

Kültürel Sosyal Eylemlerin Sanatla Buluşması: Kültür Endüstrisi ve Türkiye’de Banka Müzeler

Cultural Social Actions Meet With Art: The Cultural Industry and Bank Museums in Turkey

Yaşar ÖZRİLİ 

Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Sanat Tarihi Bölümü, Van, Türkiye



Atıf: Özrili, Y. (2023). Kültürel sosyal eylemlerin sanatla buluşması: Kültür endüstrisi ve Türkiye’de banka müzeler. *Culture and Civilization*, 5, 1-9.

Geliş Tarihi/Received: 08.06.2023

Kabul Tarihi/Accepted: 19.09.2023

Yayın Tarihi/Publication Date: 31.10.2023

Sorumlu Yazar/Corresponding Author:

Yaşar ÖZRİLİ

E-mail: yozrili@gmail.com

Atıf: Özrili, Y. (2023). Kültürel Sosyal Eylemlerin Sanatla Buluşması: Kültür Endüstrisi ve Türkiye’de Banka Müzeler. *Culture and Civilization*, 5, 33-41.

Cite this article as: Özrili, Y. (2023). Cultural social actions meet with art: The cultural industry and bank museums in Turkey. *Culture and Civilization*, 5, 33-41.



Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

ÖZ

Bu çalışmada, bazı finans şirketlerinin önde gelen temsilcilerinin bankalarına ait müzelerin, kültürel ve sanatsal eylemlerle olan ilişkisi, saygınlık kazanmak ve daha bilinir kılınmak adına müzelerden referans almak gereksiniminin kültür endüstrisi ile olan teması konu edinilmiştir. Buna mukabil kültür endüstrisinin dünyadaki gelişimi, sosyal, ekonomik vb. konularda farklı sektörden kurumlarla olan diyalogları ve pozisyonlarına değinilerek, bu perspektiften bazı banka müzelerinin sergi, koleksiyon ve eser özellikleri de incelenmiştir. Kültürel sosyal eylemlerin sanatla nasıl buluştuğu ve Türkiye’deki banka müzelerinin bu etkileşimin nasıl bir parçası olduğu, kültür endüstrisinin yükselişle birlikte sanat ve kültür faaliyetlerinin giderek ticarileşmesi ve daha geniş kitlelere ulaşma motivasyonu bu araştırmadaki argümanlardan bir diğeridir. Doküman analizi ve nitel araştırmanın tarama metodu ile hazırlanmaya çalışılan bu araştırma, bir grup banka müzesinin sistematik, küratöryel, toplumsal, sanatsal, kültürel ve turizm politikaları açısından çözümlenmesidir. Bu incelemede, Türkiye’de banka müzelerinin ortaya çıkışı, toplumla olan ilişkileri ve sanata olan katkılarının hangi parametrelere göre şekillendiği gibi unsurlar ele alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: Müze, Banka, Sergi, Sanat, Kültür Endüstrisi

ABSTRACT

In this study, leading representatives of some financial companies have been asked to describe how the museums belonging to their banks and its relationship with artistic actions, and the need to move from museums to museums in order to gain prestige and be more recognized. The theme of the need for reference and its contact with the culture industry is discussed. On the other hand The development of the cultural industry in the world, its dialogues and positions with institutions from different sectors on social, economic, etc. issues, and the exhibition of some bank museums from this perspective, collection and artifact characteristics were also examined. How cultural social actions meet art and how bank museums in Turkey are a part of this interaction, the increasing commercialization of art and cultural activities with the rise of the culture industry and the need to reach wider audiences. motivation is another argument in this research. Document analysis and qualitative research This research, which is based on the survey method, is an analysis of a group of bank museums in terms of systematic, curatorial, social, artistic, cultural and tourism policies. In this analysis, the emergence of bank museums in Turkey, their relations with society and their contributions to art are analyzed. the parameters according to which these parameters are shaped.

Keywords: Art, bank, culture industry, exhibition, museum

Giriş

Kültür, insanlık tarihinin en temel özelliklerinden biridir. Toplumları bir arada tutan temel dinamiklerin başında gelir. Kültür, toplumsal değerleri, normları, eylemleri ve geçmişi içerirken, toplumun rehabilitasyonuna neden olan öğeleri de ihtiva etmektedir. Bu iki bileşen, kültürel sosyal eylemlerin ortaya çıkmasına ve sanatla buluşmasına neden olur. Son yıllarda kültür endüstrisi, kültürel sosyal eylemlerin metalaşmasındaki durumuna değinmek gerekirse, kültür endüstrisi, sanatın ticarileşmesi ve yaygınlaşması sürecinde kültürel yürütme üretimi, yönetimi ve kullanımı ile de ilgilenmektedir. Bu endüstri,

müzik, sinema, tiyatro, edebiyat, moda ve görsel sanatlar gibi çeşitli alanları kapsar. Kültür endüstrisi, sanatın toplum üzerindeki yönlendirmelerini, sosyal değişime katkıda bulunan motivasyonları ve kültürel sosyal eylemlerin küresel boyutlarını ele almaktadır.

Banka müzelerin, finansal araçları, kültürel mirası nasıl işlediğini, sanatsal değerlerin sergileme hassasiyetlerini ve çeşitli sanatsal etkinlikleri konu edinen bu çalışma, müzelerin, finans sektörü ile sanat arasında bir köprü işlevi görme ve kültürel sosyal faaliyetlerin markalaşmadaki durumuna temas etmektedir. Türkiye’de banka müzeleri son yıllarda artan bir ilgi görmektedir. Bu müzeler, geçmişin kalıntılarını koruyarak topluma açık bir şekilde sergilenen sanat eserlerini ve tarihî belgeleri işleyerek zengin bir kültürel deneyim sunmaktadır. Banka müzeler, kültürel açıdan muhafaza etme, sergileme, eğitime uygulamalarının teşvik edilmesi ve toplumsal kültürel bilincin boyutları açısından önemli bir rol oynamaktadır.

Bu çalışmanın amacı, kültür endüstrisi ve banka müzelerinin Türkiye’deki gidişatını inceleme ve kültürel sosyal eylemlerin sanatla buluşmasının gerekçesini ve toplumdaki yansımalarını anlamaktır. Ayrıca, banka müzelerinin toplumunun kültürel bilincini nasıl artırdığı, kültürel birikimi nasıl koruduğu ve sanatı nasıl teşvik ettiği noktaları vurgulamaktır. Banka müzelerinin Türkiye’deki yükselişi ve gelişiminin değerlendirildiği bu incelemede, müzelerin finans sektörüyle sanat arasındaki ilişkiyi nasıl kurduğu, finansal açıdan kültür ve sanatın merkezi olarak kültürel mirası nasıl kültürel deneyime dönüştürdüğü anlatılmaya çalışılmıştır (Taşkara, vd., 2018, s. 111). Türkiye’deki banka müzelerinin örnekleri üzerinden, bu müzelerin toplumun kültür yaşamına nasıl katkıda bulunduğunu araştırmaktır. Yani sıra kültürün sanatla buluşması ve banka müzelerinin buradaki pozisyonu hakkında genel bir değerlendirme yapılmaktadır.

Yaklaşık 70 yıllık bir süreçte kültür endüstrisi (daha sonra kültür endüstrileri, şeklinde değiştirilen), başlangıçtaki bu olumsuz değerlendirmelerin etkisini taşımıştır. Bireyi ve toplumu bu derecede etkisizleştiren bir yaklaşımın bu kadar uzun süre etkisini koruması, çeşitli açılardan (özellikle tehditler açısından) bu görüşlerin haklılığını ortaya koymakla birlikte, ilginçtir. Buna karşılık kültür endüstrisi, adı geçen eleştirmenlerin ülkeleri de dâhil olmak üzere, bütün dünyada hızlı bir şekilde gelişmesini sürdürmüştür. Radyoyu, televizyon ve internet, sanat galerilerini özel sektör ve vakıf müzeleri izlemiştir. İmalat sanayinin boşalttığı yerler, müzeler, film platoları ve kayıt stüdyoları ile doldurulmuştur. Kültür endüstrileri, önemli bir yatırım ve istihdam alanı haline gelmiştir. Kısaca belirtmek gerekirse, kültür endüstrisi ve ekonomisi gibi kavramların belirtilen ideolojik olumsuzlamalardan kurtulup olumlu çağrışımlara ve imaja sahip olmaya başladığı söylenebilir (Özdemir, 2009, s. 75).

Müze ve Toplum Formun Üstü

Müzeler, özellikle son iki yüzyılda kültürel değerleri güvence altına almayı ve değerlendirerek halkın faydasına sunmayı amaçlarken bugün toplumun eğitimine hizmet etmeyi temel gaye edinmektedir (Atagök, 1999, s. 131).

Müzelerin ne kadar geniş bir insan kitlesine hitap ettiği ve hizmet verdiği kentin halklarına eşit olarak ne derece hizmet götürdüğü konusu günümüz yeni müzeciliği adına geçerli bir ölçüttür. Son yüz yılda sayıları hızla artmaya başlayan müzeler, büyük destek görmeye başlamışlardır. Çünkü ülkelerinin turizm, kentin gelişimi gibi sosyal hizmetleri de kapsayan bir dizi alanda katkı sundukları içindir (Lorente, 2016, s. 11). Geçmiş dönemlerde müzede sadece gezme bile entelektüel bir davranış olarak görülmeğe günümüzde bilinçli istendik ve amaçlı programlarla ziyaretçilerin katılımı sağlanmaya çalışılmaktadır (Onur, 2013, s. 79). Yeryüzünün farklı coğrafyalarında, bilhassa da Avrupa ve Amerika’da çoğu müze, vakıfların iktisadi, kültürel, sanatsal, finansal etkinlik sahalarında yer almaktadır. Bu hareket kamuoyunda, kültürel mirasa hizmet olarak değerlendirilen saygın bir eylem olarak nitelendirilmektedir (Taşkaya ve ark., 2018, s. 106). Müze bulunduğu kentin bir simgesi olarak o halkın maddi sosyal, siyasal yönlerden gelişmesinde aktif rol oynamaktadır (Paykoç & Baykal, 2000, s. 103).

Kültürel miras kültür endüstrisinin yongası gibi düşünülse de kültürel kıymeti bulunan objeleri veya sanat eserleri ile bir resital sunar (Adorno, 2005). Strallabrass, tercih durumunda şirketlerin destekleri kanalıyla başlı başına reklamlardan (pazarlama ve iletişim) fayda sağlamaya çalışılır. Her türlü kültürel etkinlik için devletten destek alındığıdaysa varılması düşünülen hedeflerin neticeleri farklıdır. Başat hedef, kültürel mirasa olan tahriyatı azaltılmaya çalışmaktır (Strallabrass, 2013, s. 117).

80’li yıllarda serbest finansal girişimlerin etkisi ile özel teşebbüsün cüretkâr atılımları neticesinde sayıları artmaya başlayan özel nitelikli müzelerle birlikte bazı şirketler kültür sanat çalışmalarını yürüten farklı organları ile gündem yaratmaya başlamışlardır. Eczacıbaşı, Koç, Sabancı, gibi büyük tanınmış kuruluşlar bunlara örnek gösterilebilir. Geniş sermayeli köklü finans kuruluşlarından olan bankalarda sanatın birçok farklı boyutunda rol almaya başlamışlardır. İşbank Sanat, Yapı kredi Sanat vb. adlı kurumlar yayın, bilimsel çalışmalar gibi aktivitelerle ön planda olan kurumlardır. 1981’de Ziraat Bankası Müzesi, 1992 yılında kurulan Yapı Kredi Müzesi, 1998 yılında Osmanlı Müzesi, 2007’de Türkiye İş Bankası Müzesi ziyarete açılmıştır.

Kültür Endüstrisi ve Müze

Kültür endüstrisi deyimini ilk olarak Adorno ve Horkheimer’in “Aydınlanmanın Diyalektiği” makalesinde 1947 tarihinde duyurulmuştur (Dellaloğlu, 2005, ss. 14–17). Bu kavram, “Kültür Endüstrisi” bildirisinin ilk eskizlerinde kitle kültürü olarak telaffuz edilmiştir (Kılıç, 2013, s. 51). Theodor W. Adorno ve Max Horkheimer Frankfurt Okulu mensuplarıdır. Bu iki düşünürün ortaya attığı toplumsal keşif ve tespit çalışmalarında etkili olan kültür endüstrisi, toplumsal kodların yapısını ihtiva eden, hayata dair kültürel analizlerin kavranmasına vesile olan pusula niteliğindedir (Kurt, 2009, s. 1). Kitle kültürü ifadesi yerine belli bir süre sonra kültür endüstrisi deyimini dillendiren Horkheimer ile Adorno bu konuyla alakalı birtakım prensipler belirlemişlerdir. Adorno bu ilkeleri şu şekilde dile getirmektedir: “Yığın kültürü söylemi medeniyetin toplumun alt tabakasından zuhur ettiğini vurgulamaktadır” (Adorno & Horkheimer, 2010, s. 67). Fakat ana argüman toplumsal her türlü eylemin toplumun üst sınıfından yani yukarıdan otoritenin oluşturduğu geliştirildiği ve sermayeleştirilmiştir. Bu değişimlerin ana gerekçesi ise sosyal dinamiklerin yerini başka özelliklerin öğelerinin almasıdır. Ayrıca hiyerarşik farklılıkların sonunun gelmesidir. Başka bir ifade ile Adorno ve Horkheimer’in kültür endüstrisi, kurgusu ile beraber “Marksizm ile Eleştirel Teori ve Marksizm”’in ayrışmaya yüz tutmasıdır.

Sanat, kendi kendisini yapılandırma veya ilkelerini kendisinin belirlediği diğer kültürel metarlardan ayrılır. Fakat kendi prensiplerini belirlemesi bakımından yine de onun sosyal görev tanımının uygulanabilirliği tarafından yaratıldığı fikrini yok etmez. Neticede sanat da sosyal iş bölümü içinde üretilen diğer tüm objeler veya eserler gibi bir mevki edinmesine rağmen, bu iş paylaşımının aynılık dünyasına paydaş olmadığından “paradoksal bir meta ürünü” özelliği edinir (Sütçü, 2015, s. 277).

1940 senesinde Adorno ve Horkheimer “Kültür Endüstrisi: Kitlelerin Aldatılışı Olarak Aydınlanma” makalesini yazdıklarında, bilhassa Amerika’da eğlence endüstrilerinin büyüyen gelişimine, sanatın nesneleşmesine ve kültürün benzerliğine itiraz etmişlerdir. Üreticiler, kültürü biçimlendirici güce sahiptirler. “Kapitalist sistem, kültür gibi dinamik bir olgunun, objektif sanayi fikriyle nitelenmesine ve metalaşmasına neden olur. Kültür, imal edilen endüstri objeleri şablonlarına uyarak bir meta halini alır. Kültür endüstrisi, orjinal olan her şeyi nesneyi veya kavramı alı koyar ve kendi uluslararası prensipleri doğrultusunda, objeleri, kişileri, kitleleri aynılaştırır. Kültür endüstrisi, bireylere kendi ilkelerini dayatır” (Adorno & Horkheimer, 2010, s. 67).

Kültürün endüstri terimiyle kombinasyonuna gelince, bu düşüncenin amacı ise kültür endüstrisinin hayatın endüstrileşmesi ile sağlam bir bağlantısı olmasıdır. Dolayısıyla kültür verilerinin normları tedarik zinciri ussallaşmıştır. Zira, Horkheimer ve Adorno kültür nesnelere metalaşarak bir sanayi veya fabrikasyon ürünü haline geldiği iddiasından mütevellî, bu düşüncüyü kullanmayı tercih etmiştir (Adorno, 2013, s. 76).

Adorno arayışının odağına çağdaş sanatı koyar. Net bir ifade ile aslında Adorno’nun ümidi modern sanattadır. Zira sanat, birçok şeyin değişime uğradığı yeni dünyada otoriteye meydan okuyarak bir gerçeği yaratan, ideal bir dünyaya dair umutları canlı tutan yegâne olgudur (Sütçü, 2015, s. 273). Bu bağlamda sanatın mahseni olarak müzeler önemli bir yer tutmaktadır. Müzeler, Baudrillard için modern kültür ile birlikte bozulan aristokrasieye hizmet eden sanatın ve devam eden süreçte kitle kültürüyle ortadan kalkan yüksek sanatın ardından parçaları birleştiren ve kriterler meydana getiren düzenleriyle izleyicilere talimatlar vermektedir (Sarup, 1997, s. 236). Kültür endüstrisi, ana ilke olarak ilk finansal değeri kültürel değerlerinden yaratılan simgesel metarlara sempati duyan faaliyetlerdir. Bu açıdan kültürel endüstriler, bilimsel yapıt, sinema, yeni medya, müzikal kayıtlar, tasarım, mimari, gibi geleneksel kültürel endüstrileri, sahne sanatları, görsel sanat, geleneksel el sanatları, konserler, performans, edebiyat, müzeler ve sanat galerileri vb. uluslararası sanatsal çalışmaları kapsamaktadır (O’Connor, 2000, s. 18). Kültür endüstrisi, ana kaynakları edebiyat, resim, sinema, müzik, vb. çeşitli dallarda üretilen nesnelere ve eserlerin kopyalarını, üreten sanatçıyı, tüketicilere bağlayan bir dizi kurumdur. Kültürün iktisadi temelli olması, konuyu dünya çapında bir boyuta taşımaktadır. Kültür, bireylerin ne düşündüğüne, ne hissettiğine ve nasıl davrandığına müdahale etmektedir (Artun, 2018, s. 46). Avrupa Kültür Başkenti çalışması, popüler kültürün temsilcilerinin özellikle müzelerin şehirlerde kültür endüstrisinin yerleşmesinde bir ivme kazanmasında etkili olmuştur (Keyder, 2010, s. 7). Müzeler, kültür endüstrisi kavramına bağlı olarak iletişim ve pazarlamanın da sanayileşmiş versiyonlarıdır (Walsh, 1997, s. 64). Çünkü özellikle sanal müze oluşumları, kültürün teşhir edilmesinde uluslararası iletişimi ve bilinirliği geliştirmektedir. Bu olaylar kültürel mirasın metalaşma özelliğini yaratır. İngiltere, Amerika Birleşik Devletleri’ndeki bazı müzelerin dijital ortamlarındaki sanatsal çalışmaları göstermektedir ki bu faaliyetler turizm endüstrisinin emareleridir (Barlas, 2011; Barlas ve ark., 2014).

Kitleleri yönlendiren kültür endüstrisi, her türlü sanatsal hizmeti politikalarına alet etmeye devam etmektedir. Toplumun bilinci buna karşı koymamaktadır. Küresel sermaye örgütleri popüler kültür öğelerini denetlerler, imgesel, düşsel politikalarla egemenlik uygularlar (Adorno, 2013, ss. 287–290). Bu konuda müzelerde üzerine düşen payı uygulamaya koymuştur. Şöyle ki, özellikle genç kuşaklara sıkılmayacakları, keyifli vakit geçirebilecekleri ortamlar yaratarak tekrar ziyaret edilmelerine olanak sağlamaya çalışılmaktadır.

Britanya’da, özel sermayeli şirketler iletişim ve pazarlama faaliyetlerini aktif tutmaktadır. Bu çabalardan biri de sanat ödülü dağıtma etkinlikleridir. Sanatla güçlenme iletişim politikalarının bir örneğidir. Britanya’da iş dünyası özellikle çağdaş sanatın her evresinde iyice bağ kurmuş durumdadır. Şirketler, kentlerdeki kültürel etkinlikleri takdir ederek toplumun beğenisini kazanmaya ve kendilerini modern dünyada sanat otoriteleri şeklinde benimsetmeye çalışırlar (Chin-Tao, 2019). Bu anlamda birçok kent, müzeler sayesinde markalaşmaktadır.

Mimari tasarımlar bakımından bir kenti sanatsal açıdan gösterişli ve zengin içeriklerle cazibesini yükseltmek olarak nitelendirilen “Bilbao Etkisi”dir. 1997 yıllarına kadar sıradan bir Avrupa şehri olan Bilbao’nun bir müze tasarımı ile başlayan hikayesini örnek vermek gerekir. İspanya Kralı’nın talebi doğrultusunda Frank Gehry isimli mimarın “Guggenheim Müzesini” yapması ile Bilbao şehrinin kaderi değişmiştir. Kentin ayrıca 13 projesi Bilbao’daki müzenin çevresinde konumlandırılır. Havaalanı, çeşitli oteller, metro, tramvay vb. birçok yeni tesis inşa edilir. Guggenheim müzesi, kentin sembolü olarak addedilir (Atabek, 2009, s. 143). Müzeyi teknik açıdan ele almak gerekirse titanyum ve kireç taşı elementlerinin karışımı ile yapının dış cephesinde eğrisel tasarımlar devinim yaratmaktadır (Bilbao’yu Dönüştüren Yer: Guggenheim Müzesi). Hem sıra dışı mimarisi hem de sanatsal politikalarıyla çağdaş bir müze meydana getirilmiş olur. Bu müzeden başlayarak Bilbao kenti tüm dünyanın gözde şehirlerinden birisi olur. Müze mimarisiyle, bulunduğu kentin silüetini değiştirerek odak noktası haline gelir. Çağdaş kentlerdeki planlama ve organizasyon pratiklerinin somut örneklerinden olan Bilbao kenti ve Guggenheim Müzesi’nin yarattığı etki kamusal alanların insanların hizmetine sunulması ile ortaya koyduğu sonuçlar değerlendirilebilir. Bir başka örnekte İngiltere’de “Tate Modern Museum”dan verilebilir. Southwark Meclisinin, bu bölgenin turizm alanında geliştirmesi adına, çeşitli imar faaliyetleri ile başlayan yenileşme serüveninin markalaşma ile sonuçlanmasının bir müze ile olan ilişkine değinmek gerekmektedir. Restoranlar, AVM’ler mağazalar, sanat galerileri, vb. dükkânlarla bir “kültür mahallesi” tasarlanmış ve hayata geçirilmiştir. Buradaki en önemli öğe Tate Modern Sanat Müzesidir. Bu müze, yine mimari tasarımı ve sanatsal etkinlikleriyle turistler için sık ziyaret edilen bir mekândır (Barker, 2017, s. 173). Türkiye’de de buna benzer yakın örneklere rastlanmaktadır. İlgili bakanlığın talimatlarıyla Hasköy’deki Tersanesi’nin kamusal hizmetten çıkarılmasından sonra buradaki müzenin büyütülmesi amacıyla 2001 yılında Lengerhane’ye eklenmiştir (Köksal & Kargın, 2004, s. 432). Rahmi M. Koç Müzesi’nin koleksiyonlarının teşhir edildiği geniş alanlar, cafe, mağaza, çok amaçlı salon, toplantı salonu, farklı bölümler, galeri ve çeşitli oturumlar için uygun bir açık alan oluşturulmuştur (Dikmen, 2008, s. 828).

Türkiye’de, kültür endüstrisi, bir kurumun oluşturulmasında ve sürdürülebilir kılınmasında kilit rol oynayan yönetim ve ekonomi gibi modern sanatın güncel olmasında başrolü olan branşlardır. Bankaların, sanatseverlerin, iş adamlarının sanat piyasasına katılması ve düzenlenen küresel çaplı sanat organizasyonları ile sanatın popülerleşmesinde etkili olmuştur. Bu gelişmeler sanat icracılarına ve sanata katkı şeklinde tasavvur edilse de kültür endüstrisi anlamında sanatçıyı ve onun yaratıcılığını koruyan ve markeleştiren bir uygulamadır (Kamacioğlu, 2021, s. 1).

Türkiye’de Müzeleri Bulunan Bankalardan Örnekler

1980’lerden itibaren Dünya’daki bazı şirketler, sanatsal eylemlerine yönelik aktivitelerini hızlandırmıştır. Sanat ve kültür yönetimi alanlarındaki oluşumlarına kültürel faaliyetleri yürütebilecek yeni departmanlar eklemiştir. Mali yapılarının imkânlarına göre sanat eserleri edinme, koleksiyon oluşturma vb.

sanatsal etkinlikleri takip etme gibi atılımları artmıştır. Bu sayede ayrıcalık ve gücü kullanma noktasında resmi statülü müzelerle yarışır duruma gelmişlerdir. Bu rekabet ortamında önde olmak için iletişim ve pazarlama hedefleri oluşmaya başlamıştır (Chin-Tao Wu, 2019, s. 19). Bugün sanata ve onun ürünlerine, amaca dönük yapısal bir mekân sağlayan müzeler, iletişim ve sanat ekseninde ele alındığında, ülkelerin kültürel mirasının oluşması, korunması, saklanması ve iletilmesi noktasında önemli katkıları vardır (Hacı, 2012, s. 3). Türkiye’de finans çevrelerinin köklü banka kuruluşlarından olan Yapı ve Kredi Bankası, İş Bankası, Osmanlı Bankası ve Ziraat Bankası, sanatsal ve kültürel faaliyetlerle anılmak, ülke ekonomisine ve tanıtımına katkıda bulunmak vb. amaçlarla müzecilik çalışmalarına girişmişlerdir.

Yapı ve Kredi Bankası Müzesi

Yapı Kredi Müzesi, genel müdür *Vedat Nedim Tör* tarafından 1992 yılında kurulmuştur. 1950’li yıllardan itibaren Yapı Kredi Bankası bünyesinde oluşturulan sikke, madalya, nişan, işleme, kumaş, tombak, (Şekil 1) tespih, saat, karakterleri gibi çok çeşitli, etnoğrafik koleksiyonlara sahiptir. Elli beş bin parçadan oluşan sikke koleksiyonu kronolojik bütünlük bakımından dünyanın sayılı koleksiyonları arasında yer almaktadır. (Şekil 2) Ayrıca müzede, gölge oyunu tarzında somut olmayan kültürel miras öğelerine de yer verilmektedir. Yapı Kredi Müzesi; ulusal ve uluslararası alanlarda ses getiren çok sayıda sanatsal tasarıda organizatör olarak hizmetlerde bulunmuştur. Üniversiteler, hem kamuda hem de özel nitelikli firmalar, sanat çevreleri ile güçlü diyalogları ve kültür köprüsü girişimleriyle, yıllardır büyük sanatsal



Şekil 2.

Yapı Kredi Bankası Müzesi, Sergi Salonu.



Şekil 1.

Yapı Kredi Bankası Müzesi, Tombak, Sürâhi.

bienaller düzenlemektedir. YKB Müzesi’nin, kültürel araştırmacılara, sanatseverlere yönelik rehberlik ve uzman incelemesi görevleri de bulunmaktadır (Yapı Kredi Müzesi, 2022).

Sikke Koleksiyonu: Birçok sanatsever tarafından müzeye binlerce sikke bağışlanmıştır. Bunların dışında satın alma yoluyla da müzeye madeni paralar kazandırılmıştır. Nüvizmatik eserler, Antik Yunan, Roma ve İslami çağlara tarihlendirilmektedir (Özkan, 2010, s. 10). Elli beş bin adetten meydana gelen nüvizmatik koleksiyonu M.Ö. 6. yüzyıllara kadar dayanan bir geçmişe sahiptir. Nüvizmatik eserler, müzenin en değerli eserler grubunu oluşturur. 20. yüzyıl ortalarında henüz kültür varlığı anlayışı ve kanunlarının düzenlenmediği günlerde eserlerin dağıtılabileceği endişesiyle koleksiyonlar oluşturulmuştur. (Şekil 3) Sanatseverlerden satın alınarak tasarlanan sikke koleksiyonu, uluslararası sikke kuruluşlarınca en çok atıf yapılan koleksiyonlardan birini teşkil etmektedir. Müze koleksiyonunda bulunan Antik Grek Şehir Devletleri, Roma ve Bizans medeniyetlerine ait sikkeler boyut ve tarz olarak değerli eserler grubundadır. Buna ek olarak, dört büyük kıtadan (Afrika, Asya, Amerika ve Avrupa) farklı uygarlıklara ait eserlerde YKB Müzesinde muhafaza edilmektedir. Koleksiyonda daha çok İslami Döneme ait Emevi, Abbasi, Memluk, İlhanlı, Selçuklu, Osmanlı gibi sikkeler mevcuttur. Osmanlı madalya ve nişanlarının olduğu bir bölüm ve Türkiye Cumhuriyeti paraları ayrı bir salonda sergilenmektedir. 1953 yılından itibaren çeşitli sikke ve resim koleksiyonlarını satın alarak güzel ve önemli bir birikim kazandıran Vedat Nedim Tör’ün hizmetlerinden ötürü, 1992’den sonra sikke koleksiyonu onun adı ile anılır olmuştur (Özkan, 2010, s. 10).

Etnoğrafik Eser Koleksiyonları; 20. yüzyılın ortalarından beri biriktirilen nesnelere, eserler giderek zengin koleksiyonlar haline getirmiştir. El sanatları ürünleri (tekstil, tombak, tespih vb.) günlük mutfak eserleri gibi etnoğrafik objeler bu koleksiyonda



Şekil 3.
Sikkeler.

İş Bankası Müzesi

İstanbul Postanesi olarak 23 Eylül 1892'de yapılan bina, 20 Şubat 1928'de Türkiye İş Bankası hizmet olarak vermeye başlamıştır. 20. yüzyıl ortalarında bu lokasyonun adı Yeni Cami şubesi olarak değiştirilerek 2004 yılına kadar bu isimle hizmet vermiştir. 1990'lı yıllarda kurumsallaşma politikaları ile 2007 tarihinde bankanın müzesi tasarlanarak göreve başlamıştır. 1924 yılından günümüze kadar yurt genelindeki tüm şubelerinde biriktirilen eserlerin toplanması suretiyle müzenin koleksiyonları oluşturulmuştur. Belgeler, fotoğraflar, değerli nesnelere onarılarak muhafaza edilmek üzere tasnif edilmişlerdir. Ana kasa daresi ve müşteri kullanımına açık dönemin eski kiralık kasa daresi, müzede ziyarete açık olarak tasarlanmıştır. Ardışık olarak dizilen sekiz salonda, İş Bankası'nın Cumhuriyet kadar eski tarihinin şeridi tarihsel sıralama ile katılımcılara (Ziyaretçi) aktarılmaktadır (Türkiye İş Bankası Müzesi, 2022). Kalıcı sergiler, müzenin en üst katında teşhir edilmektedir. Müzenin iki katında yer verilen koleksiyonlar bir yıl süresince herkese açık olarak kurgulanmıştır. 1. katta bankanın arşivinden sosyal ve ekonomi yaşamını yansıtan evraklar ve fotoğraflar, hesap makineleri, değişik tarihlere ait daktilo, (Şekil 5) gibi araç gereçler, kumbaralar, güncel objeler, reklam filmleri gibi materyaller sergilenmektedir. Giriş ve bodrum katta ise müzenin banka olarak hizmet verdiği dönemlere ait bankolar, kiralık ve ana kasa odaları bulunmaktadır. Bu kasaları birleştiren koridorda görsel aksiyonların yer aldığı devingen bir enstalasyon (yerleştirme) bulunmaktadır. Müzenin giriş katı süresiz sergilere ev sahipliği yapmaktadır (Türkiye İş Bankası Müzesi, 2022).

Koleksiyonları: Türkiye'nin yüz yıl öncesine ait finansal konuları ve geçirilen safhaları anlatan, dönemin günlük hayatının, belge, obje, araç ve gereçlerden, materyallerden oluşan bir koleksiyondur. İş Bankası Müzesi'nde çeşitli dönemlere ait kumbaralar, daktilolar, damga

mühür muhasebe araçları, hesap makineleri, promosyon araçları çeşitli iletişim ve teknoloji aygıtları, büyük para kasaları vb. objeler, eserler sergilenmektedir. Müzenin ilk günkü hizmet veren bankoları, kiralık kasalar, ana kasalar da izleyicilerin hizmetine sunulmuştur. vb. gibi bankacılık hizmetleri ile ilgili evraklar İş Bankası Müzesi'nin nesnelere aittir. Ayrıca sözleşme nüshaları, diğer firma ve kurumlarla yapılan önemli iletişim belgeleri, yazışma evrakları, bankanın kuruluş zamanındaki çalışanlarının bilgileri, sosyal, finansal konulara yönelik



Şekil 4.
Mustafa Kemal Atatürk Fotoğrafı.



Şekil 5-6.
İş Bankası Müzesi Eserleri.

evraklarda burada bulunmaktadır. Kartpostallar, reklam afişleri, gazete haberleri (Fotoğraf 6) eski mimari proje ve plan belgeleri, fotoğraflar, resimler ile çeşitli içerikli filmler, Türkiye İş Bankası eserlerini meydana getirmektedir.

Sürelî sergileri: Millî Mücadelenin 100. yılında İstiklal interaktif sistemler ve animasyonlarla, elektronik görsellerle izleyicilere sunum yapılmaktadır. Konu içerikleri ise, Harbiye Askerî Müze ve Kültür Sitesi Komutanlığı, İstanbul Büyük Şehir Belediyesi Atatürk Kitaplığı, Mudurnu Kent Arşivi, Suna ve İnan Kırâç Vakfı, Salt Araştırma, İmperial War Museum, British Pathé, Gaumont Pathé, Bundesarchiv' den oluşturulmuştur (Türkiye İş Bankası Müzesi, 2022).

Banka'nın Müze ve Atölyeleri: Türkiye İş Bankası Müzesi'nde sergi ve koleksiyonlar dışında eğitici ve keyifli eğitim programlarından oluşan bir seçki tertiplenmektedir. Bütçe Tutum Tasarruf, Fiyat Keşif Laboratuvarı ve Dünyanın Parası, Müze Hatıram, vb. etkinlikler bu atölyelerdeki çalışmalardır.

Osmanlı Bankası Müzesi

1856 tarihinde Osmanlı devletinin İngilizlerin zengin sermayesinin etkisinde bulunduğu zamanlarda Osmanlı Bankası, Ottoman Bank adıyla kurulmuştur. *Bank-ı Osmanî-i Şahane* ismi, Fransa'nın mali destekleri ile 1863 yılında edinilmiştir. Banka binasının inşaatı 1892'de tamamlanmıştır. 1998 yılına kadar, Genel Müdürlük binası olarak kullanılmıştır. Bu zamandan itibaren Garanti Bankası'nın bünyesinde, Osmanlı Bankası, Arşiv Araştırma Merkezi ve Müze birlikte konumlandırılmıştır. 1868 tarihinde onbin adet beş liralık ve yirmibin adet iki liralık banknot yut dışına ihraç edilmiştir. Sultan II. Abdülhamid'in saltanatının 4. senesinde üretilen kâğıt paralar üzerinde 1875 tarihi ve Sultan Abdülaziz'in tuğrası vardır. Bu paraların üzerinde beş değişik dilde yazılmış yazılar da bulunmaktaydı. Ayrıca Türkçe, Fransızca, Arapça, Ermenice, Yunanca ibareler bulunuyordu (Aktemur, 2005, s. 7).

Osmanlı Bankası Müzesi'nin biriktirdiği eserler: Evraklar, mimari projeler, gazete kupürleri, fotoğraf, bezeme ve bankanın geçmişine ait bilgiler, Osmanlı'nın son dönemi ve Cumhuriyet'in ilk devresine dair birtakım yazışmalar, belgeler de bulunmaktadır. Müze binasında eserlerin teşhiri ise şöyle tertiplenmiştir: Bodrum katta, bankayla ilgili en eski nesnelere sergilenmektedir. Zemin katta, bankanın inşaatı esnasındaki görüntüleri ve dönemin kullanılan objeleri yer alır. 1. katında bankanın diğer lokasyonlarının dağılımını, yayılımını gösteren plan, görsel ve gelişim haritası, 3. katta ise çalışan elemanların özgeçmişleri yaşam öyküleri anlatılır (Osmanlı Bankası Müzesi, 2022).

Müze de bankalarda özel müşterilere ait kasaların bulunduğu kısımda bazı evraklar detaylı bir konumda sergilenmektedir. (Şekil 7) Ayrıca diğer kasalarda da hesap defterleri, bankada işlem yapan insanlara ait belgeler, senetler, müşteri evrakları, (Şekil 8) bankanın çalışan bilgilerinin bulunduğu defterler ve kâğıt paralar sergilenmektedir. Diğer farklı bir bölümde de müzeyi görmeye gelenler için hazırlanmış fotoğraflar, klasörler, sözleşme nüshaları kimlik kartları, tahviller sergilenmektedir.

Ziraat Bankası Müzesi

Banka, 1863 tarihinde kurulmuştur. Bir asıra yakın serüveni boyunca Cumhuriyete tanıklık etmiş, millî mücadele yıllarını geçirmiş bir kurum olarak bu uzun süreçte çalışanlarına ve halka hizmet eden maddî kalıntılar, objeler biriktirince bankada kullanılan bu nesnelere, korunacağı ve sergileneceği bir müze oluşturulması fikri gündeme getirilmiştir.

"1. Millî Mimarlık Dönemi" eserlerinden olan Ziraat Bankası binası, "Mimar Giulio Mongeri" tarafından 1929 yılında Ankara'da yapılmıştır. Genel müdürlük binası 1981 yılında müzeye dönüştürülmüştür. Müzenin ilk katı şeref salonu diye isimlendirilmiştir. (Şekil 9) 2017 tarihinde bodrum kat zemin kata ilave edilerek giriş bölümü genişletilmiştir. Çağdaş bankacılık fikri ışığında teknolojik verilerle güçlendirilerek 2019 yılında restore edilmiştir. Bodrum kat yerleşiminde kronolojik bir sıra tasarlanmıştır. Osmanlı mirasının Cumhuriyete intikalini kronolojik olarak sergilemektedir. Bunun dışında Dünya'da ve Türkiye'deki şubeleşmelerinin ağını anlatan bir görsel bulunmaktadır. Klasik mimari üslubu muhafaza ederek teknolojik yapılarla desteklenen zemin kat bölümünde bankanın tarihsel safhaları sergilenmektedir. Mithat Paşa'nın 1863 yılına ait mektupları ve orijinal "Memleket Sandığı" (Şekil 10) ücret ve hesap defterleri, hesap cüzdanları, zeyn varakaları, mültezim ve alışveriş defterleri müzede yer almaktadır. Ayrıca tasarruf ve tevdiat hesabı cüzdan örnekleri, daktilolar, mühürler, düsturlar, mültezim defterleri bulunmaktadır. Ressam İbrahim Çallı'ya özel olarak yaptırılan "Harman" (1928) tablosu Ziraat Bankası Müzesi için hususi olarak yaptırılmış olup müzede sergilenmektedir. Bankanın logosu 1961 tarihinde yapılan bir anımsayışında ve bu yarışmayı kazanan Ayhan Akalp'in kendi sesinden Kurumsal Kimlik Bölümü'nde dinlenmektedir (Ziraat Bankası Müzesi, 2022). Bu logo günümüzde de kullanılan ZB harflerinden müteşekkildir.

Mithat Paşa'ya ait mektuplar, "emniyet sandığı"nın kuruluşunda yazılan mektup ve belgelerle Mithat Paşa'ya ait hesap sayfası, "tava memleket sandıkları"nda Şarköy'de kullanılmış demir çemberli gürgen ağacından uygun oranlarda yapılmış ölçü ve şekilde çam ağacından bölmeli sandıklar, Sivrihisar sandığı para kasası, çeşitli altın ve bekçi kontrol saatleri, Bergama şubelerinden gelen demir kasa, hesap ve yazı makinaları, mektup terazileri, kristal hokka takımı, telefonlar, banka kapı göstergelikleri, teşhirde bulunan önemli araçlar arasındadır. Bir kısım resmi banka mühürleriyle bazı şube yetkililerin mühür çeşitleri 19. yüzyıl sonuna ait 1889 tarihinden itibaren günümüze kadar gelen ve bazı şubelere ait ücret defterleri, kasa esas defteri ve diğer günlük belgelerin bir bölümü de teşhir



Şekil 7.
Osmanlı Bankası İç Mekan.



Şekil 8.
Banka Senet ve Tahvilleri

edilmektedir (Ziraat Bankası Müzesi). Mustafa Kemal ve Cumhuriyet Dönemi sanatçılara ait bazı eserler de müzede sergilenmektedir. Bir asırlık günümüzde fotokopi makinası yerine kullanılan haberleşme kopya defterleri, imza sirküleri, Teftiş defterleri, kinin mevcudu, raporları, fiş dip koçanları, tasarruf ve tevdiat hesabı cüzdan örnekleri, makbuzlar ve değerli maden alım ve satımı, mültezim defterleri gibi geçmiş belgeleyen değerli evraklar dışında tepsi, altın orak başka kurumların bankaya bağışladığı beratlar madalyonlar bankanın müzesinde sergilenmektedir.

Sonuç

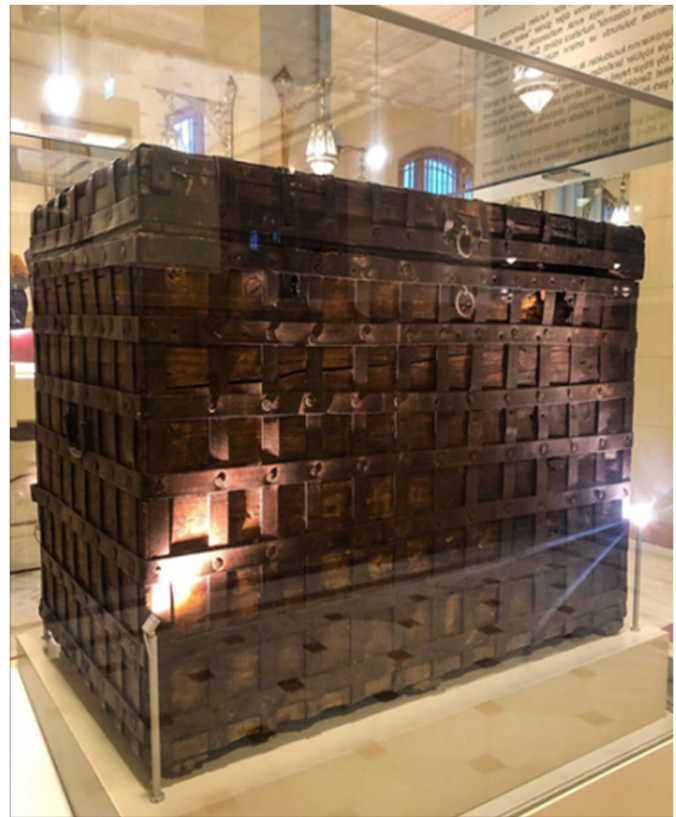
Popüler kültürün endüstrileşen dünyasında kentler ve bir takım kurumlar cazibelerini arttırmak, bilinmek, ekonomik, sosyal, ticari vb. konularda güçlenmek adına müzelerden istifade etmenin yollarını aramaktadırlar. Markalaşan kentlerin merkez üssü genellikle müze yapılanmalarıdır. Modern şehirlerin merkezinde müzelerin bulunduğu diğer önemli idari ve farklı konseptteki yapıların müze çevresinde konuşlandığı marka kentler, sanata ve kültüre her zamankinden daha fazla ilgi gösterir olmuşlardır. Bireylere nasıl yaşaması gerektiği hususlarında baskı uygulayan kültür endüstrisi tek tipleşmenin, son zamanlarda ne oranda yayıldığı konusu birçok yeni iletişim platformları vasıtasıyla vatandaşların önünde sergilenmektedir.

Kültürel sosyal eylemler ve sanat, toplumun farklı kesimlerini bir araya getirerek ortak bir kültürel kimlik oluşturmada önemli bir rol oynamaktadır. Banka müzelerinin kültürel sosyal eylemlerle buluşması, bu alanda önemli bir potansiyel sunmaktadır. Banka müzelerinin, kültürel sosyal eylemlere ev sahipliği yaparak, toplumun farklı kesimlerine sanatla buluşma fırsatı sunması, kültürel katılımı artırmaya ve kültürel çeşitliliği zenginleştirmeye katkı sağlayabilir.

Bu makalede, Türkiye'de banka müzelerinin kültürel sosyal eylemlerle buluşması incelenmiştir. Araştırma sonucunda, banka müzelerinin kültürel sosyal eylemlere ev sahipliği yaparak, topluma yönelik önemli hizmetler sundukları görülmüştür.



Şekil 9.
Müze İç Mekan.



Şekil 10.
Memleket sandıklar.

Banka müzeleri, kültürel sosyal eylemler aracılığıyla, toplumun farklı kesimlerine sanatla buluşma fırsatı sunmakta, kültürel katılımı artırmakta ve kültürel çeşitliliği zenginleştirmektedir.

Banka müzelerinin kültürel sosyal eylemlerle buluşması, gelecekte de artarak devam etmesi muhtemeldir. Banka müzelerinin bu alandaki faaliyetlerini daha da geliştirmeleri, kültürel sosyal eylemlerin daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlayabilir.

Banka müzelerinin kültürel sosyal eylemlerle buluşmasını daha da geliştirmek için aşağıdaki öneriler dikkate alınabilir:

- Banka müzelerinin kültürel sosyal eylemlere yönelik daha geniş bir yelpazede programlar sunması sağlanabilir. Bu programlar, sanat-sal etkinliklerin yanı sıra, eğitim, kültürel farkındalık ve sosyal sorumluluk gibi alanlarda da olabilir.
- Banka müzelerinin kültürel sosyal eylemleri daha erişilebilir hale getirmek için, bu etkinliklerin daha geniş kitlelere yönelik tanıtım çalışmaları yapılması sağlanabilir.
- Banka müzelerinin kültürel sosyal eylemlerle buluşmasını desteklemek için, kamu ve özel sektörden iş birliği ve destek sağlanabilir.

Müzebilim ekseninden bilgiye ulaşmayı hedefleyen dijital ortamlarda bulunan bilgilerin araştırılmasını içermektedir. Halkın bilgileneşini, kültürlenmesini amaçlayan müzeler, ziyaretçileri sergilenen eserler ve nesnelere kılavuzlayarak, gerçek nesnelere tarihsel olayları daha iyi anlama ve kavramalarına yönelik etkileşimli ortamlar yaratır. Birer okul dışı öğrenme alanı olan bazı bankalar ait müzeler vasıtasıyla, Türkiye’de finans ve ekonomi konularında nasıl bir sürecin katedildiğini görmek açısından iktisadi meselelere daha vakıf olmayı sağlayabilir.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Çıkar Çatışması: Yazar çıkar çatışması bildirmemiştir.

Finansal Destek: Yazar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Declaration of Interests: The author has no conflicts of interest to declare.

Funding: The author declared that this study has received no financial support.

Kaynaklar

- Adorno, T. (2005). *Kültür Endüstrisini yeniden Düşünürken*. Yapı Kredi Yay.
- Adorno, T. (2013). *Kültür Endüstrisi, kültür yönetimi*. İletişim Yay.
- Adorno, T., & Horkheimer, M. (2010). *Aydınlanmanın Diyalektiği* (N. Ülner & Ö. K. Elif, Çev.). Kabcacı Yay.
- Aktemur, A. M. (2005). Osmanlı Bankası'nın Tarihçe ve Mimarisi. *Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi*, 15, 1–20.
- Artun, A. (2018). *Tarih Sahneleri-Sanat Müzeleri, Müze ve modernlik*, 1. İletişim Yay.
- Atabek, S. Y. (2009). *İstanbul Kıyılarında Mekansal Dönüşüm: Güncel Projelerden Örnekler* (Doktora Tezi). Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Atagök, T. (1999). *Yeniden Müzeciliği düşünmek*. Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Müzecilik ABD.
- Barlas, B. S. (2011). *Turkey in Global Art Scene: Dual Narratives in In The Politics of International Exhibitions after the 1980s*. Boğaziçi Üniversitesi/Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi Enstitüsü.
- Barlas, B. S. (2014). Kültür ve Sanat İletişimi Çerçevesinde Türkiye’de Sanat Müzelerinin Gelişimi. *Journal of Academic Social Science Studies*, 26(1), 329–344.
- Barker, E. (2017). *Müzenin Toplumdaki Yeri: Yeni Tate Galerileri, Müze ve Eleştirel Düşünce Tarih Sahneleri- Sanat Müzeleri II* (E. Soğancılar & A. Artun, Çev., der.). İletişim Yay.
- Chin-Tao, W. (2019). *Kültürün Özelleştirilmesi 1980’ler Sonrasında şirketlerin Sanata Müdahalesi* (E. Soğancılar, Çev.). İletişim yay.
- Dellaloğlu, B. (2005). *Bir Giriş: Adorno Yüz Yaşında, Cogito Dergisi*. Yapı Kredi Yayınları.
- Dikmen, B. (2008). The politics of urban waterfront regeneration: The case of halıç (The golden horn). *Istanbul International Journal of Urban and Regional Research*, 32(4), 827–828.
- Hacı, E. (2012). *İletişim ve sanat ilişkisi açısından İstanbul’daki özel Müzelerin İletişim Faaliyetlerine yönelik bir İnceleme* (Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kamacıoğlu, B. (2021). Kültür endüstri Etkisinde çağdaş sanat ve Türkiye’deki Yansımaları üzerine bir İnceleme. *İnönü Üniversitesi Kültür ve Sanat Dergisi*, 7(1), 1–11. [\[CrossRef\]](#)
- Keyder, Ç. (2010). *Küreselleşen İstanbul’da Ekonomi* (Küreselleşen İstanbul’da Ekonomi, der.). Osmanlı Bankası Arşiv ve Araştırma Merkezi.
- Kılıç, E. (2013). *Eleştirel Teori Açısından Medya* (Yüksek Lisans Tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Köksal, G., & Kargın, H. H. (2004). *Halıç’teki Endüstri Mirasının Geçmiş ve Geleceği, Dünü ve Bugünü ile Halıç Sempozyum Bildirileri* (S. F. Göncüoğlu, der.). Kadir Has Üniversitesi Yay.
- Kurt, A. Y. (2009). *Adorno ve Horkheimer’in kültür Endüstrisi Eleştirisi üzerine bir İnceleme* (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Lorente, P. (2016). *Çağdaş sanat Müzeleri*. Küy Yay.
- O’Connor, J. (2000). The definition of the ‘Cultural Industries, The 216’. *European Journal of Arts Education*, 2(3), 15–27.
- Onur, B. (2013). *Müze ve oyun kültürü*. İmge Yay.
- Osmanlı Bankası Müzesi Koleksiyonu. (2022). *“(SALT Galata)’ya yayıldı!*, <http://biozet.com/comosmanli-bankasi-muzesi-koleksiyonu-salt-galataya-yayildi/#jp-carousel-36372>, Erişim tarihi: 11.30.2022./2017/10/05/.
- Özdemir, N. (2009). Kültür ekonomisi ve endüstrileri ile kültürel miras yönetimi ilişkisi. *Milli Folklor*, 21(84), 73–86.
- Özkan, S. (2010). *Türkiye’deki özel Koleksiyonların Günümüze etkileri*. Tarih Okulu, Eylül–Aralık(VIII), 1–17.
- Paykoç, F., & Baykal, S. (2000). *Müzecilikte yeni Yaklaşımlar ve Yerelleşme*. Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı Yay.

- Sarup, M. (1997). *Post-Yapısalcılık ve Postmodernizm hakkında* (A. Güçlü, Çev.). Doruk Yay.
- Sütçü, Ö. Y. (2015). Adorno'nun Felsefesinde özgürlük İdesi olarak sanat. *FLSF Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi*, 20, 271–288.
- Stallabrass, J. (2013). *Sanat A.Ş. Çağdaş Sanat ve Bienaller* (E. Soğancılar, Çev.). İletişim Yay.
- Taşkara, M. B., & Nihan, Z. (2018). Simgesel Sermayenin yeniden Üretimi: Özel Müzelerin Kurumsal kimlik Sunumunda Katalizör olarak Kullanılması. *Folklor/Edebiyat*, 24(93), 105–122.
- Türkiye İş Bankası. (2022). "İş Bankası Müzesi," <https://www.isbank.com.tr/bankamizi-taniyin/turkiye-is-bankasi>, Erişim tarihi: 01.03.2022.
- Walsch, K. (1997). *The representation of the past: Museums and heritage in the postmodern World*. Routledge.
- Yapı Kredi Müzesi. (2022). *Yapı Kredi Müzesi*, <https://sanat.ykykultur.com.tr/muze/yapi-kredi>, Erişim tarihi: 01.04.2023.
- Ziraat Bankası Müzesi. (2022). <https://kvmmg.ktb.gov.tr/TR-43992/ankara---tc-ziraat-bankasi-muzesimuzesi.html>, Erişim tarihi: 01.10.2022.