



Dergi ana sayfası: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/pausbed>

Araştırma Makalesi

Atıf Bilgisi: Çevik, S., & Sariipek, S. (2026). Bir vizyonun eseri: Baksı müzesi örneğinde kültürel girişimciliğin ziyaretçi bakış açısıyla değerlendirilmesi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 75, 286-306. <https://doi.org/10.30794/pausbed.1733264>/<https://izlik.org/JA87NH95FC>

BİR VİZYONUN ESERİ: BAKSI MÜZESİ ÖRNEĞİNDE KÜLTÜREL GİRİŞİMCİLİĞİN ZİYARETÇİ BAKIŞ AÇISIYLA DEĞERLENDİRİLMESİ

Samet ÇEVİK^{1*}, Semih SARIİPEK²

¹Doç. Dr., Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi, Erdek Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, scevik@bandirma.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-0859-6673>

²Dr. Öğr. Üyesi, Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi, Erdek Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, ssariipek@bandirma.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-6585-626X>

Öz

Bu çalışma, Bayburt'un Bayraktar (Baksı) köyünde konumlanan ve kırsalda kurulan ilk özel müze olma özelliği taşıyan Baksı Müzesi'ni kültürel girişimcilik bağlamında deneyimsel turizm perspektifi açısından incelemektedir. Çalışmanın amacı, Baksı Müzesi ziyaretçilerinin deneyimlerine dayanarak müzenin kültürel girişimcilik bağlamındaki algısını ve temel özelliklerini ortaya koymaktır. Araştırmada amaçlı örnekleme yöntemiyle Baksı Müzesi'ne ilişkin TripAdvisor platformunda yer alan toplam 29 ziyaretçi yorumunun tamamı analize dâhil edilmiştir. Verilerin analizinde literatürden türetilmiş ve önceden belirlenmiş 9 tema çerçevesinde tündengelimle dayalı tematik analiz yöntemi kullanılmıştır. Analiz sonrasında, belirlenmiş 9 temadan tematik önceliklendirme ile temel, ara ve destekleyici temalar ayrıştırılmıştır. Temel temalar, müzenin kırsal Bayburt bölgesiyle kurduğu bağ, özgün hikâyesi ve sürdürülebilirlik odaklı yaklaşımlarıyla öne çıkmaktadır. Ara temalar deneyim kalitesini zenginleştirmekte, destekleyici temalar ise ziyaretçi memnuniyetini artırıp sosyal medya tanıtımı yoluyla müzenin sürdürülebilir başarısını desteklemektedir. Baksı Müzesi; kırsal kalkınma, yerel kimlik ve sürdürülebilirliğe katkı sağlarken yenilikçi teknoloji ve topluluk katılımıyla da modern kültürel girişimcilikte başarılı bir örnek olmaktadır.

Anahtar kelimeler: Kültürel girişimcilik, Ziyaretçi deneyimi, Müze, Baksı Müzesi, TripAdvisor.

A WORK OF VISION: AN EVALUATION OF CULTURAL ENTREPRENEURSHIP FROM THE VISITOR'S PERSPECTIVE THROUGH THE EXAMPLE OF THE BAKSI MUSEUM

Abstract

This study examines the Baksı Museum, located in Bayraktar (Baksı) village, Bayburt, and recognized as the first private museum established in a rural area, from the perspective of experiential tourism within the context of cultural entrepreneurship. The aim of the study is to reveal how the museum is perceived in terms of cultural entrepreneurship and to identify its main characteristics based on the experiences of its visitors. Using purposive sampling, all 29 visitor reviews related to Baksı Museum on the TripAdvisor platform were included in the analysis. The data were analyzed using an inductive thematic analysis method within the framework of nine pre-determined themes derived from the literature. Following the analysis, the nine themes were categorized into core, intermediate, and supportive themes through thematic prioritization. The core themes stand out through the museum's connection with the rural Bayburt region, its unique story, and its sustainability-focused approaches. The intermediate themes enrich the quality of the experience, while the supportive themes enhance visitor satisfaction and contribute to the museum's sustainable success through social media promotion. The Baksı Museum contributes to rural development, local identity, and sustainability, while also serving as a successful example of contemporary cultural entrepreneurship through innovative technology use and community engagement.

Keywords: Cultural entrepreneurship, Visitor experience, Museum, Baksı Museum, TripAdvisor.

* Sorumlu yazar: Samet ÇEVİK (scevik@bandirma.edu.tr)

1. GİRİŞ

“Baksı, benim üretimi en uzun sürmüş ve en geniş coğrafyaya yayılmış yapıtımdır...” H. Koçan (Gökbulut Özdemir, 2020).

İngiliz antropolog Sir Edward Burnett Tylor 1871 yılında kültürü “bir bireyin toplumun bir üyesi olarak kazandığı bilgi, inanç, sanat, hukuk, ahlak, adet, gelenek, alışkanlık ve yeteneklerin karmaşık bir bütünü” olarak tanımlayan ilk açık ve kapsamlı tanımı yapmıştır (Haviland vd., 2008, s. 103). Edward B. Tylor’un 1871’de yaptığı bu kültür tanımı, kültürel antropoloji literatüründe öncü kabul edilir çünkü kültürü ilk kez sistematik, bütüncül ve kapsayıcı bir biçimde ele almıştır. Tylor kültürü yalnızca sanat, edebiyat ya da “yüksek kültür” ile sınırlamamış; bilgi, inanç, hukuk, ahlak, gelenek, alışkanlık ve yetenek gibi gündelik yaşam pratiklerini de kültürün bir parçası olarak tanımlamıştır. Bu tanımın ardından kültüre dair birçok farklı tanım yapılmış; tanımların çoğunda kültürün bütünsellik ve toplumsallık özelliği ön plana çıkarılmıştır. Turhan (1972: 56), kültürün bir toplumun sahip olduğu maddi ve manevi değerlerden oluşan bir bütün olduğunu ve toplum içinde mevcut olan her bilgiyi, alışkanlığı, davranış şekillerini ve değer yargılarını kapsadığını belirtmiştir. Toplum içinde kültür, geleneklerle varlığını sürdürmekte ve öğrenme yoluyla nesilden nesle aktarılmaktadır (Dönmezer, 1978). Bu öğrenme ve aktarım süreci, bireylerin dünyaya bakışını ve toplumsal davranışlarını şekillendirerek, onların girişimci eğilimlerini de doğrudan etkilemektedir. Girişimcilik de bu kültürel çerçevede şekillenen fırsatları algılama, yenilik yapma ve ekonomik değer yaratma sürecidir (Drucker, 1985).

Kültür ve girişimcilik kavramlarının birleşmesiyle ortaya çıkan kültürel girişimcilik, bireylerin ya da işletmelerin kültürel değer taşıyan ürün ve hizmetleri insanlarla buluşturdukları faaliyetler bütünü olarak tanımlanabilir (Merdan, 2022, s. 299). Kültürel girişimcilik, kültürel ve sanatsal alanda yeni ve takdir edilen bir şey ortaya çıkaran özgün bir birleşimin gerçekleştirilmesidir (Scott, 2012, s. 242). Bu özgün birleşim, yalnızca yaratıcılığı değil; aynı zamanda yenilik ortaya koymayı, belirsizlik koşullarında risk almayı ve kültürel üretim süreçlerini sürekli kılmayı da içeren çok boyutlu bir girişimcilik pratiğini ifade etmektedir. Bir tasarım dönemi, ilk uygulama ve ardından kökleşmiş bir olaya dönüşme sürecini kapsayan kültürel girişimcilik (Acheson, 1996), hem kültürel değere sahip hem de finansal getiri sağlama potansiyeli taşıyan kültürel ve yaratıcı ürünler ile hizmetlerin piyasaya sunulmasıyla müze, galeri gibi kültürel işletmelerin kurulması sürecidir. Bu süreç, yalnızca sanatsal üretimle sınırlı olmayıp aynı zamanda toplumsal ve ekonomik ihtiyaçlara cevap veren, yeni iş imkânları yaratan ve sosyal-ekonomik kalkınmaya katkı sağlayan önemli bir rolü kapsamaktadır (Dobrevna ve Ivanov, 2020). Kültürel girişimcilik, kültür sektöründe kabul gören farklı unsurların yenilikçi bir şekilde bir araya getirilmesiyle yeni bir oluşum yaratma süreci olarak da tanımlanabilir. Bu yenilik; yeni sanatsal uygulamalar, ürünler, hizmetler ya da iş ve arbuluculuk modellerinin geliştirilmesi ve hayata geçirilmesinin yanı sıra yeni sosyal ve kurumsal yapılar ile ağların oluşturulmasını da kapsamaktadır. Bu bağlamda belirli bir kültürel ortamda faaliyet gösteren kişiler, öncelikle kültürel bir vizyona odaklanmakla birlikte aynı zamanda ekonomik ve sosyal hedeflere de yönelmektedirler (Betzler ve Camina, 2020). Ayrıca kültürel girişimcilik, yeni kitleler oluşturmanın yanı sıra elde edilen gelirin kültürel içeriklere yeniden yatırılmasına olanak tanıyan karşılıklı fayda sağlayan bir süreç olarak da önem kazanmaktadır (Tullin, 2012).

Bayburt’un Bayraktar (Baksı) köyünde 2010 yılında Türkiye kırsalında kurulan ilk özel müze olarak hayata geçirilen Baksı Müzesi, özgün bir kültürel girişimcilik modeli olarak ön plana çıkmaktadır. Baksı Müzesi, Bayburt’un göç veren kırsal bir bölgesinde modernizmin kimlikleri yok eden etkilerine karşı bir direniş ve restorasyon girişimi olarak hayata geçirilmiştir. Yoğun göç bölgenin ekonomik, sosyal ve kültürel yapısında derin kayıplara yol açmış; özellikle el sanatları ve mimari gibi kültürel değerler büyük zarar görmüştür. Müze, bu derin kültürel erozyona karşı yerel halkın yaşam hikayeleri, ihtiyaçları ve mirasına odaklanarak, sanat ve tasarım vasıtasıyla merkez ile çevre arasındaki kopukluğu gidermeyi amaçlamaktadır (Koçan, 2015). Disiplinler arası yaklaşımıyla merkez-çevre ve gelenek-modernlik ayrımlarını aşarak yeni bir müzecilik modeli oluşturan Baksı Müzesi; geçmişle bugünü, sosyal, eğitici, finansal ve kültürel unsurları bir araya getirerek kültürel demokrasiyi desteklemektedir. Geleneksel

müzecilik anlayışının dışına çıkararak, çağdaş sanatı daha önce deneyimlememiş bir bölgede erişilebilir kılmakta ve kültürel olarak dışlanmış toplulukların hem geleneksel hem de çağdaş sanat üretmelerine olanak sağlamaktadır (Sandahl, 2015). Baksı Müzesi, merkezle periferi arasında sanat ve tasarım yoluyla bağ kurmayı içselleştirmiş yenilikçi bir proje olması gerekçesiyle 2014 yılında Avrupa Konseyi Müze Ödülünün sahibi olmuştur (Gökbulut Özdemir, 2020). Bu ödül, müzenin kültürel girişimcilik alanında uluslararası düzeyde bir örnek olarak kabul gördüğünü ortaya koymaktadır.

Bu çalışmanın amacı, Baksı Müzesi ziyaretçilerinin deneyimlerine dayanarak müzenin kültürel girişimcilik uygulamalarının ziyaretçi deneyimlerine nasıl yansıdığını ve müzenin temel özelliklerini ortaya koymaktır. Çalışmada temel olarak “Baksı Müzesi ziyaretçileri, müzeyle ilgili deneyimlerini ve algılarını nasıl ifade etmektedir?” ve “Ziyaretçi yorumları ışığında Baksı Müzesi’nin kültürel girişimcilik bağlamındaki algısı ve müzenin ziyaretçilere yansıyan temel özellikleri nelerdir?” sorularına yanıt aranmıştır. Bu bağlamda öncelikle kültürel girişimcilğe dair kavramsal çerçeve sunulmuş, ardından araştırma alanı olan Baksı Müzesi hakkında bilgi verilmiş ve müze ile ilgili mevcut araştırmalar derlenmiştir. Daha sonra, Baksı Müzesi’ni ziyaret eden turistlerin deneyimlerinden elde edilen bulgular üzerinden müzedeki kültürel girişimcilik algısı değerlendirilmiştir. Baksı Müzesi’nde kültürel girişimciliği ziyaretçi perspektifinden ele alan bir çalışmaya rastlanmaması, bu araştırmanın hem Baksı Müzesi literatürüne hem de kültürel girişimcilik literatürüne önemli bir katkı sunabileceğini göstermekte ve çalışmanın özgün değerini ortaya koymaktadır.

2. KÜLTÜREL GİRİŞİMCİLİK

Kültürel girişimcilik, çok katmanlı ve dinamik bir yapıya sahiptir. Tarihsel olarak 18. Yüzyıl Fransa’sındaki tiyatro uygulamalarından başlayarak evrilmiş ve hem sanatsal misyona dayalı girişimleri hem de kültürel emekçilerin ekonomik zorunluluklar nedeniyle başvurmak durumunda kaldıkları, yani geçimlerini sağlamak amacıyla yürüttükleri zorunlu girişimcilik biçimlerini kapsamıştır. Bu girişimcilik biçimleri, kültürel üretimin sürdürülebilirliğini sağlama ve emekçilerin toplumsal alanda görünürlüğünü artırma açısından kritik bir rol oynamaktadır (Albinsson, 2017). Ellmeier (2003), eskiden “kültürel emekçi” olarak tanımlanan bireyin, günümüzde “kültürel girişimci” veya bazı yaklaşımlarda ifade edildiği gibi “profesyonel kültür alanında hizmet sunan kişi” haline geldiğine değinmiştir. “Kültürel girişimcilik” terimini kullanan ilk isimlerden biri, 1982 yılında Boston Güzel Sanatlar Müzesi ve Boston Senfoni Orkestrası’nı kuran kişilerle ilgili makalesinde Paul DiMaggio olmuştur. DiMaggio, “kültürel girişimcilik” teriminin kendine özgü bir tanımını vermemiş ve bu terimi yalnızca makalenin başlığında ve bir bölüm başlığında kullanmıştır (Albinsson, 2017, s. 377). DiMaggio, kültürel kapitalist terimini kullanarak bu kişileri, “servetlerini sanayi işletmelerinin yönetiminden elde eden, bu işletmelerden kâr sağlayan ve aynı zamanda kârlarının bir bölümünü belirgin biçimde kültürel girişimlerin kurulması ve devam ettirilmesine yatıran kişiler” olarak tanımlamıştır. Bu kişiler; iş dünyasında başarılı, sanata ilgi gösteren, sorumluluk almaya istekli ve söylediklerini eyleme dönüştüren bireyler olarak nitelendirilmiştir (DiMaggio, 1982’den akt. Klamer, 2011, s. 145). Bu tanım, günümüz kültürel girişimciliğinin yaratıcılık, çok yönlülük ve eylem odaklılık özellikleriyle büyük ölçüde örtüşmekle birlikte günümüzde kültürel girişimciliğin dijitalleşme, toplumsal etki ve sürdürülebilirlik gibi yeni boyutlarla daha geniş bir çerçeveye kavuştuğunu göstermektedir.

Kültürel girişimcilik, sanatın bir bölgenin ekonomik kalkınmasındaki rolünün giderek artan bir şekilde kabul edilmesiyle karakterize edilmektedir (Ratten ve Ferreira, 2017, s. 163). Kültürel girişimciler, özellikle sanat ve kültür ile yeni medya arasındaki kesişim noktasında yer almaktadırlar (Ellmeier, 2003). Günümüzde kültürel girişimciler, değişim ve yenilik aktörleri olarak kişisel ve finansal risk alıp küçük ölçekli kültürel mekânlarla sanatsal içerik üretmekte, vizyon geliştirmekte ve kültürel organizasyonlar kurmaktadır. Bu süreçte sanatın manevi değerini girişimcilik becerileriyle birleştirerek stratejik kültürel misyonlar yürütmekte ve yenilikle yönetsel değerler arasında denge sağlamaktadırlar (Toghraee ve Monjezi, 2017). İyi kültürel girişimciler; fırsatları fark eden, sanatsal içerik ile organizasyon ve finansmanı yaratıcı şekilde yöneten, sanata tutkuyla bağlı kalan, yetenekli sanatçıları iş birliğine ikna eden, sanata ilgiyi artıran, gerekli kaynakları temin edebilen ve aynı zamanda tedbirli, cesaretli, umutlu ve kararlı bireylerdir (Klamer, 2011).

Kültürel girişimcilik, sosyal ve kültürel bağlamlarda anlam üretmeyi kapsayan bir kavramdır. Klamer (2011), bu kavramı yalnızca sanat ürünlerini pazara sunmak olarak görmeyip kültürel değerleri yaşama geçirmeyi amaçlayan bir karakter yapısı olarak tanımlamıştır. Klamer'in kültürel ekonomi yaklaşımında ekonomi, maddi kazancın ötesinde bireylerin sosyal ve kültürel anlamlar üretmelerine aracılık eden bir araçtır. Sanat, bireysel bir tüketim nesnesi olmaktan çıkarak paylaşılan ve toplumsal anlam kazanan ortak bir değer haline gelir. Kültürel girişimci, ekonomik araçları kültürel amaçlar doğrultusunda kullanarak sanatı uygun toplumsal bağlamlarda dolaşıma sokar ve onun estetik ile kültürel değer kazanmasını sağlar. Bu nedenle kültürel girişimcilik, finansal becerilerin yanı sıra sanatın toplumsal paylaşımını mümkün kılan ikna edici ve topluluk kurucu yönleriyle de tanımlanır. Sanatsal misyona bağlılık ve kültürel değerlere sadakat bu anlayışın vazgeçilmez unsurlarıdır. Kültürel girişimcilik, Klamer'in de vurguladığı gibi kolektif bir özellik taşıyarak aynı zamanda süreklilik arz eden bir süreç özelliği de göstermektedir. Kültürel girişimcilik tek seferlik bir başarı değil, zamana yayılan ve içinde yer alan aktörler, nesnelere ve olayların zaman içinde birbirleriyle etkileşim içinde geliştiği bir süreçtir (Gehman ve Soubliere, 2017).

Gehman ve Soubliere (2017), kültürel girişimcilik üzerine üç yaklaşım önermiştir. Sosyoloji temelli olan ilk yaklaşım, kültürün oluşum sürecine odaklanmaktadır. Bir başka deyişle yüksek kültür kurumlarıyla popüler kültür ürünlerinin hangi toplumsal süreçlerle ortaya çıktığını araştırmaktadır. İkinci yaklaşım, stratejik yönetim ve örgüt teorisinden beslenmekte ve bu çerçevede kültür, yeni girişimlerin meşruiyet kazanmasında kullanılan bir araç olarak değerlendirilmektedir. Bu yaklaşımda, girişimcilerin hikâye anlatımı önemli bir rol oynamakta; etkili anlatılar, yatırımcılar ve diğer paydaşlar nezdinde güven ve kaynak sağlamada etkili olmaktadır. Ayrıca, yeni ve alışılmamış fikirlerin olduğu durumlarda bu hikâyelerin önemi daha da artmaktadır. Bu çerçevede kültürel girişimcilik, var olan kültürel öğelerin anlamlı bir şekilde birleştirilip girişimlerin kabul görmesi için kullanılması olarak tanımlanmakta ve böylece kültür, girişimciliğin ayrılmaz ve belirleyici bir parçası haline gelmektedir. Benzer şekilde Lounsbury ve Glynn (2001) de çalışmalarında girişimcilikte hikâye anlatımına değinmiştir. Girişimci hikâyeleri, girişimlerin sahip olduğu teknolojik, finansal, beşerî ve sosyal kaynakları sektörün kurumsal yapısıyla ilişkilendirerek meşruiyet kazanmalarına katkı sağlamaktadır. Bu hikâyeler, yalnızca yeni girişimlerin toplumda kabulünü kolaylaştırmakla kalmayıp aynı zamanda girişimcilerin ve yerleşik örgütlerin kurumsal kimliklerinin şekillenmesinde de etkili olmaktadır. Yazarlar, kültürel girişimcilik bağlamında hikâye anlatımının, kurum içindeki yenilikçi bireylerin destek ve kaynak toplamasında da önemli bir araç işlevi gördüğüne değinmişler ve bu yönüyle girişimci hikâyelerinin hem dış paydaşlara hem de örgüt içi aktörlere yönelik ikna süreçlerinde stratejik bir rol üstlendiğini vurgulamışlardır. Gehman ve Soubliere'nin (2017) üçüncü kültürel girişimcilik yaklaşımı ise kültürel değer nasıl üretildiğine odaklanmakta ve değer, zaman içinde farklı ve değişken anlam katmanları arasında paylaşılan ve kolektif olarak inşa edilen süreçlerle ortaya çıktığını savunmaktadır. Bu yaklaşım, kültürün hem girişimci eylemin bir aracı (kullanımı) hem de sonucu (yaratımı) olduğunu vurgulamaktadır.

Teknolojik gelişmeler de kültürel girişimciliğin evriminde önemli rol oynamaktadır. Küreselleşme ile birlikte bireylerin kültürel süreçlere daha aktif katılımı sağlanmış, sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik ve robotlar gibi dijital teknolojiler ise kültürel girişimcilikte yenilikçi iş modelleri ve deneyimlerin gelişimine zemin hazırlamıştır. Bu teknolojiler hem yeni kurulan girişimlere hem de uzun süredir faaliyet gösteren kültürel kurumlara yenilik yapma imkânı sunmaktadır (Dobrevna ve Ivanov, 2020).

Kültürel girişimcilerin başarılarında sosyal ağların rolü büyüktür. Konrad (2013), Almanya'daki 121 özel sanat ve kültür girişimi üzerinde gerçekleştirdiği araştırmada, sosyal ağ kurma becerilerinin kültürel işletmelerin başarılı bir şekilde yerleşik hale gelmesinde kritik bir rol oynadığını ortaya koymuştur. Girişimcilerin sektördeki kilit aktörlerle kurduğu stratejik, güven temelli ve nitelikli ilişkiler, işletmenin tanınırlığını, itibarını ve sürdürülebilirliğini doğrudan etkiler. Ancak bu etkinin şiddeti, kamu desteklerinin varlığı ve yerel kültürel ortamın rekabet yoğunluğu ile şekillenir. Kamu desteklerinin zayıf olduğu bölgelerde sosyal ağlar eksik kaynakların telafisinde önemli iken desteklerin fazla olduğu yerlerde bu etkinin azaldığı gözlemlenmiştir. Bu durum, özellikle kırsal alanlarda belirgin olup kültürel

girişimciliğin yerel ağlara olan bağımlılığını artırmaktadır. Ayrıca kültür sektörü doğası gereği rekabetten çok iş birliğine dayalı olduğu için bireysel çabaların etkisi sınırlanmaktadır (Konrad, 2013).

Kültürel girişimcilikle ilgili bir diğer kavram da birlikte değer yaratmadır. Birlikte değer yaratma, müşteriler ile firmalar arasında gerçekleşen karşılıklı etkileşimler sonucunda kişiselleştirilmiş deneyimler yoluyla ortak değer üretme süreci olarak nitelendirilmektedir (Pralhad ve Ramaswamy, 2004). Payne vd. (2008) bu süreci; müşteri ve firmanın sürekli etkileşim içinde bulunduğu, değer yaratımının dinamik ve süreç odaklı bir yapıda gerçekleştiği kapsamlı bir model olarak ele almıştır. Ayrıca birlikte değer yaratma, firma ile müşteri arasındaki sosyal etkileşim ve iş birliğinin artmasıyla yenilikçi ve sürdürülebilir değerlerin ortaya çıkmasına olanak sağlayabilmektedir (Ranjan ve Read, 2016). Bu çerçevede birlikte değer yaratma süreci, müşteriyi pasif bir tüketiciden aktif bir katılımcıya dönüştürerek hem müşteri deneyimini hem de firmanın sağladığı değeri zenginleştirmektedir. Gökbulut Özdemir (2024) birlikte değer yaratma kavramını, bu çalışmanın da araştırma alanını oluşturan Baksı Müzesi üzerinden kültür, sanat, girişimcilik ve pazarlama perspektifinden incelemiştir. Birlikte değer yaratma süreci, müze ile ziyaretçiler arasındaki etkileşim ve iş birliği aracılığıyla kültürel deneyimlerin zenginleştirilmesi ve ortak değer üretimi şeklinde gerçekleşmektedir. Bu doğrultuda kültürel girişimcilik ve birlikte değer yaratma, müzelerin hem ekonomik sürdürülebilirliğini hem de kültürel misyonlarını güçlendiren temel unsurlar olarak ön plana çıkmaktadır.

Kültürel girişimcilik kavramıyla ilgili olarak literatürde artarak çeşitlenen çalışmalar yürütülmektedir. 131 yayını inceledikleri çalışmalarında Dobrova ve Ivanov (2020), kültürel girişimcilikle ilgili araştırma alanlarının “Girişimcilerin özellikleri ve motivasyonu”, “İş modelleri”, “İzleyici geliştirme”, “Bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımı”, “Kentsel gelişim”, “Kamu politikası”, “Kuluçka merkezleri ve kümelenmeler” ve “Girişimcilik eğitimi” üzerinde yoğunlaştığı sonucuna ulaşmışlardır. Sanatsal girişimcilik, yaratıcı girişimcilik ve kültürel girişimcilik kavramlarının literatürdeki kullanımına odaklanan çalışmalarında Hausmann ve Heinze (2016), literatürde en yaygın kullanılan kavramın kültürel girişimcilik olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Yazarlar incelenen makalelerden dört ana konu başlığı belirlemişlerdir. Bunlar; kültürel iç girişimcilik bağlamında çeşitli yönetim alanları, kültürel girişimcilik başarı faktörleri, girişimcilik eğitimi ve yaratıcı şehirler konularıdır.

Bu çalışmanın araştırma alanını oluşturan Baksı Müzesi de kültürel girişimcilik literatüründe özellikle girişimcilerin özellikleri ve motivasyonu ile hikâye anlatımı, sosyal ağlar, toplumsal etki, sürdürülebilirlik ve teknolojik yenilikler gibi kültürel girişimcilik başarı faktörleri bağlamında değerlendirilebilecek özgün bir örnek teşkil etmektedir.

3. BAKSI MÜZESİ

“... 20 yıl onu şekillendirmek için uğraştım.” (H. Koçan)

(Gökbulut Özdemir, 2020).

Baksı Müzesi, sanatçı Prof. Dr. Hüsamettin Koçan tarafından, doğduğu yer olan Bayburt'un Bayraktar Köyü'nde göç, kültürel kopuş ve geleneksel sanatların yok oluşuna karşı bir direniş olarak kurulmuştur. Müze, modernizmin kimliksizleştirici ve dışlayıcı etkilerine karşı kırsalda hayata geçirilmiş, gönüllü katılım ve sivil girişimcilikle gelişen kültürel bir projedir. Bayburt gibi yoğun göç veren bir bölgede hem üretim araçlarının hem de kültürel mirasın kaybına karşı yerel halkı üretime ve kültürel yaşama yeniden dahil etmeyi hedefleyen müze, aynı zamanda çağdaş sanat ile geleneksel kültürü buluşturarak sanatı merkezin dışına, periferiye taşımayı amaçlamaktadır (Çelik, 2012; Koçan, 2015). Koçan, insanoğlunun yaşamın her döneminde türkü, şiir, mâni, işleme, halı, kilim, resim ve heykel gibi unsurlarla yaşamı anlamlı kılma çabasında olduğunu vurgulayarak müze fikrinin de bu çabayı yansıtan bir hikâye anlatma isteğinden doğduğunu belirtmiştir (Gökbulut Özdemir, 2020).

Şekil 1. Baksı Müzesi.



Kaynak: Baksı Müzesi, t.y.a.

Hazırlıklarına 2000 yılında başlanan proje, 2005 yılında kurulan Baksı Kültür Sanat Vakfı bünyesinde gelişmiş, gönüllü sanatçıların katkılarıyla büyüyerek 2010 yılında müzenin ana binasının açılmasıyla somutlaşmıştır. Şekil 1’de Baksı Müzesi’nin ana binasına ait dış mekân görünümü sunulmuştur. Baksı Müzesi, sadece sanatsal üretim değil aynı zamanda kültürel sürdürülebilirlik ve sosyal kalkınma hedefleyen, Türkiye’nin kırsal alandaki ilk kapsamlı özel müzesi olma niteliğini taşımaktadır (Ayhan ve Razi, 2018; Razi, 2017). Geleneksel kültürü koruyup gelecek nesillere aktarmayı amaçlayan bu müze, özellikle kadın istihdamını destekleyen projeler yürütmektedir. Bölgedeki özel yetenekli çocukları tespit ederek burs sağlamak ve tasarım, sanat ile kültür alanlarında gelişimlerini desteklemek için çeşitli projeler uygulamaktadır (Baksı Müzesi, t.y.a). Avrupa Parlamentosu Meclisi, 2014 yılında Baksı Müzesi’ne en iyi müze ödülünü vermiştir. Konseyin bu ödülü verme gerekçesi “Üst düzey sanat ve tasarımın Anadolu’nun kuzeyindeki gelişmemiş kırsal bölgelere taşınmasında oynadığı önemli rol nedeniyle değerlendirilmiştir” şeklinde ifade edilmiştir (Çelik, 2017, s. 411).

Müze ana binası, doğayla uyum içinde tasarlanmış dört kütlede oluşmaktadır. Eğrisel ve dışbükey formda çinko kaplı çatılar, hem çevredeki dağ silüetine uyum sağlamak hem de iklim koşullarına cevap vermektedir (Büyükçam ve Eyüboğlu, 2024; Çelik, 2012). Yapının iç mekânında sürekli ve geçici sergi salonları, yaklaşık 200 kişilik konferans salonu ile 10.000 kitap kapasiteli zengin bir kütüphane yer almaktadır (Ayhan ve Razi, 2018). Tepeden ışık alma geleneği olan “goggoloc” sisteminden esinlenerek ışık açıklıkları üst örtüye yerleştirilmiş, böylece sergileme alanlarında doğal ışıkla aydınlatma sağlanmıştır (Kandemir ve Taştan, 2023).

Ana binayı çevreleyen diğer yapılar arasında 2012 yılında eklenen Depo Müze Sergi Salonu, konukevleri, yöresel mutfak ve çeşitli atölyeler yer almaktadır. Depo Müze, yerel taşla inşa edilmiş olup etnografik eserlerin sergilendiği, dışa kapalı bir yapıdır (Büyükçam ve Eyüboğlu, 2024). Şekil 2’de Depo Müze bölümüne ilişkin bir görünüm sunulmuştur. Bu bölümde günümüz sanatının örnekleri ile birlikte; halk resmi koleksiyonu, çömlek ve seramikler, camaltı ve işleme koleksiyonu, taş baskılar, yazı resimler, şifa taşları, alemler ve ehiramlar yer almaktadır (Baksı Müzesi, t.y.b). Konukevleri ise tek katlı, düz çatılı ve taş yağma yapılar olup misafir konaklaması için kullanılmaktadır. Bayburt Evi adlı yapı, geleneksel yerel mimariden ilhamla yapılmış iki katlı özel bir konut olarak dikkat çekmektedir (Çelik, 2012). Kompleksin sosyal mekânı olan mutfak, ziyaretçilere Bayburt’un yöresel lezzetlerini sunarak yerel kültürle bağ kurmaktadır (Sandahl, 2015). Atölyeler ise hem geleneksel üretimi canlandırmak hem de yerel halka istihdam sağlamak amacıyla kurulmuştur. Halı-kilim dokuma, ehiram, seramik ve çağdaş sanat atölyelerinde kadınlar, gençler ve çocuklar hem üretime katılmakta hem de eğitim almaktadır (Çelik, 2012; Sandahl, 2015).

Şekil 2. Depo müze.



Kaynak: Baksı Müzesi, t.y.b.

Tüm bu mekânsal düzenleme ve işlevler, Baksı Müzesi'nin sadece bir sanat mekânı değil, aynı zamanda göçle parçalanmış kültürel belleği onarma, kırsal kalkınmayı destekleme ve toplulukla bütünleşme hedeflerini taşıyan bir kültürel girişim modeli olduğunu ortaya koyar. Müzenin mimarisi, işlevselliği ve sosyal yapısı sıradanlaşarak bölge halkının yaşamının bir parçası haline gelmesini sağlamak üzere kurgulanmıştır (Büyükçam ve Eyüboğlu, 2024; Sandahl, 2015).

Baksı Müzesi, sanat ve tasarım yoluyla merkez ile periferi arasında bir köprü oluşturarak kültürel demokrasi ve girişimcilik alanına önemli katkılar sunmaktadır. Yönetim kurulunun vizyonu doğrultusunda, yerel halkın kültürel kökenlerinden hareketle göçü önlemeye yönelik projeler hayata geçirilerek sanat ve kültüre erişimi demokratikleştirmektedir. Daha önce çağdaş sanatla tanışmamış bireylerin, geleneksel el sanatlarından çağdaş sanat biçimlerine kadar üretim yapabilmesine imkân tanımaktadır. Müze, "kültürel etkileşim" ve "direniş noktası" işleviyle kırsal ile kentseli, geleneksel ile çağdaş buluşturarak kırsal ekonomiyi destekleyen ve kentsel merkeze olan bağımlılığı azaltan bir girişim niteliği taşımaktadır (Razi, 2017; Sandahl, 2015). Kültürel girişimcilik bağlamında müze; sanat, kültür ve ekonomik değeri bir araya getirerek birlikte değer yaratmanın özgün bir örneğini ortaya koyarken sanatçı, yerel halk ve ziyaretçilerin aktif katılımıyla kültürel ve ekonomik değerlerin ortaklaşa üretilmesini sağlamaktadır. Merkez-periferi karşıtlıklarını aşan müze, kırsal kültürel üretim ve turizmi teşvik ederek yerel ekonomiyi güçlendirmekte, karşıt kavramların uyumuyla insan merkezli ilişkisel süreçleri işletmektedir. Mimari ve doğal çevresiyle estetik bir deneyim sunarken sürdürülebilirliği de garanti altına almaktadır. Böylece müze, yaratıcı endüstrilerle desteklenen katılımcı ve demokratik bir kültür modeli inşa etmektedir (Gökbulut Özdemir, 2024).

2010 yılında açılmasının ardından Baksı Müzesi, özgünlüğü ve farklılığıyla çeşitli akademik araştırmalara konu olmuş ve akademik literatürdeki yerini almıştır. Tablo 1, Baksı Müzesi ile ilgili yapılan araştırmaları göstermektedir. Tablo 1'den de görüleceği gibi Baksı Müzesi ile ilgili yapılan çalışmalar genellikle müzenin kuruluş süreci, mimarisi, işlevleri, koleksiyonları ve toplumsal-kültürel etkileri üzerine odaklanmakta; özellikle geleneksel ve çağdaş sanatın buluşması, kırsal kalkınma, kültürel demokrasi, yerel kimlik ve ekonomik sürdürülebilirlik temaları incelenmektedir. İncelenen çalışmalar arasında, kültürel girişimciliği geniş çaplı ele alan yalnızca bir çalışma (Gökbulut Özdemir, 2024) ve ziyaretçi deneyimlerini araştıran yalnızca bir çalışma (Korkmaz, 2017) yer almaktadır. Bu bağlamda kültürel girişimciliği ziyaretçi perspektifinden inceleyen mevcut çalışmanın, Baksı Müzesi literatürüne önemli bir katkı sunacağını söylemek yanlış olmayacaktır.

Tablo 1. Baksı Müzesi ile ilgili çalışmalar

Çalışma	Yazar	Yayın yeri	İçerik
“Baksı Müzesi”	Aytekin ve Razi (2018)	Turkish Studies	Çalışma, Türkiye’de müzeciliğin tarihsel gelişimini ele alarak kırsalda kurulan ilk özel müze olan Baksı Müzesi’ni kapsamlı bir şekilde incelemektedir. Müzenin kuruluş aşamaları, mimari yapısı, işlevleri, koleksiyonları ve yürüttüğü projeler analiz edilmiştir. Baksı Müzesi’nin modern ve geleneksel unsurları bir araya getirerek kültürel mirası korumanın yanı sıra bölge halkına sanat aracılığıyla üretim, eğitim ve ekonomik fırsatlar sunan yenilikçi ve toplumsal dönüşüm yaratan bir müzecilik modeli olduğu ortaya çıkmıştır.
“Kırda Sıra Dışı Bir Yapı: Baksı Müzesi”	Büyükçam ve Eyüboğlu (2024)	Karadeniz Araştırmaları Enstitüsü Dergisi	Çalışma, Baksı Müzesi’ni mimarlıkta bir temsiliyet örneği olarak ele almakta ve yapının yerel mimari doku ve işlevsel pratiklerle kurduğu ilişkileri incelemeyi amaçlamaktadır. Yerinde gözlemler ve çeşitli kaynaklara dayanan analizler doğrultusunda, müzenin mekânsal bağlamla kurduğu çok katmanlı ilişkiler ile “sıra dışı” kimliğine rağmen “sıradanlaşma” arayışı tartışılmaktadır. Geleneksel üretimle çağdaş sanatı buluşturan Baksı Müzesi’nin, kırsalda özgün bir kültürel merkez olarak hem çevresiyle kurduğu uyum hem de öncü yapısı değerlendirilmektedir.
“Türkiye’de Özel Müzecilik ve Baksı Müzesi”	Çelik (2012)	Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Resim Anasanat Dalı Yüksek Lisans Tezi	Çalışma, Türkiye’de müzeciliğin tarihsel gelişimini ele alarak kırsalda kurulan ilk özel müze olan Baksı Müzesi’ni çok yönlü bir örnek olarak incelemektedir. Müzenin kuruluş amacı, mimarisi, işlevleri ve yürüttüğü projeler değerlendirilmiş; geleneksel ile modern buluşturan yapısıyla sadece sergileme değil üretim, eğitim, istihdam ve kültürel mirasa katkı sunduğu ortaya konmuştur. Baksı Müzesi’nin Türkiye müzeciliğine yenilikçi bir bakış kazandırdığı ve sanat ile toplum arasında güçlü bir bağ kurduğu vurgulanmıştır.
“Sanat Kuramları Bağlamında Merkezden Perifere: Baksı Müzesi”	Çelik (2017)	SOBİDER Sosyal Bilimler Dergisi	Baksı Müzesi’ni sanat kuramları çerçevesinde inceleyen bu makalede müzenin kültürel, sosyal ve ekonomik katkıları; Pierre Bourdieu’nün “Alan ve Sermaye” ile “Habitus” kuramları ve Jameson, Foucault gibi düşünürlerin postmodernizm yaklaşımları ışığında analiz edilmiştir. Hem müzenin bölge halkına sağladığı ekonomik destek hem de kültürel aidiyet oluşturma süreçleri değerlendirilmiş, merkeze uzak sanat kurumlarının yaygınlaşmasının önemine vurgu yapılmıştır. Müzenin yerel dinamiklerle kurduğu özgün bağın, diğer periferi bölgelerinde de benzer modellerin geliştirilmesi için örnek teşkil edebileceği ifade edilmiştir.
“Understanding of the Center in Art and Analyzing Baksı Museum through the Search for the Center in Today’s Art”	Çelik (2023)	Yeditepe University Graduate School of Social Sciences Doctor of Philosophy Thesis in Fine Arts Faculty Plastic Arts	Çalışma, sanatın tarihsel süreçte merkez değiştirmesini ekonomik, politik ve toplumsal dönüşümlerle birlikte ele alarak günümüzde “sanatta merkez” kavramının geçerliliğini sorgulamaktadır. Rönesans’tan günümüze uzanan süreçte sanat üretimi ve tüketiminin merkezlerdeki dönüşümünü inceleyen tez, küreselleşmeyle birlikte ortaya çıkan alternatif sanat merkezlerine odaklanmıştır. Bu bağlamda geleneksel merkez-müze anlayışının dışında konumlanmış olan Baksı Müzesi; üretim, kültürel demokrasi, göç, istihdam ve miras gibi kavramlarla kurduğu ilişkiler üzerinden değerlendirilmiştir. Çalışmada müzenin fiziksel

		and Painting Department	konumundan bağımsız biçimde kendi merkezini oluşturduğu ve sanatın yalnızca merkezde değil, çevrede de güçlü biçimde var olabileceği ortaya konmuştur.
“Hüsamettin Koçan’ın Çalışmalarındaki Kültür Varlığı ve Kültür Mirası’na Ait Unsurlar”	Göğebakan (2014)	İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi	Çalışma, kültür varlığı ve kültür mirasının sanatla ilişkisini Hüsamettin Koçan’ın sanatsal üretimi üzerinden ele almakta ve bu değerlerin sanat aracılığıyla nasıl görünür hale geldiğini incelemektedir. Koçan’ın geleneksel motifleri, halk anlatılarını ve sembolleri çağdaş sanat diliyle nasıl yorumladığı analiz edilmiştir. Çalışmada, sanatçının geçmişle kurduğu bu derin ilişkinin somut bir ifadesi olan Baksı Müzesi’nin de kültürel mirasın korunması ve yeniden yorumlanmasında işlevsel bir rol oynadığı belirtilmiş ve kültürel değerlerin sanat yoluyla geleceğe aktarılmasında müzenin hem mekânsal hem de toplumsal düzeyde özgün bir kültürel platform sunduğu ifade edilmiştir.
“Sanat - Girişimcilik - Pazarlama Ekseninde Kültürel Değerin Birlikte Yaratımı: Baksı Modeli”	Gökbulut Özdemir (2024)	Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi	Çalışma, kültürel değer odağında “birlikte değer yaratma” kavramını sanat, girişimcilik ve pazarlama ekseninde ele alarak Baksı Müzesi örneği üzerinden literatür araştırması yöntemiyle incelemiştir. Hüsamettin Koçan’ın bireysel tarihinden evrensel değere uzanan yaratım süreci ile müzenin toplumsal, kültürel ve ekonomik etkileri, karşıtıkların bir arada uyum içinde yer aldığı bütünsel bir model olarak değerlendirilmiştir. Çalışmanın sonucunda müzenin çok boyutlu kapsayıcı yapısıyla birlikte değer yaratma sürecinde özgün bir model sunduğu; sanat, kültür ve turizm alanlarında sosyal ve ekonomik değerlerin eşzamanlı yaratılmasına örnek teşkil ettiği vurgulanmıştır.
“Hüsamettin Koçan’ın Eserlerine ve Baksı Köyüne Şamanist Bir Mit Olarak Yaklaşım”	Gürpınar (2021)	II. Uluslararası Mitoloji Sempozyumu, 8-10 Haziran, Ardahan	Çalışma, Şamanizm’in mitik öğelerinin Türk kültürüne nasıl yerleştiğini ve Baksı köyü ile Hüsamettin Koçan’ın eserlerindeki yansımalarını literatür araştırmasıyla incelemektedir. Anadolu kültürü ve çağdaş sanatın birleşimiyle özgün eserler üreten Koçan’ın şamanik geleneklerle kurduğu kültürel bağlar ele alınmış ve Baksı Müzesi’nin bu etkileri somutlaştıran önemli bir mekân olduğu vurgulanmıştır. Koçan’ın hem bireysel hem de toplumsal tarih bilincini eserlerine yansıtması, kültürel aidiyetin güçlenmesine ve yerel kimliğin korunmasına katkı sağlamış; Baksı Müzesi de izleyicinin geçmişle yüzleşmesini ve farkındalık kazanmasını mümkün kılan özgün bir kültür alanı olarak öne çıkmıştır.
“Kendini Keşfetme Aracı Olarak Kültürel Turizm ve Bölgesel Müzeler: Baksı Müzesi Örnekleme”	Kandemir ve Taştan (2023)	Yakın Mimarlık Dergisi	Çalışma, çağdaş turizm anlayışı doğrultusunda kültür turizminin bireysel ve toplumsal düzeyde “kendini keşfetme” sürecine katkısını ve bölgesel müzelerin bu süreçteki rolünü değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Doküman analizi yöntemiyle yürütülen araştırmada, yerel kimliğin simgesi olarak Baksı Müzesi örneklem alınmıştır. Müzenin kültürel mirasın korunmasına, yerel topluluklarla kurulan diyaloga ve Bayburt’un sosyo-kültürel ve ekonomik gelişimine katkıları değerlendirilmiştir. Geleneksel değerleri çağdaş sanatla buluşturan yapısı ve kazandığı uluslararası görünürlükle Baksı Müzesi, bölgesel müzelerin kültürel turizmdeki dönüştürücü etkisini ortaya koymaktadır.
“Good Practice Example from	Koçan (2015)	ICOM Workshop Regional	Çalışma, Baksı Müzesi’ni modernizmin periferide yarattığı kültürel ve ekonomik tahribata karşı geliştirilmiş sivil ve bütüncül bir çözüm modeli olarak ele almaktadır.

the Baksı Museum”		Museums as Generators of Development, 23-26 July, Bayburt	Çalışmada müzenin göç, kimlik kaybı, üretim, kadın istihdamı, çocukların eğitimi ve kültürel turizm gibi konularla kurduğu çok yönlü ilişkiler analiz edilmiştir. Baksı Müzesi’nin, sanat yoluyla kırsalda toplumsal dönüşüm sağladığı ve merkez-çevre ayrımına alternatif bir kültürel model sunduğu sonucuna ulaşılmıştır.
“Kültür Turizminde Müzelerin Yeri: Baksı Müzesi ve Bayburt Ekonomisine Etkisi”	Korkmaz (2017)	Journal of Yasar University	Çalışma, Baksı Müzesi’nin kültür turizmi çerçevesinde Bayburt’un tanınırlığına ve yerel ekonomisine katkılarını incelemeyi amaçlamaktadır. Müzenin 10. yıl etkinliğine katılan 148 kişiye uygulanan anket sonuçları; frekans, yüzde, ortalama ve logit analizleriyle değerlendirilmiştir. Bulgular, müzenin hem ilin tanıtımına hem de turizm kaynaklı ekonomik hareketliliğe katkı sağladığını göstermektedir. Ayrıca çalışmada, yerel ürünlerin turistik değer olarak sunulması ve müze odaklı kalkınmanın sürdürülebilirliği önerilmektedir.
“Bayburt İli Bayraktar Köyü’ndeki Baksı Müzesi”	Razi (2017)	Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sanat Tarihi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi	Baksı Müzesi’ni özel müzecilik bağlamında inceleyen bu araştırmada, doküman analizi yöntemiyle müzenin kuruluş süreci, işlevi, mimarisi, toplumsal etkileri ve kültürel katkıları değerlendirilmiştir. Baksı Müzesi’nin geleneksel el sanatlarını çağdaş sanatla buluşturan yapısı, kadın ve çocuklara yönelik projeleri, kırsal kalkınmaya katkısı ve kültürel mirasın korunmasındaki rolü analiz edilmiştir. Sonuç olarak, müzenin yalnızca bir sergi mekânı değil; aynı zamanda sanat, eğitim, istihdam ve yerel kalkınma ekseninde çok yönlü bir model sunduğu ortaya konmuştur.
“Baksı: A Museological Model of Hope”	Sandahl (2015)	ICOM Workshop Regional Museums as Generators of Development, 23-26 July, Bayburt	Çalışma, Baksı Müzesi’ni çağdaş müzeciliğe alternatif, yerel kalkınma ve toplumsal dönüşüm odaklı yenilikçi bir model olarak ele almaktadır. Çalışmada müzenin mimarisi, koleksiyon yapısı, üretim odaklı atölyeleri, toplumsal katılımı ve kültürel sürdürülebilirliğe katkıları incelenmiştir. Baksı Müzesi’nin yalnızca sanat eserlerini sergileyen bir kurum olmanın ötesine geçerek, kültürel hafızayı koruyan, kırsalda istihdam yaratan ve merkez-çevre ilişkilerini yeniden tanımlayan bir toplumsal dönüşüm aktörü olarak işlev gördüğü ortaya konmuştur.

Literatürdeki ilgili araştırmalardan da görüldüğü gibi Baksı Müzesi, kültürel girişimcilik alanında yenilikçi ve çok boyutlu bir model sunmaktadır. Müze, geleneksel kültürel mirasın korunması ve çağdaş sanat üretiminin desteklenmesi yoluyla kültürel değerlerin sürekliliğini sağlarken aynı zamanda yerel topluma ekonomik ve sosyal dönüşüm fırsatları yaratmaktadır. Bu bağlamda Baksı Müzesi’nin işlevselliği; kültürel varlıkların korunması, toplumsal katılımın teşvik edilmesi, üretim odaklı eğitim ve istihdamın desteklenmesi, yerel ve küresel ağlarla entegrasyon ve kültür turizmi aracılığıyla bölgesel kalkınmanın sağlanması gibi temel bileşenlerden oluşmaktadır. Müze, merkez-çevre ilişkisini yeniden tanımlayarak kırsal alanda yaratılan kültürel sermayenin ekonomik değerle dönüşümünü mümkün kılmakta ve kültür temelli sürdürülebilir kalkınmaya katkı sağlamaktadır. Böylece müze, kültürel girişimcilik çerçevesinde hem kültürel hem de ekonomik sermayeyi eşzamanlı olarak geliştiren bütüncül bir girişimcilik örneği olarak değerlendirilebilir.

4. YÖNTEM

Araştırma sorusu ve amacı doğrultusunda bu çalışmada nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Araştırmada sınırları belirli bir sistemin derinlemesine olarak tanınması sebebiyle (Güçlü, 2021) örnek olay deseninden faydalanılmıştır.

Araştırmanın evrenini Baksı Müzesi'ni ziyaret eden ve ziyaretlerini dijital ortamda paylaşan ziyaretçiler oluşturmaktadır. Örneklem seçiminde ise amaçlı örnekleme tercih edilmiştir. Bu doğrultuda Baksı Müzesi'ni ziyaret ederek TripAdvisor üzerinden deneyimlerini paylaşan ve sayısı toplamda 29 olan tüm ziyaretçi yorumları araştırma örneklemine dahil edilmiştir. Nitel veri analizinde nicelikten çok verinin derinliği ve sunduğu anlam çeşitliliği esas olduğundan (Braun ve Clarke, 2013; Patton, 2002) anlam yüklü yorumlar sayesinde tematik doygunluğa ulaşıldığı bir uzman görüşü alınarak varsayılmıştır. Bu yönüyle veri seti, araştırma sorularını karşılayacak düzeyde yeterli bulunmuş ve örnek olay incelemesi niteliğinde güçlü çıkarımlar yapılmasına imkân sağlamıştır. Veriler ile ilgili çeşitli istatistik bilgileri Tablo 2'de gösterilmektedir.

Tablo 2. Verilere ait çeşitli istatistikler.

Özellik	Değer
Yorumların Puan Ortalaması	4,6
Toplam Kelime Sayısı	1943
Toplam Karakter Sayısı	11988
Yorum Başına Kelime Sayısı	67
Toplam Yorum Sayısı	29

Bu çalışmada analiz edilen veri seti, Baksı Müzesi'ne ilişkin 29 ziyaretçi yorumundan oluşmakta ve ortalama 67 kelimelik ifadelerle toplamda 1943 kelimeye ulaşmaktadır. Yıldırım ve Şimşek'e (2021) göre nitel araştırmalarda örneklem büyüklüğünden çok, verinin amaca uygun zenginlikte ve çeşitlilikte olması beklenmektedir. Bu yönüyle veri seti, araştırma sorularını karşılayacak düzeyde yeterli bulunmuştur. Verilerin analizinde tündengelim dayalı tematik analizden yararlanılmıştır. Bu doğrultuda literatürden türetilmiş ve önceden belirlenmiş 9 tema altında veriler kodlanmıştır. Literatür araştırmasına dayanılarak oluşturulan 9 tema şu şekildedir (Albinsson, 2017; Çelik, 2017; Çelik, 2023; Dobrev ve Ivanov, 2020; Ellmeier, 2003; Gökbulut Özdemir, 2024; Klamer, 2011; Konrad, 2013; Lounsbury ve Glynn, 2001):

1. Kültürel Değer ve Sanatsal Deneyim
2. Yenilikçilik ve Teknoloji Kullanımı
3. Birlikte Değer Yaratma ve Katılım
4. Yerel Kimlik ve Toplumsal Etki
5. Girişimcilik ve Yönetim Algısı
6. Hikâye Anlatımı ve Kültürel Anlam Üretimi
7. Sosyal Ağlar ve Topluluk Oluşumu
8. Sanata Erişilebilirlik ve Kültürel Demokrasi
9. Sürdürülebilirlik ve Ekolojik Duyarlılık

Kodlama aşamasında ise iki araştırmacı tarafından ayrı ayrı kodlamalar yapılmış ve Miles ve Huberman'ın (1994) kodlayıcılar arası güvenilirlik formülü (görüş birliği / görüş ayrılığı + görüş birliği x 100) kullanılmıştır. İki araştırmacının yapmış olduğu kodlama sayısı sırasıyla 167 ve 155'tir. Kod benzeşim oranı kabul edilebilir seviyede (Creswell, 2009) %92,8 olarak hesaplanmış olup iki araştırmacı tarafından birlikte yapılan analiz sonucu 159 kodlama yapılmıştır.

Araştırma analizi 20 Mayıs 2025 ile 16 Haziran 2025 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Analiz sürecinde MAXQDA programından (2020 sürümü) yararlanılmıştır. MAXQDA programı aracılığı ile nitel verilerin görselleştirilerek daha anlaşılabilir hale gelmesi, bulguların daha açık bir şekilde ifade edilmesine olanak tanımaktadır. Bu bağlamda programda yer alan tek vaka modeli ile kelime bulutundan faydalanılmıştır. Araştırmada veriler Y1, Y2... şeklinde isimlendirilmiştir. İlgili temalar altında çarpıcı olduğu düşünülen çeşitli yorumlara yer verilmiştir.

ve topluluk oluşumu” (23) olarak ifade edilebilir. Aşağıda temalar ve kodlamalara ilgili başlıklar altında detaylı şekilde değinilecektir.

5.1. Kültürel Değer ve Sanatsal Deneyim

Araştırmanın ilk teması olan “kültürel değer ve sanatsal deneyim” altında 23 kodlama yapılmıştır. İlgili tema ziyaretçilerin müzedeki sanatsal ve kültürel deneyimlere dair algıları ve yorumlarını algılamak ve müzenin kültürel miras ve sanat eserlerini sunuş biçiminin ziyaretçiler üzerindeki etkisini ortaya çıkarmak amacıyla araştırma kapsamına dahil edilmiştir. Ziyaretçilerin bazı yorumlarına dair doğrudan alıntılar şu şekildedir:

“Müze ise tek kelimeyle muhteşem. Dış mimarisi orijinal. İçinde ise birçok eser barındırıyor.” (Y7)

“Anadolu’nun bir köyünde bu büyüklük ve güzellikte bir müzenin olacağına ancak görünce inanıyorsunuz.” (Y2)

“...bölge kültürü le evrensel sanatı iç içe yaşatan, etkileyici bir müze deneyimi...” (Y4)

Yukarıda belirtilen ve en etkili olduğu düşünülen yorumlar paralelinde yapılan 23 kodlamanın hepsinde müze ile ilgili olumlu görüşler belirtilmiştir. Tüm yorumlarda müzenin sanat eserlerinin sunuş biçimleri konusunda başarılı olduğu ifade edilmektedir.

5.2. Yenilikçilik ve Teknoloji Kullanımı

Araştırmanın ikinci teması “yenilikçilik ve teknoloji kullanımı” altında yapılan kodlama sayısı 16’dır. İlgili temada müzenin sergileme yöntemlerinde, dijital teknolojilerde ya da deneyimlerde yarattığı yenilikler ve ziyaretçilerin müzede kullanılan teknolojik unsurlar hakkındaki görüşleri araştırılmıştır. Tüm yorumlarda müzenin yenilikçi ve çağdaş bir yaklaşımla teknoloji kullanımının harmanlandığı gözlenmektedir. Bu ifadeleri destekler nitelikte çeşitli doğrudan alıntılar şu şekildedir:

“Mimari yapı oldukça değişik. Konum ve bina bakımından uzay istasyonu diyebileceğiniz bir yer.” (Y1)

“Müze o kadar büyük yapılmıştı ki içindeki eserler adeta yokmuş hissini veriyor. Bina mimari olarak değişik bir tarzda yapılmış.” (Y27)

“...konuk odalarında klima, sıcak su, temiz çarşafklar ve havlular mevcut.” (Y25)

Müzenin en dikkat çekici taraflarından biri mimarisi ve büyüklüğü olarak belirtilmektedir. Bunun yanında konaklamalı bir müze deneyiminin Türkiye’de müzecilik kavramına yeni bir konsept getirdiğini ifade etmek doğru olacaktır.

5.3. Birlikte Değer Yaratma ve Katılım

Araştırmanın üçüncü temasında “birlikte değer yaratma ve katılım” 18 kodlama yapılmıştır. Temada ifade edilen kavramlar ziyaretçilerin müze ile etkileşim şekilleri, ortak değer yaratma deneyimleri (örneğin atölye çalışmaları, etkinlikler, rehberli turlar) ile ziyaretçilerin kendilerini sürece nasıl dahil hissettikleridir. Yorumlarda müze ziyaretçilerinin dünyadan bağlarını kopararak sanata ve müzeye büyük ilgi duydukları ve sanatsal deneyimi yüksek seviyede yaşadıkları görülmektedir. Konu ile ilgili çeşitli doğrudan alıntılar şu şekildedir:

“...Sergi salonlarında değerli sanatçıların eserleri, atölyeler, müze, konuk evi. Mutlaka gezip görülesi müthiş bir müze.” (Y5)

“3 gün sürecek seminer programımız için buradayız. Doğa ile iç içe, temiz hava. Personel güler yüzlü ve ilgili, konuk odalarında klima, sıcak su, temiz çarşafklar ve havlular mevcut. Şehirden uzaklaşıp, soyutlanmak için daha iyisi olamaz.” (Y25)

“3 büyük sanatçının bir akşamüstü müze de verdiği konser harikaydı. Çimlere oturarak konser izledik.” (Y23)

Müzenin sadece eser gösteriminde bulunmayıp aynı zamanda bölgeye ve ziyaretçilere olan katkıları (atölyeler, etkinlikler gibi) ziyaretçilerin deneyimini artırmakta ve müzenin eşsizliğini ortaya koymaktadır. Ziyaretçiler de yorumlarında deneyimlerinin benzersiz olduğunu belirtmektedirler.

5.4. Yerel Kimlik ve Toplumsal Etki

Araştırmanın dördüncü temasında “yerel kimlik ve toplumsal etki” 12 kodlama yapılmıştır. İlgili temada ifade edilmek istenen kavramlar müzenin yerel toplum ve kültüre etkisi ile toplumsal katılım ve kültürel devamlılık olarak ifade edilebilir. Müzenin Bayburt’un bir köyünde kurulmuş olması ve bulunduğu bölge insanını da sürece dahil etmiş olması yerel toplum ve kültürle olan etkileşimi artırmıştır. Çeşitli katılımcı yorumları şu şekildedir:

“Bayburtlular böyle bir müzeye sahip oldukları için gurur duyuyorlar.” (Y1)

“Gerçekten o çorak araziye böyle bir yatırım yapılmış olması harikulade. Değerinin bilinmesi gereken Bayburt için çok önemli bir kazanım. Yöre halkının ufkunu açacak, aynı zamanda da turist sayısının artmasına vesile olacak değerli bir eserler merkezi.” (Y22)

“Kendi tanımlarıyla; (Baksı Müzesi, kendisini sadece seyirlik bir müze olarak sınırlamayan, o bölgede yaşayan insanlara imkânlar sağlayan, eğitim veren, o topraklarda yaşamayı bir sevinç haline getirmek isteyen bir müzedir.)” (Y19)

Yerel kimlik ve toplumsal etki müzenin kuruluş amaçlarından birisidir. Baksı Müzesi’nin web sayfasında da görülebileceği gibi müze yalnızca seyirlik bir mekân olmanın ötesine geçerek bulunduğu bölgeye katma değer kazandırmayı amaçlamış; bölge halkını sanatla buluşturma ve kültürel gelişime katkıda bulunma hedeflerini benimsemiştir.

5.5. Girişimcilik ve Yönetim Algısı

Araştırmanın beşinci teması “girişimcilik ve yönetim algısı” 14 kodlamaya sahiptir. Temada araştırılan kavramlar müzenin profesyonellik, yönetim ve organizasyon kalitesiyle müze deneyiminin ekonomik ve sosyal sürdürülebilirlik açısından yorumlanmasıdır. Konu ile ilgili bazı yorumlar şu şekildedir:

“Güzel yemek, güler yüzler nazik ve kaliteli hizmet ve çok zarif döşenmiş bir mekân...” (Y20)

“Personel son derece misafirperver...” (Y8)

“Telefonda konuştuğum kişi kapıda bekliyordu. Giriş ücretsiz, buyur etti, içeri girer girmez müzenin içerisinde bir şey olmadığı hissine kapıldım. Müze o kadar büyük yapılmıştı ki içindeki eserler adeta yokmuş hissini veriyor.” (Y27)

Müzenin profesyonellik ve organizasyonel yapısı ziyaretçiler tarafından takdir edilmiştir. Özellikle müze çalışanlarının ziyaretçilere olan nazik tutumu ve yardımseverliği ziyaretçiler tarafından ön plana çıkarılan bir durumdur.

5.6. Hikâye Anlatımı ve Kültürel Anlam Üretimi

Altıncı tema olan “hikâye anlatımı ve kültürel anlam üretimi” 13 kodlamaya sahiptir. Tema altında araştırılan kavramlar hikâye anlatımının ziyaretçiler üzerindeki etkisi ve kültürel bağlam yaratmadaki rolü ile eserlerin anlatımı ve ziyaretçilerin bu eserleri anlamlandırma sürecidir. Çeşitli doğrudan alıntılar şu şekildedir:

“Kurucu Hüsamettin Hoca bu köylüymüş. Müze ile köyünü Dünyaya tanıtmış. Müze Avrupa Parlamenterler Meclisi tarafından verilen “2014 Yılı Avrupa Konseyi Müze Ödülü” almış.” (Y1)

“O müzenin orada ne işi var diye kendinize sorduğunuzda, Baksı müzesinin hikâyesini neden orada olduğunu müzede görevli köyün muhtarından dinleyin. Keşke herkes köyüne bu kadar bağlı olabilseydi...”(Y24)

“Müzeden fazlası Bayburt’un bir dağ köyünde doğup şehirde var olan, sonra büyük hayalini gerçekleştirmek için tekrar uzaktaki köyüne el atan bir çocuğun öykülerini bulacağınız bir müze...” (Y10)

Ziyaretçilerin müzenin hikâyesini öğrendiklerinde müzeye ve müze kurucusu Prof. Dr. Hüsamettin Koçan’a olan saygılarının arttığını ifade ettikleri görülmektedir. Bayburt’un kırsalında doğup büyümüş birinin bu bölgeye bir vefa örneğinde bulunması ziyaretçileri etkilemektedir. Müzenin 2014 yılında Avrupa Konseyi tarafından ödül almış olması da ziyaretçilerin müzeye bakış açılarını etkilemektedir.

5.7. Sosyal Ağlar ve Topluluk Oluşumu

Araştırmanın yedinci teması “sosyal ağlar ve topluluk oluşumu” olarak gösterilmiştir. Bu tema altında 23 kodlama yapılarak sanatçılarla kurulan bağ, müze çevresinde topluluk oluşturma eğilimi ve müze deneyiminin paylaşımı kavramları araştırılmıştır. Bazı doğrudan alıntılar şu şekilde gösterilebilir:

“Arkadaşım internet ten görmüş, tavsiye üzerine gittim.” (Y27)

“Baksı Dostlarına internetten bağış yapılabilir. Ayrıca içinde kurulan kütüphaneye kitap bağışı da kabul edilmektedir. Gidilmeli ve görülmelidir.” (Y21)

“Farklı bir deneyim, huzur, sakinlik, şahane meditasyon için konaklamalı gidilmeli.” (Y19)

Ziyaretçilerin müze deneyimlerini paylaştıkları ve tavsiye ettikleri yorumlarda izlenmektedir. Bununla birlikte ziyaretçiler müze çerçevesinde oluşturulan yardımlaşma ve bağış faaliyetlerini desteklemektedirler. Sanatçılarla kurulan bağ seviyesi ise yüksek düzeydedir. Bu durumun oluşmasındaki etkenler diğer temalarda da görülmektedir.

5.8. Sanata Erişilebilirlik ve Kültürel Demokrasi

Sekizinci tema ise “sanata erişilebilirlik ve kültürel demokrasi” üzerine oluşturulmuştur. Tema altında 12 kodlama yapılmış olup tema altında ziyaretçilerin müzeye ulaşım, bilgilendirme, fiziksel erişim ve katılım hakkındaki değerlendirmeleri araştırılmıştır. Kültürel demokrasi bölümünde ise müzenin farklı sosyo-kültürel gruplara açık olup olmadığına dair yorumlar (örneğin çocuklar, yaşlılar, engelliler, kırsal kesimden gelen ziyaretçiler) araştırılmıştır. Konu ile ilgili çeşitli doğrudan alıntılar şu şekildedir:

“Saat 23 gibi aradık. Konuştuğumuz kişi saat önemli değil, geç te olsa gezebilirsiniz dedi.” (Y27)

“Bölgede yaşayan insanlara sanatla tanışma imkânı sağlayan, eğitim veren...” (Y20)

“Salı günleri giriş ücretini bir firma karşılıyormuş. Bu da güzel bir tesadüf oldu bizim için.” (Y18)

Ziyaretçilerin yorumları incelendiğinde sanata erişilebilirlik konusunda müzenin büyük bir özveriyle hizmet verdiği görülmektedir. Klasik müzeciliğin aksine müzede konaklama yapılabilirliği ve müze mesai saatlerinin esnekliği müzeyi farklı kılmaktadır. Kimi zaman sanatçıların bizzat müzede tanıtım yaptıkları ve misafir karşıladıkları yorumlarda görülmektedir. Kültürel demokrasi kısmında ise müzenin kendisinin kırsala konumlandırılmasıyla bölgeler arası sanatsal anlamda dengeli kalkınma unsuru olarak ifade edilebilir.

5.9. Sürdürülebilirlik ve Ekolojik Duyarlılık

Araştırmanın dokuzuncu ve son teması “sürdürülebilirlik ve ekolojik duyarlılık” başlığı altında incelenmiştir. Bu temada toplam 28 kodlama yapılmış olup en çok kodlama yapılan temadır. Temada müzenin fiziksel yapısı ve etkinliklerinin doğaya, çevreye ve sürdürülebilirliğe duyarlılığına dair algılarla birlikte ziyaretçilerin doğal çevreyle bütünleşmiş kültürel deneyim hakkındaki yorumları incelenmiştir. Çeşitli doğrudan alıntılar şu şekildedir:

“Bayburt Baksı köyünde kurulmuş olan bu müze bir vaha gibi sessiz sakin. Çoruh nehrinin sesi ile huzur bulunan bir eser kütüphanesi de var. (Y15)

“Çarpıcı doğa ile kombine saf sanat...” (Y16)

“Çoruh nehrinin sesi dışında hiçbir sesin duyulmadığı huzurlu bir ortamda sanat...” (Y20)

Ziyaretçi yorumlarında müzenin çevresel ve kültürel sürdürülebilirliğe değer veren bir anlayışla hizmet verdiği görülmektedir. Müzenin bulunduğu doğa ile bütünleşerek ziyaretçilerine benzersiz bir deneyim yaşattığı ziyaretçi yorumlarından anlaşılmaktadır.

6. TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu çalışma kapsamında ziyaretçi deneyimlerine dayalı olarak Baksı Müzesi'nin kültürel girişimcilik bağlamında çok katmanlı işlevselliği ve özgün müzecilik yaklaşımı analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular müzenin yalnızca sanat eserlerini sergileyen bir yapı olmanın ötesine geçerek kültürel, toplumsal ve çevresel birçok boyutta anlam üreten dinamik bir kurum olarak işlev gördüğünü ortaya koymaktadır.

Kültürel değer ve sanatsal deneyim teması, müzenin sunduğu sanatsal ortamın ziyaretçilerde estetik bir hayranlık ve kültürel farkındalık yarattığını göstermektedir. Ziyaretçiler müzenin mimarisini, koleksiyonlarını ve sergileme biçimlerini olumlu ve etkileyici olarak değerlendirmiştir. Çelik (2023), müzede gerçekleşen tüm faaliyetlerin ortak noktasının insan olduğunu öne sürmüştür. Sergiler, etkinlikler, atölyeler ve ödüller coğrafyayı vurgulamakta, yeni etkileşim alanları yaratmakta, hiyerarşiyi kaldırmakta ve uzlaştırıcı bir rol üstlenmektedir. Çelik, bu konuyla ilgili olarak Cumhuriyet döneminde planlanan kültürel gelişim projelerinin bugün Baksı Müzesi'nde yaşama geçtiği izlenimi oluşturduğundan bahsetmiştir.

Yenilikçilik ve teknoloji kullanımı bağlamında müzenin mimari yapısı ve teknolojiyle entegrasyonu, geleneksel müzecilik anlayışını aşan çağdaş bir yaklaşımı yansıtmaktadır. Özellikle konaklamalı müze deneyimi ve dijital uygulamalar, ziyaretçilere özgün bir deneyim imkânı sunmaktadır. Bir diğer tema olan girişimcilik ve yönetim algısı teması ise müzenin kurumsal profesyonelliğini ve ziyaretçi memnuniyetini ön planda tutan yönetim anlayışını ve sürdürülebilir bir kültürel işletme modeli sunduğunu göstermektedir.

Birlikte değer yaratma ve katılım teması altında, atölyeler, etkinlikler ve sosyal programlar aracılığıyla ziyaretçilerin müze deneyimine aktif biçimde katıldıkları ve bu süreçte hem bireysel hem de kolektif anlamlar ürettikleri gözlemlenmiştir. Bu katılımı destekleyen bir yaklaşım olarak, Çelik (2023) Baksı Müzesi'nin farklı platformlarda ilgi yaratıp sanat yoluyla bu platformlarla iletişim kurmayı hedeflediğini ve bu nedenle faaliyetlerini sürekli proje üreterek proje odaklı yürüttüğünü belirtmiştir. Baksı Hüsam Köklü Eğitim Merkezi, Ütopya Atölyeleri, "Lezzetin Kültürü" yerel mutfak projesi, "Geleceğe Açılan Kapılar" turizm projesi ve "Çözgüdeki Anadolu" kilim dokuma atölyesi, bu proje odaklı yaklaşımın somut örneklerindedir (Baksı Müzesi, t.y.d.). Daha geniş bir perspektiften bakıldığında, Çelik (2017) müzeye eserleriyle bağış yapan sanatçıların yalnızca müzede kalmak ya da meşruluk kazanmak için hareket etmediklerini; müzenin kurulmasına ve koleksiyonun büyümesine katkıda bulunmayı amaçladıklarını ve böylece başlangıçta ekonomik değer taşıyan eserlerin zamanla sosyal sermayeye dönüştüğünü vurgulamıştır. Başka bir deyişle, bu süreç, karşılıklı tanıma ve tanınma ilişkilerinin sürekliliğine dayanan ve hem mevcut hem de potansiyel kaynakları bir araya getiren sosyal sermaye aracılığıyla ilerlemektedir. Böylece müzenin birlikte değer yaratma ve katılım çabaları güçlendirilmiş olmaktadır.

Yerel kimlik ve toplumsal etki açısından Baksı Müzesi kırsal kalkınmaya katkı sunan bir kültürel merkez olarak konumlanmıştır. Yerel halkla kurduğu etkileşim, kültürel sürekliliği destekleyerek toplumsal aidiyet duygusunu güçlendirmiştir. Büyükçam ve Eyüboğlu (2024) da Baksı Müzesi'nin sıradanlaşma, bir başka deyişle halkın gündelik hayatına ve kültürüne daha fazla karışarak benimsenme sürecinde en etkili uygulamalardan birinin, yerel halkın istihdam edilmesi olduğunu vurgulamışlardır. Atölyelerden mutfak ve konuk evlerine kadar birçok alanda yörede yaşayan kadın ve erkeklere iş imkânı sağlanması, müze ile yerel halk arasında karşılıklı somut faydaların oluşmasına yol açmaktadır. Bu konuyla ilgili olarak Kandemir ve Taştan (2023), Baksı Müzesi'nde amacın yalnızca zanaat eserlerini sergilemek olmadığını; aynı zamanda geleneksel üretim yöntemleri için araştırma ve uygulama zemini oluşturarak bu yöntemlerin geleceğe aktarılmasını sağlamak olduğunu belirtmişlerdir. Böylece müze, bölge halkının kendini keşfetmesini teşvik ederek ekonomik kalkınmaya katkı sunmaktadır.

Hikâye anlatımı ve kültürel anlam üretimi çerçevesinde müzenin kuruluş hikâyesi ve kurucusunun kişisel yolculuğu, ziyaretçilerin duygusal bağ kurmasını sağlayarak müzeyi bir mekândan öteye taşımıştır. Lounsbury ve Glynn'in (2001) de savunduğu gibi girişimcilerin, kimliklerini ve sahip oldukları kaynakların ya da fikirlerin topluma ve tüketicilere nasıl katkı sağlayacağını etkili biçimde anlatan hikâyeler geliştirebilecek yetkin kültürel aktörler olmayı öğrenmeleri gerekmektedir. Baksı Müzesi, kurucusu Koçan'ın ifadesiyle bir kendini hatırlama ve geri dönüş hikâyesidir (Gökbulut Özdemir, 2024) ve müze içinde sunulan her şey bu hikâyenin bir parçası olarak aslında insanoğlunun hikâyesini yansıtmaktadır.

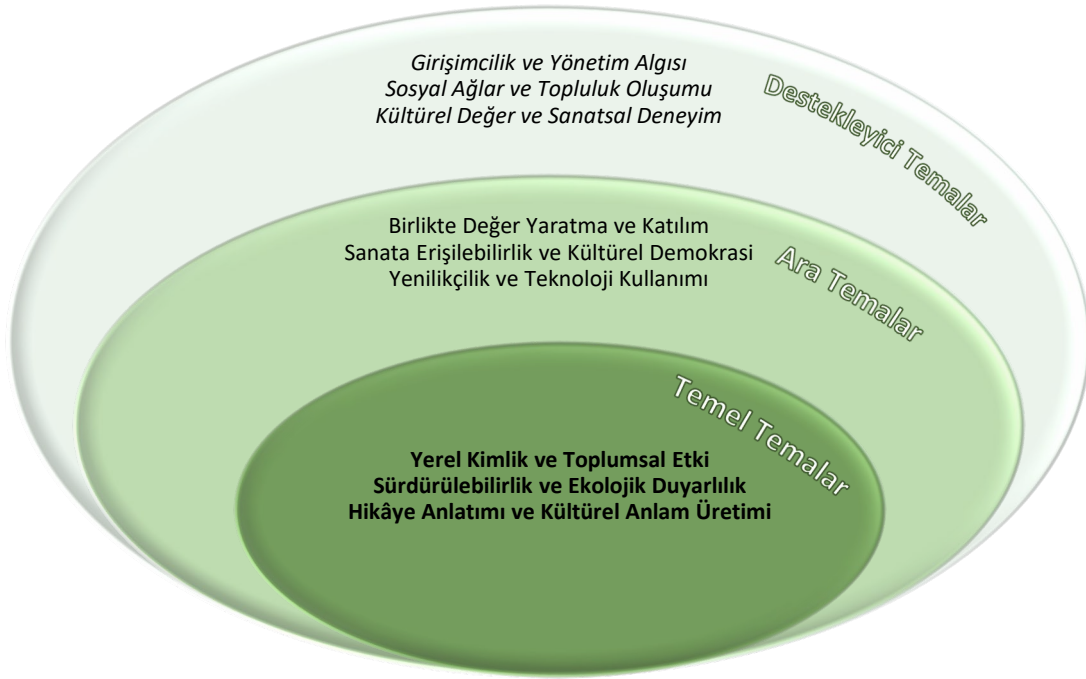
Sosyal ağlar ve topluluk oluşumu temasında müzenin dijital mecralar ve ziyaretçi toplulukları aracılığıyla geniş bir kültürel paylaşım alanı sunduğu, bağış ve gönüllülük gibi etkileşimlerle topluluk bilinci oluşturduğu görülmektedir. Sosyal ağ oluşumu Konrad'ın (2013) da belirttiği gibi kültürel girişimciliğin önemli bir başarı faktörüdür ve girişimcilerin sosyal ağ kurma becerileri, kültür sektöründeki birçok engeli aşabilmek adına önem taşımaktadır. Sosyal ağ ve topluluk oluşumunun önemli bir sonucu tanınırlıktır. Korkmaz'ın (2017) çalışmasında Baksı Müzesi'nin tanınırlığının, ilin tanınırlığını artırdığı; aynı şekilde ilin tanınırlığının da müzenin tanınırlığını etkilediği sonucuna varılmıştır. Özellikle müze hakkında bilgi sahibi olunmasının, ilin tanınma olasılığını önemli ölçüde artırdığı dikkat çekmektedir.

Sanata erişilebilirlik ve kültürel demokrasi bağlamında müzenin fiziksel, ekonomik ve sosyal erişim konusunda kapsayıcı bir politika izlediği; farklı sosyo-kültürel gruplara açık bir yapıya sahip olduğu anlaşılmaktadır. Çelik'in (2023) de değindiği gibi Avrupa Konseyi Parlamenterler Meclisi tarafından Baksı Müzesi'ne verilen "Yılın Müzesi" ödülünün dayanağı olan kültürel demokrasiye katkı vurgusu, müzenin etkinliklerinde açıkça görülmektedir. Müze, bölge halkının doğdukları yerde mutlu olabileceğini göstermeyi ve özellikle kadınlar ile çocuklara yönelik çalışmalar yapmayı amaçlayan bir yapıdır. Örneğin müzenin etkinliklerinden biri olan Ütopya Atölyeleri, katılımcıların doğayla iç içe bir ortamda çağdaş sanatın yenilikçi yönlerini keşfetmelerini ve pratik uygulamalarla yaratıcı üretimler gerçekleştirmelerini sağlamakta; aynı zamanda eleştirel düşünme becerilerini geliştirmekte ve toplumsal ile kültürel konulara duyarlılık kazandırmaktadır (Baksı Müzesi, t.y.c).

Son olarak sürdürülebilirlik ve ekolojik duyarlılık teması, Baksı Müzesi'nin doğal çevreyle kurduğu uyumlu ilişkiler ve ekolojik hassasiyetler doğrultusunda şekillenen uygulamalarıyla sürdürülebilir müzecilik adına önemli bir örnek teşkil ettiğini ortaya koymuştur. Gökbulut Özdemir (2024) bu konuda, Baksı'nın mimarisi ve değerlerinin coğrafyadan etkilenmekle kalmayıp, aynı zamanda coğrafyaya katkıda bulunarak onu şekillendirdiğini belirtmektedir. Müze, yerel değerleri korurken doğa ve coğrafyanın ritmine uyum sağlamış ve insanlara estetik, ekonomik ve kültürel değerler sunmuştur.

Araştırmanın önemli bir çıktısı, kültürel girişimcilik kapsamında tanımlanan dokuz temanın önceliklendirilerek temel, ara ve destekleyici temalar olarak gruplanmasıdır. Şekil 5'te gösterilen bu tematik önceliklendirme modeli, Baksı Müzesi'nin kültürel girişimcilik alanındaki güçlü ve öncelikli alanlarını ortaya koymaktadır.

Şekil 5: Baksı Müzesi'nin kültürel girişimcilik bağlamında tematik önceliklendirme modeli.



Şekil 5'te ortaya konan tematik önceliklendirme modelinde Baksı Müzesi'nin kültürel girişimcilik bağlamında sahip olduğu çok katmanlı etkiler ve işlevler net biçimde görülmektedir. Temel temalar; müzenin varlık sebebini, kimliğini ve en güçlü etkilerini doğrudan açıklayan konulardır ve Baksı Müzesi'nin kendine özgü misyonunu, mekânsal ve kültürel bağlamını en derinden temsil eden, tüm diğer temaların üzerine inşa edildiği ana unsurları işaret etmektedir. Temel temalar olarak belirlenen "yerel kimlik ve toplumsal etki", "sürdürülebilirlik ve ekolojik duyarlılık" ile "hikâye anlatımı ve kültürel anlam üretimi" temaları; müzenin hem coğrafi hem de kültürel bağlamda taşıdığı özgünlüğün ve güçlü bağlılığın göstergesidir. Bu temaların temel temalar olarak belirlenmesinin en önemli sebebi, Baksı Müzesi'nin Bayburt'un kırsalında kurulmuş olması ve bu bölgeyle kurduğu ilişkidir. Müzenin hem kurucusunun hem de kendisinin özgün bir hikâyeye sahip olması, ödüller almış olması gibi sebepler de temel temaların önemli öncülleridir.

Ara temalar, temel temaların etkisini ve işlevselliğini zenginleştiren, onları destekleyen ve deneyimin kalitesini artıran unsurlardır. Bu temalar, müzenin temel değerlerini daha somut ve işlevsel hale getirmektedir. Bu doğrultuda araştırmanın ara temaları; "birlikte değer yaratma ve katılım", "sanata erişilebilirlik ve kültürel demokrasi" ve "yenilikçi ve teknoloji kullanımı" olarak belirlenmiştir.

Destekleyici temalar ise müzenin operasyonel, sosyal ve kültürel sürdürülebilirliğini güçlendiren ve temel ile ara temaların etkisini pekiştiren unsurlardır. Araştırma sonucunda ortaya çıkan destekleyici temalar arasında "girişimcilik ve yönetim algısı", "sosyal ağlar ve topluluk oluşumu" ile "kültürel değerler ve sanatsal deneyim" yer almaktadır. Bu temaların en önemli çıktıları; ziyaretçi memnuniyetinin artırılması, sosyal medya üzerinden tanıtımın yapılabilmesiyle tavsiye etme ve müzenin sürdürülebilir başarısını ortaya koyması olarak ifade edilebilir.

Tüm bu bulgular ışığında Baksı Müzesi; sanat, kültür, doğa ve toplum arasında güçlü bağlar kuran, çok boyutlu ve bütüncül bir kültürel kurum olarak değerlendirilmektedir. Periferide yer almasına rağmen ulusal ve uluslararası düzeyde etkili bir kültürel aktör haline gelmiştir. Baksı Müzesi örneğinden de görüldüğü üzere kültürel girişimcilik; ekonomik, sosyal ve kültürel boyutları iç içe geçmiş, çok katmanlı bir olgudur. Girişimcilerin hem piyasa koşullarına uyum sağlamaları hem de kültürel değerleri yaşatıp yenilikçi biçimde yeniden üretmeleri gerekmektedir. Bu süreçte hikâye anlatımı, sosyal ağlar, teknolojik yenilikler ve kolektif eylemler önemli bileşenler olarak ön plana çıkmaktadır. Çalışmanın bulgularından hareketle kültürel girişimcilik ile ilgili şu öneriler geliştirilebilir:

- Kültürel girişimcilere yönelik finansal destek programları, hibe ve kredi imkânları artırılmalı; bürokratik işlemler sadeleştirilmelidir.
- Kültürel girişimcilere girişimcilik, finansman yönetimi, pazarlama ve dijital teknolojiler gibi alanlarda özel eğitim ve danışmanlık hizmetleri sunulmalıdır.
- Kültürel girişimcilerin iş birliği yapabileceği, deneyim paylaşabileceği ve kaynaklara erişebileceği sosyal ağlar ve platformlar oluşturulmalıdır.
- Kültürel girişimcilik, yerel kalkınma stratejileri içinde yer almalı ve bölgesel özelliklere uygun politikalar geliştirilmelidir.
- Kültürel girişimlerin kendine özgü hikâyelerini etkili şekilde anlatmaları için destek sağlanarak marka ve değer yaratmaları teşvik edilmelidir.
- Dijitalleşme ve teknoloji kullanımına yönelik yatırımlar artırılarak, kültürel ürün ve hizmetlerin erişilebilirliği ile yenilikçi sunumu desteklenmelidir.
- Kültürel girişimciliğin sürdürülebilir olması için çevresel ve sosyal boyutlar göz önünde bulundurulmalı; iş birlikleri ve kolektif projeler desteklenmelidir.

Bu çalışmanın en önemli sınırlılığı, verilerin yalnızca TripAdvisor platformundaki ziyaretçi yorumları ile sınırlandırılmasıdır. Bu sınırlılığın olası etkisi, çalışmanın bulgularının genellenebilirliğini ve kapsamını kısıtlamasıdır. Gelecek araştırmalarda, örneklem çeşitlendirilerek ziyaretçilerin motivasyonları, beklentileri ve deneyim algıları daha derinlemesine incelenebilir. Bunun için anketler ve ölçekli ölçümlerle nicel veri toplanabileceği gibi derinlemesine görüşmeler, odak grup çalışmaları ve katılımcı gözlem gibi nitel yöntemler de kullanılabilir. Ayrıca, müzenin bölgesel ve kültürel etkisinin artırılması amacıyla yerel halk, müze çalışanları ve diğer paydaşların görüşlerinin analiz edildiği kapsamlı saha çalışmaları yürütülebilir; bu çalışmalar hem topluluk temelli etkiyi hem de müze ile toplum arasındaki etkileşimi ortaya koyabilir.

Beyan ve Açıklamalar

1. Bu çalışmanın yazar/ları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduğunu kabul etmektedirler.
2. Yazar/lar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir.
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir.

KAYNAKÇA

- Acheson, K., Maule, C. J. ve Filleul, E. (1996). Cultural Entrepreneurship and the Banff Television Festival. *Journal of Cultural Economics*, 20, 321-339.
- Albinsson, S. (2017). What is so "Cultural" about Cultural Entrepreneurship. *Essays in Economic & Business History*, 35(1), 365-390.
- Aytekin, O. ve Razi, A. (2015). Baksı Müzesi. *Turkish Studies*, 13(18), 225-250.
- Baksı Müzesi (t.y.a). Hakkımızda. (12.06.2025) <https://baksi.org/hakkimizda>
- Baksı Müzesi (t.y.b). Müze. (12.06.2025) <https://baksi.org/muze>
- Baksı Müzesi (t.y.c). Ütopya Atölyeleri: "Çok Seçenekli Bir Yaratma Yolculuğu". (15.06.2025) <https://baksi.org/utopya-atolyeleri>
- Baksı Müzesi (t.y.d). Projeler. (29.11.2025) <https://baksi.org/projeler>
- Betzler, D. ve Camina, R. (2020). Cultural Entrepreneurship Using the Example of Uli Sigg as Patron and Mediator of Contemporary Chinese Art. *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 50(1), 1-15.
- Braun, V. ve Clarke, V. (2013). *Successful Qualitative Research: A Practical Guide for Beginners*. Sage.
- Büyükçam, S. F. ve Eyüboğlu, H. (2024). Kırdı Sıra Dışı Bir Yapı: Baksı Müzesi. *Karadeniz Araştırmaları Enstitüsü Dergisi*, 10(21), 95-104.
- Creswell, J. W. (2009). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage.

- Çelik, Ş. (2012). *Türkiye’de Özel Müzecilik ve Baksı Müzesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Atatürk Üniversitesi.
- Çelik, M. F. (2017). Sanat Kuramları Bağlamında Merkezden Perifere: Baksı Müzesi. *The Journal of Social Sciences*, 16(16), 403-413.
- Çelik, E. Ö. (2023). Understanding of the Center in Art and Analyzing Baksı Museum through the Search for the Center in Today's Art. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Yeditepe Üniversitesi.
- Dobрева, N. ve Ivanov, S. (2020). Cultural Entrepreneurship: A Review of the Literature. *Tourism & Management Studies*, 16(4), 23-34.
- Dönmezer, S. (1978). *Sosyoloji*, 7. Baskı, Nihad Sayar Yayın ve Yardım Vakfı.
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*, HarperCollins e-books. Elde edilme tarihi: 10 Haziran 2025, <https://rudyc.com/InovBis/Peter%20F.%20Drucker%20-%20Innovation%20and%20Entrepreneurship-1985.pdf>
- Ellmeier, A. (2003). Cultural entrepreneurialism: On the Changing Relationship Between the Arts, Culture and Employment. *The International Journal of Cultural Policy*, 9(1), 3-16.
- Gehman, J. ve Soublière, J. F. (2017). Cultural Entrepreneurship: From Making Culture to Cultural Making. *Innovation*, 19(1), 61-73.
- Göğebakan, Y. (2014). Hüsamettin Koçan’ın Çalışmalarındaki Kültür Varlığı ve Kültür Mirası’na Ait Unsurlar. *İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, 4(10), 47-57.
- Gökbulut Özdemir, Ö. (2020). Hüsamettin Koçan ile BAKSI Müzesi Üzerine, tamsanat Online Sohbetler Serisi, Elde edilme tarihi: 29 Haziran 2025, <https://tamsanat.net/online/husamettin-kocan-baksi-muzesi/>
- Gökbulut Özdemir, Ö. (2024). Sanat – Girişimcilik - Pazarlama Ekseninde Kültürel Değerin Birlikte Yaratımı: Baksı Modeli. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(3), 691-709.
- Güçlü, İ. (2021). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Nika Yayınevi.
- Gürpınar, U. (2021). Hüsamettin Koçan’ın Eserlerine ve Baksı Köyüne Şamanist Bir Mit Olarak Yaklaşım. *II. Uluslararası Mitoloji Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, Ardahan Üniversitesi Yayınları, 535-550.
- Hausmann, A. ve Heinze, A. (2016). Entrepreneurship in the Cultural and Creative Industries: Insights from an Emergent Field. *Artivate*, 5(2), 7-22.
- Haviland, W. A.; Prins, H. E. L.; Walrath, D. ve McBride, B. (2008). *Kültürel Antropoloji*, (Çev: İ. D. E. Sarioğlu), Kaktüs Yayınları.
- Kandemir, Ö. ve Taştan, S. (2023). Kendini Keşfetme Aracı Olarak Kültürel Turizm ve Bölgesel Müzeler. *Yakın Mimarlık Dergisi*, 7(1), 115-136.
- Klamer, A. (2011). Cultural Entrepreneurship. *The Review of Austrian Economics*, 24, 141-156.
- Koçan, H. (2015). Good Practice Example from the Baksı Museum. *Icom Workshop “Regional Museums as Generators of Development”*, Baksı Art and Culture Foundation, 75-80.
- Konrad, E. D. (2013). Cultural Entrepreneurship: The Impact of Social Networking on Success. *Creativity and Innovation Management*, 22(3), 307-319.
- Korkmaz, Ö. (2017). Kültür Turizminde Müzelerin Yeri: Baksı Müzesi ve Bayburt Ekonomisine Etkisi. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 12(45), 32-47.
- Lounsbury, M. ve Glynn, M. A. (2001). Cultural Entrepreneurship: Stories, Legitimacy, and the Acquisition of Resources. *Strategic Management Journal*, 22(6-7), 545-564.
- Merdan, E. (2022). Kültürel Girişimcilik. *Girişimcilikte Güncel Yaklaşımlar*, (Ed: A. B. Solmaztürk ve B. Hırlak), Eğitim Yayınevi.
- Miles, M. B. ve Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Source Book*. Sage.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative Research & Evaluation Methods*. Sage.

- Payne, A. F., Storbacka, K. ve Frow, P. (2008). Managing the Co-creation of Value. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 36, 83-96.
- Prahalad, C. K. ve Ramaswamy, V. (2004). Co-creation Experiences: The Next Practice in Value Creation. *Journal of Interactive Marketing*, 18(3), 5-14.
- Ranjan, K. R. ve Read, S. (2016). Value Co-Creation: Concept and Measurement. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 44, 290-315.
- Ratten, V. ve Ferreira, J. J. (2017). Future Research Directions for Cultural Entrepreneurship and Regional Development. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 21(3), 163-169.
- Razi, A. (2017). Bayburt İli Bayraktar Köyü'ndeki Baksı Müzesi. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Yüzüncü Yıl Üniversitesi.
- Sandahl, J. (2015). Baksı: A Museological Model of Hope. *Icom Workshop "Regional Museums as Generators of Development"*, Baksı Art and Culture Foundation, 71-73.
- Scott, M. (2012). Cultural Entrepreneurs, Cultural Entrepreneurship: Music Producers Mobilising and Converting Bourdieu's Alternative Capitals. *Poetics*, 40(3), 237-255.
- Toghraee, M. T. ve Monjezi, M. (2017). Introduction to Cultural Entrepreneurship: Cultural Entrepreneurship in Developing Countries. *International Review of Management and Marketing*, 7(4), 67-73.
- Tullin, P. (2012). Why Cultural Entrepreneurship is a Win-Win Scenario for the Sector. The Guardian. Elde edilme tarihi: 23 Haziran 2025, <https://www.theguardian.com/culture-professionals-network/culture-professionals-blog/2012/sep/24/cultural-entrepreneurship-technology-remix-ebook>
- Turhan, M. (1972). *Kültür Değişmeleri: Sosyal Psikoloji Bakımından Bir Tetkik*, 2. Baskı, Milli Eğitim Basımevi.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2021). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, 12. Baskı, Seçkin Yayıncılık.