

KÜLTÜREL MİRASIN YENİDEN İŞLEVLENDİRİLMESİ İLE DENEYİM MERKEZİ YARATMA: SÖĞÜT TARİHİ İPEK FABRİKASI ÖNERİSİ

Gizem Büke ÖZTÜRK*

Ayşe İpek AYTAÇ**

Özet

Tarih bilincimizin oluşmasında, geçmişten günümüze kadar geçen sürede ayakta kalabilen yapılar ve yerleşim yerleri büyük rol oynamaktadır. Bu yapı ve yerleşim alanları bizlere geçmiş uygarlıkların yaşam şekillerini, kültürel düzeylerini, sosyal ve ekonomik yapılarını anlamamızı ve yorumlamamızı sağlamaktadır. İnsanlığın ortak mirası kültürel varlıklar, toplumların sadece geçmişlerini algılamalarını değil; bugüne ve geleceğe daha doğru biçimde bakmalarını da sağlamaktadır. Özgün değerlerin yaşatılması adına, tarihi yapıların yeni işlevlerle gelecek kuşaklara aktarılmasıyla; hem ekonomik hem de kültürel açıdan süreklilik sağlanmaktadır. Bu bakış açısıyla ele aldığımız bu çalışmada, Bilecik'in Söğüt İlçesi sınırları içerisinde yer alan, bir dönem İpek Fabrikası ve Kozaklık olarak faaliyet gösteren ancak, zaman içerisinde çeşitli sebeplerden dolayı ipek üretimine son verilmesiyle günümüzde işlevini kaybederek atıl durumda kalan yapının yeniden işlevlendirilerek yaşayan müzeye dönüştürülmesi önerilmektedir. Araştırmada tarama yöntemi kullanılmıştır. İlgili yapının endüstri mirası olarak korunması için yeniden işlevlendirilerek gelecek nesillerle bağ kurabilmesi ve sürdürülebilirliğinin sağlanabilmesi amacıyla, yeniden işlevlendirilme önerisi -post modern pazarlama ve çağdaş müzecilik kavramlarının kesişim noktası olan- deneyim kavramı üzerinden yapılmaktadır. Çağdaş müzecilik anlayışının yaygınlaşmasıyla birlikte müzeler, koleksiyonların ya da tarihi eserlerin sergilendiği durağan mekânlar olmanın ötesinde; yaparak ve dokunarak öğrenme faaliyetlerinin gerçekleştiği dinamik ve etkileşimli eğitim mekânları haline dönüşmektedir. Faaliyette bulunduğu zamandaki mevcut üretim sisteminin tekrar oluşturulmasıyla; ipekçilik ve ipek üretim süreci hakkında ziyaretçilerin duyularına daha fazla hitap edilerek onların eşsiz ve akılda kalan deneyimler yaşamalarına olanak sağlayacak bir “müze-fabrika” yapısına dönüşümü kurgulanmıştır. Deneyimsel pazarlama uygulamaları çerçevesinde, bütüncül ve interdisipliner

*Öğr. Gör., Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Söğüt Meslek Yüksekokulu, İç Mekan Tasarımı Bölümü, buke.ozturk@bilecik.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7071-053X

**Arş. Gör., Yozgat Bozok Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, ipek.aytac@yobu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-8298-9059

yaklaşım ile izleyenlere duyuşsal, duygusal, bilişsel ve davranışsal boyutlarda müze deneyimi yaratarak değer yaratma ve kültürel mirası sürdürmeye katkı sağlamak hedeflenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Endüstri Mirası, Mimari Koruma, Yeniden İşlevlendirme, Müze ve Müze Deneyimi, Deneyimsel Pazarlama

CREATING AN EXPERIENCE CENTER BY RE-FUNCTIONING OF CULTURAL HERITAGE: HISTORICAL SILK FACTORY IN SÖĞÜT DISTRICT

Abstract

The structures and settlements that have survived from the past to the present play a significant role in forming our historical awareness. These buildings and settlements enable us to understand and interpret past civilizations' lifestyles, cultural levels, and social and economic structures. Cultural assets, the common heritage of humanity, are not just how societies perceive their past; it also enables them to look at the present and the future more accurately. By transferring historical structures to future generations with new functions to keep original values alive, continuity is provided economically and culturally. In this study, which we consider from this point of view, the structure, which was located within the boundaries of Bilecik's Söğüt District, which operated as a Silk Factory and Kozaklık for a while, but lost its function due to the end of silk production due to various reasons, and is suggested to re-functionalized and transformed into a living museum. The scanning method was used in the research. In order to re-function the relevant building as industrial heritage, to connect with future generations, and to ensure its sustainability, the proposal for re-functioning is made through "experience concept" which is the intersection point of modern marketing and contemporary museology. With the spread of contemporary museology, museums are beyond static places where collections or historical artifacts are exhibited; they are transformed into dynamic and interactive training areas where learning activities by doing and touching happens. With the re-establishment of the production system when it was active, the transformation into a "museum-factory" structure that will appeal to visitors' senses more about sericulture and the silk production process will have unique and memorable experiences. Within the framework of experiential marketing practices, with a holistic and interdisciplinary approach, it is aimed to contribute to creating value and maintaining cultural heritage by providing the audience with a museum experience in sensory, cognitive, and behavioral dimensions.

Keywords: Industrial Heritage, Architectural Conservation, Re-functioning, Museum and Museum Experience, Experiential Marketing

Giriş

Ülkemizde, 19. yüzyılda yapılan sanayi yapılarının teknolojik gelişmeler sonucunda güncelliğini yitirerek, terk edildiği ve toplum hayatından soyutlandığı örneklerle karşılaşmaktayız. Günümüzde pek çok sanayi yapısı kamuya ait veya özel mülkiyette olan eski un, elektrik, havagazı, tekstil fabrikaları, istasyon binaları yeni kullanımlarla değerlendirilmektedirler (Ahunbay, 2019, s. 19). Günümüzde endüstri mirası olan üretim yapıları da korunması gereken kültür varlıkları kapsamında ele alınmaktadır. Özellikle endüstri yapılarının korunması gerekliliği konusunda ilk farkındalık Britanya’da ortaya çıkmıştır. Endüstri mirası, belirli bir tarihsel özelliğe ve öneme sahip eski endüstri yapılarının, alanlarının ve yapı ve alanla ilişkili her çeşit varlığı bulma, inceleme ve belgeleme çalışmalarını ifade etmek için kullanılmaktadır. Bu hususta yürütülen endüstri yapılarını araştırma, belgeleme ve kayıt altına alma çalışmaları sonucunda ortaya çıkarılan yapılar endüstri anıtları olarak nitelendirilmektedir (Saner, 2012, s. 53).

Endüstri mirasının önemli bileşenleri arasında, Bilecik iline bağlı Söğüt ilçesi de bir dönemin önemli ipek üretiminin ve ihracatının yapıldığı bölgeler arasında yer almakta ve Bursa’ya yakınlığı açısından da avantajlı konumdadır. Bursa’da ilk ipek fabrikasının 1838 yılında açıldığını belirten Dalsar (1960, s. 410-411), Türkiye’de, Avrupa tarzında ilk buharlı mancınıkların 1838 yılında kullanıldığından da bahsetmektedir. İpekçiliğin, İzmit, Bilecik, Küplü, Lefke, Söğüt ve Aydın çevresinde yaygınlaşması da bu tarihe rastlamaktadır. Demiryürek (2018, s. 99-100) ise, 1906 yılında, Bilecik ve civarında 40 ipek işletmesi bulunduğunu, bunlardan 4 tanesinin de Söğüt’te yer aldığını belirtmektedir. Söğüt ilçesi için bir dönemin önemli endüstri kolu olan ipekçilik, zaman içerisinde ipek fabrikalarında yetersiz çalışma koşulları, I. Dünya Savaşı’nın etkileri, Milli Mücadele döneminde bölgenin işgale maruz kalması, teknolojinin ilerlemesi gibi sebeplerden eskiye nazaran önemini kaybetmiştir. Ancak özgün karakteristik özelliklerinin korunarak 20. yüzyıl başlarında inşa edilen ve bu çalışmanın konusu olan Söğüt İpek Fabrikası ve Kozaklık yapı grubu, ilçede yer alan ipek işletmeleri arasında günümüze kadar gelen tek yapı olma özelliğini taşımaktadır. Dolayısıyla korunması gereken endüstriyel miras statüsünde değerlendirilmesi, yaşatılması ve gelecek kuşaklara aktarılarak, söz konusu kültürün tanıtılması önem arz etmektedir. Bu nedenle çalışmada ipek fabrikası ve kozaklığın geleneksel üretim tekniklerini gösteren makinaların ve endüstriyel miras olarak mimari ürünün belgelenmesi, korunması ve kent hayatına yeniden kazandırılmasını sağlayacak önerilerin geliştirilmesi amaçlanmıştır. Çalışma kapsamında ipek fabrikası ve kozaklık yapıları çevresiyle birlikte

bütüncül koruma yaklaşımları benimsenerek yeni işlev önerisi olarak deneyim merkezi yaratımı; yaşayan müze önerisi olarak işlevlendirilmesi uygun görülmüştür. Söz konusu yeni işlev önerisi yapı ve çevresini, yapıların fiziksel durumunu, kent içindeki yeri ve önemi, yerleşimin ihtiyaçları dikkate alınarak belirlenmiştir. Endüstriyel miras olan yapının gelecek nesillerle bağ kurması ve hayatına farklı bir kullanım ile devam etmesi amacıyla, yeniden işlevlendirilme önerisi post modern pazarlama ve çağdaş müzecilik kavramlarının kesişim noktası olan “deneyim” üzerinden geliştirilmiştir. 20. yüzyılın yarısından itibaren geleneksel müzecilik anlayışı yerini etkileşimli müze anlayışına bırakmış, koleksiyon oluşturmak ve sergilemenin ötesine geçilmiştir (Karadeniz, 2013, s. 225). Çağdaş müzecilik anlayışıyla birlikte, müzeler koleksiyonların ya da tarihi eserlerin sergilendiği durağan mekanlar olmanın ötesinde, yaparak ve dokunarak öğrenme faaliyetlerinin gerçekleştiği dinamik ve etkileşimli eğitim mekanları haline dönüşmüştür.

Bir dinamik yapının modern müzecilikle ilişkilendirilen en temel kavramı yaşayan müze olmasıdır ve yaşayan müze kavramı da, genellikle, halk mirası ya da yöresel kültür mirası ile ilişkilendirilmektedir. Ayrıca, toplumsal tarih ve geleneksel yaşam biçimlerinin temsil edilmesi amaçlanmaktadır (Akmehmet, 2017, s. 3). Gerçekleşen klasik müzecilik anlayışından çağdaş müzecilik anlayışına dönüşüm de pazarlama uygulamalarıyla sağlanmaktadır (Sezgin vd., 2011, s. 202-203). Kısaca, çağdaş müzecilik ile bilimsel, sanatsal ve kültürel mirasın korunması, anlaşılması ve diğer nesillere aktarılması anlamında her türlü öğrenmeye hizmet edilebilmektedir.

Müze ve Yaşayan Müze

Müzeler, toplumların değerlerini geçmişten geleceğe taşıyan, toplumları eğiterek bilgilendiren, kimlik bilincinin oluşmasını sağlayan ve birer cazibe merkezi haline gelen ve kültürel katma değer üreten merkezler olmaktadır (Kurulgan ve Bayram, 2018, s. 376). ICOM 2019’da (Uluslararası Müze Konseyi) eski tanımları genişleterek daha spesifik sosyal etkileri ve sonuçları içeren kapsamlı yeni bir tanım ortaya koymuştur (Fraser, 2019, s. 501). Bu tanıma göre, müzeler geçmiş ve gelecekle ilgili eleştirel diyalog kurmayı sağlayan, kapsayıcı, demokratikleştirici ve çok sesli alanlardır. Güncel çatışmalar ve zorluklar anlaşılıp tanımlanarak, korumakla sorumlu olunan kültüre ait eserleri ve örnekleri gelecek nesiller için güvence altına almaktadır ve tüm insanların bu kültürel mirasa eşit erişimi için eşit haklar sunmaktadır. Kar amacı gütmemektedir. Katılımcı ve şeffaftır. Tüm dünyayı kapsayacak şekilde sosyal adalete ve insan onuruna, eşitliğe, refaha katkı sağlamak için toplamakta, korumakta, araştırmakta, yorumlamakta, sergilemekte ve dünyadaki anlayışı bu yönde geliştirmek için çeşitli topluluklarla ortaklaşa ve aktif olarak çalışmaktadır (MMKD, 2021).

Günümüz müzeleri bilim, kültür ve sanat örneklerini sergileme ve toplumu aydınlatma amacıyla araştırmalar yapan, bilimsel ve halka açık olan öğrenme merkezleridir. 19. yüzyılın sonuna kadar araştırma, eser toplama, koleksiyon oluşturma, eserlerin korunması ve sergilenmesi faaliyetlerini gerçekleştiren müzeler, 20. yüzyıl ile beraber eğitim etkinlikleri geliştirmeye başlamıştır. Bireylerin bilgi birikimini artırma, sosyal barış ve toplumsal dayanışmayı ve hoşgörüyü sağlama gibi görevler edinmiş, eğitim işlevini yerine getirmek için farklı yaş gruplarından konuklarına, yaparak ve yaşayarak öğrenme deneyim sunumu yapan merkezler olmuşlardır (Karadeniz, 2010, s. 169-170). Müzelerin nesne odaklı yaklaşımının insan ve toplum odaklı yaklaşıma evrilmesiyle, müzelerin toplumsal boyutu ve toplumlara ait olan somut ve somut olmayan kültürel miraslarıyla ilgili konular önem kazanmıştır. Bu anlayış, müzelerin, eserleri nesne odaklı olarak sergilemesinin yanı sıra atölye gibi işlemlerini, etkinliklerle var olmasını, eğlenceli ve eğitsel deneyimler sunmasını gerektirmektedir. Yaşayan müze kavramı bu anlayışla birlikte en önemli müzecilik kavramlarından bir olmaktadır (Akmehmet, 2017, s. 2). Yaşayan müzeler, geleneksel bilginin paylaşarak, kültürel hafızanın tazelenmesi ve öncelikle, bir toplumun çocuklarının, paylaşılan kültürel geçmişlerini anlamaları, kökenlerini bilerek, şimdiki zamanı anlayabilecekleri anlayışıyla geleneksel bir okul olduklarını ifade etmiştir. Yaşayan müzeler, mekânsal unsurların özgünlüğünün korunduğu, geleneksel mimari ve kültürel kimlik ve mirasın yansıtıldığı, toplumun katılımı ve konuklarla etkileşimin gerçekleştiği müzeler olmaktadır (Pan vd., 2012, s. 99-102). Zaman içerisinde klasik sergileme yöntemlerinden sıyrılarak, güncellenmesiyle, toplumların kalkınma ve girişimcilik düzeylerinde de önemli bir artış yaşanmasını sağlamıştır. Bu sayede günümüz müzecilik anlayışı olan “modern müzecilik” anlayışıyla teknolojinin sunduğu olanaklar ile interaktif ortamlarda izleyicinin de aktif olarak içinde yer aldığı, uzaktan erişim ile birçok müzeye kolaylıkla erişim sağlanabildiği bir anlayış olarak benimsenmiştir (Buyurgan ve Öztürk, 2021, s. 274).

Akmehmet’in (2017, s. 12-13) “Yaşayan Müze Kavramı Üzerine Bir İnceleme” isimli çalışmasında yaşayan müze kavramına ilişkin, müze türleriyle ilgili ve müze iletişim yöntemleriyle ilgili olarak iki temel yaklaşım olduğu ifade edilmektedir. Hizmet ettikleri alan ve sergiledikleri koleksiyon biçimlerine göre yeni bir müze türü olan yaşayan müzeler, arkeolojik açık hava müzesi, eko müze ve botanik bahçesi ile ilişkilendirilmiştir. Müze iletişim yöntemleri yaklaşımına göre ise, yaşayan müzeler, nesne odaklı ya da durağan müze yerine etkileşim, katılım, yorum ve kapsayıcılık gibi kavramlarla ilişkili olarak konuklarının aktif katılımını sağlayan müzeler için kullanılmıştır. Yaşayan müzelerin en belirgin özelliklerinden biri, konukların kültürel miras ile çeşitli etkinliklerle etkileşime girmesini sağlayarak, müze ve konuk arasında

iletişimin ve etkileşimin kurulmasıdır. Müze alanındaki hareketlilik, canlılık ve konuklarla geliştirilen karşılıklı iletişim ile müze, yaşayan bir müze haline gelmektedir.

Müze Deneyimi

Müze ziyareti deneyim olarak düşünüldüğünde, sergiler bu deneyim için alt yapı oluşturmaktadır. Müze deneyimi, konuk ile müze arasında gerçekleşen bir alışverişi, bir değiş tokuşu ifade etmektedir (Roppola, 2012, s. 38). Müze deneyimi için somut ya da değişmez demek mümkün olmamaktadır. Her bir konuğun müze ile etkileşimi; anında eşsiz, anlık ve yapılandırılmış ilişkiden doğmaktadır (Falk, 2016, s. 158). Müze deneyimi, konukların duygu ve davranışlarını şekillendiren, gerçekleşen uygulamalara ilişkin öznel algılarını içeren karmaşık faktörlerin birleşimi olmaktadır (Chan, 2009, s. 175). Roppola (2012, s. 38-39)'da, "Müze Ziyaretçisi Deneyimi İçin Tasarım" adlı eserinde, deneyimin sunulduğu gibi ya da dolaylı olarak alınmadığını ifade etmiştir. Müze bağlamında yaşatılan deneyim kavramının yerini dört temel ifade ile açıklamıştır.

1. Deneyim, müze ziyaretinin çok boyutluluğunu ifade etmektedir,
2. Müze deneyimini ön plana çıkarmak için, öğrenme yöntemleri kullanılabilir,
3. Deneyim, müze ve konuk arasında kurulan ilişki ile ortaklaşa üretilmektedir,
4. Son zamanlarda deneyim maksimizasyonuna odaklanılmıştır.

Çağdaş deneyim ve bilgi merkezi olan müzelerde, deneyimi etkileyen bağlamsal öğrenme modeli ile açıklanan üç bağlamdan söz etmek mümkün olmaktadır. Bunlardan ilki kişisel bağlamdır. Kişisel bağlamda, konuğun önceden sahip olduğu bilgi, deneyimi ve ilgisi, eğitimi, yaşam süresi, müzede bulunmasına neden olan müze alanı, sosyal olaylar ve eğlence yer almaktadır. Her bir konuğun özel olduğunun kabulü ile hazırlanan, içine girdiği aktif katılım sağladığı etkinliği deneyimleme sürecini kapsamaktadır. Bir diğeri fiziksel bağlam ise, müzedeki sergi, programlar, nesnelere ve nesne etiketleri, ışık, ısı, bilgilendirme panoları, binanın estetik özellikler gibi somut unsurları kapsamaktadır. Sosyo- kültürel bağlam ise, konuğun kültürel değer ve deneyimleri, müze ziyareti sırasında diğer insanlarla, müze personeliyle etkileşimini kapsamaktadır. Fiziksel hareket, görme ve duymayı birleştiren yoğun duyuşsal uyarıcılarla konukların doğrudan katıldıkları etkinliklerle müze deneyimi gerçekleşmektedir (Falk, 2016, s. 159; Karadeniz, 2015, s. 63). Konuklar, seyirci olmak yerine kendilerini içine çeken ortamlarda farklı uyaranların varlığıyla eşsiz ve unutulmaz bir deneyim yaşamış olmaktadır (Kotler ve Kotler, 2000, s. 276).

Deneyimsel Pazarlama ve Müze İlişkisi

Müzeler kâr amacı gütmeyen kuruluşlardır, kâr amacı gütmeyen kuruluşlarda pazarlama faaliyetleri sosyal fayda sağlayabilecek bir malın, hizmetin, düşüncenin veya uygulamanın benimsenmesini sağlamak amacıyla, programların geliştirilmesi, uygulanması ve kontrol edilmesi sürecini ifade etmektedir (Cengiz, 2006, s. 407). Post modern pazarlamanın temel rekabetçi gücü, müşterilerin üretim sürecine dâhil edilmesiyle olmaktadır (Kirezli, 2011, s. 177). Post modern pazarlama anlayışıyla birlikte gelişen deneyimsel pazarlama kavramını da, odağında müşteri olan ve tüketim süreci boyunca müşterilerin duyu ve duygularına yönelik faaliyetler gerçekleştirerek tüketimin anlamlandırılması faaliyetleri olarak tanımlanmaktadır (Nagasawa, 2008, s. 314). Deneyimlerin tüketimi, müşteri ile bir ürün, bir olay, bir fikir ya da bir kişi arasındaki etkileşimle gerçekleşmektedir (Addis, 2005, s. 730).

Deneyimsel pazarlama uygulamalarında, konuklar, fiziksel, duyusal ve bilişsel becerilerini aktif olarak kullandıkları, kültürel ve sosyal öğrenmeleri içeren, ilgi çekici, unutulmaz ve karşılıklı etkileşim sürecine aktif olarak katılarak karşılığında bedel ödemektedir. (Pine ve Gilmore, 2012, s. 31; Nagasawa, 2008, s. 314). Deneyimsel pazarlama, deneyimlerin pazarlamasına yardımcı olmaktadır. Deneyimsel olarak pazarlamanın nasıl yapılması gerektiğine ve nasıl deneyimler yaratılabileceğine yanıt vermektedir. Müşterilere deneyim yaşatma amacıyla, deneyim sahnelemek, sunmak ve etkileşim içinde bulunulacak fiziksel ortamlar tasarlanarak gerçekleştirilen taktiksel ve operasyonel pazarlama uygulamalarını içermektedir (Same ve Larimo, 2012, s. 485; Yuan ve Wu, 2008, s. 388). Deneyimsel pazarlama, müşteri deneyimine odaklanmaktadır, tüketimi bütünsel bir deneyim olarak görmektedir, müşterileri rasyonel ve duygusal olarak nitelendirmektedir ve eklettik metodoloji kullanmaktadır (Schmitt, 1999a, s. 58).

Deneyim sunucularının farklı türde deneyim yaratmak için kullandıkları farklı yapı ve süreçlere sahip olan beş stratejik deneyim modülü geliştirilmiştir. Duyusal deneyimler (sense); görme, dokunma, duyma, tat ve koku duyularını etkileyerek deneyim yaratılmaktadır. Duyusal deneyimler (feel); duygulara ve ruhsal durumlara etki eden uyaranlarla, olumlu duygular uyandırmak için deneyimler yaratılmaktadır. Yaratıcı ve bilişsel deneyimler (think); zihinlere yönelerek yaratıcılığı harekete geçirmek için deneyimler yaratılmaktadır. Davranışsal, fiziksel ve yaşam tarzlarını etkileyen deneyimler (act); motive etmek, harekete geçirmek ve davranış değişikliği yaratmak, hayatı zenginleştirmek, alternatif yaşam tarzlarını göstermek ve konuklar arasında ilişki kurmak amacıyla deneyimler yaratılmaktadır. Referans grubuyla, kültür ve sosyal kimlikle ilişkili deneyimler (relate); duyusal, duygusal, düşünsel ve davranışsal deneyimi bütüncül olarak tasarlayarak, ulaşılmak istenen ideal benliğe hitap ederek, konukların kendini gerçekleştirme, ait olma ve toplumla olan ilişkilerini odağa alarak arzu edilen yaşam tarzına yönelik deneyimler yaratılmaktadır (Schmitt, 1999b, s. 13-14; Nagasawa, 2008, s. 315-316).

Klasik müzecilik anlayışıyla koleksiyonlar ya da sergilenen eserlere odaklanmadan, konukların müzede buldukları süre boyunca yaşayacakları deneyimi odağına alan çağdaş müzecilik anlayışına dönüşüm pratikleri pazarlama uygulamalarıyla gerçekleştirilmektedir.

20. yüzyılda, müzecilik alanında bu anlamda radikal değişimler görülmeye başlanmıştır. Kendilerini bu açıdan yeniden değerlendirme çalışmasına giren müzeler, bildik uygulamalarını ve klasik felsefelerini yeniden inceleyerek amaçlarını ve performanslarını, toplumsal-kültürel değişimler ışığında tekrar tasarlamışlardır. Meydana gelen bu değişimi postmodern sürecin bir sonucu olarak kabul edenler, alanyazında bu yeni müzelere “postmodern müze” adını vermişlerdir (Hooper-Grinhill, 2007, s.47; Russo ve Watkins, 2005, s. 176; Keene, 2005, s. 37). Modern müzeler sergilenen nesneyi eşsiz kabul eder ve onlara dokunulmasını yasaklar; oysa postmodern müzelerde eser dokunulmazlığı kuralı ortadan kalkmakta; öğrenme sürecinin dokunarak deneyimleyerek gerçekleştirilmesi önemli olmaktadır (O’neill ve Dufresne- Tassé, 1997, s. 135-136; Grunenberg, 2012, s. 90; Artan, 2014, s. 28).

Postmodern müzeler geleneksel sergilemelerin dışında kalan, iletişim, etkileşim, kültürel çeşitlilik, katılım, demokratikleşme, erişilebilirlik gibi kavramlarla ifade edilebilen, konukların aktif katılımını odağına alan, geleneksellik yerine simülasyonları içeren müzeler olmaktadır (Stanbridge, 2005, s. 162; Barrett, 2011, s. 109). Foucault ve Miskowiec (1986, s. 24) ise, farklı kültürleri bir araya getiren ve sunan gerçek mekânlar olması yönüyle, post modern müzeleri modern dönem anlayışının aksine, heterotopya (özgürlük mekânları) olduklarını ileri sürmektedir.

Endüstri Mirasının Müze Olarak Yeniden İşlevlendirilmesine Yönelik Örnekler

Endüstri mirasını koruma yöntemleri arasında yer alan uygulamalardan biri de, müze işlevi verilerek tarihi yapıların korunması yöntemidir. Avrupa’da çeşitli endüstri yapıları; üretim tesisleri, demiryolu mirasını oluşturan yapılar, madenler, imalathaneler ve endüstriyel peyzajların yeniden kullanımına yönelik örnekler yoğunluk kazanmaktadır. Almanya’nın Lippe Bölgesi’nde yer alan Lage Tuğla Fabrikası’da bu endüstri yapılarının müze olarak işlevlendirilmesine örnek olarak verilebilir. Fabrika yapısı 1909-1979 yılları arasında tuğla üretim tesisi olarak yetmiş yıl kullanılmış ve zaman içerisinde kullanım dışı kalmıştır. Fabrika, olabildiğince korunarak tuğla yapımında kullanılan üretim araçları ile birlikte müze olarak hayata yeniden kazandırılmıştır. Müze içerisinde tuğla yapımıyla ilgili iç mekânda sergilenen alet ve ekipmanlar yer almaktadır. Ayrıca Resim 1’de de görüldüğü gibi müzede belirli günlerde tuğla üretimini gerçekleştiren makinalar çalıştırılarak, geleneksel yöntemlerle tuğla üretimi yapılmaktadır.



Resim 1: Lage Tuğla Eserleri Endüstriyel Müzesi görselleri

Farklı bir anlayış sergileyen bir başka yaşayan müze örneği ise, İngiltere'deki Big Pit Ulusal Kömür Müzesi'dir. Müzede, kömür madenciliğinin hikayesi ziyaretçilere maden ocağında çalışanlar tarafından anlatılarak, tanıtım ve gezi turları düzenlenmektedir (Resim 2). Aynı zamanda müze personeli içerisinde kömür madencileri de istihdam edilerek, ziyaretçilere çevirmenlik ve kılavuzluk yapmaktadırlar. Big Pit Ulusal Kömür Müzesi, kömür madenciliğini ve zaman içerisindeki gelişimini, madenin çıkarılma ve işlenme aşamalarını, ağır çalışma koşullarını deneyimsel olarak ziyaretçilerine aktarmaktadır (National Museum Wales). Avrupa'da diğer bir örnek ise, Almanya'nın Saarland Eyaletinin Völkingen şehrinde yer alan Völkingen Demir İşletmesi' dir. Fabrika günümüzde 1986 yılında faaliyetine son vermesiyle dünyadaki özgün değerlerinin tümüyle korunduğu tek demirhane olarak müze ve sanatsal etkinliklerin planlandığı kültür merkezi olarak kullanılmaktadır. Ayrıca çok sayıda uluslararası sergiler, festivaller ve konserlere ev sahipliği yapmaktadır (Voelklinger-Huette, 2021).



Resim 2: Big Pit Ulusal Kömür Müzesi görselleri.

Türkiye ölçeğinde ise, endüstri mirasının işlevlendirilerek yeniden kullanılması örneklerine özellikle Eskişehir, Bursa, Ankara, Çanakkale, İzmir, İstanbul gibi kentlerde rastlamak mümkündür. Örneğin, Resim 3'te de görüldüğü gibi, Çanakkale'nin Adatepe köyünde yer alan tarihi zeytinyağı ve sabun üretim tesisi, restore edilerek Zeytinyağı Fabrika- Müzesi olarak 2001 yılında kullanıma açılmıştır. Müzede hem geleneksel yöntemler arasında yer alan kuru baskı tarzında zeytinyağı üretimi yapılmakta, hem de civar köylerden toplanmış zeytin, zeytinyağı ve sabun üretimine ilişkin eski zeytinyağı presleri, zeytin toplama aletleri, taşıma ve saklama kapları,

çeşitli folklorik araç-gereç ve aksesuarlar sergilenmektedir. Ayrıca yine müzede sabun yapım teknik ve yöntemleri de açıklamalı olarak ziyaretçilere anlatılarak, eğitim ve uygulama seminerleri düzenlenmektedir (Bilgin, 2018, s. 44; Adatepe, 2015).



Resim 3: Adatepe Zeytinyağı Fabrika – Müzesi görselleri.

Türkiye'nin ilk ipek müzesi olarak nitelendirilen Bursa'da yer alan, günümüze ulaşmayı başaran eski ipek fabrika yapılarının yerleşkesinde konumlanan Umurbey İpek Üretim ve Tasarım Merkezi hem müze hem de üretim merkezi olarak tasarlanan başarılı örnekler arasında yer almaktadır. Müze içerisinde; ipek ve ipekli ürünlerin sergilendiği teşhir alanı, ipek halı ve ipek ile ipekli kumaşların dokunduğu dokuma atölyeleri, çözgü ve büküm atölyesi, kütüphane ile ipeğe hayat veren desenlerin çalışıldığı tasarım atölyeleri, dokuma ve halı tezgâhları yer almakta ve tezgâhlar sürekli çalıştırılarak ziyaretçilerin kullanımına sunulmaktadır (Resim 4). Ayrıca uzman eğitimciler de müze içerisinde ziyaretçileri bilgilendirmelerde bulunarak, farklı dönemlere ait dokuma tekniklerini uygulamalı olarak anlatmaktadırlar. Müze içerisinde ziyaretçilere ipekböcekçiliğinin tüm süreçleri aktararak, kozanın kumaşa dönüşüm aşamalarını hem uygulamalı hem de iç mekânda sergilenen fotoğraflarla görsel olarak da desteklenerek anlatılmaktadır. Ayrıca haftanın belirli günlerinde geleneksel yöntemlerle ipek elde edilen, ipek çekim etkinliği de düzenlenmektedir (Dergibursa, 2021).



Resim 4: İpek Üretim ve Tasarım Merkezi görselleri.

Müzeler, eğitim için artan öneme sahip kurumlar olmakta hızla ilerlemektedir. İnsanların boş zamanlarını değerlendirmek, zorunluluk hissetmeden, deneyim sürecine dâhil olmaları toplumun

eğitim altyapısı için önem taşımaktadır (Falk, 1999, s. 273). Bir bölgede bulunan ve bölgeye ait kültürel mirasın korunmasını ve gelecek nesillere aktarılmasında önemli rol üstlenen müzeler, kültür turizminin de önemli destekçisi olarak bölgede turizm hareketliliği yaratmaktadır (Gülsoy ve Olcay, 2021, s. 932).

Söğüt Tarihi İpek Fabrikası'nın Konumu ve Tarihçesi

Çalışma alanı olarak seçilen yer, Marmara Bölgesi'nin doğusunda, Bilecik iline bağlı Söğüt ilçesinde bulunmaktadır. Şekil 1'de Bilecik, Eskişehir, Bursa, İstanbul ve Ankara' ya yakın mesafede olup, harita üzerinde konumu yer almaktadır.



Şekil 1: Bilecik ve Söğüt İlçesi'nin lokasyonu, (Başkaya, 2014, s. 259).

İlçe tarım ve sanayi ekonomisine dayalı gelişim göstererek, dönemin önemli ipek üretim tesislerinin yer aldığı lokasyonda bulunmaktadır. Ancak Milli Mücadele yıllarında işgal altında kalması büyük kayıplar vermesine neden olmuş, bu durum ipekçiliği de yakından etkilemiştir. İpek böcekçiliği geçmişte bu bölgede yaygın olarak yapılmakta iken, sektörün içinde bulunduğu ekonomik durum, ipek böcekçiliğini günümüzde yok olmaya yakınlaştırmıştır. İpek böceği yetiştirmek ve ipek kozasından iplik çekmek geçmişte yaygın olarak yapılmasına rağmen, günümüzde çok nadir yapılmaktadır (T. C. Söğüt Belediyesi, 2017).

Söğüt Tarihi İpek Fabrikası'nın Mimari Özellikleri

Bilecik İli, Söğüt merkezinde yer alan tarihi yapı, İpek fabrikası ve kozaklık binasından oluşmaktadır. Günümüzde ipekçiliğin terk edilmesiyle özgün işlevini yitirerek, yok olma tehdidi ile karşı karşıya kalan tarihi yapı “İpek Fabrikası ve Kozaklık” olarak, 217 envanter numarası ile 25. Ada, 10. Parsel numarası ile 21.05.2004-10535 tescillenerek günümüzde koruması gereken kültür varlığı kapsamına alınmıştır (Eskişehir Kültür Varlıklarını Koruma Bölge Kurulu). Kuzeye meyilli geniş bir arazi içinde bulunan yapılardan kuzeyde bulunan kozaklık binası tuğla malzemedен yığma teknikte inşa edilmiştir. Dikdörtgen plan şemasına sahip yapının batı bölümünde girişi yer almaktadır. Çatı katıyla birlikte üç katlı olarak inşa edilmiştir. Üst örtü sistemi Marsilya kiremidi ile kaplanan beşik çatıda üçgen formunda çatı pencereleri yer almaktadır. Yapı genelinde bulunan pencerelerde ahşap kepenkler yer almaktadır (Resim 5).



Resim 5: Kozaklık Binasının dış cephe görselleri.

Güney kısımda ise, yine tuğla malzemedен yığma teknikle inşa edilmiş olan fabrika binası yer almaktadır. Fabrika binasının planı L şeklinde kurgulanmıştır. Arazinin batı tarafında yer alan kot farkı değerlendirilerek ana binanın doğu cephesi, batı cephesine oranla daha yüksek seviyede kalmak üzere iki kademeli bir dış görünüşü vardır. Yapının batı bölümü tek, doğu bölümü ise iki katlı olarak algılanmaktadır. Batı cephesinde yer alan geniş ve yüksek pencere açıklıkları dikkat çekmektedir. Fabrika yapısının yer aldığı arazinin batısında ise, Resim 6’da görüldüğü gibi ipek fabrikasının tek katlı kazan dairesi ve bacası yer almaktadır. Yapı grubunu desteklemesi amacıyla kuzeyde istinat duvarı bulunmaktadır.



Resim 6: Söğüt İpek Fabrika Binası cephe görselleri.

Yapının 20. yüzyılda inşa edildiği düşünülse de ülkemiz ve Söğüt açısından bir dönemin önemli endüstri kolu olan ipekçiliği yansıtması, kent kimliğine katkıda bulunması açısından önemlidir. Resim 5 ve 6'da görüldüğü gibi zaman içerisinde işlevini yitiren, Söğüt İpek Fabrikası ve Kozaklık binası uzun süre kullanılmaması, dolayısıyla gerekli bakım ve onarım çalışmalarının da yapılmaması, yapıda yıpranmalara neden olmuştur. Ancak yapılan çalışmalarda ve kurum arşivlerinde gerçekleştirilen incelemeler sonucunda yapının yeniden işlevlendirilerek kullanımına engel teşkil eden herhangi bir durum tespit edilmemiştir.

Tarih boyunca insanlar, doğal kaynakların tükenmeyeceğini düşünmüş olsalar da endüstrinin gelişimi, hammadde ihtiyacı ve giderek artan dünya nüfusu, alt yapı hizmetlerinin yetersizliği, rant değerleri gibi birçok sebep, içinde yaşadığımız çevrenin doğal dengesini bozarak, doğal kaynakların günden güne azalmasına, yaşam döngüsünün sekteye uğramasına sebep olmuştur. Özellikle toplumsal yaşamın gerekliliği olarak, şehirlerin, turizmin, tarımın ve teknolojinin vb. birçok örneğin sürdürülebilirliği söz konusu olmaktadır. Sürdürülebilirlik kavramının çevre ve doğal kaynaklarla olan bağı, kalkınma ve çevre ilişkisinin uyumluluğa dönüştürülmesinin gerekliliğini işaret etmektedir. Dolayısıyla sürdürülebilir turizmin, toplumsal ve kültürel sorumluluk, ekonomik verimlilik ve doğal duyarlılığı içerdiği söylenebilmektedir. Turizme kaynak olan, bölgesel ve yerel alanlara özgü; doğal, sosyal ve kültürel değerlerin korunarak kullanılmasıyla turizm sektörünün varlığı ve sürdürülebilirliği mümkün olmaktadır (Duran, 2009, s. 4).

Söğüt İlçesi'nin de doğal özellikleri, özgün ve karakteristik dokusu, Osmanlı'nın ilk başkenti olması dolayısıyla bölgenin tarihi değerler açısından zengin olması, anıtsal yapılarının korunarak günümüzde de yaşatılıyor olması gibi özellikleriyle doğa-tarih ve kültür turizmi açısından avantajlı konumdadır. İlçenin ekonomisi, tarım ve hayvancılığa ek olarak sanayiye dayanmaktadır. Söğüt ilçesi, Osmanlı Beyliği'nin ilk başkenti olması nedeniyle Osmanlı Devleti ile özdeşleşmiştir. Ertuğrul Gazi ve Dursun Fakih Türbeleri, Hamidiye Külliyesi, Kuyulu Mescit, Çelebi Mehmet Camii, Kaymakam Çeşmesi gibi değerleriyle, tarihî ve kültürel zenginlikleriyle önemli bir turizm potansiyelini barındırmaktadır. İlçede her yıl eylül ayının ikinci haftasında düzenlenen Ertuğrul Gazi'yi Anma ve Söğüt Şenlikleri yüzyıllardır süren yörük geleneğinin bir devamı olarak günümüzde de sürekliliğini sağlamaktadır (BEBKA, 2012, s. 10). Ayrıca bölgede dizi çekimlerinin yapılması, ülke çapında farkındalığı artırmış, yurdun dört bir yanından gelen ziyaretçilere önemli bir destinasyon olmuştur. Dolayısıyla Söğüt'ün tarihi kültürel değerlerinin yanı sıra Osmanlı ile özdeşleşmiş olması sebebiyle marka değeri yüksektir.

Söğüt'te önemli bir başka değer ise ipekçilik ve ipek üretimidir. Demiryürek'e göre (2018, s. 100) 20. yüzyıl başlarında, merkezi Bilecik olan pek çok ipek imalathanesi açılmış ve üretim yapmıştır. 1906 yılında Bilecik'te 11, Söğüt kazasında 4 ipek işletmesi bulunmaktaydı. Sahiplerinin çoğu gayrimüslim olan imalathaneler, sancak ekonomisinin en önemli dinamiklerinden birini teşkil etmiştir. Zaman içerisinde ipek fabrikalarındaki yetersiz koşullar, I. Dünya Savaşı'nın etkileri, Milli Mücadele Döneminde bölgenin işgale maruz kalması, teknolojinin gelişmesi gibi sebeplerle ipekçilik eskiye kıyasla önemini kaybetmiştir. Ancak 1906 yılında Söğüt'te yer alan dört ipek işletmesi arasında günümüze gelebilen tek işletme Söğüt İpek Fabrikası ve Kozaklık yapı grubudur. Bu sebeplerden endüstri mirasının yeniden kullanımı ile ilgili yaklaşımlar ve örnekler ışığında Söğüt İpek Fabrikası ve Kozaklık yapılarının güncel durumu nedeniyle yapı grubunun Söğüt İpek Fabrikası ve Kozaklık Müzesi olarak işlevlendirilmesi, gerekli koruma, onarım çalışmalarının yapılması uygun bulunmuştur. Binanın yapısal anlamda iyi olması, günümüz koşullarına adapte edilebilir olması söz konusu işlevin seçilmesinde önemlidir. Ayrıca Resim 7'de görüldüğü gibi yapı içerisinde ipek üretimiyle ilgili üretim araçlarının yer alması ve özgün dokularının günümüz koşullarında varlığını koruması müze işlevinin seçilmesinde etkili olmuştur.



Resim 7: Söğüt İpek Fabrikası iç mekân görselleri.

Sonuç ve Öneriler

İpek ve ipekçilik tarihimizde önemli yer tutmaktadır. Bilecik ve yöresi ipek üretim merkezi olarak ifade edilebilmektedir. İpek üretim sürecinin yer aldığı yaparak öğrenme deneyim merkezi olarak yeniden işlevlendirme önerisinde bulunan bu yapı, kültürel mirasın yeni nesillere aktarımının

gerçekleşmesine, Söğüt'ün ziyaretçi alan bir ilçe olmasına ve buna bağlı ekonomisine katkıda bulunacağı düşünülmektedir. Özellikle endüstri mirasının korunması da kültürel mirasımız açısından önemlidir. Kültürel miras, toplumun varlığının ve kimliğinin bir parçası, mimari miras da bunun bir bileşeni olmaktadır. Gelecek kuşaklara aktarılması ve topluma mal edilmesi açısından korumanın, mimarlık mirasını, içinde bulunduğu sosyal ve kültürel çevre ile bütüncül yaklaşımla gelecek kuşaklara aktarılacak emanet olarak ele almak gerekmektedir.

Yapıldığı dönemde, geleneksel yöntemlerle ipek üretimi yapılan fabrika binası ipek sektörünün önemini kaybetmesiyle atıl durumda kalmış ancak geleneksel yöntemlerle üretilen ipek değer kaybetmemiştir. Dolayısıyla yapının özgün işlevini sürdürme potansiyeline sahip olması, ipekçiliğin tanıtılması, yaşatılması ve gelecek kuşaklara aktarılması yönünden önemli olmaktadır.

Deneyimsel pazarlama uygulamalarıyla duysal, duygusal, düşünsel ve davranışsal boyutlarda bütüncül müze deneyimleri tasarlanarak yeniden işlevlendirilerek müze-fabrika haline getirilmesi önerilen yapı somut ve manevi kültürel mirasın korunmasına ve yaşatılmasına yardımcı olabilecektir. Çevre il ve ilçelerden günümüzde kullanılmayan atıl durumda olan ipekçilik ile ilgili makineler, saklama kapları, çeşitli folklorik araç-gereç ve aksesuarlar bir araya getirilerek müze içerisinde sergilenerek, konuklara unutulmaya yüz tutmuş ipek üretimine yönelik etkinlikler düzenlenebilecektir. Bilecik'in tarihsel, sosyal ve kültürel geçmişi içerisinde Söğüt'ün yeri, Söğüt İpek Fabrikası ve Kozaklık Yapısı'nın hem teknoloji tarihi açısından hem de mimarlık tarihi açısından dönemini yansıtan mimari miras olması nedeniyle müze işlevinin daha uygun ve daha öncelikli bir ihtiyaç olduğu görülmüştür. Söz konusu yeni işlev önerilirken tarihi yapının karakteristik, özgün/karakteristik özellikleri göz önünde bulundurularak, bu değerlerin bozulmaması, korunması ve gelecek kuşaklara aktarılması adına yapının kapasitesinin üzerinde işlev yüklemekten kaçınılmıştır. Yeni işlevin mevcut yapıya uygunluğu, hedeflenen kullanım biçiminin kullanıcılara ve yöre halkına hitap etmesi, hayatın içinde yaşayan bir yer olması hedeflenmiştir. Fabrikanın müze olarak işlevlendirilmesinin yanında ipek ürünlerin satış birimi, ofis, kütüphane, etkinliklerin ve aktivitelerin düzenlenebileceği çok amaçlı salonlar, ipek ve ipekçilikle ilgili aktivitelerin planlanabilmesi amacıyla eş zamanlı interaktif sistemlerinde yer alabileceği mekânlar, ıslak hacimler, ek işlev olarak kafe gibi mekânlar müze içerisinde planlanmaktadır. Müzeler, sunduğu ve sahnelediği deneyimlerle yarattığı değerler, her bir konunun farklı boyutlarda gelişmesine katkı sağlamakta, dolayısıyla toplumun gelişmesine katkı sağlamaktadır. Müzeye okulların, ailelerin, sivil toplum örgütlerinin gruplarla gelmesiyle drama atölyeleri, ipek ve ipekçilikle ilgili materyallere görerek, dokunarak üretim sürecinde rol alarak deneyimlenmesi için etkileşimli bir alan yaratımı amaçlanmıştır. Ayrıca yaz aylarında dış

mekânda kurgulanan çocuk oyun alanı, park ve açık hava sineması gibi sosyal etkinliklerle, müze yapısının hayatın içerisinde yer alması ve yaşatılması mümkün olabilecektir.

Kaynakça

- Adatepe. (2015). <https://www.adatepe.com/> (Erişim Tarihi: 06.05.2021).
- Addis, M. (2005). New Technologies and Cultural Consumption - Edutainment İs Born!. *European Journal of Marketing*. 39(7/8). 729-736.
- Akmehmet, K.T. (2017). Yaşayan Müze Kavramı Üzerine Bir İnceleme. *Yaratıcı Drama Dergisi*. 12 (2). 1-16.
- Ahunbay, Z. (2019). *Kültür Mirasını Koruma İlke ve Teknikleri*. İstanbul: Yem Yayınları.
- Artan, E. Ç. (2014). 2014 Şubat, “Sakın Elleme”den “Lütfen Dokun”a: Müzede Algı Değişimi. *Genç Sanat*. 26-32.
- Başkaya, Z. (2014).Gelişimi ve Dağılışı Bakımından Türkiye İpekböcekçiliğinde Bilecik İlinin Yeri, Sorunları ve Çözüm Önerileri. *Doğu Coğrafya Dergisi*. 18 (30). 257-286.
- Barrett, J. (2011). *Museums and the Public Sphere*. UK: Wiley-Blackwell.
- [BEBKA. \(2012\). Bursa Eskişehir Bilecik Kalkınma Ajansı, Söğüt İlçe Raporu, https://www.bebka.org.tr/admin/datas/sayfas/198/sogut-ilce-raporu_1568788212.pdf \(Erişim Tarihi: 06.05.2021\).](https://www.bebka.org.tr/admin/datas/sayfas/198/sogut-ilce-raporu_1568788212.pdf)
- [Bilgin, E. A. \(2018\). 19. Yüzyıl Endüstri Yapılarının Kültürel Miras Olarak Değerlendirilmesi: Trilye'deki Zeytinyağı Fabrikası Restorasyon Projesi. Bursa: Nilüfer Belediyesi Yayınları.](#)
- Buyrgan, S. ve Öztürk, G. B. (2021). Bilecik Belediyesi Yaşayan Şehir Müzesi ve Yaşama Katkıları. *Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi*. 27 (46), 271-284.
- Cengiz, E. (2006). Kar Amacı Gütmeyen Kurumlarda Pazarlama Faaliyetleri. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 8 (2). 393-409.
- Chan, J. K. L. (2009). The Consumption of Museum Service Experiences: Benefits and Value of Museum Experiences. *Journal of Hospitality Marketing & Management*. 18 (2). 173-196.
- [Dalsar, F. \(1960\). Türk Sanayi ve Ticaret Tarihinde Bursa'da İpekçilik. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları.](#)

- Demiryürek, H. (2018). XX. Yüzyıl Başlarında Ertuğrul Sancağında İpek Üretimi. *Vakanüvis - Uluslararası Tarih Araştırmaları Dergisi*.3. 98-104.
- Dergibursa. 2021. <https://www.dergibursa.com.tr/ipek-hakkinda-her-sey/> (Erişim Tarihi: 06.05.2021).
- Duran, E. (2009). *Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Toplumsal ve Kültürel Kimliğin Korunması: Gökçeada Örneği*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Eskişehir Kültür Varlıklarını Koruma Bölge Kurulu, Dosya No: 11.05/3.
- Falk, J. H.(1999). Museums as Institutions for Personal Learning. *Daedalus*. 128 (3). 259-275.
- Falk, J. H. (2016). *Identity and the Museum Visitor Experience*. New York: Routledge.
- Fraser, J. (2019). A Discomforting Definition of Museum. *The Museum Journal*. 62 (4). 501-504.
- Foucault, M. ve Miskowiec, J. (1986). Of Other Spaces. *Diatritics*. 16 (1). 22-27.
- Gülsoy, E. ve Olcay, A. (2021). Müze Hizmet Kalitesi Ölçümü: Gaziantep Zeugma Mozaik Müzesi Üzerine Bir Çalışma. *Gaziantep University Journal Of Social Science*. 20 (2). 930-952.
- Grunenberg, C. (2012). Modern Sanat Müzesi. (R. Akman, Çev.). *Tarih Sahneleri Sanat Müzeleri 2 Müze ve Eleştirel Düşünce*. A. Artun, (Ed.), (2. Baskı) içinde (87-114). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Hooper-Greenhill, E. (2007). *Museums and Education: Purpose, Pedagogy, Performance*. London: Routledge.
- ICOM. (2019). <https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition/> (Erişim Tarihi: 07.05.2021).
- Karadeniz, C. (2010). Avrupa'da Çocuk Müzeleri: Frankfurt ve Hamburg Örneği. *Folklor/Edebiyat*. (63). 169-178.
- Karadeniz, C. (2013). Amerika Birleşik Devletlerinde Çocuk Müzeleri: Miami Çocuk Müzesi Örneği. *Folklor/Edebiyat*. (74). 225-240.
- Karadeniz, C. (2015). *Çağdaş Müze ve Kültürel Çeşitlilik: Arkeoloji Müzesi Uzmanlarının Kültürel Çeşitliliğe İlişkin Yaklaşımlarının Değerlendirilmesi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Keene, S. (2005). Can Museums Survive the Postmodern?. *Archaeology International*. 9. 36-39.

- Kirezli, Ö. (2011). Museum Marketing: Shift From Traditional to Experiential Marketing. *International Journal of Management Cases*. (13). 173-184.
- 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.
- Kurulgan, M. ve Bayram, F. (2018). Müzelerde Algılanan Hizmet Kalitesi Boyutları: Anadolu Üniversitesi Eğitim Karikatürleri Müzesi'nde Bir İnceleme. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 22 (2). 375-410.
- MMKD. (2021). Müzecilik Meslek Kuruluşu Derneği, <http://www.mmkd.org.tr/icom-alternatif-muze-tanimini-acikladi/> (Erişim Tarihi: 09.05.2021).
- Nagasawa, S. (2008). Customer Experience Management: Influencing On Human Kansei To Management Of Technology. *The TQM Journal*. 20 (4). 312-323.
- National Museum Wales, <https://museum.wales/bigpit/learning/> (Erişim Tarihi: 14.05.2021).
- O'Neill, M. C. ve Dufresne-Tassé, C. (1997). Looking in Everyday Life/Gazing in Museums. *Museum Management and Curatorship*. 16 (2). 131-142.
- Pan, Y., He, L. ve Shi, Y. (2012). Practice of 'Living Museum' in the Traditional Architecture Culture Protection and Renewal in South Fujian. *Applied Mechanics and Materials Online*. (209-211). 98-102.
- Pine, J. B. ve Gilmore, J. H. (2012). *Deneyim Ekonomisi* (L. Cinemre, Çev.). İstanbul: Optimist Yayınları.
- Roppola, T. (2012). *Designing for the Museum Visitor Experience*. New York: Routledge.
- Russo, A. ve Watkins, J. (2005). Post-Museum Experiences: Structured Methods for Audience Engagement. H. Thwaites, (Ed.), *Proceedings of the Eleventh International Conference on Virtual Systems and Multimedia* (pp. 173-182). Brussels.
- Same, S. ve Larimo, J. (2012). Marketing Theory: Experience Marketing and Experiential Marketing. *7th International Scientific Conference "Business and Management 2012"* (480-487). Lithuania: Vilnius Gediminas Technical University.
- Saner, M. (2012). Endüstri Mirası: Kavramlar, Kurumlar ve Türkiye'deki Yaklaşımlar. *Planlama 2012*. 1-2 (52). 53-66.
- Schmitt, B.H. (1999a). Experiential Marketing. *Journal of Marketing Management*. 15 (1-3). 53-67.

- Schmitt, B.H. (1999b). Experiential Marketing: A New Framework for Design and Communications. *Design Management Journal*. 10 (2). 10-16.
- Sezgin, M., Haşiloğlu, S.B. ve İnal, M.E. (2011). Müze Pazarlamasında Müşteri İlişkileri ve Deneyimleri Üzerine Bir Araştırma. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*. 7 (13). 201-220.
- Stanbridge, A. (2005). Display Options. *International Journal of Cultural Policy*. 11 (2). 157-170.
- T. C. Söğüt Belediyesi. (2017). <https://www.sogut.bel.tr/hizmet/sanayi-ve-tarim> (Erişim Tarihi: 13.03.2021).
- Voelklinger-Huette. (2021). <https://www.voelklinger-huette.org/willkommen/> (Erişim Tarihi: 14.05.2021).
- Yuan, Y. H. Erin ve Wu, C. Kenny. (2008). Relationships Among Experiential Marketing, Experiential Value, and Customer Satisfaction. *Journal of Hospitality & Tourism Research*. 32 (3). 387-410.

Görsel Kaynakça

- Resim 1:** <https://www.erih.net/i-want-to-go-there/site/lage-brick-works-lwl-industrial-museum>, (Erişim Tarihi: 06.05.2021).
- Resim 2:** <https://museum.wales/press/images/bigpit/> (Erişim Tarihi: 14.05.2021).
- Resim 3:** https://www.adatepe.com/images/adatepestatic/adatepe_brosur_k.pdf (Erişim Tarihi: 06.05.2021).
- Resim 4:** <https://www.dergibursa.com.tr/ipek-hakkinda-her-sey/> (Erişim Tarihi: 06.05.2021).
- Resim 5-7:** Yazar Kişisel Arşiv (2021).