

Atatürk Orman Çiftliği Müze ve Sergi Salonu'nun Türkiye'deki Gastronomi Müzeleri Açısından Değerlendirilmesi

Feridun AYDINLI

Antalya Bilim Üniversitesi, Turizm Fakültesi,
Turizm İşletmeciliği Bölümü
feridun.aydinli@antalya.edu.tr
ORCID: 0000-0002-0230-51293

Birsen BULUT SOLAK

Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi,
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
birsenbulut@selcuk.edu.tr
ORCID: 0000-0003-1583-1504

Geliş tarihi / Received: 09.08.2023

Kabul tarihi / Accepted: 15.09.2023

Öz

Gastronomi müzeleri, mutfak kültürlerinin korunmasında, sürdürülebilirliğinde, gelecek nesillere aktarılması ve destinasyon çekicilik unsuru olarak değerlendirilmesinde oldukça önemli roller üstlenmektedir. Kâr amacı olmayan ve birçok tema etrafında şekillenen gastronomi müzelerine olan ilgi son yıllarda artış göstermekle birlikte bu müzeler destinasyon ve ülkelere turizm açısından çekicilik unsuru yaratmaktadır. Bu doğrultuda, Cumhuriyetin ilk yıllarındaki tarımsal faaliyetleri yansıtan Atatürk Orman Çiftliği Müze ve Sergi Salonu'nun destinasyon çekicilik unsuru olarak kullanımı ve bölgenin turizm potansiyeline katkısının belirlenmesi amaçlanmaktadır. Araştırma kapsamında müzede görev yapan iki yetkili ve bir personel olmak üzere üç kişi ile yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Çalışmada nitel araştırma yaklaşımlarından görüşme tekniği ve gözlem kullanılmıştır. Görüşmeler sonucunda müzenin kurulduğu yıllarda turizm etkinliklerine yoğun olarak ev sahipliği yaptığı tespit edilmiştir. Ancak müzenin tanıtım faaliyetlerinde yaşadığı eksikler ve bölgede yaşanan değişim nedeniyle ziyaretçi sayısında düşüşler görülmüştür. Araştırma sonucunda müze yetkililerine ve tüm paydaşlara yönelik gastronomi müzeleriyle ilgili öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar kelimeler: Atatürk Orman Çiftliği Müzesi, destinasyon çekiciliği, gastronomi müzesi.

Evaluation of Atatürk Forest Farm Museum and Exhibition Hall in terms of Gastronomy Museums in Turkey

Abstract

Gastronomy museums play very important roles in the preservation and sustainability of culinary cultures which transfer to future generations, and are utilized as a destination attraction factor. While the interest in gastronomy museums, which are not for profit and shaped around many themes, has increased in recent years, these museums create an attraction factor for destinations and countries in terms of tourism. In this direction, it is aimed to determine the use of Atatürk Forest Farm Museum and Exhibition Hall, which reflects the agricultural activities in the first years of the Republic, as a destination attraction element and its contribution to the tourism potential of the region. Within the scope of the research, face-to-face interviews were conducted with three people, two officials and one staff member working in the museum. Interview technique and observation from qualitative research approaches were used in the study. As a result of the interviews, it was determined that the museum hosted tourism activities intensively in the years it was established. However, the number of visitors has decreased due to the deficiencies experienced by the museum in promotional activities and the change in the region as well. As a result of the research, some suggestions were developed for museum authorities and all stakeholders.

Keywords: *Atatürk Forest Farm Museum, attraction of destination, gastronomy museum*

Giriş

İnsanlar tarih boyunca dünyanın farklı bölgelerine yayılarak büyük gruplar halinde yaşamışlardır. Bireylerin yaşadıkları bölgedeki koşullar, iklim şartları, dini inanışlar, bölgenin sosyo-ekonomik seviyesi, savaşlar ve yaşanan göçler neticesinde toplumların mutfak kültürleri birbirinden farklılık göstermiştir. Bu doğrultuda grup halinde yaşayan bireyler kendi mutfak kültürlerini yaratmışlar ve gelecek nesillere aktarılmasını sağlamışlardır (Soruç, 2021, s.1). Mutfak kültürü medeniyetin gelişmesinde ve bilginin çoğalarak tüm dünyaya yayılmasında önemli unsur olmuştur. Ayrıca, insanların elde ettiği mutfak kültürü bilgisi şu an ulaşılan medeniyet seviyesinde etkili olmuştur. Ancak, toplumları oluşturan kültürel değerlerin zamanla yok olmaya başlaması ve mutfak kültürünün korunmak istenmesi, birtakım önlemler almayı doğurmuştur. Bu tedbirlerden bir tanesi de envanter oluşturup yazılı kaynaklara dönüş-

türmektir. Alınan bu önlem sayesinde mutfak kültürü korunmuş ve gelecek nesillere aktarımı sağlanmıştır (Ceyhun Sezgin ve Akbıyık, 2021, s.154).

Mutfak kültürlerinin incelenmesi ve tanıtımının yapılmasında önemli bir olgu olan gastronomi, Yunancada gastro (mide) ve nomos (yasa) sözcüklerinin birleşiminden oluşmakta ve yiyecek içeceği ilgilendiren kurallar veya ölçüleri belirtmektedir. Bu doğrultuda gastronomi, insanlara yiyecek ve içeceklerin hangi ölçüde ve hangi gerekli koşullar sağlandığında hazırlanması ve tüketilmesine ilişkin tavsiyeler vererek, rehberlik yapmaktadır (Bağiran Özşeker, 2016, s.7). Son yıllarda gastronomi kavramı trend bir olgu haline gelmiştir. Bireylerin gastronomiye olan ilgisinin artması ve günümüz rekabet koşullarında destinasyonların ziyaretçilere alternatif turizm çeşitleri sunma çabaları gastronomi turizmini ortaya çıkarmıştır. Temelinde tarım, kültür ve turizm kavramları olan gastronomi

turizmi destinasyon çekicilik unsuru olarak ön plana çıkmıştır. Buradaki tarım ögesi somut olarak kısmen tarımsal ürünleri nitelerken, bölgelere ait tarih ve otantik öğeler de kültür unsuru içerisinde yer almaktadır. Son unsur olarak turizm olgusu ise gerekli olan altyapı ve hizmeti sunmaktadır. Destinasyonların bütün bu unsurlara sahip olması gastronomi turizmini, bölgede alternatif turizm türü olarak öne çıkarmakta ve bölge için rekabet avantajı yaratmaktadır (Ceyhun Sezgin ve Şanlıer, 2018, s.215; Du Rand ve Heath, 2006;). Aynı zamanda gastronomi turizmi, yöresel mutfak kültürünü canlı tutma ve koruma noktasında son derece önem arz etmektedir (Ceyhun Sezgin ve Akbıyık, 2021, s.154). Gastronomi turizmi kapsamında seyahat eden bireyler yalnızca farklı tatlar aramamaktadır. Aynı zamanda seyahat ettikleri bölgedeki yiyeceklerin tarihsel süreci ve gelişimi, ürünlerin sunumuna kadar geçen aşamalar ve ürünlerin sunumu hakkında bilgi sahibi olmak ve bu ürünleri duyuşsal değerlendirecek farklı deneyimler kazanmak da istemektedirler. Bu temalarda faaliyet gösteren gastronomi müzeleri de bu istek ve ihtiyaçları karşılayabilecek özellikleri bünyelerinde bulundurmaktadır. Ayrıca gastronomi müzeleri son yıllarda gastronomi turizminin ön plana çıkmasındaki temel öğelerden biri olarak gösterilmektedir. Hem farklı bölgelerdeki yeme içme kültürlerinin tanıtılması ve hafızada canlandırılması hem de bu değerlerin pazarlamasını yaparak turistik ürün haline gelmesi açısından gastronomi müzeleri, destinasyonlara ziyaretçi çekmede aracılık görevi üstlenmektedir (Bekar vd., 2017, s.468).

Gastronomi müzeleriyle ilgili mevcut çalışmalar incelendiğinde, Atatürk Orman Çiftliği Müze ve Sergi Salonu'nun destinasyon çekiciliğiyle ilgili yeterli düzeyde araştırma yapılmadığı belirlenmiştir. Atatürk Orman Çiftliği Müze ve Sergi Salonu hakkındaki kaynakların yetersiz oluşu ve daha önce bu konu hakkında yapılan çalışmanın olmaması çalışma sonun-

da elde edilecek verileri kısıtlarken çalışmanın yapılmasını zorunlu kılmıştır. Bu kapsamda bu çalışmada Ankara'da gastronomi müzesi olarak yer alan Atatürk Orman Çiftliği Müzesi ve Sergi Salonu'nun destinasyon çekicilik unsuru olarak kullanılması ve bölgenin turizm potansiyeline katkısının tespit edilmesi hedeflenmektedir.

Kavramsal Çerçeve

Gastronomi turizmi

Turizm sektörünün gün geçtikçe daha rekabetçi bir hale gelmesiyle birlikte destinasyonlar pazarda kendilerine yer bulmak ve rekabet avantajı sağlayabilmek için farklı arayışlara yönelmektedir. Bu açıdan da alternatif turizm çeşidi olarak ön plana çıkan gastronomi ve turizm arasında güçlü bir bağ olduğu belirtilmektedir (Se-yitoğlu ve Ivanov, 2020, s.1). Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü gastronomi turizmini, gastronomi özellikleri bulunan bölgelere yapılan, hedefi keyifli zaman geçirmek olan ve bu doğrultuda yiyecek ve içecekleri de içine alan rekreasyonel etkinliklerin bütünü olarak tanımlamıştır (World Tourism Organization, 2017). Gastronomi olgusunun tanıtımını yapan bu faaliyetler arasında çeşitli teması olan yerel veya uluslararası festivaller, ürünlerin satışının yapıldığı pazarlar ve yiyecek ve içeceklerin hazırlanma sürecinin gerçekleştiği yerlere seyahatler ve gıda fuarları yer almaktadır (Ağcakaya ve Can, 2019, s.794). Gerçekleşen bu etkinliklerde ilgili kültürler ve bu kültürlerin tarihini keşfetmek temel amaçlardandır. Aşamalı olarak gerçekleşen etkinlikler insanlara farklı ve eşsiz tecrübeler yaşatmaktadır. Bu seyahatlerde yeni restoranlar, yöresel tatlar ve farklı yemek seçenekleri aranırken, yemek gezisi “keşif ve macera” olarak devam etmekte ve “kültürel deneyimler” ile son bulabilmektedir. Bu açıdan bakıldığında da turistik destinasyonların pazarlanmasında, yöreye rekabet gücü sağlanmasında ve kalkınmasında, turizm talebi yaratılması ve artırılmasında mutfak ve gastronomi önemli bir konumda görül-

mektedir (Ceyhun Sezgin ve Akbiyuk, 2021. s.154).

Gastronomi müzeleri

Müzeler, kültür turizmi kapsamında bir unsur olarak yer almaktadır. Müzelerin temel görevlerinden biri ise insanların geçmiş yıllar ile olan etkileşimini artırmaktır. İnsanları geçmişe bağlayan müzeler, geçmiş dönem toplumlarında yaşayan insanlara ait olan değerleri günümüz insanlarına sunmakta ve ülkelerle birlikte uygarlıkların tarihsel oluşum süreçlerine ışık tutmaktadır. Ayrıca müzeler, bir ülkeyi veya bölgeyi ziyaret eden turistlerin ziyaret noktalarının başında gelmektedir. Müzelerin, insanlara asırlar boyunca süre gelen kültür varlıklarını benimsetmek gibi bir misyonu vardır. Bununla birlikte müzeler bulunduğu ülke veya bölgenin ekonomisine de önemli ölçüde katkı sağlamaktadır (Özgören, 2007, s.246).

Müze kavramı literatürde çeşitli şekilde tanımlanmıştır. Uluslararası Müzeler Komitesi müzeyi, hiçbir maddi beklentisi olmayan, toplumun bütün sınıflarına hitap eden, insanoğluna ait değerleri bünyesinde bulunduran, bu değerleri

koruyarak sunan, toplumun gelişimine hizmet eden bir kurum olarak tanımlamıştır (ICOM, 2022). Kültür ve Turizm Bakanlık Makamınının 30/04/1990 tarih ve 1578 sayılı onayıyla yürürlüğe giren Müzeler İç Hizmet Yönetmeliği'nin 4. ve 5. maddelerinde yer alan ifadelerle göre ise müze; çeşitli kültür varlıklarının bulunduğu yerler için araştırma yapan ve tespit eden, bilimsel yöntemler ile bu değerleri ortaya çıkaran, nesnelere üzerinde inceleme yapan, tanıtım faaliyetlerini yürüten, bulunduğu bölge halkının bu değerlere karşı bilincini geliştiren ve bu değerleri koruma görevini üstlenen daimi bir kuruluş şeklinde tanımlanmaktadır (Müzeler İç Hizmetler Yönetmeliği, 1990). Türkiye'deki müzeler sayısal olarak incelendiğinde T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü'nün açıkladığı resmi verilere göre 2004 senesinde Bakanlığa bağlı 176 olan müze sayısı 2018 yılında 202'ye ulaşmıştır. Bu artış, özel müze sayısında da görülmektedir. 2004 yılında 94 olan özel müze sayısı 2018 yılında 260'a yükselmiştir (Sandıkçı vd., 2019, s.1211). Söz konusu müzelere ait 2018-2021 yılları arasındaki istatistikleri Çizelge 1 ve Çizelge 2'de yer almaktadır.

Çizelge 1

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı müze istatistikleri (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022; Türkiye İstatistik Kurumu, 2022)

Yıllar	Müze Sayısı	Eser Sayısı	Ziyaretçi Sayısı
2018	200	3.734.223	28.145.550
2019	199	3.263.151	34.828.618
2020	205	3.278.114	8.918.950
2021	209	3.301.789	16.232.489

Çizelge 2

Özel müze istatistikleri (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022; Türkiye İstatistik Kurumu, 2022)

Yıllar	Müze Sayısı	Eser Sayısı	Ziyaretçi Sayısı
2018	260	396.457	12.478.229
2019	268	408.649	9.241.912
2020	289	416.706	4.514.571
2021	309	417.620	6.609.937

Çizelge 1 ve Çizelge 2 ele alındığında T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı müze sayısının özel müze sayılarına göre daha az olduğu görülmektedir. Ancak bu durumun aksine özel müzelerdeki eser sayısı Bakanlığa bağlı müzelerde sergilenen eser sayısına göre oldukça azdır. Müzelerdeki ziyaretçi sayısı incelendiğinde ise, COVID-19 pandemisinin Türkiye'de görüldüğü 2020 yılına kadarki geçen sürede ziyaretçi sayılarının artış trendi içinde olduğu gözlemlenmektedir. Ancak 2020 yılında müze ziyaretçi sayılarında hızlı bir düşüş olduğu görülmektedir.

Son yıllarda insanlar gastronomi turizmine oldukça fazla ilgi göstermektedir. Bu artan ilgi ile birlikte ülke veya bölgelerin mutfak kültürüne ait miraslarının yerli ve yabancı turistlere tanıtılması ve aktarılması nedeniyle gastronomi müzeleri oldukça önemlidir. Gastronomi müzeleri ülke ve bölgelere ait yiyeceklerin tarihçesi, bu yiyeceklerin üretimi, hazırlanma süreci ve bu aşamalarda kullanılan aletler ile ilgili bilgiler vermekte ve gastronomi turizminin gelişmesinde önemli araçlardan biri olarak kabul edilmektedir (Bekar vd., 2017; Çetin ve Küçükkömürler, 2019, s.5; Hjalager ve Richards, 2002). Dolayısıyla gastronomi müzeleri, yer aldığı mutfak kültürünü ziyaretçilere tanıtmak, bölgenin turizm faaliyetlerine katkıda bulunmak, bulunduğu bölgeye gastronomi alanında özgünlük sağlamak ve günümüz rekabet koşullarında destinasyona rekabet gücü kazandırmak gibi çeşitli amaçlar doğrultusunda kurulabilmektedir (Sandıkçı vd., 2019, s.1212).

Gastronomi müzeleri çeşitli temalar üzerine kurulmaktadır. Bu müzeler özellikle temasına uygun olan değerleri tanıtmakla birlikte bulunduğu bölgede turizmi canlandırmada önemli görev üstlenmektedir (Demirci, 2021, s.1187). Gastronomi müzeleri kültürel miras, endüstriyel miras, kırsal turizm ve popüler kültür gibi 4 temel tema çerçevesinde şekillenmektedir

(Yılmaz ve Şenel, 2014, s.501). İlgili bölgenin mutfak kültürü, yiyecek- içecekleri, bu yiyecek-içeceklerin hazırlanışı ve bölgenin yaşayış tarzı kültürel mirasa dayalı müze türünde yansıtılmaktadır. Bir başka tema ise endüstri mirasına dayalı gastronomi müzeleridir. Bu temaya dayalı gastronomi müzeleri, geçmiş dönemlerde yiyecek ve içecek üretimi için kullanılan pişirme kapları, el ile kullanılan araç gereçler, çeşitli ekipmanlar, fabrika ve atölye vb. unsurları sunan, aynı zamanda yiyecek ve içeceklerin tadımına bakma fırsatı sunmaktadır. Kırsal turizm konu alan gastronomi müzelerinde yiyecek ve içeceklerin üretim ve hazırlanma aşaması ile ilgili ayrıntılı bilgiler sunulmakta, aynı zamanda eko turizmine katkısı açısından şarap üretimindeki bağcılık ve peynir üretimindeki çiftlik gibi kırsal alanlarda sergilenen yerler arasında gösterilmektedir. Son tema ise popüler kültüre dayalı müzelerdir. Bu tema ise popüler kültür yiyecek ve içeceklerinin tarihini yansıtan müzeler olarak değerlendirilmektedir.

Türkiye'nin çeşitli bölgelerinde olmak üzere toplam 38 adet gastronomi müzesi bulunmaktadır. Söz konusu müzelerin temalarını ise genel olarak; zeytinyağı, şarap, arıcılık, çikolata ve mutfak kültürü oluşturmaktadır (Çakıcı vd., 2021). Sonraki sayfada yer alan Çizelge 3 ele alındığında Türkiye'nin 7 coğrafi bölgesinde ve 21 farklı şehirde gastronomi temalı müze olduğu görülmektedir. Müzelerine ait temalar incelendiğinde ise 9 adet mutfak kültürü müzesi, 7 adet zeytin ve zeytinyağı müzesi, 4'er adet çikolata ve arıcılık müzesi, 2'şer adet ise şarap ve mutfak araç gereçleri müzesi bulunmaktadır. Bununla birlikte Türkiye'de ise gastronomi müzeleri sayısal ve sunum şekli olarak yetersiz durumdadır. Özel gastronomi müzelerinin çoğunun tanıtım eksikliği olup bunlar yaşayan yerli ve yabancı turist tarafından bilinmemektedir (Lokman vd., 2022, s.382; Sormaz ve Güneş, 2016). Aynı zamanda Sandıkçı vd., (2019) belirttiği üzere, Türkiye'deki gastronomi müzele-

rinde dinamik sergileme şekilleri yerine statik sergileme şekilleri tercih edilmektedir.

Araştırmamıza konu olan Atatürk Orman Çiftliği Müze ve Sergi Salonu literatürde geçen diğer gastronomi müzelerinden manevi ve konsept açısından farklılık göstermektedir. Özellikle bu müzede, Cumhuriyetin ilk yıllarında Atatürk Orman Çiftliği içerisinde yapılan ve tarımsal üretime dair araç ve gereçleri bünyesinde barındırmaktadır. Sergilenen bu envanterle günümüzde gastronomi müzesi kapsamında değerlendirilen müze, özellikle geçmiş yılların

tarımsal üretimine dair bilgi sahibi olunmasını sağlamaktadır. Gastronomi turizminin tarım, kültür ve turizm olgularından meydana geldiğini düşünürsek, Atatürk Orman Çiftliği Müze ve Sergi Salonu'nun bu üç temayı detaylı bir şekilde sunduğu söylenebilmektedir. Bu yönüyle araştırmamıza konu olan bu müze, gastronomi turizmi ve kültür turizmini birleştirerek ziyaretçilerine ev sahipliği yapmakta ve Cumhuriyet döneminin gastronomi tarihinde önemli bir yerine sahiptir. Bu özellikleriyle müze, hem ziyaretçilere eşsiz bir deneyim sunmakta hem de bölgenin çekiciliğine katkı sağlamaktadır

Çizelge 3

Türkiye'de yer alan gastronomi müzeleri (Lokman vd, 2022; Savaşkan, 2021; Soruç, 2021)

Müze Adı	Şehir	Tema	Açılış Yılı
Polenezköy Arıcılık Müzesi	İstanbul	Arıcılık	2000
Adatepe Zeytinyağı Müzesi	Çanakkale	Zeytin/zeytinyağı	2001
Bursa Kent Müzesi	Bursa	Mutfak kültürü	2004
Mürefte Feyzi Kutman Şarap Müzesi	Tekirdağ	Şarap	2004
İstanbul Gastronomi Müzesi	İstanbul	Mutfak kültürü	2004
Mutfak Sanatları Akademisi Müzesi	İstanbul	Mutfak araç ve gereçleri	2004
Sabit Ertür Zeytinyağı Müzesi	Balıkesir	Zeytin/zeytinyağı	2005
Ankara Halk Ekmek Müzesi	Ankara	Ekmek	2007
Emine Göğüş Mutfak Müzesi	Gaziantep	Yöresel mutfak kültürü	2008
Atatürk Orman Çiftliği Müze ve Sergi Salonu	Ankara	Şarap, dondurma,mutfak kültürü	2010
Çine Arıcılık Müzesi	Aydın	Arıcılık	2010
Özel Muğla Arıcılık Müzesi	Muğla	Arıcılık	2010
Hacıbanlar Evi Mutfak Müzesi	Şanlıurfa	Mutfak kültürü	2011
Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi	Aydın	Zeytin/zeytinyağı	2011
Erzurum Evleri	Erzurum	Mutfak kültürü	2011
Marmaris Bal Evi Müzesi	Muğla	Arıcılık ve Bal	2012
Tıbbi ve Aromatik Bitkiler Müzesi	Hatay	Tıbbi ve aromatik bitkiler	2012
Zavot Peynir Müzesi	Kars	Peynir	2012
Ayvalık Belediyesi Zeytin Müzesi	Balıkesir	Zeytin/zeytinyağı	2012
Egea Zeytinyağı Müzesi	Manisa	Zeytin/zeytinyağı	2013
Pelit Çikolata Müzesi	İstanbul	Çikolata	2014
Türk Lezzet Müzesi	İstanbul	Yerel yemek	2016
Baklava Müzesi	Gaziantep	Baklava	2016

Kapurcuk Kültür ve Gastronomi Evi	Muğla	Mutfak kültürü	2017
Tematik Mutfak Müzesi	Kahramanmaraş	Mutfak kültürü	2017
Hatay Gastronomi Evi	Hatay	Mutfak kültürü	2017
Özel Yörük Müzesi	Antalya	Mutfak kültürü	2017
Köstem Zeytinyağı Müzesi	İzmir	Zeytin/zeytinyağı	2017
Tokaçlı Zeytin Mengene Müzesi	Hatay	Zeytin/zeytinyağı	2017
Gaziantep Fıstık Müzesi	Gaziantep	Fıstık	2018
Kahramanmaraş Kâtip Han Dondurma Müzesi	Kahramanmaraş	Dondurma	2019
Geçmişten Geleceğe Gastronomi Müzesi	Sivas	Mutfak araç ve gereçleri	2019
Safranbolu Kahve Müzesi	Karabük	Kahve	2019
Safranbolu Çikolata Müzesi	Karabük	Çikolata	2019
Ordu Fındık Müzesi	Ordu	Fındık	2020
Buğday Müzesi	Malatya	Buğday	2020
Bursa Çikolata Müzesi	Bursa	Çikolata	2021
My Chocolate Bodrum Çikolata Müzesi	Muğla	Çikolata	2021
Çay Müzesi	Rize	Çay	2022

Ankara ve Turizm Olanığı

Ankara içinde bulundurduğu iş kolları ve Türkiye'nin başkenti olması nedeniyle siyasi bir kimlik kazandığından; turizm olgusu insanların aklına ilk olarak gelen sektörlerden biri değildir (Enes, 2013). Türkiye'ye gelen yabancı turistler özellikle deniz turizmini tercih ettiklerinden yazlık bölgeler daha fazla turist çekmektedir. Bunun sonucu olarak, kurak bir iklime sahip olan Ankara'yı 2022 yılında yaklaşık 629 bin yabancı turist ziyaret etmiştir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Ankara Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2023). Ancak, Ankara eski uygarlıklardan günümüze kadar ulaşmış tarihi

eserleri ve doğal güzellikleri ile oldukça zengin bir kenttir. Ankara özellikle başkent olması nedeniyle diplomatik bir yapıya sahiptir. Bu durum Ankara'nın kongre turizmi açısından önemli bir konumda olmasını sağlamaktadır. Ankara'da birçok termal tesisler de bulunmaktadır. Özellikle Kızılcahamam ve Ayaş gibi ilçelerde termal turizm tesislerinin gelişmiş olması, alternatif turizm olarak termal turizmin öne çıkmasını sağlamaktadır. Elmadağ'da yer alan kayak pisti ise kış turizmi açısından önemli bir destinasyon konumundadır (Gün, 2021). Bunlara ek olarak, bölgede ziyaret edilmesi gereken birçok müze Çizelge 4'te yer almaktadır.

Çizelge 4

Ankara'da yer alan müzeler (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Ankara İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2023)

Müze Adı	Tema	Kuruluş Yılı
Anadolu Medeniyetler Müzesi	Tarih ve arkeoloji	1921
Ankara Resim ve Heykel Müzesi	Sanat	1930
Etnografya Müzesi	Etnografya	1930
Anıtkabir Atatürk ve Kurtuluş Savaşı Müzesi	Tarih	1960
Kurtuluş Savaşı Müzesi	Tarih	1961
Gordion Müzesi	Arkeoloji	1963
Alağöz Karargah Müzesi	Tarih	1967
Haritacılık Müzesi	Haritacılık	1971
Sakarya Şehitleri Zafer Anıtı ve Müzesi	Anıt mezar	1973
Topçu ve Füze Okulu Sınıf Müzesi	Askeri müze	1973
Ankara Olgunlaşma Enstitüsü 100. Yıl Müzesi	Olgunlaşma enstitüsü	1981
Cumhuriyet Müzesi	Tarih	1981
Devlet Mezarlığı Müzesi	Anıt mezar	1988
Ankara Üniversitesi Oyuncak Müzesi	Oyuncak	1990
Şefik Bursalı Müzesi	Müze evi	1998
Hava Kuvvetleri Müzesi	Havacılık	1998
Jandarma Müzesi	Askeri müze	2005
M.S.B. Arşiv Müzesi	Askeri müze	2005
Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Müzesi ve Kültür Evi	Zirai	2007
Anadolu Mimarlık ve Mobilya Kültürel Miras Müzesi	Mimarlık ve mobilya	2008
Ankara Somut Olmayan Kültürel Miras Müzesi	Somut olmayan kültürel miras	2013
Ankara Üniversitesi Tarihi Müzesi	Tarih ve bilim	2017

Çizelge 4 incelendiğinde Ankara'da bakanlığa bağlı 23 adet müze yer almaktadır. Kültür turizmi kapsamında değerlendiren bu müzelere ek olarak Ankara Ekmek Müzesi, Atatürk Orman Çiftliği Müze ve Sergi Salonu ile birlikte Ankara'da yer alan gastronomi müzesidir. Ekmeğin tarihsel süreç içerisinde yaşadığı serüvenin anlatıldığı müze 2007 yılında faaliyete başlamıştır. Bu müzede ziyaretçilere unun nasıl ekmeğe haline geldiği, pişirilmesi ve sofraya gelişim sürecinin aktarılması amaçlanmaktadır (Ceyhan Sezgin ve Şanlıer, 2018).

Bu çalışmanın konusunu oluşturan Atatürk Orman Çiftliği Müze ve Sergi Salonu'nun içinde

bulduğu Atatürk Orman Çiftliği ise Türkiye'nin tarımsal açıdan kalkınma ve gelişmesinde son derece önemli olmakla birlikte özel bir kültürel değere sahiptir (Dengiz vd., 2006, s. 55). Atatürk'ün katılımı ve küçük bir ekip ile 5 Mayıs 1925'te siyasi ve askeri başarıların ekonomik devamlılığı olması düşüncesi ile açılışı yapılan çiftlik, Gazi Mahallesi karşısında yer alan tarlaya ekim yapılarak hayata geçirilmiştir (Ülkenli, 2017, s. 40). Günümüzde de çiftlik içerisinde bulunan süt fabrikasında; pastörize içme sütü, kaşar peyniri, peynir, yoğurt, ayran, dondurma, kefir ve tereyağı, meyve suyu ve bal fabrikasında; bal, meyve suları, domates

salçası, turşu ve sirke üretilmektedir. Tarımsal faaliyetlerin yanı sıra Atatürk'ün Türkiye'ye mirası ve başkent Ankara'nın bir simgesi olan Atatürk Orman Çiftliği bünyesinde rekreasyonel faaliyetlerde bulundurmaktadır. Çiftliğin öz kaynakları ile 2011 yılında düzenlenen Gazi Orman Çiftliği Park'ında çocuk oyun alanları, oturma alanları, dişbudak, akçaağaç, meşe, karaçam, sedir gibi ağaçlar yer alıyor. Ayrıca, 500 adet gülün bulunduğu gül bahçesi, havuz, mevsim çiçeklerinden yapılan peyzajlar da bulunuyor. Atatürk'ün çocukluk yıllarının geçtiği Selanik'teki evinin aynı ölçüler içerisinde bir örneği çiftlik içerisinde 10 Kasım 1981 yılında ziyarete açılmıştır. Atatürk Evi'nin içerisinde Atatürk odası ve Atatürk'ün kişisel eşyalarının sergilendiği müze odası vardır. Bunlara ek olarak çiftlik içerisinde 2014 yılında yapılan Gazi Piknik Alanı bulunmaktadır (<https://www.aoc.gov.tr/Portal/AnaSayfa>).

Gastronomi Müzeleri ile İlgili Çalışmalar

Günümüzde Türkiye'de ve dünyada insanların farklı ilgi alanlarına hitap eden çeşitli temalarda müzeler bulunmaktadır. Müzelerin bu çeşitliliği önemli ölçüde destinasyon çekiciliği yaratmaktadır. Bu doğrultuda literatürde araştırmacılar gastronomi müzeleri ile ilgili olarak bölgele-re kattığı değer, ziyaretçi deneyimleri ve yerel gıda ve kültürel mirasın sürdürülebilirliği gibi özelliklerini incelemişlerdir.

Destinasyon çekicilik unsuru temalı çalışmalar incelendiğinde; Bekar vd. (2017), Marmaris Bal Evi'nin bölgenin turizm faaliyetlerine olan katkısını incelemişlerdir. Araştırma sonucunda müzenin bölgenin markalaşma çalışmalarından önemli bir yeri olabileceği belirlenmiştir. Türkiye'deki gastronomi müzelerini destinasyon pazarlamasında çekici bir faktör olarak ele alan Mankan (2017) ve genel bir bakış ile inceleyen (Savaşkan, 2021; Çekal vd., 2022), Türkiye'de faaliyet gösteren müzelerin dünya geneline bakıldığında özellikle tanıtım konusunda yetersiz

olduğu sonucuna ulaşmıştır. Çetin ve Küçükkömürler (2018), Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi ele alarak ilgili müzenin bölgenin turizm çeşitliliğine olan katkısını incelemişlerdir. Araştırma sonucunda bu müzenin çekicilik unsuru oluşturduğu ve turistlerin ilgisini çektiği tespit edilmiştir. Ceyhun Sezgin ve Akbıyuk (2021), dünyadaki gastronomi müzelerinin tematik analizini yapmışlar ve dünyanın farklı bölgelerinde yer alan müzelerin 10 farklı temada şekillendiğini tespit etmişlerdir. Araştırma sonucunda ise gastronomi müzelerinin destinasyon çekiciliği için önemli bir kaynak olduğu sonucuna ulaşarak müze sayılarının arttırılması ve tanıtım faaliyetleri için önerilerde bulunmuşlardır. Lokman vd. (2022), Türkiye'de ilk kez zeytinyağı temalı gastronomi müzesi olarak açılan ve faaliyet gösteren Adatepe Zeytinyağı Müzesi'nin turizmde çekicilik unsuru olarak kullanımı ve bölgeye olan katkısı incelenmiştir. Araştırma sonucunda müze açıldıktan sonra bölgeye gelen ziyaretçi sayısında artış yaşandığı, münferit ve grup ziyaretlerin arttığı sonucuna ulaşılmıştır.

Ağcakaya ve Can (2019) çalışmalarında kültürel miras kapsamında somut olmayan unsurları ele almışlar ve bu doğrultuda mutfak kültürünü sürdürülebilirlik açısından incelemişlerdir. Örnek olay olarak Türkiye'deki gastronomi müzelerinin genel olarak ele alındığı bu çalışmada gastronomi müzelerinin önemine değinilmiştir ve tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine yönelik öneriler sunulmuştur. Miral Çavdırlı ve Adan Gök (2020) gerçekleştirdikleri çalışmada Kösem Zeytinyağı Müzesi'ni ele alarak gastronomi müzeleri ile kültürel mirasın sürdürülebilirliğine dikkat çekmiştir. Kırbaç ve Bucak (2022) benzer şekilde gastronomi müzelerinin yerel gıda ürünlerinin sürdürülebilirliğine olan katkısını incelemişlerdir. Bu kapsamda çalışmalarında Kars Zavot Ekomüze'yi örnek olay olarak ele almışlardır. Yapılan çalışmalar neticesinde müzenin açılması ile birlikte unutulmaya

yüz tutmuş ürünlerin yeniden üretildiği ve var olan ürünlerin daha çok bilinerek yöresel gıda ürünlerinin sürdürülebilirliğine faydası ortaya konulmuştur. Yerel gastronomik kimlik oluşumunda gastronomi müzelerinin önemine dikkat çeken Baycar (2022) bu bağlamda Safranbolu Türk Kahve Müzesi'ni incelemiştir. Gastronomi müzelerinin kültürel mirasın korunmasında önemli bir figür olarak ön plana çıktığının tespit edildiği çalışmada bu tür müzelerin turistlere yiyecek içecek deneyimlerini güçlü şekilde yaşattığı sonucuna varılmıştır.

Literatürde gastronomi müzeleriyle ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde müzelere gelen ziyaretçilerin deneyimleri ile ilgili çalışmalar mevcuttur. Türkiye'nin ilk mutfak müzesi olma özelliğini taşıyan Emine Göğüs Mutfak Müzesi'ni inceleyen Yeşilyurt ve Arıca (2018) bu müzenin ziyaretçi deneyimlerini değerlendirmişlerdir. Çeşitli araştırmalar sonucunda ziyaretçilerin (%75) ziyaretleri esnasında bölgeye özgü bilmedikleri yiyecekleri öğrenmelerinden dolayı memnun oldukları ortaya çıkmıştır. Ziyaretçi deneyimleri ile ilgili gerçekleşen bir diğer çalışmada ise Savaşkan ve Çavuş (2021) Adatepe Zeytinyağı Müzesi'ni örnek olay olarak ele almışlardır. Bu çalışmada müzeyi ziyaret eden ziyaretçilerin TripAdvisor uygulamasına bıraktıkları yorumlar incelenmiştir. Çalışma sonucunda ziyaretçilerin %89.17 oranında olumlu düşüncelere sahip olduğu ve bilgilendirici ve estetik açıdan etkilendikleri belirlenmiştir.

Gastronomi müzeleri ile ilgili daha önce gerçekleşen çalışmalar incelendiğinde genellikle çalışmaların örnek olay çerçevesinde gerçekleştiği görülmektedir. Bu çalışmalarda ortak olarak gastronomi müzelerinin bölgeye kattığı değerler ve yöresel gıda ürünlerinin sürdürülebilirliğine olan katkısı incelenmiştir. İlgili çalışmalarda gastronomi müzelerinin destinasyon çekicilik unsuru ve sürdürülebilirlik açısından önemli bir yeri olduğu ve tanıtım çalışmalarının

artırılması gerektiği ortak yargı olarak literatüre geçmiştir.

Yöntem

Turizmde destinasyon çekicilik unsuru olarak yer alan gastronomi müzelerinin yeri ve önemini tespit edilmesinin amaçlandığı bu çalışmada Atatürk Orman Çiftliği Müze ve Sergi Salonu'nun bölgenin turizm potansiyeline katkısı incelenmiştir. Atatürk Orman Çiftliği Müze ve Sergi Salonu, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı özel müze konumunda bulunmaktadır. Bu müzenin evren/örneklerim olarak seçilmesindeki en önemli neden, tarihi öneme sahip olan Atatürk Orman Çiftliği'nin kurumsal yapısını gelecek nesillere aktarması, o dönemde kullanılan araç gereçleri sergilemesi ve manevi yapıyı korumasıdır.

Nitel araştırmanın amaçlarından biri araştırmada yer alan katılımcıların içlerinde buldukları olayları, bu olayların değişimlerini ve yapılarının nasıl meydana geldiğini anlamlandırmaya çalışmasından dolayı, bu çalışmada nitel araştırma yaklaşımından faydalanılmıştır (Demir, 2017, s.288). Görüşme tekniği nitel araştırma yaklaşımında en çok kullanılan veri toplama tekniklerinden birisidir. Bu teknik sosyal etkileşim aracı olarak görülmektedir. Söz konusu teknikte katılımcılara yöneltilecek sorular önceden belirli bir düzen halinde hazırlanır ve katılımcılara bu sorular yöneltilecek cevapların alınması beklenir (Demir, 2017, s. 291; Rubin ve Rubin, 1995). Bu doğrultuda bu çalışmada görüşme tekniklerinin türlerinden yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Bu teknik görüşme tekniğine göre daha esnek bir yapıya sahiptir. Daha önceden de belirtildiği gibi katılımcılara sorulacak sorular önceden hazırlanır. Aynı zamanda araştırmacı katılımcılara görüşmenin seyrine göre görüşme formunda yer almayan farklı ve birbiriyle bağlantılı sorular yöneltilecek görüşmeye yön verebilir. Araştırmacı, katılımcının görüşme esnasında bazı soruların

cevaplarını diğ er bir soruda cevaplandırdığını düşündüğünde o soruları katılımcıya yöneltmeyebilir (Türnüklü, 2000, s.547). Bu kapsamda müze yetkilisi eski müze amiri ve müzede görevli personel ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Çalışma kapsamında daha fazla katılımcı ile görüşülmek istenmiş ancak müzede görev yapan personel eksikliği nedeniyle katılımcı sayısı yukarıda belirtilen kişiler ile sınırlı kalmıştır. Araştırmanın verileri, uzman görüşü alınan, literatürden yararlanılarak (Bekâr vd., 2017; Çetin ve Küçükkömürler, 2018; Sandıkçı vd., 2019) ve araştırmacıların da ekleme yaptığı 8 adet yarı yapılandırılmış soru aracılığı ile elde edilmiştir. Görüşmede katılımcılara 4 farklı kategoride (müzenin kuruluş amacı, müzeye gelen ziyaretçileri tanımlamaya yönelik bilgiler, müzenin tanıtımı ve turizme yönelik gerçekleştirilen faaliyetler ve müzenin destinasyon çekicilik unsuru olarak konumu) sorular yöneltilmiştir. Hazırlanan sorular katılımcılar tarafından önceden kontrol edilmiştir. Katılımcılara yöneltilen sorulara verilen cevaplar doğrudan alıntı şeklinde sunulmuştur.

Çalışma kapsamında yer alacak katılımcılar ile görüşmeler gerçekleştirilmeden önce katılımcılarla görüşülerek çalışmanın ana hatlarından bahsedilerek randevu alınmıştır. Belirlenen randevulara göre katılımcılarla 02.02.2023-23.02.2023 tarihleri arasında görüşmeler, yüz yüze olarak gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler esnasında, görüşmeler katılımcıların onayı alınarak ses kaydedicisi aracılığıyla kayıt altına alınmıştır. Buna ek olarak, görüşmeler esnasında el yazısıyla notlar da alınmıştır. Görüşmelerin her biri yaklaşık olarak 30 dakika sürmüştür. Gerçekleştirilen görüşmelerin analiz edilebilmesi için transkripsiyon işlemi (konuşmayı metne çevirme) yapılmıştır. Bilgiler henüz yeniyken görüşmelerin ardından aynı gün içerisinde yazılı hale getirilmesine önem verilmiş ve transkripsiyon işlemi ile ses kaydına alınan görüşmeler bilgisayar ortamında yazılı hale getirilmiştir.

Transkripsiyon işleminden sonra toplanan verilerin analiz sürecine geçilmiştir. Görüşmelerde katılımcılara yöneltilen sorulara verilen cevapların analizi için betimsel analizinden faydalanılmıştır. Betimsel analiz, toplanan verinin orijinal formuna mümkün olduğu kadar sadık kalarak ve gerekli olunması halinde katılımcıların araştırma sorularına verdikleri cevapların doğrudan alıntı yapılarak okuyucuya sunulmasıdır (Wolcott, 1994). Çalışmada yer alan müzeye ait fotoğraflar ise müze yetkilisi tarafından alınan izinler doğrultusunda araştırmacı tarafından çekilmiştir. Araştırma sorularına aşağıda yer verilmektedir.

1. Atatürk Orman Çiftliği Müze ve Sergi Salonu'nun kuruluş amacı nedir?
2. Müzeye gelen yıllık ziyaretçi sayısı nedir ve ziyaretçilerin demografik özellikleri nelerdir?
3. Müze hangi dönemlerde daha çok ziyaretçi tarafından ziyaret edilmektedir?
4. Müzede hangi bölümler bulunmaktadır?
5. Müzenin turizm faaliyetlerinde kullanımını geliştirmek için neler yapılabilir?
6. Turizmde çekicilik unsuru olarak müzenin önemi nedir?
7. Ziyaretçilerin müze ile ilgili memnuniyetleri hangi düzeydedir? Varsa beklentileri nelerdir?
8. Müzenin çekicilik unsuru olarak eksik ve güçlü yönleri nelerdir?

Bu araştırmada kullanılan verilerin elde edilebilmesi için gerekli olan etik kurul izin belgesi Selçuk Üniversitesi Etik Kurulu 04.01.2023 tarihli 438927 sayı numarası ile alınmıştır.

Bulgular ve Tartışma

Atatürk Orman Çiftliği Müze ve Sergi Salonu'na ilişkin gerçekleştirilen bu çalışmada katılımcılara ait demografik özellikler, gözlem ve görüşme sonucu elde edilen bulgular aşağıdaki Çizelge 5'te sunulmuştur.

Çizelge 5

Katılımcıların demografik özellikleri

Kaynak Kişi	Doğum Tarihi	Görevi	Mesleki Tecrübe (yıl)
Kk1	1977	Müze yetkilisi	5
Kk2	1969	Eski müze amiri	3
Kk3	1984	Güvenlik görevlisi	4

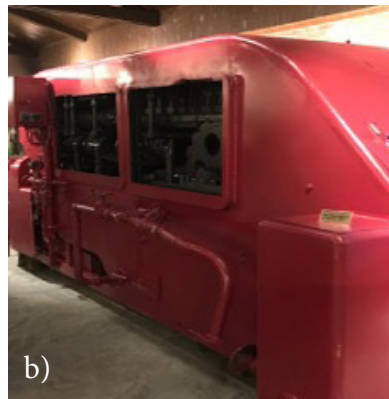
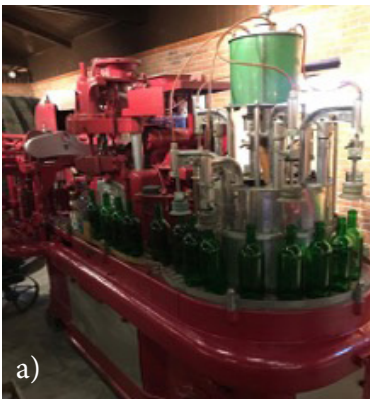
Gözleme ilişkin bulgular

Atatürk Orman Çiftliği Müze ve Sergi Salonu Cumhuriyetin ilk yıllarına ve o dönemin koşullarında gerçekleştirilen çalışmalara ışık tutan bir müzedir. Bu müze Ankara'nın Yenimahalle ilçesinde yer almakta ve Atatürk Orman Çiftliği sınırları içerisinde bulunmaktadır. Müzenin teşhir alanı 695 m² ve bahçe alanı ise 750 m² olarak belirtilmiştir. Müze, katılımcıların da belirttiği gibi 3 bölümden oluşmaktadır. Müze kapısında müzenin 2009-2010 yılları arasında onarıldığı ve dönemin Tarım ve Köy İşleri Bakan'ı tarafından hizmete açıldığına dair bilgilendirici bir pano yer almaktadır. Müzenin girişinde bir lobi bulunmakta ve bu bölümde Atatürk'e ait ahşap, demir ve deriden yapılmış faytonlar, tesis içerisinde döneme ait haberleşmeyi sağlayan telefonlar, duvar kabartmaları ve boyamalar, çeşitli kilimler, bölgenin planını gösteren bir harita ve döneme ait çiftliğin fotoğrafları bulunmaktadır. Müzeye gelen ziyaretçilere bu bölümde çiftliğin ve müzenin tarihsel süreci anlatılarak çiftliğin kurumsal hafızasını oluşturmak amaç-

lanmaktadır. Müze bölümünde o dönem kullanılan ve Şekil 1'de görülen metalden yapılmış saatte 1000 şişeye kadar dolum yapabilen şarap şişeleme makinesi ve metalden yapılan 2500 şişe yıkama kapasitesine sahip şişe temizleme makinesi, Şekil 2'de görülen eski şarap fiçileri ve fiçi yapım malzemeleri gösterilirken, Şekil 3'de ise metalden yapılmış dondurma sertleştirme makinesi ve demir ve ahşaptan yapılmış tamamen el yapımı olan baskı uygulama (pres) sepeti, gübre taşıma vagonu, daktilo gibi büro malzemeleri, çeşitli veterinerlik malzemeleri ve tarımsal aletler, bakır kazanlar, ahşap ve metalden yapılmış kuluçka makinesi, Eskişehir Şeker Fabrikası çalışanları tarafından yapılmış mozaik tablo, körük, yaban arı yuvası ve hassas teraziler sergilenmektedir. Sergi bölümünde ise çeşitli doğa manzaralı tablolar, Atatürk'e ait kişisel eşyalar ve fotoğraf sergisi bulunmaktadır. Son olarak bahçe bölümünde ise bazı zirai ekipmanlar (yürüyüş takımı, saban vb.) sergilenmektedir.

Şekil 1

Şarap şişeleme makinesi (a) ve şarap şişesi temizleme makinesi (b)



Atatürk Orman Çiftliği Müze ve Sergi Salonu'nun kuruluş amaçları

Atatürk Orman Çiftliği Müze ve Sergi Salonu Cumhuriyetin ilk yıllarında bir ahır olarak faaliyet göstermiştir. Atatürk Orman Çiftliği içerisinde yer alan bu yapı 1943 yılında şarap ve depolama tesisine dönüştürülmüştür. Bu tesis gerekli düzenlemeler ve onarım yapılarak 6 Mayıs 2010 tarihinde müze ve sergi salonu olarak faaliyete başlamıştır. Bünyesinde çok eski ve önemli eserleri barındıran müze 24 Kasım 2010 tarihinde Özel Müze statüsüne girmiştir. Fotoğraf sergisinin de yer aldığı müzede sergilenen parçalar arasında eski fiçılar, eski tarım aletleri, eski veteriner aletleri, Türkiye'de kullanılan ilk dondurma yapım makinesi, şişeleme makineleri ve üretimde kullanılan benzer birtakım ekipmanlar yer almaktadır. Bunlara ek olarak müzede çeşitli resim ve fotoğraf sergileri, ulusal ve uluslararası kongreler, seminerler, çeşitli üniversiteler, okullar ve yabancı elçiliklerin etkinlikleri de gerçekleştirilmektedir. Tüm bu bilgilerden yola çıkarak "Atatürk Orman Çiftliği Müze ve Sergi Salonu'nun kuruluş amacı nedir?" sorusuna katılımcılar benzer nitelikte cevaplar vermişlerdir.

Yapım yılı 1925 olan ve 2009-2010 yılları arasında onarım işlemleri tamamlanarak hizmete açılan Atatürk Orman Çiftliği Müze ve Sergi Salonu'nun kuruluş amacıyla ilgili bilgileri Kk1 şu sözlerle aktarmıştır;

"Cumhuriyetin ilk yıllarının ve Atatürk'ün mirası olan Atatürk Orman Çiftliği'nin kurumsal hafızasını gelecek nesillere aktarabilmek ve toplumda milli bir hafıza oluşturmak, çiftliğin tarihsel gelişim sürecini anlatabilmek, geçmişte kullanılan ekipmanları sergilemek, gezip görülebilecek ve hoş vakit geçirilebilecek bir yer olarak topluma hizmet etmek amacıyla kurulmuştur."

Atatürk Orman Çiftliği Müze ve Sergi Salonu'nun eski müze amiri Kk2 ise müzenin kuru-

luş amacına yönelik şu bilgileri aktarmıştır;

"1925 yılında kurulan ve o dönemin şartlarında oldukça önemli bir yere sahip olan Atatürk Orman Çiftliği'ndeki fabrikalarda kullanılmış olan ekipmanları sergilemek ve dönemin şartları doğrultusunda çiftliğin kurumsal hafızasını oluşturmak ve bir sonraki nesillere aktarmak amacıyla kurulmuştur."

Araştırma sonuçlarına ve yapılan görüşmeler neticesinde elde edilen verilere göre 2010 yılında onarımı yapılarak ziyarete açılan Atatürk Orman Çiftliği Müze ve Sergi Salonu'nun Cumhuriyetin ilk yıllarında Atatürk Orman Çiftliği'nde kullanılan araç ve gereçleri sergilemek ve bu müzenin manevi yapısı korunarak gelecek kuşaklara bırakılması istendiği sonucuna ulaşılmıştır. Çetin ve Küçükkömürlü (2017), Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi yetkilileri ile gerçekleştirdiği görüşmeler sonucunda, müzenin Anadolu kültüründe yer alan zeytin ve zeytinyağının tarihi gelişim sürecinin gelecek nesillere aktarılması, bölge ve bölge halkına katkıda bulunması amacıyla kurulduğunu belirtmişlerdir. Sonuç olarak bu iki çalışma arasında kuruluş amacı açısından benzerlik olduğu ortaya çıkmaktadır.

Atatürk Orman Çiftliği Müze ve Sergi Salonu ziyaretçilerine ilişkin bilgiler

"Müzeye gelen yıllık ziyaretçi sayısı nedir ve ziyaretçilerin demografik özellikleri nelerdir?" sorusuna yönelik Kk2 aşağıdaki bilgileri aktarmıştır;

"Müzenin ilk açıldığı yıllarda müzede idari amirlik görevindeydim ve o dönemlerde orta yaş ve üzeri kişilerin ziyaretleri daha yoğunluktaydı. Ayrıca o dönemlerdeki ziyaretçi sayısı şimdiye göre çok daha fazlaydı. Yıllık 20.000-30.000 ziyaretçiyi ağırlamaktaydık. O dönemlerde Ankapark içinde yer alan ve müze ile girişlerinin yakın olduğu hayvanat bahçesini ziyaret eden-

lerin müzeyi de ziyaret ettiklerini gözlemliyoruz. Ancak hayvanat bahçesinin kapanması, ulaşım sıkıntısı ve COVID-19 pandemi koşu-

larının etkisi nedenleriyle yıllık ziyaretçi sayısı 1500-2000 civarında seyretmektedir.”

Şekil 2

Döneme ait şarap fıçısı (a) ve fıçı yapım malzemeleri (b)



Kk1 ise ziyaretçilere ilişkin şu bilgileri aktarmıştır;

“Müzeyi ziyaret eden kişilerin genellikle yerli turist olduğu ve okul gezilerinde bulunan gençlerin olduğu söylenebilir. Okul gezileri kapsamında çiftlik içerisinde yer alan Atatürk Evi, Gazi Orman Çiftliği Parkı, Gazi Piknik Alanı gibi yerlerle birlikte öğrencilerin müzeye ilgisinin fazla olduğunu ifade edebilirim. Müzeyi ziyaret eden yabancı turist sayısı ise oldukça azdır. Ayrıca müzeyi orta sınıf ve orta yaş kişiler çok daha sık ziyaret etmektedir.

Katılımcılar ile yapılan görüşmeler sonucunda sorulan soruya yönelik verdikleri cevaplar doğrultusunda, müzeye ziyaret eden ziyaretçiler ile ilgili net ve düzenli bir istatistiki verinin olmadığı anlaşılmaktadır. Bununla birlikte pandemiden önce ve müzeye yakın konumda yer alan hayvanat bahçesinin faaliyetlerinin sona ermesinden önce müzeye ciddi oranda ziyaret-

çi girişi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Adatepe Zeytinyağı Müzesi’ni turizmde çekicilik unsuru olarak inceleyen Lokman vd. (2022), pandemi öncesi dönemde yıllık 40000-50000 arası ziyaretçi ağırladıklarını ancak pandemi döneminde iç ve dış turizmin olumsuz yönde etkilenmesi nedeniyle ziyaretçi sayılarında keskin düşüşler yaşandığını ifade etmişlerdir. Kuşadası Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi üzerine çalışma gerçekleştiren Şahin ve Aydın (2017) ise müzede ziyaretçilerin sosyo-demografik özelliklerine ilişkin kayıt tutulmadığını, ziyaretçilerin %80’inin yerli turist olduğu ve müzeyi daha önceki yıllara kıyasla 2017 yılında yaşanan krizin turizme yansması nedeniyle ziyaretçi sayılarında düşüş yaşandığı sonucuna ulaşılmıştır.

“Müze hangi dönemlerde daha çok ziyaretçi tarafından ziyaret edilmektedir?” sorusuna katılımcılar aşağıdaki cevabı vermiştir;

Kk3 “Genel olarak müzeye her dönem ziyaretçi gelmekle birlikte, müze yaz ve bahar dönemlerinde daha çok ziyaretçiyi ağırlamaktadır. Müze pazartesi ve salı günleri haricinde her gün 08.00-17.00 arasında ücretsiz olarak hizmet vermektedir”. İfadesini kullanırken Kk2 “Müzeye ulaşımın sağlandığı ara yolun ve hayvanat bahçesinin kapanmasından önce ziyaretçi sayıları çok daha fazlaydı. Tur şirketleri hayvanat bahçesi kapanmadan önce tur programlarında hayvanat bahçesine yer veriyordu ve hayvanat bahçesini ziyaret edenler müzeyi de ziyaret ediyordu. Ancak hayvanat bahçesinin kapanması müze ziyaretlerini de etkilemiştir.” İfadesini kullanmıştır.

Araştırmaya katılan katılımcıların araştırma sorusuna yönelik görüşleri doğrultusunda, yılın farklı dönemlerinde müzeye ziyaretlerin gerçekleştiği, ancak bahar ve yaz aylarında ziyaretçi sayısında artış yaşandığı görülmektedir. Turizmde çekicilik unsuru olarak Marmaris Bal Evi üzerinde çalışma gerçekleştiren Bekar vd. (2017), müzenin çeşitli ülke vatandaşlarına ev sahipliği yaptığını ve müzeyi yaz sezonunda genellikle genç turistlerin, sezon sonunda ise orta yaş turistlerin ziyaret ettiği sonucuna ulaşımlardır. Çetin ve Küçükkömürler (2018) ise Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi’ni örnek olay olarak seçtikleri çalışmada katılımcılar ile yapılan görüşmeler sonucunda, müzenin daha çok yaz aylarında ziyaret edildiği ve gelen ziyaretçilerin çoğunlukla Avrupa ülkesi vatandaşı olduğu ve 2017 yılında turizm açısından yaşanan sıkıntı nedeniyle ziyaretçi sayılarında düşüş yaşandığı sonucuna ulaşımlardır.

“Ziyaretçilerin müze ile ilgili memnuniyetleri hangi düzeydedir? Varsa beklentileri nelerdir?” sorusuna Kk1 şu yanıtı vermiştir;

“Müze ziyaretçileri genel anlamda müze ile ilgili olumlu görüş bildirmektedir. Özellikle müzenin atmosferine, müzenin geçmiş döneme ışık tutmasına, o dönemlerde kullanılan dondurma

ve şarap imalatında kullanılan ekipmanlara ve Atatürk’ün kullanmış olduğu faytonlara büyük ilgi göstermektedirler. Ancak ziyaretçiler genellikle materyal eksikliği yönünde görüş bildirmektedir. Ayrıca tanıtım eksikliği ve müzeye ulaşım konusunda sıkıntı yaşadıklarını bildirmektedirler.”

Katılımcılar ile yapılan görüşmeler sonucunda, ziyaretçilerin müzenin tanıtım ve ekipman eksikliğine rağmen genel olarak olumlu izlenimler ile müzeden ayrıldıkları sonucuna ulaşılmıştır. Adatepe Zeytinyağı Müzesi’nin destinasyon çekicilik unsuru olarak öneminin araştırıldığı çalışmada Lokman vd. (2022), müzeye gelen ziyaretçilerin müzeden memnun ve farkındalık bilinci ile ayrıldığını ifade etmişlerdir. Safranbolu Türk Kahve Müzesi’nin yerel gastronomik kimlik oluşum unsuru olarak değerlendirildiği çalışmada Baycar (2022), müzeyi ziyaret eden kişilerin çevrimiçi yorumlarını incelemiştir. Bunun sonucunda ziyaretçilerin kahve çeşitli ve lezzetleri, müze yetkilisinin bilgi aktarımı ve tarihi ve kültürel doyum ile ilgili memnuniyet düzeylerinin yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yeşilyurt ve Arıca (2018) ise Emine Göğüş Mutfak Müzesi ziyaretçilerinin deneyimlerini inceledikleri çalışmada, mutfak müzesi ziyaretçilerinin çoğunlukla yaşadıkları deneyimlerden memnun oldukları sonucuna ulaşımlardır.

Müzenin tanıtımı ve turizme yönelik gerçekleştirilen faaliyetler

“Müzenin turizm faaliyetlerinde kullanımını geliştirmek için neler yapılabilir?” sorusuna yönelik Kk1 şu yanıtı vermiştir;

“Atatürk Orman Çiftliği Müze ve Sergi Salonu tarihi değer bakımından oldukça büyük öneme sahiptir. Müzenin tanıtımı adına reklam faaliyetleri yürütülmelidir. Özellikle müzeyi ziyaret eden yabancı turist sayısının az olduğu düşünüldüğünde, bölgeye gelen yabancı turistlerin bu tarihi dokuyu görmesini sağlamak için ta-

nitim faaliyetleri gerekmektedir. Bu kapsamda da gerçekleştirilen çeşitli etkinliklerin sayısı artırılmalıdır. Müzede yer alan araç gereçler ile ilgili olarak ziyaretçilere daha fazla bilgi verilmelidir. Ayrıca müze sergi alanı, müze alanı ve bahçe alanı olmak üzere 3 bölümden oluşmaktadır. Bu doğrultuda müze alanı genişletilmelidir.”

Kk2 ise müzenin turizm faaliyetlerinde yer alabilmesi ile ilgili görüşlerini aşağıdaki gibi ifade etmiştir;

“Atatürk'ün bize miras olarak bıraktığı bu müze bizim için önemli olan kültürel değerlere çıkmamız açısından oldukça önemlidir. Dolayısıyla müzenin tanıtımı adına gerçekleştirilecek uygulamalar ile kültürel yapının sürdürülebilirliği sağlanmış olacaktır. Bu doğrultuda da müzenin turizm faaliyetlerinde ziyareti daha fazla artırmak için tur şirketleriyle iş birliği içinde hareket etmek gerekmektedir. Bu doğrultuda müzeyi tur programlarına dahil etmek mümkün olacaktır. Ayrıca Atatürk Orman Çiftliği'ne ait bir internet sayfası bulunmaktadır. İnternet sayfası ve diğer sosyal platformlar etkin bir şekilde kullanılıp, müzeyle ilgili güncel fotoğraflar yüklenabilir.”

Literatür ve araştırma bulguları incelendiğinde, gastronomi müzelerinin destinasyonlara katkısının daha fazla olabilmesi için ise müzelerde sergilenen öğelerin tanıtımının yapılmasının destinasyona fayda sağlayacağı belirlenmiştir. Ancak, gastronomi müzelerinin geniş kitlelere ulaşmasındaki en büyük eksikliğin tanıtım eksikliği olduğu görülmektedir. Nur'Aeni vd. (2019) turistik çekim aracı olarak müzeleri ele aldığı çalışmalarında, müzelerin tanıtım eksikliği gibi büyük bir engel ile karşılaştığını belirlemişlerdir. Katılımcıların araştırma sorusuna verdikleri cevaplar doğrultusunda, müzenin önemli ölçüde tanıtım eksikliğinin olduğu müzenin tanıtımı için en önemli kaynağın sosyal

medya platformları olduğu ve bu uygulamalar ile ulusal ve uluslararası alanda müzenin tanıtımının gerçekleşeceği sonucuna varılmıştır. Müze ve Facebook arasındaki ilişkiyi inceleyen Shaharir ve Zanuddin (2018), müzelerde sosyal medya kullanımının ziyaretçi sayısında belirleyici etken olduğunu ve sosyal medyada yer alan olumlu veya olumsuz geri bildirimlerin müzenin tanıtımına katkı sağladığını belirlemiştir. Ayrıca Bozacı ve Çevik (2021), Safranbolu Türk Kahve Müzesi'nin bölgeye sağladığı çekicilik unsurunu değerlendirdiği çalışmasında, müzenin tanıtımı için sosyal medya platformlarının etkin şekilde kullanılması gerektiğini belirtmiştir.

“Turizmde çekicilik unsuru olarak müzenin önemi nedir?” sorusuna katılımcılar aşağıdaki gibi cevaplar vermiştir;

Kk 1 *“Tarihsel açıdan çok önemli bir yeri olan Atatürk Orman Çiftliği, Cumhuriyetin ilk yıllarında Atatürk tarafından ülkenin kendi kendine yetebilmesi amacıyla kurulmuştur. Yaklaşık 100 yıl önce savaştan çıkan bir toplum için son derece önemli olan, savaşın sadece cephede kazanılmadığını, kendi kendine yetebilme amacıyla kurulan çiftlikte tarımsal üretim gerçekleşmiş ve çiftlik, sanayiye geçiş döneminde oldukça önem taşımıştır”. ifadesini kullanırken müzenin önemine ilişkin Kk2 ise “Cumhuriyet döneminin şartlarını görmemiz ve tarihi dokuyu hissedebilmemiz için bu müze de sergilenen eserler oldukça önemlidir. Cumhuriyetin ilk yıllarında kullanılan ekipmanların günümüzde sergilenmesi, o yıllara ait izlerin insanlara aktarılması ve toplumda milli bir bilinç uyandırması müzenin önemini vurgulamaktadır” ifadelerini kullanmıştır.*

Görüşmeler sonucunda Atatürk Orman Çiftliği Müze ve Sergi Salonu'nun bölgenin turizm potansiyeline olumlu katkılarının olabileceği ve turizm faaliyetlerini canlandırabileceği görül-

müştür. Şekil 3’te de görüldüğü üzere müze içerisinde sergilenen araç ve gereçlerin yüz yıllık değerler olduğu ve bu öğelerin dönemin yapısal durumunu yansıttığı için bölgenin çekicilik unsuruna katkı sağladığı sonucuna ulaşılmıştır. Aynı zamanda o dönemin koşullarını anlamamız açısından ve toplum üzerinde farkındalık oluşturması müzenin önemini ortaya koymaktadır. Çalışmaya paralel olarak, Bekar vd. (2017), turizmde çekicilik unsuru olarak Marmaris Bal

Evi’ni örnek aldığı çalışmasında, müzenin bulunduğu bölgenin turizm potansiyeline katkı sağladığı sonucuna ulaşmıştır. Buna ek olarak Toptaş (2020), kültür turizminin kadın girişimcilerin yaptıkları yeniliklere etkisini incelediği örnek olay çalışmasında Zavot Ekomüze’nin bölgeye ekonomik açıdan katkı sağladığını ve bölgenin turizm potansiyelini canlandırıldığını belirtmiştir.

Şekil 3

Dondurma sertleştirme makinesi (a) ve Pres sepeti (b)



“Müzenin çekicilik unsuru olarak eksik ve güçlü yönleri nelerdir?” sorusuna yönelik katılımcılar aşağıdaki gibi görüş bildirmişlerdir;

Kk 2 “Müze Atatürk’ün maneviyatına yakın bir hissiyat yaratması, o yıllara dair izler barındırması ve çifiliğin ruhunu yansıtması bakımından oldukça önem taşımaktadır. Ayrıca müzenin bahçe bölümü olması müzeye büyük avantaj sağlamaktadır. Çünkü müzeyi okul gezisiyle ziyarete gelen öğrenciler hem müzeyi ziyaret etmekte hem de bahçe bölümünde piknik gibi etkinlikler ile güzel vakit geçirmektedir”. Kk 1 “Müzedeki sergilenen materyallerin eksik olması ve materyallere ait bilgilerin eksik olması, hayvanat bahçesinin kapanmasıyla tur şirketlerinin

müzeyi tur programlarından çıkarması, ulaşım zorluğu gibi unsurlar müzenin eksik yönleri arasında yer almaktadır.”

Araştırma kapsamında görüşmelerden elde edilen sonuçlara göre Atatürk Orman Çiftliği Müze ve Sergi Salonu’nun ziyaretçilerine manevi açıdan Cumhuriyetin ilk yıllarıyla bir bağ kurma ve müze ziyareti öncesi ve sonrası çeşitli etkinlikler yapabilme fırsatı sunması müzenin güçlü yönleri arasındadır. Literatür taraması sonuçlarına göre Türkiye’deki diğer gastronomi müzelerinde görüldüğü gibi bu müzede de tanıtım faaliyetlerinin yetersiz olması müzenin en önemli eksiği olarak görülmektedir.

Sonuç

Gastronomi turizmi içerisinde yer alan gastronomi müzeleri insanların destinasyonlara ziyaretini tetikleyen unsurlar arasında yer almaktadır. Bu doğrultuda bu çalışmada Ankara'da gastronomi müzesi olarak yer alan Atatürk Orman Çiftliği Müze ve Sergi Salonu'nun destinasyon çekicilik unsuru olarak kullanılması ve bölgenin turizm potansiyeline katkısının tespit edilmesi amaçlanmıştır.

Literatür incelemesi sonucunda gastronomi müzelerinin kurulması Türkiye'nin gastronomi turizmi potansiyelini geliştirmesi açısından önemli olduğu belirlenmiştir. Bu doğrultuda bilimsel açıdan da oldukça ilgi gören gastronomi müzelerinin yerel, ulusal ve uluslararası bağlamda somut ve soyut kültürlerin korunması ve sürdürülebilirliğin sağlanmasının yanında önemli turizm gelir kaynağı sağladığı tespit edilmiştir.

Görüşmeler sonucunda gastronomi müzesi olarak değerlendirilen Atatürk Orman Çiftliği Müze ve Sergi Salonu'nun tanıtım eksikliği yaşadığı sonucuna ulaşılmıştır. Ancak gerekli yatırımlar ve tanıtım faaliyetleri yürütüldüğü zaman bölgenin turizm faaliyetlerine farklılık ve canlılık kazandırmasının yanı sıra ekonomik anlamda katkı sunacağı ve bölgenin imajını ve markalaşmasını olumlu etkileyeceği tespit edilmiştir. Özellikle bu müzenin Cumhuriyetin ilk yıllarını anlatan yapısı nedeniyle bölgede ziyaret edilmesi gereken yerlerden olduğu belirlenmiştir. Maneviyat açısından oldukça önemli olan müzenin gelecek nesillere korunarak, geliştirilerek ve kapanmadan aktarılabilmesi için gerekli yatırımların ve tanıtımların yapılması somut mirasa göre unutulması daha kolay olan soyut miras açısından önem arz etmektedir. Bu doğrultuda müze ziyaretçilerine müzenin ve çiftliğin maneviyyatının anlatılarak bu yapının

korunması ulaşılan önemli sonuçlar arasındadır. Elde edilen veriler ışığında bu çalışmanın sonucuna ilişkin öneriler aşağıdaki şekilde sıralanabilir;

- Destinasyonlara ait mutfak kültürlerinin tanıtımında önemli aracı konumunda olan gastronomi müzelerinin sayısı artırılmalıdır.
- Kurulan gastronomi müzelerinin tanıtım çalışmaları yapılarak gastronomi turizminin daha da canlandırılmasına destek verilmelidir.
- Gastronomi müzeleri ile ilgili bilimsel çalışmalar yapılmalı ve literatürde yeni bir konu olan gastronomi müzeleri daha detaylı incelenmelidir.
- Gastronomi müzelerini ziyaret edenlerin müze ile ilgili beklentileri belirlenmeli ve bu doğrultuda araştırma çalışmaları yapılmalıdır.
- Gastronomi müzelerinde sadece ürün sunumu yapılmamalı ve çeşitli etkinliklerle ziyaretçilere hoş ve unutulmayacak bir deneyim yaşatmalıdır.
- Atatürk Orman Çiftliği Müze ve Sergi Salonu'nda sergilenen ürünler ile ilgili doğru ve eksiksiz bilgilendirme yapılmalı ve araç gereçler çeşitlendirilmelidir.
- Atatürk Orman Çiftliği Müze ve Sergi Salonu'na ait bir web sayfası kurulmalı ve orada müzelerle ilgili ön bilgiler verilmelidir. Ayrıca müzeyi canlı olarak ziyaret edemeyen kişiler için bu web sayfasında sanal tur hizmeti sunulularak, tüm verilerin güncelliği sağlanmalıdır.
- Atatürk Orman Çiftliği Müze ve Sergi Salonu'na gelen ziyaretçi sayısını artırmak için sosyal medya araçları etkin kullanılmalı, tur operatörleri ile işbirliği yapılarak müzenin düzenlenen turlarda ziyareti sağlanmalıdır.
- İlgili kurum ve kuruluşlar ile işbirliği içinde hareket edilerek müzenin ziyaretçi sayısı artırılmalıdır.

Kaynakça

Ağcakaya, H., Can, İ. I. (2019). Somut olmayan kültürel miras kapsamında mutfak kültürünün sürdürülebilirliği: Türkiye'deki gastronomi müzeleri örneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 3(4), 788–804.

Algün, V. (2016). *Gastronomik bir öge olarak üzümün görsel sanatlardaki biçimleri: Sosyo-kültürel ve tarihsel bir inceleme*, (Tez no: 441047), [Yüksek lisans tezi, Gaziantep Üniversitesi], Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.

Atatürk Orman Çiftliği. (2023). Gezi yerlerimiz. <https://www.aoc.gov.tr/Portal/AnaSayfa> adresinden 25.08.2023 tarihinde alınmıştır.

Bağiran Özşeker, D. (2016). Gastronomi kavramı: tanımı ve gelişimi. H. Kurgun, D. Bağiran Özşeker (Ed.) *Gastronomi ve turizm içinde*, (s. 7). Detay Yayıncılık.

Baycar, A. (2022). Yerel gastronomik kimlik oluşum unsuru olarak gastronomi müzeleri: saf-ranbolu türk kahve müzesi örneği. *Aydın Gastronomy*, 6(2), 119–136.

Bekar, A., Arman, S., Sürücü, Ç. (2017). Turizmde çekicilik unsuru olarak gastronomi müzeleri: Marmaris Bal Evi örneği. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(42), 468–477.

Boudan, C. (2006). *Mutfak savaşları*. Ayrıntı Yayınları.

Bozagcı, E. C., Çevik, A. (2021). Destinasyon çekim gücü olarak gastronomi müzeleri: Saf-ranbolu Türk Kahve Müzesi örneği. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 320–330.

Ceyhun Sezgin, A., Şanlier, N. (2018). Sürdürülebilir turizm kapsamında gastronomi müzelerinin değerlendirilmesi. F. Yamaner, E. Eyuboğlu (Ed.) *İnsan, toplum ve spor bilimleri*

araştırma örnekleri içinde, (s. 215–233). Nobel Akademik Yayıncılık.

Ceyhun Sezgin, A., Akbıyık, T. (2021). Dünyadaki gastronomi müzelerinin tematik analizi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(1), 153–184.

Cömert, M., Özkaya, F. D. (2014). Gastronomi turizminde Türk mutfağının önemi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(2), 62–66.

Çakıcı, S., Sırtlı, A., Korkmaz, M. (2021). Gökçeada'ya ait gastronomik değerlerin sürdürülebilirliğinin sağlanmasına yönelik bir araştırma: Gastronomi müzesi önerisi. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 5(2), 302–335.

Çekal, N., Doğan, E., Aktürk, H. (2022). Türkiye'de gastronomi müzeleri ve özellikleri. *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(11), 1655–1673.

Çetin, M., Küçükkömürler, S. (2019). Destinasyon çekicilik unsuru olarak gastronomi müzeleri: Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi örneği. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 22(1), 1–17.

Demir, O. Ö. (2017). Nitel Araştırma Yöntemleri. K. Böke (Ed.) *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri içinde*, (s. 287–318). Alfa Yayınları.

Demirci, B. (2021). Türkiye'deki gastronomi müzelerinin web sitelerinin içerik analizi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 1184–1199.

Dengiz, O., Usul, M., Keçeci, M. (2006). Atatürk Orman Çiftliği arazilerinin tarımsal kullanım durumlarının değerlendirilmesi. *OMÜ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 21(1), 55–64.

Deveci, B., Türkmen, S., Avcıkurt, C. (2013). Kırsal turizm ile gastronomi turizmi ilişkisi: Bigadiç örneği. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 3(2), 29–34.

- Du Rand, G. E., Heath, E. (2006).** Towards a framework for food tourism as an element of destination marketing. *Current issues in tourism*, 9(3), 206–234.
- Enes, K. (2013).** *Ankara'nın kongre turizmi potansiyeli* (Tez no: 328897) [Yüksek lisans tezi, Gazi Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.
- Gün, C. (2021).** *Dünyada ve Türkiye'de şarap turizmi: Ankara şarap turizmi üzerine bir araştırma*. (Tez no: 710731) [Yüksek lisans tezi, Atılım Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.
- Hatipoğlu, A. (2010).** *İnançların gastronomi üzerine etkileri; Bodrum'daki beş yıldızlı otellerin mutfak yöneticilerinin görüşlerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma* (Tez no: 273179) [Yüksek lisans tezi, Sakarya Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.
- Hjalager, A.-M., Richards, G. (2002).** *Tourism and gastronomy* (Vol. 11). London: Routledge.
- International Council of Museums (2022).** *Museum definition*. <https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition> adresinden 30.08.2022 tarihinde alınmıştır.
- Kırbaç, K., Bucak, T. (2022).** Yerel gıda ürünlerinin sürdürülebilirliğinde gastronomi müzelerinin önemi: Kars Zavot Ekomüze örneği. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 581–603.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2022).** *Müze İstatistikleri*. <https://kvmgm.ktb.gov.tr/TR-43336/muze-istatistikleri.html> adresinden 09.09.2022 tarihinde alınmıştır.
- Lokman, U., Yarmacı, N., Güdül, H. (2022).** Turizmde çekicilik unsuru olarak gastronomi müzeleri: Adatepe Zeytinyağı Müzesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10(1), 380–399.
- Mankan, E. (2017).** Destinasyon pazarlamasında çekici bir faktör olarak Türkiye'deki gastronomi müzeleri örneği. *Turkish Studies*, 14(2), 641–654.
- Miral Çavdırılı, C., Adan Gök, Ö. (2020).** Müzeler ve kültürel mirasın sürdürülebilirliği: Köstem Zeytinyağı Müzesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(3), 2241–2262.
- Müzeler İç Hizmetler Yönetmeliği. (1990).** <https://teftis.ktb.gov.tr/TR-14442/muzeler-ic-hizmetler-yonetmeli.html> adresinden 30.08.2022 tarihinde alınmıştır .
- Nur'Aeni, N., Suwatno, S., Setyorini, H.P.D., Herlina, H. (2019).** Public relations strategy in improving museum image as public education vehicle and tourist attraction. A. Komariah, T. C. Kurniatun, D.A. Kurniady, R.Anggorowati (Ed.), *Proceedings of the 2nd International Conference on Research of Educational Administration and Management (ICREAM 2018)* içinde (s. 386–399). Atlantis Press.
- Özdemir, G., Dülger Altınar, D. (2019).** Gastronomi kavramları ve gastronomi turizmi üzerine bir inceleme. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(1), 1–14.
- Özören, F. (2007).** *Boş zaman pazarlaması ve müzecilikte bir uygulama*, [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi], İstanbul Marmara Üniversitesi.
- Rubin, H. J., Rubin, I. S. (1995).** *Qualitative Interviewing: The Art of Hearing Data*. Sage Publications.
- Sandıkçı, M., Mutlu, A. S., Mutlu, H. (2019).** Türkiye'deki gastronomi müzelerinin turistik sunum farklılıkları açısından araştırılması. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12(68), 1211–1231.
- Sarıışık, M., Özbay, G. (2015).** Gastronomi turizmi üzerine bir literatür incelemesi. *Anatolia:*

Turizm Araştırmaları Dergisi, 26(2), 264–278.

Savaşkan, Y. (2021). Türkiye’deki gastronomi müzelerine genel bakış. *Journal of Tourism Studies*, 3(2), 61–78.

Savaşkan, Y., Çavuş, Ş. (2021). *Gastronomi temalı müzelerin ziyaretçi deneyimlerinin incelenmesi: Adatepe Zeytinyağı Müzesi örneği.* 2nd International Congress of New Generations and New Trends in Tourism Proceeding Book içinde (s. 93–114). Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi.

Seyitoğlu, F., Ivanov, S. (2020). A conceptual study of the strategic role of gastronomy in tourism destinations. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 21, 100230 1–17. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2020.100230>

Shaharir, S. A., Zanuddin, H. (2018). Museum institutions in the digital age: The insights of Malaysian Museum’ use of facebook. pdf. *The Journal of Social Sciences Research*, 2, 357–366.

Sormaz, Ü., Güneş, E. (2016). Traditional culinary museums. *International Journal of Humanities and Social Science Invention*, 5(6), 27–31.

Soruç, K. (2021). *Mutfak kültürünün sürdürülebilirliğinde gastronomi müzelerinin rolü*, (Tez no: 636310) [Yüksek lisans tezi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.

Şahin, Ö., Aydın, A. (2017). A cultural, gastronomic, and touristic asset: The Kuşadası Oleatrium Olive and Olive Oil History Museum case. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(4), 180–199.

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Ankara İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2023). Müzeler. [https://ankara.ktb.gov.tr/TR-152965/muze-](https://ankara.ktb.gov.tr/TR-152965/muze-ler.html)

[ler.html](https://ankara.ktb.gov.tr/TR-152965/muze-ler.html) adresinden 27.08.2023 tarihinde alınmıştır.

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Ankara Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2023). Ankara’nın 2022 Kültür ve turizm verileri. <https://ankara.ktb.gov.tr/Eklen-ti/112316,2022-kultur-ve-turizm-verileripdf.pdf?0> adresinden 26.08.2023 tarihinde alınmıştır.

Toptaş, A. (2020). Kültür turizminin kadın girişimcilerin yaptıkları yeniliklere etkisi: Boğatepe Köyü’nün örnek vaka analizi ile incelenmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4 (4), 3378–3391.

Türkiye İstatistik Kurumu (2022). Kültürel Miras, 2021. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Kulturel-Miras-2021-45687> adresinden 09.09.2022 tarihinde alınmıştır.

Türnüklü, A. (2000). Eğitimbilim araştırmalarında etkin olarak kullanılabilir nitel bir araştırma tekniği: Görüşme. Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi, 24, 543–559.

Ülkenli, Z. K. (2017). İç içe iki genç Cumhuriyet ütopyası ve dönüşümleri: Ankara ve Atatürk Orman Çiftliği. *Ankara Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 27–72.

World Tourism Organization. (2017). Second global report on gastronomy tourism. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418701> adresinden 10.07.2022 tarihinde alınmıştır.

Wolcott, H. F. (1994). Transforming qualitative data: Description, analysis, and interpretation. Sage Publications.

Yeşilyurt, H., Arıca, R. (2018). Mutfak müzesi ziyaretçilerinin deneyimlerinin incelenmesi: Emine Göğüş Mutfak Müzesi örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 60–70.

Yılmaz, H., Şenel, P. (2014). Turistik bir çekicilik olarak gastronomi müzeleri. A. Kılıçlar (Ed.), *5. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı içinde* (s. 499–510). Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi.