının resminin bulunduğu magnetler de ilginç ve etkili birer tanıtım aracıdır. Örneğin, aşağıda resmi olan Versailles Sarayı ve Schoenbrunn Sarayı'nın magnetleri ilgi çekicidir. Ayrıca ülkemizde de KızKulesinde böyle bir çalışma yapılmış ve üzerinde KızKulesi nin bulunduğu magnetler yapılmıştır.



Resim 3: Schoenbrunn ve Versailles Sarayları magnetleri.

Şemsiye: Müzede sergilenen nesnelerin, resimlerin veya yalnızca müzenin logosunun yer aldığı şemsiyeler sadece iyi birer anı eşyası değil, aynı zamanda müze için etkili bir tanıtım nesnesi olmaktadır.

İKİNCİ BÖLÜM



I. ULUSLARASI SARAY MÜZELERDE TANITIM UYGULAMALARININ ARAŞTIRILMASI

1. Saray Müze Kavramı: Saray Farsça'da konut, ev anlamına gelen “seray” sözcüğünden Türkçe'ye geçmiştir, sözlük anlamı bir devlet başkanı yada hükümdarın oturduğu büyük ve görkemli konuttur.⁴⁹ Geçmiş dönemlerde saraylar halktan insanlara yasak, ulaşılamaz yapılarıydı oysa bu ulaşılmaz yapıların pek çoğu günümüzde müze olarak hizmet vermekte, kapılarını kendi halkına ve diğer ülkelerden gelen turistlere açmaktadır. Dünyada ilk saray müzelerin oluşumu saraylarda oturan kral yada hükümdarların kendi koleksiyonlarında bulunan değerli nesne ve sanat yapıtlarını yaşadıkları binalarda halka sergilemeleriyle başlamıştır, bu saray müzelere Fransa'da Versailles, Avusturya'da Schoenbrunn Rusya'da Hermitage sarayları örnek olarak verilebilir. Saray müzeler giderek yok olan kültürel ve sanatsal birikimleri koruyarak çağdaş normlarda günümüze taşımanın yanı sıra bir döneme tanıklık etmiş yapıları da halkın tanınmasına olanak sağlamaktadır.⁵⁰ Ülkemizde de Osmanlı İmparatorluğu döneminden kalan saray ve köşkler günümüzde müze olarak işlevlendirilmiş, binanın yanı sıra içindeki değerli eşyalar, padişah ve ailesine ait değerli nesne ve giysiler eskiden olduğu gibi sergilenmekte, gerek yerli gerekse yabancı ziyaretçiler o dönemlerde ülkenin yönetim merkezi ve padişahın evi olan ve o yıllarda halktan uzak, ulaşılması güç bu yüzden de oldukça gizemli bu görkemli yapıları gezebilmektedir.

2. Uluslararası Saray Müzeler ve Tanıtım Uygulamalarından Örnekler

2.1. Hampton Court Sarayı (İngiltere) :

İngiltere'nin en büyük sarayı olarak bilinen Hampton Court bölgesindeki ilk yapılar, 12. yüzyılda Kudüsteeki kutsal toprakları Türklerden korumak için kurulmuş dini bir tarikat olan St. John Hospitallers Şövalyelerine aittir. Şövalyeler Hampton bölgesini 1236 yılında elde etti ve yöreyi tarım alanı olarak kullandılar. Kazı sonuçları ve ilk belgelerde Şövalyeler taş bir odayı büro gibi kullandıkları, ev sayısının çok az olduğu görülmektedir.

⁴⁹ Büyük Larousse, Milliyet Yayınları 1986, cilt 20

⁵⁰ Mutlu Erbay, "Saraylarımızın Turizm Sektöründeki Yeri" Dünya Gazetesi, Sayı: 10573-5141, 30 Haziran 1997

15. yüzyılda Chamberlain Lordu Sir Giles Daubeney bölgeyi 99 yıllığına kiraladı, misafirlerini ağırlamak için büyük ve gösterişli bir malikane yaptırdı. Sir Giles 1508 yılında öldü. 6 yıl sonra, bölge yeni kral VIII. Henry (1509- 1547)'nin Başbakanı ve York Başrahibi Thomas Wolsey'e yeniden 99 yıllığına verildi. Wolsey, bölgeyi kendi statüsüne uygun bir eve dönüştürmek için çalışmaya başladı. Yakında hem Kardinal hem de İngiltere'nin Başbakanı olacaktı. Kısa süre içerisinde tüm bölge, yeni mutfaklar, avlular, galeriler, odalar ve bahçelerin yer aldığı geniş bir binalarla doldu. Bu binaların en önemlisi Wolsey'in Kral VIII. Henry ve Kraliçe Aragonlu Catherine'in kalmaları için ayırdığı özel evlerdi. Bu binalar bugün Cumberland Suitinin bulunduğu yerde yapılmıştı ve bir kısmı daha sonraki yapılarda da olduğu gibi korundu. Wolsey'in dönemindeki Hampton Court Sarayından günümüze en iyi konumda gelen binalardan biri konuklarını ağırlamak için büyük dış avluda yaptırdığı Ana Saray Binasıdır.

1520'li yıllarda Wolsey yeni malikanesini hem kendi zevki hem de devlet işleri için kullandı. 1527 yılında Fransız yetkililerini büyük masraflar ve hazırlıklar yaparak ağırladı. Wolsey 1528 yılında Wolsey Kral VIII. Henry'nin eşi Catherine'den boşanması için Papayı razı edemediği için Kralın gözünde popülerliğini yitirdi ve Hampton Court'u, bölgede çoktan kendi binalarını yaptırmaya başlamış olan Kral VIII. Henry'ye devretmek zorunda bırakıldı. Wolsey'in Sarayı'ndan günümüze gelen herhangi bir çizim yada resim bulunmamaktadır. Ancak 1515 yılındaki bina raporlarında Ana Bina, Kralın Yemek Odası ve Büyük Salon gibi birkaç bölümden bahsedilmektedir.

VIII. Henry Dönemi: İngiltere'deki ilk Rönenans Sarayı olan Hampton Court Sarayı en parlak dönemini VIII. Henry döneminde yaşamıştır. VIII. Henry, her konuda üretken bir kişiydi. 10 yıl içinde Hampton Court Sarayının yeniden inşası ve genişletilmesi için 62.000 sterlin harcadı. Öldüğü zaman Kral'ın 60 dan fazla evi vardı ve Hampton Court, Whitehall Sarayı, Greenwich Sarayı ve Windsor Köşkünden sonra en sevdiği dördüncü saraydı. Henry 38 yıllık saltanatı boyunca burada 811 gün geçirmiştir, buradan düzenli olarak buraya gelmesine rağmen kısa süreli kaldığı anlaşılmaktadır. Altı kez evlenen Kralın tüm eşleri saraya gelmiş, çoğu burada yeni binalar ekletmiştir. Kral bile kendi odalarını defalarca yenilemiştir. Saray sadece Kral ve Kraliçenin özel ve resmi konutu değil aynı zamanda

Kralın tüm çocuklarının, kralın maiyetindeki kişilerin, ziyaretçilerin ve hizmetlilerin de yaşadığı bir mekandı.

1540 yılında Hampton Court'un yapımı bittiğinde İngiltere'nin en modern, zevkli ve görkemli saraylarından biri oldu. Tenis kortları, bowling alanları, dinlenme bahçeleri, 400 hektarlık av alanı, yaklaşık 350,000 metrekairelik alanı kaplayan mutfaklar, kilise, geniş yemek salonu, tuvaletler yer almaktaydı. I. Elizabeth döneminde 1592 yılında Würtemberg Dükü Hampton Court'u ziyaret ettiğinde Sarayın 'İngiltere'de ve Avrupa'daki en etkileyici ve muhteşem kraliyet binası' olduğunu belirtmiştir.

Tudorlar Dönemi: VI. Edward (1547-53) ve I. Mary (1553-8) Hampton Court'da kalmalarına rağmen önemli bir değişiklik yaptırmamışlardır, Kraliçe I. Elizabeth (1558-1603) de Saray'a sık sık gelmiştir, ancak çok az değişiklik yaptırmıştır. VIII. Henry nin Sarayı son derece iyi durumdaydı, sonra gelenler sadece yapılanları korumuş ve yeni bir ekleme yapma gereği duymamışlardır. Elizabeth'in Saray'daki yaptığı en belirgin değişiklik bugün Özel Mutfak Kahve Dükkanı olarak kullanılan, Kraliçenin özel mutfak binasıdır.

I. James (1630-25) - II. Charles (1660- 85) arası dönem: İskoç Kralı VI.James İngiltere'ye gelerek I. James adını alarak kral olunca Hampton Court'un yeniden önem kazandı. James usta bir avcıydı ve sarayın parkı av için mükemmeldi. Bina içinde ufak yenilikler yapıldı ancak sarayın tamamı VIII. Henry döneminde olduğu gibi kaldı.

I. Charles (1625-1649) için Hampton Court hem bir saray hem de hapishaneydi, hükümdarlığının ilk dönemlerinde saraya sık sık gidiyordu,ancak 1647 yılında, İç Savaş'tan sonra Parlamento tarafından tahttan indirildi ve Hampton Court'da üç ay hapis kaladıktan sonra kaçtı ancak yakalanarak 1649 yılında idam edildi.

İç Savaş döneminde monarşi kadar Hampton Court'un da içinde olduğu kraliyet sarayları da zor dönemler geçirdi, 1645 yılında Parlamento orduları sarayı ele geçirdi ve içindeki kraliyet eşyalarının envanteri tutularak satılığa çıkarıldı. 1652 yılında Hampton Court Edmund Backwall'a satıldı, ancak Oliver Cromwell Lord Protector ünvanını alınca saray onun

kullanması için geri satın alındı. 1660 yılında monarşi yeniden yapılandırıldı ve II. Charles tahta çıktı. Charles, Windsor Şatosunu tercih ediyordu, ancak bazan Hampton Court'a günü birliğine kraliyet konsey toplantılarına gelmekteydi. Hatta sevgilisi Lady Castelmene'in kalması için sarayın güney-doğu köşesinde bir kaç oda yaptırdı.

III. William (1689-1702) ve II. Mary (1689-94) Dönemi: 1689 yılında İngiliz tahtına çıktıktan kısa süre sonra III. William, Sir Christopher Wren'i Hampton Court'u yeniden inşa etmekle görevlendirdi. William sarayın yerini beğeniyordu ama da meraklıydı, ancak, binaların yeniliğe ihtiyacı olduğunu ve böylece o dönemdeki yönetim merkezi olan Whitehall Sarayının yerini alabileceğini düşünüyordu. Yenileme çalışmaları 1689 yılında başladı, çeşitli aralıklarla devam eden çalışmalar sonucu Sarayın yapımı tamamlandı, Sarayın bugünkü görünümü için çok uğraşan William ne yazık ki yeni sarayının keyfini çıkaramadı, 1702 yılında öldüğünde Hampton Court için 131,000 sterlin para harcamıştı.

Kraliçe Anne(1702-14): Ataları gibi Kraliçe Anne de için Hampton Court'a avlanmak için geliyordu, Kraliçe dairesi tamamlanmadığı için zaman zaman Kral dairesinde kalıyordu, Kraliçe kısa hükümdarlık süresince III. William'ın başlattığı işleri tamamladı, Saray için yaptığı en önemli iş Kraliyet Kilisesi ve Kraliçenin Oturma Odasının dekorasyonu olmuştur.

Hannover Hanedanı Dönemi ve I. George (1714- 27): Kraliçe Anne'in ölümü Stuart Hanedanının sonu oldu ve artık İngiltere tahtına Hanoverler geçti.Yeni kral I. George, törenden hoşlanmayan, utangaç biriydi ve İngilizce konuşamıyordu, zamanın çoğunu ülkesinde Hanover (Almanya) de geçirdi ve kraliçesini İngiltere'ye hiç getirmedi. Kralın bu tutumundan dolayı saraylara bakım yapılamaz olmuştı. Kralın Hampton Court'a ilgisizliği, gösteriş ve ihtişamdan hoşlanan Galler Prensesi ve Prensesi (ileride kral ve kraliçe olacak olan II. George ve Caroline) tarafından telafi edilmekteydi. Prenses ve Prenses, yarım kalan Kraliçe Dairesinin bazı mimari değişikliklerle ve düzenlemelerle 1715-18 yılları arasında bitmesini sağladılar ve yaz aylarını çoğunlukla bu sarayda geçirdiler. Prensin halk tarafından sevilmesi Kral'ın toplumsal yaşamdaki yokluğu ile birleşince önceleri bir rekabet ortamı doğdu, daha sonra 1717 Aralık ayında bir tartışma sonucu bu durum Prenses'in Kraliyet Saraylarını kullanmasının yasaklanması ile sonuçlandı. Kral halkın gözündeki imajını

yükseltmek ve varisi ile arasındaki ilişkileri düzeltmek için sarayda eğlenceler düzenletti. 1718 yılında kısa bir süre I. George, Hampton Court'da toplantılar, balolarla dolu bir yaşantı sürdürdü. Ancak oğlu ile arasındaki anlaşmazlık kısa sürede yeniden gündeme geldi ve tahttan ayrılmak olmak zorunda kaldı.

II. George (1727-60): II. George'un hükümdarlığında Hampton Court Sarayı güzel günlerinin son dönemini yaşamıştır. Kraliçe'nin Özel ve Resmi Daireleri Kraliçe Caroline için yeniden dekore edildi ve döşendi. Kralın ikini oğlu Cumberland Dükü için yeni odalar yapıldı. Günümüzde de Cumberland Suiti olarak adlandırılmakta olan bu odalar sarayda Kraliyet Ailesinden birisi için yapılmış son odalardır. Tüm saray çevresinin Hampton Court Sarayı'na son ziyareti 1737 yılında olmuştur, aynı yıl Kraliçe Caroline'in ölümünden sonra Kral Hampton Court Sarayına bir daha gelmemiştir.

1760 yılından günümüze: III. George kral olduğunda Hampton Court Sarayına çok ilgi göstermemiş, Windsor Şatosunda yaşamayı tercih etmiştir. Kralın Sarayda oturmama kararı alması üzerine sarayın Resmi Dairelerinde ve çevre binalardaki eşyalar saraydan alınarak hükümete ve krala hizmet eden kişiler için ayrılmış kira vermeden oturacakları evlere yerleştirildi. Ancak Saray ve bahçelerin bakımı görevli bahçıvanlar tarafından sürdürülmekteydi. Hampton Court kraliyet sarayı olarak kullanılmasa da mimarlar ve antikacılar saraya büyük ilgi göstermekte ve orijinal haline yakışır biçimde restore etmek istemekteydi. Saray 1796 yılında James Wyatt, 1830 larda ise Edward Jesse tarafından restore edildi.

1838 yılında Kraliçe Victoria Sarayı halka açtı, 19. yüzyıl ortalarına kadar sarayı 180,000 kişi ziyaret etti. 1870 li yılların ortasında ikinci bir restorasyon gündeme geldi, 1875- 1900 yılları arasında yapılan restorasyon çalışmalarında 1840'lardaki çalışmaya oranla tarihi dokunun korunmasına daha çok dikkat edildi.

I. ve II. Dünya Savaşları sırasında saray boş kaldı, 1940 yılında değerli sanat yapıtlarının çoğu güvenlik amacıyla kaldırıldı, Grinling Gibbons oymaları parçalara ayrılarak Sera'daki betondan depolara konuldu, duvar resimlerinin savaş sırasında zarar görmesi halinde

ressamlar bunların kopyalarını yapmakla görevlendirildi.

1970'li yıllarda ve 1980'lerin başında ziyaretçilerin sarayı gezmeleri konusuna daha çok önem verilmeye başlandı. Sergiler düzenlendi ve Sarayın bölümlerinde yenilikler yapıldı. Ancak bu çalışmalar 1986 yılında Kral Dairesinin büyük bir bölümünün çıkan bir yangında zarar görmesiyle sona erdi. Onarımlar altı yıl sürdü ve 1880 lerden beri saraydaki en büyük restorasyon bu şekilde gerçekleşmiş oldu ve tüm çalışmalar 1995 yılında tamamlandı.

Sonuç olarak, Hampton Court Sarayı 1529 -1737 yılları arasında İngiltere'nin yönetim merkezi olmuş ve İngiliz tarihinin pek çok önemli olay ve kişiye ev sahipliği yapmıştır. 1604 yılında yapılan Hampton Court Konferansı bunlardan en önemlisidir. Bu konferans sonrasında İncil'in Yetkilendirilmiş Versiyonu (Kral James tarafından) kabul edilmiş ve 1611 yılında yayımlanmıştır. Hampton Court 1760 yılından sonra fazla kullanılmamıştır, son yıllarda Kraliçe II. Elizabeth Hollanda Kraliçesi Beatrix'i burada ağırlamış, Galler Prensi ise 1984 yılında National Gallery'nin genişletilmesi ile ilgili ünlü konuşmasını için Hampton Court sarayını seçmiştir.⁵¹

2.1.1.Hampton Court Sarayı'nda Tanıtım Uygulamaları:

700 yıllık bir geçmişe sahip saray müzelerden biri olan Hampton Court Sarayı, günümüzde HRP yani Tarihi Kraliyet Sarayları (Historic Royal Palaces) kurumuna bağlıdır. 1989 yılında kurulan Tarihi Kraliyet Sarayları Kurumu, şu anda kullanımda olmayan kraliyet saraylarını Kültür, Medya ve Spordan Sorumlu Devlet Bakanlığı adına yönetmektedir, bünyesinde yer alan Hampton Court Sarayı, Kensington Sarayı, Londra Kalesi, Whitehall Mutfakları (The Banquething House), Kew Sarayı ve Kraliçe Charlotte Şatosu gibi saray ve şatoların bakım, koruma ve halka sunumundan sorumludur. 1998 yılında etkinlikleri "Hayır Kurumu" statüsüne dönüştürülen Tarihi Kraliyet Sarayları Kurumu, geçmişten kalan tarihi sarayları yönetmek, korumak, bakımını yapmak, tarihi ve mimari özelliklerini korumak; toplumu saraylarla ilgili olarak bilgilendirmek, eğitmek, çeşitli araştırma, yayın ve sergiler yoluyla halka sarayları tanıtmak amacını gütmektedir. Mütevelli Heyeti tarafından yönetilen Kurumun başkanı Kraliçe tarafından atanır.⁵²

⁵¹ Hampton Court Palace Official Guide Book . Crown Copyright. Historic Royal Palaces.Surrey,England.2001

⁵² www.hrp.org.uk.

Hampton Court Sarayı tanıtım için bağlı bulunduğu Tarihi Kraliyet Sarayları Kurumu(HRP) tarafından belirlenmiş ilkeleri uygulamaktadır. Hampton Court Sarayı'nın son üç yıllık ziyaretçi sayısı şu şekildedir: ⁵³

<u>Yıl</u>	<u>Ziyaretçi Sayısı:</u>
2001/2002	576,000
2002/2003	511,000
2003/2004	507,000

Eylül 2000 de Saraylar ilk kez Pazarlama Kurumunca hazırlanan tanıtım paketinde kurumun bünyesindeki tüm saraylar için geçerli tanıtım önerileri, hizmetler ve istatistiki bilgiler yer almaktadır. Hazırlanan pakette kurumun “Tarihi binaların ve içindekilerin korunması, idaresi ve tanıtımı konusunda dünyada lider olmayı ” hedeflediği belirtilmektedir.

Kurumun ana ilkeleri :

- ziyaretçilerin, müşterilerin ve üyelerin beklentilerini karşılamak,
- hizmet, kalite ve yeniliklerde en iyi seviyede olmaya çalışmak

Kurumun strateji planı yedi tane amaç içermektedir;

- Ziyaretçi ve Müşteri Memnuniyeti:* Kusursuz bir gezi ve müşteri hizmeti sağlamak
- Motivasyon:* Ziyaretçileri en iyi şekilde geliştirmek, motive etmek
- Koruma:* Binaların, çevresinin ve içindekilerin korunmasında üstünlük
- Eğitim:* Halkı eğlendirirken eğitmek, bilgilendirmek amacıyla sarayları ve tarihi kullanmak
- Üyelik, ortaklık:* Üyelerle karşılıklı yarar sağlanabilecek ilişkiler kurmak ve sürdürmek
- Uygulamada kusursuzluk:* Yapılan her şeyde en iyi standartları yakalamak ve devam ettirmek
- Mali Performans:* Amaç ve hedefleri gerçekleştirmek için yeterli mali desteği yaratmak

⁵³ Hampton Court Sarayı Sue Whittaker (Visitor Services Manager) Ziyaretçi Hizmetleri Bölümü Müdürü ile yapılan yazışma. 06. Nisan 2004

Historical Royal Palaces(Tarihi Kraliyet Sarayları) Kurumu Sarayların etkili tanıtımı için hazırladığı pakette pazarlama ve tanıtım çalışmaları başlıca iki gruba ayırmıştır:

Deniz aşırı ülkelerden gelen ziyaretçiler:

Londra'ya gelen ziyaretçiler

İngiltere'ye gelen ziyaretçiler

Yerli ziyaretçiler:

Londra'ya gelen ziyaretçiler

Saraylara yakın semtlerde oturanlar

Londra'da yaşayanlar

Pazarlama Stratejisi : Saraylara gelen ziyaretçi sayısını ve kurumun gelir düzeyini artırmak.

Kısa ve orta vadeli hedefler ziyaretçi sayısını belli bir seviyede tutmak, iyi bir ziyaretçi iletişimi ve müze deneyimi sağlayarak pazar alanını genişletmek. Uzun vadeli pazarlama hedefleri ise geçici ve sürekli sergiler ve yeni etkinlikler düzenleyerek ürünü (saray) zenginleştirmek.

Pazar Araştırması: Hampton Court ve Londra Kulesi yıl boyunca süren çeşitli araştırma programlarıyla ziyaretçilerinin kim olduğu, nereden geldikleri ve sarayla ilgili düşünceleri belirlenmeye çalışılır.

Ziyaretçi Profili Araştırması yılda 4 kez yapılır ve ziyaretçilerin milliyetlerinin temel bir analizi ve ziyaretçilerle ilgili diğer özellikler gözlemlenir;

Ziyaretçi Araştırması ise altı ayda bir yapılır ve ziyaretçinin saraydaki gezisi ile ilgilidir.

Tanıtım ve Reklam: HRP Kurumuna bağlı Saraylar afiş, broşür, radyo, basın reklamları, satış promosyonları ve doğrudan posta gibi reklam yöntemlerini kullanmaktadır. HRP'ye bağlı sarayların tanıtımı yapılırken üç ayrı hedef kitleyi göz önünde bulundurmaktadır:

1. Potansiyel ziyaretçi olabilecek herkesi kapsayacak tanıtım:

-Bu tanıtım türünde,ülke dışından Londra'ya gelen ziyaretçilerin %89'unun kaldıkları süre içerisinde en az bir kez metroyu kullandıkları göz önüne alınarak Londra metrosunun afiş

alanları ve metro gazetesinde reklam yayınlanması. Bu reklam yöntemi aynı zamanda tatillerinde Londra'ya gelen veya işlerine gidip gelirken metroyu kullanan yerli halka da hitap etmektedir.

-Sarayı'na yakın bölgelerde doğrudan reklam programı yürüterek ziyaretçileri sarayı gezmeye ikna etmek.

- Londra'daki oteller, Turist Danışma Büroları, Gatwick ve Heathrow Havaalanlarında satılan broşürler, ve okulların veritabanları yoluyla tanıtım yapılmaktadır. Örneğin: 2001 yılında HRP'ye bağlı sarayları kapsayan toplu etkinlikler broşürü yapıldı, bölgesel olarak ve ulusal turizm danışma ağı yoluyla dağıtılmıştır.

- HRP web sitesi ve Londontown.com gibi çeşitli turistik sitelerde HRP kurumuna bağlı müzelerin tanıtımını yapmak.

2. Yabancı ziyaretçileri hedef alan reklamlar:

- Taşıtlarda reklam, örneğin havayolları, denizyolları, Eurostar .

- Turistik basılı malzeme, örneğin otellerde dağıtılan dergiler, Amerikan dergileri, gezi rehber kitapları

-İngiliz Turizm Bakanlığı yayınlarında yer alan, belli bir pazar grubunu, örneğin Almanya'daki aileleri, hedefleyen reklamlar

3.Yerli ziyaretçiyi hedef alan reklamlar:

- Etkinlikleri tanıtmak için hazırlanan çalışmalar örneğin, radyo reklamları, aile ile ilgili yayınlar, metro ve ana istasyonlarda afişler.

- Konuyla ilgili şirketlerle satış promosyonu düzenlemek örneğin: Londra Metrosu, bölgesel tren yolları gibi.

- Gündüz gelen ziyaretçi hedef kitlesine ek bir ziyaretçi kitle oluşturacak yeni fikirler geliştirmek. Örneğin, akşam Hayalet Turları, Noel İlahileri Konserleri ve Hampton Court Sarayı'nda Gece Fenerli Turlar.

- Yerel ve bölgesel yayınlarda etkinlikleri tanıttak yarışma programları düzenlemek .

-Doğrudan pazarlama programları oluşturmak, değişik tanıtım ve reklam kampanyaları

kullanarak sarayın tekrar ziyaret edilmesini sağlamak.

Halkla İlişkiler Uzmanlarının Tanıtımı:

HRP bünyesinde yer alan “İş Yönetimi” bölümü HRP’ye ait tüm saraylar için büyük ölçekli etkinliklerin pazarlamasında bir satış ekibi konumundadır. Saraylara daha çok ziyaretçi gelmesini sağlayacak karar mekanizmalarını etkiler. Bu bölüm çoğunlukla yurtdışı pazarına odaklanmasına rağmen etkinliklerin tamamı aynı zamanda yurt içinden grup organizatörlerini ve gezi şirketlerini de hedeflemektedir. Bölümün temel etkinlikleri:

Doğrudan satışlar

Sergiler

Seyahat sektörüne reklam verme

Halkla ilişkiler etkinlikleri

A.B.D., Fransa ve Almanya’daki Halkla İlişkiler ajansları bu ülkelerden İngiltere’ye gezmeye gelecek potansiyel ziyaretçileri hedeflemektedir.

İngiltere’deki Halkla İlişkiler Bölümü

HRP hakkında halkı bilinçlendirmek ve devam ettirmek için İngiliz Medyasını hedef alan çalışmalar yaparak Kurumun imajını yükseltir

HRP’nin düzenlediği etkinliklerin duyurulmasını sağlar.

HRP Kurumu içinde ve dışında iyi ilişkiler oluşturmak ve sürdürmek için çalışmalarda bulunur. Halkla İlişkiler Bölümü ayrıca İngiliz medyasında turistik ve seyahat amaçlı yayınları; eğlence ve yeme içme mekanlarını gösteren dergileri; ulusal ve yerel gazete makalelerini; yerel ve ulusal radyo programlarını; kültürel miras, mimarlık gibi belli konularda özelleşmiş dergileri; radyo ve televizyondaki sanat ve kültür programlarının da tanıtımlarını hedeflemektedir.⁵⁴

Ulaşılabilirlik: Hampton Court Sarayı ulaşım açısından kolay bir yerde bulunmaktadır,

⁵⁴ Complete Education Pack, 2002/2003. HRP

Londra Waterloo tren istasyonundan direkt trenle 30 dakika uzaklıkta, 10 farklı otobüs hattı Saray yakınından geçmekte, ayrıca R 68 nolu özel Hampton Court hattı da bulunmaktadır.

Park Alanları: Ücretli park alanı mevcuttur.

Engelli Ziyaretçiler: Engelli ziyaretçiler için rampalar, asansörler ve özel tuvaletler yapılmıştır. Tekerlekli sandalye ile gelen ziyaretçiler giriş ücreti ödemekte ancak yanında refakatçi olarak gelen kişi saraya ücretsiz girmektedir.

Bebekli aileler: Bebekli aileler için bebek bezi değiştirme ünitesi bulunmaktadır.

Kafeterya ve Restoran: Saray bahçesinde Tiltyard Restoranı bulunmaktadır. Saray binası içinde ise Kraliçe I. Elizabeth'in Özel Mutfağı da kafe olarak hizmet vermektedir.



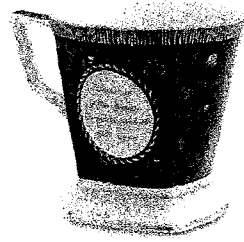
Resim 4 Hampton Court Sarayı kafeteryası

Satış Dükkanları: Hampton Court Sarayı bünyesinde dört tane hediyelik eşya satış dükkanı bulunmaktadır. Ziyaretçiler bu dükkanlardan saray giriş ücreti ödemeden yararlanmaktadır. Satış dükkanlarında Kral VIII. Henry ve Sarayda yaşamış diğer kral ve kraliçe bebeklerinden,

II. Elizabeth'in tahta çıkışının 50. yıldönümü için hazırlanan kupalar, tabaklar, üzerinde saray resmi ve saray süslemelerinden ayrıntılar bulunan yemek takımlarına kadar geniş bir hediyelik eşya koleksiyonu bulunmaktadır. Ayrıca, üzerinde saray amblemi bulunan beyzbol şapkası, tişört, çanta, çocuklar için piyonları kral, kraliçe ve önemli kişiler şeklinde yapılan satranç takımları, yap- boz oyunları satıl dükkanlarında yer alan eşyalardan bazılarıdır. Satış reyonunda bulunan eşyalardan iki örnek aşağıdadır:



Hampton Court Sarayı resimli çay kaşığı



II .Elizabeth'in 50. yıl kupası

Resim 5. Hampton Court Sarayı tanıtım eşyaları.

Sanal Ortam: [www. hrp.org.uk](http://www.hrp.org.uk) internet adresinde diğer Tarihi Kraliyet Sarayları ve Hampton Court Sarayı ile ilgili ayrıntılı bilgiler verilmektedir. Sık sık güncelleştirilen sitede sarayın tarihçesi, verilen hizmetler, satış dükkanında satılan hediyelik eşyalar resimleriyle birlikte tanıtılmaktadır. Ayrıca ziyaretçilerin internet üzerinden (online) alışveriş yapmaları da mümkündür, bu olanak sarayı gezerken zaman azlığı veya başka nedenlerle satış reyonundan istediği gibi yararlanamamış ziyaretçiler için uygundur.Hampton Court Sarayı internet sitesi ayrıntılı ve renkli bir şekilde hazırlanmıştır ancak sadece İngilizce olarak düzenlenmesi farklı dilleri konuşan kişilere ulaşılması açısından olumsuz bir özelliktir.

Görsel malzeme: Hampton Court Sarayı tanıtım için görsel ve işitsel yöntemlerden de

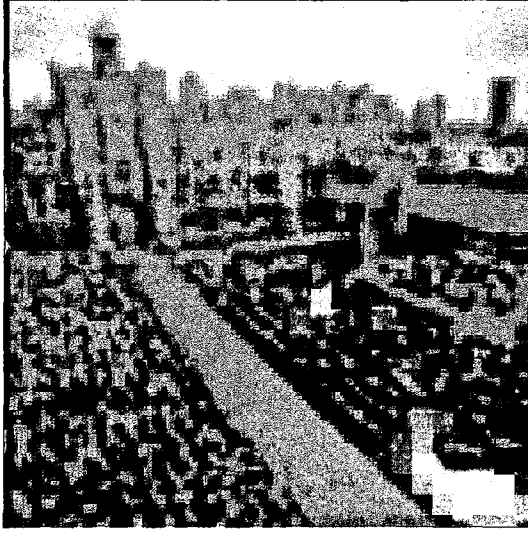
faaydalanmıştır. Politika ve entrika dolu tarihçesiyle İngiliz tarihinde 3nemli olaylara sahne olmuş Hampton Court Sarayı'nın yaklaşık 150 dakikalık bir video filmi hazırlanarak satışa sunulmuştur.

Saray Gezisi: Ziyaretçiler Tudor Mutfakları, Kral Dairesi, Georgian Rooms ve Kral VIII. Henry'nin Resmi Dairesi'nin yer aldığı 4 ayrı sesli tur seçeneğinden birisini seçebilmektedir, turlar İngilizce, Fransızca, Almanca, İtalyanca, İspanyolca ve Japonca dillerindedir. D3nemnin giysileri içerisindeki rehberler Kral Dairesi ve VIII. Henry'nin Resmi Dairesini gezdirmekte, saray bahçeleri turları d3zenlenmektedir. Ayrıca, ziyaretçilere VIII. Henry Dairesini tanıtıcı bir video ve Tudor Mutfaklarının tanıtıcı maketi sunulmaktadır.

İngilizcenin yanı sıra Fransızca, Almanca, İtalyanca, İspanyolca ve Japonca dillerinde rehber kitaplar ve broş3rler de ziyaretçilere sunulan hizmetler arasındadır.

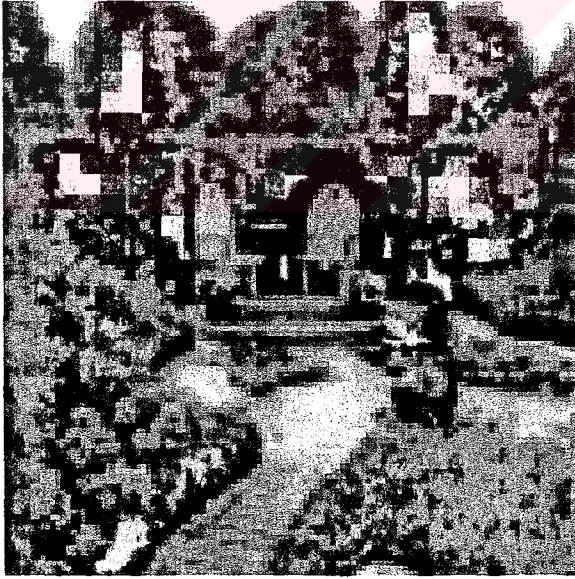
Etkinlikler Yoluyla Tanıtım: Sarayın işlevlendirilmesi 3nemli bir gelir kaynağıdır, her saray k33k çaplı resepsiyonlardan B3y3k Salonda verilen ziyafetlere ya da bahçelerdeki çadırlarda yapılan bir etkinliğe kadar tam kapasite olarak kullanılmaktadır. HRP Kurumu b3nyesindeki saraylara işlev verilirken binanın g3venliği ve eşyaların korunması için çeşitli kurallar ve kısıtlamalar getirilmektedir, 3rneğin sigara içilmesi, dans, y3ksek sesli m3zik yasağı gibi. Whitehall ve Banqueting House gibi HRP b3nyesindeki bazı binaların çeşitli amaçlarla kullanılması binalar için temel gelir kaynağı olmaktadır. Bu nedenle bu binalarda g3nl3k ziyaretçiden çok bu t3r organizasyonlara daha çok 3nem verilmekte ve pazarlama çalışmaları binaları işlevlendirme 3zerine yoğunlaşmaktadır.

Hampton Court Sarayı b3nyesinde her yaz başında IMG tarafından klasik m3zik ve opera yapıtlarının yer aldığı Hampton Court M3zik Festivali ,



Resim 6. Hampton Court Müzik Festivali

her yıl Temmuz ayında ise Kraliyet Çiçekçilik Topluluğu tarafından RHS Çiçek Show düzenlenmektedir.



Resim 7. Hampton Court Çiçek Festivali

Hampton Court Sarayı yıl boyunca, özellikle yarı yıl tatili ve diğer okul tatillerinde yapılan

etkinlikler sarayı daha önce gezmemiş kişileri saray çekmekte, daha önce gezmiş ziyaretçilere sarayı gezmeleri için yeni bir neden oluşturmaktadır. Saray bünyesindeki Eğitim Servisi öğretmenler için eğitim günleri, rehberli turlar ve öğretim programları hazırlamaktadır. Hampton Court Sarayı yarı yıl tatillerinde düzenli olarak programlar düzenlemekte ve bu programlar bir sonraki yıl devam ettirilmektedir. Burada amaç ziyaretçilerin sarayı tekrar görmeye gelmesini sağlamaktır.

Her yıl tekrarlanan etkinliklerin yanında 2004 yılında da bazı özel programlar hazırlanmıştır. Bunlardan bazıları şunlardır:

Hampton Court Sarayında Shakespeare:

6 - 24 Temmuz 2004 tarihleri arasında Tarihi kraliyet Sarayları (HRP) ve Globe Theatre Company Hampton Court Sarayında Shakespeare oyununun sergilenişinin 400. yılını kutlamak amacıyla üç oyun sergileyecektir.

Drama ve Tartışma:

Tüm 2004 yılı boyunca sürecek bu etkinlikte, Kral James İncilinin kabulüyle sonuçlanan Hampton Court Konferansının 400 yılı anısına tartışmalar düzenlenmiştir. Bütün yıl boyunca sürecek bu etkinlikte ziyaretçiler bu kitabın arkasındaki gizli hikayeyi keşfetme ve onunla ilgili tartışmalara katılma olanağı bulacaktır.

Sarayda Drama:

Ağustos ayı boyunca hafta içi yapılacak bu etkinlikte ziyaretçiler drama atölyesine katılarak dans, fiziksel performans, Shakespeare dili, sahnesi, kostümleri ve özel efektleri keşfedebilirler. Ayrıca bu etkinlik çerçevesinde Shakespeare oyunlarından seçilmiş sahneler Hampton Court'ta değişik dönemlerde yorumlandığı şekilde sergilenecektir.

Eğitim Etkinlikleri:

Günümüzde çağdaş müzecilik anlayışında eğitimin rolü çoğu ülkede müzeciler tarafından benimsenmiştir. Hampton Court Sarayı da okullar için eğitim programları düzenlemektedir. Okulların Saray gezisi öncesinde öğretmenleri tarafından sarayla ilgili bilgilendirilmeleri için Öğretmen Eğitim Paketi hazırlanmıştır.

Hampton Court Sarayınca düzenlenen geniş kapsamlı eğitim programında eğitim seminerleri yer almaktadır. Tudorların yaşantılarını keşfetme olanağını sunan bu toplantılar, öğrencileri eğitirken aynı zamanda eğlenceli zaman geçirmelerini sağlamayı amaçlamaktadır. İngiliz Ulusal Eğitim Müfredatına uygun olarak hazırlanan bu seminerler genellikle 2. ve 3. sınıf öğrencilerini hedef alan eğitim programları, daha küçük ve daha büyük yaştaki çocuklar için de uyarlanabilmektedir. 35 kişilik sınıflarda yapılan seminerler yaklaşık 45 dakika ile 85 dakika arasında sürmektedir. Eylül- Mayıs arasında okul döneminde ve hafta içi günlerde düzenlenen bu kurslar için ücret kişi başına 70 sterlindir.

Kurslarda yer alan ders konularından bazıları şunlardır:

1. Masal yaratma: Yaklaşık 1 buçuk saatlik programda, Sarayda görevli öykü anlatıcı öğrencilere Hampton Court Sarayı'nda sergilenen sanat yapıtları ve nesnelere konu olan efsane ve olayları anlattıktan sonra öğrenciler bu klasik öykülerden esinlenerek kendi yapıtlarını yaratmaya teşvik edilir.

2. Henry'yi tanıyalım: II. Sınıf öğrencileri için haftada iki gün düzenlenen 45'er dakikalık programlarda, öğrenciler VIII.Henry'ye ait eşyaların taklitlerini inceleyerek Kralın kişiliği, görüntüsü, yaşantısındaki önemli olaylar ve günlük yaşamını detaylarıyla öğrenmektedir.

3. Tudor Dönemi Müziği: Uzman bir müzik tarihçisi tarafından verilen derste, Tudor döneminde kullanılan müzik aletlerinin kopyaları ile sarayda törenler, yemekler ve balolar sırasında çalınan müzikten örnekler verilir. Dersler her pazartesi verilmekte, 1 saat sürmektedir.

4. Sarayda giyim-kuşam: Öğrenciler Sarayda giyilen giysilerinin kopyalarını inceleyerek Tudor döneminde İngiltere’de insanların nasıl giysiler giydiklerini, dönemin modasını keşfetmeye çalışmaktadır.

Hampton Court Sarayı’nda Kraliyet Yemekleri Kursu :

Yetişkinler için düzenlenmiş dört haftalık bu kursta 400 yıllık yemek kültürünün keşfedilmesi amaçlanmaktadır. Bugün Hampton Court Sarayı yeniden inşa edilmiş Tudor Mutfakları ile ün kazanmıştır, Tudor döneminden günümüze kadar Kraliyet Ailesi, konuklarına özel ve resmi yemeklerde pek çok kez bu mutfaklarda pişmiş yemekleri ikram etmiştir.

Yemeklerin nasıl yapıldığı, ne tür yemekler yenildiği, yemek pişirme teknikleri, yıllar boyunca mutfaklarda kullanılan araçlar, Hampton Court Sarayında verilen ziyafetler kurslarda anlatılan konulardan bazılarıdır.

Hediye Kuponu Yoluyla Tanıtım:

Hediye kuponları Saray’ı gezmek isteyen ancak fırsat bulamayan kişileri Saray’ı gezmeye teşvik etmek için iyi bir hediyedir. Saray’ı daha önce gezmiş kişiler yakınları için bu kuponlardan satın alarak onların da Saray’ı görmeleri ve güzel bir gün geçirmelerini sağlamaktadır.. Hampton Court Sarayı, Kensington Sarayı ve Londra Kulesi gezisinin dahil olduğu bu kuponlar satın alınma tarihinden itibaren 12 ay geçerli, sarayın tamamı veya bir kısmının gezisi için kullanılmaktadır. Dünyanın her yerine gönderilebilen kuponlar, e-mail yoluyla satın alınabilmekte, ülke içinde 7 gün ,ülke dışına 10 günde sahibine ulaşır, en az 10 sterlin değerinde kupon satın alınabilmektedir.

Hampton Court Sarayında Gönüllü Çalışmaları :

Son yıllarda dünyanın pek çok ülkesinde müzeler tanıtım çalışmaları çerçevesinde gönüllü olarak müzeye yardım eden kişileri bünyesinde çalıştırmaktadır. Hampton Court Sarayı da “Hampton Court Sarayı Dostları” adında bir dernek kurarak ziyaretçilerini bu derneğe

katılmaya ve bağışlarıyla Sarayın yaşatılması ve korunmasına katkıda bulunmaya davet etmektedir.

Hampton Court Sarayı Dostları üyeleri saraya yapacakları yardımlar karşılığında:

- Saray ve bahçelerine ücretsiz giriş hakkı,
- Saray'ı her ziyaret ettiklerinde yanlarında gelen bir aile üyesine yarım bilet ücreti ile giriş hakkı,
- Hampton Court Sarayı içinde yer alan etkinliklere ve sohbet programlarına katılma hakkı,
- Saray Dostlarına ayrılmış çeşitli ikramlar, dinlenme ve sosyal etkinlikler için oda,
- Tiltyard Restoranında mevsimine göre ikramlarla birlikte Hampton Court Dostları için ayrılmış özel bir masa gibi çeşitli ayrıcalıklara sahip olmaktadır. ⁵⁵

Diğer Kurumlarla işbirliği yoluyla tanıtım:

Hampton Court Sarayı'nda düzenli olarak yapılan etkinliklerin yanı sıra, Saray'a gelen ziyaretçi sayısını artırmak ve Saray'ın adının duyulmasını sağlamak amacıyla başka kurumlarla işbirliği de yapılmaktadır. 7 Ekim – 5 Kasım tarihleri arasında Sainsbury marketleri ile birlikte bir promosyon kampanyası gerçekleştirilmiştir. Bu kampanya çerçevesinde Sainsbury marketlerinde 30 sterlinlik alışveriş yapan her müşteriye bir kupon verildi. Bu kuponla, Hampton Court Sarayına girişte tam bilet parası ödeyen her yetişkin yanında bir çocuğu ücretsiz olarak getirme hakkına sahip oluyordu. Sainsbury'de dağıtılan 250.000 kuponun 710 tanesi (%0,3'ü) Saray gişesinde kullanıldı. Bu kampanya sırasında bazı zorluklarla karşılaşıldı, özellikle kampanyanın adı pek çok ziyaretçi tarafından yanlış anlaşıldı. Birçok ziyaretçi tam giriş ücreti ödeyen her yetişkinle birlikte bir yerine iki çocuğun ücretsiz girebileceğini sanmaktaydı. Kuponların üzerinde ziyaretçilerin 14 sterlin kar edeceği yazılıydı, ancak Aile Bileti de indirimli olduğundan ziyaretçiye göre bu kampanya karlı değildi. ⁵⁶

Sonuç olarak Hampton Court Sarayı'nın tanıtım için özellikle etkinliklere önem verdiği her

⁵⁵ www.hrp.org.uk

⁵⁶ Complete Education Pack.2002/2003

yaştan ziyaretçiye hitap edecek farklı etkinlikler yapıldığı görülmektedir. Tarihi mekan etkinlikler için en iyi şekilde kullanılarak öğrencilerin tarihi yaşayarak öğrenmeleri, sağlanmaktadır, çocukların küçük yaştan beri sadece saray gezisi değil çeşitli festivaller, oyunlar ve eğitim etkinlikleri için saray mekanında bulunmaları tarihi mekanları sevmelerini sağlanmaktadır. Ayrıca başka kurumlarla işbirliği yapılarak kupon ve hediye çeki yöntemiyle Saray gezileri daha cazip hale getirilmektedir.

2.2. Versailles Sarayı (Fransa) :

Versailles Şatosu Paris'in 14 km güneybatısında yer alır, dünyanın en görkemli sanatsal yapılarından biridir. Önceleri Kral XIII. Louis tarafından av köşkü olarak kullanılan bina daha sonra oğlu XIV. Louis tarafından genişletildi ve görkemli bir saray haline getirildi. Versailles Şatosu 1682- 1789 yılları arasında Fransa'nın yönetim, politika ve sanat merkezi olmuştur. Sarayın yapımına 1661 yılında başlanmış ve 50 yıl süren yapım sırasında dönemin en büyük sanatçıları çalıştırılmıştır. Sarayın mimarı önce Louis Le Vau, daha sonra Jules Hardouin-Mansart idi, sarayın iç dekorasyonu Andre Le Brun, bahçe tasarımı ise Andre Le Notre tarafından yapılmıştır.⁵⁷ 1668 yılından itibaren sarayın genişletilme çalışmalarına başlanmış, XIV. Louis çalışmalarla şahsen ilgilenmiştir. 1678 yılında bakanlar ve genel müdürlerin kullanabilmesi için saraya kuzey ve güney kanatları eklenmiştir. Aynı yıl Kral XIV. Louis, kazandığı askeri zaferlerin onuruna 70 metre uzunluğundaki odada 17 dev ayna bulunduğu Aynalar Salonunu (Galerie des Glaces) yaptırdı. Saray'ın en gösterişli bölümlerinden biri XIV. Louis'in Yatak Odasıdır, 72 yıl tahtta kaldıktan sonra bu odada ölen kralın seçtiği tabloların hepsi orijinalinde olduğu gibi korunmuştur. XIV. Louis'in saraya eklettiği son yapı 1710 yılında yapılmış olan Barok üsluptaki iki katlı şapeldir. Bu şapelde askeri zaferler için dualar edilir, prenslerin vaftizleri, evlilikleri kutlanırdı, törenler sırasında kraliyet ailesi ve asiller üst katta, diğer saraylılar ise alt katta yer alırdı.

Grand Trianon 1867 yılında XIV. Louis'nin saray yaşamından uzaklaşarak dinlenmesi için yaptırıldı, kral ve ailesi yaz aylarında burada kısa sürelerle kalıyordu.

Petit Trianon ise XVI. Louis tarafından 1760 yılında sevgilisi Madame de Pompadour için yaptırılmıştır. Bina XVI. Louis tarafından Marie Antoinette'e verildi, Kraliçe araziye romantik bir İngiliz parkına dönüştürdükten sonra burada bir köy kurmuştur. Köyde yer alan

⁵⁷ Rosemary Bailey, "Fransa" *The National Geographic Traveler*, İstanbul: Doğuş Grubu Yay. 2000. s. 94-95

11 evden bazıları Kraliçe ve konukları, bir kısmı ise köylüler ve hizmetliler için ayrılmıştı.⁵⁸

Versailles Bahçeleri 1661- 1770 yılları arasında Andre Le Notre tarafından düzenlenmiştir, 300 den fazla heykel, fiskiyeler, büyük yapay bir göl ve sera ile 815 hektarlık bir alanı kaplamaktadır. Küçük havuzlar, fiskiyeler, heykeller, çimenlikler ve çiçek tarhları bahçelerin ortasında yer alan Büyük Kanalı simetrik bir biçimde çevrelemektedir. Bu kanal eski günlerde olduğu gibi günümüzde de kayıkla gezilebilmektedir.

Versailles Sarayı 1837 yılında Louis-Phillippe tarafından Fransız Tarih Müzesine dönüştürüldü. 18.000 metrekarelik alanıyla dünyanın en büyük tarih müzesi olan Versailles Sarayı, 1919 yılında I. Dünya Savaşını sonlandıran Versailles Anlaşmasına da ev sahipliği yapmıştır. Saraydaki restorasyon çalışmaları ciddi anlamda ancak bu tarihten sonra başlamıştır. Fransa'nın son kraliyet sarayı olan Versailles Sarayı Reunion des Musee Nationaux (Milli Saraylar Kurumu) bünyesindedir.

Versailles Sarayı'nın geziye açık olan bölümleri:

Saray Binası: Pazartesi hariç her gün ziyarete açıktır.

Büyük ve Küçük Trianon: Her gün ziyarete açıktır.

Araba Müzesi: Fransa tarihinde pek çok önemli olaya tanıklık etmiş kraliyet arabaları, donmuş büyük kanalda yapılan yarışlarda kullanılmış kar kızakları ve tahterevanlar sergilenmektedir. Mart- Kasım ayları arasında hafta sonları açıktır.

Opera Binası: Opera, 1770 yılında Marie- Antoinette ve XVI. Louis'in nikahı için törenle açılmıştı. O dönemde tiyatrodaki 1000 koltuk vardı, bugün ise 700 koltuk bulunmaktadır, salon aynı zamanda balo salonu olarak da kullanılmaktaydı.

En gözde saray-müzelerden birisi olan Versailles Sarayı gerek sergileme gerek tanıtım ve sunumdaki başarısı ile dünyaca ünlüdür.

⁵⁸ "Chateau Versailles" Sales Manual. S. 38. Mart 2002

2.2.1. Versailles Sarayı'nda Tanıtım Uygulamaları:

Unesco tarafından Dünya Mirası Listesinde yer alan Versailles Sarayı'nı 2003 yılında 2,2 milyon kişi, bahçeleri ise 2,85 milyon kişi gezmiştir.⁵⁹ Versailles Sarayının daha çok ziyaretçi çekebilmek ve gelen ziyaretçiyi sarayda daha uzun süre tutabilmek amacıyla uyguladığı tanıtım ve pazarlama çalışmalarının iki bölümde ele alındığı görülmektedir:

Turistik amaçlı tanıtım:

Turizm acenteleri, oteller, restoranlar, kültür siteleri, yerel ve ulusal turistik kurumlara yönelik eğitim programları çerçevesinde turizm acenteleri ve turistik işletmelerde çalışan profesyoneller için Versailles Sarayı gezisi, Sarayın erişilebilirliği ve giriş ücretleri gibi konularda toplantılar düzenlemekte, tek günlük saray gezi programı ile ilgili fikir alışverişleri yapılmaktadır.

Sergi, konser gibi yeni etkinlikleri duyurmak için bildiri yollamaktadır.

Müze etkinlikleri ile ilgili basında (örneğin:“Expo Eve”) makaleler yayınlamaktadır..

Ulusal ve uluslararası turistik fuarlara katılmaktadır örneğin: World Tourism Mon.

Endüstriyel turizm gelişimi vb. konularda uzmanlarla atölye çalışmaları düzenlenmektedir.

Genel tanıtım:

Fransa'da ve yurtdışındaki “Galeri La Fayette” mağazalarına üzerinde Sarayın belirtildiği haritalar dağıtılmaktadır.

Günlük ve haftalık basında (Le Monde, Figaro, Le Point gibi) ve sanat ve kültürle ilgili basında(Journal des Arts, Telerama gibi)makaleler

Metroda tanıtım kampanyaları düzenlenmektedir özellikle yaz aylarında havuz fiskiyeleri ve ışık gösterileri gibi izleyicilerin dikkatini çeken etkinliklerin tanıtımı yapılmaktadır.

Özel etkinlikler için (örneğin Ile d'enfance- çocuklar için gösteriler) tanıtım kampanyaları yapılmaktadır.

Günümüzde saray- müze olarak ziyarete açık olan Versailles Sarayı içindeki eşyalarla birlikte korunmakta ve sunduğu çeşitli etkinlikler ve hizmetler sayesinde çok sayıda ziyaretçi çekmektedir. Versailles Sarayı'nın daha çok ziyaretçi çekme çabalarında Saray müzeyi

⁵⁹ Natalie Perceival ile yapılan yazışma.Chateau de Versailles “service du development et dela diffusion”
Halkla ilişkiler Sorumlusu . 31 Ekim 2003

ulaşılabilirlik, park alanlarının kapasitesi, hediyeelik eşya reyonları da etkili olmaktadır.

Ulaşılabilirlik: Versailles Sarayı Paris'e 45 dakika uzaklıktadır, SNCF tren yoluyla direkt ulaşım mümkündür, ayrıca SCNF ile yapılan işbirliği uyarınca Paris'ten Versailles Sarayı'na tren yolculuğu ve Saraya giriş bileti birlikte satın alınabilmektedir. Ayrıca 171 nolu otobüs de Versailles Sarayına ulaşımı sağlamaktadır. Paris metrosunun C hattından Versailles Sarayına ulaşılmaktadır. Versailles Sarayı müzeyi gezmek isteyenlere bilet satın alabilmeleri için gerekli kolaylıkları göstermektedir, Saray biletleri müze girişinden alınabildiği gibi, internet üzerinden, mektupla, banka ya da posta çekiyile de bilet alınmaktadır. Telefonla rezervasyon yaptırılmakta, Carrefour, Printemps gibi büyük mağazalarda da müze bileti satılmaktadır.

Park Alanları: Sarayın ön kısmında ücretli olup park 7.30 – 19.30 arası açıktır, Büyük ve Küçük Trianon yakınlarında sadece giriş ücreti ile park olanağı mevcuttur.

Satış dükkanları: Satış reyonları müzelerin tanıtımında en etkili unsurlardan biridir. Müzeyi ziyaret eden kişiler kendilerine güzel bir anı olarak saklayabilecekleri, gördüklerini anımsatacak, arkadaşlarına hediye edebilecekleri bazı eşyalar satın almak isterler. Versailles Sarayı'nın üç farklı hediyeelik eşya satış reyonu bulunmaktadır:

Sanat kitapları, sarayla ilgili rehber kitaplar gibi basılı malzemelerin satıldığı satış dükkanı; altın ve gümüş takı örneğin; XIV. Louis portreli yüzüklerin, Kraliyet Porselen Fabrikaları olan Sevr ve Limoges vazolarının küçük boyutlarda kopyaların veya üzerinde Marie Antoinette portresi bulunan ayna, pudralık gibi hediyeelik eşyaların satıldığı dükkan; kartpostal, afiş, çocuklar için oyuncak ve kitapların satıldığı dükkan.

Saray ve bahçe gezisi: Versailles Sarayı ziyaretçilerine çok çeşitli tur seçenekleri sunmaktadır. Yetişkinler, öğrenciler, gruplar, aileler için farklı tur olanakları yanı sıra tam günlük, yarım günlük, hafta sonu turları gibi seğenekli turlar da önerilmektedir. Ziyaretçilerin tek veya birkaç çeşit tur seğeneğine zorlanmaması, istediği sürede gezebilmesi ziyaretçinin müze içinde ve bahçelerinde rahat etmesini sağlayarak, kendini kısıtlanmış hissetmesini önlemektedir. Böylece ziyaretçi ilgisi ve zamanı oranında tur seğiminde bulunmaktadır.

Versailles Sarayı turları balıca şu şekilde gruplanabilir:

Rehbersiz turlar: yetişkinler, gençler, aileler ve çocuklar için

Müzenin kendi rehberi ile yapılan turlar: Müzenin uzman rehberi ile 1, 1,5 ve 2 saat süren turlarda 5 farklı dilde gezi sunulmakta ve bu turlarda rehbersiz tur güzergahında görülmeyen bazı bölümler de gezdirilmektedir.

Kulaklıklı sistem (Audio-guide) ile yapılan turlar: 8 farklı dilde yapılan turlarda ziyaretçi istediğı kadar müzede kalma ve istediğı bölümleri görme olanağını bulmaktadır.

Sanal Ortam: www. chateauversailles.fr sitesinde Sarayla ilgili gerekli bilgiler bulunmaktadır. Sitede, sarayda yaşamış kişiler, olaylar, sarayda yaşantı, sergilenen yapıtlarla ilgili ayrıntılı bilgi ve fotoğraflar yer almaktadır. Sarayın önemli bölümlerine ait görüntüler 360 derece döndürölerek verilmektedir, böylece siteyi ziyaret edenler odaların tamamını müzedeymiş gibi görebilmektedir. Ana sayfada üç bölüm bulunmaktadır

Şato, müze: sarayın bölümleri, sarayda yaşamış kişiler, geçmişte yaşam(kralın bir günü), saraydaki önemli yapıtlar

Geziler: farklı yaş gruplarından kişilere göre gezi seçenekleri, ulaşılabilirlik, giriş ücretleri, engelli ziyaretçiler, hizmetler

Eğitim: eğitim malzemeleri, çocuklar için atölye çalışmaları, öğretmenler için bilgiler gibi başlıklar yer almaktadır.

Versailles Sarayı'nın web sitesinde sarayda düzenlenen etkinlikler için bir takvim oluşturulmuş, bu takvimde tarihe ve konu başlığına göre arama yapılarak etkinliklerden haberdar olmak mümkündür. Örneğın: 20 Mart- 20 Nisan tarihleri arasında saraydaki sergileri öğrenmek için tarih aralığı ve "sergiler" başlığı tıklanarak bu tarihler arasında düzenlenen sergilerle ilgili bilgi edinilebilir. Web siteleri farklı ölkelerden ziyaretçilere de hitap etmesi açısından birkaç yabancı dilde de düzenlenmektedir. Versailles Sarayının web sitesi de İngilizce, Fransızca, Japonca ve İspanyolca olarak düzenlenmiş ancak bazı bölümleri sadece Fransızcadır. Örneğın: eğitim etkinlikleri ve sarayda düzenlenen konser ve etkinlikler sadece Fransızca olarak okunabilmektedir, bu da farklı dilleri konuşan kişilerin sarayla ilgili bilgileri tam olarak elde etmesini engellemektedir. Versailles Sarayı web sitesinin bir başka olumsuz

özelliği ise müze satış reyonundan hiç bahsedilmemesidir, siteyi ziyaret edenler satış reyonunun içeriği ile ilgili bir fikir sahibi olamamaktadır.⁶⁰

Tanıtım broşürleri ve kitapçıklar: Eğitim etkinlikleri, Versailles'i keşfetme önerileri (yeni sergi ve turlarla ilgili bilgiler), Versailles Bahçeleri, yeni eğlence programları, Müzikli Fıskiye Gösterileri ve Havaifişek gösterileri, Versailles bahçelerinde fayton ve tren gezileri, bisiklet ve sandal kiralama ile ilgili tanıtıcı bilgileri içeren broşürler her yıl güncellenmektedir. Saray broşürleri 6 dilde hazırlanmış ve her bölüm için ayrı bir broşür yapılmıştır. Ayrıca Saraya ve bahçelerde düzenlenen etkinlikler için de ayrı broşürler düzenlenmektedir. Versailles Sarayı'nın broşürlerinde Saray'ın yanı sıra Versailles kasabasının da tanıtımı yapılmakta, Saray'ı gezen ziyaretçilere kasabada kalabilecekleri, yemek yiyecekleri otel ve restoran önerileri ile kasabada düzenlenen etkinliklere ait bilgiler yer almaktadır.

Sarayın içini ve bahçelerini gösteren haritaların yanı sıra tanıtıcı rehber kitapçıklar 6 farklı dilde yayımlanmaktadır. Sarayla ilgili hazırlanmış rehber kitapçık 5 bölüme ayrılmış ve her bölüm farklı renklendirilmiştir, gerek baskı gerekse içerik açısından kitabın özenle hazırlanmış olduğu görülmektedir. İlk bölümde Saray gezisi için Saray'ın tanıtım bölümünün önerileri yer almaktadır, bu bölümde yetişkinler, öğrenciler ve aileler için farklı seçenekler sunulmuştur. İkinci bölümde "a la carte" turlar olarak adlandırılmaktadır ve bu bölümde müze uzmanı ile gezi, müzenin kendi rehberi ile gezi, veya rehbersiz gezi, kulaklıkla (audio guide) gezi gibi sarayı gezmek için çeşitli seçenekler yer almaktadır. Üçüncü bölümde Versailles Sarayı'nda gerçekleştirilen eğlencelere yer verilmiştir. Dördüncü bölüm Sarayla ilgili pratik öğüt ve bilgiler bulunmaktadır, bu bölümde rezervasyon, müzeye ulaşım ve sarayın hizmetlerinden bahsedilmektedir. Son bölüm ise sarayın tarihçesi ve saray ve çevresinin haritasına ayrılmıştır. Versailles Sarayı yazılı tanıtım malzemelerine çok önem verdiği görülmektedir, tanıtım amacıyla hazırlanan kitapçık ve broşürler Sarayda verilen hizmetler, etkinlikler ve Saray gezisi gibi konularda ayrıntılı bilgi vermekte ve bu bilgiler renkli fotoğraflarla desteklenmektedir.

Etkinlikler: Saray bahçeleri ve Saray binasında düzenlenen etkinlikler Versailles Sarayı'nın,

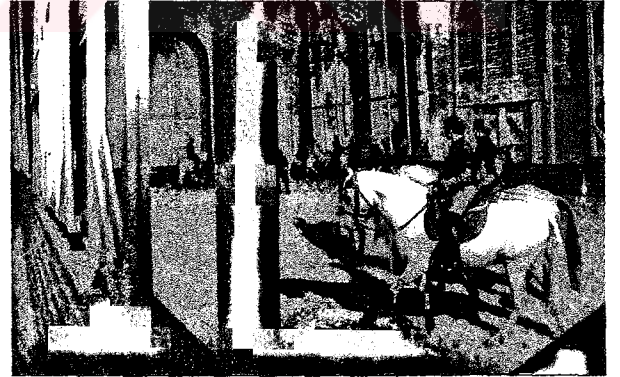
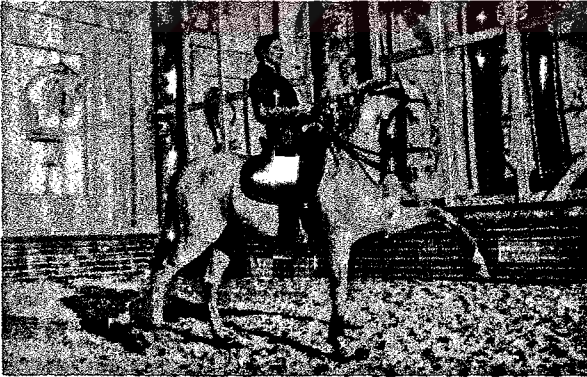
⁶⁰ www.chateauversailles.fr

en önemli tanıtım araçlarındandır. Versailles Sarayı'nın tanıtım etkinliklerinden bazıları şunlardır:

Müzikli Sonbahar: Barok Müzik Merkezi tarafından her sonbahar mevsiminde Versailles Şatosu'nda 17. ve 18. yüzyıl Barok müziğinin en seçkin yapıtlarından oluşan konserler düzenlenmektedir. Bu konserler Kraliyet Opera Binası, Kraliyet Kilisesi ve Alt Galerilerde düzenlenmektedir.

Saray bahçelerinde tren gezisi: İngilizce ve Fransızca olmak üzere iki dilde açıklamalı ve müzik eşliğinde olarak yapılan geziler şato, bahçeler ve Kraliçe Köyü'nü kapsamaktadır. Geziler hergün 30 dakika, ziyaretçi yoğunluğu olan dönemlerde ise 10-15 dakika sürmektedir. Tren gezisi özellikle yaşlı ziyaretçilerin geniş bir alanı kaplayan saray ve bahçelerini gezmesi için elverişlidir.

At Ahırları: Krala ait 600 atının saklandığı iki ahır restore edildikten sonra Ocak 2003 tarihinden itibaren ziyarette açılmıştır. Büyük Ahır orijinalinde "Atçılık Sanatı Akademisi" olarak kullanıldığı dönemdeki haline dönüştürülmüştür. Ahırları gezen ziyaretçiler kilden yapılmış at ve binici maketlerini seyretme olanağını bulmakta, hafta sonları ise atlıların müzik eşliğinde gösterileri yer almaktadır.



Resim 8. Versailles Sarayı At Ahırlarından görünüm

Fayton Gezisi: Ziyaretçiler Saray bahçelerini atlı faytonla gezebilmekte, fayton yavaş hareket

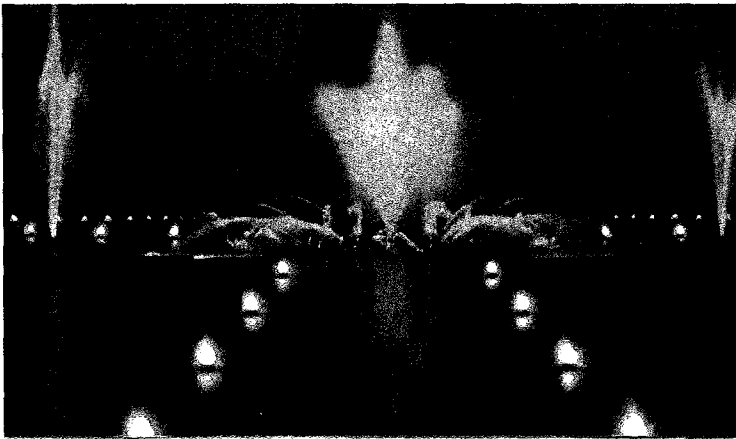
ettiği için ziyaretçiler her yeri rahatlıkla görmektedir, ayrıca ziyaretçilerin kendilerini geçmiş dönemlerde yaşıyormuş gibi hissetmelerine olanak tanınmaktadır.

Sandal Kiralama: Büyük Havuz kiralanan sandalla gezilmekte, böylece ziyaretçilerin hoş ve eğlenceli zaman geçirmeleri sağlanmaktadır. Her sandalda en fazla dört kişi binebilmektedir.

Çocuklar için Eğitim etkinlikleri: Kraliçe Köyünde 5- 12 yaş arası çocuklara çiftlik hayatı ile ilgili eğitici dersler verilmektedir.

Bahçe ve Mekanların Kiralanması: Büyük Trianon, Alt Galeriler ve Sera gibi bölümler 1200 kişiye kadar yemekli, 2000 kişilik kokteyl partileri için kiralanmaktadır. Konser, balo, opera ve tiyatro gösterileri için Bahçeler, Saray Operası ve Saray Kilisesi kiralanmaktadır. Ayrıca Serada moda defileleri, bahçelerde ise ses ve ışık gösterileri ile havai fişek gösterisi düzenlenmektedir.

Fıskiyeler: 31 Mart- 6 Ekim tarihleri arasında her Pazar , 6 Temmuz- 28 Eylül arası her Cumartesi sabah , öğlen ve akşam ikişer saat müzik eşliğinde fıskiye gösterisi yapılmaktadır. 12,000 metrekairelik bir alanda 32 havuzda 1000 den fazla su fıskiyesi bulunmaktadır. Sabah saatlerinde Mozart'ın "40. Senfonisi", Bach'ın "Fransız Suiti 4 nolu Uvertürü", Hendel'in "Kraliyet Havaifişekleri" müzikleri, öğleden sonra Hendel'in "Su Müziği", Mozart'ın "40. Senfonisi" ve akşam Beethoven'in "6. Senfonisi" eşliğinde su gösterileri yapılmaktadır.



Resim 9. Versailles Sarayı bahçelerinde fıskiyeler

Versailles Saray'nda Gönüllü Çalışmaları: “Versailles Sarayı Dostları Derneği” 1907 yılında kurulmuştur, dernek Versailles Sarayı'nın uluslar arası ünü ve etkisinin geliştirilmesine katkıda bulunmak amacını gütmektedir. Dernek amacına ulaşmak için üye sayısını sürekli artırmakta, Fransa ve yurt dışında kültürel gezi, konferans ve turlar düzenlemektedir. Derneğin bir başka amacı ise Versailles Sarayı'nın sanat koleksiyonlarını zenginleştirmek, Saray'ın ve Parkların restorasyonu, bakımı için bağış ve yardım bulmaktır. Derneğe bağış yapan kişiler Fransa'da vergiden muaf tutulmakta, Amerika'da ise vergi indiriminden yararlanmaktadır.

Versailles Sarayı Dostları Derneği'ne üye olanların bu üyelik sayesinde sağlayacağı yararlar şunlardır:

Versailles Saray binasına , Büyük ve Küçük Trianonlara, Araba Müzesine ücretsiz giriş,
Tüm Milli Müzeler Kurumuna bağlı müzelere (Louvre gibi) ve bu kurumun düzenlediği sergilere indirimli giriş,

Versailles Sarayı Dostları Derneği'nin etkinliklerinden ve Versailles Sarayı'nda düzenlenen çeşitli kültürel etkinliklerden haberdar edilme

Musee Nationaux yani Milli Müzeler Kurumunca yapılan yayınlarda % 5 indirim.⁶¹

Sonuç olarak Versailles Sarayının çağdaş müzecilikte tanıtım ve halkla ilişkilerin önemini benimsemiş olduğunu görmekteyiz. Versailles Sarayı tanıtım için özellikle etkinliklerden yararlanmakta ve müzeye gelen ziyaretçilerin sıkılmadan zaman geçirmesini sağlamaktadır. Her yaştan ziyaretçi için farklı tur seçenekleri sunulduğu gibi farklı türdeki etkinlikler de her kesim ve her yaştan kişiye hitap etmektedir.

⁶¹ www.chetauversailles.fr

2.3.Avusturya Schoenbrunn Sarayı:

Schoenbrunn Sarayı'nın bulunduğu bölge 14. yüzyılda Katterburg olarak adlandırılmaktaydı, bölge daha sonraları Viyana valisi Hermann Bayer yaptırdığı yeni binalar sayesinde gelişti ve son olarak 1569 yılında İmparator II. Maximilian tarafından Habsburg hanedanının mülkiyetine geçti. Bölgenin Schoenbrunn adını alması söylenceye göre ava meraklı olan II. Mathias'ın bir av gezisi sırasında "güzel bir çeşme"ye rastlaması ve bölgeye güzel çeşme anlamına gelen bu ismi vermesi ile gerçekleşmiştir. Bu bölge daha sonraları da İmparator II. Ferdinand ve eşi tarafından da av partileri için kullanılmış, Ferdinand'ın ölümünden sonra eşi burada bir şato yaptırtmıştır, böylece bölge resmen ilk kez Schoenbrunn olarak belgelerde geçmiştir. 1683 yılında şato ve ceylan parkı Türklerin Viyana kuşatması sırasında zarar görmüştür. 1686 yılında Schoenbrunn'a yerleşen İmparator I. Leopold oğlu I. Joseph'e miras olarak bırakmak için görkemli bir şato yaptırmak istemiş ve Roma'da mimarlık eğitimi görmüş olan Johann Bernard Fischer von Erlach'ı görevlendirmiştir, iki yıl içerisinde İmparator'a tüm mimari hünerlerini ortaya koyduğu Schoenbrunn 1 Projesi adını verdiği bir dizi tasarım sunmuş ve İmparatorun ilgisini kazanmıştır. 1696 da inşaatına başlanılan yeni av köşkünün 1700 yılı baharında ana binası bitmiş ve oturulmaya hazır konumdaydı, İspanyol Savaşı dolayısıyla yapımına ara verilen saray inşaatı bazı ekonomik zorluklardan ve I. Joseph'in ani ölümünden dolayı yarım bırakılmıştır.

Bölgeyi sadece kuş avlama yeri olarak kullanan İmparator VI. Charles 1728 yılında Schoenbrunn Sarayı'nı saray ve bahçelere özel bir hevesi olan kızı Maria Theresa'ya hediye olarak vermiş, böylece Schoenbrunn Sarayı politik yaşamın ve yönetimin merkezi durumuna gelmiştir. Maria Theresa'nın önderliği ve gözetimi altında Mimar Nicholas Pacassi I. Joseph'in av köşkünü yeniden inşa etmiş ve saray haline getirmiştir. Büyük bir inşaat projesi ile saraya bugünkü görünümü verilmiştir. Sanata meraklı ve kendisi de yetenekli olan Maria Theresa Saray'ın Kuzey kanadında bir tiyatro yaptırtmış, pek çok oyuncu ve şarkıcıyı Saray'a getirterek gösteriler yapmalarını sağlamıştır.

1750 yılında Schoenbrunn'da yine mimar Pacasssi önderliğinde bir yeniden yapılanma ve planlama çalışmaları başlatıldı, imparatorluk ailesine her yıl yeni çocuklar katıldığından aile sürekli genişlemekte ve yeni binalara gereksinim duyulmaktaydı, bu amaçla binaya ara katlar

eklendi. Saray binasının dış cephesi restore edilmiş, tavanlar Gregorio Guiglielmi tarafından 1755-1761 yılları arasında, stüko sıvalı duvarlar ise 1761 ve 1762 yıllarında Albert Bolla tarafından yapılmıştır.

1765’de İmparator I. Franz Stephen’in ölümünden sonra dul eşi Maria Theresa sarayda yeni düzenlemeler yaptırmıştır, doğu kanadına hatıra odaları olarak kullanılmak üzere yeni odalar eklettirmiş, bu odaları günümüze kadar gelen değerli Çini kaplama panolar ve ahşap lambrilerle süslettirmiştir. Maria Theresa’ nın ölümünden sonra Schoenbrunn Sarayı bir süre boş kaldı ve İmparator II. Franz döneminde sadece yaz aylarında kullanıldı. Bu ara dönem sırasında Saray iki kez 1805 ve 1809 yıllarında Napoleon tarafından kullanılmıştır, Fransız İmparator doğu kanadındaki Franz Stephen’ a ait hatıra odalarını kullanmıştır.

1814 –1815 Viyana Kongresinde Schoenbrunn Sarayı’nın acilen bakıma ve yeniden döşenmeye gereksinimi olduğu görülmüştür, Johann Aman tarafından binanın ön cephesinde yenilikler yapılmıştır. Aman daha önce Pacassi’nin gösterişli Rokoko süslemelerini azaltarak birkaç süsleme öğesiyle sadeleştirmiş ve Sarayı “Schoenbrunn sarısı” olarak bilinen ve günümüzde de Saray’a karakteristik görüntüsünü veren, İmparatoriçenin en sevdiği renk olan sarı renge boyatmıştır.

1830’da Schoenbrunn Sarayı’nın doğu kanadında doğan Franz Joseph çocukluğunun yaz aylarını bu sarayda geçirmiştir, 1848 yılında tahta geçtiğinde en sevdiği ve zamanının çoğunun geçirdiği Schoenbrunn Sarayı için yeniden parlak bir devir başlamıştır. Tahta geçişini takip eden yıllarda Batı kanadına geçen Franz Joseph 21 Kasım 1916 yılında ölünceye kadar bu sarayı kullanmıştır. Sarayda resmi ve törensel bölümlerde fazla değişiklik yapılmamış ancak imparatora ait özel bölümler yeniden dekore edilmiştir. Bugüne kadar korunmuş bu bölümlerin daha ciddi ve burjuva tarzı dekorasyonu Franz Joseph’in kişiliği ve karakterini yansıtmaktadır.

İmparator Franz Joseph’in 1854 yılında Avusturya halkı tarafından Sisi olarak tanınan ve çok sevilen Bavyera Düşesi Elizabeth ile evlenmesi üzerine Sarayda çeşitli eklemeler yapılmıştır. İmparatoriçenin çalışma odasından zemin kattaki odalara doğrudan bağlantı sağlayan spiral merdivenler yapıldı, kendi dairesinin alt katında yer alan odalar imparatoriçenin bahçe dairesi

olarak kullanacağı özel bir bölüm eklendi. Zemin kattaki tüm odalar Franz Joseph ve ailesi için yeniden yapılsa da Maria Theresa döneminden kalma üstün işçilikli tavan stükoları ve altın yaldızlı ahşap lambriler olduğu gibi korunmuştur.⁶²

I. Dünya Savaşı sonunda İmparatorluğun sona ermesi ve 1918 yılında Avusturya Cumhuriyetinin kurulmasıyla Schoenbrunn Sarayı Ekonomi Bakanlığı tarafından yönetilmiştir, 1992 yılından itibaren Schoenbrunn Sarayı'nın bahçeleri haricindeki bölümleri Schoenbrunn Kültür ve Yönetim şirketi tarafından yönetilmektedir, Avusturya hükümetine bağlı olan bu kurum Saray'ın bakım, onarım ve korunmasını başarılı bir şekilde sürdürmektedir. 1996 yılında UNESCO tarafından Dünya Kültürel Miras Listesine alınan Schoenbrunn Sarayı bugün müze konumundadır .

2.3.1.Schoenbrunn Sarayı'nda Tanıtım Uygulamaları:

Yaklaşık 150 yıllık bir geçmişe sahip, Avusturya'nın en gözde tarihi yapılarından olan Schoenbrunn Sarayı bahçeleri, çeşitli heykeller, çeşmeler ve ilginç mimari yapılar barındıran parkları ve türünün en eski örneği olan hayvanat bahçesiyle bir müze saray olarak günümüzde gerek Viyana halkı, gerekse turistlerin ilgi odağı konumundadır. Toplam 1,2 km kare alanı kaplayan ve bütün yıl boyu açık olan Schönbrunn Sarayı'nın Saray binasını yılda 1,5 milyon gezmekte, bahçeler ve diğer etkinlikler için ise 5 milyondan fazla ziyaretçi Schoenbrunn'a gelmektedir, toplam ziyaretçi sayısı yılda 6,7 milyondur.

Saray Gezisi: Schoenbrunn saray gezisi için çeşitli olanaklar sunulmaktadır. Ziyaretçiler sunulan çeşitli tur seçeneklerinden birini seçmektedir, tur seçenekleri şu şekildedir:

Büyük Tur: Kulaklıkları sistem ile 40 oda gezilmektedir,

Saray turu: 20 odayı kapsayan kulaklıkları gezi

Çocuklar için gezi: Cumartesi, Pazar ve resmi tatillerde 10.30 – 14.30 arası yapılmaktadır.

Okul grupları için turlar: Pazartesi – Cuma günleri arası 9.00, 9.30, 11.00 ve 11.15 saatlerinde yapılmaktadır.

Özel turlar ve gece turları: Bu geziler için önceden rezervasyon yaptırmak gerekmektedir.

⁶² www.schoenbrunn.at

Kulaklıklı sistem: Ziyaretçiler Almanca, İngilizce, İtalyanca, İspanyolca, Rusca, Japonca, Çekce ve Macarca dillerinde ücretsiz olarak kulaklıklı sistemden yararlanmaktadır. Ayrıca Sırpça Hırvatça, Hollandaca gibi dillerde yazılı açıklama bulunmaktadır.

Ulaşılabilirlik: Schoenbrunn Sarayı'na toplu taşıma araçlarıyla ulaşılabilir. Ziyaretçiler U4 Schoenbrunn veya Heitzing metro hattı, 58 ve 10 nolu tramvay hattı ve 10A otobüsleri ile Saray'a ulaşmaktadır.

Park Alanı: Saray'ın ana kapısı karşısında ücretli park yeri bulunmaktadır.

Kafeterya: Schoenbrunn Sarayı'nın ana girişinde yer alan kafe-restoranda sabah öğle ve akşam yemekleri sunulmaktadır. Ayrıca yaz aylarında bahçe kullanılmaktadır.

Sanal ortamda tanıtım: Günümüzde pek çok müze teknolojiye yararlanmakta ve tanıtımları için sanal ortamı kullanmaktadır. Özellikle geniş kitlelere hitap edebilmek açısından Schönbrunn Sarayı da interneti kullanmakta ve www.schoenbrunn.at/de sitesinde tanıtımını yapmaktadır. İngilizce, İtalyanca ve Almanca olarak üç ayrı dilde düzenlenen site sarayla ilgili genel bilgi, hizmetler, takvim, çocuklar için, iletişim gibi başlıklardan oluşmaktadır. Bu başlıklar altında yer alan önemli alt başlıklar şunlardır:

Genel bilgi bölümünde sarayın açık olduğu saatler, nasıl ulaşıldığı ve giriş ücretleri yer almaktadır. Hizmetlerle ilgili bölümde tur seçenekleri ve rezervasyonla ilgili bilgiler bulunmaktadır. Schoenbrunn Sarayı internet sitesinde diğer sitelerde yer almayan FAQ (Frequently Asked Questions) yani Sıkça Sorulan Sorular bölümü bulunmaktadır, bu bölümde Sarayla ilgili ziyaretçilerin en çok sordukları sorular ve yanıtları yer almaktadır. Takvim başlığı altında Saray'da gerçekleştirilen etkinliklerin listesi bulunmaktadır. Schoenbrunn Sarayı internet sitesinde ayrıca çocuklar için özel bir bölüm ayrılmıştır, bu bölümde çocukların anlayabileceği bir dille sarayla ilgili bilgiler verilmekte, siteyi ziyaret eden çocuklar sanal tur yaparak saray yaşamı ve sarayda yaşamış kişilerle ilgili bilgi edinmektedir. Sanal turun sonunda çocuklara saray hakkında küçük bir test sunulmaktadır. Sitede çocukları saraya gelerek gerçek bir tur yaptıklarında dönme ait saray giysilerinden giyebilecekleri sözü verilmekte böylece çocuklar sarayı gezmeye teşvik edilmektedir.

Etkinliklerle tanıtım: Schönbrunn Sarayı yıl boyunca çeşitli etkinliklere ev sahipliği yapmakta, konserler, Noel ve Paskalya etkinlikleri ve düğünler gibi etkinlikler tarihi bir atmosfer içinde yapılmaktadır.

Konserler: Saray bünyesinde yer alan Orangery de Schoenbrunn Saray Orkestrası tarafından konserler verilmektedir. Ayrıca ünlü sanatçılar da Saray'ın ön bahçesinde yer alan bölümde konser vermektedir, örneğin bu yaz konser verecek sanatçılardan bazıları şunlardır:

13 Haziran 2004 Sting

28 Haziran 2004 Lenny Kravitz ve

19 Haziran 2004 tarihinde ise David Bowie konserleri.⁶³

Noel Ruhu: Her yıl Noel zamanında Schoenbrunn Sarayı'nda Noel Pazarı adı altında etkinlikler düzenlenmektedir. 2004 yılında 11. kez yapılacak olan bu etkinlikte Noel den 5 hafta öncesinden Saray'ın önüne dev bir Noel ağacı konulmakta ve süslenmektedir. Saray önünde süslenerek ve aydınlatılarak güzel bir görüntü oluşturan dev ağaç Avusturya Orman İdaresi tarafından Saray'a bağışlanmıştır.



Resim 10. Schoenbrunn Sarayı önünde Noel ağacı

⁶³ www.schoenbrunn.at

20 Kasım- 26 Aralık 2004 tarihleri arasında sabah 10.00 akşam 20.30 saatleri arasında yapılacak etkinlikte 55 den fazla sanatçı Avusturya' ya özgü el işleri, el yapımı Noel süsleri ve doğal malzemeden yapılmış nesneler ve Noel kekleri, bisküviler ziyaretçiye sunulmaktadır.

Paskalya Festivali : Bu yıl ikincisi düzenlenmekte olan Paskalya Pazarı bu yıl 27 Mart – 12 Nisan 2004 tarihleri arasındadır. Hergün 10.00 18.30 arasında açık olacak Paskalya Pazarında çiçek buketleri, Paskalya yumurtaları, palmiye yaprakları, Paskalya süsleri ve mumlarının yanı sıra Avusturya'nın çeşitli yörelerinden gelen cam, metal ve seramik eşyalar, oyuncaklar satılmaktadır.



Resim 11 . Schoenbrunn Sarayı Paskalya Festivali

Sonuç olarak, Schoenbrunn Sarayı'nın çağdaş müzecilikte önemli bir yeri olan müze tanıtımı açısından incelendiğinde müze tanıtımının Schoenbrunn Sarayı yöneticileri tarafından benimsendiğini görmekteyiz. Müzeye gelen ziyaretçi sayısını artırmak amacıyla etkili bir tanıtım programı uygulanmakta, gerek saray binası gerekse bahçeler ve binalar en etkin biçimde kullanılmaktadır. Paskalya, Noel gibi resmi tatiller değerlendirilmekte, bu günlerde halkı Saray'a çekecek eğlenceler düzenlenmektedir.



II. TÜRKİYE’DE SARAY MÜZELERDE UYGULANAN TANITIM ÇALIŞMALARININ ARAŞTIRILMASI

1.Topkapı Sarayı:

Fatih Sultan Mehmet (1451-1481) İstanbul’un fethinden sonra Beyazıt’ta bugünkü İstanbul Üniversitesi’nin bulunduğu yerde ilk Osmanlı Sarayı’nı yaptırmıştı. Kısa bir süre sonra hem Marmara’ya hem de Boğaziçi’ne hakim olan bugünkü yerine Yeni Saray inşa edilmiş, önceleri “Top Kapısı Sarayı” adı verilen bu yeni saray daha sonra Sarayburnu’nda yer alan kuleli ve toplu bir kapıdan dolayı “Topkapı Sarayı” adını almıştır. 19. yüzyıldan önceki belgelerde sarayın adı Topkapı olarak geçmemektedir.⁶⁴ Fatih Sultan Mehmet tarafından 1473 yılında tamamlanan Saray, çeşitli dönemlerde eklemelerle günümüze kadar ulaşmıştır, Saray’a yapılan eklemeler ya ihtiyaçtan ötürü yeni binaların eklenmesi ile ya da yangın veya diğer nedenlerle tahrip olan eskilerin yerine yeni binaların yapılması biçiminde olmuştur. Topkapı Sarayı, 1856 yılında Dolmabahçe Sarayı yapılarına kadar yaklaşık 400 yıl kadar Osmanlı İmparatorluğunun yönetim merkezi olmuştur. Toplam 700.000 metrekarelik bir alanı kaplayan ve etrafı 1400 metre uzunluğunda surlarla çevrili Saray Enderun, Harem ve Birun olmak üzere üç ana bölümden ve birbirine bağlı dört avluyu çevreleyen köşkler, kasırlar, camiler, çeşmeler, koğuşlar, mutfaklar, devlet daireleri ve bahçelerden oluşmaktadır⁶⁵

Topkapı Sarayı’nın müze olarak kurumlaşma süreci, 1856 yılında Sultan Abdülmecid (1839-1861)’in Dolmabahçe Sarayı’nı yaptırarak devletin merkezini bu yeni saraya taşımasıyla başlamaktadır, devlet yönetimi ve harem Dolmabahçe Sarayı’na taşındıktan sonra Topkapı Sarayı sadece eski padişahların aileleri tarafından kullanılmıştır. 1908 yılında Haremin dağıtılmasıyla saray boşaltılmış,sadece bazı haremağaları, Enderunlu emekliler Sarayı’na sahip çıkarak bakımıyla uğraşmaktaydı.⁶⁶ 1922 yılında saltanatın kaldırılması, 1923’te ise Cumhuriyetin ilanından sonra Atatürk tarafından saraylar halkın malı olarak ilan edilmiştir.

3 Nisan 1924 yılında Saray müze olarak halka açılmadan önce bazı bölümleri özel ziyaretçilere gezdirilirdi ve bu gezilerde Enderunlu emeklilerin bilgilerine başvurulurdu.⁶⁷

Topkapı Sarayı müzeye dönüştürüldükten sonra düzenlenmesi görevi müze müdürü Tahsin

⁶⁴ Doğan Kuban, “Topkapı Sarayı” *Dünden Bugüne İstanbul Ansiklopedisi Cilt. 7*, İstanbul: Kültür Bakanlığı ve Tarih Vakfı Ortak Yayını. 1995 s.280

⁶⁵ *Büyük Larousse Sözlük ve Ansiklopedisi* “Topkapı Sarayı” Mad. İstanbul: Milliyet Yayınları Cilt 22. 1986 s. 11610

⁶⁶ Sedat Hakkı Eldem- Feridun Akozan, “Topkapı Sarayı’nın Müze Oluşu” *Topkapı Sarayı* İst:Kültür ve Turizm Bak. Eski Eserler ve Müzeler Genel Müd. Yay. 1982 s.95

⁶⁷ Eldem-Akozan a.g.e

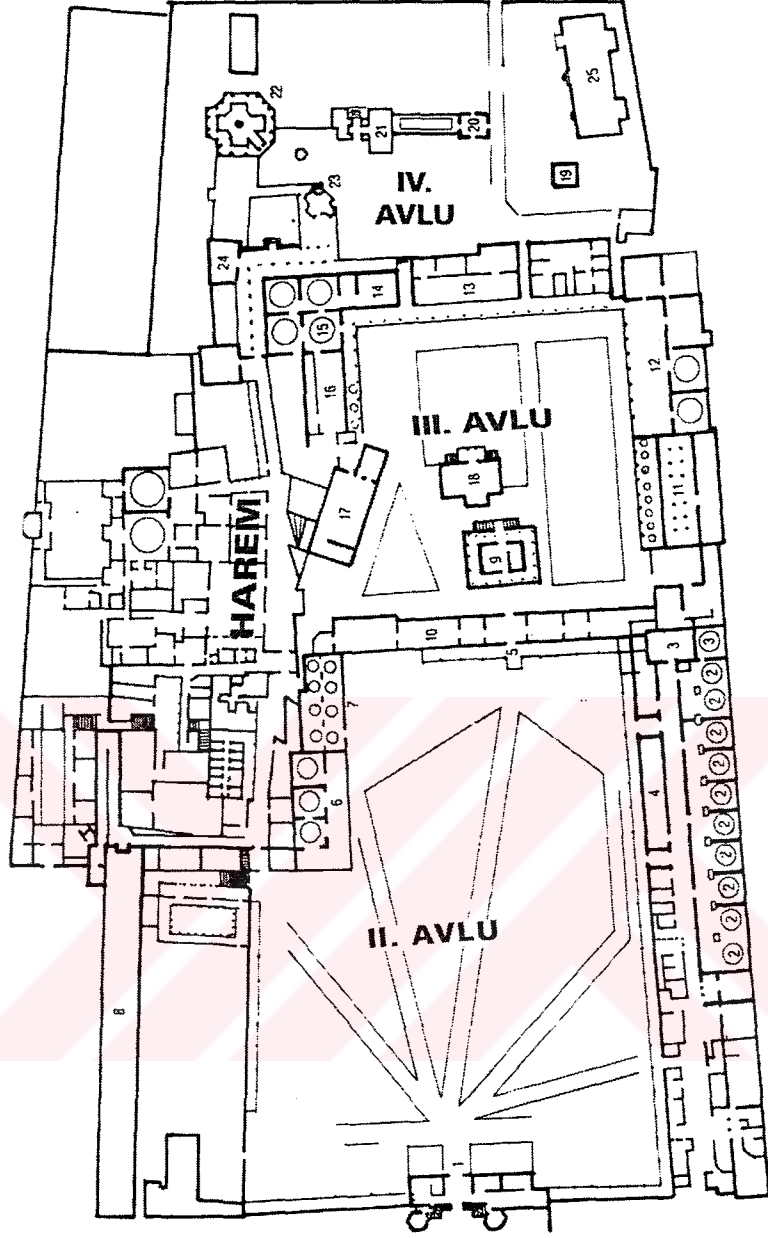
Öz'e verilmiştir. Sarayın urumu oldukça kötüydü, sıvalar dökülmüş, ahşap kapılar, pencereler çürümüşü, harem metruk bir durumda, camları kırık bir haldeydi. Tahsin Öz'ün çabalarıyla çeşitli mali zorluklara rağmen Topkapı Sarayı'nın önce Kubbealtı, Arz Odası, Sofa Köşkü ve Bağdat köşkü düzenlenerek 1927'de bir bölümü ziyarete açılmıştır. I. Dünya savaşı sırasında Konya'ya, Sultan Vahdettin'in yurtdışına çıkışından sonra Ankara'ya götürülen Hazine eşyası saraya getirilmiş ve bütün bu düzenlemelerden sonra da sarayın önemli bölümleri 1934'te ziyarete açılmıştır.⁶⁸

Topkapı Sarayı'nın müze olarak kullanımında belli bir bütünlükten söz etmek güçtür, Saray'ın bazı bölümlerinde müze düzenlemesi yapılmış (örneğin, Mutfaklar, Hazine dairesi gibi), bazı bölümler ise olduğu gibi korunmuş olarak ziyarete açılmıştır (Harem Dairesi, Arz Odası gibi). Topkapı Sarayı Müzesi'nin planı ve müze düzenlemesi yapılan ve özgün haliyle korunan bölümleri şunlardır:



⁶⁸ Erdem Yücel, Türkiye'de Müzecilik, İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları, 1999. s.76

TOPKAPI SARAYI



1. Babüselam	10. Akağalar dairesi	20. Hekimbaşı Odası
2. Mutfaklar	11. Seferli Koğuşu	21. Teras Köşkü
3. İstanbul porselen ve cam eşya koleksiyonu	12. Hazine	22. Bağdat Köşkü
4. Avrupa Porselenleri	13. Kilerli Koğuşu	23. Revan Köşkü
5. Babüssaade	14. Hazine Koğuşu	24. Sünnet Odası
6. Kubbealtı	15. Hırka ı saadet	25. Mecidiye köşkü
7. Silahlar	16. Has Oda Koğuşu	
8. Hasahırlar	17. Kütüphane	
9. Arz Odası	18. III.Ahmet camii	

Plan 1 : Topkapı Sarayı Planı

Topkapı Sarayı, kara tarafında Fatih'in yaptırdığı Sur-u Sultani, deniz yönünde ise Bizans surları ile şehirden ayrılmıştır. Topkapı Sarayı'na giriş Ayasofya arkasındaki Bab-ı Humayun'la (Saltanat Kapısı) sağlanır, bu anıtsal kapıdan I.Avlu'ya geçilir.

I.Avlu: Fatih Sultan Mehmet döneminde Bab-ı Hümayun (Ana Kapı) üzerinde yazı ve bitkisel motifler bulunuyordu, son dönemlere ait resim ve gravürlerde bu süslemelere rastlanmamaktadır. Fatih döneminde Kapı üzerinde ahşap bir köşk vardı, bu köşk 19. yüzyıl sonuna kadar ayakta kalmıştır. Halkın da girebildiği bu anıtsal kapıdan geçilerek girilen I.Avlu'da yer alan binalardan o dönemde silah deposu olarak kullanılan Aya İrini ve d18. yüzyılda genişletilen darphane binası günümüze kadar gelmiştir. Osmanlı döneminde I. Avlu'da odun depoları sarayın tamir işlerini yapan atölyeler, hasır dokuma atölyesi, saray hastanesi, saray fırını gibi binalar yer almaktaydı.⁶⁹ I. Avlu hem sarayda çalışanların hem de işi olan halkın girip çıktığı her zaman kalabalık olan bir meydandı. I. Avlunun sol tarafında Fatih Sultan Mehmet tarafından yaptırılmış “Çinili Köşk” günümüze kadar gelen yapılardandır, ortası kubbeli, eyvanlı bir yapıya sahip ve çinilerle süslü bu köşk günümüzde İstanbul Arkeoloji Müzeleri'ne bağlıdır, Köşk'te çiniler sergilenmektedir. Topkapı Sarayı sınırları içerisinde olup günümüze gelen bir başka yapı ise 17. yüzyıla ait “Sepetçiler Kasrı”dır, bina bugün restoran ve eğlence mekanı olarak kullanılmaktadır. Aya İrini ve Darphane-İ Amire binaları da Topkapı Sarayı sınırları içerisinde yer alan binalardır. Günümüzde bu binalar Kültür Bakanlığı bünyesinde sergi, ve kültürel etkinlikler için kullanılmaktadır. I. Avlu'da Babüsselam'dan (Orta Kapı) geçilerek II. Avlu'ya varılır.

II. Avlu: Yanlarında sekizgen kulelerin bulunduğu Orta kapı sarayın asıl başlangıç yeridir. Bu kapıdan geçilerek girilen avlu'ya “Divan Meydanı” da denirdi, bu avlu'ya at üzerinde girebilen tek kişi Padişah'tı. Dört yanı revaklarla çevrili avlunun sağ tarafında Mutfaklar yer almaktadır, vitrinler içerisinde hediye olarak gelmiş ya da satın alınmış Çin ve Japon seramiklerinden örnekler, Şerbethane ve Helvahane bölümlerinde ise Yıldız Porselen Fabrikasının ürünleri ve saray mutfağında kullanılan eşyalar ve gereçler sergilenmektedir.(Bkz. Plan1, no: 2,3)

Avlunun sol tarafında Harem girişi ve Fatih Sultan Mehmet döneminde yapılmış Divan-Humayun'un toplandığı Kubbealtı yer almaktadır. Ayrıca II. Avlu'nun batı yönünde Saraya ait atların ve koşumlarının yer aldığı Hasahırlar bulunmaktadır, Cumhuriyet döneminde özgün

⁶⁹ Doğan Kuban, a.g.e. s. 283

haline uygun olarak yenilenen Hasahırlar günümüzde sergiler için kullanılmaktadır. (Bkz.Plan1, no:8)

Babüssaade'den geçilerek III. Avluya ulaşılır.

III. Avlu: Divan Meydanı Bab-üssaade (Mutluluk Kapısı) ile “Enderun Avlusu ” adı verilen iç saray kısmına bağlanır. Bab-üssaade sultanı temsil etmekteydi, bu kapı önünde cülus(tahta çıkma), bayramlaşma gibi törenler yapılırdı. III. Avluda karşılaşılan ilk yapı Arz Odasıdır. Padişah'ın elçileri kabul ettiği Fatih Sultan Mehmet dönemine ait yapılardan biri olan Arz Odası günümüzde özgün haliyle korunmaktadır. Avlunun sağ tarafında Seferli Koğuşu. olarak kullanılan binada günümüzde Padişah Kıyafetleri ve Saray Kumaşları sergilenmektedir. (Bkz. Plan 1,no:11) Bu avluda yer alan binalardan en önemlisi Osmanlı Döneminde de Hazine Dairesi olarak kullanılan Fatih Köşkü'dür.(Bkz. Plan1, no:12) Günümüzde Osmanlı İmparatorluğundan kalan Kaşıkçı Elması, Topkapı Hançeri gibi paha biçilmez parçaların yer aldığı Hazine sergilenmektedir. Avlunun batı yönünde padişahın özel ikametine ayrılmış Has Oda yer almaktadır. 1465-1468 yılları arasında inşa edilmiş olan yapı tipik Türk evi biçimindedir. Duvarları çinilerle kaplı olan binada, 19 yüzyıldan itibaren Kutsal Emanetler sergilenmektedir. Günümüzde Topkapı Sarayı'nın müze olarak kullanılan bölümlerinden biri olan bu yapıda sergilenen eserlerden en önemlileri Hz. Muhammed'in hırkası, kılıçları, Sancak-ı Şerif'tir, odada 24 saat boyunca Kuran- Kerim okunmaktadır. Enderun avlusunu çevreleyen koğuşlardan Hazine Koğuşu iç hazineden sorumlu ağalara aitti, günümüzde İslam ve Osmanlı minyatür, hat ve yazı sanatlarından örnekler sergilenmektedir⁷⁰. (Bkz. Plan 1, no: 15). Revaklı yapının son odası ise Hasoda Koğuşudur, bugün geçici sergiler için kullanılmaktadır.(BkzPlan1, no:16)

Harem: Oldukça karmaşık ve gizemli bir yapıya sahip olmakla birlikte Topkapı Sarayı'nın Harem Dairesini kendi içinde üç ana bölüme ayırmak mümkündür:

1. Padişah ve yakın çevresinin yaşadığı, “Valide Sultan Taşlığı” çevresinde yer alan bölüm. Bu bölümde Padişah'ın yanı sıra Valide Sultan'a, kadın efendilere, şehzadelere ayrılmış odalar bulunmaktadır.
2. Bu bölümün güneyinde Haliç'e bakan yönde, bir iç avlu çevresinde cariyelerin yaşadığı bölüm.

⁷⁰ Deniz Esemeli, “Topkapı Sarayı Müzesi” Dünden Bugüne İstanbul Ansiklopedisi cilt 7. İstanbul: Kültür Bakanlığı ve Tarih Vakfı Ortak Yayını. 1995. s 292

3. Cariyeler ile Enderun avlusu arasında kalan, dışa penceresi olmayan Karaağalar adı verilen harem ağalarının yaşadığı bölüm.⁷¹

Fatih Sultan Mehmet'ten sonra Harem Dairesi, Kanuni Sultan Süleyman ve III. Murad döneminde gelişmiş, eklemeler yapılmıştır.

Günümüzde Harem Dairesi müze olarak ziyarete açıktır, yerli ve yabancı ziyaretçiler tarafından ilgi gören bölümlerden biridir.

IV. Avlu: Fatih Sultan Mehmet döneminde düzenlenen bahçenin Haliç'e bakan terasında Sultan IV. Murad'ın Bağdat seferi dönüşünde yaptırdığı Bağdat ve Revan Köşkleri yer almaktadır.(Bkz. Plan1, no: 22,23) Bu avlunun Marmara'ya bakan terasında ise 1850'li yıllarda ampir üslubunda yapılmış "Mecidiye Köşkü" bulunmaktadır, Sultan Abdülmecit (1839-1861) tarafından yaptırılan bu köşk Dolmabahçe Sarayına taşındıktan sonra dini ve resmi törenler için Topkapı Sarayına geldiklerinde Padişahlar tarafından kullanılmaktaydı.⁷² (Bkz. Plan1,no: 25)

Topkapı Sarayı Müzesi günümüzde Kültür Bakanlığı bünyesinde ziyarete açıktır, yerli ve yabancı ziyaretçiler tarafından ilgi odağı konumundadır.

1.1.Topkapı Sarayı Müzesi'nin Tanıtım Uygulamaları: Topkapı Sarayı Müzesi gerek konumu gerekse zengin içeriğinden dolayı Türkiye'nin en çok ziyaret edilen müzelerinden biridir. İstanbul'un fethinden sonra Osmanlı İmparatorluğunun 400 yılına tanıklık etmiş bu saray her yıl yaklaşık 2 milyon ziyaretçi tarafından gezilmektedir. Topkapı Sarayı Müzesi'nin tanıtım uygulamaları şu başlıklar altında incelenmiştir:

Ulaşılabilirlik: Topkapı Sarayı Sultanahmet Meydanında, Eminönü'nden tramvay ile veya yaya olarak ulaşılması kolay bir yerdedir. Yabancı turistler için de bölgedeki bir çok otel ve pansiyona yakındır.

Park alanı: Topkapı sarayına gelen ziyaretçilerin araçlarını par edebilecekleri ücretli bir otopark mevcuttur, ancak park Müzeye değil Trafik Vakfına aittir. Otopark 1968 yılında Topkapı sarayı Müzesi Sevenler Derneği tarafından yaptırılmış daha sonra Trafik Vakfına devredilmiştir.

⁷¹ Doğan Kuban, a.g.e. s. 288

⁷² Deniz Esemeli, a.g.e. s 292

Ziyarete açık bölümler ve Saray gezisi: Topkapı Sarayında ziyarete açık bölümler şunlardır: Mutfaklar, Harem, Kubbealtı, Hazine, Kutsal Emanetler, Seferli Koğuşu (Padişah Kıyafetleri Sergi Salonu), Hazine Koğuşu, Bağdat Köşkü ve Revan Köşküdür.

Topkapı Sarayı Harem, Hazine ve Saray olmak üzere üç bölüm halinde gezilmektedir, her bölüm için ayrı bilet satılmaktadır. Saray'ın tamamı yalnız gezilebilmekte, sadece Harem bölümünde grup halinde ve rehberli gezilmektedir. 2003 yılından itibaren Topkapı Sarayında tüm bölümlerde kulaklıklılı anlatım sistemi (audio guide) kullanılmaktadır. Önceki yıllarda Harem bölümünde görevli rehberler yerli ve yabancı gruplara aynı anda hizmet vermekte, İngilizce ve Türkçe olmak üzere iki dilde anlatım yapmaktaydı. Kulaklıklılı anlatım sisteminden sonra rehberler sadece yerli gruplara anlatım yapmaktadır. Topkapı Sarayında müze düzenlemesi yapılan bölümlerde vitrinlerin yanında etiketlerde nesnelerle ilgili açıklayıcı bilgiler yer almaktadır, böylece ziyaretçiler müzeyi bir gruba yada süreye bağlı kalmadan istedikleri gibi gezmektedir.

Kafeterya ve restoran: Topkapı Sarayı Müzesi bünyesinde 3 adet kafeterya ve bir restoran hizmet vermektedir. IV. Avluda Konyalı Restoran tarafından işletilen restoran Marmara Denizine hakim eşsiz bir manzaraya sahip konumuyla yerli ve yabancı ziyaretçiler tarafından tercih edilmektedir. 1968 yılından beri Topkapı Sarayında bulunan restoranın yazlık ve kışlık bölümleri mevcuttur.

Topkapı Sarayı Müzesi Sevenler Derneği tarafından Harem girişinde ve I. Avluda bilet gişesi karşısında iki adet kafeterya işletilmektedir. Kafeteryalarda sıcak ve soğuk içecekler ve sandviç satılmaktadır. II. Avluda Harem girişinde yer alan kafeteryada oturma yerleri sedir biçiminde ve üzeri minderli otantik bir ortam şeklinde düzenlenmiştir.

Satış Reyonu: I. Avluda Döner Sermaye İşletmesi DÖSİM (Döner Sermaye İşletmesi) tarafından işletilen bir satış reyonu bulunmaktadır. Zengin bir koleksiyona sahip bu satış reyonunda özellikle Anadolu El Sanatlarından örnekler ilgi çekicidir, Kütahya seramikleri, el dokuması kilim desenli çanta ve yastıklar, cam eşyalar, gümüş takılar, topraktan kaplar satılan eşyalar arasındadır. Aşağıda DÖSİM de satılan bazı eşyalardan örneklerin tanıtıldığı broşür yer almaktadır :



Resim 12. Topkapı Sarayı Satış Reyonu DÖSİM broşürü

II. Avluda ziyaretçilerin çıkış yolu üzerinde Topkapı Sarayı Müzesi Sevenler Derneği tarafından işletilen başka bir satış reyonu daha vardır. Bu dükkanda genelde Kültür Bakanlığı tarafından hazırlanmış tüm Türkiye’den çeşitli tarihi ve turistik yerlerin (Kızkulesi, Meryem Ana gibi) tanıtımını yapan kitap, kartpostal, anahtarlık, bardak altlığı, çay kaşığı gibi tanıtım malzemeleri bulunmaktadır, bunların arasında Topkapı Sarayı resmi olan çay kaşıkları, gümüş anahtarlıklar mevcuttur. Yine Kültür Bakanlığı tarafından hazırlanmış üzeri Osmanlı çinileri resmedilmiş dikiş setleri, hap kutuları ve padişah tuğralı cam anahtarlıklar ilgi çekicidir.

Görsel-işitsel Yöntemler: Son yıllarda Topkapı Sarayı teknolojik yeniliklerden yararlanmaktadır. Topkapı Sarayı’nca “Elektronik Sesli Rehberlik Sistemi” olarak adlandırılan kulaklıkla anlatım sistemi İngilizce, Fransızca, Almanca, İtalyanca ve İspanyolca dillerindedir, yabancı ziyaretçiler 6.500.000 TL yerli ziyaretçiler ise 3.000.000 TL karşılığında bu hizmetten yararlanmaktadır.

Sanal Ortamda Tanıtım: Bilkent Üniversitesi tarafından hazırlanan www.bilkent.edu.tr sitesinde Topkapı Sarayı için hazırlanmış bir sayfa bulunmaktadır. Sayfa Sadece İngilizce olarak hazırlanmış olması Saray hakkında bilgi edinmek isteyen ve yabancı dil bilmeyen yerli ziyaretçilerde olumsuz bir izlenim oluşturmaktadır. Sitede Sarayın tarihçesi, bölümleri, Sarayla ilgili yayınlarla ilgili kapsamlı bilgi verilmektedir. Topkapı Sarayı bünyesinde yeni bir internet sayfası şu anda tasarım aşamasındadır.

Gönüllü Çalışmaları Yoluyla Tanıtım: Topkapı Sarayı Müzesi Sevenler Derneği 1966 yılında kurulmuştur, Dernek Sarayda etkinlikler, sergiler, konferanslar düzenlemekte, bu etkinliklerin tanıtımını üstlenmektedir. Saray bünyesindeki satış reyonları ve kafeteryalar Dernek tarafından işletilmektedir.

Basılı Malzeme Yoluyla Tanıtım: Topkapı Sarayı'nın broşürü bulunmamaktadır Topkapı Sarayı bünyesinde çıkarılan yayınlardan bazıları şunlardır:

1986, 1987, 1988, 1990 ve 1992 yıllarında çıkarılan “Topkapı Sarayı Müzesi Yıllıkları” , 1986 yılında Topkapı Sarayı Müzesi Müdürlüğünce yayınlanan “Topkapı Sarayı Müzesi” kitabı,

Kültür ve Turizm bakanlığı tarafından 1982 yılında yayınlanan “Topkapı Sarayı : Bir Mimari Araştırma” adlı Sedat Hakkı Eldem tarafından yazılmış kitap.

1959 yılında “ Topkapı Sarayı Müzesi Mühürler Seksiyonu Rehberi”,

1961 yılında Fehmi Edhem Karatay tarafından yazılmış “Topkapı Sarayı Müzesi Kütüphanesi Türkçe, Arapça ve Farsça Yazmalar katalogları”

Etkinlikler Yoluyla Tanıtım: Topkapı Sarayı Müzesi tanıtım için en yararlı yöntemlerden biri olan etkinliklere, özellikle sergiler ve seminerlere önem vermektedir. Saray bünyesinde Has Ahırlar, Has Oda ve Hazine Koğuşu sergiler için kullanıldığı gibi zaman zaman da Topkapı Sarayındaki her bölüm kendi sergisini açmaktadır. Örneğin 38. Uluslararası Tıp Tarihi Kongresi kapsamında, 1-6 Eylül 2002 tarihleri arasında “Tılsımlı Gömlekler” adlı sergi Kıyafet Bölümünde sergilenmiştir. Topkapı Sarayında düzenlenen sergilerden bazıları şunlardır:

Modern Türk Sergisi: XX. yüzyıl ikinci yarısı Türk sanatçıların yapıtlarının yer aldığı sergi Hasahırlarda 23.09 2001 - 15.11 2001 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir..

Padişahın Portresi Sergisi: (Tesavir-i Ali Osman), Topkapı Sarayında gerçekleştirilen en büyük sergilerden biridir. 36 Osmanlı Padişahına ait portreler 8 Haziran 2000 - 6 Eylül 2000 tarihleri arasında Hasoda Koğuşu ve Hırka-ı Saadet Dairesinde sergilenmiştir.

Beykoz Camlarının Dünü Bugünü Sergisi: 12 Kasım 2003 – 12 Şubat 2004 tarihleri arasında 18. yüzyıldan günümüze cam eserlerden örnekler Topkapı Sarayı Şerbethane’de sergilenmiştir.

Keçe Sergisi: 27 Haziran 2003- 17 Eylül 2003 tarihleri arasında Topkapı Sarayı Mutfaklar, Helvahane ve Şerbethane’ de Selçuk Gürışık tarafından British Museum ve Topkapı Sarayı’nın işbirliği ile Keçe Sergisi açılmıştır. Sergide Topkapı Sarayı’na ait eski seccadeler, şapkalar, terlikler gibi keçe ürünlerin yanısıra Selçuk Gürışık tarafından tasarlanmış yeni ürünler sergilenmiştir.

Vanmour ve Levni Sergisi: “Lale Devri İstanbul’una İki Özgün Bakış: Rijkmuseum ve Topkapı Saray Müzesi’ndeki Yapıtlarıyla Vanmour ve Levni” başlıklı sergi Hollanda Kültür Fonu, Koçbank, Amsterdam Rijkmuseum ve Topkapı Sarayı Müzesi işbirliğiyle düzenlenmiştir. Topkapı Sarayı Hazine Koğuşunda, 18 Aralık 2003- 15 Nisan 2004 tarihleri arasında açık kalan sergide Jean Baptiste Vanmour İstanbul’da kaldığı 30 yıl boyunca yaptığı resimler sergilenmiştir.

Topkapı Sarayı Müzesi kendi mekanında düzenlediği sergilerin yanısıra yabancı müzelerle işbirliği yaparak bu müzelere sergiler yollamıştır. Bu sergilerden bazıları şunlardır:

Muhteşem Süleyman Sergisi: 25 Ocak 1987 tarihinde ABD’de Washington National Museum of Art’da açılmıştır. Kanuni Sultan Süleyman’ın özel eşyalarının yer aldığı sergi daha sonra Paris’te de sergilenmiştir.

Tresors de la Cour Ottoman Sergisi: Sergi kapsamında 7 Mayıs 1999 - 15 Ağustos 1999 tarihleri arasında Osmanlı Hazinei Versailles Sarayında sergilenmiştir.

Palace of Gold & Light Sergisi: A.B.D.’de San Diego Museum of Art ve The Corcora Gallery of Art (Washington DC)’ da 10 Mart 2000 – 28 Şubat 2001 tarihleri arasında gerçekleşmiştir.

Sonuç olarak; Osmanlı İmparatorluğu'nun 400 yıl boyunca yönetim merkezi ve Padişahların evi olmuş Topkapı Sarayı Müzesi yerli ve yabancı ziyaretçilerin ilgi odağı konumundadır. Çağdaş müzecilik anlayışında müzenin ziyaretçi sayısının çok olmasının yanısıra, ziyaretçinin müzeden memnun ayrılmasını ve tekrar gelmesini sağlamak müzenin sorumluluklarından biridir. Bu bağlamda, Türkiye'nin en çok ziyaret edilen müzesi olan Topkapı Sarayı Müzesi müze ziyaretçilerini memnun etmek amacıyla teknolojik gelişmelere uyum sağlamakta olduğunu görmekteyiz, kulaklıklılı sistem yoluyla Saray tanıtımının yapılmasını buna örnek olarak verebiliriz. Ziyaretçiler Topkapı Sarayı'nı gezerken uygun bir ücret karşılığında kiraladıkları kulaklıklılı sistem sayesinde kendi dillerinde Sarayla ilgili ayrıntılı bilgiler almaktadır. Topkapı Sarayı Müzesi, çağımızda bilgilere kolay ulaşmanın yollarından biri olan sanal ortamı da tanıtım için kullanmaktadır, ancak sadece İngilizce olarak düzenlenen bu sitenin yerli ziyaretçiler için Türkçe olarak da düzenlenmesi uygun olacaktır. Ayrıca, en kolay ve ucuz tanıtım malzemelerinden biri olan broşür bulunmaması da Topkapı Sarayı için olumsuz bir özelliktir, taşınması kolay, Sarayla ilgili yeri, telefonu, bölümleriyle ilgili kısa bilgilerin ve resimlerin yer aldığı çeşitli dillerde hazırlanmış bir broşür ideal bir tanıtım malzemesi olacaktır. Topkapı Sarayı tanıtımı için özellikle sergilerden yararlandığını söyleyebiliriz, sergilerin gerek tasarımları gerekse içeriklerinin özenle seçildiğini ve düzenlenen sergileri basın yoluyla etkili bir biçimde duyurulduğunu söyleyebiliriz. Böylece geçici sergiler ve etkinlikler sayesinde Topkapı Sarayı'nın her zaman gündemde olduğunu, Saray'ı gezmemiş kişilerin bu etkinlikler sayesinde gezdiklerini, daha önce gezmiş olanların da tekrar gezdiklerini görmekteyiz.

2. Dolmabahçe Sarayı:

Osmanlı İmparatorluğu'nun İstanbul'daki üçüncü büyük sarayı olan Dolmabahçe Sarayı'nın bulunduğu alan 17. yüzyıla kadar gemilerin demirlediği bir körfezdi, zamanla bataklık haline gelen bu körfez doldurulmuştur. Dolmabahçe Sarayı'na adını veren bu bölgede köşkler, kasırlar yapılmaya başlanmış ve bölge Padişahlar için bir hasbahçeye dönüştürülmüştür. Bölgedeki ilk yapılardan biri II. Bayezid (1481-1512) zamanında Cağaloğlu Yalıdır. IV. Mehmet (1648- 1687) tarafından eklenen binalarla Beşiktaş Sahil Sarayları olarak adlandırılan yapılar topluluğu oluşmuştur .⁷³ III. Ahmed (1703-1730) ve III. Selim (1789-1807) dönemlerinde çeşitli onarımlar yapılmış ve yeni binalar eklenmiştir, II. Mahmud (1807-1839) Sarayda kapsamlı bir onarım yaptırmış ve kullanmayı sürdürmüştür. Tanzimat

⁷³İhsan Yücel ve Sema Öner, Dolmabahçe Sarayı, İst:TBMM Milli Saraylar Daire Bşk.lığı Yay. 2003. s.16

Fermanıyla Osmanlı İmparatorluğunda yeni bir dönemi başlatan Sultan Abdülmecid (1839-1861), Batı ile ilişkilerin yoğunlaştığı bu dönemde Avrupadaki Saraylara benzer bir saray istemiş ve Beşiktaş Sahil Saraylarına ait binaları yıktırarak bugünkü Dolmabahçe Sarayı'nı yaptırmıştır. 1843 yılında yapımına başlanan Yeni Saray 1856 yılında bitmiştir.

Dolmabahçe Sarayı 110.000 metrekarelik bir alana inşa edilmiştir, mimari olarak eklektik (seçmeci) bir üslupta yapılmıştır, iç ve dış süslemelerde Barok, Rokoko ve Ampir üslupları görülmektedir. Sarayın planında geleneksel Türk Evi Planı ve Batı mimari öğeleri birlikte kullanılmıştır. Dolmabahçe Sarayı'nın yapımında tek bir mimardan söz etmek güçtür, saray Osmanlı ve Avrupalı ustaların ortak yapımıdır. Saray'ın Bina Emini Altunizade İsmail Zühtü Paşa, Garabet ve Nikogos Balyan Kalfalar sarayın inşaatında görevlendirilmişlerdir.⁷⁴

Dolmabahçe Sarayı kara tarafında yüksek duvarlarla dış dünyadan ayrılır, deniz tarafında ise rıhtım boyunca beş adet demir parmaklıklı yalı kapısı yer almaktadır. Bu kapılardan ortada olanı diğerlerine göre daha büyük tutulmuştur, Muayede Salonu'nun çıkışının karşısında yer almaktadır, Deniz Saltanat Kapısı olarak adlandırılmaktadır. Sarayın kara tarafında ise üç adet görkemli kapı bulunmaktadır. Hazine Kapı Sarayın önemli bir giriş çıkış kapısıdır, Hazine-i Hassa ve Mefruşat Dairelerinin arasında yer alır, kapının üst kısmında Sultan Abdülmecid tuğralı bir yazıt bulunmaktadır. Bayıldım Bahçesi'ne yani bugünkü Dolmabahçe Caddesi'ne bakan Saltanat Kapısı içte Hasbahçeye açılır, bu kapı Tören Kapısı olarak da adlandırılmaktadır, Hazine Kapıya süsleme açısından benzerdir, ancak daha süslü ve büyük yapılmıştır. Kara tarafındaki üçüncü kapı ise Saltanat ve Hazine Kapılarına göre daha sade bir yapıda olan Valide Kapısıdır, Valide Sultan'ın yanısıra Harem'de yaşayan diğer kişiler tarafından da kullanılırdı.⁷⁵

Dolmabahçe Sarayı, Topkapı Sarayı gibi binalar topluluğundan oluşmaktadır. Ancak Topkapı Sarayı'ndaki pavyon şeklinde yapılaşma yerine aksine Padişah'ın devlet işlerini yürüttüğü ve ailesiyle birlikte yaşadığı daireler aynı bina içerisinde.⁷⁶ Dolmabahçe Sarayı Ana Bina ve onun çevresindeki ek yapılardan oluşmaktadır, Ana Bina bir bodrum ve iki kattan oluşmaktadır ve tek bir kütle yerine, bir eksen üzerinde birbirine eklenmiş üç bölüm halindedir. Toplam 14,595 metrekarelik bir alanda kurulan ana bina, 285 oda, 43 salon, 68 tuvalet ve 6 hamamdan oluşmaktadır. Ana Bina Mabeyn-i Humayun (Selamlık), Harem-i

⁷⁴ Yücel, Öner. a.g.e. s. 24

⁷⁵ Metin Sözen, Devletin Evi Saray, İst: Sandoz Kültür Yayınları 1990. s. 116.

⁷⁶ Mustafa Cezar, XIX.yüzyıl Beyoğlu, İst: Ak Yayınları Kültür ve Sanat Kitapları :55. s 304

Humayun ve Muayede (Tören) Salonu olmak üzere üç bölüme ayrılmaktadır. Mabeyn; Padişahın devlet işlerini yürüttüğü, elçileri ve devlet erkanını kabul ettiği Resmi Daire ile günlük işlerini yürüttüğü Hünkâr Dairesinden oluşmaktadır. Mabeyn-i Humayun zemin ve birinci katta yapının ana eksenini üzerinde ardarda yerleştirilmiş üç büyük salon ve bu salonlara açılan odalardan oluşmaktadır. Bu salonlar zemin katta Medhal Salonu, Yemek Salonu ve Birinci Binek Salonu; birinci katta ise Süfera Salonu, girişi birinci kata bağlayan Kristal Merdivenin bulunduğu salon ve Zülveceyn Salonudur.⁷⁷ Mabeyn'den sonra yine aynı eksen üzerinde Muayede yani tören Salonu vardır, Saray'ın en görkemli bölümüdür. Bayramlaşma ve resmi devlet törenleri bu salonda yapılmaktaydı. Salon yaklaşık 2000 metrekaaredir, yüksekliği 36 metredir, salonun etrafında 56 adet sütun bulunmaktadır. 4,5 tonluk ağırlığıyla Sarayın en görkemli avizesi de bu salonda yer almaktadır. Salonun üst kısmında salonu dört taraftan çevreleyen galeri vardır, törenleri seyretmeleri için yabancı konuklara ve orkestraya ayrılmıştı. Ana yapının üçüncü bölümü Harem-i Humayun'dur. Muayede Salonu ile bağlantılı olan bu bölüm önce denize paralel uzanan, sonra L biçiminde kara tarafında devam eden bir yapıya sahiptir. Padişahın eşlerinin, Valide Sultan'ın yaşadığı Harem bölümünde rihtıma dikey uzanan bölüm Cariyelerin yaşadığı bölümdür. Topkapı Sarayı'nda Harem Saray'dan ayrı tutulmuş bir yapı iken Dolmabahçe Sarayı'nın Harem bölümü Saray'la aynı çatı altında özel bir yaşam birimidir. Bu bölümde Valide Sultan Dairesi, Pembe ve Mavi salonlar en ilgi çeken odalardandır. Mavi Salon'un denize bakan köşe odalarından ikisi Mustafa Kemal Atatürk tarafından kullanılmıştır, odalardan birisi çalışma odası diğeri ise vefat ettiği odadır, bu odanın karşısında banyosu da bulunmaktadır.

Dolmabahçe Sarayı Sultan Abdülmecid'den itibaren son altı Osmanlı Padişahı tarafından kullanılmıştır, Saray'ı yaptıran Sultan Abdülmecid burada ancak 5 yıl yaşamıştır, ölümünden sonra kardeşi Sultan Abdülaziz(1861-1876) tahta geçmiş ve bu sarayda yaşamıştır. 1876 yılında Sultan Abdülaziz tahttan indirilmiş yerine Sultan V. Murad başa geçmiştir. Sultan Murat'ın saltanatı üç ay sürmüş, O'nun da tahttan indirilmesiyle Sultan II. Abdülhamid (1876-1909) padişah olmuştur. Sultan Abdülhamit 33 yıllık saltanatının ilk ayını Dolmabahçe Saray'ında geçirmiş, sonra daha güvenli bir yer olduğuna inandığı Yıldız Sarayı'na taşınmış ve 1909 yılında tahttan indirilinceye kadar Yıldız'da yaşamıştır. Sultan Abdülhamit'in tahttan indirilmesiyle Sultan V. Mehmet Reşad(1909-1918) başa geçmiş ve Dolmabahçe Sarayı'nda onarım yaptırarak Saray'a taşınmıştır. Dolmabahçe Sarayı'nda yaşayan son padişah Sultan Vahdettin(1918-1922)'dir. 1922 yılında saltanatın kaldırılmasından sonra Halife Abdülmecid

⁷⁷ Yücel, Öner. a.g.e. s. 86

Efendi Dolmabahçe Sarayı'na taşınmış, hilafetin kaldırılmasıyla O da Osmanlı Hanedanının diğer üyeleriyle yurt dışına çıkmıştır.

3 Mart 1924 tarihinde, Atatürk'ün emriyle çıkarılan yasayla 431 sayılı yasayla Dolmabahçe Sarayı ile Osmanlı hanedanına ait tüm saray, köşk ve kasırlar millete intikal ettirilmiştir. 19 Ocak 1925 tarihinde Milli Saraylar Müdürlüğü'ne devredilen Dolmabahçe Sarayı Padişahların konutu ve devletin yönetim merkezi olması yanısıra bir çok önemli tarihsel olaya da tanıklık etmiştir. Bunlardan en önemlileri şunlardır: Osmanlı Döneminde İlk Osmanlı Mebusan Meclisi'nin açılışı (1877), Avusturya Macaristan İmparatoru Franz Joseph'in Sultan Abdülaziz tarafından kabulü (1870), Sultan II. Abdülhamit'in Alman İmparatoru II. Wilhelm'i kabulü (1889) Dolmabahçe Sarayı'nda gerçekleşmiştir. Cumhuriyet döneminde ise 1932, 1934 ve 1936 yıllarında ilk üç Türk Dil Kurultayı, II. Türk Tarih Kurultayı (1937) Dolmabahçe Sarayında toplanmış, ayrıca İngiliz Kralı VII. Edward 1936 yılında, Yunan Kralı I. Paulos 1953 yılında ve A.B.D Başkanı George Bush 1991 yılında Dolmabahçe Sarayı'nda ağırlanmıştır. Dolmabahçe Sarayı'nın Ana Binası günümüzde Milli saraylar Daire Başkanlığı'na bağlıdır ve saray müze olarak ziyarete açıktır.

Dolmabahçe Sarayı'nın Mabeyn-i Humayun, Harem-i Humayun ve Muayede Salonu'ndan oluşan ana binası dışında, onu çevreleyen Saray'ın yaşam ve yönetim gereksinimlerini karşılayan büyüklü küçüklü ek yapılar yer almaktadır. Bu binalardan bazıları ana bina dışında ancak Saray çevre duvarları içerisinde yer almaktadır. Dolmabahçe Sarayı'nın ek binaları olan bu yapıların özgün ve günümüzdeki kullanım şekilleri şu şekildedir:

Veliaht Dairesi: Ana binanın bitiminde yer almaktadır, deniz tarafından bakıldığında cephesi Ana Binanın devamı niteliğindedir. Ana Bina planına benzer olarak selamlık, Muayede ve Harem Dairelerinden oluşmaktadır. Bu daire 1937 yılında Atatürk'ün emriyle Resim ve Heykel Müzesi'ne dönüştürülmüştür, günümüzde de müze olarak kullanılmaktadır.

(Bkz.Plan2, 25)

Mefruşat Dairesi: Hazine Kapısı'nın sol tarafında yer almaktadır, saray ve saraya ait binaların döşenmesinde gerekli malzemelerin tasarımı ve depolandığı iki katlı bir yapıdır. Günümüzde Saray ve Köşkler Kültür Tanıtım Daire Başkanlığı olarak kullanılmaktadır.(Bkz. Plan 2, 04)

Hazine-i Hassa Dairesi: Padişah ve ailesinin ve saray görevlilerinin giderleri ile ilgili işlemlerin yürütüldüğü idari bina Hazine Kapı'nın sağ tarafında yer almaktaydı, bu bina günümüzde Milli Saraylar Daire Başkanlığı İdari Binasıdır.(Bkz. Plan 2, 03)

Camlı Köşk: Sultan Abdülmecid tarafından Padişah'ın ordu alayını izlemek için yaptırdığı köşk, Alay Köşkü geleneğinin devamı olarak nitelendirilmektedir. Köşk adını caddeye bakan ve köşkün hemen yanında yer alan bir seradan almaktadır. Camlı Köşk, Harem ve Selamlık bahçelerini birbirinden ayıran duvarın içinden geçen bir koridorla Mabeyn-i Humayun'a bağlanır. Köşk günümüzde sergiler için kullanılmaktadır.(Bkz. Plan 2, 12)

Kuşluk: Sultan V. Mehmet Reşad (1909-1918) döneminde eklenmiştir.(Bkz. Plan 2, 14)

Kızlarağası Dairesi: Haremin en yüksek amiri olan Kızlarağası, Padişahın harem hayatını düzenleyen kişiydi. Bu bin günümüzde TBMM Vakfı tarafından kullanılmaktadır.(Bkz.2, 19)

Bendegan ve Agavat Daireleri : Saray hizmetlilerine ayrılmış iki katlı bina günümüzde Deniz Müzesi arşivi olarak kullanılmaktadır.(Bkz. Plan 2, 30)

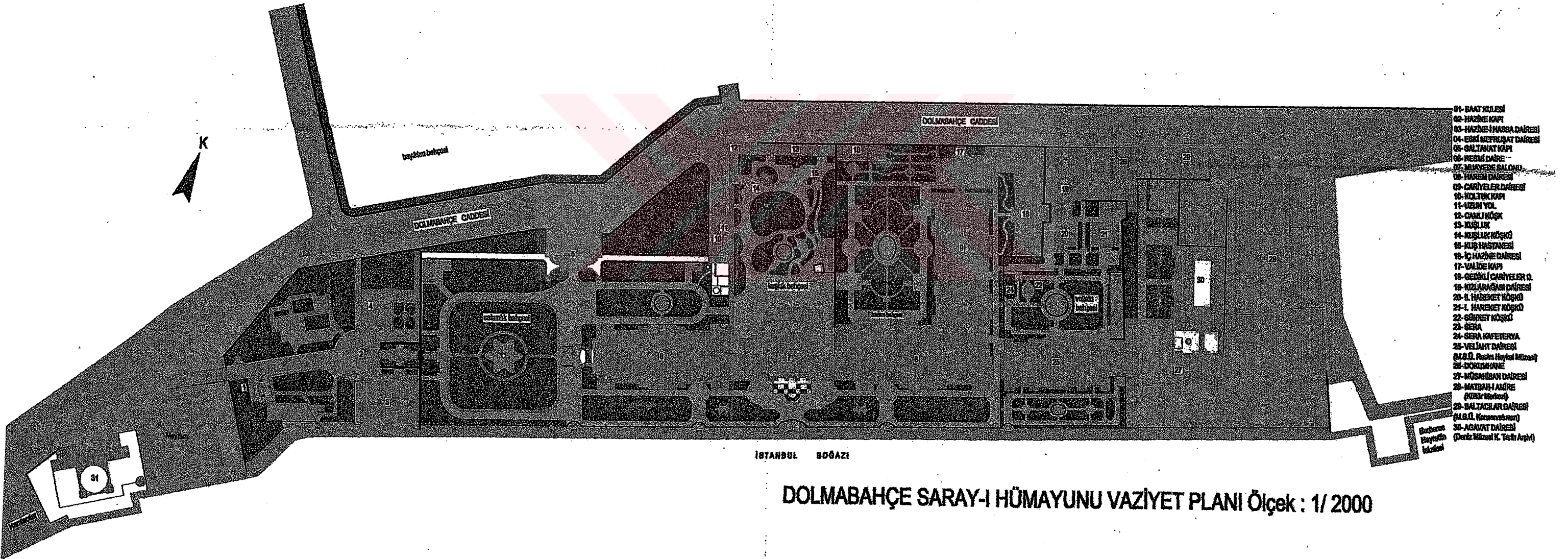
Baltacılar Dairesi: Bodrum üzerine iki katlı olarak yapılmıştır, bugün Mimar Sinan Üniversitesi Konservatuvarı olarak kullanılmaktadır. (Bkz. Plan 2, 29)

Musahiban Dairesi: Padişahın yakın hizmetinde bulunan kişilerin kullandığı binadır. Günümüzde Milli Saraylar Daire Başkanlığı tarafından restore edilmektedir.(Bkz.Plan2, 27)

Matbah-ı Amire: Saray ve yakın çevresinin yemek ihtiyacını karşılayan mutfakların bulunduğu bu bina Milli Saraylar Daire Başkanlığı tarafından restore edilmiştir. 1997 yılından beri Dolmabahçe Kültür Merkezi adıyla sanatsal ve kültürel etkinlikler için kullanılmaktadır. (Bkz Plan2, 28)

Dolmabahçe Sarayı Yapılar Topluluğu'nu çevreleyen duvarları dışında kalan yapıları ise şunlardır:

Saat Kulesi: Sultan II. Abdülhamit döneminde 1890- 1894 yılları arasında yapılmıştır. Milli Saraylar Daire Başkanlığı bünyesinde bir süre kafe olarak kullanılmıştır, şu an ziyarete kapalıdır. (Bkz.Plan 2,01)



Plan 2 - Dolmabahçe Sarayı Planı

Saray Tiyatrosu: Sultan Abdülmecid döneminde Dolmabahçe sarayı inşa edilirken yapımına başlanmış, 1859 yılında açılmıştır. 1937 yılında çevre düzenlemesi yapılırken yıktırılmıştır.

Istabla-ı Amire: Saray'a ait at ve arabaların ve Padişah'a ait eyer takımlarının yer aldığı bina 1947 yılından itibaren stadyuma dönüştürülmüştür. Önceleri Mithat Paşa Stadyumu olarak adlandırılan bina günümüzde İnönü stadyumu adı altındadır.⁷⁸

2.1. Dolmabahçe Sarayı'nın Tanıtım Uygulamaları: Tanzimat Fermanıyla Osmanlı İmparatorluğunun Batıya yönelişinin simgesi olan Dolmabahçe Sarayı Osmanlı İmparatorluğu'nun son 6 padişahına konutluk etmiştir. Cumhuriyet'in ilanı ile saray-müze statüsüne kavuşmuş olan Saray içindeki özgün eşyalarıyla sergilenmektedir.

Ulaşılabilirlik: Beşiktaş ve Kabataş semtleri arasında, her iki semte yürüme mesafesinde olan Dolmabahçe Sarayı ziyaretçilerin kolaylıkla ulaşabileceği bir noktada yer almaktadır. Beşiktaş-Eminönü hattındaki tüm otobüslerle, Taksim-Beşiktaş dolmuşlarıyla Saray'a ulaşılması mümkündür.

Park alanı: Dolmabahçe Sarayı önünde ücretsiz otopark mevcuttur.

Kafeterya: Dolmabahçe Sarayı bünyesinde Milli Saraylar Vakfı tarafından işletilen dört adet kafeterya bulunmaktadır.

Dış Kafeterya: Saray'ın dış bahçesinde halka açık yazlık bir kafeterya mevcuttur, Saray'ın halka kapalı olduğu Pazartesi Perşembe günleri de açık olan kafeterya 10.00 ve 20.00 saatleri arasında hizmet vermektedir. Sıcak ve soğuk içeceklerin yanı sıra sandviç ve hamburger gibi yiyecekler, ve dondurma satılmaktadır. Halk tarafından oldukça ilgi gören kafeteryanın kapalı bölümü olmadığı için sadece yaz aylarında hizmet vermektedir.

Dolmabahçe Saat Kulesi bir dönem kafeterya olarak hizmet vermiştir, soğuk kış günlerinde sahlepiyle ünlü kafeterya 1996 yılında kapatılmıştır.

İç Kafeterya: Hazine Giriş Kapısı ile Koltuk Kapısı arasında yer alan kapalı kafeterya, Saray'ın ziyarete açık olduğu günler hizmet vermektedir. İki katlı kafeteryada sıcak ve soğuk

⁷⁸ Doç.Dr. Sema Öner. "Dolmabahçe Saray Kompleksini Oluşturan Yapıların Değerlendirilmesinde Yeni Bulgular" Milli Saraylar 1994/ 1995. İstanbul: TBMM Milli Saraylar Daire.Bşk.lığı Yay. 1996. s. 117

içecekler ve tost satılmaktadır. Saray bahçesine giriş yapan ziyaretçiler bir an önce Saray girişine ynlendikleri için bu kafeterya tur öncesinde çok fazla tercih edilmemektedir.

Harem Kafeteryası: Harem bahçesinde bambu ağaçlarının önünde sera şeklinde bir kafedir. Harem gezisi öncesinde ziyaretçilerin bekleyebileceği, gezi sonrasında ise dinlenecekleri yazlık ve kışkık bölümleriyle rahat ve ferah bir ortamdır.

Veliahd Dairesi Bahçesi Kültür Kafeterya: Musahiban Dairesi önünde halka açık kafeterya, sarayın kapalı olduğu günlerde de açıktır.

Satış Reyonu: Dolmabahçe Sarayı'nın ana girişi olan Hazine Kapısından girdikten sonra sağda yer almaktadır. Milli Saraylar Vakfı tarafından işletilen satış dükkanında Milli saraylar Daire Başkanlığı tarafından hazırlanmış Sarayla ilgili kitap, kartpostal gibi basılı malzemeler ve Sarayda yer alan ünlü tabloların kopyaları satılmaktadır. Yıldız Porselen Fabrikası tarafından üretilen Dolmabahçe Sarayı resmi bulunan tabaklar, Padişah portreli kupalar satılan tanıtım malzemeleri arasındadır. Yine Yıldız Porselen Fabrikasının retimi olan ve Sarayda kullanılmış tabak, şekerlik, şerbetlik gibi porselen eşyaların benzerleri satılmaktadır.

Basılı Malzeme Yoluyla Tanıtım: Milli Saraylar Daire Başkanlığı kendi bünyesinde Dolmabahçe Sarayı kitapçının ilk basımı 1989 yılında yapılmıştır, 2003 yılında araştırmalar sonucu yeni bilgiler ışığında genişletilerek kitapın yeni baskısı çıkmıştır. Kitapın kapağı aşağıdadır:



Resim 13. Dolmabahçe Sarayı Kitapçı Kapaak resmi

Milli Saraylar Daire Başkanlığı tarafından 1993, 1994/1995 yıllarında çıkarılan iki adet Milli Saraylar Yıllığında Milli Saraylar bünyesinde yer alan saray, köşk ve kasırlarla ilgili makaleler yer almaktadır. Ayrıca 1999 yılında MS adlı tarih, kültür, sanat ve mimarlık dallarında konularında uzman kişilerce yazılmış makalelerin yer aldığı bir dergi yayınlanmış ancak daha sonra yayınına son verilmiştir. Aşağıda Milli Saraylar Yıllığı ve MS Dergisi kapakları aşağıda görülmektedir:



Resim 14.
Milli Saraylar 1994/1995 Yıllığı
Kapak Resmi



Resim 15.
1999 yılında çıkarılan MS
Dergisi Kapak Resmi

Broşür: 2003 yılında Milli Saraylar Daire Başkanlığı tarafından hazırlanan broşürler ziyaretçilere verilmektedir, İngilizce ve Türkçe hazırlanan broşürde Dolmabahçe Sarayı'nın tarihçesi, önemli bölümleri ile ilgili kısa bilgiler fotoğraflarıyla birlikte yer almaktadır. Saray'ın yerleşim planı ve bu plan üzerinde Saray birimleri numaralandırılmış olarak bulunmaktadır. Ayrıca Saray'ın zemin ve birinci katlarının planı üzerinde Saray'ın önemli bölümlerinin bulundukları yer işaretlenmiş ve o bölümün resmi işaretlenmiştir. Dolmabahçe Sarayı broşürünün son sayfasında Dolmabahçe Sarayı ve diğer Milli Saraylar'ın resimleri ve İstanbul haritası üzerindeki yeri bulunmaktadır. Çağdaş müzecilik açısından incelendiğinde Dolmabahçe Sarayı tanıtım broşüründe Saray ve bölümleri ile ilgili gereğinden fazla bilgi

verildiğini görmekteyiz, broşürde verilen bilgilerin kısa ve öz olması ziyaretçinin müze ile ilgili bir ön fikre sahip olmasını sağlayacak ve daha ayrıntılı bilgi için kitapçık satın almak üzere satış reyonuna yönlenecektir. Ayrıca broşürde yazıların küçük puntolarla yazıldığını görmekteyiz, verilen bilgilerin de fazla olduğunu düşünülürse ziyaretçi okumakta zorlanacaktır. Günümüzde müzeler tanıtım broşürü hazırlarken boyutlarının kolay taşınabilecek şekilde olmasına dikkat etmektedir, genel olarak broşürler 21x29 boyutlarında bir kağıdın üçe katlanmasıyla oluşturulmakta, böylece katlı iken taşınması, açık haldeyken okunması kolay olmaktadır. Dolmabahçe Sarayı'nın broşürünün ise kullanılabilirlik ve taşınabilirlik açısından büyük olduğunu söyleyebiliriz.



İki yan odalardan oluşmuş peşerkeci Türk Evi planına ve Selamlık Hararı bölünmesinde sahiptir. Bu iki bölümün arasında ise çeşitli devlet törenlerini yapıldığı Muayede Salonu vardır.

Selamlık

Sarayın duvar süslemeleri ve mobilyaları açısından en güzel bölümlerindendir. Devletin resmi işlerinin yürütülmesi için sadrazam ve bel düzey devlet görevlilerine ayrılmış büro tipi odaların yanı sıra, padişahın yabancı elçiler ve kimsi konuklarla yapacağı görüşmeler için düzenlenmiş mekânların bulunduğu bu bölüm, antik dönem mimarlığından esinlenilmiş etkileyici bir giriş sahiptir.

Herkes halılar, Baccara ve Bohemia kristalleri, Sevres ve Yedigöller porcelenleri, çeşitli devlet yöneticileri tarafından gönderilen armağanlar ve hatırlı ressamların yaptığı tablolarla döşenmiş olan Selamlık'ta altı kat saray görevlilerine, üst kat ise padişaha ayrılmıştır. Bu katta, Kristal Merdiveni adı verilen ve kurutuklaan kristalden yapılmış bacaklarla güler. Yine bu katta ovalikle elçiler için ayrılmış Sülema Salonu, görülmeye değer salonlardan biridir ve altı kat giriş salonunda olduğu gibi bu salonun köşelerinde de kristal ve porcelen malzemenin kullanıldığı şimşekler bulunmaktadır.

Üst katin üçü değer diğer mekânlar arasında, padişahın elçileri kabul ettiği Kırmızı Odası, elçilerin huzureti olmadan yeni bir süre dinlendikleri İhtisar Odası, Zillücheyri Salonu, Mevâdın getirilen marmarlerden yapılmış Hünkâr Hamamı ve padişahlık tahtı verildiğinden sonra yalnızca İhlâf ile fahşyla Saray'ı belli bir süre kullanmasına izin verilen Abdülkârim Efendi'nin oturduğu Mevâd Efendi Kitaplığı'dır.

Muayede Salonu

Selamlık ile Hararı'ı ayıran bu salon, Dolmabahçe Sarayı'nın en yüksek ve en büyük bölümüdür. 2000 m²'yi aşan alanı, taşıyıcı olmalarıyla ziyade salıncın gösterimini vurgulamak amacıyla kullanılan 56 sütunu, yüksekliği 36 m'yi bulan kubbesi ve bu kubbeyle ilgili 4.5 tonluk İngiliz yapımı kristal avizesiyle son dönem Osmanlı mimarlığının en etkileyici yapılarıdır. Saray'ın ağırlık taşıyan Sultan Abdülkârim tarafından verilen bu resimleriyle bu salonda yapılmış, gelecekte bayramlaşma törenlerinin yapılması için devletler yine bu salonda verilmektedir.

Muayede Salonu



Resim 16. Dolmabahçe Sarayı Müzesi Broşürü

Sanal Ortam: www.millisaraylar.gov.tr ve www.tbmm.gov.tr internet sitelerinden Dolmabahçe Sarayı ile ilgili bilgilere ulaşılmaktadır. Dolmabahçe Sarayı'nın web sayfası kapsamlı bir şekilde hazırlanmıştır. Saray'ın tarihçesi, yerleşimi, mimari özellikleri, yayınlar gibi başlıklar altında hazırlanmış sitede, Saray ve bahçelerinden 360° dönebilen resimler bulunmaktadır. Sitede internet üzerinden satış yapma imkanı tanıyan "e-market" başlığı altında bir bölüm vardır ancak buradan sadece kitap satışı yapılmaktadır. Ayrıca sitede günlük

haberlerin yer aldığı haber turu da vardır, ancak güncelleştirilmediği için 2003 yılının etkinliklerini göstermektedir.

Etkinlikler Yoluyla Tanıtım: Etkinlikler müzelerin tanıtımı için en önemli unsurlardan biridir, Dolmabahçe Sarayı günümüzde olduğu kadar geçmiş yıllarda da çeşitli etkinliklere ev sahipliği yapmıştır. Bu etkinliklerden en önemlilerinden biri 1984 yılında yapılan Milli Saraylar Sempozyumudur, Türkiye'nin önde gelen müzelerinin yöneticileri ve araştırmacılarının katıldığı sempozyumda Milli Saraylarımızın sorunları üzerine bildiriler sunulmuştur, Sempozyum kapsamında sergiler düzenlenmiştir; örneğin, Dolmabahçe Sarayı'nda 14 Kasım 1984 – 14 Şubat tarihleri arasında düzenlenen”Saraylarımızdan Tablolar” adlı sergide Avrupalı ve Türk ressamlarının tabloları sergilenmiştir.

13. İstanbul Festivali kapsamında İstanbul Kültür ve Sanat Vakfı “Öncü Türk Sanatından Bir Kesit” adlı sergi Dolmabahçe Sarayı'nda 24 Haziran - 15 Ağustos 1985 tarihleri arasında düzenlenmiştir.

29 Kasım 1985- 28 Mart 1986 tarihleri arasında “Osmanlı Sarayında Yabancı Ressamlar” adlı sergi de Dolmabahçe sarayında düzenlenmiş geçici sergilerden biridir.

Günümüzde Dolmabahçe Sarayı'nda özellikle bahar ve yaz aylarında sık sık etkinlikler düzenlenmektedir. Bu etkinlikler sırasında Dolmabahçe Sarayı Medhal Salonu, Muayede Salonu, Hasbahçe, Harem Bahçesi ve Dolmabahçe Kültür Merkezi kullanılmaktadır. Son yıllarda gerçekleştirilen etkinliklerden bazıları şunlardır:

03 Haziran 2001 tarihinde Hasbahçe'de Avrupa Oftalmoloji Kongresi çerçevesinde kokteyl düzenlenmiş, 24 Haziran 2001 tarihinde Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Geleneksel Anma Töreni Hasbahçede gerçekleştirilmiştir.

03 Mayıs 2002 tarihinde Hasbahçe'de Sarı Zeybek Defilesi,

02 Haziran 2002 tarihinde Gül Festivali Kapsamında dönemin Turizm Bakanı Mustafa Taşar tarafından Hasbahçe'de gül dikme töreni,

07 Haziran 2002 tarihinde Hasbahçe'de İstanbul Kültür ve Sanat Vakfı tarafından 30. Uluslararası İstanbul Müzik Festivali Açılışı Kapsamında Çocuk Korosu Konseri düzenlenmiştir.

Dolmabahçe Sarayında 2003 yılında düzenlenen etkinlikler ise;
24 Temmuz tarihinde Alem Dergisinin 11. kuruluş yıldönümü Hasbahçe’de,
26 – 27 Eylül tarihinde Türk Dil Kurumu tarafından Dil Bayramı Kutlamaları Medhal Salon ve Hasbahçe’de.
10 Kasım tarihinde Medhal Salon’da Tuluyhan Uğurlu tarafından Atatürk’ü Anma Programı çerçevesinde konser.

Dolmabahçe Kültür Merkezi ise daha çok sergiler ve fuarlar için kullanılmaktadır. Bu etkinliklerden bazıları şunlardır:

05- 11 Mart 2002 tarihleri arasında AFEKS Uluslararası Gourmex Fuarı
12 Mart- 15 Nisan 2002 tarihleri arası Avusturyalı Mimar Clemens Holzmeister Sergisi,
22-26 Ocak 2003 tarihleri arasında A.E.E Kaplıca Fuarı,
28- 24 Mart 2003 tarihleri arasında AFEKS Gastronomi ve Şarap Fuarı,
03 – 11 Mayıs 2003 tarihleri arasında Anne ve Çocuk Fuarı,
04-12 Ekim 2003 tarihleri arası Kitap Fuarı,
02 – 09 Haziran 20003 tarihleri arası El Sanatları Sergisi
11-15 Aralık 2003 tarihleri arası Beşiktaş Jimnastik Kulübü tarafından 100. Yıl Kutlamaları çerçevesinde resim, heykel ve fotoğraf sergisi ,
01-03 Nisan 2004 tarihleri arası TÖDER Eğitim Fuarı
08- 11 Nisan 2004 tarihleri arasında AFEKS Gourmex Fuarı

Dolmabahçe Sarayı’nda ayrıca Saray bünyesinde gerçekleştirilen sürekli sergiler de yapılmaktadır. Dolmabahçe Sarayı İç Hazine Binası Dolmabahçe Sarayı saat koleksiyonunda yer alan 18. ve 19.yüzyıllara ait saatler sergilenmektedir.

Sonuç olarak İstanbul’un en görkemli saray-müzelerinden olan Dolmabahçe Sarayı merkezi konumu ve ilginç içeriği nedeniyle her yıl yaklaşık 1 milyon kişi tarafından gezilmektedir. Dolmabahçe Sarayı’nın çağdaş müzecilik tanıtım uygulamaları açısından incelediğimizde özellikle düzenlediği etkinlikler sayesinde her zaman gündemde olan bir müze olduğunu söyleyebiliriz.

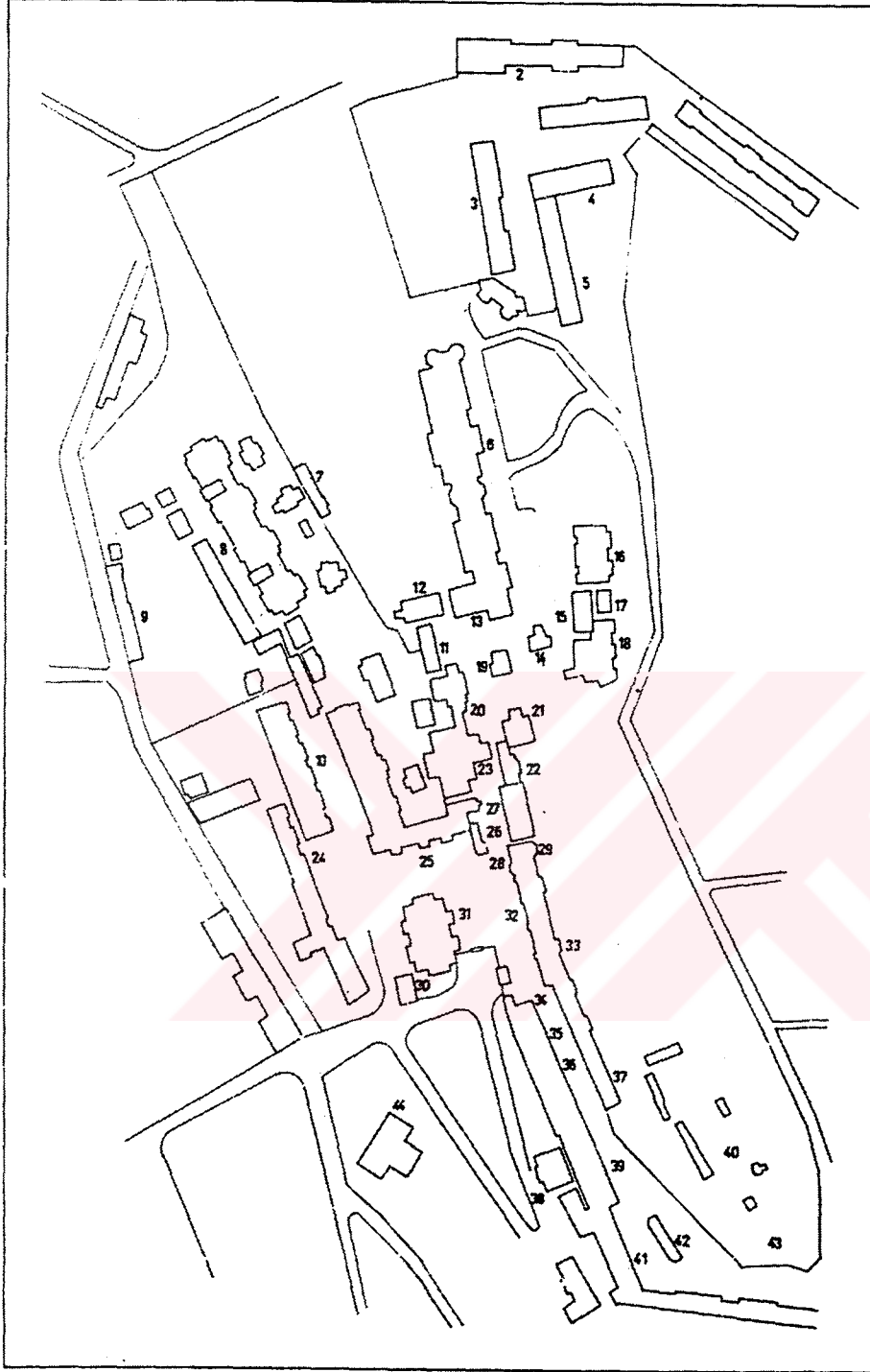
3. Yıldız Sarayı:

Topkapı ve Dolmabahçe Saraylarından sonra Osmanlı İmparatorluğunun son “Saray-ı Hümayun”u olan Yıldız Sarayı, Yıldız tepesinden Beşiktaş’a oradan da Ortaköy’e kadar uzanan geniş bir arazi üzerinde, Boğaz’a hakim bir tepede yer alan köşk ve kasırların oluşturduğu saray kompleksidir. Av sahası olarak kullanılan bölgede ilk olarak Sultan III. Selim(1789-1807), annesi Mihrişah Sultan için bir köşk yaptırmış, daha sonra Sultan II.Mahmut(1808-1839) bu bölgeye adını veren Yıldız Köşkünü inşa ettirmiştir. Sultan Abdülmecit(1839-1856) bu köşkü yıktırarak 1842 yılında annesi Bezm-i alem Valide Sultan için “Kasr-ı Dilküşa” adlı köşkü yaptırmıştır. Bölgedeki yapılaşma Sultan Abdülaziz(1861-1876) döneminde gelişme göstermiş ve günümüze kadar gelen Büyük Mabeyn Köşkü, Çit Kasrı, Malta ve Çadır Köşkleri inşa edilmiştir.⁷⁹ Sultan Abdülaziz’in tahttan indirilmesinden sonra Sultan V. Murat 92 gün süren saltanatı süresince Yıldız Sarayı’nda oturmuştur. Sultan Murat’ın akli rahatsızlığı nedeniyle tahttan indirilmesiyle kardeşi Sultan II. Abdülhamit tahta çıkmıştır. Sultan II. Abdülhamit(1876- 1909) Dolmabahçe Sarayını terk ederek 7 Nisan 1877 tarihinde Yıldız Sarayına taşınmış ve burası Sultan II. Abdülhamit’in 33 yıllık saltanatı boyunca devletin yönetim merkezi olarak kullanılmıştır. Sultan II. Abdülhamit zamanında burada Küçük Mabeyn, Harem binaları, Cariyeler Dairesi, Şale Köşkü, Cihannüma Köşkü, Kızlarağası Köşkü, Yıldız Camii, Tiyatro, Marangozhane, Eczahane, Tamirhane, Kilithane, Çini Atölyesi, Kütüphane ve Şehzadeler Köşkleri eklenerek 80 dönümlük bir arazi üzerinde bugünkü Saray kompleksi ortaya çıkmıştır. Sarayın yapımında Agop ve Sarkis Balyan ve Raimondo d’Aronco mimar olarak görev almıştır. Büyük Mabeyn, Şale, Küçük Şale köşkü, Malta ve Çadır köşkleri projeleri Sarkis ve Agop Balyan tarafından, kış bahçeleri ve seralar, Harem köşkü, Yaveran köşkü, ahırlar, tiyatro, sergi binası ise d’Aronco tarafından yapılmıştır. Sultan II. Abdülhamit’in 1909’da tahttan indirilmesiyle Saray-ı Hümayun’luğu sona eren Yıldız Sarayı yapıları daha sonraki padişahlar tarafından da zaman zaman kullanılmıştır. Yıldız Sarayı Cumhuriyetin ilanından sonra uzun süre boş kalmış, kütüphanedeki değerli eserler İstanbul Üniversitesi’ne aktarılabilmiş, taşınabilir diğer eşyalar da başka saraylara dağıtılmıştır.⁸⁰ 1930 yılından sonra Yıldız Sarayı Harp Akademileri binası olarak kullanılmış, 1978 yılında Akademi’nin buradan ayrılmasıyla Kültür bakanlığına bırakılmıştır.

Yıldız Saray Kompleksindeki bazı binalar zaman içerisinde el değiştirmiştir. Yıldız Sarayı planı ve binaların eski yıllarda ve günümüzdeki kullanım şekli aşağıdaki gibidir:

⁷⁹ Bülent Bilgin Geçmişte Yıldız Sarayı İst: Yıldız Sarayı Vakfı .1998 s.13

⁸⁰ Bülent Bilgin, a.g.e.s.19



- Yıldız Sarayı'nın yerleşim planı:
- 1- Av Köşkü (Talmihane Köşkü),
 - 2- Ahurlar, 3- Hasahır,
 - 4- Çiçeklik,
 - 5- Limonluk,
 - 6- Şale Köşkü, 7- Eski Elektrik Fabrikası,
 - 8- Şehzadegan Daireleri,
 - 9- Dershane,
 - 10- Agavat Dairesi,
 - 11- Gedikli Cariyeler,
 - 12- Usta Kalfalar,
 - 13- Çiçek Serası,
 - 14- Kızlaragası Dairesi,
 - 15- Kadın Efendiler Dairesi,
 - 16- Kadın Efendiler Dairesi,
 - 17- Hazinekar Usta Kadın Dairesi,
 - 18- Cariyeler Dairesi,
 - 19- Musahip Ağalar Dairesi,
 - 20- Saray Tiyatrosu,
 - 21- Hususi Daire,
 - 22- Kaskat Köşkü,
 - 23- Hünkâr Dairesi,
 - 24- Kılar-ı Hümayun,
 - 25- Çit Kasrı,
 - 26- Limonluk Köşkü,
 - 27- Küçük Mabeyin,
 - 28- Harem İç Kapısı,
 - 29- Hünkâr Hamamı,
 - 30- Set Köşkü,
 - 31- Büyük Mabeyin,
 - 32- Yaveran ve Bendegan Dairesi,
 - 33- Marangozhane,
 - 34- Hususi Kiler,
 - 35- Hünkâr Mutfakı,
 - 36- Silahhane,
 - 37- Güzel Sanatlar Galerisi,
 - 38- Dış Karakol,
 - 39- Arabacılar Da.,
 - 40- Ada Köşkü,
 - 41- Arabalık,
 - 42- Eczahane,
 - 43- Cihannüma Köşkü,
 - 44- Yıldız Camii.
- Eldem, *Türk Evi*'nden yararlanarak

Plan 3. Yıldız Sarayı Yerleşim Planı

Şale Köşkü: Sultan Abdülhamit tarafından Alman İmparatoru II. Wilhelm'in gelişi için 1898 yılında yaptırdığı ve daha sonra da devlet konuklarının ağırlandığında kullanılan Köşk, 1976 yılına kadar Devlet Konuk Evi olarak kullanılmıştır. Milli Saraylar Daire Başkanlığına bağlı olan köşk 1984 yılında saray müze olarak ziyarete açılmıştır.(bkz.Plan 3.no:6)

Malta Köşkü: 1979 yılında Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu (TTOK), İstanbul Belediyesi ile bir sözleşme imzalayarak köşkün onarımı ve işletmesini üstlenmiştir, daha sonra 1994'te sözleşmeye son verilerek Köşk, İstanbul Belediyesinin işletmesine bırakılmıştır.⁸¹ Günümüzde Yıldız Parkı içinde kafe-restoran olarak hizmet vermektedir.

Çadır Köşk: TTOK tarafından Malta Köşkü ile birlikte onarımı ve işletmeciliği üstlenilmiş, 1984 yılına kadar Tanzimat Müzesi olarak kullanılmış, daha sonra müze Gülhane Parkındaki yeni yerine taşınıncaya Çadır Köşkü yeniden İstanbul Belediyesine devredilmiştir.⁸² Günümüzde kafe-restoran olarak kullanılmaktadır.

Çit Kasrı: Sultan Abdülaziz döneminde diplomatik personel ve elçilerin kabulü için yapılmıştır. Cumhuriyetin ilk yıllarında Harp Akademileri kütüphanesi olan bina, 1985'te restore edildi, şu anda IRCICA (İslam Kültür, Tarih ve Sanat Araştırma Vakfı) tarafından kullanılmaktadır.Bkz. Plan3. no: 25)

Çukur Saray: Orijinalinde bekar ve dul sultanların daireleri olan binalar, Cumhuriyet kurulduktan sonra Yıldız Teknik Okulu Öğrenci Pansiyonu olarak kullanılmıştır, günümüzde ise Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü olarak kullanılmaktadır.

Damatlar Dairesi: Padişah kızlarıyla evlenen damatların yaşadıkları binalar. Önceleri Yıldız Teknik Okulu Merkez Binası olarak kullanılan yapı günümüzde YTÜ Mimarlık Fakültesi Binasıdır.

Agavat Dairesi: Orijinalinde Harem ağalarının dairesi olan bina, bir dönem Polis Okulu olarak kullanıldıktan sonra 1978'de Kültür Bakanlığına bağlanmıştı, bugün YTÜ bünyesinde, Sahne Sanatları Bölümü olarak kullanılmaktadır.⁸³ (Bkz. Plan.3 , no: 10)

⁸¹ Çelik Gülersoy, "Yıldız Sarayı" Dünden Bugüne İstanbul Ansiklopedisi, İst: Kültür Bak. Ve Tarih Vakfı Ortak Yay. 1994 s.520

⁸² Pars Tuğlacı, Osmanlı Mimarlığında Balyan Ailesinin Rolü , İst: Yeni Çığır Kitabevi, 1993 s.577

⁸³ Fuad Edgü, Yıldız Sarayı Tarihçesi, İst: Harb Akademileri Basımevi, 1962. s. 82

Kilerciler Dairesi: 1975 yılına kadar Harp Akademileri Personel lojmanı olarak kullanılmıştır.

Büyük Mabeyn Köşkü: Yıldız Saray kompleksindeki binaların en büyüğüdür, 1866 yılında Sultan Abdülaziz tarafından dinlenme kasrı olarak yaptırılmıştır. Sultan II. Abdülhamit'in Yıldız Sarayı'na taşınmasından sonra Mabeyn Dairesi olarak kullanılmıştır⁸⁴.1976 yılına kadar Harp Akademileri Kumandanlık binası olarak kullanılmış, şu anda Kültür Bakanlığına bağlıdır, restorasyonu devam etmektedir.(Bkz.Plan 3, no: 31)

Yaveran Dairesi : Raimondo d'Aronco tarafından tasarlanmış olan dikdörtgen biçiminde bina, beş ayrı girişe sahiptir. Binada yaverlere ayrılmış odaların yanısıra telgrafhane ve şifahane bulunmaktadır⁸⁵. Günümüzde IRCICA tarafından kullanılmaktadır.(Bkz. Plan3, no.32)

Saray Tiyatrosu: Günümüze ulaşan tek Osmanlı saray tiyatrosudur, 1889 yılında Sultan II. Abdülhamit tarafından yaptırılan tiyatronun tavanları mavi zemin üzerine yıldız motifleriyle süslenmiştir. Tiyatro salonunun yanları localar şeklinde düzenlenmiştir, kapı girişinin üzerinde Padişah locası bulunmaktadır. Tiyatro günümüzde Kültür ve Turizm Bakanlığına bağlı, asıl işlevine uygun bir şekilde ziyarete açıktır. (Bkz. Plan3, no.20)

Küçük Mabeyn Köşkü: Sultan Abdülhamit tarafından 1900 yılında Raimondo D'Aronco'ya yaptırılmıştır. Padişah'ın yemek, dinlenme, kabul, çalışma ve yatak odaları bu bölümdeydi. Kültür Bakanlığına bağlı müze olarak düzenlenmiş ve 2002 yılında ziyarete açılmıştır. Küçük Mabeyn'in alt katında yemek odası olarak düzenlenmiş salonda 27 Nisan 1909 tarihinde Sultan II. Abdülhamit'e tahttan indirildiği bildirilmişti. Günümüzde bu salonda bu tarihi anın resmedildiği bir tablo sergilenmektedir. (Bkz.Plan3, no. 27)

Marangozhane: Marangozluğa meraklı olan ve kendi yaptığı el oyması eserleri bulunan bina Sultan II.Abdülhamit tarafından yaptırılmıştır. Müze düzenlemesi yapılan binada Sultan Abdülhamit'in marangozluk aletleri, kişisel eşyaları, Padişah'a verilen armağanlar, Yıldız Porselen Fabrikasında üretilen porselenler sergilenmektedir.(Bkz. Plan3, no.33)

⁸⁴ ParsTuğlacı, a.g.e. s. 558

⁸⁵ Bülent Bilgin. a.g.e. s. 15

Silahhane: Sultan Abdülhamit tarafından yaptırılmış, dikdörtgen, ince ve uzun bir binadır, bir dönem Silah Müzesi olarak kullanılan yapı günümüzde sergi, konser gibi etkinlikler için kullanılmaktadır.(Bkz. Plan3, 36)

Güzel Sanatlar Galerisi : 1989'da Şehir Müzesi olarak düzenlenmiştir. İstanbul Büyükşehir Belediyesi bünyesinde dir.(Bkz. Plan3, no.37)

Arabacılar Dairesi: Günümüzde Tarih Vakfı tarafından kullanılmaktadır.(Bkz. Plan 3, no.39)

Dış Karakol Binası: Mimarlar Odası tarafından kullanılmaktadır.(Bkz. Plan3, no.39)

Ahırlar: İstabl-ı Amire-i Ferhan binası Milli Saraylar Daire Başkanlığına bağlıdır, onarım ve restorasyonuna 1992 yılında başlanmıştır.

Yıldız Porselen Fabrikası: 1894 yılında Sultan Abdülhamit tarafından kurulmuştur, Abdülhamit'in tahttan indirilmesinden sonra kapatılmış, Cumhuriyet döneminde Sümerbank tarafından işletilmiştir.1995 yılında Milli Saraylar Daire Başkanlığına bağlanmıştır

3.1. Yıldız Sarayı Müzesi'nde Tanıtım Uygulamaları: Yıldız Sarayı 1994 yılında müze olarak ziyarete açılmıştır. Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı Yıldız Sarayı'nı yılda ortalama 10.000 kişi gezmektedir.

Geziye açık olan bölümler ve Saray Gezisi: Yıldız Sarayı bünyesinde yer alan binalar farklı kurumlar tarafından kullanılmaktadır, günümüzde müze olarak ziyarete açık binalar şunlardır: Küçük Mabeyn, Saray Tiyatrosu, Hünkar Hamamı ve Marangozhane dir.

Yıldız Sarayı'nın Marangozhane bölümünde müze düzenlemesi yapılmış, nesneler vitrin içinde sergilenmektedir, etiketleme yapılmıştır, İngilizce ve Türkçe olmak üzere hazırlanan etiketlerde sergilenen nesnenin tarihi ve hangi amaçla kullanıldığı yazılıdır. Küçük Mabeyn bölümünde ise özgün haline uygun biçimde sergileme yapılmaktadır.

Sarayın müze düzenlemesi yapılmış bölümünü ziyaretçiler kendi başına gezmektedir, Küçük Mabeyn, Tiyatro ve Hamam ise koruma görevlisi eşliğinde gezilmekte, görevli bölümlerle ilgili kısa bilgiler vermektedir.

Ulaşılabilirlik: Yıldız Sarayı Müzesi toplu taşıma araçları ile kolaylıkla ulaşılabilir konumdadır. Beşiktaş'tan Zincirlikuyu yönüne giden tüm otobüs ve dolmuşlarla veya yaya olarak Müzeye kolaylıkla ulaşılmaktadır.

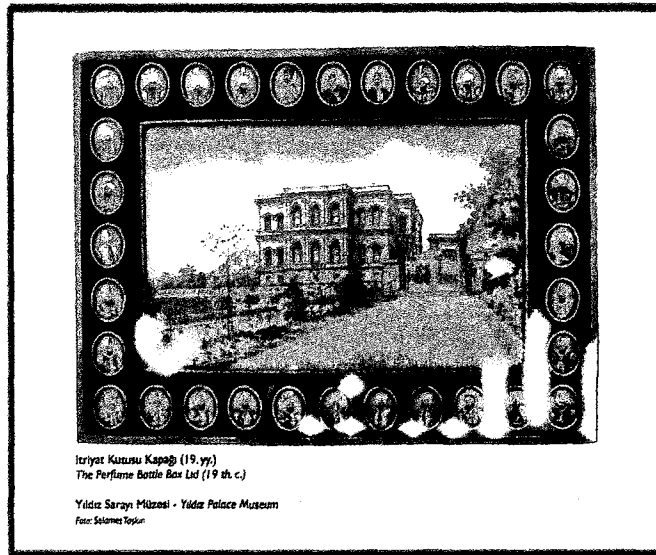
Park Alanları: Yıldız Sarayı Müzesinin önünde küçük bir otopark bulunmaktadır, otopark Yıldız Sarayı Vakfına aittir.

Kafeterya: Yıldız Sarayı Müzesinde kafeterya bulunmamaktadır.

Satış dükkanları: Yıldız Sarayı bünyesinde hediyelik eşya satış reyonu bulunmamaktadır.

Sanal Ortam: Yıldız Sarayı Müzesinin kendine ait bir web sitesi bulunmamaktadır. Sarayla ilgili kartpostal ve kitapçıklar Danışmada satılmaktadır

Basılı ve Görsel Malzeme: Yıldız Sarayı'nın broşürü bulunmamaktadır, Yıldız Sarayı Vakfı tarafından hazırlanan, Saray'ın ilginç bölümleri ve Hasbahçe' den görüntülerin yer aldığı kartpostalların baskı kaliteleri ve kağıtları oldukça kalitelidir. Aşağıda Yıldız Sarayı Kartpostal örneği yer almaktadır:

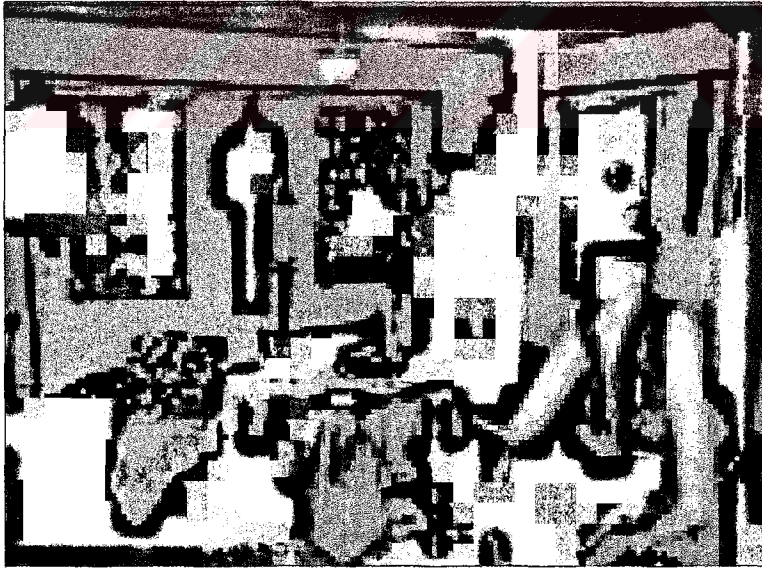


Resim 17. Yıldız Sarayı Müzesi kartpostal örneği

Etkinlikler: Yıldız Sarayı etkinliklere önem vermekte, sık sık Saray konser ve etkinliklere ev sahipliği yapmaktadır. Yıldız Sarayı'nda düzenlenen etkinliklerin bir bölümü 1982 yılında kurulan Yıldız Sarayı Vakfı ve Müze Müdürlüğü tarafından, bir kısmı ise Kültür ve Turizm Bakanlığının onayı ile çeşitli kurum ve kuruluşlar tarafından düzenlenmektedir. Etkinlikler için Saray Tiyatrosu, Silahhane ve Hasbahçe kullanılmaktadır. Ayrıca Istabla-ı Amire-i Ferhan (Ferhan Ahırları yada Hasahırlar) da etkinlikler düzenlenmekte ancak TBMM Milli Saraylar Daire Başkanlığına bağlı olan Hashırlardan basında Yıldız Sarayı bünyesinde olarak söz edilmektedir.

Yıldız Sarayı'nda düzenlenen önemli etkinlikler:

Yamalı Bohça Sergisi: 10-15 Kasım 2003 tarihleri arasında Yıldız Sarayı Silahhane binasında Elizabeth Mazdar ve arkadaşları tarafından “yamalı bohça” sergisi açılmıştır. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın katkılarıyla düzenlenen sergide Mazdar ve arkadaşları Patchwork adı verilen teknikle hazırlanmış tasarımlarını sunmuştur. Aşağıda sergiden bir görüntü yer almaktadır:



Resim 18. Yıldız Sarayı'nda düzenlenen Yamalı Bohça Sergisi

Osmanlılar Konseri: Tuluyhan Uğurlu “7 İstanbul Masalı” projesi çerçevesinde 14 Mayıs 2004 tarihinde Yıldız Sarayı bahçesinde verdiği piyano resitalinde, Osmanlı İmparatorluğu’nun 36 padişahı için 36 ayrı eser seslendirmiştir. Konser sırasında müzikle birlikte minyatürler, gravürler, tablolar ve fotoğraflardan hazırlanmış bir multivizyon gösterisi sunulmuştur.

Klasik Müzik Konseri : 32. Uluslararası İstanbul Müzik Festivali’nde kullanılacak mekanlardan biri de Yıldız Sarayı’dır. Yıldız Sarayı Tiyatrosunda klavsen sanatçısı Leyla Pınar 15 Haziran 2004 tarihinde bir konser verecektir.

Saraydan Kız Kaçırma: II. Uluslararası Boğaziçi Festivali kapsamında, İstanbul Belediyesi Cemal Reşit Rey Opera ve Orkestrası tarafından Wolfgang Amadeus Mozart’ın ünlü yapıtı Saraydan Kız Kaçırma Opereti 22 Haziran 2002 tarihinde Yıldız Sarayı’nda gerçekleşmiştir.

Renklerin İstanbul’u: “Yeşeren, Büyüyen, Süren Kültür ve Uygarlık III” projesi kapsamında Renklerin İstanbul’u adlı okullararası kültür etkinliği Yıldız Sarayında düzenlenmiştir. 5-12 Mayıs 2003 tarihleri arasında gerçekleştirilen etkinlikte İstanbul temalı resim, heykel çalışmaları sergilenmiş, müzik ve dans gösterileri sunulmuştur.

Sonuç olarak, Yıldız Sarayı’nın etkili bir tanıtımının yapıldığını söylemek güçtür. Osmanlı İmparatorluğu’nun son Saray-Humayun’u ve Osmanlı tarihinde önemli olaylara tanıklık etmiş olan Yıldız Sarayı rahat ve ferah müze mekanıyla 2002 yılında İtalya’da Avrupa Müze Forumu(Toplantısı) da Yılın müzesi ödülünü almıştır. Ne yazık ki kolay ulaşılabilir olmasına, iyi düzenlenmiş, ferah bir müze mekanının bulunmasına rağmen tanıtımı yapılmadığı için halk tarafından bilinmemektedir. Günümüzde çeşitli sergi ve etkinlikler için Yıldız Sarayı kullanılmaktadır ancak bu etkinlikler basında çok az yer bulmakta, afiş ve ilanlarla duyurulmadığı için müzenin tanıtımına katkı sağlamadığı görülmektedir. Ayrıca müze içindeki bazı bölümlerin ve Hasbahçe’nin ziyarete kapalı olması, kafeteryanın bulunmaması gelen ziyaretçilerde olumsuz izlenim yaratmaktadır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM



I. BEYLERBEYİ SARAY MÜZESİNİN TANITIM ÇALIŞMALARI

1.Beylerbeyi Sarayı'nın Tarihsel Gelişimi

Beylerbeyi Sarayı'nın Bulunduğu bölgenin geçmişi Bizans dönemine kadar uzanmaktadır. Büyük Konstantin (M.S. 312- 337)'in buraya diktirdiği bir haçtan dolayı bölge “İstavroz” olarak anılmaktaydı. 16. yüzyılda bölgeye Beylerbeyi adının verilmesi de Rumeli Beylerbeyi Mehmet Paşa'nın burada bulunan köşkünden kaynaklanmaktadır.Bölge ayrıca Osmanlı Padişahları tarafından da ilgi görmüş, “Hasbahçe”olarak kullanılmıştır.Sultan I.Ahmet (1603-1617) ve Sultan IV. Murat(1623-1640)'ın buradaki kasırları kullandıkları kaynaklardan anlaşılmıştır.⁸⁶ I.Ahmet İstavroz Bahçesinde, Şevkabad Kasrının civarında bir mescid ve maiyet memurları için ek daireler yaptırmıştı. Padişah yaz mevsimlerinin çoğunu İstavroz Bahçesinde geçiriyordu, bu mevsimlerden birinde Müzab-ü Kabe'yi (Ka'be yağmur oluğu) Beylerbeyi Sarayı'nın bahçesine kurdurduğu bir kuyumcu imalathanesinde ahşap üzerine altın kaplama ile kaplatmıştır.⁸⁷ Sultan IV.Murat'ın Beylerbeyi'ne duyduğu ilgi belki de burada doğmuş olmasından kaynaklanmaktadır.⁸⁸ 1734'te Beylerbeyi bahçesindeki kayıkhaneye genişletilmiş, 1735'te bir köşk eklenmiş ve Sultan I.Mahmut (1730-1754) burada uzun süre kalmıştır.

18.yüzyılın ikinci yarısında Beylerbeyi bölgesi biraz gözden düşmüş, Sultan III.Mustafa (1757-1774) buradaki sarayı yıktırıp araziye halka satmıştır.⁸⁹ Sultan III.Selim (1774-1807)'in tahttan indirilip öldürülmesinden yerine geçen Sultan II.Mahmut(1789-1807), Topkapı Sarayı'nda yaşadığı kötü anıların etkisinden kurtulmak için yeni bir yer arayışına girmiş ve burada ahşap bir saray yaptırmıştır, Saray'ın cephe rengi sarı olduğunda “Sarı Saray” olarak da anılmaktaydı. Kaynaklara göre Beylerbeyi Sarayı,Topkapı Sarayı dışında yönetim merkezi olarak da kullanılmıştır. Moltke'nin anılarında ahşap sarayın cephesinde çok pencere olduğu yani binanın geleneksel Osmanlı saray mimarisine uygun yapıldığından bahsedilmektedir.⁹⁰

⁸⁶ Hakan Gülsün,Beylerbeyi Sarayı.İstanbul:Milli Saraylar Daire Bşk.lığı Yay.1993, s.9

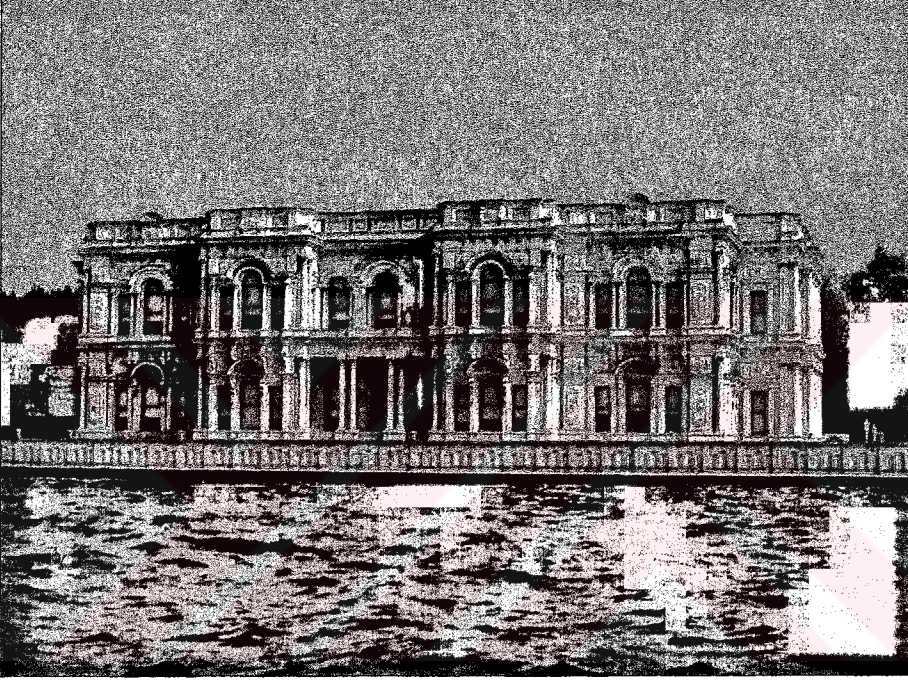
⁸⁷ H.Şehsuvaroğlu, “Beylerbeyi Sarayı”, Asırlar Boyunca İstanbul,Cumhuriyet Gazetesi 17 Temmuz 1946 ,s.246

⁸⁸ Necdet Sakaoğlu,Bu Mülkün Sultanları.İstanbul: Oğlak Yayınları, 1993, s.234

⁸⁹ Hakan Gülsün,a.g.e, s. 9

⁹⁰ H. Von Moltke,Türkiyedeki Durum ve Olaylar Üzerine Mektuplar(1835-1839)(çev.H.Örs),Ankara.1960

II.Mahmut'tan sonra tahta çıkan Sultan Abdülmecid(1839-1861) de Beylerbeyi Sarayı'na önem vermiş, tahta çıkışından sonra tebrikleri burada kabul etmiştir.Bu saray 1851 yılında çıkan yangında harap olduktan sonra 1861 yılında tahta çıkan Sultan Abdülaziz bugünkü sarayı yaptırmıştır. Eski Beylerbeyi Sarayı'ndan günümüze ulaşan yapılar Mermer Köşk ve Beylerbeyi Tünelidir.⁹¹ (Bkz. Plan4, no: 05)Beylerbeyi Sarayı'na deniz tarafından Selamlık ve Harem bahçelerine girişi sağlayan iki ayrı anıtsal kapıdan giriş vardır. Arkaya doğru setler halinde uzanan bahçeler manolya, ıhlamur ve bambu ağaçlarıyla, çeşitli hayvan heykelleriyle süslüdür.



Resim 19. Beylerbeyi Sarayı denizden görünüşü

Beylerbeyi Sarayı geniş bir alana yayılmış yapılardan oluşmaktadır, Saray kompleksini oluşturan binalar Ana Bina, Deniz Köşkleri, Sarı Köşk, Paşa Dairesi,Ahır Köşkü, Muzıka Dairesi,Geyiklik, Aslanhane, Güvercinlik ve Büyük Kuşluk'tur. Bu yapılardan Deniz Köşkleri, Sarı Köşk , Mermer Köşk ve Ahır Köşk günümüze kadar gelmiştir.

Deniz Köşkleri: Çadır biçiminde çatılara sahip deniz köşklerinin giriş önlerinde kubbeli revaklı bölümler vardır. Selamlık ve Harem bahçelerindeki deniz köşkleri bir ana mekan ve yanlarında servis odalarından oluşmaktadır. Günümüzde ziyarete kapalıdır, zaman zaman önemli devlet protokollerine ikramda bulunmak için kullanılmaktadır.(Bkz.Plan 4, no: 02, 03)

⁹¹ Hakan Gülstün, a.g.e, s.11

Sarı Köşk: Üst set bahçesinde Büyük Havuzun solunda yer alan Sarı Köşk Ana binayla aynı dönemde yapılmıştır. Mimari ve süsleme açısından ana binayla bütün oluşturan Köşk bodrumla birlikte üç katlıdır. Her katta ortada bir ana salon ve bu salonun her iki yanında bu salona açılan iki oda yer almaktadır. Saray'ın Harem bahçesiyle aynı doğrultuda yer aldığından Sarı Köşk'ün Padişah'ın özel yaşantısı için kullanılma olasılığı yüksektir.⁹² Sarı Köşk 1980'li yıllarda çocuklar için çeşitli etkinliklerde kullanılmıştır. Günümüzde ziyarete kapalıdır. (Bkz.Plan 4, no: 04)

Mermer Köşk: Sertab Köşkü olarak da adlandırılan bu köşk II. Mahmud döneminde yaptırılmıştır. Yazın sıcak günlerinde serin bir ortamda oturmak için yaptırılmıştır. Tek katlı Köşk'ün ortasında büyük bir mermer sofa ve her iki yanında birer oda yer almaktadır. Köşkün en dikkat çeken özelliği ortadaki fiskiyeli havuzdur, havuzun her iki yanında mermer döşemeye oyulmuş su yolları ile yan duvarlardaki selsebillere bağlıdır.⁹³ Günümüzde ziyarete kapalı olan bölümlerden biridir. (Bkz. Plan 4, no:05)

Ahır Köşk: Saray atlarının bağlandığı Köşk, 1865 yılında Sultan Abdülaziz tarafından yaptırılmıştır. Ahırın ortasında atların su içmesi için mermer bir havuz vardır, atlar için sağ ve sol yanlarda yirmi bölüm ayrılmıştır. At başı motifli fenerler Köşk'ün en dikkat çekici özelliklerinden biridir. Ziyarete kapalıdır, zaman zaman etkinlikler için kullanılmaktadır.

(Bkz. Plan4, no: 06)

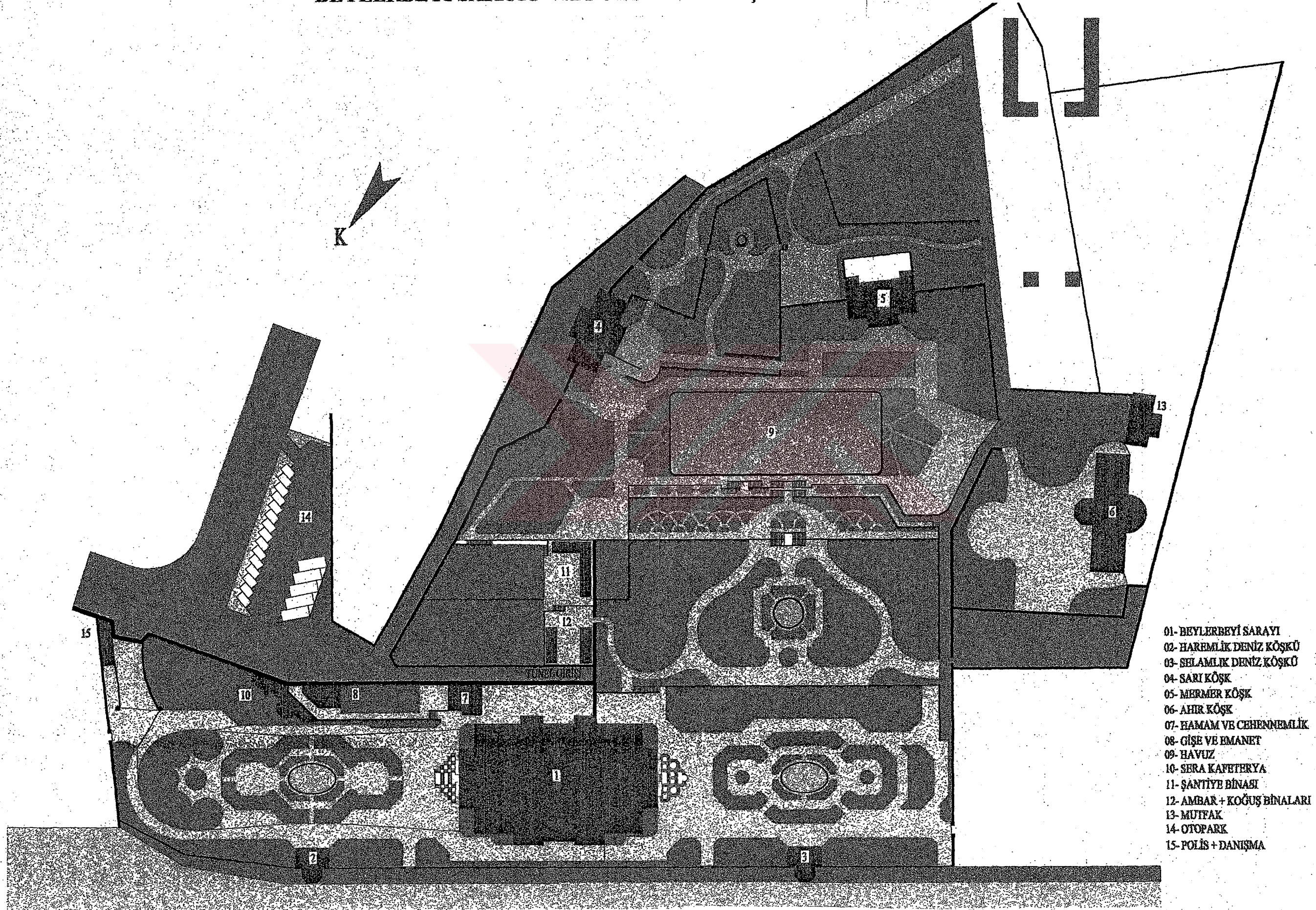
Beylerbeyi Sarayı'nın dış cephelerinde Osmanlı İmparatorluğunda 18.yüzyıldan beri görülmeye başlayan batı etkisi hakimdir, Neo-klasik, Barok ve Ampir mimarlığının öğeleri ön ve yan cephelerde görülür. Binanın iç mekanlarında geleneksel süsleme öğeleri ağırlıklıdır, yapı olarak Saray geleneksel Türk Evi planında görülen Selamlık ve Harem bölümlerine ayrılmıştır. Geleneksel planı ve Batılı tarzda bezemeleriyle Beylerbeyi Sarayı, mimaride Batılılaşmaya geçiş döneminin bir örneğidir.

Beylerbeyi Sarayı Osmanlı padişahlarının yazlık sarayı olmasının yanı sıra, zaman zaman "Devlet Konuk Evi" olarak da kullanılmış,yabancı devlet konukları sarayda konaklamışlardır. Bu konukların en ünlüleri Fransa İmparatoriçesi Eugenie(1869), Avusturya-Macaristan İmparatoru Franz Joseph(1869), İran Şahı Nasıreddin(1873), Karadağ Prensi Nikola (1874)dır. Sarayda ayrıca Cumhuriyet'in ilanından sonra 1934 yılında İran Şahı

⁹² Hakan Gülsün, a.g.e. s. 72

⁹³ Pars Tuğlacı, a.g.e. s. 417

BEYLERBEYİ SARAYI VAZİYET PLANI Ölçek: 1/1000



- 01- BEYLERBEYİ SARAYI
- 02- HAREMLİK DENİZ KÖŞKÜ
- 03- SELAMLIK DENİZ KÖŞKÜ
- 04- SARI KÖŞK
- 05- MERMER KÖŞK
- 06- AHIR KÖŞK
- 07- HAMAM VE CEHENNEMLİK
- 08- GİŞE VE EMANET
- 09- HAVUZ
- 10- SERA KAFETERYA
- 11- ŞANTIYE BİNASI
- 12- AMBAR + KOĞUŞ BİNALARI
- 13- MUTFAK
- 14- OTOFARK
- 15- POLİS + DANIŞMA

İSTANBUL BOĞAZI

Plan 4 - Beylerbeyi Sarayı Planı

Rıza Pehlevi de konuk edilmiştir. Sultan II.Abdülhamit ömrünün son 6 yılını burada geçirmiş ve 1918 yılında burada vefat etmiştir.

Cumhuriyetin ilanından dört ay sonra 3 Mart 1924 tarihinde çıkarılan 431 sayılı Yasa ile Halifelik kaldırılmış, padişahın sarayları, köşkleri, kasırları ve her türlü emlakı ile mefruşatı, bu yasanın 8. 9. ve 10. maddeleri ile millete intikal ettirilmiştir. 19 Ocak 1925 tarihli Bakanlar Kurulu Kararnamesi ile de Dolmabahçe Sarayı ve Beylerbeyi Sarayı Milli Saraylar ismi altında muhafaza edilmek üzere, kurulacak Milli Saraylar Müdürlüğü yönetimine bırakılmıştır. Aynı yıl içinde, Yıldız-Şale, Aynalıkavak ve Küçüksu Kasrı, 1930'da Yalova Atatürk Köşkleri, 1966'da İhlamur Kasrı, 1981 yılında Maslak Kasırları bu müdürlüğe bağlanmıştır.⁹⁴ Beylerbeyi Sarayı 1983 yılında müze olarak ziyarete açılmıştır.

2. Beylerbeyi Sarayı'nın Konumsal Önemi

Beylerbeyi Sarayı İstanbul boğazının Anadolu yakasında, Asya ve Avrupa kıtalarını birleştiren Boğaziçi Köprüsü'nün Asya ayağında yer almaktadır. Osmanlı Sultanlarının yazlık sarayı olarak kullanılan bu saray şu anda saray-müze olarak hizmet vermektedir. Gerek mimari ve tarihi özellikleri gerekse bahçeleri ve konumu nedeniyle yerli ve yabancı ziyaretçiler tarafından çek beğenilmektedir. Müzelerin içerdiği koleksiyonlar ve sergilerin yanı sıra müzenin konumu ve kolay ulaşılabilir olması da ziyaretçi sayısına etki eden etkenlerdendir. Beylerbeyi Sarayı hem karadan hem de denizden kolay ulaşılabilir bir konumdadır, kendi aracıyla gelen ziyaretçiler için Avrupa yakasından Asya' ya geçişi sağlayan Boğaz Köprüsü çıkışında tabelalarla yönlendirilerek birkaç dakika içinde ulaşılabilir. Köprü ayaklarına yakın olmasından dolayı trafik yoğunluğu olmamaktadır. Müzede ziyaretçiler için ücretsiz, 40 araçlık geniş bir otopark bulunmaktadır. Toplu taşıma araçları ile de Beylerbeyi Sarayı'na ulaşım oldukça kolaydır, Üsküdar'dan ve Kadıköy'den otobüs ve dolmuşlarla kolaylıkla ulaşılabilir. Ayrıca Beylerbeyi İskelesi'ne yanaşan Şehir Hatlarının Boğaz Hattı vapuru ile müzeye deniz yoluyla ulaşılabilir. Yabancı turistlerle çalışan acenteler turistleri kendi araçlarıyla gruplar halinde saraya getirebildikleri gibi tekne kiralayarak da denizden saraya ulaşımı sağlamaktadır.

Beylerbeyi Sarayı, deniz ve karadan kolay ulaşılabilir olmasına karşılık ziyaretçi sayısı istenilen düzeyde değildir. Bunun en önemli sebeplerinden biri Beylerbeyi Sarayı'nın

⁹⁴ www.millisaraylar.gov.tr

bulunduğu bölgenin diğeri tarihi ve turistik mekanlara uzak olmasıdır. Saray'ın ziyaretçisi sadece müzeyi gezmek için bu bölgeye gelecektir, burayı gezdikten sonra gidebileceğı başka bir tarihi mekan bulunmamaktadır; Sultanahmet bölgesi ile karşılaştırıldığında şu sonuç ortaya çıkmaktadır: Sultanahmet bölgesinde Aya Sofya, İslam eserleri Müzesi, Yerebatan Sarnıcı gibi birkaç tarihi mekan yürüme mesafesinde birbirine yakın bulunmaktadır, ziyaretçi bir gününün ayırarak tüm bu eser ve müzeleri fazla yorulmadan ziyaret edebilir ve zamandan tasarruf edebilir. Oysa Beylerbeyi Sarayı'nı gezmek için tüm gününü ayırarak Anadolu yakasına geçecek ve bu müzeyi gezdikten sonra da bu müzenin yakınlarında gezeceğı başka bir yer bulunmadığı için geri dönmek zorunda kalacaktır. Beylerbeyi Sarayı'na gelen ziyaretçilerin gezi sonrasında en çok sordukları sorulardan biri: "Bu bölgede görebileceğimiz başka bir tarihi veya turistik mekan var mı?" sorusudur.

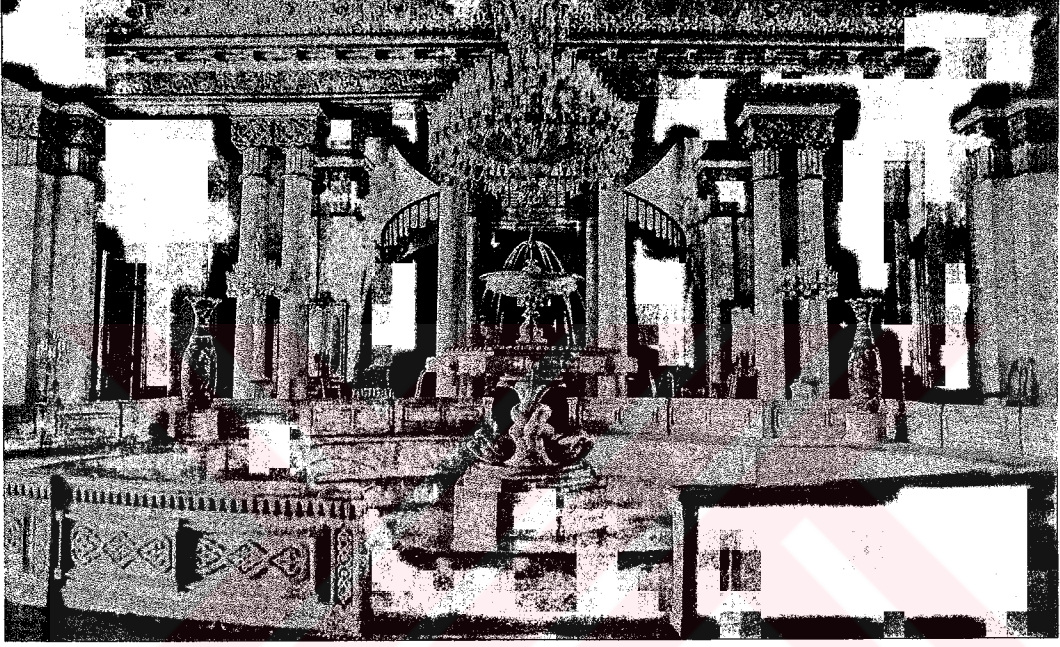
Beylerbeyi Sarayı'nın şehrin iş ve eğlence merkezine uzaklığı da bir dezavantaj olmaktadır. Dolmabahçe Sarayı ile karşılaştırdığımızda Taksim, Beyoğlu, Beşiktaş gibi merkezi bölgelere yakın bulunan Dolmabahçe Sarayı'nın ziyaretçi sayısının çok daha fazla olduğunu görmekteyiz. Bu bağlamda Beylerbeyi Sarayı'nın yoldan geçerken tesadüfen müzeye gelen ziyaretçisi Dolmabahçe Sarayı'na oranla yok denecek kadar azdır. Bu dezavantajlar göz önünde bulundurularak Beylerbeyi Sarayı'nın daha çok ziyaretçi çekebilmesi için diğeri müzelere göre daha etkili bir tanıtıma gereksinimi vardır.

3. Beylerbeyi Sarayı'nın Tanıtımında Mekanların Önemi

3.1. Beylerbeyi Sarayı'nın Ziyarete Açık Mekanları:

Beylerbeyi Sarayı Müzesi Ana Bina dışında Sarı Köşk, Mermer Köşk, Ahır Köşk gibi binalarının da bulunmasına rağmen sadece Ana Bina ziyarete açıktır. 19. yüzyıl Osmanlı saray mimarisinin özelliklerini taşıyan Saray Ana Binası bodrumuyla beraber üç kat üzerinde 24 oda, 6 salon, 2 hamam, 2 banyo ve 7 tuvaletten oluşmaktadır. Yazlık bir mekan olması sebebiyle yapıda ısıtma ile ilgili hiçbir sistem bulunmamaktadır. Saray Ana binası geleneksel Harem ve Selamlık olmak üzere iki ana bölümden oluşmaktadır. Beylerbeyi Sarayı'na Selamlık, Harem ve saray hizmetlilerine ait iki koltuk kapısı olmak üzere dört ayrı kapıdan giriş yapılmaktadır. Beylerbeyi Sarayı Bohemia Kristallerinden yapılmış avizeleri, Hereke

Halı Fabrikasına ait halı ve kumaşları, duvarları kaplayan ahşap işleri ve sedef kakmalı mobilyaları ile ünlüdür. Saray tavanlarında Sultan Abdülaziz'in deniz merakını yansıtan gemi tabloları yer almaktadır. Beylerbeyi Sarayı'nın en gösterişli bölümleri bayramlaşma ve resmi törenlerin yapıldığı Mavi Salon, Parkeli Oda, Havuzlu Salon ve mobilyalarında gemici düğümü şeklinde motifler yer alan Halatlı Oda'dır. Beylerbeyi Sarayı günümüzde yerli ve yabancı ziyaretçilere açıktır. Saray rehberli turlar halinde gezdirilmektedir. Aşağıda Saray gezi güzergahında en beğenilen bölümlerden bir Havuzlu Salon'un resmi yer almaktadır.



Resim 20. Havuzlu Salondan Görünüm

3.2. Kafeterya, satış reyonu, set bahçeleri

Kafeterya : Son yıllarda müzelerde ziyaretçiyi müzede mümkün olduğu kadar çok tutabilmek amacıyla gezi öncesinde ve gezi sonrasında dinlenebileceği, bir şeyler yiyip içebileceği kafeterya ve restoranlara önem verilmeye başlanmıştır. Kafeteryada hizmet kalitesi ve yiyecek çeşitliliği çok önemlidir. Müzeyi gezen ziyaretçi gördüklerini sindirebilmek, yorgunluğunu atabilmek amacıyla kafeteryada oturmakta, iyi servis, güler yüzlü kafe personeli ve sıcak bir ortam, ziyaretçinin kafede daha çok zaman geçirmesini ve müzeden memnun ayrılmasını sağlamaktadır.

Beylerbeyi Sarayı'nın tek kapalı kafeteryası olan Sera Kafe ziyaretçilerin çıkış yolu üzerinde bulunan Harem bahçesinde yer almakta, buna karşın ziyaretçi girişinin gerçekleştirildiği Selamlık bahçesinde bir kafeterya bulunmamaktadır. Beylerbeyi Sarayı'na gelen ziyaretçilerin saray gezisini beklerken bir şeyler yiyip içebilmeleri için yaklaşık 200 metrelik bir yolu gidip geri dönmeleri gerekmekte bu da onların kafeteryadan tur öncesinde faydalanmalarını zorlaştırmakta, özellikle soğuk ve yağışlı kış aylarında imkansız kılmaktadır. Öte yandan zengin yiyecek çeşitleri insanların kafeteryada daha uzun süre kalmasını sağlayan en önemli unsurlardan biridir. Ne yazık ki Beylerbeyi Sarayı kafeteryası bu açıdan son derece kısıtlıdır, sıcak ve soğuk olmak üzere içecek çeşitleri bulunurken, yiyecek olarak sadece tost bulunmaktadır.(Bkz.Plan4, no:10) Aşağıda Beylerbeyi Sarayı Sera Kafeteryası'nın resmi görülmektedir:

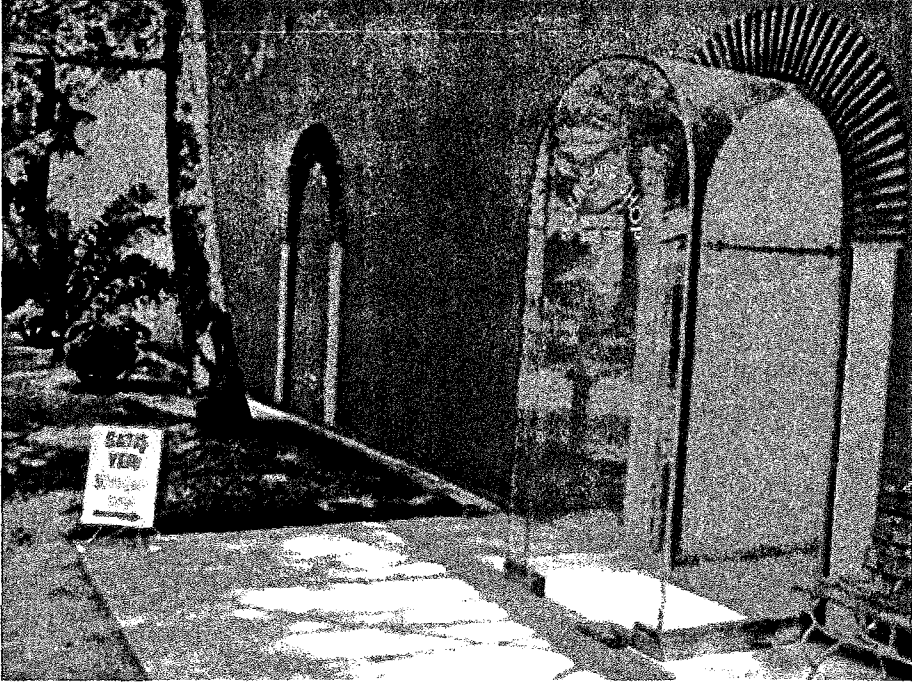


Resim 21. Beylerbeyi Sarayı Sera Kafeteryası

Mayıs 2004 tarihinden itibaren Beylerbeyi Sarayı kafeteryasında sabah kahvaltısı sunulmaya başlanmıştır, ziyaretçiler Saray'ın Harem bahçesinde temiz havada sessiz ve huzurlu bir kahvaltı yapma olanağına sahip olmaktadır. Ancak ne yazık ki personel ve mekan yetersizliği yüzünden bazı aksilikler olmaktadır. Beylerbeyi sarayı kafeteryasında bir garson görevlidir ve özellikle hafta sonlarında bir kişinin bulaşık yıkama, servis yapma ve kasa hesabı yapması oldukça zor olmaktadır. Ayrıca Saray kafeteryasının mutfağı da çok küçük olduğundan kahvaltı için hazırlık yapılması zor olmaktadır. Bu durumda ziyaretçiler servis yapılması için çok beklemektedir.

Satış reyonu: Müzelerin en önemli gelir kaynaklarındandır. Müzeyi gezen ziyaretçilerin evlerine, ülkelerine döndüklerinde gezilerinden bir anı götürmelerine, sevdiklerine hediye etmelerine olanak sağlar. Satış reyonları müzenin kendi bünyesinde olduğu gibi başka kuruma da verilebilmektedir. Günümüzde dünyada pek çok müze satış reyonlarında satılan anı eşyalarının ne derece önemli bir tanıtım malzemesi olduğunun bilincindedir ve bu amaçla müze koleksiyonlarının kopyalarının, kitap,afiş, kartpostal gibi yazılı materyallerin veya magnet, kupa gibi eşyaların satıldığı satış dükkanlarında zengin çeşit olmasına önem vermektedir.

Avrupa'daki bazı müzelerin satış dükkanları internet üzerinden de satış yapmaktadır, Hampton Court Saray Müzesi buna örnek olarak verilebilir. Ülkemizde müzelerde genellikle kartpostal, afiş, kitap gibi eşyalar bulunan klasik tarzda satış dükkanları olduğu görülmektedir, bunların yurtdışındaki müzelerde olduğu gibi daha yaratıcı bir biçimde düzenlenmesi gereklidir. İnceleme konusunu oluşturan Beylerbeyi Sarayı müzesinin satış dükkanı da ülkemizdeki diğer müzelerinkinden farklı değildir. Gerek konum gerekse içerik olarak çağdaş müzecilik normlarından uzaktır. Öncelikle satış dükkanı mekan olarak çok küçüktür ve Saray'ın özgün mekanının bir bölümü kullanıldığından ve dışarıya bakan bir vitrini bulunmadığından ayırt edilmesi zor olmaktadır. İçerik açısından bakıldığında çoğunlukla Yıldız Porselen Fabrikasının ürettiği, Sarayda kullanılan porselenlerin tabak ve kapların kopyalarının satıldığını görmekteyiz. Satış reyonunda kartpostal ve kitap satışı da yapılmaktadır, ancak kartpostallar tezin III. Bölüm, 4.2. de değinileceği gibi görsel ve içerik olarak müzenin tanıtımına uygun değildir. Beylerbeyi Sarayı satış reyonunda satılan eşyalardan biri de şemsiyedir, üzerinde Milli Saraylar logosu bulunan şemsiyeler satılmaktadır, ancak III. Bölüm, 6.1. de değinileceği gibi 1993 yılında üretilen ve iç kısmında Dolmabahçe Sarayı tavan süslemelerinden örneklerin bulunduğu ve o dönemde çok ilgi gören şemsiyeler ne yazık ki artık üretilmemektedir. Beylerbeyi Sarayı satış dükkanının daha yaratıcı ve zengin çeşitli olması, ayrıca konumunun da değiştirilerek daha göz önünde ve ferah bir mekana taşınması gerekmektedir.



Resim 22 a. Beylerbeyi Sarayı Satış Reyonu dıştan görünümü



Resim 22 b. Beylerbeyi Sarayı Satış Reyonu

Set bahçeler: Beylerbeyi Sarayı sadece ilginç bina yapısı ile değil, Osmanlı İmparatorluğu döneminde de yüzyıllarca Hasbahçe olarak kullanılmış üç kattan oluşan teras bahçeleriyle de ünlüdür. Bugün ziyarete kapalı olarak tutulmakta olan bu set bahçelerinin en üst katında olan bahçede 80x30 boyutlarında ve 3 m. derinliğinde bir havuz bulunmaktadır (Bkz. Plan4, no: 09). Havuzun etrafında iki katlı Sarı Köşk, Mermer Köşk ve padişah atları için yaptırılmış Ahır Köşk bulunmaktadır. Bugün bu binalar da ziyarete kapalı tutulmakta, Beylerbeyi Sarayı'na gelen ziyaretçiler sadece ana binayı gezebilmektedir. Ahır Köşk zaman zaman çeşitli etkinlikler sırasında kullanılmaktadır, çeşitli ağaç ve çiçeklerin ve hayvan heykellerinin süslediği bu set bahçesinin Saray'dan ayrı bir araba yolu ve girişi bulunmaktadır, etkinlikler sırasında ziyaretçiler ve konuklar bu girişi kullanmaktadır. Ayrıca üst set bahçesi alt bahçelerden farklı olarak yüksekte kaldığı için güzel bir boğaz manzarasına sahiptir, ne yazık ki bu bahçe gerektiği kullanılmamaktadır.



Resim 23. Beylerbeyi Sarayı Üst Set Bahçesi

II. BEYLERBEYİ SARAYI MÜZESİ'NİN TANITIM ETKİNLİKLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

1. Yüzyüze Tanıtım Yöntemleri

1.1 Rehberlik Hizmetleri:

Beylerbeyi Sarayı yerli ve yabancı ziyaretçilere rehberlik hizmeti sunmakta, tüm geziler rehber eşliğinde yapılmaktadır. Saray'ı gezmeye gelen ziyaretçilere İngilizce, Fransızca, Almanca ve Türkçe dillerinde rehberlik hizmeti verilmektedir. Beylerbeyi Sarayı'nda üç adet İngilizce, bir adet Almanca ve bir adet Fransızca olmak üzere 5 adet rehber çalışmaktadır. Rehberli turlar belli saatlerde, genellikle 15-20 dakikada bir alınmaktadır, grup halinde gelen ziyaretçiler ise rehberin ve koruma görevlisinin hazır olma durumuna göre 5 dakika içerisinde saray gezisine başlamaktadır. Rehberli geziler bir rehber ve bir koruma görevlisi eşliğinde yapılmaktadır, geziler ortalama 30-40 dakika sürmekte, rehberler gezi sırasında belli bir metine sadık kalarak sarayı anlatmakta ve ziyaretçilerden gelen soruları da cevaplamaktadır.

1.2. Halkla İlişkiler Uzmanlarının Bilgilendirmesi Yoluyla Tanıtım:

Milli Saraylar Daire Başkanlığı'na bağlı olarak Basın ve Halkla İlişkiler Bölümü bulunmaktadır ve burada çalışan uzmanlar Milli Saraylar Daire Başkanlığı'na bağlı tüm saray ve köşklerin tanıtımından, basınla olan ilişkilerinden sorumludur. Müze tanıtımında önemli bir yeri olmasına karşılık Beylerbeyi Sarayı kadrosunda Halkla İlişkiler uzmanı bulunmamaktadır.

1.3. Müzeyi Ziyaret Edenlerin Aktarımı:

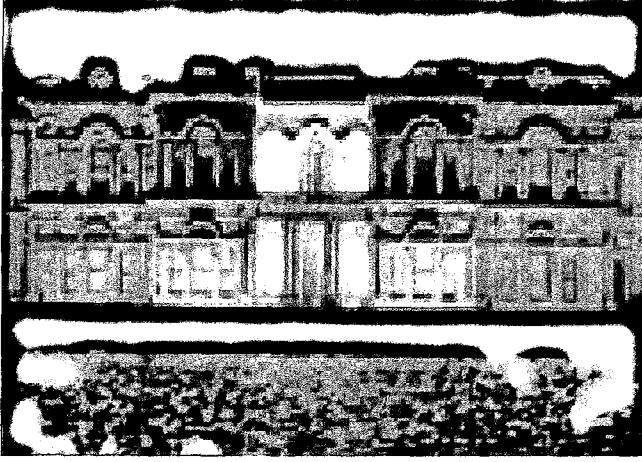
Beylerbeyi Sarayı'nın en önemli ve yaygın tanıtımı daha önce Saray'ı gezmiş olan ziyaretçilerin çevrelerine müzeyi önermesi şeklinde olmaktadır. Müzeyi gezmiş kişiler bir sonraki gelişlerinde ailesini, bir arkadaşını veya şehir veya yurt dışından gelen misafirini beraberinde getirmekte ve bu şekilde başkalarının da müzeden faydalanmasını sağlamaktadır. Zaman zaman Beylerbeyi semtinde ya da yakın semtlerde uzun yıllar oturduğu halde müzeyi henüz gezmediğini ifade eden ziyaretçiler olmaktadır.

2. İletişim Araçları İle Tanıtım

2.1. Televizyon, Radyo, Gazete Yoluyla Tanıtım:

Televizyon programları geniş kitlelere ulaşabilmesi açısından müzelerin tanıtımı için yararlı bir tanıtım malzemesidir. Beylerbeyi Sarayı'nda etkinlik yapıldığında haber programlarında görüntülü olarak Saray'dan söz edilmektedir, bununla birlikte Beylerbeyi Sarayı'nı konu alan tanıtım filmleri ve programlar Saray'ın tanıtımına katkıda bulunmakta ve bu da ziyaretçi sayısına yansımaktadır. Örneğin, 18 Mayıs 2004 tarihinde Samanyolu TV tarafından Beylerbeyi Sarayı'nı tanıtan bir program hazırlanmış, Saray'da iç ve dış mekanlarda çekimler yapılmıştır. Programın yayınlandığı 22 Mayıs 2004 tarihinin Müzeler Haftası'na denk gelmesi ve programda Müzeler Haftası kapsamında Beylerbeyi Sarayı'nın ücretsiz olarak ziyaretçilere açık olduğunun duyurulması ile aynı gün içerisinde Beylerbeyi Sarayı ziyaretçi akınına uğramıştır. Beylerbeyi Sarayı'nın günlük ortalama ziyaretçi sayısı 400-500 kişi arasında iken 23 ve 24 Mayıs 2004 tarihlerinde Saray'ı ortalama 2000 kişi gezmiştir.

Gazetelerde de Beylerbeyi Sarayı'nda düzenlenen etkinliklerin duyurusu ve haberi verilmektedir, en son 31. İstanbul Müzik Festivali'nin açılışı 05.06.2003 tarihinde Beylerbeyi Sarayı'nda düzenlenen konser ve yemekle gerçekleştirilmiş ve basında yer almıştır. Ayrıca 23 Eylül-30 Eylül 2003 tarihleri arasında "Interlight İstanbul 2003 Aydınlatma Fuarı" kapsamında Beylerbeyi Sarayı ışıklandırılmıştır. Aşağıda haber küpürleri görülmektedir:



Beylerbeyi Sarayı'na 'Işıktan' giysi

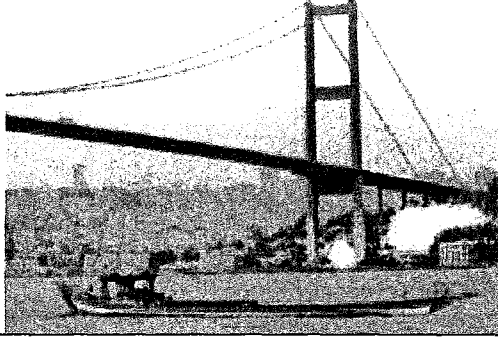
TAHSİN AKSU İstanbul

NTS RAI tarafından bu yıl ikincisi düzenlenen 'Interlight İstanbul 2003 Aydınlatma Fuarı' tarihi Beylerbeyi Sarayı'nın binbir renge bürünmesiyle start aldı. Saray, izleyenleri büyüledi. Fuarın katılımcı firmalarından ve BLV Alman ampul firmasının Türkiye Distribütörü Er Elektronik tarafından gerçekleştirilen proje ile saray, aydınlatma sisteminin oluşturduğu renkli vurgularla çekici bir güzelliğe kavuştu Sarayın cephe aydınlatmasında 42 adet projektör içerisine yerleştirilmiş, 'BLV Colorlite' renkli ampulleri kullanıldı. Saray, 23 - 30 Eylül tarihleri arasında hergün farklı renklerde aydınlatılacak.

1. 25 Eylül 2003 tarihli Milliyet Gazetesi haberi

Beylerbeyi Sarayı Müzesi ile ilgili gazetelerde çıkan haberlerden biri de Sultan Kayıkları Projesiyle ilgili haberdur. Milli saraylar Daire Başkanlığı Dolmabahçe ve Beylerbeyi Sarayı arasında Sultan Kayıkları seferleri düzenlemektedir. Dolmabahçe Sarayı ve Beylerbeyi sarayı arasında günde bir kez 11.30 ve 13.00 saatleri arasında iki Saray gezisini kapsayan Sultan Kayıkları projesi 1 Mayıs'tan itibaren başlamıştır. Aşağıda bu haberin yer aldığı gazete kütürü görölmektedir:

Sultan kayıklarıyla saray turu



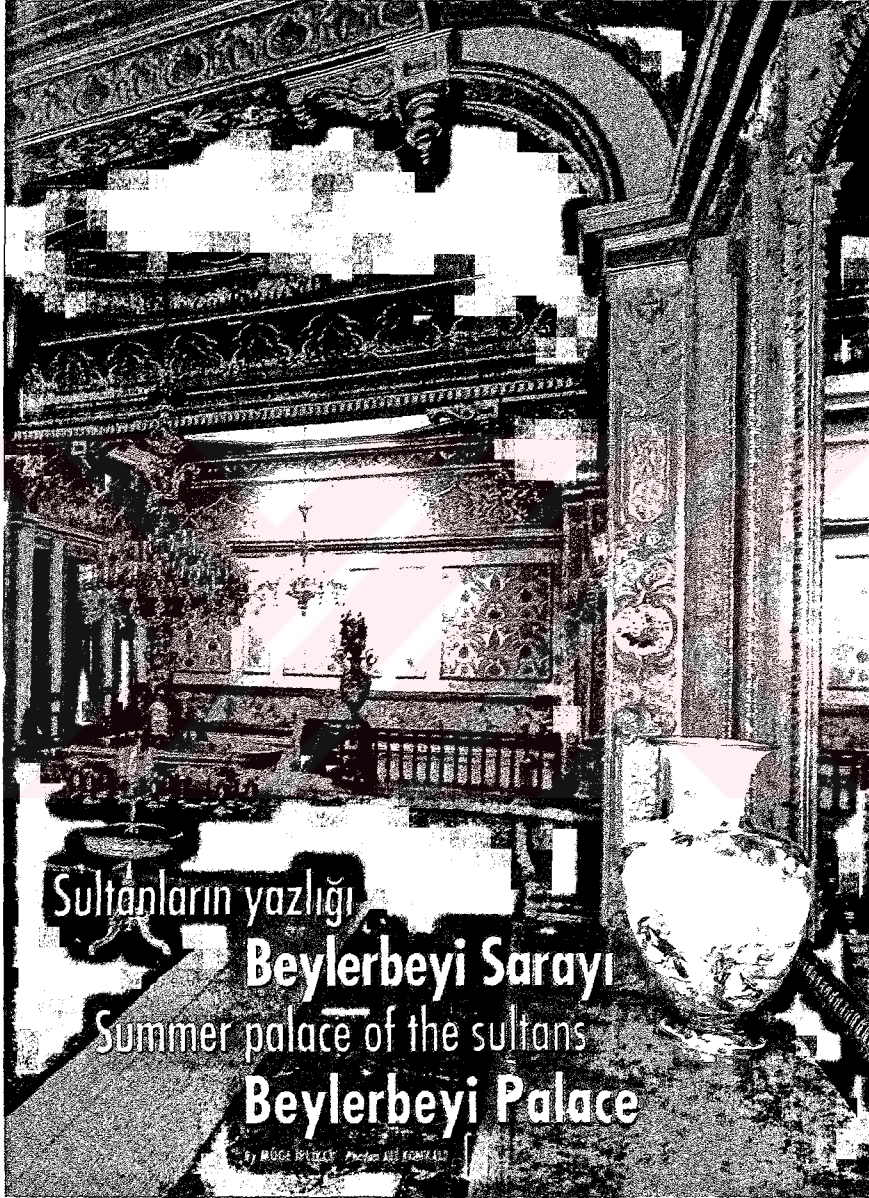
Milli Saraylar Daire Başkanlığı, Dolmabahçe Sarayı ile Beylerbeyi Sarayı arasında "Sultan Kayıkları" ile tur başlattı.

Milli Saraylar Daire Başkanlığı ile Sultan Kayıkları Limited Şirketi arasında imzalanan protokolle uygulamaya konulan ve "Saray Turları" adı verilen paket program, bugün 2 saray arasında "sultan kayıkları" ile yapılan geziyle tanıtıldı.

Turlara ilişkin basın mensuplarına bilgi veren Milli Saraylar Daire Başkanı Cemal Öztaş, tur programının saraylar arası turizm taşımacılığını başlatmak ve turizmi geliştirmek amacıyla başlatıldığını bildirdi.

2. 2 Mayıs 2004 Hürriyet Gazetesi Haberi

Beylerbeyi Sarayı zaman zaman dergilerde de konu edilmiştir; THY Skylife Dergisinin Aralık 2002, 233 nolu sayısında Beylerbeyi Sarayı'na geniş bir yer verilmiş, “Sultanların Yazlığı Beylerbeyi Sarayı” adlı yazıda Saray’la ilgili detaylı bilgi ve resimler yer almıştır. Aşağıda bu yazıdan bir bölüm görülmektedir:



3. Skylife Dergisinde Beylerbeyi Sarayı ile ilgili yazı

1986 yılında Fransa da yayımlanan Maison & Jardin dergisi de 321 nolu Yaz sayısında Beylerbeyi Sarayı'na yer vermiş, Saray'ın iç ve dış mekanlarında çekilmiş resimlerle Saray'ın tanıtımı yapılmıştır. Bu dergide yer alan yazının bir bölümü aşağıdadır:

STYLE

LES DERNIERS FASTES DU BOSPHORE

par Michel de Grèce

A Constantinople, près du pont moderne qui franchit le Bosphore, Beylerbey, le palais des derniers sultans a retrouvé ses fastes d'antan. Michel de Grèce, l'auteur de « La nuit du sérail » publié chez Olivier Orban évoque ici, avec son talent de conteur habituel, le style franco-italo-baroque de cet ancien pavillon de plaisir meublé en Louis XV oriental revu par le XIX^e siècle.

Lorsque, en 1867 le Sultan Abdul Aziz construisit le Palais de Beylerbey, un temps inhabitablement, il en achève l'édification en un temps record. Commentant ce phénomène, le Sultan remarqua que le palais « devait être plaisant ». Allah puisque le soleil avait favorisé les travaux. « A quoi un courtisan bien stylé répondit : « Oh non. Seulement, Allah favorise seulement les pauvres. Il flatte votre Majesté ». Rien que le Sultan portait selon la tradition le titre de « Ombre de Allah sur terre », on peut se demander si Dieu souhaitait vraiment flatter un homme aussi extravagant que Abdul Aziz. Cet extravagant il l'était jusqu'à friser l'insanité qui dormait au fond de lui. Il jetait ses plats à la tête des courtisans qui lui déplaisaient. Il entretenait 5 000 serviteurs dont 100 musiciens. Il commandait à Paris plusieurs services en or massif incrusté de rubis et d'émeraudes et à Londres des pianos par douzaines. Cependant, le temps n'était pas encore venu où en présence de sa cour il poursuivait des poulets volant à travers les salles de réception de son palais et où, réussissant à attraper un de ces volatiles, il lui accrochait au cou la plus haute décoration militaire turque.



Beylerbey au passé composite, tout ici n'est qu'un mélange de styles, d'influences dans une production mêlée d'éléments décoratifs plus riches les uns que les autres. La façade, pourtant, ex-dehors, paraît presque sobre en regard de l'architecture à l'intérieur, somptueuse, marbres, majores, bois précieux et tout, vases gigantesques, lustres colossaux, comme d'habitude.

Abdul Aziz confia l'édification de Beylerbey aux frères Balin. Ces deux Arméniens appartenaient à une véritable tribu d'architectes que la cour employait presque exclusivement depuis des décennies. Au temps de leur apogée, les sultans ottomans avec leur atavisme turco-nomade, construisaient leurs palais principalement en bois et plutôt au petit bonheur. Mais, leur empire affaibli et eux-mêmes étant tombés dans une dégénérescence qui n'avait rien de médiocre ils devinrent sédentaires.

Aussi commencèrent-ils à construire en pierre. En même temps ils abandonnèrent le goût oriental et se tournèrent vers l'Europe pour y trouver l'inspiration. Ainsi Beylerbey appartient-il à un style qu'on pourrait appeler « franco-italo-baroque ». Ce palais, en pierre gris pâle, petit selon les normes ottomanes, n'était pas destiné et ne fut jamais une résidence impériale. Il servirait de villégiature, de pavillon de plaisir ou de fêtes comme tant d'autres somptueuses fantaisies dont les derniers sultans parsemèrent les environs de Constantinople. Sur fond de collines boisées il se dresse sur la rive asiatique du Bosphore là où les courants de la Méditerranée rencontrent ceux de la Mer Noire. Une terrasse de marbre coupée par un portail ornementé le sépare de l'eau que sillonnaient naguère les « caïques » dorés à douze rameurs et où paraded désormais les tankers soviétiques. Il était autrefois entouré d'un vaste parc doté de gracieux pavillons. Aujourd'hui il est quelque peu étouffé par les prodigieuses proportions du pont voisin qui relie l'Europe à l'Asie. Le palais était à peine terminé que l'Impératrice Eugénie s'annonça à Constantinople. Le prétexte officiel de ce voyage était d'assister à l'inauguration du Canal de Suez

4. Beylerbeyi Sarayı hakkında Fransız Maison & Jardin Dergisinde yer alan yazı

Ayrıca Mısır'da yayınlanan La Villa Furniture and Interior Design adlı dekorasyon dergisinin Ekim-Kasım 2001 sayısında "İstanbul Beylerbeyi Sarayı'nı Bohemia Kristal Avizeleri Aydınlatıyor" adlı bir makalede Saray'ın tarihçesiyle birlikte avizelerin detaylı resimleri yer almaktadır. Aşağıda bu yazıdan bir bölüm yer almaktadır:



أحد الشمعدانات الموجودة في القاعة
الزرقاء وهي أهم قاعة استقبال رسمية
بالقصر



النسخة الواحدة من ٢ أظنان
ويوجد حوالي ٥٠٠ من الشرايات
البلورية

أما بالسجاد والستائر وأقمشة الصالونات فقد
صُنعت في بلدة هيركي التركية على بعد
٦٠٠ كيلو متر من إسطنبول بجانب أرميت،
وهي مصنعة في مصنع أنشاء السلطان
عبد العزيز خصيصاً لتصنيع كل ما يخص
اللائات السلطانية في تركيا والأقمشة
المستخدمة في أغلبها مصنوعة من الحرير
الطبيعي. منذ. ويبلغ حجم أكبر سجادة
سالفصر حوالي ١٤٠ متراً مربعاً وكلها
مصنوعة يدوياً بمصنع هيركي الذي سكت
الإشارة إليه

وتجدر بالذكر أن السلطان عبد الحميد الثاني
والذي أقام هو الآخر بهذا القصر كان ماويها
لصنع اللآلئ الأصلي والحصول عليه وجميعه
وقد قام بالإشراف على تصنيع العديد من
قطع اللآلئ الموجودة بالقصر خلال إقامته به.
وقد مات في إحدى الغرف المخصصة له (عام
١٩١٨) وأثناء كنه مصنوع في فرنسا من
طراز الروكوكو

نأتي بعد ذلك إلى عصر الإضاءة بالقصر وهو
من أكثر العناصر المميزة واللائقة حيث يضم
القصر حوالي ٤٠ نسخة من الكريستال
البرومبي الأصلي المصنوع بتشيكو-بولافكا
وهي عبارة عن شرايات بلورية من كل من
ثلاثة أظنان وتحتوي على ٥٠٠ مصباح.
وجميعها مستخدمة في قاعات الاستقبال
والكرسي وفي غرفة الاستقبال الرسمية وفي
بعض الأحيان يكون النصف الكريستالي بالأوان
تواكب روح المكان الذي توضع فيه، كما هو
الحال في الغرفة الحمراء وفي غرفة طلب
عليها اللون الأحمر في كل شيء (وكان هو
اللون الرسمي للإمبراطورية العثمانية)،
وكانت هذه الغرفة تقع في مخصصات الحرم
لاستقبال الأجن الرسمية، ويلاحظ فيها
استخدام الكريستال المطعم باللون الأحمر
التي توافق مع جو الغرفة وفي القاعة الزرقاء
وهي أهم قاعات القصر، وكلها مفروشة
باللون الأزرق للاستقطالات الكبرى، نجد نفس
الشيء يتكرر فلنذهب بلونه للشفاف مطعم
باللون الأزرق ليسير ديكور القاعة.

هذا بجانب عشرين شمعداناً ضخماً من
الكريستال الخاص. ووضعت بشكل متناسق
في أركان القاعات الرئيسية صنعت خصيصاً
في إسطنبول لاستكمال وحدات الإضاءة
الشديدة الفخامة والشرارة بالقصر.

وتجدر الذكر أيضاً المصنوعة من الكريستال
الفرنسي الأصلي دوراً في عصر جمال
الإضاءة التي تتنالا تحت السجيف
التيكو-بولافكا الضخم الذي تحفل به
عشريات الغرف بالقصر.

وبطرا لأن الكهرباء لم تدخل قصر بايلاربي
إلا في عام ١٩١٢ قبل القصر كله قبل هذا
التاريخ كان يضاء بالمصابيح والشموع التي
كانت توضع بكبرياء على الشمعدانات
الرومية أو في فوانيس كبيرة كلها مصنوعة
من الذهب الخالص.

ومن الطرائف الخاصة بالقصر أن خمسة
آلاف عامل قاموا بإعادة بنائه وكان في
سجنهم ٤٠٠ موسيقي وعازف يقدمون
لهم بعض المقطوعات الموسيقية أثناء
عملهم، لكنهم عزم وحتمهم على العمل
في جو ممتنع

Beylerbeyi Sarayı ile ilgili yerli ve yabancı dergilerde yer alan ve görsel malzeme ile desteklenen bu makalelerin Saray'ın tanıtımında etkili olmakta, özellikle yabancı dergilerde Saray'a yer verilmesi turistlerin de ülkemize geldiklerinde Beylerbeyi Sarayı'nı da görmek istemelerinde etken rol oynamaktadır.

2.2 Sanal Ortamda Tanıtım:

Milli Saraylar Daire Başkanlığı'nda görevli uzmanlar tarafından düzenlenen www.millisaraylar.gov.tr ve www.tbmm.gov.tr adresinde diğer saray ve köşklerle birlikte Beylerbeyi Sarayı ile ilgili resim ve bilgiler yer almaktadır. Sarayın tarihçesi, yapısal özellikleri, açık olduğu günler ve gezi ücretleri belirtilmiştir, ancak kısa aralıklarla güncelleştirilmediği için şu anda eski bilet fiyatları yazılıdır, bu da siteyi gezen ziyaretçileri yanıltmaktadır. Ayrıca yabancı müzelerin web sayfaları ile karşılaştırıldığında Beylerbeyi Sarayı web sayfasının çok kısa ve yetersiz olduğu, tek sayfalık bir broşür izlenimi verdiği görülmektedir. Yabancı müzelerde müzelerle ilgili ayrıntılı bilgiler, planlar, düzenlenen etkinlik ve sergiler bölümler çarpıcı resimlerle anlatılmaktadır. Sayfayı ziyaret eden kişiler müzeyle ilgili tüm bilgileri rahatlıkla edinebilmekte, müzeyi internet üzerinden gezebilmektedir. Günümüzde internet üzerinden hızlı ve kolay bir şekilde iletişim sağlanmaktadır, çağdaş müzelerin web sitelerinde adresin yanısıra bir e-posta adresi de verilir, oysa Beylerbeyi Sarayı Müzesi'nin bir e-posta adresi bulunmamaktadır. Beylerbeyi Sarayı web sayfası ekte sunulmuştur.

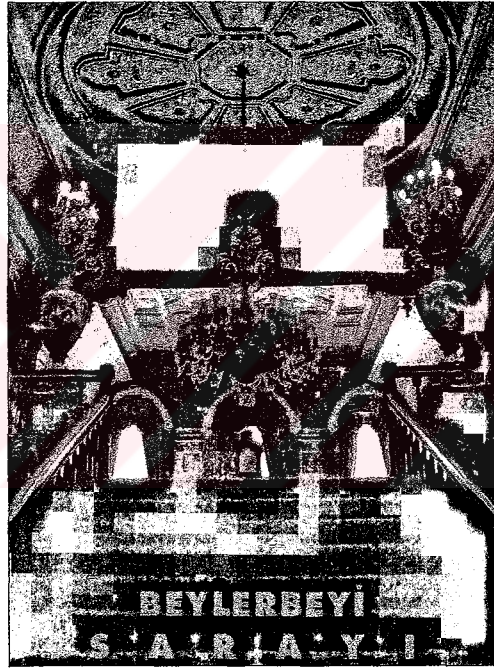
2.3. Posta Yoluyla Tanıtım:

Beylerbeyi Sarayı Müzesinin posta ya da e-mail yöntemiyle herhangi bir tanıtım girişimi bulunmamaktadır.

3. Basılı Malzeme Yoluyla Tanıtım: Kitapçık, broşür, dergi gibi basılı malzeme ve yayınlar kalıcı olması ve renkli resimler içermesi açısından müzenin tanıtımı için yararlıdır.

3.1. Kitapçık, katalog, dergi, broşür, bülten

Kitapçık: 1993 yılında Milli Saraylar bünyesinde görevli araştırmacı ve sanat tarihçilerin çalışmalarının ürünü olarak İngilizce ve Türkçe olarak resimli bir kitapçık basılmıştır, bunu yanı sıra Beylerbeyi Sarayı ile birlikte diğer köşk ve kasırlarla ilgili kısa bilgi ve resimlerin topluca yer aldığı bir başka kitapçık da bulunmaktadır. 1993 yılından itibaren yapılan araştırmalarda sarayla ilgili yeni bilgiler bulunmasına karşın henüz bu bilgilerin yer aldığı yeni bir kitapçık basılmamıştır.



Resim 24. Beylerbeyi Sarayı Kitapçığı Kapağı

Katalog:

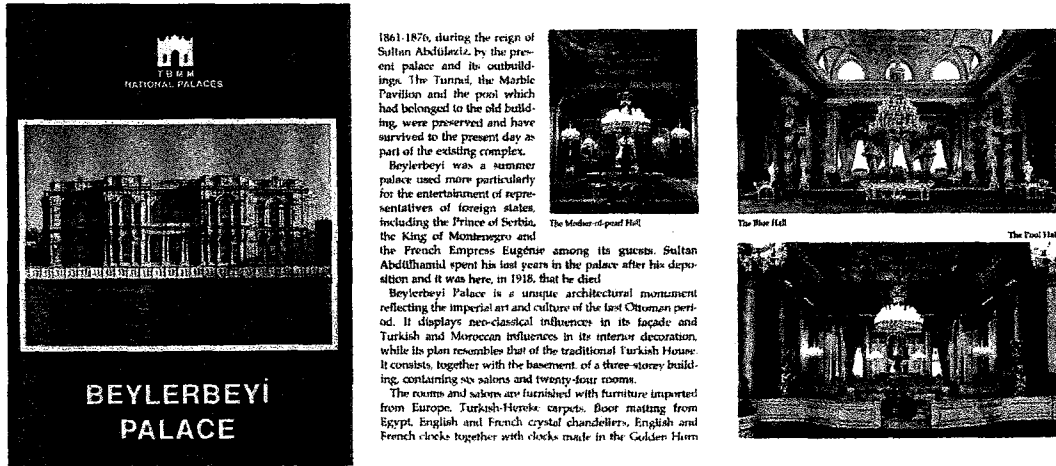
Beylerbeyi Sarayı ve içinde sergilenen eserlerle ilgili bir katalog çalışması yapılmamıştır.

Dergi:

1993, 1994 ve 1995 yıllarında Milli Saraylar Yıllığı adı altında tüm saray ve köşkler ile ilgili makalelerin ve bilgilerin yer aldığı yıllık yayımlanan dergi çıkarılmıştır, bu derginin sayılarında Beylerbeyi Sarayı ile ilgili makale ve araştırma sonuçları yayınlanmıştır. 1999 yılında MS adında üç aylık bir dergi de çıkarılmaya başlanmıştır. Ne var ki Beylerbeyi Sarayı için özel olarak bir dergi bulunmamaktadır, sadece Milli Saraylar bünyesinde çıkarılan dergilerde birer makale yayımlanmaktadır.

Bülten: Beylerbeyi Sarayı'nın basın bülteni bulunmamaktadır.

Broşür: 1986 yılında Sarayı tanıtan broşürler basılmıştır, ancak mevcut broşürler tükenmiş ve yenisi basılmadığı için yıllarca Sarayı gezen ziyaretçilere onlara hatıra kalabilecek, ülkelerine götürüp tanıdıklarına gösterecekleri, saklayabilecekleri bir broşür verilememiştir. 2003 yılında Milli Saraylar Daire Başkanlığı tarafından İngilizce ve Türkçe olarak yeni bir broşür basılmıştır. Yeni broşürün kullanım açısından pratik olduğunu söylemek güçtür, cep boyutlarında hazırlanan broşür açık haldeyken 7 sayfadan oluşmakta olduğu için elde tutulması ve okunması zordur. Broşürün bir yüzünde Beylerbeyi Sarayı ile ilgili bilgiler verilmesine rağmen diğer yüzü tamamen Milli Saraylar Daire Başkanlığı'nın tanıtımına ayrılmıştır, bu nedenle broşür gereğinden fazla uzun olmuştur. Aşağıda Beylerbeyi Sarayı broşürü yer almaktadır:



Resim 25. 2003 yılında hazırlanan Beylerbeyi sarayı broşürü

Tez kapsamında Beylerbeyi Sarayı tanıtımı için hazırlanan örnek broşür aşağıdadır:



- ☐ Yazlık Cafe
- ☐ Gişce
- ☐ Tünel
- ☐ Gezi Alanı
- ☐ Satış Reyonu
- ☐ WC
- ☐ Emanet

Otopark Ücretsizdir

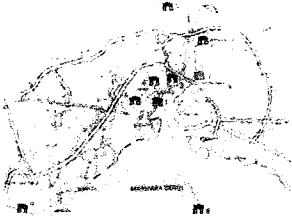
Nasıl Gezilir?

- Turlar İngilizce, Fransızca, Almanca ve Türkçe rehberler eşliğinde yapılmaktadır

Gezi Ücretleri:

3.500.000.-TL	Halk Günü
2.500.000.-TL	(Cum, Cumartesi, Pazar)
500.000.-TL	Öğrenci
5.000.000.-TL	Fotoğraf Makinası
10.000.000.-TL	Video Kamera

(Flash ve ayak kullanımı yusaktır.)



Acık Olduğu Günler:
Pazartesi ve Perşembe
Herliç Her gün

Kış Dönemi:
1 Ekim - 28 Şubat
9 30 - 16 00

Yaz Dönemi:
1 Mart - 30 Eylül
9 30 - 17 00

arası açıktır.

Nasıl Ulaşılr?

• Üsküdar'dan	Minibüs ve 15 No'lu tüm otobüsler
• Kadıköy'den	15 F
• Beşiktaş'tan	101
• Mecidiyeköy'den	121 no'lu otobüsler

Bilet İleri:

Tel	: 0216 320 93 20 (2 hat)
Fax	: 0216 321 93 22

Hazırlayan: Nurtan ERGÜN



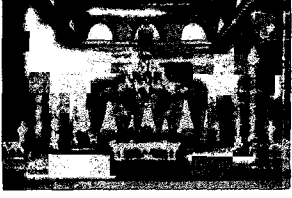
BEYLERBEYİ SARAYI

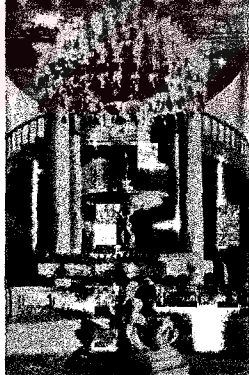


Sultanların Mekanı

Resim 26a. Beylerbeyi Sarayı için tez kapsamında hazırlanan broşür önerisinin ön yüzü

Bogaziçinin Asya yakasında Sultan Abdülaziz tarafından yaptırılan Beylerbeyi Sarayı. 1861-1865 yılları arasında inşa edilmiştir. Osmanlı Padışahları tarafından yazlık olarak kullanılan saray, aynı zamanda « Devlet Konuk Evi » olarak da hizmet etmiş, ünlü konuklar ağırlandı. Fransız İmparatoriçesi Eugenie', Avusturya Macaristan İmparatoru Franz Joseph, İlah Şahı Nasreddin bunlardan bazılarıdır.

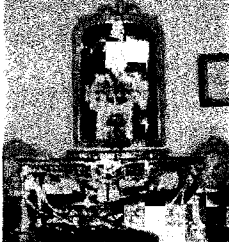




Sarayın dış cepesinde Batı üslupları kullanılırken iç mekan geleneksel Türk Evi planındadır. Harem ve Selamlık olmak üzere iki bölümden oluşan Sarayda bodrumla birlikte 3 kat, 24 oda, 6 salon, 7 tuvalet, 2 banyo ve 2 hamam bulunmaktadır.



Çok değerli Türk halıları, Bohemya kristal avizeleri, Uzakdoğu ve Avrupa porcelenleri ve muhteşem ahşap işçiliği saraydaki görülmeye değer eserlerden sadece bir kağıdır. Manolya ve çam ağaçları, nilüferler ve rengarenk çiçeklerin süslediği bahçeleri ile Beylerbeyi Sarayı size şehrin gürültüsünden uzak, doğa ve tarihle iç içe bir gün sunmaktadır.



Resim 26b. Beylerbeyi sarayı için hazırlanan broşür önerisinin arka yüzü

4. Görsel Malzeme ile Tanıtım: Müzeler son yıllarda teknolojideki gelişmeler doğrultusunda cd-rom, dia gibi yenilikleri tanıtım için kullanmakta, kendi bünyelerinde hazırladıkları tanıtım filmlerini satış reyonlarında satmaktadır. Ayrıca kartpostal, logo, afiş gibi görsel tanıtım malzemeleri de müze tanıtımının ayrılmaz bir parçasıdır.

4.1. Video kaset, cd-rom, dia, film:

Beylerbeyi Sarayı'nın tanıtımı için hazırlanmış bir video kaset veya cd-rom bulunmamaktadır, özellikle yabancı ziyaretçiler video kaset ve dialara çok rağbet etmekte, müzenin böyle bir tanıtımı olup olmadığı çok sorulmaktadır. Beylerbeyi Sarayı'nın tanıtımı için tez kapsamında hazırlanan örnek tanıtım filmi çalışması ekte sunulmuştur. Aşağıda tanıtım cdsinin etiketi yer almaktadır:



Resim 27. Beylerbeyi Sarayı tanıtımı için hazırlanan tanıtım filmi önersinin etiketi

Müze mekanının kısa veya uzun metrajlı filmlerde kullanılmasının müze tanıtımına olumlu etkiler yaptığından önceki bölümlerde bahsedilmişti. Beylerbeyi Sarayı da zaman zaman tarihi filmlerde kullanılmıştır. Örneğin 1987 yılında “ Hacı Arif Bey”, 2003 yılında “Abdülhamit Düşerken” gibi filmler Beylerbeyi Sarayın’da çekilmiştir. Bu tür filmlerin Sarayın tanıtımında olumlu etkileri olduğu açıkça gözlemlenmiş, özellikle “Abdülhamit Düşerken” filminin vizyonda olduğu sürede ziyaretçi sayısında artış olmuş, Saraya gelen ziyaretçiler bu filmin

çekildiği mekanları görmek istediklerini belirtmişlerdir. Ayrıca yine Milli Saraylar Daire Başkanlığınca hazırlanan “Milli Saraylar” konulu belgeseller de zaman zaman televizyonda de gösterilmekte, bu da ziyaretçiyi Sarayı gezmeye teşvik etmektedir. Beylerbeyi Sarayı’nın en önemli görsel tanıtımlarından biri de 2003 Mart ayında Beylerbeyi Sarayı Havuzlu Salonu’nda bir Fransız reklam firmasının çektiği reklam filmi olmuştur. “Boduet” sularının reklam filmi için Havuzlu Salon kullanılmış, reklam filmi Fransa’da yayınlandıktan sonra gelen Fransız turistlerden olumlu tepkiler alınmıştır. Aşağıda reklam filminden bir görüntü yer almaktadır:



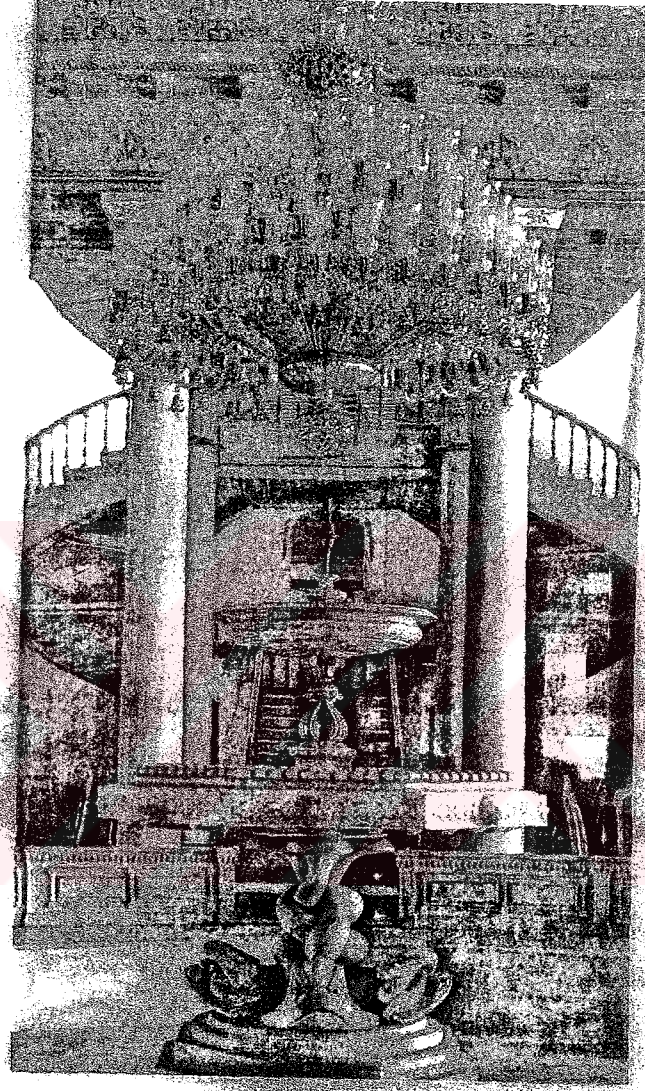
Resim 28. Beylerbeyi Sarayı’nda çekilen Boduet reklamından bir görüntü

Dia: Beylerbeyi Sarayı tanıtımında yararlı olabilecek için dia çekimleri yapılmamıştır.

4.2. Billboardlar, duvar panoları, afiş, kartpostal, logo :

Ülkemizde müze tanıtımı için çok yeni kavramlar olan billboard ve duvar panoları henüz Beylerbeyi Sarayı tanıtımı için kullanılmamıştır

Poster(afiş): Beylerbeyi Sarayı giriş salonunun resminin yer aldığı bir afişi basılmıştır, ancak var olan stokların tükenmesi dolayısıyla satışa sunulamamaktadır. Ekte Beylerbeyi Sarayı için tasarlanmış örnek bir afiş bulunmaktadır.



BEYLERBEYİ SARAYI

Sultanların Yazlık Mekanı

Açık Olduğu Günler

Pazartesi - Perşembe, Hafta Hergün

Has Dönemi

1 Ocak - 28 Eylül 1997 - 10.00

Yaz Dönemi

1 Mayıs - 30 Eylül 1997 - 17.00 - Saray açılır
1 Ocak - 28 Eylül 1997 - 10.00

Adres

Beylerbeyi Sarayı 31210
ÜSKÜDAR - İSTANBUL

Tel : 0216 321 93 20 (2 Hatt)

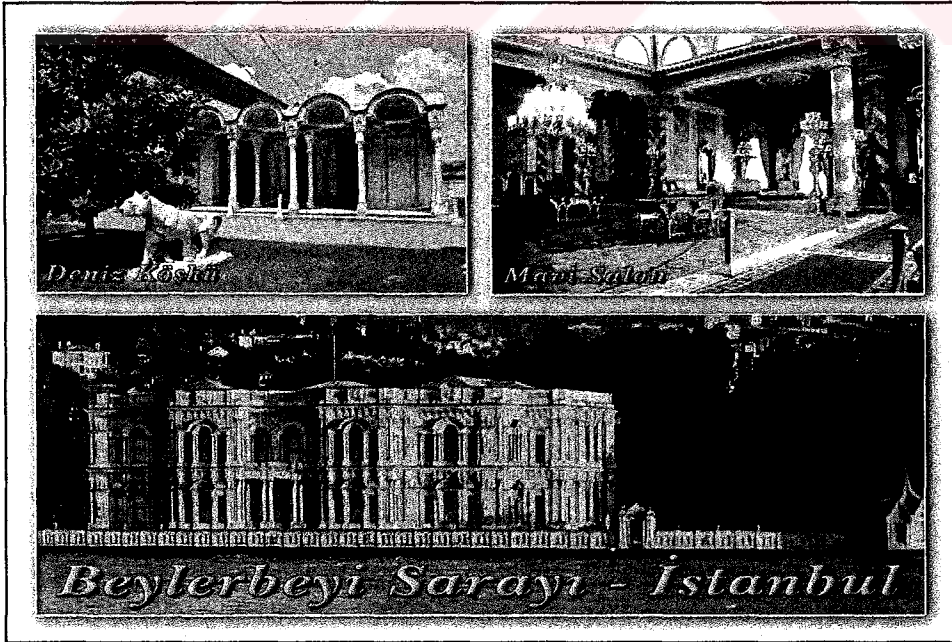
Fax : 0216 321 93 22

Resim 29. Beylerbeyi Sarayı tanıtımı için hazırlanan afiş önerisi

Kartpostal: Sarayın iç mekan ve bahçelerinin fotoğraflarının yer aldığı kartpostallar bulunmaktadır, ancak bu resimler hem eski hem de kalitesiz çekimler olduğundan ziyaretçiler tarafından çok tercih edilmemektedir. Ayrıca resim için seçilen mekanlar da Saray'ı tanıtmaya uygun mekanlar değildir. Aşağıda 1993 yılında basılmış kartpostal ve tez kapsamında Beylerbeyi Sarayı tanıtımı için hazırlanmış bir kartpostal örneği sunulmaktadır:



Resim 30. Mevcut Beylerbeyi Sarayı kartpostalı



Resim 31. Tez kapsamında Beylerbeyi Sarayı için hazırlanan kartpostal önerisi

Logo: Beylerbeyi Sarayı'nın kendine özgü bir logosu yoktur, ancak bağlı bulunduğu Milli Saraylar Daire Başkanlığının logosunu kullanmaktadır, bu logo üzerinde Dolmabahçe Sarayı Saltanat Kapısı resmedilmiştir.



Şekil 2. Milli Saraylar logosu

5. Etkinlikler Yoluyla Tanıtım: Müze içerisinde ve bahçelerinde düzenlenen etkinlikler müzelerin tanıtımı için en etkili yöntemlerden biridir. Müzenin sosyal ve kültürel etkinliklerle adını duyurması ve ziyaretçilerin daha önce müzeyi gezmiş olsa bile tekrar gelmesini sağlamaktadır. Geçici sergiler, seminer ve kutlamalar müzelerin en sık gerçekleştirdikleri etkinliklerdendir.

5.1.Sergiler:

Beylerbeyi Sarayı'nın Tünel bölümü resim sergileri için kullanılmaktadır. Bu sergilerin açılış kokteylleri de Saray'da düzenlenmektedir. Sarayın tanıtımına olumlu katkılarda bulunmuş sergilerden bazıları şunlardır:

1993 yılında Ziraat Leasing tarafından düzenlenen resim sergisi;

Kanadalı ressam Gaetan Gauven'in resimlerinin yer aldığı "Pek Eski Zamanlarda III" adlı sergi 04 –19 Mayıs 2002 tarihlerinde,

05 – 25 Haziran 2002 tarihleri arasında Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Resim Bölümü Öğrencileri Resim Sergisi,

20 Eylül – 08 Ekim 2002 tarihleri arasında Feyhan Bilgen, Ayşe Zamil, Serpil Gogen ve Sıtkı Olçar resim sergisi Beylerbeyi Sarayı Tünelinde ziyarete açılmıştır.

22 Eylül- 17 Kasım 2001 tarihleri arasında 7. İstanbul Bienali çerçevesinde Tünelde çeşitli sanatçıların işlerinin olduğu sergi düzenlenmiştir. Özellikle Bienal süresince sergi için gelen ziyaretçiler Sarayı da gezmişler böylece ziyaretçi sayısında artış olmuştur. Ayrıca bu süre boyunca saraya gelen ziyaretçilerin eğitim düzeyi yüksek, sanattan anlayan kişiler olduğu da

gözlemlenmiştir. Örneğin, Beylerbeyi Sarayı 2000 yılı ziyaretçi sayısı 96,752 iken 2001 yılında Saray'ı 113,417 kişi gezmiştir.

Beylerbeyi Sarayı Müzesi'nde düzenlenen son sergi Finlandiya'dan Alvar Alto Müzesi'nin "Okumak için Mimarlık" ve "Yaşam için Daha Narin Yapılar" adlı iki gezici sergidir. TMMOB Mimarlar Odası Ankara Şubesi ve Finlandiya Büyükelçiliği'nin desteğiyle düzenlenen sergi 1 Haziran - 18 Haziran 2004 tarihleri arasında Beylerbeyi Sarayı Müzesi Tünelinde açıktır.

5.2. Toplantı, Konferans, Seminer, Sempozyum, Kutlama ve Organizasyonlar:

Askeri Müze hemen her yıl müzecilikle ilgili seminer ve sempozyumlar düzenlemesine rağmen Milli Saraylar Daire Başkanlığı sadece 1994 yılında bir seminer düzenlemiştir. Oysa bu tür etkinlikler müzenin tanıtımı için çok yararlı olmaktadır, örneğin günümüzde Askeri Müze bu etkinlik sayesinde müzecilik seminerleri dalında bir isim olmuştur.

Beylerbeyi Sarayı son yıllarda sayısı azalmakla beraber çeşitli kutlama ve organizasyonlar için kullanılmaktadır. Bu tür organizasyonlarda genellikle Sarayın bahçeleri kullanılmakta, iç mekan da eğer talep olursa gezilmektedir. Beylerbeyi Sarayı'nda düzenlenen organizasyonların en görkemlisi ve en çok konuşulana 1993 Avrupa Güzellik Yarışması olmuştur, bu yarışmadan sonra Sarayın popülaritesi artmış, bu da ziyaretçi sayısına yansımıştır. 1992 yılında Saray'ı gezen yerli ziyaretçi sayısı 31,488 iken 1993 yılında bu sayı 34,582 ye çıkmıştır. Zaman zaman Sarayda devlet resepsiyonları da düzenlenmektedir, örneğin 1993 yılında Ürdün Kralı Hüseyin onuruna dönemin Cumhurbaşkanı Süleyman Demirel tarafından Havuzlu Salonda bir resepsiyon verilmiştir, bu resepsiyonun davetiyesi ekte sunulmuştur. Ayrıca 1996 yılında Habitat II. Çerçevesinde Beylerbeyi Sarayı bahçesin kapanış gecesi için kullanılmıştır. Bu tür uluslararası organizasyonlar Saray'ın adının duyulması ve ziyaretçi sayısında artışı sağlamıştır. Örneğin 1995 yılında Beylerbeyi Sarayı ziyaretçi sayısı 99.805 den 1996 yılında 111.710'a çıkmıştır. 1997 yılında ise 140.146 ziyaretçi ile Beylerbeyi Sarayı'nın en yüksek ziyaretçi sayısına ulaşılmıştır. Ancak daha sonraki yıllarda çeşitli terör olayları ve 1999 Marmara Depremi'nden sonra ziyaretçi sayısı 58.815'e kadar düşmüştür.

Beylerbeyi Sarayı'nda düzenlenen etkinliklerde Hasbahçe, Set Bahçeleri, Ahır Köşk bahçesi, Harem Bahçesi ve Ahır Köşk'ün içi kullanılmaktadır. Son yıllarda Beylerbeyi Sarayı'nda düzenlenen etkinliklerden bazıları şunlardır:

14 Eylül 2002 tarihinde Novo Nordisk Firması'nın İlaç Lansman Gala Yemeği Beylerbeyi sarayı Orta Set Bahçede,

16 – 17 Eylül 2002 tarihlerinde Eczacıbaşı Kuruluşu'nun 60. Yıl Kutlamaları Has Bahçe, Harem Bahçesi, Orta ve Üst Set Bahçelerinde gerçekleştirilmiştir. Sarayda yapılan en önemli etkinliklerden biri 5 Haziran 2003 tarihinde 31. İstanbul Müzik Festivalinin Açılış Konseri ve kokteyli olmuştur. Tarihi bir mekan olan Beylerbeyi Sarayının dokusuna zarar verilmeden gerçekleştirilen bu tür etkinlikler basında yer bularak Sarayın daha iyi tanıtılmasına ve ziyaretçi sayısının artmasına katkı sağlamaktadır. Aşağıda festivalin açılış gecesi ile ilgili basında çıkan haberlerden bir örnek bulunmaktadır.

Hürriyetim
http://www.hurriyetim.com.tr/haber/0,,tarih~2003-06-07-m@nvid~276415,00.asp
31. Uluslararası İstanbul Müzik Festivali başladı

Törende besteci Nevit Kodallı'ya yaşam boyu başarı ödülü verildi.
İstanbul Kültür ve Sanat Vakfı'nca (İKSİV) düzenlenen 31. Uluslararası İstanbul Müzik Festivali, Beylerbeyi Sarayı'ndaki törenle başladı. Törende konuşan Kültür ve Turizm Bakanı Erkan Mumcu, festivalin yıllar süren bir etkinlik olarak kalması dileğinde bulunarak, "İstanbul'un, 31. yılını kutlayan sanat, kültür etkinliğinin olması bana gurur veriyor" dedi.

6. 07 Haziran 2003 tarihli Hürriyet Gazetesi Haberi

Beylerbeyi Sarayı'nda yapılan diğer etkinlikler ise şunlardır:

24 Haziran 2003 tarihinde Zorlu Grubu'nun 50. yıl Kutlaması Hasbahçe ve Ahır Köşk bahçesinde yapılmıştır.

24 Ağustos 2003 tarihinde Tarım ve Köyişleri Bakanlığı tarafından Yarış Atı Yetiştiricileri Derneği için bir yemek verilmiş, yemek için Ahır Köşk bahçesi kullanılmıştır.

2004 yılında ise Milli Eğitim Bakanlığı tarafından değişik ülkelerin Milli Eğitim Bakanları için Ahır Köşk'te bir yemek verilmiştir.

Beylerbeyi Sarayı Müzesi'nde düzenlenen son etkinlik 2 Haziran 2004 tarihinde Zihinsel Yetersiz Çocukları Yetiştirme ve Koruma Vakfı tarafından zihinsel yetersiz çocuklar yararına yapılan gündüz çay partisidir. Organizasyonda Ankaralı moda tasarımcısı Ahmet Özceyhan'ın hazırladığı geleneksel Osmanlı düğünlik, gece ve gündüz giysileri ile saray kıyafetlerinden oluşan koleksiyon bir defileyle sunulmuştur. Tasarımcı ve mankenlerin, eğlenceye katılan sanatçıların ücret almadıkları partinin yer aldığı orta set bahçesi de Milli Saraylar Daire Başkanlığı tarafından ücretsiz olarak tahsis edilmiştir.

Milli Saraylar Daire Başkanlığı 2004 yılından itibaren Beylerbeyi Sarayı bahçelerini düğünler için de kiralama kararı almıştır. İlk düğün 2 Temmuz 2004 tarihinde Beylerbeyi Sarayı Selamlık bahçesinde düzenlenecektir.

Beylerbeyi Sarayı bahçelerinin veya Saray bünyesindeki diğer mekanların kullanıldığı etkinlikler basında yer almakta ve Saray'ın adının duyulmasını sağlamaktadır, ayrıca etkinliğe davetli olarak gelenler de Saray'ı gezmek istemekte ve başka bir gün yakınlarıyla birlikte Saray'ı ziyaret etmeye gelmektedir.

5.3.Gönüllülerin Çalışmaları, Dernek ve Vakıf Yoluyla Tanıtım:

Milli Saraylar bünyesinde gönüllü eleman istihdamı bulunmamaktadır. Ayrıca müzeye destek sağlayacak müze sevenler derneği çalışmaları da yapılmamaktadır. Türkiye Büyük Millet Meclisi bünyesinde kurulan bir vakıf bulunmaktadır, Türk Medeni Kanunu'nun 73.maddesine göre TBMM Vakfı adı altında kurulmuş olan bu vakıf tanıtımdan ziyade Milli Saraylara bağlı müzelere mali destek sağlamaktadır. Vakfın amacı; Türkiye Cumhuriyeti çok partili

demokratik, parlamenter sistem, yasama organı, görev ve yetkileri ile idari, mali, ekonomik, siyaset, dış politika ve benzeri konularda bilimsel araştırma ve tanıtma hizmetleri yapmak; kültür, güzel sanatlar, eski eser ve anıt niteliğindeki varlıklarımızın her türlü hizmetlerinde maddi, manevi katkı ve desteği sağlamak ve bu hizmetleri yapmak, geliştirmek ve tanıtmak olarak belirtilmiştir. Vakıf senedinin 5. maddesinde bu amaçların şu şekilde gerçekleşeceği belirtilmektedir:

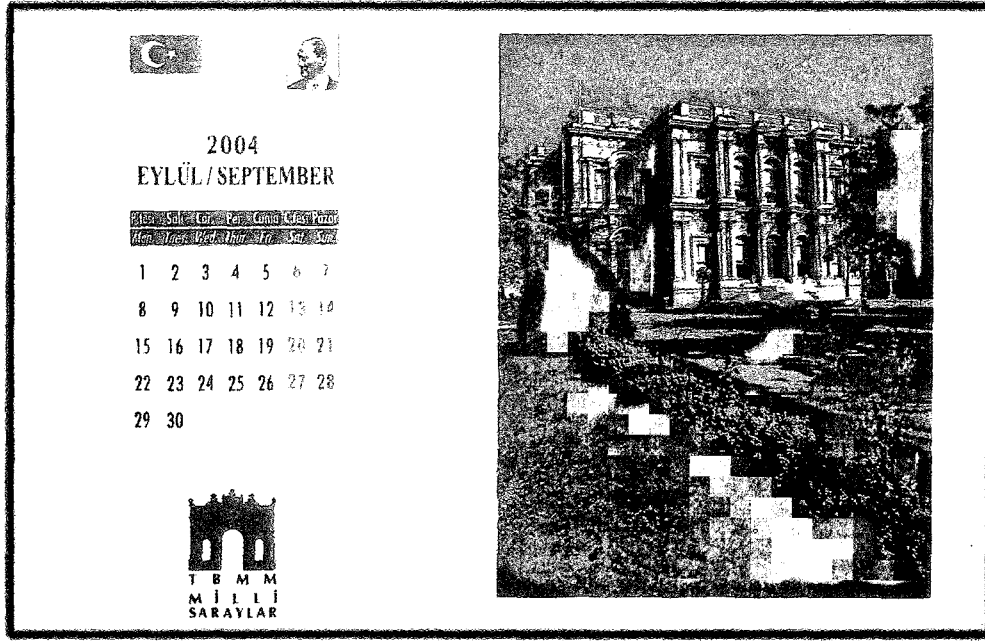
- Bedelli, bedelsiz gerekli yayınlar yapmak,
- Konferans, kongre, seminer ve kurs gibi toplu ve yaygın hizmetler düzenlemek veya diğer ulusların düzenlediği bu tip çalışmalara gerekli gördüğü kişileri göndermek,
- Sergiler açmak,
- Eski eser ve anıt niteliğindeki milli tarih ve kültür eserlerimizin korunması, restorasyonu için gerekli çalışmalarda bulunmak,
- Bu eski eserleri tanıtan tarih araştırmaları ve rehberlik hizmetlerinde bulunmak

TBMM Vakfı bu amaçları gerçekleştirmek için genel ve katma bütçeli daireler ve iktisadi teşekküller ile yurt içi ve yurt dışı vakıflar, dernekler, meslek kuruluşları, bankalar ve benzeri kuruluşlar, kişiler ve özel sektörle yabancı parlamentolarla işbirliğinde bulunabilir ve bunlardan her türlü bağış ve yardımları kabul edebilir, bireysel ve ortak çalışma yapabilir. 29 Ocak 2004 tarihinde çıkan yeni yasa ile TBMM Vakfı'nın çalışmalarına son verilmesi gündemdedir, ancak bu konuda henüz herhangi bir sonuca ulaşılmamıştır. Vakfın kapatılması için yasal süre temmuz ayı sonunda dolmaktadır.

6. Hediye Eşya Yoluyla Tanıtım:

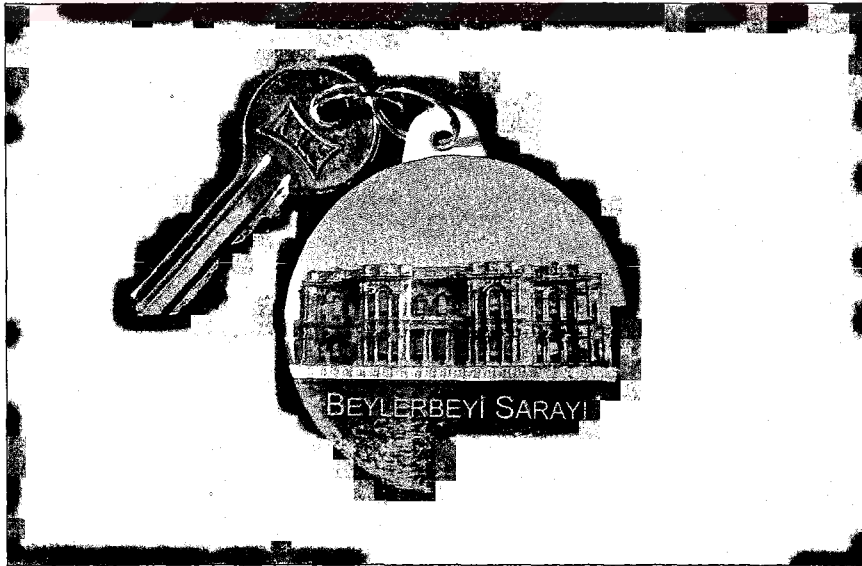
6.1. Takvim, anahtarlık, kupa, t-shirt, çocuklar için hediyeler, kitap ayracı, magnet, şemsiye.

Takvim: 1994 yılında hazırlanmış bir masa ajandasında Milli Saraylar Daire Başkanlığı'na bağlı tüm saray ve köşklerin resimlerinin yer aldığı bir masa ajandasında Beylerbeyi Saray Müzesi'nin de resimleri yer almaktadır Ancak sadece Beylerbeyi Sarayı'nın resimlerinin olduğu bir takvim bulunmamaktadır. Aşağıda Beylerbeyi Sarayı için hazırlanmış bir takvim örneği sunulmaktadır:



Resim 32. Beylerbeyi sarayı için hazırlanan takvim önerisi

Anahtarlık: Bu tarz bir tanıtım çalışması yapılmamıştır. Ancak Beylerbeyi Saray Müzesinin dış görünüş resimlerinin yer aldığı mika yada metalden anahtarlık ilginç olabilir. Aşağıda Beylerbeyi Sarayı'nın tanıtımı için hazırlanmış bir anahtarlık sunulmaktadır.



Resim 33. Tez kapsamında Beylerbeyi Sarayı tanıtımı için hazırlanan anahtarlık önerisi

Kupa: Padişahların portrelerinin yer aldığı kupalar satış reyonlarında satılmaktadır. Ancak bunun yanında Beylerbeyi Sarayının denizden görünüşünün resmedildiği kupalar da ilgi görebilir. Beylerbeyi Sarayı için hazırlanmış kupa örneği aşağıdadır:



Resim 34. Beylerbeyi Sarayı tanıtımı için tez kapsamında hazırlanan kupa önerisi

T-shirt: Bu tarz bir çalışma da bulunmamaktadır. Beylerbeyi Saray Müzesi'nin dıştan görünüşünün yer aldığı bir resmin basılı olduğu t-shirtte resmin altına da müzenin sloganı yazılabilir. Ya da Sarayın Bienal gibi etkinlikler kapsamında reklamının yapıldığı t-shirtler de basılabilir. Aşağıda Beylerbeyi Sarayı için hazırlanmış t-shirt örneği yer almaktadır:



Resim 35. Tez kapsamında Beylerbeyi Sarayı için hazırlanan t-shirt önerisi

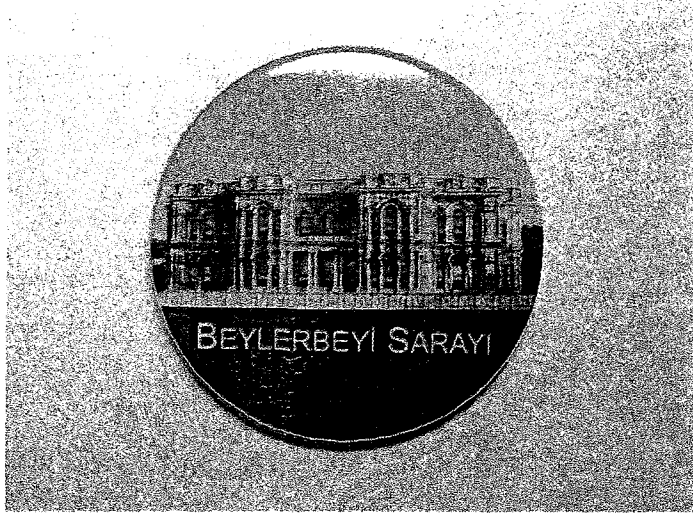
Çocuklar için hediyeler: Çocuklar için son derece eğitici olabilecek bir tanıtım çalışmasıdır. Her yıl çok sayıda öğrencinin gezdiği Beylerbeyi Saray Müzesi için böyle bir tanıtım çalışmasına girililmemiştir, Saray'ın ilginç bölümlerini gösteren bir puzzle çocukların ilgisini çekebilir ve hatıra olarak saklayabilir.

Kitap Ayracı: Beylerbeyi Sarayı'nın tanıtımı kapsamında kitap ayracı bulunmamaktadır. Maliyeti ucuz, kolay taşınabilir ve saklanabilir bir kitap ayracı örneği tez için tasarlanarak aşağıda sunulmaktadır:



Resim 36. Beylerbeyi Sarayı için tez kapsamında hazırlanan kitap ayracı önerisi

Magnet: Uygun fiyatlı, taşınması kolay buzdolabı magnetleri hem iyi bir anı eşyası hem de iyi birer armağan olmaktadır. Tez kapsamında Beylerbeyi Sarayı Müzesi'nin denizden görünüşünün yer aldığı bir magnet örneği tasarlanarak aşağıda sunulmuştur:



Resim 37. Tez kapsamında Beylerbeyi Sarayı tanıtımı için hazırlanan magnet önerisi

Şemsiye : Şemsiye de müzenin tanıtımı için oldukça elverişli nesnelerdendir. 1993 yılında Mili Saraylar Daire Başkanlığı tarafından iç yüzünde Dolmabahçe Sarayı Muayede Salonun tavan resminin yer aldığı şemsiyeler üretilmiş ve satışa sunulmuştur. Ziyaretçiler tarafından oldukça ilgi gören bu şemsiyeler tükendiğinde ne yazık ki yeni üretilen şemsiyelere saray resmi konulmamış sadece dış yüzeye Milli Saraylar logosu konulmuştur. Aşağıda 1993 yılında satış reyonlarında ziyaretçiye sunulan şemsiye resmi sunulmaktadır.



Resim 38. Beylerbeyi Sarayı satış reyonunda önceki yıllarda satılmış olan Dolmabahçe Sarayı tavan süslemeli şemsiye

III. BEYLERBEYİ SARAYI'NIN TANITIMI AÇISINDAN MÜZE TANITIM ÇALIŞMALARININ HEDEF KİTLE ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

Müzeler halkın beğenisini yükseltme, halka ulaşma, bilimsel ve kültürel bir köprü kurma görevini üstlendiklerinden öncelikle hitap ettikleri hedef kitleyi tanımlamak zorundadır. Hedef kitle, müzelerin kullanılabilirliğini artırmak açısından önemlidir. Müzenin hedef kitlesi içinde müzenin bulunduğu bölgenin ziyaretçileri yanında yurt dışından gelen ziyaretçiler yani turistler de yer alır.

1. Yerli Ziyaretçi:

Çağdaş müzecilik anlayışında müzeler her yaşta insanın bir şeyler öğrenebileceği mekanlar olarak hizmet vermektedir. Müzenin yerli ziyaretçilerini yetişkinler ve öğrenciler olmak üzere başlıca iki gruba ayırabiliriz.

1.1. Yetişkin Ziyaretçi:

XX. yüzyılın ikinci yarısından itibaren önce Amerika'da sonra da Avrupa'da başlayan müzelere daha çok ziyaretçi çekme çabaları son yıllarda ülkemizde de görülmeye başlanmış, müzelerimiz kendilerini halka duyurma ve daha çok ziyaretçi çekme ve gelen ziyaretçinin müzeden memnun ayrılmasını sağlamaya yönelik çalışmalarda bulunmaktadır. Örneğin, Harbiye Askeri Müzesi düzenlediği sempozyum ve seminerlerin yanı sıra özellikle haftanın belirli günlerinde müze bahçesinde yapılan Mehter Takımı gösterileri Askeri Müze ile özdeşleşmiş durumdadır. Müze tanıtımı açısından oldukça etkili olan bu gösteriler sayesinde Harbiye Askeri Müze ziyaretçi sayısını artmasını sağlamıştır. Öte yandan 2001 yılında düzenlenen 7.İstanbul Bienali sırasında günümüzde müze olarak kullanılan Beylerbeyi Sarayı, Yerebatan Sarnıcı gibi tarihi mekanlar sergi ve etkinliklere ev sahipliği yapmış ve bu sürede bu müzelerdeki ziyaretçi sayısında ve kalitesinde artış gözlemlenmiştir.

Müzelere yeni koleksiyonların getirilmesi veya yeni bölümlerin ziyarete açılması etkin bir biçimde halka duyurulduğunda da ziyaretçi sayısına yansımaktadır. Örneğin Topkapı Sarayı'nda Hz. Muhammed'e ait sandaletlerin sergilenmesi veya her yıl Ramazan ayında Hırka-i Şerif'in ziyarete açılması ve bu özel günlerin basında ve televizyonda duyurulması ziyaretçilerin bu müzeye gitmesine neden olmaktadır, aynı şekilde Dolmabahçe Sarayı'nın

bodrumlarının yeniden düzenlenerek halka açılmasının basında duyurulması da ziyaretçi artışını sağlamıştır.

Ülkemizde her yıl 18-24 Mayıs tarihleri arasında tüm müzeler ücretsiz olarak gezilmekte ve bu dönemde müzelere gelen ziyaretçi sayısı birkaç katına çıkmaktadır. Özellikle İstanbul'daki müzelere yurdun çeşitli yerlerinden geziler düzenlenmekte, çok sayıda ziyaretçi müzeleri gezmektedir. Halkın müzelere olan bu yoğun ilgisi olumlu olmakla birlikte bazı sorunlara yol açmaktadır. Müzeler Haftası dolayısıyla müzelere gösterilen bu yoğun talep karşısında müzelerimiz gerek personel, gerekse bina olarak bu ihtiyacı karşılamakta zorlanmakta ve sonuçta ziyaretçi aşırı kalabalıktan müzeyi gerektiği gibi gezememektedir. Bu tezin inceleme konusunu oluşturan Beylerbeyi Sarayı Müzesi'nde 2004 yılı 18-24 Mayıs Müzeler Haftasında günde ortalama 1500-2000 kişi Saray'ı ziyaret etmiştir. Ancak Saray sadece rehber eşliğinde ve grup halinde gezildiğinden, sınırlı sayıda ziyaretçi içeriye alınmaktadır. Her grup ortalama 45-50 kişiden oluşmakta, bu durumda yeni bir grup ziyaretçinin içeriye alınması on beş dakikayı bulmaktadır. Beylerbeyi Sarayı giriş kapısına yakın kafeterya olmadığından ziyaretçiler bahçede ayakta durmakta ve kuyruklar oluşturmaktadır. Personel ve mekan yetersizliği yüzünden gerek ziyaretçiler gerekse müze personeli sıkıntılı anlar yaşamakta ve ne yazık ki verimli bir gezi yapılamamaktadır. Belirli günlerde halka ücretsiz gezi uygulaması yurtdışındaki müzelerde de mevcuttur, örneğin Fransa'da Louvre Müzesi'nin haftanın bir günü ücretsiz olarak gezilmesi sağlanarak bu yoğunluk yıl içine yayılmaktadır.⁸⁶

İndirimli bilet uygulamaları da müzelerin daha çok ziyaretçi çekmelerinde yararlı olmaktadır. Yurt dışındaki pek çok müzede belli bir sayının üzerindeki ziyaretçi grupları indirimli bilet satışından yararlanmaktadır, örneğin; Versailles Sarayı'nda, 100 üzerinde bilet alındığında % 5, 500 bilet üzerinde ise % 10 indirim yapılmakta, ayrıca öğrencilere öğretmenlere ve engelli ziyaretçilere de indirimli bilet uygulaması yapılmaktadır.⁸⁷ Ülkemizdeki müzelerde toplu bilet satışlarında indirim yapılmamakta, 65 yaş üstü ziyaretçiler müzeleri ücretsiz olarak gezebilmekte, öğrenciler, engelli ziyaretçiler ise indirimli olarak bilet satın alabilmektedir. Toplu bilet satışları da ülkemizdeki müzelerde uygulanmaktadır; örneğin, Topkapı Sarayı Müzesi ve Ayasofya Müzesi'nde, turizm acenteleri toplu bilet satın alabilmekte, böylece müze girişlerindeki fiyat artışlarının ziyaretçi ücretlerine yansımaları engellenmektedir. Milli Saraylar Daire Başkanlığı'na bağlı Dolmabahçe ve Beylerbeyi Saraylarında ise toplu bilet satışı yapılmamaktadır.

⁸⁶ <http://www.Louvre.fr>

⁸⁷ Chateau de Versailles Sales Manual

Müzelerin yerli ziyaretçi profili içerisinde yetişkinlerin yanısıra grup halinde veya yalnız olarak müzeye gelen okul öğrencileri de müzenin kullanırlılığı ve tanıtımı açısından önemli bir yer tutmaktadır.

1.2. Öğrenci

Temel eğitim, lise ve yüksek öğrenim öğrencileri ve anaokulu öğrencileri müzelerin hedef ziyaretçileridir. Genç kuşakların müze gezme alışkanlığı edinmesi, geçmiş kültürleri öğrenmesi açısından öğrenciler müzeler için önemli bir ziyaretçi grubudur. Son yıllarda, dünyada pek çok müzede “müze ortamında eğitim” kavramı benimsenmekte ve müze eğitim programları oluşturulmaktadır. Müzenin değişik tanımlarına bakıldığında müzelerin bilimsel kurumlar olmalarının yanı sıra bilgi, iletişim, belgeleme ve eğitim merkezleri olarak tanımlandığı görülmektedir. Ayrıca ICOM’un müze tanımında müzenin “*kültürel değer taşıyan unsurlardan bir bütünü türlü biçimlerde korumak, incelemek, değerlendirmek ve özellikle halkın beğenisinin yükselmesi ve eğitimi için sergilemek amacıyla toplum yararına sürekli bir kurum*” olduğu belirtilerek müzenin işlev ve amaçları arasında eğitimin de yer aldığını görmekteyiz.⁸⁸ Okul programlarında müze gezilerine yer verilerek genç kuşakların müzelerde sergilenen yapıtları tanımları sağlanmaktadır. Bir rehber veya eğitmen tarafından yönetilen bu gezilerde öğrencilere müze gezme bilinci kazandırılırken gördüklerini yorumlamaları ve okulda öğrendikleri bilgileri müzede pekiştirmeleri sağlanmaktadır. Amerika ve Avrupa’da pek çok ülkede müze-okul işbirliği içerisinde müzeye gelen öğrenciler müzeyi uzman rehberlerle gezmekte, gezi sonrasında ise öğrencilere çeşitli etkinlikler yaptırılmaktadır. Çocukların yaşlarına göre müzede saklanan bazı eserleri bulmaya yönelik eser avcılığı, müzeyle ilgili bulmacalar veya çeşitli çizimler gibi çalışmalardan oluşan bu aktiviteler öğrencilerin müzeyi eğlenerek öğrenmesini sağlamaktadır.

Son yıllarda Türkiye’de müzelerin özellikle her yıl düzenlenen 10 Kasım ve 23 Nisan haftalarında bir hafta boyunca müzeler öğrenciler tarafından ücretsiz gezilmektedir, bu haftalarda müzelerle müzelerin kapasitelerinin üzerinde öğrenci gelmektedir. Öğrenci gruplarının da müzelere ilgi göstermeye başladığını, okulların gezi ve programlarında müze gezilerine yer verildiğini görmekteyiz. Ancak ülkemizde okulların müze gezileri, yabancı ülkelerdeki örneklerinden çok uzaktır. Müzelere düzenlenen okul gezilerinde karşılaşılan en büyük sorunlardan biri katılan öğrenci sayısının fazlalığıdır, aynı günde beş yada altı sınıf –

⁸⁸ Tomur Atagök, a.g.e., s.144

yaklaşık üç yüz kişi- aynı anda müzeye gelmekte ve hepsinin aynı anda müzeyi gezmeleri imkansız hale gelmektedir. Gerek müze personeli gerekse eğitimciler bu kadar kalabalık öğrenci gruplarına hakim olmakta zorlanmakta ve sonuçta müze gezisi olabilecek en kısa sürede ve geçirtilmek suretiyle tamamlanmaktadır. Müzeye gelen öğrenci gruplarının sayılarının çok olmasının yanı sıra öğrencilere müze ile ilgili ön bilgi verilmemesi de sık rastlanılan bir başka sorundur. Öğrencilerin genellikle müze ve içindeki eserlerden habersiz bir şekilde, hangi müzeyi gezdiklerini, o müzenin özelliklerini bilmeden gezdikleri gözlemlenmektedir. Okulların müze gezisi programlarına aynı gün içerisinde birden fazla müzeyi almaları da oldukça sık rastlanan bir durumdur. Gezecekleri müzelerle ilgili hiçbir ön bilgisi bulunmayan öğrencilerin gün sonunda birkaç müzeyi gezdikten sonra, bütün bilgilerini birbirine karıştırması hiçbir müzeyi tam olarak kavrayamadan müze gezilerini bitirmesi doğaldır. Öte yandan, iyi programlanmış müze gezileri öğretmenlerin bilgi, zaman ve finansal olanaklarına da bağlıdır. Ancak her türlü olanaksızlığa ve zorluğa rağmen öğrencilerin müze mekanını içinde bulunması bile önemlidir. Müzeyi gezen, müzede bir şeyler öğrenen öğrenci dönüşte ailesine, arkadaşlarına öğrendiklerini ve müze ile ilgili izlenimlerini aktararak müze tanıtımının zincirleme olarak gerçekleşmesini sağlamaktadır.

2. Yabancı Ziyaretçi:

Turizm günümüzde pek çok ülkenin en önemli gelir kaynaklarından, ülkeye gelen turistler gerek yaptıkları alışverişle gerekse doğal ve tarihi yerlerin ve müzelerin girişleri için harcadıkları paralarla gezdikleri bölgelerin ekonomisine önemli katkıda bulunmaktadır. Müzelerin içerdikleri koleksiyonun özelliği turistler tarafından tercih edilmelerinin birinci sebebidir, örneğin British Museum dünyanın pek çok yerinden getirilmiş eserlerin sergilendiği bir müze olarak çok sayıda ziyaretçi almaktadır, British Museum 2003 yılında 4 milyon 583 bin kişi tarafından ziyaret edilmiştir, bu tür müzeler içerikleri gereği etkili bir tanıtım yapılmasına ihtiyaç duyulmadan çok sayıda ziyaretçi gezmektedir.⁸⁹

Türkiye’de Aya Sofya Camii veya Topkapı Sarayı gibi sembol haline gelmiş bazı müzeler Türkiye’ye gelen turistlerin öncelikle gezdiği yerlerdendir. Osmanlı Saray yaşantısını anlatan, orijinal ve benzerinin görülme olanağı olmayan bu tür müzeler yabancı ziyaretçi için çekicidir. Öte yandan içeriği zengin, ferah bir mekana sahip bazı müzelerin ziyaretçi sayıları ise istenilen ölçüde değildir, Türk ve İslam Eserleri Müzesi ve Beylerbeyi Saray Müzesi

⁸⁹ British Museum’dan D. Parrish ile yapılan yazışma. 07 Haziran 2004

buna örnek olarak verilebilir, bu müzelerin başlıca sorununun tanıtım eksikliği olduğu görülmektedir. Gerek yerli ziyaretçiler gerekse ülkemize gelen turistlerin söz konusu müzelerden haberdar olmadıkları gözlemlenmektedir. Ayrıca rehber kitaplarında bu müzelere çok az yer ayrıldığı, sadece birkaç satır bilgi verildiği görülmektedir.

Bu durumda genelde bir kaç günlüğüne ülkemize gelmiş olan bir turist kaldığı süre boyunca sadece en çok adını duyduğu müzeleri gezmektedir. Oysa etkili tanıtımları yapıldığı takdirde, turistler diğer müzeler için zaman ayırmaya çaba gösterecek, zamanı kısıtlı olan ziyaretçi ise gezemediği bu müzeleri ziyaret etmek amacıyla bir başka sefer tekrar gelmek için plan yapacaktır.



IV. BEYLERBEYİ SARAYI MÜZESİ'NİN TANITIMININ YENİDEN PROJELENDİRİLMESİ

1. Müzelerde Tanıtım Çalışmalarının Anket Yoluyla Araştırılması:

Anket önemli ve yararlı bir bilgi toplama yöntemidir, müzeye gelen ve gelmeyen kişilerle ilgili kesin bir bilgi sağlamak için uygulanmaktadır.

Anketler güvenilir yollardan bilgi toplama ve sonuçları bilgisayarda değerlendirmede uzman şirketler tarafından gerçekleştirilebildiği gibi basit bir şekilde müze tarafından da yapılabilir. Önemli olan anketlerin iyi tasarlanmış olması ve müzenin pazarının detaylı bir portresini oluşturmada gerekli bilgiyi vermesidir. Anketlerinin düzenli olarak uygulanması müze ziyaretçisinin profilindeki değişimleri ve insanların neden müzeye gelmediklerini belirlemede de oldukça yararlıdır.

Basit bir pazar anketi ziyaretçilerle ilgili aşağıdaki bilgileri elde etmeye yarar:

- yaş- kadın/ erkek
- müzeye ulaşım şekli- yaya, bisiklet, otobüs, tren, araba, ve diğer taşıma araçları
- meslek/aile resinin mesleği
- ziyaretçinin müzeye ne kadar uzaklıkta yaşadığı
- ziyaret neden veya nedenleri
- ziyaret sıklığı
- ziyaretten memnuniyet
- öneriler

Müzeye gelen ziyaretçi kadar gelmeyenler üzerinde yapılan anketler insanların müzeyi ziyaret etmeme nedenlerini tam olarak saptamada yararlı olabilir. Bu nedenlerin bazıları müzecilerin kontrolü yada etkisi dışındadır. Ancak insanların müzeyi neden ziyaret etmediklerini keşfetmek de gelecekte müzeye yeni ziyaretçi çekmede yardımcı olacak hizmetlerini geliştirmenin başka bir yoludur. Müze insanların müzeye ve sunduğu hizmetlere karşı tutumlarını anlamak için çeşitli grupların temsilcileriyle iletişimde bulunabilir.

Başarılı müze ziyaretçisinin kim olduğunu ve neye ihtiyaç duyduğunu anlayan müzedir, bu müze pazarını araştırmıştır.

Müze ziyaretini etkileyen faktörlerle ilgili ne kadar çok bilgi sahibi olunursa müze pazarını oluşturan bileşenleri anlamak da o kadar kolay olmaktadır. Müze ziyaretini etkileyenler:

- müzenin konumu
- müzeye ulaşım ücreti
- müzeye ulaşmada katedilen mesafe
- ulaşım kolaylığı
- ulaşım türü
- müze ile ilgili bilgi
- müzeye ulaşmada harcanan zaman
- sunulan hizmetler, kolaylıklar
- müzeye giriş kolaylığı
- müzeye daha önce yapılan ziyaretler
- geçmiş tecrübeler
- arkadaş gruplarının önerileri
- hava koşulları
- mevsim
- uygun zaman
- ilgi düzeyi
- müzeye birlikte gelen aile/arkadaş/sosyal grubun isteği

Örneğin; bir sanayi müzesi ziyaretçilerini tanımak amacıyla ziyaretçilerine bir anket uygulamıştır. Müzeye gelen her kişiye basit bir ziyaretçi anketini cevaplamaları karşılığında bir fincan çay ikram edilmiştir. Yıl sonunda müze sadece 500 £ mal olan 10.000 anket toplamıştır. Bu anket sonucunda müze ziyaretçileri sayesinde yeni bir anlayış elde etmiştir, pazar araştırması ayrıca müzede bazı yeniliklere de yol açmıştır örneğin, müze satış dükkanının organizasyonu, müzeye bağış kutularının yeri, ve kafeteryada değişik bir oturma düzeni gibi. Bu değişiklikler müzenin gelirinde %400 net bir artış yaratmış ve müşteri memnuniyetini sağlamıştır. Yukarıda bahsedilen örnek müzenin pazar araştırmalarının gerek müze gerekse ziyaretçilere nasıl yarar sağladığını göstermektedir.⁶⁰

⁶⁰ Timothy Ambrose & Crispine Paine, Museum Basics . London, Routledge. 1995

2. Beylerbeyi Sarayı Müzesi Tanıtım Çalışmalarında Uygulanan Anketin Amaç ve Yöntemi:

Beylerbeyi Sarayı Müzesi'nin tanıtım çalışmalarında aksayan yönleri saptamak ve ziyaretçi önerilerini almak için Saray'ı ziyaret eden yerli ve yabancı ziyaretçilere anket uygulanması ile tez desteklenmiştir. Anketin amacı Beylerbeyi Sarayı ziyaretçi sayısının artırılması ve Saray'ın tanıtımının sağlanması için uygulanması gereken yöntemlerin belirlenmesidir. 60 yerli, 50 yabancı ziyaretçiye İngilizce ve Türkçe olarak uygulanan anket 2 aylık bir sürede tamamlanmıştır. Yerli ziyaretçilere uygulanan anket formu ve anket sonuçları aşağıdadır:

2.1.Yerli Ziyaretçi Anket Sonuçlarının Yüzdelik Dağılımı: Beylerbeyi Saray Müzesi'nin tanıtım sorunlarını belirlemek için yerli ziyaretçilere uygulanan ankette 22 soru sorulmuştur, 4 ana bölümden oluşan ankette ziyaretçiler soruların bazılarını birden fazla yanıt vermiştir. Bazı sorularda ise ziyaretçilerin önerilerine yer verilmiştir. Aşağıdaki çizelgede sorular, verilen yanıt sayısı ve yüzde olarak oranları belirtilmiştir:

Soru	Yanıt Sayısı	Yüzde
1. Beylerbeyi Saray Müzesi'ne ilk gelişiniz mi ?	58	%
a. Evet	40	69
b. Hayır	18	31
2. Beylerbeyi Saray Müzesi'ni ziyaret etme sebebiniz nedir?	63	
a. Boş zamanımı değerlendirmek	14	22
b. Bilgimi artırmak	30	48
c. Eğitim amaçlı, ödev, araştırma, yapmak	2	3
d. Şehir dışı /yurt dışından gelen konuklarımı gezdirmek	9	14
e. Birlikte bulunduğum topluluk/ grup istediği için geldim	5	8
f. Tesadüfen, yoldan geçerken gördüm	3	5
3. Müze'ye yalnız mı yoksa , başkalarıyla birlikte mi geldiniz ?	60	
a. Yalnız geldim	4	7
b. Bir arkadaşım ile birlikte geldim	19	32
c. Grupla geldim	21	35
d. Ailemle geldim	16	27
4. Beylerbeyi Saray Müzesi'ne nasıl ulaştınız?	60	
a. Toplu taşıma aracı	27	45
b. Kendi aracım ile	21	35
c. Tur Otobüsü ile	2	3
d. Diğer	10	17
5. Beylerbeyi Saray Müzesi'ne ulaşımında trafik yoğunluğu yaşadınız mı?	60	
a. Evet	2	3
b. Hayır	58	97
6. Beylerbeyi Saray Müzesi'ni gezmek için ne kadar süre ayırmıştınız?	60	
a. Yarım saat	3	5
b. 1 saat	30	50
c. Yarım gün	27	45
d. Tam gün	0	
7. Beylerbeyi Saray Müzesi'nde ne kadar süre kaldınız?	60	
a. Yarım saat	9	15
b. 1 saat	35	58
c. Yarım gün	15	25
d. Tam gün	1	1,6

8.Beylerbeyi Saray Müzesi’ni ziyaret etmeden önce Müze ile ilgili bilginiz var mıydı?	60	
a. Hiçbir bilğim yoktu	27	45
b. Bilğim vardı	33	55
9.Beylerbeyi Saray Müzesi ile ilgili bilgileriniz varsa nereden edindiniz?	33	
a. Medya	7	21
b. Internetten	2	6
c. Okuldan	9	27
d. Arkadaşılarımdan	10	30
e. Müzenin poster, afiş, broşürlerden	4	12
f. Seyahat acentelerinden	0	
g. Tanıtım panolarından	1	3
10.Sizce Beylerbeyi Saray Müzesi’nin tanıtımı için aşağıdakilerden hangisi daha etkili olabilir?	84	
a. Yayınlar	19	23
b. Sanal Ortam	19	23
c. Görsel ve Basılı Malzeme	45	54
d. Diğer (açıklayınız)	1	1
11. Beylerbeyi Saray Müzesi’nin hangi kuruma bağlı olduğunu biliyor musunuz?	59	
a. TBMM	30	50
b. Dolmabahçe Sarayı	2	3
c. Kültür Bakanlığı	27	46
d. Milli Savunma Bakanlığı	0	
e. İstanbul Belediyesi	0	
12. Beylerbeyi Sarayı Müzesi’nin broşürlerini Saray dışında nerelerde bulmak istersiniz?	120	
a. Turizm Danışma Büroları	26	22
b. Tanınmış Otel Lobileri	19	16
c. Vapur iskeleleri	34	28
d. Metro gişeleri	22	18
e. Havaalanı Ofisleri	19	16
f. Diğer	0	
13.Beylerbeyi Saray Müzesi’nin satış reyonundan faydalandınız mı?	60	
a. Evet	12	20
b.Hayır	48	80
Faydalandıysanız satış reyonundaki ürünlerden satın aldınız mı?	12	
a. Evet	5	42
b. Hayır	7	58

14.Beylerbeyi Saray Müzesi'nin kafeteryasından faydalandınız mı?	60	
a. Evet	22	37
b. Hayır	38	63
Faydalandıysanız satılan yiyecekleri yeterli buluyor musunuz?	22	
a. Yeterli	7	32
b. Yetersiz	15	68
15.Beylerbeyi Saray Müzesi'nin kafeteryasındaki servisten memnun kaldınız mı?	22	
a. Evet	19	86
b. Hayır	3	14
16.Beylerbeyi Saray Müzesi'nin hangi bölümünde çalışan personelden daha çok memnun kaldınız?	113	
a. Gişe Memurları	31	27
b. Koruma Görevlileri	15	14
c. Rehber	52	46
d. Kafe görevlileri	6	5
e. Satış reyonu görevlileri	9	8
f. Diğerleri	0	
17.Beylerbeyi Saray Müzesi'nin açık olduğu günler ve saatler sizce uygun mu? (Pzt- Perş . hariç hergün kış: 09.30 – 16.00 yaz: 09.30 – 17.00)		
a. Uygun	45	46
b. Uygun değil	14	24
18.Beylerbeyi Saray Müzesi'nde düzenlenen geçici sergilerden, etkinliklerden haberdar oluyor musunuz?	59	
a. Evet	3	6
b. Hayır	56	93
19.Beylerbeyi Sarayı Müzesi ile ilgili etkinlik haberlerinin size ulaşmasını istermisiniz?	59	
a. Evet	46	77
b. Hayır	13	22
20.Beylerbeyi Sarayı Müzesi'ni yaşatmak için kurulacak destekleyici bir kulübe üye olmak ister misiniz?	60	
a. Evet	34	57
b. Hayır	26	43

21.Saray'ın dokusuna zarar vermeden Beylerbeyi Saray Müzesi'nin bahçelerin bazı organizasyonlarda kullanılmasını sizce uygun mu?	59	
a. Uygun	33	55
b. Uygun Değil	26	43
22.Çevrenizdekilere Beylerbeyi Sarayı Müzesi'ni ziyaret etmelerini önerir misiniz?	58	
a. Evet	58	100
b. Hayır		

Tablo1. Beylerbeyi Sarayı Müzesi yerli ziyaretçi anket sonuçlarının yüzdelik oranı.

2.2 Yerli Ziyaretçilere Uygulanan Anket Sonuçlarının Yorumu:

Anket sonuçlarına göre Beylerbeyi Sarayı'nı ziyaret eden ziyaretçilerden ankete katılanların % 69'u Saray'ı ilk kez gezmiştir, %31'lik bir kısmı ise daha önce Saray'ı gezmiştir. İnsanlar yalnız başına müze gezmeye yatkın değildir, ankete katılanların %31'i bir arkadaşıyla Saray'a gelirken, % 35'i ise bir grupta birlikte gelmiştir, Saray'a yalnız gelenlerin sayısı ise %7'dir.

Müzeyle ilgili basında çıkan haberler ve dergilerdeki makaleler insanları müzeden haberdar eder ve müze gezmeye teşvik eder. Ayrıca internet siteleri ve müzeyle ilgili afiş ve broşürler de ziyaretçilerin müzeye gelmeden önce müze hakkında bir ön bilgi sahibi olmasını sağlar. Beylerbeyi Sarayı Müzesi'nde uygulanan ankete katılanların % 45'i Saray ile ilgili hiçbir bilgiye sahip değilken, % 55'i Saray hakkında ön bilgiye sahiptir. Saray hakkında önceden bilgi sahibi olanların % 30'u arkadaşlarından, %27'si ise okuldaki tarih derslerinden bu bilgiyi edinmiştir. Medyada çıkan haber ve makalelerden bilgi sahibi olanlar ise % 21'lik bir orandadır. Beylerbeyi Sarayı'nın web sayfasının tanıtım açısından zayıf olduğundan Üçüncü Bölüm'de bahsedilmişti, anket verilerinde internet ortamında Saray ile ilgili bilgi edinenlerin oranı % 6 olarak saptanmıştır. Üçüncü Bölüm 1.3.te Beylerbeyi Sarayı'nın tanıtımının en çok sözlü aktarım yoluyla olduğundan ve Saray'ı gezenlerin çevrelerine Saray'dan bahsederek ziyaret etmeleri için teşvik ettiklerinden söz edilmiştir. Anket sonuçlarının bu saptamayı kanıtladığını ve Beylerbeyi Sarayı Müzesi hakkında önceden bilgisi olanların bu bilgiyi en fazla arkadaşlarından edindiğini görmekteyiz, bu oran ankete katılanların % 30'unu oluşturmaktadır.

Müzenin kolay ulaşılabilir bir yerde olması, etkili bir tanıtım yapıldığı takdirde müzenin kullanılabilirliğini arttıran etkenlerdendir. Üçüncü Bölümde “Beylerbeyi Sarayı’nın Konumsal Önemi” başlığı adı altında Beylerbeyi Sarayı Müzesi’nin konumunun toplu taşıma araçlarıyla kolay ulaşılabilir bir noktada bulunduğu ve trafik yoğunluğu yaşanmadan Saray’a ulaşılmasının mümkün olduğundan söz edilmiştir. Anket sonuçlarına göre ankete katılanların % 45’inin Saray’a toplu taşıma araçlarıyla ulaştığı, % 35’inin ise kendi aracıyla Saray’a geldiği ve ücretsiz otoparkı kullandığı belirlenmiştir. Beylerbeyi Sarayı’nı ziyaret edenlerin %97’si Saray’a gelirken trafik yoğunluğu yaşamamıştır.

Başarılı müzeler ziyaretçisinin müze içerisinde mümkün olduğu kadar çok kalmasını, bu süre içerisinde de satış reyonu, kafeterya gibi hizmetlerden yararlanarak müzeye gelir getirmesini sağlamaya çalışırlar. Müzeye gelen her ziyaretçi müze için günlük yaşantısından belli bir süre ayırarak gelir. Örneğin: hafta sonu tatilinden bir günü yada yarım günü müze gezmeye ayıran ziyaretçi müzeyi gezdikten sonra bahçeler, kafeterya, müzedeki geçici sergi ve etkinlikler sayesinde müzede uzun süre kalabilir. Bu süre içerisinde kafeterya ve satış reyonundan yararlanarak müzeye gelir bırakır. Ayrıca dolaylı olarak da çevresine bu müzeden söz ederek tanıtımına katkıda bulunur. Ziyaretçiyi müze içerisinde mümkün olduğu kadar uzun süre kalmasını hatta ziyaretçinin müze için ayırdığı süreden daha uzun kalmasını sağlamak ise müzenin görevidir. Ziyaretçiye müze gezisi dışında başka bir hizmet sunulmadığı takdirde sadece sergilenen nesneleri gezip müzeden ayrılacaktır. Beylerbeyi Sarayı Müzesi için hazırlanan ankete katılan ziyaretçilerin % 45’i Saray’ı gezmek için yarım gün süre ayırmış, ancak bu ziyaretçilerin %25’i Saray’da yarım gün kalabilmiş, ziyaretçilerin % 58’i Saray’da bir saat kalmış ve Saray gezisini tamamladıktan sonra ayrılmıştır.

Müzelerdeki kafeterya ve satış reyonları müzeye gelir getiren en önemli kaynaklardır, kafeteryadaki zengin çeşitli yiyecekler, güleryüzlü personel ve iyi hizmet ziyaretçinin müzeden memnun kalmasını sağlar. Ziyaretçilerin satış reyonunda satışa sunulan hediyelik eşya, kartpostal, broşür gibi tanıtım malzemelerinden satın alarak hatıra olarak saklamaları ve çevrelerine hediye etmeleri müzenin tanınmasına katkıda bulunmaktadır. Beylerbeyi Sarayı’nı gezen ziyaretçilerin %37’si kafeteryadan faydalanmıştır. Bu oranın az olmasının nedeni Üçüncü Bölüm’de değinildiği gibi Saray’ın ana girişine uzak olmasıdır. Kafeteryadan yararlanan ziyaretçilerin % 86’sının servisten memnun kalmasına rağmen %68’i satılan yiyecekleri yetersiz bulmuştur. Beylerbeyi Sarayı bünyesindeki satış reyonu ise ziyaretçilerin kolaylıkla görebileceği bir yerde değildir. Bu nedenle ankete katılan ziyaretçilerin ancak %

20'si satış reyonuna uğramıştır. Bu ziyaretçilerden % 48'i ise hediyeelik eşyalardan satın almıştır.

Ankete katılan ziyaretçilerden Beylerbeyi Sarayı'nın etkili tanıtımı için çeşitli öneriler getirenler de olmuştur. Bahçelerin defile, sergi ve organizasyon için kullanılması, yönlendirme tabelalarının daha belirgin olması, kafeteryadaki yiyecek çeşitlerinin çoğaltılması ve satış reyonundaki hediyeelik eşyaların zenginleştirilmesi ankete katılan ziyaretçilerin önerileri olarak verilmiştir.

2.3 Yabancı Ziyaretçilere Uygulanan Anket Sonuçlarının Yüzdeleri:

Beylerbeyi Sarayı'na gelen yabancı ziyaretçilerden 50 kişiye uygulanan anket 20 soru içermektedir ve iki ana bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde Saray'ı gezen ziyaretçilerle ilgili bilgi edinilmeye yönelik sorular yer almaktadır, örneğin, Saray'ı gezmek için ne kadar süre ayırdığı, Saray'da ne kadar zaman geçirdiği gibi sorular yer almaktadır. İkinci bölüm ise ziyaretçilerin Beylerbeyi Sarayı Müzesi'nin tanıtımı ile ilgili düşüncelerini öğrenmeye yönelik sorulara ayrılmıştır. Aşağıdaki tabloda yabancı ziyaretçilere sorulan sorular, yanıtları ve yüzdeleri yer almaktadır:

Soru	Yanıt sayısı	yüzde
1.Is this your first visit to the Beylerbeyi Palace ?	50	%
a.yes	34	68
b.no	16	32
2.What is the reason of your visit the Beylerbeyi Palace?	51	
a. to use my spare time	23	45
b. to increase my knowledge	10	20
c. to research for education	2	4
d. to take my friends from abroad to the museum	11	22
e. the group I belong to wanted to see the museum	5	10
3. Are you visiting the Beylerbeyi Palace by yourself or with someone else?	50	
a. by myself	5	10
b. with a friend	24	48
c. with an organized tour	9	18
d. with my family	12	24
4. How did you travel to the Beylerbeyi Palace ?	50	
a. by public transportation	24	49
b. by my own car	12	24
c. by tour bus	9	18
d. other	5	10
5. Did you have any difficulty in the traffic on the way to the Beylerbeyi Palace ?	50	
a.Yes	7	14
b. No	43	86
6. How much time did you intend to spend at the Beylerbeyi Palace?	50	
a. half an hour	7	14
b. one hour	25	50
c. half a day	18	36
d. full day		
7. How much time did you spend at the Beylerbeyi Palace?	50	
a. half an hour	21	42
b. one hour	27	54
c. half a day	2	4
d. full day		

8. Do you think that the opening hours are convenient at the Beylerbeyi Palace?	50	
a. Yes	37	74
b. No	13	26
9. Did you have any knowledge about the Beylerbeyi Palace before your visit ?	50	
a. Yes, I had	26	52
b. No, I didn't have	24	48
10. If you had any knowledge where did you get it from?	38	
a. Media	10	26
b. Internet	3	8
c. School lessons	0	0
d. My friends	17	45
e. Posters, booklets, leaflets of the museum	3	8
f. Travel agencies	5	13
11. Did you arrange to come to Beylerbeyi Palace or is it by coincidence?	50	
a. I arranged it before	34	68
b. I came by coincidence	16	32
12. Have you ever seen any advertisement about the Beylerbeyi Palace before?	50	
a. Yes	8	16
b. No	42	84
13. Which of these are more effective for the promotion of the Beylerbeyi Palace?	81	
a. Publications	17	21
b. Internet	38	47
c. Visual and printed materials	25	31
d. others (please specify) _____	1	1
14. Do you agree that the Beylerbeyi Palace can be used for social organizations without any damage to the Palace?	50	
a. I agree	38	76
b. I don't agree	12	24
15. Did you use the cafeteria at the Beylerbeyi Palace?	50	
a. Yes	32	64
b. No	18	36

If you used, did you find the food and drinks satisfactory?	32	
a. Yes	12	37
b. No	20	63
16. Did you find the service at the cafe satisfactory ?	32	
a. Yes	23	72
b. No	9	28
17. Did you have the chance to see the gift shop ?	50	
a. Yes	22	44
b. No	28	56
If you have visited the gift shop did you buy any gifts ?	22	
a. Yes	5	23
b. No	17	77
18. Which staff group were you pleased more working at the Beylerbeyi Palace?	92	
a. Ticket Salesmen	29	32
b. Guards	14	15
c. Guides	38	41
d. Souvenir salesman	9	10
e. Waiter at the cafeteria	11	12
f. Others		
19. Would you recommend your friends to visit the Beylerbeyi Palace?	47	
a. Yes	47	100
b. No		
20. Where would you like to see the leaflets of the Beylerbeyi Palace?		
	109	
a. Tourism information offices	26	24
b. Hotel lobbies	29	27
c. Underground ticket offices	18	17
d. Airport desks	21	19
e. Sea ports	15	14
f. Others		

Tablo 2. Beylerbeyi Sarayı Müzesi yabancı ziyaretçi anket sonuçlarının yüzdelik oranları

2.4. Yabancı Ziyaretçi Anket Sonuçlarının Yorumu:

Beylerbeyi Saray Müzesi'ni gezen yabancı ziyaretçilere uygulanan anket sonuçlarına göre Saray'ı gezen ziyaretçilerin %68'i ilk kez Saray'ı gezmektedir,% 32'si ise daha önceden gezmiştir. Türkiye'de yaşayan yabancılar da Beylerbeyi Sarayı'na sık sık gelen ziyaretçiler arasındadır, ankete katılan ziyaretçilerden % 22'si yurtdışından gelen akraba ve arkadaşlarını Saray'a getirmişlerdir. Saray'ı gezenlerin % 52'sinin Saray'a gelmeden önce Saray hakkında bilgisi vardır. Yerli ziyaretçi anket sonuçlarında Saray'la ilgili bilgilerin çoğunlukla Saray'ı önceden gezmiş kişilerden edinildiğinden söz edilmişti. Yabancı ziyaretçilerden Saray'la ilgili ön bilgisi olanların % 45'i bu bilgiyi arkadaşlarından edinmişlerdir.

Beylerbeyi Sarayı Müzesi'nin etkili bir tanıtımı yapılmadığı bu tezin ana konusunu oluşturmaktadır. Beylerbeyi Sarayı ile ilgili tanıtım panoları, reklam ve afişlerin bulunmadığı saptanmıştır. Saray'ı gezen yabancı ziyaretçilerin % 84'ü Saray'la ilgili herhangi bir reklam ya da afişe rastlamadıklarını belirtmişlerdir. Beylerbeyi Sarayı'nın tanıtımının en iyi şekilde yapılabilmesi için ziyaretçilerin görüşlerine de başvurulmuştur. Yabancı ziyaretçilerin % 47'si sanal ortamda tanıtımın, %31'i basılı ve görsel malzemelerin, % 21'i ise Saray'ı tanıtan yayınların en iyi tanıtım yöntemleri olduğunu belirtmiştir.

Müzelerin tanıtımıyla ilgili malzemelerin müze dışında otel lobileri, turizm danışma büroları, havaalanı danışma masaları gibi yabancı ziyaretçilerin sık karşılaştığı noktalarda bulunması, gezi programlarını belirlerken ziyaretçilerin müzeyi programlarına almasını kolaylaştırmaktadır. Ankete katılan yabancı ziyaretçilere Beylerbeyi Sarayı'nın tanıtım broşürlerinin hangi noktalarda bulunmasının iyi olacağı sorulmuştur. Ziyaretçilerin %27'si otel lobilerinde, %24'ü turizm danışma bürolarında, %19'u ise havaalanı danışma masalarında Beylerbeyi Sarayı'nın tanıtım broşürlerinin yer alması gerektiğini belirtmiştir.

Beylerbeyi Sarayı'nı gezen yabancı ziyaretçilerin Saray'la ilgili önerileri de bulunmaktadır. Beylerbeyi Sarayı'nda rehberlik hizmeti İngilizce, Fransızca ve Almanca dillerinde yapılmaktadır. Beylerbeyi Sarayı'nı ziyaret eden yabancılar arasında İspanyolca konuşan ziyaretçiler önemli yer tutmaktadır, her yıl ortalama 12.000 İspanyolca konuşan ziyaretçi Saray'ı gezmektedir. Ankete katılan ziyaretçilerden İspanyolca turlar düzenlenmesi ve

İspanyolca broşürler hazırlanması önerileri getirilmiştir. Ayrıca Beylerbeyi Sarayı'nın internet sayfasının yetersiz olduğu ve genişletilmesi gerektiği de öneriler arasındadır.

Sonuç olarak Beylerbeyi Sarayı Müzesi'nin tanıtımında aksayan yönlerin belirlenmesi için ziyaretçilere uygulanan anket Beylerbeyi Sarayı Müzesi'nin tanıtımının yetersiz olduğunu, daha etkili bir tanıtım uygulaması gerekliliğini göstermektedir. Beylerbeyi Sarayı Müzesi'nin ziyaretçileri genel olarak personel ve hizmetlerinden memnundur, ancak Saray'ın tanıtımının yetersiz olduğunu ve iyileştirilmesi gerektiğini düşünmektedir.



3. Beylerbeyi Sarayı Ziyaretçilerine Uygulanan Türkçe ve İngilizce Anket Soruları:

BEYLERBEYİ SARAY MÜZESİNİN TANITIM SORUNLARININ

ZİYARETÇİ ANKETİ İLE ARAŞTIRILMASI

Bu anket Beylerbeyi Saray Müzesi ile ilgili tanıtım çalışmalarının yeterli olup olmadığını saptamak amacıyla düzenlenmiştir. Beylerbeyi Saray Müzesi için en uygun tanıtım yöntemlerinin neler olduğu belirlenirken ziyaretçilerimizin görüşleri değerlendirmede etkili olacaktır, bu amaçla aşağıdaki sorular hazırlanarak ziyaretçilerimize uygulanmaktadır. Sizin vereceğiniz yanıtlar ışığında Beylerbeyi Saray Müzesinin tanıtımında aksayan yönler belirlenip Müze'nin daha iyi tanıtılmasını ve bu sayede daha çok ziyaretçi çekmesini sağlayacak yöntemler geliştirilecektir. Elde edilen veriler Yıldız Teknik Üniversitesi Müzecilik Ana Bilim Dalında yapmakta olduğum Master tezi çalışmamda kaynak olarak kullanılacağından akademik önemi de olan bu ankete zaman ayırdığınız için kendim ve kurumum adına teşekkür ederim.

Hazırlayan: Nurten Ergün

Adınız Soyadınız :
(İsteğe bağlı)

Öğrenim Durumunuz :

Mesleğiniz :

Yaşınız :

Cinsiyetiniz : Kadın ☐ Erkek ☐

Uyruğunuz : T.C. ☐ Diğer

Size Ulaşabileceğimiz :
Telefonlar (İsteğe bağlı)

Varsa e-mail adresiniz :

ANKET SORULARI

I. Bölüm: Kişisel Sorular

- 1 Beylerbeyi Saray Müzesi'ne ilk gelişiniz mi ?
a. Evet ☐ b. Hayır ☐
- 2 Beylerbeyi Saray Müzesi'ni ziyaret etme sebebiniz nedir?
a. Boş zamanımı değerlendirmek ☐
b. Bilgimi artırmak ☐
c. Eğitim amaçlı, ödev, araştırma yapmak ☐
d. Şehir dışı /yurt dışından gelen konuklarımı gezdirmek ☐
e. Birlikte bulunduğum topluluk/ grup istediği için geldim ☐
f. Tesadüfen, yoldan geçerken gördüm ☐
- 3 Müze'ye yalnız mı yoksa , başkalarıyla birlikte mi geldiniz ?
a. Yalnız geldim ☐ b. Bir arkadaşım ile birlikte geldim ☐
c. Grupla geldim ☐ d. Ailemle geldim ☐
- 4 Beylerbeyi Saray Müzesi'ne nasıl ulaştınız?
a. Toplu taşıma aracı ☐ b. Kendi aracım ile ☐
c. Tur Otobüsü ile ☐ d. Diğer ☐
- 5 Beylerbeyi Saray Müzesi'ne ulaşım da trafik yoğunluğu yaşadınız mı?
a. Evet ☐ b. Hayır ☐
- 6 Beylerbeyi Saray Müzesi'ni gezmek için ne kadar süre ayırmıştınız?
a. Yarım saat ☐ b. 1 saat ☐
c. Yarım gün ☐ d. Tam gün ☐
- 7 Beylerbeyi Saray Müzesi'nde ne kadar süre kaldınız?
a. Yarım saat ☐ b. 1 saat ☐
c. Yarım gün ☐ d. Tam gün ☐

II. Bölüm: Beylerbeyi Saray Müzesi'nin Tanıtımı ile İlgili Sorular

- 1 Beylerbeyi Saray Müzesi'nde ne kadar süre kaldınız?
 - a. Hiçbir bilğim yoktu ☐
 - b. Bilğim vardı ☐
- 2 Beylerbeyi Saray Müzesi ile ilgili bilgileriniz varsa nereden edindiniz?
 - a. Medya ☐
 - b. İnternettten ☐
 - c. Okuldan ☐
 - d. Arkadaşlarımdan ☐
 - e. Müzenin poster, afiş, broşürlerden ☐
 - f. Seyahat acentelerinden ☐
 - g. Tanıtım panolarından ☐
- 3 Sizce Beylerbeyi Saray Müzesi'nin tanıtımı için aşağıdakilerden hangisi daha etkili olabilir?
 - a. Yayınlar ☐
 - b. Sanal Ortam ☐
 - c. Görsel ve Basılı Malzeme ☐
 - d. Diğer (açıklayınız) -----
--
- 4 Beylerbeyi Saray Müzesi'nin hangi kuruma bağlı olduğunu biliyor musunuz?
 - a. TBMM ☐
 - b. Dolmabahçe Sarayı ☐
 - c. Kültür Bakanlığı ☐
 - d. Milli Savunma Bakanlığı ☐
 - e. İstanbul Belediyesi ☐
- 5 Beylerbeyi Sarayı Müzesi'nin broşürlerini Saray dışında nerelerde bulmak istersiniz?
 - a. Turizm Danışma Büroları ☐
 - b. Tanınmış Otel Lobileri ☐
 - c. Vapur iskeleleri ☐
 - d. Metro gişeleri ☐
 - e. Havaalanı Ofisleri ☐
 - f. Diğer -----

III. Bölüm: Hizmetlerle İlgili Sorular:

1 Beylerbeyi Saray Müzesi'nin satış reyonundan faydalandınız mı?

- a. Evet ☐ b. Hayır ☐

Faydalandıysanız satış reyonundaki hediyelik eşya ürünlerinden satın aldınız mı ?

- a. Evet ☐ b. Hayır ☐

2 Beylerbeyi Saray Müzesi'nin kafeteryasından faydalandınız mı?

- a. Evet ☐ b. Hayır ☐

Faydalandıysanız satılan yiyecekleri yeterli buluyor musunuz?

- a. Yeterli ☐ b. Yetersiz ☐

3 Beylerbeyi Saray Müzesi'nin kafeteryasındaki servisten memnun kaldınız mı?

- a. Evet ☐ b. Hayır ☐

4 Beylerbeyi Saray Müzesi'nin hangi bölümünde çalışan personelden daha çok memnun kaldınız?

- | | | | |
|-----------------------------|--------------------------|-----------------------|--------------------------|
| a. Gişe Memurları | ☐ | b. Koruma Görevlileri | ☐ |
| c. Rehber | ☐ | d. Kafe görevlileri | ☐ |
| e. Satış reyonu görevlileri | ☐ | f. Diğerleri | _____ |

IV. Bölüm: Beylerbeyi Sarayı Müzesinin Etkili Tanıtım Önerileri ile İlgili Sorular:

1 Beylerbeyi Saray Müzesi'nin açık olduğu günler ve saatler sizce uygun mu?
(Pzt- Perş . hariç hergün kış: 09.30 – 16.00 yaz: 09.30 – 17.00)

- a. Uygun ☐ b. Uygun değil ☐

Değilse önerileriniz nelerdir? _____

2 Beylerbeyi Saray Müzesi'nde düzenlenen geçici sergilerden, etkinliklerden haberdar oluyor musunuz?

- a. Evet ☐ b. Hayır ☐

Olmuyorsanız önerileriniz nelerdir?

3 Beylerbeyi Sarayı Müzesi ile ilgili etkinlik haberlerinin size ulaşmasını ister misiniz?

a. Evet ☐ b. Hayır ☐

4 Beylerbeyi Sarayı Müzesi'ni yaşatmak için kurulacak destekleyici bir kulübe üye olmak ister misiniz?

a. Evet ☐ b. Hayır ☐

5 Saray'ın dokusuna zarar vermeden Beylerbeyi Saray Müzesi'nin bahçelerin bazı organizasyonlarda kullanılmasını sizce uygun mu?

a. Uygun ☐ b. Uygun Değil ☐

Uygun ise önerileriniz nelerdir? -----

6 Çevrenizdekilere Beylerbeyi Sarayı Müzesi'ni ziyaret etmelerini önerir misiniz?

a. Evet ☐ b. Hayır ☐

A SURVEY ABOUT THE PROMOTION OF THE BEYLERBEYİ PALACE MUSEUM

This survey has been prepared in order to determine the best promoting methods for the Beylerbeyi Palace; our visitors' views will be useful in locating the weaknesses in the promotion of the Beylerbeyi Palace; and new methods will be developed to promote the Palace and attract more visitors. Since the results of this survey will be used as a source in my master's research at Yıldız Technical University Department of Museum Studies , I thank you for myself and on behalf of my foundation for your time for this survey.

Nurten ERGÜN

Name and Surname (optional) :

Education :

Occupation :

Age :

Gender : Male ☐ Female ☐

Nationality : Turkish ☐ Other: _____

Telephone Numbers to contact you (optional) :

E-mail address (optional) :

QUESTIONS

Part One : Personal Questions

- 1 Is this your first visit to the Beylerbeyi Palace ?

a. Yes ☐	b. No ☐
---------------------------------	--------------------------------

- 2 What is the reason of your visit the Beylerbeyi Palace?

a. to use my spare time	☐
b. to increase my knowledge	☐
c. to research for education	☐
d. to take my friends from abroad to the museum	☐
e. the group I belong to wanted to see the museum	☐

- 3 Are you visiting the Beylerbeyi Palace by yourself or with someone else?

a. by myself ☐	b. with a friend ☐
c. with an organized tour ☐	d. with my family ☐

- 4 How did you travel to the Beylerbeyi Palace ?

a. by public transportation ☐	b. by my own car ☐
c. by tour bus ☐	d. other ☐

- 5 Did you have any difficulty in the traffic on the way to the Beylerbeyi Palace ?

a. Yes ☐	b. No ☐
---------------------------------	--------------------------------

- 6 How much time did you intend to spend at the Beylerbeyi Palace?

a. half an hour ☐	b. one hour ☐
c. half a day ☐	d. full day ☐

- 7 How much time did you spend at the Beylerbeyi Palace?

a. half an hour ☐	b. one hour ☐
c. half a day ☐	d. full day ☐

- 8 Do you think that the opening hours are convenient at the Beylerbeyi Palace?
(except Mondays and Thursdays
winter: 09.30 am - 16.00 pm , summer : 09.30 am.- 17.00 pm.)

a. Yes ☐ b. No ☐

If your answer "No" what are your suggestions?

Part two: Questions about the promotion of the Beylerbeyi Palace

- 1 Did you have any knowledge about the Beylerbeyi Palace before your visit ?

a. Yes, I had ☐ b. No, I didn't have ☐

- 2 If you had any knowledge where did you get it from?

a. Media ☐
b. Internet ☐
c. School lessons ☐
d. My friends ☐
e. Posters, booklets, leaflets of the museum ☐
f. Travel agencies ☐

- 3 Did you arrange to come to Beylerbeyi Palace or is it by coincidence?

a. I arranged it before ☐ b. I came by coincidence ☐

- 4 Have you ever seen any advertisement about the Beylerbeyi Palace before?

a. Yes ☐ b. No ☐

If your answer is "yes" , where did you see it ?

- 5 Which of these are more effective for the promotion of the Beylerbeyi Palace?

a. Publications ☐ b. Internet ☐
c. Visual and printed materials ☐ d. others (please specify) -----

6 Do you agree that the Beylerbeyi Palace can be used for social organizations without any damage to the Palace?

- a. I agree ☐ b. I don't agree ☐

If you don't agree what are your suggestions ?

7 Did you use the cafeteria at the Beylerbeyi Palace?

- a. Yes ☐ b. No ☐

If you used, did you find the food and drinks satisfactory?

- a. Yes ☐ b. No ☐

8 Did you find the service at the cafe satisfactory ?

- a. Yes ☐ b. No ☐

9 Did you have the chance to see the gift shop ?

- a. Yes ☐ b. No ☐

If you have visited the gift shop did you buy any gifts ?

- a. Yes ☐ b. No ☐

10 Which staff group were you pleased more working at the Beylerbeyi Palace?

- | | | | |
|-----------------------------|--------------------------|----------------------|--------------------------|
| a. Ticket Salesmen | ☐ | b. Guards | ☐ |
| c. Guides | ☐ | d. Souvenir salesman | ☐ |
| e. Waiters at the cafeteria | ☐ | f. others | |

11 Would you recommend your friends to visit the Beylerbeyi Palace?

- a. Yes ☐ b. No ☐

12 Where would you like to see the leaflets of the Beylerbeyi Palace?

- | | | | |
|---------------------------------------|--------------------------|-------------------------|--------------------------|
| a. Tourism information offices | ☐ | b. Hotel lobbies | ☐ |
| c. Underground ticket offices | ☐ | d. Airport desks | ☐ |
| e. Sea ports | ☐ | f. Others | ----- |

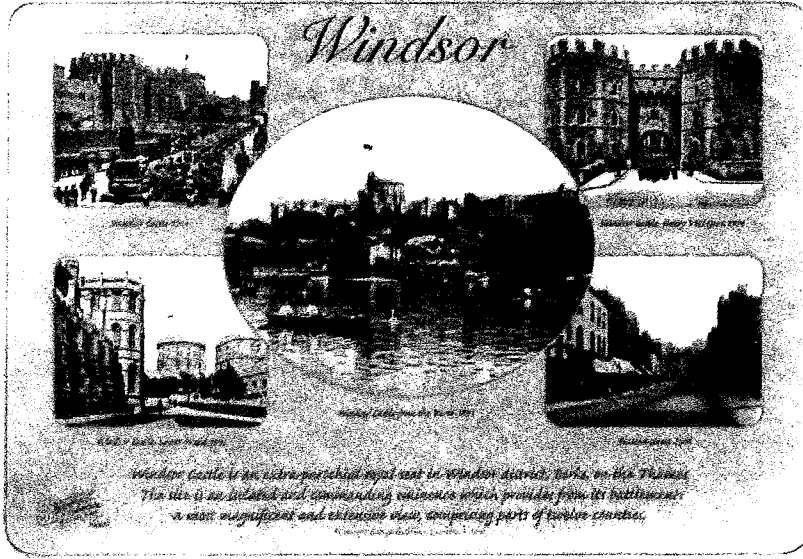


V. BEYLERBEYİ SARAYI MÜZESİ'NİN ETKİLİ TANITIMI İÇİN ÖNERİLER:

Çağdaş müzecilik anlayışında müzeler var olan ziyaretçi sayısı ile yetinmemekte, müzenin adını duyurmak, halka sevdirmek ve toplumun her kesiminden ziyaretçiyi müzeye çekmenin yollarını aramaktadır. Birinci ve İkinci bölümlerde müze tanıtımının önemi ve dünyada ve Türkiye’de müze tanıtımında kullanılan yöntemler araştırılmıştır. Bu bölümde Beylerbeyi Sarayı Müzesi için etkili olabilecek tanıtım önerileri sunulmaktadır. Bu önerileri şu şekilde sınıflamak mümkündür:

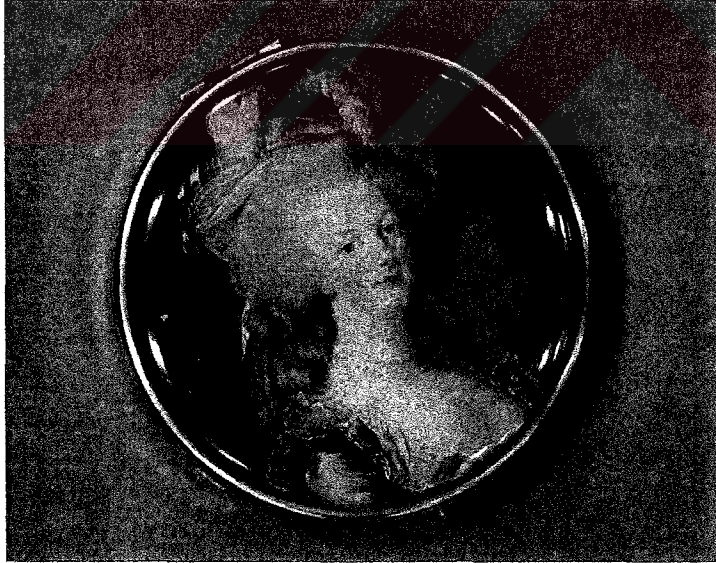
1. Hediyelik Eşyalarla ilgili tanıtım önerileri:

1. Beylerbeyi Sarayı harem bölümü yemek odasında yer alan, ilk örneği Sultan II. Abdülhamit tarafından yapılmış olan sandalyeler ziyaretçiler tarafından ilgi görmektedir. Bu sandalyelerin küçük örnekleri yaptırılarak satışa sunulabilir.
2. Osmanlı Padişahları içerisinde heykelini yaptıran ilk Padişah Sultan Abdülaziz’dir. Beylerbeyi Sarayı Havuzlu Salonu’nda Sultan Abdülaziz’in at üzerinde bronzdan heykeli vardır. bu heykelin küçük boyutlarda yapılacak kopyasının satışı ziyaretçiler tarafından ilgi görebilir.
3. Çağdaş müzeler tanıtım araçlarını geniş bir yelpazeye yaymıştır. Örneğin; İngiltere’de Windsor Şatosu resminin ve tarihçesinin yer aldığı aşağıda resmi yer alan yemek servislerini yaptırmıştır. Üzerinde Beylerbeyi Sarayı ve Saray içinden ilginç nesnelerin yer aldığı bardak altları veya yemek servisleri yapılabilir.



Resim 39. Windsor Şatosu yemek servisleri

4. Saray müzelerde yaşamış kişilerin resimlerinin yer aldığı tanıtım eşyaları ziyaretçiler tarafından ilgi görmektedir, örneğin; aşağıdaki resimde görüldüğü gibi Versailles Sarayı'nda üzerinde Marie Antoinette resmi yer alan küçük kutular, aynalar satılmaktadır. Beylerbeyi Satış Reyonunda da üzerinde Saray cariyesi resmi olan aynalar ve broşlar veya tuğra resmi olan yüzükler satılabilir.



Resim 40. Marie Antoinette resimli kutu

2. Basılı ve Görsel Malzemelerle ilgili tanıtım önerileri:

1. Beylerbeyi Sarayı broşürleri Saray girişinde yer almaktadır, bu nedenle sadece Saray'a gelen ziyaretçiler yararlanmaktadır. Oysa broşürler müze dışında başka mekanlarda bulunursa daha geniş bir kesime hitap edecektir. Beylerbeyi Sarayı broşürleri otel lobileri, turizm danışma büroları, metro girişleri, vapur iskelelerine bırakılabilir. Ayrıca Çamlıca Tepesi, Kız Kulesi gibi yakın mekanlara bırakılabilir. Bu mekanların broşürleri de Beylerbeyi Sarayı'nda bulunabilir.
2. Şehir Hatlarına ait gemilerde bulunan video oynatıcılarında çeşitli mekanların reklamları yayınlanmaktadır. Beylerbeyi Sarayı'nı tanıtan bir VCD'nin Şehir Hatları gemilerinde özellikle Boğaz Hattında yayınlanması ziyaretçi sayısının artmasına katkıda bulunabilir.
3. Beylerbeyi Sarayı bahçelerinde ve Saray içinde müzik yayını yapılmaktadır. Ancak şu anda Saray bahçelerinde Mehter Müziği ve Türk Sanat Müziği eserleri çalınmaktadır. Saray'ın ait olduğu dönemin ruhunu yansıtacak müzikler ziyaretçilerin daha çok ilgisini çekebilir. Beylerbeyi Sarayı'nı yaptıran Padişah Sultan Abdülaziz aynı zamanda iyi bir bestekardı. Sultan Abdülaziz'in bestelerinin yer aldığı cd Saray içinde ve bahçelerinde çalınabilir, ayrıca satış reyonunda bu cd'ler satışa sunulabilir.

3. Etkinliklerle ilgili tanıtım önerileri:

1. Müzeler zaman zaman başka kurumlarla işbirliği içine girerek tanıtımını sağlayabilir. Beylerbeyi Sarayı için de böyle bir işbirliği gerçekleştirilebilir. Migros, Burger King gibi market ve restoranlarla işbirliği yapılarak belli bir miktarın üzerinde alışveriş yapan müşterilere Beylerbeyi Sarayı bileti verilebilir.
2. Özel günlerde örneğin, Dünya Tiyatrolar Gününde ya da festivallerde sezonluk bilet alan kişilere bir adet Beylerbeyi Sarayı bileti hediye edilerek, Saray'ı ücretsiz gezmeleri sağlanarak halk kültürel etkinliklere teşvik edilebilir.
3. Şu anda ziyarete kapalı olan Set Bahçeleri yazlık kafeterya olarak hizmet verebilir. Üst set bahçelerinin ayrı bir girişi olduğundan Saray Ana Binası'ndan bağımsız olarak da

akşam saatlerinde ve Saray'ın ziyarete kapalı olduğu günlerde de açık olabilir. Yaz akşamlarında nefis manzarasıyla ziyaretçilerin ilgi odağı olabilir.

4. Ziyarete kapalı Ahır Köşk, Mermer Köşk ve Sarı Köşk Saray Ana Binası'ndan bağımsız olarak ziyarete açılabilir. Üst set bahçesinin ayrı girişi kullanılarak ayrı biletle üst köşkler gezilebilir. Ayrıca Ana Bina bileti ile kombine olarak bilet de satılabilir, böylece Ana Binayı gezen ziyaretçi üst bahçelere yönlendirilir. Bu seçeneği cazip kılmak için kombine bilet daha uygun fiyatla satılmalıdır.
5. Müzeye gelen ziyaretçinin memnun ayrılması tekrar gelmesine, başkalarına da tavsiye etmesini sağlamaktadır. Müzeler Haftası (18-24 Mayıs)'nda yerli ziyaretçilere, 10 Kasım ve 23 Nisan günlerini takip eden haftalarda öğrencilere ücretsiz Beylerbeyi Sarayı ücretsiz olarak halka açılmakta ve yoğun bir talep olmaktadır. Özellikle son yıllarda Saray önünde kuyruklar oluşmakta, Saray personeli yetersiz kalmaktadır. Bu da ziyaretçide memnuniyetsizlik yaratmaktadır. Bu durumda Beylerbeyi Sarayı yılda belirli günler yerine haftada bir gün, örneğin Çarşamba günleri ücretsiz olarak gezilebilir, böylece ücretsiz haftalardaki yığılmalar önlenebilir.

4. Sergilerle ilgili öneriler:

1. Beylerbeyi Sarayı'nı gezen kişilerin en çok sordukları sorulardan biri Sarayda yaşantının nasıl olduğu, sarayda yaşayanların ne tür giysiler giydiği ile ilgilidir. Tünel veya Mermer Köşk'te Padişah giysileri, Saray kadınlarının giysileri gibi eski dönemlerde Saray'da yaşamış kişilerin günlük yaşamlarıyla ilgili ipuçları içeren geçici ve sürekli sergiler düzenlenebilir.
2. Beylerbeyi Sarayı Müzesi'nden sergilenen eşyaların dışında Saray gezi mekanının yetersizliği yüzünden sergilenmeyen bazı eşyalar dolaplarda saklanmaktadır. Sarayda sergilenmeyen, dolaplarda saklanan bu eşyalar geçici sergilerle dönüşümlü olarak ziyaretçiye sunulabilir. Tünel ve Mermer Köşk bu sergiler için uygun mekanlardır.

5. Saray gezisi ile ilgili öneriler :

Çağdaş müzeler ziyaretçilerine çeşitli tur seçenekleri sunmakta, ziyaretçi de ilgisi ve zamanına bağlı olarak bu turlardan birini seçmektedir. Beylerbeyi Sarayı ise sadece rehberli gezi halinde gezilmektedir. 30- 40 dakika süren turlarda Saray içerisinde daha çok zaman geçirmek isteyen veya belli bölümlere daha çok ilgi gösteren ziyaretçiler vardır. Bu durumda kulaklıklılı sistem ile ziyaretçiler saray gezisini yapabilirler. Böylece ziyaretçi hem istediği gibi Sarayı gezebilmekte, hem de yabancı ziyaretçiler kendi dillerinde dinleme olanağına sahip olmaktadır.



VI. SONUÇ :

Toplumların sanat ve kültürel miraslarını toplum için koruyan ve sergileyen müzelerin ziyaretçi sayısını artırma ve adını geniş kesimlere duyurma isteği XX. yüzyılın ikinci yarısından itibaren hız kazanmıştır. Çağdaş müzecilik anlayışında müzeler toplumun her kesimine ulaşmanın, onlara müzeyi sevdirecek müzeye getirmenin yollarını araştırmaktadır. Bu amaçla çağdaş müzeler çeşitli tanıtım kampanyaları, müzeyi halka sevdirecek ve müzeyi gezmeye teşvik edecek yöntemler geliştirilmektedir. Müzenin yaşayan bir müze olması için ziyaretçiye gereksinimi vardır. Başarılı müze toplumun tüm kesimlerince bilinen, herkesin kolaylıkla ulaşabildiği, sadece müze gezisi için değil kafeterya ya da restoranından, bahçelerinden yararlanmak, ya da düzenlenen etkinliklere katılmak için tekrar tekrar gittiği bir mekandır.

Bu tezin çıkış noktası Beylerbeyi Saray Müzesi'nin ziyaretçi sayısının istenilen düzeyde olmaması, bunun en önemli nedeninin de tanıtımının yeterli ölçüde yapılmaması olduğunun düşünülmesidir. Beylerbeyi Saray Müzesi'ni 2003 yılında 85.164 ziyaretçi gezmiştir, Saray'ı gezen ziyaretçilerin 44.191'i yabancı, 40.943'ü ise yerli ziyaretçidir. 2002 yılında ise ziyaretçi sayısı 60.116'sı yabancı, 34.551'i yerli olmak üzere 94.667'dir. Beylerbeyi Saray Müzesi'nin etkili bir tanıtımı yapıldığı takdirde ziyaretçi sayısında artış olacağı, daha çok kişi tarafından gezileceği düşünülmektedir.

Tez yazılırken öncelikle müzelerde tanıtım çalışmalarının gerekliliği, önemi ve ziyaretçiler üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Ayrıca müzecilik çalışmalarında tanıtımın yeri ve müze tanıtımına etki eden etkenler incelenmiştir. Çağdaş müzecilik anlayışında benimsenen müze tanıtım yöntemleri incelenmiş, dünyadan ve Türkiye'den bu yöntemlerin uygulanmasıyla ilgili başarılı örnekler verilmiştir. Tez konusunu oluşturan Beylerbeyi Saray müze konumundadır, bu nedenle dünyadan ve Türkiye'den saray müze örnekleri seçilmiş ve bu müzelerde uygulanan tanıtım yöntemleri araştırılmıştır. Söz konusu müzelerin tanıtım yöntemleri araştırılırken müzelerin web siteleri araştırılmış, müze yetkilileri ile yazışmalar yapılmış, çeşitli yerli ve yabancı kaynaklardan yararlanılmıştır. Yerli ve yabancı müzelerin tanıtım uygulamaları müzenin ulaşılabilirliği, etkinlikleri, sundukları hizmetler ve müzeyi tanıtabilecek malzemeler gibi kategorilerde incelenmiştir.

Beylerbeyi Sarayı Müzesi'nin tanıtım uygulamalarını çağdaş müzecilik açısından incelediğimizde tanıtıma çok önem verilmediği ancak son bir yıldır yeni yönetim politikası çerçevesinde bazı iyileştirilmeler yapıldığı görülmektedir. Örneğin; Mayıs 2004 tarihinden itibaren başlatılan Sultan Kayıkları Projesi özellikle yabancı ziyaretçiler tarafından ilgi görmektedir, ancak yerli ziyaretçiler Dolmabahçe ve Beylerbeyi Saray gezisini kapsayan kayak seferinin 35 milyon TL ücretini pahalı bulmaktadır.

Tez kapsamın Beylerbeyi Saray Müzesi'nin tanıtımında görülen eksiklikler belirtilmiş ve somut öneriler getirilmeye çalışılmıştır. Müze tanıtımında kullanılan yöntemler çerçevesinde Beylerbeyi Sarayı tanıtımı için etkili olabileceği düşünülen bir video cd çalışması yapılmıştır. Bu çalışmada Beylerbeyi Sarayı'nın en gözde ve öne çıkarılması gerekli bölümlerinden oluşan görüntüler yer almaktadır. Satış reyonu müze tanıtımında önemli bir yere sahiptir, ziyaretçilere müzeyi anımsatacak, hatıra olarak saklayacakları hediyelik eşyalar müzenin tanıtımı için vazgeçilmez nesnelerdir. Beylerbeyi Sarayı Müzesi'nin mevcut hediyelik eşya çeşitleri oldukça sınırlıdır. Bu nedenle ziyaretçilerin kolay taşıyabileceği, uygun fiyatlı eşyalardan kupa, t-shirt, kitap ayracı, anahtarlık ve magnet tasarımı yapılmış ve öneri olarak sunulmuştur. Kartpostal, afiş gibi renkli ve kolay taşınabilir görsel malzemeler de müze tanıtımında etkilidir. Beylerbeyi Sarayı'nın mevcut kartpostalların eski ve basımlarının kalitesiz olması ve afişlerin tükenmiş olması nedeniyle yeni bir kartpostal ve afiş örneği tasarlanarak önerilmiştir.

Çağdaş müzecilik anlayışında müzeler ziyaretçilerin görüş ve isteklerine önem vermektedir. Müzeler ziyaretçilerinin görüş ve önerilerini öğrenmek amacıyla belli aralıklarla anketler düzenlemektedir. Beylerbeyi Sarayı Müzesi'nin tanıtımının yetersiz olduğunu kanıtlamak için tez kapsamında ziyaretçilere anket uygulanmıştır. Bu anket aynı zamanda Saray için bir örnek oluşturabilir ve ileride farklı konularda da ziyaretçilerin görüş ve isteklerine başvurulabilir. Ayrıca Beylerbeyi Sarayı Müzesi'nin mekanlarının ve geniş bahçelerinin yeteri kadar kullanılmadığı düşüncesiyle Saray'ın kullanılabilirliğini artıracak öneriler sunulmuştur.

Sonuç olarak; Beylerbeyi Saray Müzesi Boğaziçi'nin Asya yakasındaki eşsiz konumu, Osmanlı İmparatorluğu'ndan günümüze kalan tek yazlık saray olması, mimari ve tarihi özelliklerinden dolayı daha fazla ziyaretçiye ve daha etkili bir tanıtımı hak etmektedir. Beylerbeyi Sarayı Müzesi'nin daha geniş kesimlere adını duyurması ve ziyaretçi sayısının

artırılması için etkili bir tanıtım politikasının oluşturularak Beylerbeyi Sarayı'nı Asya yakasının sembolü haline getirecek çalışmalar yapılması gerekmektedir. Fazla maliyeti olmayan, tasarımı kolay ve yaratıcı çeşitli görsel ve basılı malzemeler, basın ve çeşitli iletişim araçları yoluyla Saray'ın tanıtımı ve reklamı yapılması ziyaretçi sayısının artmasında ve sonuçta Saray'a gelir olarak dönmesinde etkili olacaktır.



KAYNAKLAR:

Ambrose, Timothy ve Paine, Crispine. Museum Basic . New York: ICOM. 1995

Atagök ,Tomur . “ Çağdaş Müzeciliğin Anlamı : Müze ve İlişkileri” **Yeniden Müzeciliği Düşünmek** İstanbul: Y.T.Ü Yay. 1999

Atasoy, Nazan Yavuzoğlu. “Müze Eğitiminde Yazılı Gereçlerin Rolü” **Yeniden Müzeciliği Düşünmek** . İstanbul: Y.T.Ü. Yayınları. 1999

Atik, Şeniz . “Müze Toplum İlişkisi Bağlamında Müze Tanıtımı ve İletişim” **Yeniden Müzeciliği Düşünmek** İstanbul: Y.T.Ü. Yay. 1999

Atik, Şeniz. “ Şehir Dokusu İçinde Müzeler ve Halkla ilişkiler” **I. Müzecilik Sempozyumu Bildiriler (14-15 Ekim 1993)** İst.: Deniz Müzesi Dz. K.K.Basımevi. 1994

Bailey, Rosemary “Fransa” **The National Geographic Traveler**, İstanbul: Doğu Grubu Yay. 2000.

Baraz Hatemi, Mehmed.(der.) **Teşrifat Meraklısı Beyzade Takımının Oturduğu Bir Kibar Semt Beylerbeyi** . İstanbul Büyükşehir Belediyesi Kültür İşleri Daire Başkanlığı Yay. No 16

Belcher, Micheal. **Exhibitions in Museums** _U.S.A.: Smithsonian Institution Press. 1991

Bilgin, Bülent. **Geçmişte Yıldız Sarayı** İst: Yıldız Sarayı Vakfı .1998

Bryan, Charles. “A.B.D deki Müzelere Yeni İzleyiciler Çekmek” **Müzecilikte Yeni Yaklaşımlar ve Küreselleşme** İst: Tarih Vakfı Yay. 2000

Burcaw,G. Ellis. “Visitors and Interpretation”. **Introduction to Museum Work.** U.S.A. : Altamira. 1983

Can,Turhan. **İstanbul, Gate To The Orient.** İstanbul: Orient Yayınları.1995

Cezar, Mustafa **XIX.yüzyıl Beyoğlu**, İst: Ak Yayınları Kültür ve Sanat Kitapları :55.

Demir, Canan. **Müzelerde Çağdaş Pazarlama** İst: TAÇ Vakfı Yay. 2001

Fuad Edgü, **Yıldız Sarayı Tarihçesi**, İst: Harb Akademileri Basımevi, 1962

Eldem, Sedat Hakkı ve Akozan, Feridun “Topkapı Sarayı’nın Müze Oluşu”
Topkapı Sarayı İst: Kültür ve Turizm Bak. Eski Eserler ve Müzeler Genel Müd. Yay.
1982

Erbay, Fethiye. “Müze Erişilebilirliğinde Reklam ve Tanıtımın Önemi”
VI. Müzecilik Semineri Bildirileri (22-27 Eylül 2002) . İst: Askeri Müze ve Kültür
Sitesi. 2002

Erbay, Fethiye. “Müze Yönetiminde Pazarlama Felsefesine Yeni Yaklaşım”
Yeniden Müzeciliği Düşünmek Y.T.Ü. Yay. İstanbul: 1999

Erbay, Fethiye. “Çağdaş Müze İşletmeciliğinde Pazarlama Fonksiyonu ve Planlama
Açısından Müzelerin Değerlendirilmesine Yönelik Uluslararası Bir Çalışma” Basılmamış
Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. 1992

Erbay, Mutlu. “Yıldız Sarayı’nın 21. yy a Hazırlanması ve Çağdaş Müzecilik Açısından
Değerlendirilmesi” . (Doktora Tezi). İstanbul: İ.T.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Mimarlık
Tarihi Anabilim Dalı Sanat Tarihi Bilim Dalı . Haziran, 1997.

Erbay, Mutlu. “Saraylarımızın Turizm Sektöründeki Yeri” **Dünya Gazetesi** .
İst.: Haziran. 1997

Esemenli, Deniz “Topkapı Sarayı Müzesi” **Dünden Bugüne İstanbul Ansiklopedisi cilt:7**
İstanbul: Kültür Bakanlığı ve Tarih Vakfı Ortak Yayını. 1995

Fraser, John ve Kolbe Kathy. “A Behavioral Theory With Potential Applicability in
Informal Learning Environments” **Current Trends in Audience Research and
Evaluation. Volume 14.** AAM Committee on Audience Research and Evaluation .
St. Louis : May. 2001

Hünerli, Selçuk. “ Türk Basımında Müzeler ve Müzecilik” **II. Müzecilik Semineri
Bildirileri (19 -23 Eylül 1994).** İstanbul: Askeri Müze ve Kültür Sitesi. 1994

Goldman, Kate-Haley . “Establishing A Comprehensive Research and Evaluation Agenda
For Museums & TheWeb” **Current Trends in Audience Research and Evaluation
Volume 15.** AAM Committee on Audience Research and Evaluation . Dallas: May. 2002

Gülsün, Hakan. **Beylerbeyi Sarayı**. İstanbul: TBMM Milli Saraylar Daire Bşk.lığı Yay. 1993

Gülersoy, Çelik “Yıldız Sarayı” **Dünden Bugüne İstanbul Ansiklopedisi**, İst: Kültür Bak. ve Tarih Vakfı Ortak Yay. 1994

Onal, Güngör. **Halkla İlişkiler**_ İstanbul: Türkmen Kitabevi. 2000

Kuban, Doğan. “Topkapı Sarayı” **Dünden Bugüne İstanbul Ansiklopedisi Cilt. 7**. İstanbul: Kültür Bakanlığı ve Tarih Vakfı Ortak Yayını. 1995

Lean, David. **Museum Exhibition, Theory and Practice**. London: Routledge. 1993

Madran, Burçak. “Müzelerde Gönüllü Çalışmaların Örgütlenmesi” **4.Müzecilik Semineri Bildirileri (16-18 Eylül 1998)** .İst: Askeri Müze ve Kültür Sitesi. 1998

Merriman, Nick. “Müzeler İnsanlar İçin mi Koleksiyonlar İçin Mi? İngiltere’de Müzelere Ulaşmada Artan Olanaklar Üzerine Son Gelişmeler”
Müzecilikte Yeni Yaklaşımlar ve Küreselleşme İst: Tarih Vakfı Yay. 2000

Mc Lean, Fiona **Marketing the Museum** . London: Routledge. 1997

Maissbitt, John ve Aburdene, Patricia. “**Sanatta Yeniden Doğuş**” **Megatrends 2000**.

Öner, Sema. “Dolmabahçe Saray Kompleksini Oluşturan Yapıların Değerlendirilmesinde Yeni Bulgular” **Milli Saraylar Yıllığı 1994/ 1995** .İstanbul: TBMM Milli Saraylar Daire.Bşk.lığı Yay. 1996.

Sakaoğlu, Necdet. **Bu Mülkün Sultanları**. İstanbul: Oğlak Yayınları. 1993

Sözen, Metin **Devletin Evi Saray**, İst: Sandoz Kültür Yayınları 1990

Tuğlacı, Pars. **Osmanlı Mimarlığında Balyan Ailesinin Rolü**. İstanbul: Yeni Çığır Kitabevi. 1993.

Wolf, Thomas. **Managing A NonProfit Organization**. Newyork: Simon&Schuster.1990.

Yücel, Erdem **Türkiye’de Müzecilik**, İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları,1999

Yücel, İhsan ve Öner, Sema **Dolmabahçe Sarayı**, İst:TBMM Milli Saraylar Daire Bşk.lığı Yay. 2003

.....“Topkapı Sarayı” Maddesi. **Büyük Larousse Sözlük ve Ansiklopedisi**. İstanbul: Milliyet Yayınları Cilt 22. 1986

.....**Hampton Court Palace Official Guide Book** . Crown Copyright. Historic Royal Palaces.Surrey,England.2001

..... **Complete Education Pack, 2002/2003**. HRP

..... **Chateau de Versailles Sales Manual**. Mart 2002

“Dernek ve Vakıfların Kamu Kurum ve Kuruluşları ile İlişkilerine Dair Kanun”
(Kanun No:5072), Resmi Gazete, 25361, 29 Ocak 2004

Müze Adı

İnternet Adresi

The British Museum

www.thebritishmuseum.ac.uk

Hampton Court Sarayı Müzesi

www.hrp.org.uk.

Louvre Sarayı Müzesi

www.louvre.fr

Milli Saraylar Daire Bşk.lığı

www.millisaraylar.gov.tr

Schoenbrunn Sarayı Müzesi

www.schoenbrunn.at

Sakıp Sabancı Müzesi

www.muze.sabanciuniv.edu

Topkapı Sarayı Müzesi

www.ee.bilkent.edu.tr

Türkiye Büyük Millet Meclisi

www.tbmm.gov.tr

Versailles Sarayı Müzesi

www.chateau-versailles.fr.

Resim 28. Beylerbeyi Sarayı'nda Çekilen Boduet Reklamından Bir Görüntü	Boduet Reklam Filmi
Resim 29. Tez Kapsamında Beylerbeyi Sarayı Tanıtımı İçin Hazırlanan Afiş Önerisi	Nurten Ergün
Resim 30. Mevcut Beylerbeyi Sarayı Kartpostalı	Beylerbeyi Sarayı Müzesi
Resim 31. Tez Kapsamında Beylerbeyi Sarayı İçin Hazırlanan Kartpostal Önerisi	Nurten Ergün
Resim 32. Tez Kapsamında Beylerbeyi Sarayı İçin Hazırlanan Takvim Önerisi	Nurten Ergün
Resim 33. Tez Kapsamında Beylerbeyi Sarayı Tanıtımı İçin Hazırlanan Anahtarlık Önerisi	Nurten Ergün
Resim 34. Beylerbeyi Sarayı Tanıtımı İçin Tez Kapsamında Hazırlanan Kupa Önerisi	Nurten Ergün
Resim 35. Tez Kapsamında Beylerbeyi Sarayı Tanıtımı İçin Hazırlanan T-Shirt Önerisi	Nurten Ergün
Resim 36. Beylerbeyi Sarayı İçin Tez Kapsamında Hazırlanan Kitap Ayracı Önerisi	Nurten Ergün
Resim 37. Tez Kapsamında Beylerbeyi Sarayı Tanıtımı İçin Hazırlanan Magnet Önerisi	Nurten Ergün
Resim 38. Beylerbeyi Sarayı Satış Reyonunda Önceki Yıllarda Satılmış Olan Dolmabahçe Sarayı Tavan Süslemeli Şemsiye	Beylerbeyi Sarayı Müzesi
Resim 39. Windsor Şatosu yemek servisleri	Windsor Şatosu
Resim 40. Marie Antoinette Resimli Kutu	Versailles Sarayı

2. PLANLAR

Plan 1. Topkapı Sarayı Planı	Gate To The Orient
Plan 2. Dolmabahçe Sarayı Planı	Dolmabahçe Sarayı Müzesi
Plan 3. Yıldız Sarayı Planı	Dünden Bugüne İstanbul Ansiklopedisi
Plan4. Beylerbeyi Sarayı Planı	Beylerbeyi Sarayı Müzesi

3. TABLOLAR

Tablo1. Beylerbeyi Sarayı Müzesi Yerli Ziyaretçi
Anket Sonuçlarının Yüzdelik Oranı

Nurten Ergün

Tablo2. Beylerbeyi Sarayı Müzesi Yabancı Ziyaretçi
Anket Sonuçlarının Yüzdelik Oranı

Nurten Ergün

4. ŞEKİLLER

Şekil 1. Yurt İçi Ve Yurt Dışı Müzelerden Logo Örnekleri

Internet

Şekil 2. Milli Saraylar Logosu

Internet

5. GAZETE VE DERGİ HABER KÜPÜRLERİ

1. Aksu, Tahsin. “Beylerbeyi Sarayı’na Işık’tan Giysi”
İstanbul. 25 Eylül 2003.

Milliyet Gazetesi.

2. 2 Mayıs 2004 Hürriyet Gazetesi Haberi

www.hurriyetim.com.tr

3. Gréce de Michel. “Un Palais Sur Le Bosphore”
Strasbourg . Mart 1986

Maison & Jardin.Dergisi

4. İplikçi, Müge. “Sultanların Yazlığı Beylerbeyi Sarayı”
Aralık 2002

THY Skyline Dergisi

5. Roshdy Magib “Beylerbeyi Sarayı’nı Bohemia Kristal
Avizeleri Aydınlatıyor” Egypt. Oct./ Nov. 2001

La Villa Furniture&
Interior Design Dergisi

6. 07 Haziran 2003 Tarihli Hürriyet Gazetesi Haberi

www.hurriyetim.com.tr

ÖZGEÇMİŞ

Doğum Tarihi 20.11.1968

Doğum Yeri İstanbul

Öğrenim Durumu

Lise (1982-1985) Ümraniye Lisesi

Lisans (1986-1990) Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi
İngilizce Öğretmenliği

Kurslar: (1994-1995) İspanyol Kültür Merkezi İspanyolca Kursu

Rehberliği (1996-1997) Kültür Bakanlığı Profesyonel Turist
Rehberliği Kursu

Yüksek Lisans (2000-2004) Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler
Enstitüsü Sanat ve Tasarım Ana Sanat Dalı
Müzecilik Yüksek Lisans Programı

Çalıştığı Kurumlar:

(1992 –halen
çalışıyor) TBMM Milli Saraylar Daire Başkanlığı
Beylerbeyi Sarayı İngilizce Tur Rehberi