

## Müzelerin Atmosfer Bileşenleri Açısından Değerlendirilmesi: Kayseri Lisesi Milli Mücadele Müzesi

Neşe ACAR<sup>1</sup>

### Öz

Günümüzde toplumların geçmişi hakkında bilgi veren ve kültürel mirasın öğrenilip aktarılmasında etkili olan müzelerin yönetilmesi konusu önemli hale gelmiştir. Gelişen ve değişen çevre koşullarında devamlılığın sağlanabilmesi için pazarlama yöntem ve tekniklerinin uygulanması rekabette avantaj sağlamaktadır. Artan teknoloji ile artık müzeler, ziyaretçi bekleyen değil müzeyi ziyaretçilerin ayağına götüren, onların dikkatini çeken stratejiler geliştirme çabasına girmiştir. Pazarlamada önemli bir rolü olan mekân atmosferinin müzelerde de ziyaretçilerin duyguları ve davranışları üzerinde önemli bir rol üstlendiği görülmektedir. Çalışmanın amacı, müzelerin pazarlanmasında etkili olan atmosfer konusunun incelenmesi ve müzede nasıl değerlendirildiğinin belirlenmesidir. Bu sebeple Kayseri Lisesi Milli Mücadele Müzesi atmosfer değişkenleri açısından incelenmiştir. Bir bütün olarak değerlendirildiğinde müzenin atmosfer değişkenleri açısından gerekli yeterliliğe sahip olduğu, bazı olumsuz değerlendirmelerin binanın fiziksel yetersizliklerinden kaynaklandığı söylenebilir.

*Anahtar Kelimeler:* Müze, Atmosfer, Müze Atmosferi, Tüketici Tercihi, Kayseri

## Evaluation of Museums in Terms of Atmosphere Variables: Kayseri High School National Struggle Museum

### Abstract

Nowadays, the management of museums, which provide information about the past of societies and are effective in learning and transferring cultural heritage, has become important. The application of marketing methods and techniques provides a competitive advantage in order to ensure continuity in developing and changing environmental conditions. With increasing technology, museums have now tried to develop strategies that bring the museum to visitors and attract their attention, rather than waiting for visitors. It is seen that the atmosphere of the place, which has an important role in marketing, plays an important role on the emotions and behaviors of the visitors in museums as well. The aim of the study is to examine the issue of atmosphere, which is effective in the marketing of museums, and to determine how it is evaluated in the museum. For this reason, Kayseri High School National Struggle Museum was evaluated in terms of atmospheric variables. Considered as a whole, it can be said that the museum has the necessary sufficiency in terms of atmospheric factors, and some negative evaluations arise from the physical deficiencies of the building.

*Keywords:* Museum, Atmosphere, Museum Atmosphere, Consumer Preference, Kayseri


### Atıf İçin / Please Cite As:

Acar, N. (2024). Müzelerin atmosfer bileşenleri açısından değerlendirilmesi: Kayseri Lisesi Milli Mücadele Müzesi. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 13(2), 534-549. doi:10.33206/mjss.1367861

**Geliş Tarihi / Received Date:** 28.09.2023

**Kabul Tarihi / Accepted Date:** 30.11.2023

<sup>1</sup> Doç. Dr. - Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, neseacar@nevsehir.edu.tr,

 ORCID: 0000-0002-9830-1463

## Giriş

Günümüzde her alanda olduğu gibi tarihsel, kültürel, manevi, doğal ve sanatsal değeri olan çok sayıda nesnenin sergilendiği müzelerde de büyük gelişmeler yaşanmaktadır. Rekabet ortamında tercih edilebilirlik ve ziyaretçilerin içerde daha fazla vakit geçirmeleri, farklı deneyimler yaşamaları, ziyaretin kalıcı olması ve başka ziyaretçilere öneri için sadece sergilenen ürünler değil aynı zamanda ürünlerin sergilendiği ortamlar ve nasıl sergilendiği de önem kazanmaktadır. Bu yüzden müzelerin ziyaretçilerin ilgisini çekecek farklı yöntemler geliştirmesi gerekmektedir. Tüketicilerde belirli etkiler uyandırmak amacı ile mağazada yapılan bilinçli düzenlemeler (Kotler, 1974, s. 50) olarak tanımlanan ve pazarlamada önemli bir rolü olan mekân atmosferinin müzelerde de ziyaretçilerin duygularını ve davranışlarını etkilemede önemli bir farklılaştırma aracı haline geldiği görülmektedir. Müzeler, ziyaretçilerin mekân ile bağlantı kurmalarını sağlayacak tasarımlar ve etkileşimli sergi sunumları ile kalıcılığı arttıran, mekânı çekici kılan, yönlendiren ve hissettiren bir atmosfer oluşturabilir.

Çalışmada Kayseri Lisesi Milli Mücadele Müzesinin tarihinden ve öneminden bahsedilmiş; atmosfer değişkenleri açısından incelenmesi amaçlanmıştır.

## Müze ve Müze Atmosferi

Devlet, kurum ve kişiler tarafından kurulup geliştirilen müzeler; bilim, sanat ve sosyal yaşama yönelik amaçlar taşıyan; geçmiş ve bugüne dair bilgiyi aktaran; kültürel öğeleri bir düzen içerisinde koruyup sergileyen ve çeşitli eğitici ve öğretici uygulamaları içerisinde barındıran mekânlardır ( Cengiz, 2006, s. 104; Acar, 2017, s. 140; Karaylıanoğlu ve Arabacıoğlu, 2020, s. 530). Türk Dil Kurumu'na göre müze, "Sanat ve bilim eserlerinin veya sanat ve bilime yarayan nesnelere saklandığı, halka gösterilmek için sergilendiği yer veya yapı" olarak tanımlanmaktadır (<https://sozluk.gov.tr/>). Müzelerde çekicilik, ziyaretçi ilgisinin ve deneyiminin oluşturulmasında farklı yöntemlerin geliştirilmesi gerekmektedir. Bu yöntemlerden biri olarak müzelerde mağaza atmosferi çalışmaları önem arz etmektedir.

Mağaza atmosferi, müşteri çekmek, tüketicilerin algısal ve duygusal tepkilerini uyarmak ve satın alma davranışlarını etkilemek amacıyla mağazanın dekorasyonu, ürünlerin ambalajı, şekli, sunumu, ışıklandırma, renk, koku, müzik, havalandırma, satış personelinin görünümü ve tavırları, diğer müşteriler gibi mağazada tüketiciyi etkileyen her türlü uyarıcı tarafından oluşturulan genel ortamdır. Bir mağazada bulunan fiziksel özelliklerin tüketicide oluşturduğu genel, duygusal ve estetik etki olup mağazanın oluşturduğu duyuşal deneyimlerin toplamıdır (Rosenberg, 1995; Lewison, 1997: 258; Arslan, 2004; Levy ve Weitz, 2007).

Mağaza atmosferi, ürünün tüketildiği veya satın alındığı, satıcı tarafından tasarım imkanının bulunduğu, rakip mağazaların sayısının arttığı, ürün ve fiyatta küçük farklılıkların olduğu ve farklı yaşam tarzına ve sosyal sınıfa sahip tüketicilerin hedeflendiği durumlarda pazarlama aracı olarak daha önemli hale gelmektedir (Kotler, 1974, s. 52-53).

Pazarlama aracı olarak kullanılan mağaza atmosferi uygulamalarında sunum önemli bir role sahip olup farklı biçimlerde tasarlanabilmektedir. Günümüzde müze sunumlarında çeşitlilik arayan ziyaretçilerin değişen beklenti ve ihtiyaçlarına göre simülasyon, etkivizyon, kiosk, projeksiyon vb. uygulamaların yanı sıra yazılı metin, video, grafik, canlandırma ve sesli aktarımlar gibi görsel ve işitsel yöntemler kullanılmaktadır (Kotler ve Kotler, 2000, s. 277; Dıvrak, 2020, s. 24). Ayrıca ziyaretçiler, sergilenen ürünler, çalışanların görünüşleri, davranış ve tutumları gibi sunulan hizmetleri ve atmosferi birlikte değerlendirmektedirler (Sezgin vd., 2011, s. 204). Etkili ve verimli hizmet sunmayı amaçlayan müzelerin ziyaretçilerin motivasyon ve ihtiyaçlarını anlamının yanı sıra onlara çeşitli deneyimler sunan bir atmosferde oluşturmaları gerekmektedir (Walt, 2006, s. 2). Mimari tasarım ve oluşturduğu atmosferik ortam müze deneyimini etkileyen faktörler arasında yer almaktadır. Sergi alanlarının oluşturulması ile kültür, sanat ve bilimsel içerikten oluşan eserlerin ve nesnelere bir mantık içerisinde konumlandırılması konu bütünlüğünün sağlanması ve ziyaretçiye bilginin daha güçlü aktarılmasını sağlamaktadır (Durukan ve Altın, 2018, s. 573). Müzecilikte sergileme, nesnelere ve koleksiyonların bilgisinin aktarıldığı önemli bir aşamadır. Bilgiler, bilgi grafikleri, etiketler ve hareketli görüntü ekranları gibi farklı araçlarla ziyaretçilere aktarılmaktadır. Sergi sunumunda, vitrin içi veya dışı anlatımın kuvvetlendirilmesi amacıyla dekor, maket, kostüm ve manken gibi malzemeler ile hikâyeler oluşturulmakta ve yazılı metin, video, grafik, sesli aktarım ve canlandırma gibi görsel-ışitsel yöntemler kullanılmaktadır (Mazlum ve Turhangil, 2022, s. 1110). Bu sayede müzeler ziyaretçiler için daha etkili alanlar oluşturabilmektedir. İşletmelerin evrimleşen ve değişen ortamda müşteri deneyimi ile ilgili bilgi sahibi olması ve farklı deneyimler sunması rekabet açısından da önemlidir (Kırçova ve Erdoğan, 2017, s. 650).

Modern müze anlayışının benimsenmesi ile birlikte sergi konusunun temalarla işlendiği, hikâyesi olan mekânlar şeklinde sergileme tekniklerinin kullanılarak mekân tasarımlarının yapıldığı görülmektedir. Mekân tasarımı yapılırken ilk olarak ziyaretçilerin özellikleri dikkate alınmalıdır. Hedef kitlenin belirlenmesi ile tasarımı yapılacak mekânların fiziki ve karakteristik özelliklere etki eden bütün tasarım unsurları değerlendirilmiş olur (Aykut, 2017, s. 224). Bireylerin yapıya ve bilgiye erişimi için müzenin mimarisi, sergi ve sunum uyumu, kurguda kullanılan parçalar, görsel olarak bir bütünlük içerir. Müzelerde mekân ve sunulan eserlerin algılanıp değerlendirilmesinde görsel algı önemli bir unsur olup eser-mekân, mekân-birey ve eser-birey ilişkisi olarak değerlendirilebilir (Uslu ve Yalçın, 2020, s. 234).

Geçmiş ile gelecek arasında köprü görevini yerine getiren müzelerde sunulan eserler kültürel miras açısından da önem taşımaktadır. Bu eserler aracılığıyla kültürel miras korunup, saklanırken aynı zamanda gelecek nesillere kültür aktarımı da yapılmaktadır. Ayrıca geçmişin tanıtılması, toplumsal bilincin oluşması ve sahip çıkılmasında da müzelerin etkisi olmaktadır (Oruç ve Yıldırım, 2017, s. 260). Bu etkinin ortaya çıkmasında önemli bir role sahip olan mağaza atmosfer değişkenleri literatürde farklı şekillerde sınıflandırılmıştır.

Berman ve Evans (1998, s. 553) tarafından dört bölümde incelenen mağaza atmosfer değişkenleri, Turley ve Miliman (2000, s. 194) tarafından insan unsuru da eklenerek dış ortam, iç ortam, yerleşim ve tasarım, satın alma noktaları ve dekorasyon ve insan değişkeni olarak beş grupta incelenmiştir. Kottasz, 2006 yılında müze atmosfer değişkenlerini perakende atmosferi ile karşılaştırarak dış değişkenler, iç değişkenler, düzen ve tasarım, dekorasyon ve insan değişkeni olarak listelemiştir. Daha sonra Forrest (2013) tarafından da teorik olarak dış değişkenler, iç değişkenler, yerleşim ve tasarım değişkeni, satın alma noktası ve dekorasyon değişkeni ve insan değişkeni olarak beş atmosfer değişkeni ortaya konmuştur. Dıvrak (2020) tarafından yapılan çalışmada müze atmosferi değişkenleri, dış faktör, iç faktör, alan düzenleme faktörü, duyuşal faktörler, çalışan ve ziyaretçi faktörü olarak değerlendirilmiştir.

Literatür incelendiğinde müze ile ilgili yapılan çalışmaların farklı alanlar ve konular üzerinde yapıldığı görülmektedir. Atmosfer oluşturma, atmosfer değişkenleri, atmosferin, fiziksel çevrenin ve algılanan kalitenin ziyaretçi deneyimine, tatmine ve tekrar ziyarete etkisi; müze ve sergi tasarımı bileşenleri (Goulding, 2000; Kottasz, 2006; Jeong ve Lee, 2006; Forrest, 2013; İncebacak, 2015; Kandemir ve Uçar, 2016; Aykut, 2017; Durukan ve Altın, 2018; Hyung vd., 2018; Loureiro, S.M.C. 2019; Uslu ve Yalçın, 2020; Dıvrak, 2020; Hammady vd. 2020; Kamaruddin, 2020; Özrili, 2021; Elkadi vd., 2021; Yavuzkır vd., 2022; Aksöz, ve Çay, 2022; Kim ve Lee, 2022; Verbeek vd., 2022; Gamal vd., 2023), müze ziyaretçi profilleri, beklentileri, deneyimleri ve motivasyonlarının değerlendirilmesi (Sezgin vd., 2011; Sheng ve Chen, 2012; Gürel, 2013; Harman ve Akgüzdüz, 2014; Kırçova ve Erdoğan 2017; Tezgel ve Akova, 2017; Harada vd., 2018; Sop ve Ongun ve Abalı, 2020; Hernández ve Toney, 2021; Giammanco vd., 2022), müze türü (Karayılanoğlu ve Arabacıoğlu, 2020; Polat, 2021; Çekal vd., 2022; Mazlum, 2022), kültürel yönü (Karlı vd., 2016; Oruç ve Türkay, 2017; Deniz ve Savaşkan, 2018; Kalaba, 2021; Baki Nalcıoğlu, 2021; Polat, 2021), müzelerin turizm ve pazarlamadaki rolü (Cengiz, 2006; Arslan; Sezgin vd., 2011; Pırnal ve Kurtural, 2017; Tural, 2021; Karabiyik ve Uydacı, 2022;), web siteleri, sanal müzeler, sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik ve teknolojik boyutu (Barlas Başkuş, 2014; Taşkiran ve Kızılırmak, 2019; Soylu ve Medeni, 2020; Sucaklı ve Güzel, 2020; Sürme ve Atılgan, 2020; Zülfikar ve Ediz, 2020; Tanrıku ve Karagöl, 2021; Bulut ve Uzun, 2021; Akgül, 2021; Zaher, 2021; Özrili ve Özrili, 2021; Engin, 2021; Sönmez ve Zerbizade, 2022; Mazlum, 2022; Li, 2022; Kervankıran ve Çalışırım, 2022) üzerine yapılan çalışmalar bulunmaktadır. Bu çalışmada, Kayseri Lisesi Milli Mücadele Müzesi ziyaret edilerek atmosfer değişkenleri bakımından incelenmiştir. Milli Mücadele Müzesi tercih edilirken, atmosfer konusunun müzelerde de ziyaretçiler açısından etkili olması, şehrin pazarlanmasına katkı sağlaması, tarih bilincinin oluşturulup geliştirilmesi ve yeni nesillere aktarılması amaçlanmıştır.

### Milli Mücadele Müzesi

Kayseri Lisesi, 1893'te "Derece-i Ula Mekteb-i Mülkiye İdadisi" ismiyle 5 yıllık (3 yıl rüştiye, 2 yıl idadi) bir okul olarak hizmet vermeye başlamıştır. 1903 yılında mevcut binasının temeli atılmış, 1915'te "Sultani"ye dönüştürülmüş ve 1916'da binanın ikinci katı tamamlanmıştır. Okul, 1921'de Ankara Sultanîsiyle birleştirilerek 12 yıllık tam teşkilâtı yatılı sultanîye dönüştürülmüştür. Milli Mücadele sırasında 1921 yılında TBMM'nin başkenti Kayseri'ye taşıma kararıyla birlikte TBMM çalışmaları için okul binasında hazırlıklar tamamlanmıştır. Sakarya Savaşı'nın kazanılmasıyla birlikte karardan vazgeçilmiştir. Son sınıf öğrencilerinin Sakarya Muharebesi'nde şehit düşmeleri sonucu 1921 yılında mezun verememiştir. Okulun adı 1923'de "Sultani"den "Lise"ye dönüştürülmüştür. 1935-1936 ders yılında kız ortaokulu ile birleştirilen

okul bünyesinde 1959 yılında açılan Akşam Lisesi 1982’de kapatılmıştır. 1994’te ‘‘Yabancı Dil Ağırlıklı’’ bölüm açılmış ve 2005’te ‘‘Anadolu Lisesi’’ne dönüşmüştür. İl Milli Eğitim Müdürlüğü ve Kayseri Büyükşehir Belediyesi arasında imzalanan protokol ile 02.05.2016 tarihinden itibaren Milli Mücadele Müzesi olarak hizmete girmiştir (www.millimucadelemuzesi.com).

### Araştırmanın Yöntemi

Çalışma için öncelikle literatür taraması yapılmıştır. Araştırmacı tarafından müze ziyareti gerçekleştirilmiş, gözlem ve değerlendirmeler yapılmıştır. Ziyaret sırasında müze genel olarak atmosfer değişkenleri açısından incelenmiş ve fotoğraflar çekilerek kayıt altına alınmıştır. Çalışmada, müze atmosfer değişkenleri Dıvrak (2020) tarafından kullanılan atmosfer değişkenlerinden faydalanılarak değerlendirilmiştir. Müzenin genel değerlendirilmesi bu faktörlere göre yapıldıktan sonra bölümlere yönelik bilgi ve görsellere yer verilmiştir.

### Müzenin atmosfer değişkenlerine göre değerlendirilmesi

Müze, şehir merkezinde ve tarihi bir bölgede yer alıp ziyaretçiler için ulaşımı kolay bir konuma sahiptir. Bahçe girişinde üzerinde müzenin logosu, ismi, açık olduğu zamanlar ile ilgili Türkçe ve İngilizce bilgiyi içeren görsel yer almaktadır. Müze, etrafı demir parmaklıklı duvarlarla çevrili, içerisinde ağaçlar ve bina girişinde havuzu bulunan bir bahçe içerisinde yer almaktadır.



**Fotoğraf 1.** Müze girişi ve bahçesi

**Kaynak:** Araştırmacının kişisel arşivi

Bahçe girişinden itibaren bina da dahil olmak üzere mimari yapısı ve bahçe düzenlemesi, ziyaretçilere huzurlu ve tarihi bir atmosfer hissettirebilmektedir. Ayrıca bahçe içerisinde mücadele yıllarını temsilen bir top arabası bulunmaktadır. Neo-klasik biçimde yığma taş yapı olarak inşa edilmiş olan bina iki kattan meydana gelmektedir.

İç faktör unsurları itibarı ile bina yerleşim ve tasarımının müze konseptine uygunluk arz ettiği görülmektedir. Müzelerde zemin döşemesi, ziyaretçilerin yorgunluğunu doğrudan etkilediği gibi objelerin dikkat çekiciliği konusunda da önemli bir role sahiptir (Aykut, 2017, s. 233). Bütünsel açıdan bakıldığında müzenin zemin yapılanmasında zamana bağlı olarak veya müzeye dönüşümünün de etkisiyle küçük farklılıklar meydana gelmiş olmakla birlikte, bütüne yönelik bir aykırılık teşkil ettiği de söylenemez. Tarihi olayların sahnelenmesi amacıyla oluşturulan platformlar da zemin tasarımına katkı yapmıştır. Bununla birlikte, görsel tasarıma yönelik yapılan çalışmalarda, fiziksel mekanlara kazandırılması gereken dayanıklılık performansının bir kısıtlama getirdiği göz ardı edilemez.



**Fotoğraf 2.** İç Mekan Görünümü

**Kaynak:** Araştırmacının kişisel arşivi

Kullanılan mobilyalar konseptte uygun belirlenmiş ve yerleşimi yapılmıştır. Sunulan eserlerin ziyaretçilerin dikkatini çekme ve ilgisini artırma açısından mobilyalara rol yüklendiği ve bütünlük sağladığı görülmektedir. Eserlerin korunmasını ve ziyaretçilere sunulmasını sağlayan sergileme vitrinleri kullanılmıştır.

Sahne ve dekor tasarımı, içerik, yer, zaman ve konsept itibarı ile ziyaretçilere bilgi sunacak şekilde zengin içerikte hazırlanmıştır. Geleneksel tasarım biçimlerine yer verilmekle birlikte sanal veya elektronik ortamlardan da yararlanılmıştır.

Müzelerde yer verilen doğal veya yapay aydınlatma, kullanımı, yoğunluğu veya değişimi mekân içinde görsel algı oluşturulmasında, vurgu yapılmasında, mekânın ve eserlerin niteliklerinin anlaşılabilirliğinin sağlanmasında ve ziyaretçilerin yönlendirilmesinde etkilidir (Uslu ve Yalçın, 2020, s. 235). Müze içerisinde loş bir aydınlatmanın kullanıldığı ve sınıflarda pencerelerden giren doğal aydınlatmalardan da faydalandığı görülmektedir. Ayrıca bazı kısımlarda alttan verilen ışıklandırma eserlere olan ilgiyi arttırmakta ve daha çok dikkat çekmektedir.

Sergileme, eser, nesne veya fikirlerin bir tema doğrultusunda izleyicilerle buluşmasıdır (Mazlum ve Turhangil, 2022, s. 1109). Müzede sergilemeyi etkileyen bileşenlere dikkat edildiği görülmektedir. Nesnelerin yerleşiminin, sunumunun, anlatımının, kronolojik olarak düzenlendiği görülmektedir. Ziyaretçilerinin ilgisini çekecek, keyif alacak ve o dönemi anlamasını, hissetmesini sağlayacak şekilde sergileme yapılmıştır. İlgili bilgilendirmeler hem Türkçe hem İngilizce olarak sunulmuştur.



**Fotoğraf 3. Eser Sergileme**

**Kaynak:** Araştırmacının kişisel arşivi

Sergi kurgusu, ziyaretçilerin ilgisini çekecek ve gerekli bilgileri edinmesine imkan verecek görseller, metinler, etkileşimli sergi öğeleri ve teknolojik yöntemler kullanılarak oluşturulmalıdır (Uslu ve Yalçın, 2020, s. 236). Müzede, interaktif sunumlar, görsel panolar, malzemeler, canlandırmalar, sesli anlatımlar, video filmler, kiosklar kullanılarak ziyaretçilere bilgi aktarılmaktadır ve eserin tanıtımı güçlendirilmektedir. Ayrıca yazılı olan metinlerle ilgili daha fazla bilgi almak isteyen ziyaretçiler için karekod uygulaması kullanılmıştır.

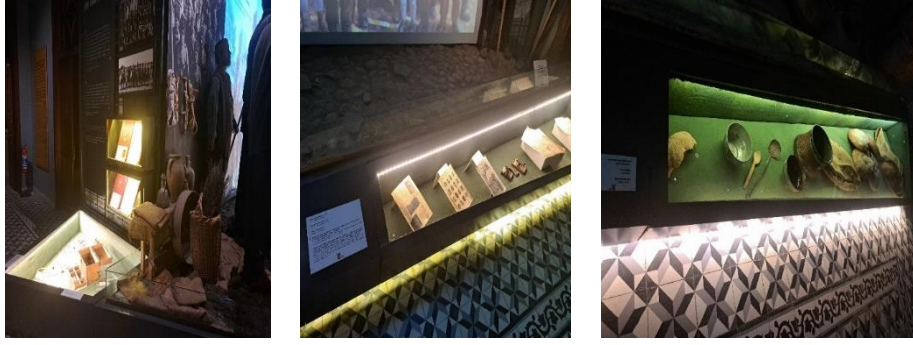


**Fotoğraf 4. İnteraktif Sunumlar**

**Kaynak:** Araştırmacının kişisel arşivi

Müzede etkili bir sergileme yöntemine yer verilmiştir. Yerlerde ve tavanda koyu renkler kullanılarak loş bir ortam oluşturulmuş sergilemede kullanılan malzemeler ve ışıklandırma ile ürünlere gerekli vurgular yapılmıştır. Eserler biçim, boyut, kullanım, dönem gibi özelliklerine göre değerlendirilmiş, ziyaretçilerin eserleri bir bütün olarak algılamasını sağlamıştır. Sergi düzeni, fiziksel olarak kronolojik biçimde

düzenlenirken aynı zamanda psikolojik olarak etkili bir atmosfer oluşturularak ziyaretçilerde büyük etkiler bırakabilmektedir. Sergilemede kullanılan yöntemler ile o dönem hatırlatılmakta ve ziyaretçilere büyük deneyimler yaşatılabilmektedir.

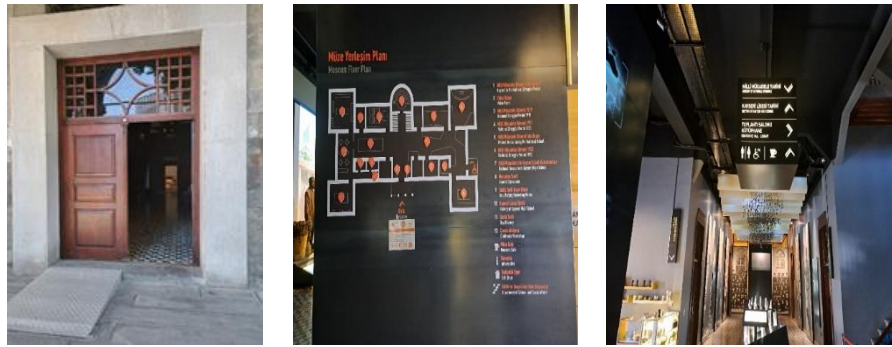


**Fotoğraf 5. Eser Sunumu ve Aydınlatma**

**Kaynak:** Araştırmacının kişisel arşivi

Müze girişinin solunda hediyelik eşya satışı yapılmaktadır. Ürünlerin yerleştirilmesi düzenli yapılmış olmakla birlikte ürün çeşitliliğın yeterince zengin olmadığı, hediyelik eşyaların Kayseri'nin tarihi ve kültürel zenginliğini yeterince yansıtmadığı düşünülmektedir. Ayrıca, ürün karmaşısında milli mücadeleyi yansıtan ürünler görülememiştir. Müze içerisinde ziyaretçilerin dinlenip, yiyecek-içecek ihtiyaçlarını giderebileceği bir alan bulunmaktadır. Fakat ziyaret esnasında bu kısmın hizmet verip vermediği anlaşılamamıştır.

Bina mimarisine uygun bir giriş kapısı söz konusudur. Girişte engelli ziyaretçiler için rampanın bulunduğu görülmektedir. Girişte, içeride neler bulunduğunu anlatan bir görsel tasarım, ziyaretçileri karşılamaktadır. Türkçe bilgilendirmenin yanı sıra yabancı ziyaretçiler için de İngilizce açıklamalara yer verilmektedir. Tavanda yönlendirme işaretleri ve sağ tarafta müze yerleşim planı bulunmaktadır. Müze iki bölümden oluşmakta olup sağ taraf milli mücadele sürecinin görsellerle anlatıldığı, sol taraf ise Kayseri Lisesi tarihinin anlatıldığı bölümden oluşmaktadır. Girişte karşıda üst kata çıkışı sağlayan iki taraflı merdiven ve alt tarafında çocuk atölyesi bulunmaktadır.



**Fotoğraf 6. Müze girişi ve Yönlendirmeler**

**Kaynak:** Araştırmacının kişisel arşivi

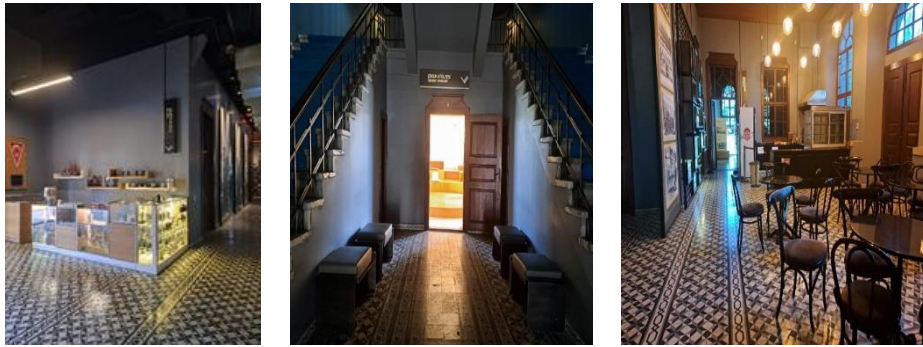
Müzenin girişinde, sağda danışma ve güvenlik yer almaktadır. Danışma bölümünde bilet ücretleri ile ilgili bilgi yer almakta olup giriş ücretleri ve istenilen diğer konularda güvenlik görevlisi yardımcı olmaktadır. Ayrıca danışmanın arka tarafında ziyaretçilerin kullanabileceği emanet dolapları bulunmaktadır. Lavabolar geniş ve hijyenik olup, engelli ziyaretçilere yönelik düzenleme de mevcuttur.



Fotoğraf 7. Sosyal Alanlar (a)

**Kaynak:** Araştırmacının kişisel arşivi

Müze içerisinde ziyaretçilerin ihtiyaçlarına ve hoş zaman geçirmelerine yönelik gerekli düzenlemelere de dikkat edildiği görülmektedir. Hediyelik eşya bölümü, dinlenme kafe bölümü, çocuklara yönelik çocuk atölye bölümü bulunmaktadır.



Fotoğraf 8. Sosyal Alanlar (b)

**Kaynak:** Araştırmacının kişisel arşivi

Okul müzeye dönüştürüldüğü için sınıflar ayrı ayrı dönemleri ve farklı kullanım alanlarını gösterecek şekilde düzenlenmiştir. Bu açıdan ziyaretçilerin temaları algılayabilmeleri kolaylaşmakta fakat aynı anda birden fazla kişi/grup ziyaretçinin aynı ortamda bulunmasını zorlaştırmaktadır. Engelli ziyaretçilerin içerde rahat dolaşımını sağlayacak fiziksel düzenlemeler yeterince mevcut değildir.

Müzenin kendine ait bir otoparkı bulunmamaktadır. Bu durum müzenin şehir merkezinde ve işlek bir cadde üzerinde bulunması da eklendiğinde ziyaretçiler açısından bazı güçlükleri beraberinde getirmektedir.

Renkler, sergileme mekanı için önemli bir tasarım unsuru olup diğer tasarım unsurlarını ve ziyaretçilerin duygularını doğrudan etkileyebilmektedir. Müzede kullanılan renklerin bir bütün olarak, tavan, duvar, zemin, sergilenen eser ve konsepti en iyi şekilde yansıttığı, ziyaretçinin konseptte odaklanmasını sağladığı söylenebilir. Kullanılan koyu renk temasına rağmen içerdeki atmosferin ziyaretçiyi rahatsız etmediği ve sergilenen eserler için ilgi çekici olduğu görülmektedir.

Müzede tarihi konseptte uygun içerikte kullanılan ses efektleri mevcuttur. Özellikle, Kayseri Lisesi tarihinin anlatıldığı bölümde cephede şehit olan öğrencilere yönelik hazırlanan platformda kullanılan ses ziyaretçileri duygusal olarak etkileyip dönemin hatırlanmasını ve şehitlere olan minnettarlık duygularını arttırabilmektedir. Ayrıca, bazı bölümlerde bireysel kullanıma yönelik işitsel araçlarda ziyaretçilerin kullanımına sunulmuştur.

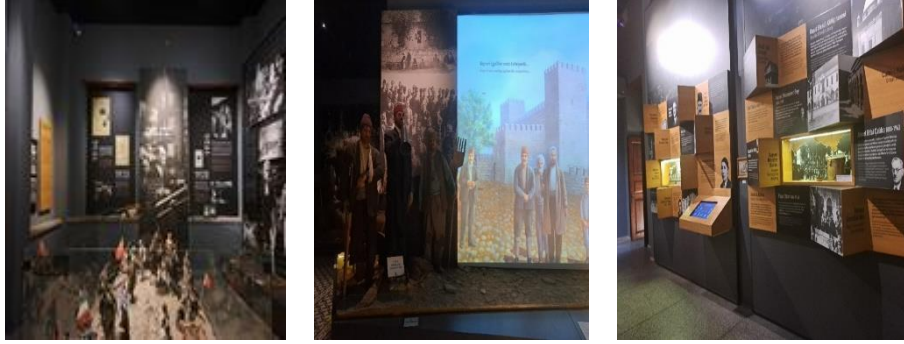
Müze içerisinde tarihi kokuyu hissettiren bir atmosfer oluşturulmuş olup ziyaretçileri olumsuz etkileyecek farklı bir koku hissedilmemiştir. Müze içerisinde havalandırma, ısı şartlarının iklimine, ortama uygun olduğu ve genel olarak hijyen koşullarına dikkat edildiği görülmüştür. Ziyaretçilerin müze içerisindeki tutum ve davranışları, sergileme alanı ve sunumunu etkileyebildiği gibi diğer ziyaretçilerin davranışları üzerinde de etkili olabilmektedir. Yoğun olduğu zamanlarda ziyaretçilerin eserleri inceleme fırsatı bulabilmesi diğer ziyaretçilere bağlı olabilmektedir. Müze okuldan dönüştürüldüğü için ortam bazen ziyaretçilerin birbirini olumsuz etkilemesine neden olmaktadır. Gelen ziyaretçilerin müze ziyareti konusunda bilinçli olması bu olumsuzluğu azaltmaktadır.

Müze içerisinde çalışan personel için ayrı bir bölüm oluşturulmuştur. Girişte danışma bölümünde ziyaretçileri karşılayan, bilet satışını gerçekleştiren ve gerektiğinde bilgi aktarımı yapan bir güvenlik görevlisi bulunmaktadır. Müze sergi alanı ve eserlerin sunumu ziyaretçiler için bilgi gerektirmeyecek şekilde düzenlenmiş olduğu için bilgi talep etmek üzere personele ihtiyaç hissedilmemiştir.

Milli mücadele müzesi, milli mücadele tarihi ve Kayseri Lisesi tarihinin anlatıldığı bölüm olmak üzere iki bölümden oluşmaktadır. Aşağıda bu bölümlere yönelik bilgi ve görsellere yer verilmiştir.

### ***Milli Mücadele Tarihi Bölümü***

Müzenin girişte, sağ taraf milli mücadele bölümünü oluşturmaktadır. Orta hol ve çevresinde yer alan sınıflarda milli mücadele süreci anlatılmış, yaşananlar, Türkiye ve Kayseri bağlamında görselleştirilmiştir. Kayseri halkının milli mücadele sürecinde yaptığı katkılar o dönemi yansıtacak şekilde canlandırılmıştır. Orta holde sağ ve sol tarafta milli mücadele döneminde Kayseri'yi anlatan balmumu heykelleri, görseller ve duvarda sunumların tematik düzende yapıldığı görülmektedir. Alttan ışıklandırma kullanılarak nesnelere gerekli vurgular yapılmıştır. Ayrıca siyah zemin üzerinde beyaz harfler kullanılarak savaş yıllarına ait bilgilerin Türkçe ve İngilizce yer aldığı panolar bulunmaktadır.



**Fotoğraf 9.** *Milli Mücadelede Kayseri Görselleri*

**Kaynak:** Araştırmanın kişisel arşivi

Giriş koridorunun sağında milli mücadeleyi anlatan siyah zemin üzerinde beyaz harf ve rakamlar kullanılarak kronolojik olarak tarihler ve önemli olayların özetlendiği büyük bilgilendirici bir pano bulunmaktadır. Kronolojik anlatımın olduğu panonun yanındaki sınıfta video odası bulunmaktadır. Ziyaretçilerin oturarak sinevizyon gösterisini izleyebilecekleri şekilde ortam düzenlenmiştir. Oda, ziyaretçi sayısının az olması durumunda yeterlilik arz etmekte olup, uygun aydınlatma ve ısı koşullarına sahiptir.

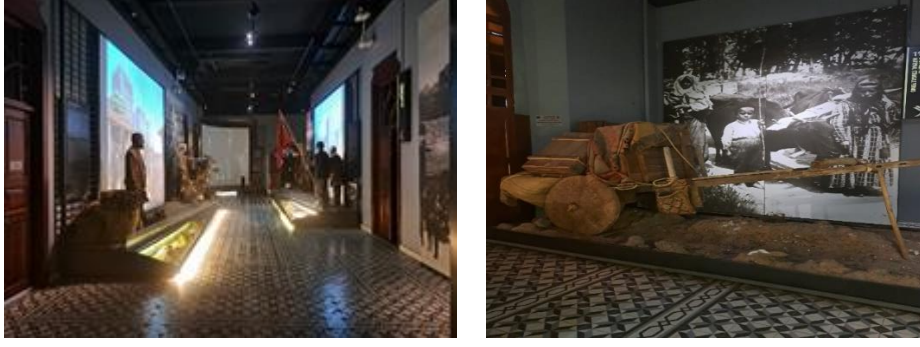


**Fotoğraf 10.** *Pano ve Video Odası*

**Kaynak:** Araştırmanın kişisel arşivi

Holün sonunda önceden “taş okul” olarak geçen dönemi anlatan film gösterimi yapılmaktadır. Sağda ise cepheye cephane taşıyan temsili kağı arabası bulunmaktadır.





**Fotoğraf 11.** Taş okul ve Kağıt Görseli

**Kaynak:** Araştırmacının kişisel arşivi

Her bir sınıf, tarihi bir dönemi anlatmakta olup sınıf kapılarında dönemleri belirten tabelalar bulunmaktadır. Kurtuluş savaşı döneminde Cumhuriyet'in ilanı ile birlikte Ankara'nın yanı sıra Kayseri'nin başkent olmasının gündeme gelmesini temsil eden bir meclis salonu, müzede ziyaretçilere o günleri yansıtabilmektedir.



**Fotoğraf 12.** Meclis Salonu Canlandırması

**Kaynak:** Araştırmacının kişisel arşivi

Sınıflarda her bir dönem kronolojik olarak verilmiştir. O dönemde kullanılan malzemelere, etkili olan şahıslara yer veren, savaşın Kayseri'deki izlerini anlatan bölümler ayrı ayrı oluşturulmuştur. Ayrıca, direnişin kadın kahramanları şeklinde bir bölüm de yer almaktadır.



**Fotoğraf 13.** Milli Mücadele Dönemi Canlandırması

**Kaynak:** Araştırmacının kişisel arşivi

Müzede, basın odasına da yer verilmiş ve haberleşme, basım, kullanılan araçlar daktilo, kağıt vb. malzemeler kullanıldığı şekilde zamanına uygun olarak yerleştirilerek sergilenmiştir. Duvarlarda o dönemi anlatan, basılmış gazeteler yer almaktadır.



**Fotoğraf 14. Milli Mücadele Basın Odası**

**Kaynak:** Araştırmanın kişisel arşivi

### ***Kayseri Lisesi Tarihi Bölümü***

Müzenin girişte sağ taraf, Kayseri lisesi tarihi ve eğitim geçmişinden örneklerin verildiği bölümü oluşturmaktadır. Sergilenen eserlerin, hikâye, kurgu ve müze mekânı ile uyumlu olduğu ve etkili bir atmosferde sergilendiği görülmektedir. Orta holde Sakarya Muharebesi'nde şehit düştükleri için 1921'de mezun veremeyen son sınıf öğrencileri için oluşturulmuş bir platform yer almaktadır. Şehit olan öğrenciler, siyah mermer üzerine yerleştirilmiş ışıklar ve beyaz ile yazılmış isimler ile temsil edilmektedir. Tavanda, beyaz ışıklandırma ve mavi pullar kullanılmıştır. Duvarlarda yine şehit olan öğrencilerin fotoğrafları yer almakta ve öğrencilerin isimleri yoklama şeklinde seslendirilmektedir. Ayrıca, duvarlarda siyah zemin üzerinde beyaz ile Türkçe ve İngilizce Kayseri Sultanisin'nin İsimsiz Kahramanları başlığı altında bilgi panoları bulunmaktadır. Fiziksel sunumun yanı sıra duygusal olarak da ziyaretçileri etkileyen bir atmosfer söz konusudur.



**Fotoğraf 15. Şehit Öğrenciler İçin Hazırlanan Bölüm**

**Kaynak:** Araştırmanın kişisel arşivi

Holün çevresindeki sınıflar temalara göre düzenlenmiştir. Her bir sınıf farklı bir temada oluşturulmuştur. Binanın okul olarak kullanıldığı döneme ilişkin canlandırmalar ve sergilemeler söz konusudur. Mezun olan öğrencilere ait fotoğraflar, video röportajlar, basılı hatıralar, okul tarihi ve kullanılan araç gereçler hakkında bilgiler ve görseller yer almaktadır. Ülke idaresinde etkili olmuş Cumhurbaşkanları Turgut Özal, Abdullah Gül, Genelkurmay Başkanı Orgeneral Hulusi Akar, Behçet Kemal Çağlar, Jale Baysal gibi önemli şahsiyetlerin öğrencilik dönemlerini yansıtan balmumu heykelleri yapılarak oluşturulan mezunlar sınıfı bulunmaktadır. Ayrıca ilgili şahısların kişisel eşyaları da sergilenmektedir.



Fotoğraf 16. Mezunlar Sınıfı

Kaynak: Araştırmacının kişisel arşivi

Müze eser odası, Kayseri İl Eğitim Tarihi Müzesi şeklinde oluşturulmuş ve odada okulun lise olarak kullanıldığı zamanlardaki ders materyalleri sergilenmektedir. Oda girişinde ziyaretçileri dönemin kıyafeti ile balmumu heykeli şeklinde iki öğrenci karşılamaktadır. Eşyaların ders bazında vitrinlerde sergilendiği bu sınıfta bazı ziyaretçileri kendi öğrencilik yıllarına götüren ve anıları hatırlatan güzel bir atmosferin oluşturulduğu görülmektedir.



Fotoğraf 17. Eğitimde Kullanılan Malzemeler

Kaynak: Araştırmacının kişisel arşivi

Ayrıca, Kayseri Lisesi Tarihi olarak adlandırılan sınıfta okulun lise olarak kullanıldığı zamanlardaki ders materyalleri ders bazında kullanıldığı şekliyle vitrinler ve camlı mekanlarda sergilenmektedir.



Fotoğraf 18. Ders Materyalleri

Kaynak: Araştırmacının kişisel arşivi

Sözlü tarih olarak adlandırılan sınıfta “Kayseri Lisesi Anılarım” şeklinde görsel ve işitsel bir aktarım yapılmaktadır. Duvarlarda ve tavadan inen iplere asılmış mezunlara ait resimler bulunmaktadır.



**Fotoğraf 19.** *Sözlü Tarih Bölümü (a)*

**Kaynak:** Araştırmanın kişisel arşivi

Ayrıca masa üstlerine yerleştirilmiş dokunmatik ekranlarda Milli Mücadele Tarihi ve Kayseri Lisesi Tarihinin anlatıldığı sunumlar söz konusudur. Söz konusu dokunmatik ekranlar, ziyaretçilere içerik açısından bilgi aktarırken görsel ve işitsel olarak da kalıcılığı sağlamaktadır.



**Fotoğraf 20.** *Sözlü Tarih Bölümü (b)*

**Kaynak:** Araştırmanın kişisel arşivi

### **Tartışma, Sonuç ve Öneriler**

Müzeler, kentlerin hafıza mekanları olarak geçmişi koruyarak gelecek nesillere aktaran kurumlardır. Günümüzde müzeler de işletmeler gibi rekabet ortamı içinde bulunmaktadır. Sahip oldukları eserleri korumanın yanı sıra ziyaretçileri de kendine çekebilmesi gerekmektedir. Görsel kültürün ve algının işlendiği müzelerde eserlerin sergilenmesi, korunması, bilgi aktarımı, ziyaretçilerin ihtiyaçlarının giderilmesi ve farklı deneyimler yaşatılabilmesi için atmosfer değışkeni önemli bir unsurdur. Çalışmada, milli mücadele müzesi atmosfer değışkenleri açısından değerlendirilmiştir. Müze atmosferinin müzenin ziyaret edilmesi, içeride kalış süresi, kalıcılık ve başkalarına tavsiye edilmesinde önemli bir değışken olduğu gibi farkındalık oluşturma ve dikkat çekme açısından da önemli olduğu düşünülmüştür. Yapılan değerlendirme sonucunda;

Lise olarak kullanılan binanın müzeye dönüştürüldüğü ve tarihi dokusunu koruduğu görülmektedir. Müze içerisinde kullanılan sergileme yöntemlerinin eserlerin sunumunda ve vurgulanmasında, ziyaretçilere bilginin aktarılmasında etkili bir şekilde kullanıldığı görülmektedir. Sergilemede geleneksel yöntemlerin yanı sıra modern ve teknolojik yöntemlerin birlikte kullanılarak ziyaretçilere farklı deneyimler sunulduğu gözlemlenmiştir.

Renk, koku, ısı gibi duyuşsal faktörlerin müze konseptine uygun olarak kullanıldığı ve ziyaretçilere herhangi bir rahatsızlık vermediği gözlemlenmiştir. Aydınlatma açısından loş bir ortam oluşturulmasına rağmen tarihi ortamı tasvir ettiği için bu durum itici bir faktör olarak değerlendirilmemiştir.

Ziyaretçilerin mekan içinde hareketleri, bölümleri ve eserleri incelemeleri ziyaretçi sayısının artması durumunda fiziksel olarak yetersiz kalmaktadır. Söz konusu yetersizlik, okul binasının sonrasında müzeye dönüştürülmesinden kaynaklanmaktadır. Müzede bölümler ve eserlerin sergilenmesi, tema ve kronolojik temelde sunularak ziyaretçilerin tarih bilincinin gelişmesi, süreci daha iyi kavraması ve değerlendirmesine olanak vermektedir.

Müze içerisinde satış alanı ve kafeterya gibi sosyal etkileşim alanları görülmekte fakat ziyaret edilen süreçte kafeterya hizmetinden yararlanılmadığı gözlemlenmiştir. Kafeteryada Kayseri'ye has ürünlerin satışı yapılarak ekonomik katkı sağlanabilir. Satış mekânında ise milli mücadele yıllarını anımsatan müzeyle ilgili ve müze deneyimini kalıcı kılacak ürünler bulundurulmuş ve mevcut ürün çeşitliliği artırılarak ziyaretçilerin ilgisi çekilebilir. Ayrıca çocuklar için ayrılan bölümde bir görevli gözetiminde çocuklara yönelik etkinlik veya faaliyetlere yer verilebilir. Bina içerisinde yetersiz olan engellilere yönelik düzenlemeler geliştirilebilir. Müzede Kayseri'nin turizm gelişimine doğrudan ve dolaylı katkı yapmasını sağlayacak uygulamalar geliştirilebilir. Bu kapsamda, müzeyi ziyaret eden ziyaretçilerin profilleri çıkarılarak buna uygun pazarlama stratejileri geliştirilebilir.

Bir bütün olarak değerlendirildiğinde müzenin atmosfer değişkenleri açısından gerekli yeterliliğe sahip olduğu, bazı olumsuz değerlendirmelerin binanın fiziksel yetersizliklerinden kaynaklandığı söylenebilir. Çalışma ile yapılan değerlendirmelerin, müze ve atmosfer ile ilgili yapılacak akademik çalışmalara, ilgili kurumlarda görev yapan personele ve sonuç itibarı ile hizmet alıcıları olan ziyaretçilere katkı yapacağı söylenebilir.

Bu çalışma, Kayseri'deki tek bir müzeye ilişkin değerlendirmeleri esas almaktadır. Bundan sonraki çalışmalarda kamu veya özelde birden fazla müzeye ilişkin değerlendirmeler yapılabilir ve sonuçları karşılaştırılabilir.

### Etik Beyan

“Müzelerin Atmosfer Bileşenleri Açısından Değerlendirilmesi: Kayseri Lisesi Milli Mücadele Müzesi” başlıklı çalışmanın yazım sürecinde bilimsel kurallara, etik ve alıntı kurallarına uyulmuş; toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmamış ve bu çalışma herhangi başka bir akademik yayın ortamına değerlendirme için gönderilmemiştir. Bu çalışmada etik kurul kararı zorunluluğu bulunmamaktadır.

### Çatışma Beyanı

Araştırma ile ilgili diğer kişi veya kurumlarla yaşanabilecek herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

### Kaynakça

- Acar, A. (2017). Müze ve sergilemelerde etkileşimli tasarım çözümleriyle bilgiyi görselleştirmek, *Sanat Yazıları*, 2017; (36), 139-155.
- Akgül, O. (2021). Deneyimsel Pazarlama Örneği Olarak Sanal Troya Müzesinin Müze Ziyaret Niyetine Etkisi, *Turist Rehberliği Nitel Araştırmalar Dergisi*, 2(2), 92-106.
- Aksöz, E.O. ve Çay, G. (2022). Investigation of perceived service quality, destination image and revisit intention in museums by demographic variables. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 43(3), 1138-1147.
- Arslan, A. (2014). İstanbul arkeoloji müzeleri' nin turizmdeki yeri üzerine bir değerlendirme, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt: 7 Sayı: 29, 23-29.
- Arslan, M. (2004). *Mağazacılığa Atmosfer*, Derin Yayınları, İstanbul.
- Aykut, Z. (2017). Müze sergilemelerinde izleyici-sergi etkileşimi bağlamında mekân tasarımı, *International Journal of Interdisciplinary and Intercultural Art*, Cilt: 2, Sayı: 2, Haziran-Temmuz / Yaz, 219-242.
- Baki Nalçoğlu ve Zeynep. S. (2021). Müzelerde Sürdürülebilirliğin Kültürel Yönü, *Millî Folklor* 129 (Bahar 2021), 124-135.
- Barlas Bozkuş, Ş. (2014). Kültür ve sanat iletişimi çerçevesinde Türkiye'de sanal müzelerin gelişimi, *The Journal of Academic Social Science Studies (JASSS)*, 26, 329-344.
- Berman, B. ve Evans, J.R. (1998). *Retail Management-A Strategic Approach, Seventh Edition*, Prentice Hall Upper Saddle River.
- Bulut, P. ve Uzun, E.B (2021). Sanal Müzeler ve Yaratıcı Drama için Bir Atölye Önerisi: Müze Sınıfa Geliyor, *Yaratıcı Drama Dergisi*, 16 Sayı 1, 131-156.
- Cengiz, E. (2006). Müze Pazarlaması: Pazarlama karması elemanlarının müzelere uyarlanması, *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 15, Sayı 1, 87-108.
- Çekal, N., Doğan, E. ve Aktürk, H. (2022). Türkiye'de gastronomi müzeleri ve özellikleri, *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(11), 1655-1673.
- Deniz, T. ve Savaşkan, Y. (2018). Taşınmaz kültür varlıkları kapsamında Ayasofya müzesi'nin İstanbul kültür turizmüne katkısı, *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt (Volume) 1, Sayı (Issue) 2, 92-103.
- Dıvrak, M. (2018). Türkiye'de oyuncak müzelerinde atmosfer oluşturma üzerine bir araştırma, *International Congress on Afro - Eurasian Research IV - April 27-29, 2018 / Budapest*, 289.
- Dıvrak, M. (2020). Müze atmosfer faktörleri bağlamında bir ölçek çalışması: İstanbul oyuncak müzesi örneği. *UNIMUSEUM*, 3 (1), 23-29.

- Durukan, A. ve Altın, B. (2018). Deneyimsel Pazarlama Işığında Müze Tasarımı: Legion Of Honor ve Mısır Müzesi Örnek İncelemeleri, 2nd International Symposium on Innovative Approaches in Scientific Studies, *SETSCI Conference Indexing System*, Volume 3, 572-581.
- Elkadi, H., Al-Maiyah, S., Fielder, K., Kenawy, I. ve Martinson, D.B. (2021). The regulations and reality of indoor environmental standards for objects and visitors in museums. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 152(August), 111653.
- Engin, H. (2021). Bir kentin hafıza mekanı; Doğubayazıt Ahmed-i Hani kent müzesi, *Munzur Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt:10, Sayı:1, 1-20.
- Forrest, R. (2013). Museum atmospherics: The role of the exhibition environment in the visitor experience. *Visitor Studies*, 16(2), 201-216.
- Gamal, R., Abdelkafy, J. ve Soliman, A. (2023). The atmospheric elements of the egyptian museums and their effect on the egyptians' intentions to revisit. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 46(1), 148-155.
- Giammanco, M.D., Gitto, L. ve Ofria, F. (2022). Museums' accessibility for senior citizens: Some evidence from Italy. *European Journal of Tourism Research*, 31, 3116, 1-6.
- Goulding, C. (2000). The museum environment and the visitor experience, *European Journal of Marketing*, Vol. 34 No. 3/4, 261-278.
- Güner, H. E. (2017). Liseden müzeye, eğitimden tüketime; Kayseri lisesi'nin milli mücadele müzesi'ne dönüşümü, *Tüba-ke'd* 16/2017, 67-87.
- Gürel, E. (2013). Ankara'daki müzelerde ziyaretçi profillerinin ve motivasyonlarının değerlendirilmesi, *Ankara Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 1-9.
- Hammady, R., Ma, M., Strathern, C. ve Mohamad, M. (2020). Design and development of a spatial mixed reality touring guide to the Egyptian museum, *Multimedia Tools and Applications*, 79(5-6), 3465-3494.
- Harada, T., Hideyoshi, Y., Gressier-Soudan, E. ve Jean, C. (2018). Museum experience design based on multi-sensory transformation approach. *Proceedings of the DESIGN 2018, 15th International Design Conference*, 2221-2228.
- Harman, S. ve Akgündüz, Y. (2014). Efes örenyeri ziyaretçilerinin müze deneyimi beklentilerini belirlemeye dönük bir araştırma, *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16/2, 113-133.
- Hernández, O. ve Toney, B. (2021). Museums as social and cultural spaces for active ageing: evidence, challenges, and opportunities. *Revista Culturales*, 9, 1-42.
- Hyun, H., Park, J., Ren, T. ve Kim, H. (2018). The role of ambiances and aesthetics on millennials' museum visiting behavior, *Arts and the Market*, 8(2), 152-167.
- İncebacak, B. B. (2015). Müzede Drama: Heykel ve İmgelem Kavramı, *Bartın Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, Cilt 4, Sayı 2, 306-318.
- Jeon, J.H. ve Lee, K.H. (2006). The physical environment in museums and its effects on visitors' satisfaction, *Building and Environment*, Vol.41, Issue 7, 963-969.
- Kalaba, B. (2021). Kültürel mirasın sürdürülebilirliği kapsamında müzelerin önemi, *Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi*, Cilt 3, Sayı 2, Aralık, 102-112.
- Kamaruddin, N. (2020). An empirical understanding on types of museum exhibition design. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 9(10), 533-539.
- Kandemir, Ö. ve Uçar, Ö. (2016). Değişen müze kavramı ve çağdaş müze mekanlarının oluşturulmasına yönelik tasarım girdileri, *Sanat & Tasarım Dergisi*, 17-47.
- Karabıyık Yerden, N. ve Uydacı, M. (2022). Comparative Analysis of Virtual Tour Applications in Museums in the Context of Destination Marketing During the COVID 19 Pandemic Process, 7(1), 229-248.
- Karayılanoğlu, G. ve Arabacıoğlu, B.C. (2020). Çağdaş sanat müzelerinde iç mekân deneyimi üzerine nicel bir araştırma, *Mimarlık ve Yaşam Dergisi*, 5(2), 529-549.
- Karlı, C., Kaymaz, Y., Candemir, A. ve Günay, G.N. (2016). Kültür turizminde yerel değerler: Ödemiş ilçesi ve ödemiş yıldız kent arşivi ve müzesi örneği, *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, Sayı: 17, Ocak 2016, 87-111.
- Kervankıran, İ. ve Çalışırım, O. (2022). Müzeler ve toplumsal hafıza ilişkisi: Süleyman Demirel Demokrasi ve Kalkınma Müzesi örneği. *International Journal of Geography and Geography Education (IGGE)*, 45, 114-133.
- Kırçova, İ. ve Erdoğan, H.H. (2017). Müze deneyimi boyutları: İstanbul oyuncak müzesi örneği, *UIİİD-IJEAS*, (16. UIK Özel Sayısı), 649-664.
- Kim, H.J. ve Lee, H.-K. (2022). Emotions and Colors in a Design Archiving System: Applying AI Technology for Museums. *Appl. Sci.* 2022, 12, 2467.
- Kotler, N ve Kotler, P. (2000). Can museums be all things to all people?: Missions, goals, and marketing's role, *Museum Management and Curatorship*, 18:3, 271-287.
- Kotler, P. (1974). Atmospherics as a marketing tool?, *Journal of Retailing*, Vol: 49, Number 4, Winter, 48-64.
- Kottasz, R. (2006). Understanding the Influences of Atmospheric Cues on the Emotional Responses and Behaviours of Museum Visitors, *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 16:1-2, 95-121.
- Levy, M. ve Weitz, B.A. (2007). *Retailing Management*, Sixth Edition, McGraw-Hill International Edition, New York.
- Lewis, D. (1997). *Retailing*, Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey.
- Li, Q. (2022) Effects of different types of digital exhibits on children's experiences in science museums, *The Design Journal*, 25:1, 126-135.

- Loureiro, S.M.C. (2019). Exploring the role of atmospheric cues and authentic pride on perceived authenticity assessment of museum visitors, *Int J Tourism Res.* 2019; 21, 413-426.
- Mazlum, Ö. ve Arıcı Turhangil, S. (2022). TRT yayıncılık tarihi müzesi'nin görsel iletişim tasarımı açısından incelenmesi. *Turkish Studies*, 17(5), 1101-1130.
- Mazlum, Ö. (2022). Müze iletişimi ve müze web siteleri üzerine bir inceleme, *Sinop Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6 (1), 100-136.
- Milli Mücadele Müzesi Web Sayfası, www.millimucadelemuzesi.com, [Erişim Tarihi: 15.11.2023]
- Oruç, M.C. ve Yıldırım, İ.M. (2017). Amasya müzelerinin kültürel miras yönünden değerlendirilmesi, *IWACT, 2017 International West Asia Congress Of, Tourism Research*, 28 Sept-01 Oct 2017, Van- TURKEY, 259-270.
- Özrili, A.S ve Özrili, Y. (2021). Müzelerde interaktif (Etkileşimli) sergileme uygulamaları, *Inonu University Journal of Art and Design*, 85-102.
- Özrili, Y. (2021). Müzelerde sanatın bir anlatım dili: Empati, *Akademik Sanat Tasarım Ve Bilim Dergisi*, Sayı/Number 14, (2021), 27-39.
- Pırnar, İ. ve Kurtural, S.(2017). Kent markalaşmasında müzelerin rolü ve İzmir mega müze projesi, *UIİİD-IJEAS*, (16. ÜİK Özel Sayısı), 491-502.
- Polat, M. (2021). Yedi Güzel Adam Edebiyat Müzesi'nin kültür ve edebiyat turizmi kapsamında değerlendirilmesi, *Kabramanmaraş Sütcü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(1), 645-658.
- Rosenberg, J. M. (1995). *Dictionary of Retailing and Merchandising*, John Wiley&Sons. Inc, USA.
- Sezgin, M., Haşiloğlu, B. ve İnal, M.E. (2011). Müze pazarlamasında müşteri ilişkileri ve deneyimleri üzerine bir araştırma, *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt 7, Sayı 13, 2011, 201-220.
- Sheng, C.W. ve Chen, M. C. (2012). A study of experience expectations of museum visitors, *Tourism Management*, 33, 53-60.
- Sop, S. A., Ongun, U. ve Abalı, R. (2020). Müze Deneyimini Etkileyen Unsurlar: Çevrimiçi Yorumlar Üzerine Nitel Bir Araştırma, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 1123-1138.
- Soylu, D. ve Medeni, T.D. (2020). Kum müzesi sanal ziyaretimize ilişkin yansımalar, *Türk Kütüphaneciliği*, 34, 3 (2020), 572-578.
- Sönmez, H.Ş. ve Zarbızade, V. (2022). Müzelerde deneyimsel pazarlama aracı olarak artırılmış gerçeklik uygulamalarının tüketiciler üzerindeki etkileri: seka kağıt müzesi örneği, *Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli Dergisi*, Volume: 30 Number: 1, 77-96.
- Sucaklı, G. ve Güzel, T. (2020). Müze turizminde artırılmış gerçeklik teknolojisi uygulamaları; Dünya ve Türkiye örnekleri, *Journal of Tourism Research Institute*, 1(2), 71-82.
- Sürme, M. ve Atılgan, E. (2020). Sanal müzede tur yapan bireylerin memnuniyet düzeylerini belirlemeye yönelik bir araştırma, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4 (3), 1794-1805.
- Tanrıku, B. ve Karagöl, A. (2021). Müzede sanal gerçeklik uygulamaları: Bir örnek çalışma olarak Kaplumbağa Terbiyecisi, *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 5 (2), 95-111.
- Taşkıran, Ö. ve Kızıllırmak, İ. (2019). Deneyimsel pazarlama kapsamında sanal turların müze ziyaretlerine etkisi: Panorama 1453 Örneği, *Uygulamalı Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt, 3, Sayı 1, 1-19.
- Tezgel, E. ve Akova, O. (2017). Müze ziyaretçileri üzerine yapılan çalışmalara ilişkin alanyazın taraması, *Journal of Recreation and Tourism Research*, 4, (Special Issue 1), 308-320.
- Turley, L.W. ve Milliman, R.E. (2000). Atmospheric Effects on Shopping Behavior: A Review of The Experimental Evidence, *Journal of Business Research*, 49, 193-211.
- Total, G. (2021). Özel müzelerin kent imajına etkisi üzerine nitel bir araştırma, *Toplumsal Değişim*, Cilt / 3, 24-39.
- Uslu, Ö. ve Yalçın, G. (2020). Görsel algı bağlamında mekân tasarım bileşenlerinin incelenmesi-Adana Arkeoloji Müzesi, *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2), 232-244.
- Verbeek, C., Leemans I. ve Fleming B. (2022). How can scents enhance the impact of guided museum tours? towards an impact approach for olfactory museology, *The Senses and Society*, 17:3, 315-342.
- Walt, C. (2006). Museums for visitors: Audience development -A crucial role for successful museum management strategies, *INTERCOM 2006 Conference Paper*, 2-7.
- Yavuzkır, A. ve Genç, V. (2022). Müzelerdeki eser sergileme politikasının ziyaretçi deneyimi ve öğrenme motivasyonuna etkisi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 422-446.
- Yazarın Kişisel Arşivi, Müzeye ait fotoğraflar (Fotoğraf 1-Fotoğraf 20).
- Zaher, N. (2021). Display techniques within archeological museums spaces. *Journal of Art & Architecture Research Studies (JAARS)*, 2(3), 104-119.
- Zülfikar, A.B. ve Ediz, Ö. (2020). Değişen müze ve müzecilikte sergilemenin teknoloji boyutunun incelenmesi: Bursa Panorama Müzesi örneği, *Lycus Dergisi*, Sayı 2, 67-100.

## EXTENDED ABSTRACT

Nowadays, the management of museums, which provide information about the past of societies and are effective in learning and transferring cultural heritage, has become important. The application of marketing methods and techniques provides a competitive advantage in order to ensure continuity in developing and changing environmental conditions. s seen in every field, great developments are also taking place in museums where many objects of historical, cultural, spiritual, natural and artistic value are

exhibited. Museums, as places of memory in cities, are institutions that preserve the past and pass it on to future generations. Museums, like businesses, are in a competitive environment. In addition to protecting the works they own, they must also attract visitors. Atmosphere is defined as conscious arrangements made in the store in order to evoke certain effects in consumers (Kotler, 1974, p. 50) and has an important role in marketing. It is seen that the atmosphere of the place has become an important differentiation tool in influencing the emotions and behaviors of visitors in museums. In museums, the atmosphere variable is an important element for exhibiting and protecting works, transferring information, meeting the needs of visitors and providing different experiences. With the adoption of the modern museum understanding, it is seen that the subject of the exhibition is handled with themes, and space designs are made using exhibition techniques in the form of spaces with a story. In the study, the subject of museum and atmosphere was examined, Kayseri High School National Struggle Museum was visited and evaluated in terms of atmosphere variables. While choosing the National Struggle Museum, it was thought that the atmosphere would be effective in museums for visitors, contribute to the marketing of the city, create and develop historical awareness and transfer it to new generations. It is seen that the building used as a high school has been converted into a museum and preserves its historical texture. It can be seen that the exhibition methods used in the museum are used effectively in presenting and emphasizing the works and conveying information to the visitors. It has been observed that visitors are offered different experiences by using modern and technological methods in addition to traditional methods in exhibition. It has been observed that sensory factors such as color, smell and temperature are used in accordance with the museum concept and do not cause any discomfort to visitors. Although a dim environment was created in terms of lighting, this was not considered a repulsive factor as it depicted the historical environment. The movements of the visitors in the space, the examination of the sections and works are physically insufficient in case the number of visitors increases. This is due to the fact that the school building, which was built and used for different purposes, was later converted into a museum. The exhibition of sections and works in the museum is presented on a theme and chronological basis, allowing visitors to develop historical awareness and better understand and evaluate the process. Social interaction areas such as the sales area and cafeteria are visible, but it was observed that the cafeteria service was not used sufficiently during the visit. Economic contribution can be made by selling products specific to Kayseri in the cafeteria. In the sales area, the attention of visitors can be attracted by having products related to the museum, which reminds of the years of the national struggle, and which will make the museum experience permanent, and by increasing the existing product range. In addition, in the section reserved for children, activities for children can be held under the supervision of an officer. Arrangements for disabled people can be developed within the building. Applications can be developed in the museum that will enable Kayseri to contribute directly or indirectly to tourism development. In this context, the profiles of the visitors visiting the museum can be created and marketing strategies can be developed accordingly. As a result, when evaluated as a whole, it can be said that the museum has the necessary sufficiency in terms of atmospheric variables, and some negative evaluations arise from the physical deficiencies of the building. It can be said that the evaluations will contribute to academic studies on the museum and its atmosphere, to the personnel working in the relevant institutions, and ultimately to the visitors who are the service recipients. This study is based on the evaluations of a single museum in Kayseri. In future studies, evaluations of more than one museum, public or private, can be made and the results can be compared.