

**Doi Numarası / Doi Number:** [10.55666/folklor.1087998](https://doi.org/10.55666/folklor.1087998)

## BİR KÜLTÜREL-YARATICI ENDÜSTRİ MODELİ OLARAK SÜMERBANK NAZİLLİ BASMA FABRİKASI

Kübra YILDIZ ALTIN\*

### Öz

Kültürel miras yönetimi, uluslararası literatürde uzun bir süredir çalışılmakla birlikte ülkemizde son yıllarda dikkat çekmiş bir alandır. Mirasın yönetimi meselesi, doğal olarak, mirasların sektörleşmesine ve markalaşmasına vurgu yapmaktadır. İlgili araştırma alanı, kültürün sadece aktarımına değil, aynı zamanda kullanım sürecine de odaklanmaktadır. Bu alandaki sonuç elde etme ve uygulama odaklı çıkarımsal çalışmalarda ise iyi uygulama örneklerinin incelenmesi model oluşturabilme noktasında yardımcı olmaktadır.

Çalışmanın temel varsayımı, yaşayan kültürel miras olarak da tanımlanan geleneksel bilgi belleğinin sürdürülebilir kalkınma bağlamında bir sektör olarak kültürel-yaratıcı endüstri kaynağına dönüştürülebileceği düşüncesidir. Kültürel miras yönetimi ve kültür ekonomisi temelinde yapılan bu çalışmada kültürel-yaratıcı endüstri olarak bir model örneği sunan ve Türkiye'nin basma alanındaki ilk sanayi kuruluşu olan Sümerbank Nazilli Basma Fabrikası üzerinde durulmuştur. Fabrikanın inceleme için seçilmesinin temel sebebi, gelenekten beslenen ürünlerinin varlığı, dönemi bağlamında özgün giyim kültürü yaratması ve bunların 21. yüzyılda özellikle dekor ve motif olarak halen kullanılması şeklinde sıralanabilecek nitelikleridir.

Çalışma, “Kültür Döngüsü” yaklaşımı perspektifinde ele alınmıştır. Kültür Döngüsü, XX. yüzyılın sonlarında İngiliz Kültür teorisyenleri tarafından bir kültürel analiz aracı olarak geliştirilmiştir. Yaklaşım içinde yer alan unsurlar “temsil, kimlik, üretim, tüketim ve düzenleme” olmak üzere beş adettir. Söz konusu yaklaşım, kültürel metnin veya herhangi bir kültürel eserin/yapıtın nasıl temsil edildiğini, hangi sosyal kimliklerin onunla ilişkili olduğunu, nasıl üretildiğini ve tüketildiğini, dağıtımını ve kullanımını hangi mekanizmaların düzenlediğini anlamaya çalışan bir çerçevedir. Yaklaşımın göre toplumsal yaşamda kültürel her bir ürünün anlamı vardır. Kültürel anlamlar, adı geçen beş unsur ile toplumda dolaşır ve sürdürülür. Bu bağlamda çalışmada, ilk olarak, Sümerbank Nazilli Basma Fabrikasının bir dönem sahip olduğu üretim rolü ele alınmıştır. Çalışmanın ikinci aşamasında fabrikanın yerel ve ulusal alandaki sosyal, kültürel ve ekonomik çıktıları Kültür Döngüsü bağlamında bütüncül bir bakış açısıyla incelenmiştir.

Çalışmada Sümerbank Nazilli Basma Fabrikasının kültür merkezi olarak işlevinin olduğu ve yerel-özgün değerleri koruyarak kendine ait bir kültür yarattığı tespit edilmiştir. Ayrıca çalışmada fabrikanın işleyişi, ürün çıktısı ve yaygın etkisi bakımından kültürel, yaratıcı ve ekonomik bir sektör olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sebeple fabrikanın, üretim kültürü bağlamında, Türkiye'nin 2023 kalkınma vizyonundaki sürdürülebilir kalkınma ve daha özde kültürel miras temelli amaçlarını gerçekleştirmede kültürel-yaratıcı endüstriler için bir model örneği sunabileceği ifade edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Kültür Ekonomisi, Kültürel-Yaratıcı Endüstri, Sürdürülebilir Kalkınma, Kültür Döngüsü, Sümerbank Nazilli Basma Fabrikası.

\* Doç.Dr., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, kubrayildiz89@gmail.com 0000-0001-9788-2844

---

---

## SÜMERBAK NAZİLLİ PRINT-TEXTILE FACTORY AS A CULTURAL-CREATIVE INDUSTRY MODEL

### Abstract

Cultural heritage management has been studied in the international literature for a long time. However, it is an area that has attracted attention in our country in recent years. Heritage management naturally emphasizes the industrialization and branding of heritages. The relevant research area focuses not only on the transmission of culture, but also on the process of its use. It is important to examine the application examples in the inferential studies focused on obtaining results and application in this field. This type of analysis is helpful in model building.

The basic assumption of the study is that traditional knowledge memory, which is also defined as living cultural heritage, can be transformed into a cultural-creative industry resource as a sector in the context of sustainable development. In this study, which is based on cultural heritage management and cultural economy, the Sümerbank Nazilli Print-Textile Factory, which offers a model example as a cultural-creative industry and is Turkey's first industrial establishment in the printing field, is emphasized. The main reason why the factory was selected for review is that it has products nourished by tradition and created a unique clothing culture in the context of its period. The fact that these are still used as decorations and motifs in the 21st century is also important for the study.

The study has been discussed in the perspective of the "Circuit of Culture". This approach was developed by British cultural theorists in the late 20th century as a tool for cultural analysis. There are five elements in the approach: "representation, identity, production, consumption and regulation". This approach reveals how a cultural text or any cultural artifact is represented and which social identities are associated with it. Furthermore, this approach examines how it is produced and consumed, and what mechanisms regulate its distribution and use. According to this, every cultural product has a meaning in social life. Cultural meanings circulate and are maintained in society with the five elements mentioned. In this context, firstly, the production role of Sümerbank Nazilli Print-Textile Factory for a certain period was examined in the study. In the second stage of the study, the social, cultural and economic outputs of the factory, both locally and nationally, were examined from a holistic perspective in the context of the Circuit of Culture.

In the study, it has been determined that Sümerbank Nazilli Print-Textile Factory has a function as a cultural center and creates a culture of its own by preserving local-authentic values. In addition, in the study, it was concluded that the factory is a cultural, creative and economic sector in terms of its operation, product output and widespread impact. For this reason, it has been stated that, the factory can provides an example of a model for cultural-creative industries to achieve sustainable development and more specifically cultural heritage-based goals in Turkey's 2023 development vision, in the context of production culture.

**Keywords:** Cultural Economy, Cultural-Creative Industry, Sustainable Development, Circuit of Culture, Sümerbank Nazilli Print-Textile Factory.

## Giriş

Anadolu’da Millî Mücadele döneminin getirdiği zorlu koşullar, çözülmesi gereken bir dizi toplumsal sorunlara yol açmış ve bu dönemin sonrasında toplumun hemen her alanında yeni politikaların uygulanması gerekli görülmüştür. Dolayısıyla savaş meydanlarında verilen mücadelenin bir benzerinin özellikle kültür ve ekonomi alanında eş zamanlı olarak başlatılması ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Cumhuriyet döneminin en önemli politikalarından biri devlet eliyle, yardımıyla, desteğiyle ve teşvikiyle gerçekleştirilen “sanayileşme modeli” olmuştur. Sanayileşme modelinin ilk izleri ise “Millî egemenlik, mali egemenlikle desteklenmelidir.” sözleriyle İzmir İktisat Kongresi’nde görülmektedir (Doğan, 2007: 663; Doğan vd., 2011: 185). 1931 yılında kabul edilen ve uygulamaya konulan “devletçilik” ilkesi, başta ekonomi olmak üzere birçok alanda kendini hissettirmiştir. 1930-1939 dönemini kapsayan devredeki iktisat politikalarında özellikle “devletçilik” ilkesi ön planda yer almıştır. Bu bağlamda ilk sanayileşme dönemi olarak tanımlanabilecek bu aşamada, devlet eliyle gerçekleştirilen “millî sanayileşme denemeleri” dikkat çekmektedir. İlk denemeler içerisinde yer alan tekstil ve gıda olmak üzere hafif sanayiye yönelik sanayileşme faaliyetleri, ülkedeki yaygın tüketim mallarının “yerli üretimle” sağlanmasını esas almaktaydı (Boratav, 2005: 59, 71; Polatoğlu, 2021: 292).

Cumhuriyet ile birlikte oluşturulması hedeflenen Türk kimliği, “özde milli, yerli; teknikte beynelmilel, uluslararası” biçiminde tanımlanabilir. Ekonomi ve kültür alanında eş zamanlı olarak gerçekleştirilmeye çalışılan bu hedef, Sümerbank adı altında kurulan ilk işletmelerde “Türk tipi üretim modellerinin” ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bu modeller, uzun vadede, “yeni Türk kimliğinin” yaratılması sürecinin ilk adımları olarak da okunabilir. Hammadde ve tasarım başta olmak üzere hemen her alanda “yerelden, bölgenin doğal ve kültürel mirasından” beslenmeyi amaçlayan bu ilk sanayileşme politikaları ile üretim kültürü temelinde bir kimlik yaratılmak istenilmiştir (Asıliskender, 2002: 94-97).

Devletçilik ilkesi temelinde sanayileşme için atılan ilk adım, Türkiye’nin ilk Kamu İktisadi Teşekkülü olan Sümerbank’ın kurulmasıdır. Dokuma başta olmak üzere maden ve seramik alanında çeşitli ve çok sayıda fabrikaların kurulmasını sağlayan bu teşebbüs, hammaddesi ülkemizde olan malların üretimi öncelikli olmak üzere ülkenin temel ihtiyaç maddelerinin belli bir kısmını başarılı bir şekilde karşılamıştır. Öngörülen ve hayata geçirilen bu yerli ve millî üretim modeli, bir süre sonra satış politikası geliştirerek uluslararası alanda tanınmanın ve markalaşmanın önünü açmıştır (Polatoğlu, 2021: 292; Türk, 2017: 80-84). Bu bağlamda ilgili dönemde ihracatçı bir ülke konumunda olan Türkiye’nin doğal ve kültürel miraslarını işleme ve ürünlerine zaman içinde marka kazandırarak kendi yerel-özyün kaynaklarından yararlanmasını, günümüzün kültürel miras yönetimi alanının da odağında yer alan konuların başındadır.

“Yerli üretim” ilkesi, yerli malların üretilmesini ve tüketilmesini, bu sayede özgünlüğün, milliliğin ve aslında geleneksel bilgi belleğinin korunmasını sağlamaktadır. Bu bağlamda “Yerel olmadan, evrensel olunmaz!” yaygın mottosunu da dikkate alarak şu söylenebilir; yerelliğin korunması, yerel-özyün sermayeden beslenmeyen gelişme ve kalkınma politikalarının sürekliliğinin ve yaygın etkisinin olamayacağını göstermektedir. Dolayısıyla her yıl ülkemizdeki okullarda belirli gün ve haftalar içerisinde çeşitli etkinliklerle kutlanan, öncelikli olarak yerli üretim mallarını kullanmayı/tüketmeyi ve tutumlu olmayı yaygınlaştırmayı amaçlayan Yerli Malı Haftası (12-18 Aralık tarihleri arasında), bu çalışmanın konusu olan Sümerbank işletmelerinin kuruluşuyla benzer bir düşünceyle oluşturulduğu için üzerinde durulması gereken bir konudur.

Ülkemizde Yerli Malı Haftası düşüncesinin ilk tohumları, Sümerbank teşekkülünde olduğu gibi, İzmir İktisat Kongresi’nde atılmıştır. Yerli mallarının üretilmesinin ve kullanılmasının kararlaştırıldığı kongre, daha sonraki dönemlerde “yerli üretim”, “ulusal/millî ekonomi”, “millî sanayi” ile ilişkili hedeflere dayanak oluşturmuştur. Sümerbank’ın kuruluşunda da aynı bakış açısı görülmektedir. Bu bakımdan ülkemizde uzun yıllardır kutlanan Tutum, Yatırım ve Türk Malları Haftası veya bilinen yaygın adıyla Yerli Malı Haftası, kültürel miras yönetimi ve kültür ekonomisi bağlamında yeniden değerlendirildiğinde amaçları ve çıktıları bakımından toplumdaki yaygın etkisinin artırılmasının gerekli olduğunu söylemek mümkündür.<sup>1</sup>

Türk malları ve yerli üretimin markalaşması konusunda ülkemizde gerçekleşen olumlu gelişmelerden biri, 4 Aralık 2021 tarihli ve 2021/24 sayılı Cumhurbaşkanlığı Genelgesidir. İlgili genelgede Türkiye markasını güçlendirmek için uluslararası kurum ve kuruluşlarla resmi ilişkiler başta olmak üzere

ihraç ürünlerinde “Türkiye” ibaresinin kullanılmaya başlanacağı bildirilmiştir. Türkiye markasını güçlendirme çalışmaları kapsamında “Turkey”, “Turkei”, “Turquie” veya “Made in Turkey” gibi kullanımlar yerine “Türkiye” ve “Made in Türkiye” ifadeleri, yerli üretimlerin markalaşması için önemli bir adımdır (Marka Olarak “Türkiye” İbaresini Kullanımı, 2021). Böylece Türkiye menşei ile üretilen malların uluslararası alanda tanınırlığı, bilinirliği artarken ticarî alandaki sürekliliği garanti altına alınacaktır.

### **Sümerbank Nazilli Basma Fabrikası: Planlamalar, Uygulamalar, Hizmetler**

Nazilli, Aydın ilinin en büyük ilçesidir. İlçenin coğrafi özellikleri, toprak verimliliği, sulama imkanları gibi nitelikleri burada tarıma dayalı sanayinin kurulmasında belirleyici olmuştur. Nazilli ovasında yetiştirilen kaliteli pamuk ve ürün bolluğu, ilçede dokumacılığın gelişmesinin ve basma fabrikasının kurulmasının önünü açmıştır (Bezirci, 2001: 37).

Türkiye'nin *Birinci Beş Yıllık Sanayi Planı (1933-1937)* içinde tekstil işletmelerinin kurulması uygun görülmüştür. Plana göre kurulan tekstil işletmelerinden olan Sümerbank Nazilli Basma Fabrikası için 25 Ağustos 1935 tarihinde dönemin İktisat Bakanı Celal Bayar tarafından atılan kombinanın temeli, 9 Ekim 1937 yılında Mustafa Kemal Atatürk'ün katılımıyla açılarak (yaklaşık) 66 yıl sürecek faaliyetlerine başlamıştır (Cumhuriyet, 1935, 25 Ağustos: 4; Doğan vd., 2011: 185-186; Semiz ve Toplu, 2019: 30).

Türkiye'nin sanayileşme politikaları içinde ilk basma fabrikası olan Sümerbank Nazilli Basma Fabrikası, tekstil ve basma sanayiinin gelişmesinin yanı sıra özellikle dokuma temelli üretim kültürünün oluşmasında büyük bir katkı sunmuştur (Ural, 2014: 35-37). Bu bağlamda fabrika, faaliyetleri ve çıktıları bakımından “kültürel-yaratıcı endüstri modeli” için örnek sunmaktadır. İplik, dokuma ve basma olmak üzere üç bölümden oluşan fabrika (Doğan, 2007: 670), basma ve pazenleri ile geleneksel bilgi belleğini kullanması açısından kültürel-yaratıcı endüstri sektörü; hizmetleri bakımından sosyal devlet politikasının uygulayıcısı konumunda olmuştur.

Fabrikanın eğitim (okuma-yazma kursları, Sümer İlkokulu, Sümer Çocuk Kütüphanesi, Sümer Vakfı), sağlık (bölgedeki sıtma ile mücadele, fabrika hastanesinin çalışmaları), sanat (sinema ve tiyatro gösterileri; resim ve heykel sergileri; defileler; fabrika -caz- korosu ve orkestrası; konserler, radyo/müzik yayınları), spor (Sümerspor; futbol, basketbol, voleybol sahaları; tenis kordu; spor salonu; jimnastik sahası; tekerlekli paten pisti; koşu pisti; gülle, disk ve cirit atma yerleri; güreş ve boks alanları), ulaşım/taşıma (Gıdı Gıdı Treni), haberleşme (*Gıdı Gıdı* gazetesi) ve diğer hizmetler (cami, çocuk yuvası/kreş; fabrika halkevi/Sümer Halkevi; lojman/fabrika evleri; hamam; eğlence, toplantı ve alışveriş mekânları; basma baloları; resmî ve özel günlerdeki kutlama/toplanma; fabrikaya bağlı Kuşadası'nda dinlenme kampı) şeklinde sınıflandırılabilir. Bölgeye sunduğu sosyal sorumluluk faaliyetleri ve hizmetleri dikkate değerdir (Bigat, 2017: 190-238; Dilek, 2021: 39; Doğan vd., 2011: 186-198; Türk, 2017: 78-79).

Fabrika, yaklaşık olarak 66 yıllık aktif üretim sürecinde hem bölgenin hem de ülkenin kaliteli ve uygun maliyetli iplik, dokuma ve basma ihtiyacının karşılanmasında önemli roller üstlenmiştir. Ancak 1980'li yıllara gelindiğinde teknolojiye geri kalınması (bilimsel ilke ve ölçütlerden ödün verilmesi), artan maliyetler, pazar koşullarına ayak uyduramama (değişen tüketici tercihlerini karşılayamama), yönetim sorunları, ücret-verimlilik dengesinin kurulamaması, işçi sorunları, serbest ekonomiye geçiş ve küreselleşmenin etkileri gibi olumsuzluklar fabrikanın kapanış sürecini hızlandırmıştır (Doğan, 2007: 677).

Nazilli Basma Fabrikası'nın kuruluşundan üretime ve nihayetinde kapanışına kadar olan süreçte ürün ve satış bakımından inişler ve çıkışlar yaşanmakla birlikte Cumhuriyet döneminin devletçilik ve sosyal devlet politikalarının uygulandığı somut girişimlerden biri olarak değerlendirilmelidir. Fabrika, kaynağını yerel-doğal mirastan alarak bünyesindeki üretim kalitesini arttırmak için ar-ge bölümleriyle (kaliteli pamuk için kaliteli tohum), ülkenin dört bir yanına sunulan pazen ve basmalarıyla, sosyal tesisleriyle, sinema ve tiyatro salonlarıyla ve topyekûn bölgenin sosyal hayatının modernleşmesine sağladığı katkılarıyla Türkiye'nin kültürel miraslarından birini yaratmıştır (URL-2). Bu bağlamda fabrikanın olumlu ve olumsuz çıktıları ile günümüzün kültürel miras yönetimi içinde yeniden ele alması gerekmektedir.

## **Bir Kültürel-Yaratıcı Endüstri Modeli ve Sürdürülebilir Kalkınma Örneği: Sümerbank Nazilli Basma Fabrikası**

Kültür ekonomisi ve yönetiminin alanı içinde yer alan ve kültürel bellek alt yapısında şekillenen kültürel-yaratıcı endüstriler, kültürel miras yönetiminin odağında bulunmaktadır. Kültürel mirasın tespitinden daha çok onun nasıl yönetilebileceğini ve ekonomik değere nasıl dönüştürülebileceğini sorgulayan bu yönetim biçimi, günümüzün özellikle yerel, bölgesel ve ulusal ekonomik kalkınma tartışmalarında daha da önemli hale gelmektedir. “Kültürün yönetilebilir ekonomik bir alan olduğunun anlaşılması” (Özdemir, 2019: 10-23), kültür çerçevesinde oluşturulan sektörleşme ve markalaşmanın hızlanmasını beraberinde getirmiştir.

Literatürde copyright endüstrileri (WIPO), içerik endüstrileri (OECD), kültür endüstrileri (Fransız Yaklaşımı), yaratıcı endüstriler (İngiliz Yaklaşımı) ve deneyim ekonomisi (İskandinav Yaklaşımı) gibi isimlerle anılan kültürel-yaratıcı endüstriler, kültürel sektörler (öz sanat alanı olarak görsel sanatlar, gösteri sanatları, miras gibi; kültürel endüstriler olarak film, video, televizyon, radyo, kayıtlı müzik piyasası, kitaplar, basın, dergi, gazete gibi) ile yaratıcı sektörlerin (yaratıcı endüstriler olarak tasarım, mimari, reklamcılık gibi; ilgili endüstriler olarak teknoloji temelli bilgisayar ve mobil endüstrileri gibi) birleşimini, her iki sektörün üretim ve dağıtım faaliyetlerini içine almaktadır. Söz konusu endüstriler, genel olarak kültürün veya kültürel miras ürünlerinin ekonomik değere dönüştürüldüğü sektörleri ifade etmektedir. Yerel (ve kırsal), bölgesel ve ulusal ekonomik kalkınmanın itici gücü olabilecek düzeyde değer yaratan bu endüstrilerin, “sürdürülebilir ekonomik kalkınmanın” sağlamasında doğrudan katkıları vardır (Özdemir, 2012: 13-17; Özdemir, 2019: 9).

Ülkemizde “bölgesel doğal mirası hammadde olarak kullanarak bunu kültürel ve ekonomik kaynağa dönüştürme fikri”, ilk kez Sümerbank’a bağlı fabrikalarla gerçekleştirilmeye başlamıştır. Tekstil alanında yapılan ilk sanayileşme hamleleri bu bakış açısının en açık göstergelerindedir. Kayseri Bez Fabrikası (ilk pamuklu tesis), Konya-Ereğli Bez Fabrikası, Nazilli Bez Fabrikası, Bursa Merinos Fabrikası, Malatya Bez Fabrikası gibi işletmeler, kuruldukları bölgelerdeki doğal mirası kullanarak Türkiye’deki dokuma kaynaklı yerel üretimin öncüleri olmuşlardır.

*Birinci Beş Yıllık Sanayi Planı (1933-1937)* içinde geçen şu iki amaç, doğal ve kültürel miras arasındaki ilişkiye dikkat çekmekte ve bu bağlamda yerel üretime vurgu yapmaktadır. Plandaki konuyla ilgili ilk amaç, “Yer üstü hammadde kaynaklarını değerlendirecek sanayinin kurulması; yerel veya bölgesel tarımsal üretime ve doğal kaynaklara dayalı sınıai üretim birimlerinin kurulmasıdır.” Plandaki ikinci amaç, “Ana hammadde ülkemizde bulunan veya tedarik edilebilen sanayi kollarının ele alınması; sanayi işletmelerinin kuruluş yerlerinin hammadde ve iş gücü kaynaklarına yakın olmasıdır.” Bu planda kurulacak tesisler için “en az maliyet ilkesi”, “millî savunma gereklerine uygunluk ilkesi” ve “geri kalmış bölgelerin geliştirilmesi ilkesi” olmak üzere belirlenen üç temel ilke arasında üçüncüsü doğrudan bölgesel yeterlilikler odaklı yerel kalkınmaya vurgu yapmaktadır. Bu bağlamda ilgili ilkeler ve özellikle amaçlar, doğal mirasın bölgesel kalkınmada nasıl kullanılabileceği konusunda da fikir vermektedir (Ayten, 2017: 256; Özyurt, 1981: 130; Polatoğlu, 2021: 274; URL-1).

Yerel kültürün temel kaynağı olan “geleneksel bilgi belleği”, ancak sürekli kullanılarak ve üretilerek korunabilir, aktarılabilir. Özgünlük arayışında olan sektörlerin bu bellekten beslenmeye ihtiyaçları vardır. Örneğin, gelenek motiflerini ürünlerinde kullanan bir dönemin Sümerbank tekstil fabrikalarındaki basma ve pazenlerden üretilen çeşitli ürünlerin 21. yüzyılda da üretilmesi, satılması ve kullanılması gerçekte bu belleğin özgün kültürel-ekonomik bir kaynak olarak kullanılabilirliğini kanıtlamaktadır. “Geleneksel giyim-kuşam belleğini” kullanan Sümerbank fabrikaları, yeni bir giyim-kuşam biçimini ve yaşam tarzını ortaya çıkararak bir “kültür” yaratmıştır (Özdemir, 2018: 12-13). Fabrika, kurulduğu ve aktif olarak çalıştığı dönemde sadece üretim alanında değil aynı zamanda Cumhuriyet kültürünün ve temel kavramlarının bölgede yerleşmesini ve benimsenmesini sağlamıştır. Nazilli’de yarattığı sosyal, ekonomik ve kültürel değişimler bölgesel kalkınmanın itici güçlerinden olmuştur (Eren, 2019: 84; Güneş, 2007: 7). Böylece fabrika, özellikle kuruluşundan sonraki üretimin verimli olduğu yıllara kadar hem sürdürülebilir bölgesel kalkınmaya katkı sunmuş hem de kültür yaratma potansiyeli oluşturarak yerel ve özgün kültürün korunmasını ve aktarılmasını sağlamıştır.

*Birinci Beş Yıllık Sanayi Planı (1933-1937)* içinde uygun görülen ve 1935'te kurulup 1937'de faaliyetlerine başlayan Sümerbank Nazilli Basma Fabrikası'nın faaliyetleri ve hizmetleri, Türkiye'nin kalkınma politikalarının gerçekleştirilmesinde etkili olmuş ve bir bakıma (yerel-geleneksel bilgi belleği bağlamında) kültürel mirasın aktarımına da katkı sağlamıştır. Bu bağlamda fabrikanın kuruluş amacında temel alınan “yerel-doğal mirastan yararlanma” (Semiz ve Toplu, 2019: 29, 51) biçimindeki bakış açısının *On Birinci Kalkınma Planı (2019-2023)* içinde yer aldığı gibi günümüz kültürel miras temelli sektörlerinde de uygulanması Türkiye'nin 2023 vizyonuna olumlu yönde katkı sağlayacaktır.

*On Birinci Kalkınma Planı (2019-2023)* içinde “Kültür ve Sanat” başlığı altında “634.1. Türk-İslam tarihinin farklı dönemlerine ait kültürel mirasımıza öncelik verilmek suretiyle, kültürel mirasımızın araştırılması, korunması, günümüz toplumuna ve gelecek kuşaklara aktarılması sağlanacaktır.” ifadesi yer almaktadır (Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2019: 162). Bu cümleden Türkiye'nin 2023 vizyonundaki kalkınma odaklı planlamalar içerisinde kültürel mirasın yaratım, aktarım ve korunma süreçlerinin yer aldığı anlaşılmaktadır.

Sümerbank Nazilli Basma Fabrikasının gelenekten beslenen ürünlerinin varlığı, dönemi bağlamında özgün giyim-kuşam kültürü yaratması ve bunların 21. yüzyılda özellikle dekor ve motif olarak halen kullanılması, bu çalışmada adı geçen fabrikanın model olarak seçilmesinin sebepleri arasındadır. Ülkenin uzun bir dönem tekstil ihtiyacını karşılayan Sümerbank Nazilli pazen kumaşlarının yakın dönemli film ve dizilerde dokuma ve model olarak tercih edilmesi (Gaffur Pijaması-Avrupa Yakası Dizisi), tasarımcı-yaratıcı aktörler tasarımlarında kullanarak uluslararası alanda ödülle dönmeleri (Cemil İpekçi tasarımı pazen elbise) (Çetiner, 2007: 20) ve günümüz kitle beğenisi temelli popüler kültüründe tercih edilir olması, fabrikanın kültürel-yaratıcı endüstrilerden birini olduğunu göstermektedir.

Kültürel-yaratıcı endüstri olarak değerlendirilen fabrikanın gelenek kültüründen beslenen faaliyetlerinin, hizmetlerinin ve ürünlerinin incelenmesi, ilgili sektörler için örnek olması bakımından katkı sağlayacaktır. Benzer şekilde bu fabrikanın özgün bir kaynak olarak yerel kültürü kullanması temelindeki ürün faaliyetleri, yerel yönetimler için de iyi uygulama örneği sunmaktadır. Örneğin, kültürel-yaratıcı endüstriler olarak yerelde kurulacak küçük ve büyük ölçekli işletmeler, yerelin kültürel sermayesinden beslenme misyonu çerçevesinde şekillendirildiğinde, bölgenin sürdürülebilir kalkınmasında olumlu ve uzun süreli etki yaratma potansiyeline sahip olacaklardır. Destekleyici biçimde *On Birinci Kalkınma Planı (2019-2023)* içinde yer alan “Fikri Mülkiyet Hakları”<sup>2</sup> ve “Kırsal Kalkınma, Politika ve Tedbirler”<sup>3</sup> alt başlıklarındaki ilgili maddelerde belirtildiği üzere coğrafi işaret tesciline yönelik kullanımların yanı sıra “geleneksel üretim ve saklama bilgisini gelecek kuşaklara taşıyacak girişimler ve iş birlikleri gibi alanların desteklenmesinin” sağlanacağı bilgisi, Türkiye'nin 2023 vizyonunun da bu çerçevede oluşturulduğunu göstermektedir. Böyle bir yaklaşım ve uygulama biçimi, yerelin tanınırlığını sağlayarak ilgili ürünlerin coğrafi işaretlenmesini ve nihayetinde markalaşmasını beraberinde getirecektir.

### **Kültür Döngüsü: Kültürel-Yaratıcı Endüstriler ve Sümerbank Nazilli Basma Fabrikası**

Kültür Döngüsü (Circuit of Culture) yaklaşımı bağlamında kültür, “paylaşılan anlamlardır” (Hall, 2003a: 1). Kurama göre anlamın üretimi ve dolaşımı dil aracılığıyla gerçekleşmektedir. Bu bakımdan dil, anlam ve kültürün merkezinde yer almaktadır. Bu sürece dahil olan birbirleriyle ilişkili beş unsur, ürünlerin/metaların kültürel anlamlarını bütünsel olarak değerlendirmek için yararlı bir çerçeve oluşturur. Bu yaklaşım, araştırılan herhangi bir olgunun yapım ve üretim süreçlerine katkıda bulunan veya bunlardan ortaya çıkan herhangi bir “eser” koleksiyonu veya temsili malzemeler için uygun bir inceleme aracı sunmaktadır (Leve, 2012: 4-10).

Kültür Döngüsü kuramı içinde yer alan unsurlar “temsil (representation- simgeleme, işaret, sembol, tasarım), kimlik (identity-kimlik, aynılık, özdeşlik/özdeşim), üretim (production-üretme, imal, ürün, eser), tüketim (consumption-tüketim) ve düzenleme (regulation-yasa, sistem, kaide, kural, yönetmelik)” olmak üzere beş tanedir. Kuram, kültürel metnin veya herhangi bir kültürel eserin/yapıtın nasıl temsil edildiğini; hangi sosyal kimliklerin onunla ilişkili olduğunu; nasıl üretildiğini ve tüketildiğini; dağıtımını ve kullanımını hangi mekanizmaların düzenlediğini anlamaya çalışan bir çerçeve sunar. Kurama göre toplumsal yaşamda kültürel her bir ürünün anlamı vardır. Bu kültürel anlamlar, adı geçen beş unsur ile toplumda dolaşır ve

sürdürülür. Her unsur, karmaşık şekildeki ağı meydana getirdiği bir dizi eklemleme yoluyla diğerleriyle bağlantılıdır (du Gay vd., 1997: 3; Edwards ve Hodges, 2011: 5; Hall, 2003a: 2).

Kültür Döngüsüne göre anlam, “bize kendi kimliğimiz, kim olduğumuz ve kime ait olduğumuz hakkında bir fikir veren şeydir”. Bu nedenle anlam, kültürün gruplar içindeki kimliğini, farklılığını işaretlemek ve sürdürmek için nasıl kullanıldığına dair sorularla bağlantılıdır.” (Hall, 2003a: 3). Bir kültürdeki farklılıkları tespit etmek, kimliği belirlemek gibi sorgulamalar uzun vadede anlamı ortaya çıkaracak girişimlerdir.

Kültürün yaratılma sürecinde, Hall’a (2003a: 4) göre aynı kültürün üyeleri, dünyayı kabaca benzer şekillerde yorumlamalarını sağlayan kavram, görüntü ve fikirleri veya genel olarak “kültürel kodları” paylaşmalıdır. Bunlar ise başlı başına temsil sistemi oluştururlar. Araştırmacı, temsil sistemlerini şu şekilde somutlaştırmaktadır. Örneğin, bir şey anlatmak, ifade etmek veya söylemek için konuşma dili, sesleri kullanır; yazı dili, kelimeleri kullanır; müzik dili, notaları kullanır; beden dili, fiziksel jestleri kullanır; moda endüstrisi, giyim eşyalarını kullanır; trafik işaretleri, kırmızı, yeşil ve kehribar/sarı renkleri kullanır. Sesler, kelimeler, notalar, jestler, ifadeler, giysiler üretildiği için doğal ve maddi dünyamızın yani kültürümüzün bir parçasıdır. Bunların dil için önemi ise “ne olduklarından çok ne yaptıkları yani yükledikleri işlevleridir”. Bu anlamlandırma sistemleri olmaksızın kültür dediğimiz ortak yaşam dünyasını inşa edemez veya sürdürümez (Hall, 2003a: 4-5). Bu temsillerin her biri anlam üretiminin bir parçasıdır. Çünkü temsil, anlam ve dili kültüre bağlar (Hall, 2003b: 15).

Günümüzün bütün kültürel-yaratıcı endüstrileri, üretim kültürü ve dolayısıyla anlam yaratma potansiyeline sahiptir. Üretim süreci, “bir ürünün belirli anlamlarla kodlanmış olarak adlandırdığımız şeye” atıf yapmaktadır. Başka bir deyişle, bu bakış açısı, üretilen her ne ise teknik bilgisinin yanında onu meydana getiren kültürel üretim sürecinin de varlığına dikkat çekmektedir. Sonuç olarak anlam yaratma süreci, “kültür üretimini” doğururken, aynı zamanda “üretim uygulamalarının belirli kültürel anlamlarla yazılma biçimleri” olan “üretim kültürünü” de yaratmaktadır (du Gay vd., 1997: 4).

Sümerbank adı altından kurulan işletmeler, “Tohumdan ürüne yerli malı” düşüncesi etrafından planlama ve üretimi hedeflemişlerdir. Genel olarak Sümerbank tekstil sanayi, özel olarak Nazilli Basma Fabrikası “yerli sermaye, yerli ürün, yerli tohum, yerli pamuk, yerli kumaş, yerli desen, yerli üretim, yerli giyim, yerli eğitim/yerli okul, yerli tasarım” ilkeleri çerçevesinde oluşturulmuş (Köseoğlu, 2017: 131) ve kendi bağlamında üretim kültürü yaratmıştır.

Bir “sosyal fabrika modeli” oluşturan Sümerbank Nazilli Basma Fabrikası, “kültür üretimi” ve “üretim kültürü” hakkında fikir vermekte, örnekler sunmaktadır. Fabrika, üretimin yanında eğitim, araştırma, geliştirme, sanat ve spor gibi alanlara da ayrıca önem verme ve sosyal-kültürel-ekonomik görünüme sahip olması (Dilek, 2021: 3) gibi nitelikleri bakımından kültür yaratmayı başarmıştır.

Kültür üretimi sürecinde isim tercihleri, kültürün temsili bağlamında oldukça işlevseldir. Tarihi süreç içerisinde Sümerlilerin yoğun bir şekilde tarımla uğraştıkları bilinmektedir. Buna bağlı olarak Sümerler tarihte çiftçi, bahçıvan, berber, dokumacı, kunduracı, kamış örücü gibi birçok meslek grubunun ortaya çıkmasında öncü olmuşlardır (Durmuş, 2018: 181). Fabrikanın yarattığı kültüre ilişkin olarak Sümerbank isim tercihinin kültürel tarihe vurgu yapan bilinçli bir seçim olduğu görülmektedir. Dönemin yönetim ve kültür politikalarıyla eş zamanlı olarak desteklenen Türk Tarih Tezi düşüncesi de bu yönelimin arka planını oluşturmaktadır. İlgili teze bağlı olarak Birinci ve İkinci Türk Tarih Kongrelerinde (1932, 1937) tartışılan konu, Türklerin kökenlerini Orta Asya’dan aldıkları, Anadolu’ya binlerce yıl öncesinde göç ettikleri ve Anadolu’nun tarih öncesi sakinlerinin de kökenlerinin Orta Asya olduğu yönündeydi (Kocatürk, 1987: 504-505). Aynı dönemlerde maden yataklarının işlenmesi için kurulan bir bankacılık işletmesi Etibank’ın da isim seçiminde, Anadolu uygarlıkları içinde yer almış olan Etilerin veya bilinen yaygın adıyla Hititlerin, tarihte çeliği ve dövme demiri icat etmeleri etkili olmuştur (Başak, 2008: 16). Bu bağlamda ilgili uygarlık adlarının gündelik hayata dahil edilmesi ve edebî yaratmalar içinde yer alması gibi durumlar kültür üretimi sürecinin bir sonucudur. Tüm bunlarla birlikte fabrika içerisinde bulunan Sümer İlkokulu, Sümer Çocuk Kütüphanesi, Sümer Vakfı, Sümerspor, Sümer Halkevi gibi adlandırmalar da fabrika özelinde anlamın dil aracılığıyla yaratıldığının ve kimlik oluşturulduğunun belirgin örneklerindedir.

Kültürde sembollerin işlevleri bulunmaktadır. Kültür Döngüsü içerisinde temsil olarak ifade edebileceğimiz semboller de işlevseldir. Sümerbank Nazilli Fabrikasının açılışında Atatürk'ün fabrikanın ilk giriş kapısı olan hallaç dairesinin kapısını açılış günü için hazırlanan ve Sümerbank'ın simgesi olan altın anahtarla açması bu noktada örnek olarak verilebilir (Cumhuriyet, 1937, 10 Birinciteşrin: 9).

Kültürel unsurlarla kendimizi ifade ettiğimizde, bunları kullandığımızda, tükettiğimizde, benimsediğimizde veya etraflarında anlatılar ve hikâyeler oluşturduğumuzda aslında anlam da üretmiş oluruz. Çünkü bunların her biri seçimin sonucunda gerçekleşir ve irademizle yaptığımız seçimler hakkımızda fikir verir. Tüm bunlarla birlikte yapılan seçimin bir adım öncesinde özellikle kitle iletişim araçları ile yönlendirilen tercihlerin varlığını dikkate almak gerekir. Ancak böyle bir durumda bile kültür veya paylaşılan anlamlar, medyayı yöneten kişiler tarafından üretilmiş olur. Bu bağlamda özellikle dil, anlamın üretildiği ve yayıldığı ayrıcalıklı medyalardan biridir (Hall, 2003a: 4).

Dil, her alanda kullanılmakla birlikte özellikle afişlerdeki, sloganlardaki, gazete haberlerindeki ve reklamlardaki dil kullanımı kültür yaratma ve kültürel imge oluşturma sürecinin etkin araçlarındandır. Anlam üretiminde kitle iletişim araçlarının ve dolayısıyla medyanın etkisi bağlamında fabrika ile ilgili türkülerin söylenmesi ve marşının yazılması (Bigat, 2017: 238-243; Doğan vd., 2011: 196-197), Nazilli'nin sembolü haline gelen ve şehir ile fabrika arasındaki işçileri taşıyan Gıdı Gıdı Treni'nin yazılı edebiyat geleneğine, öykülere konu edilmesi (Bigat, 2017: 202); fabrika kumaş ve modellerinin Nazilli Basması adıyla anılması, fabrikanın hem işçileri ilgilendiren konularla ilgili hem de yemek aralarında dinletilmek için yapılan radyo-müzik yayınları, *Gıdı Gıdı* gazetesi gibi faaliyetleri anlam üretme yani kültür yaratma alanı içinde yer almaktadır. Bu bağlamda kitle iletişim araçları, özellikle imge yaratımının ve gösteriminin başlıca yollarındandır. Kültürel belleğin oluşturulmasında ve tanıtılmasında aktif rol üstlenen bu araçlar, kentsel ve ulusal imgelerin yaratıldığı ve yaşatıldığı ortamlar olması bakımından önemlidir (Özdemir, 2012: 117).

Kültür yaratmanın en önemli ölçütlerinden biri sürekliliktir. Kültürün yaratılmasında ve yaşatılmasında kullanılan dil günlük gazetelerde görülebilmektedir. Fabrikanın kuruluşunun ilk yıllarında deneme amacıyla Sovyet Rusya fabrikalarında imal edilen basmalar dönemin Parti binasına getirilmiştir. Basmaları gören Celâl Bayar'ın gazetede neşredilen şu ifadeleri dikkate değerdir: “Bu güzel basmaları Nazilli kızlarına giydirerek onları öyle gelin edeceğiz.” (Cumhuriyet, 1935, 28 Ağustos: 4).

Kültürde temsil, sizi diğerlerinden ayıran şeydir. Bu ayrım, özellikle bir sektör içerisinde marka/markalaşma temsillerden biridir. Fabrikanın aktif üretim sürecinde hem bölgenin hem de ülkenin “kaliteli ve uygun maliyetli” iplik, dokuma ve basma ihtiyacını karşılaması dikkate değerdir. Bu üretim politikası neredeyse eş zamanlı olarak dönemin gazetelerinde haber ve reklam dili olarak da kullanılmıştır. *Cumhuriyet* gazetesinin Nazilli Basma Fabrikası ile ilgili haberinde geçen şu ifadeler dikkate değerdir: “Nazillide çalışmakta olan tohum üretme çiftliği şimdiden köylüye pamuğu fenni usullerle nasıl hazırlayacağını ve nasıl işliyeceğini öğretmektedir... Bu pamuklar en iyi kalitede olacaktır. Nazilli pamuğu verim ve kalite bakımından dünyanın en iyi pamuğudur.” (Cumhuriyet, 1935, 25 Ağustos: Manşet, 4).

Ülkenin sanayileşme planı çerçevesindeki millilik vurgusu gazete haberlerinde sıklıkla yer almıştır.<sup>4</sup> *Cumhuriyet* gazetesinin bir başka haberi şu şekildedir: “Nazilli fabrikası memlekete hizmet edecek yeni bir ödev daha almıştır. Buna göre Anadolu köylü kadınları için fabrika millî bir tip basma kabul edecektir. Fabrika, imalata başladıktan sonra bu tip basma, evvelâ fabrikada çalışan kadınlara giydirilerek yavaş yavaş bütün memlekete yayılacaktır.” (Cumhuriyet, 1935, 28 Ağustos: 4).

Yerli üretimin ve yerli üretimdeki sanayileşmenin adeta simgesi haline gelen Nazilli Basma Fabrikasının ürünleri etrafında yaratılan üretim kültürü anlayışının dildeki yansımaları kültürel bellek bağlamında kimlik yaratma politikalarına bir örnektir: “Sergiyi gezen bayanların en ziyade alâkadar eden şey Nazilli'nin numunelik basmaları olmuştur. Onların bilhassa desenlerinde, renklerinde bizim olan bir yerlilik ve cana yakınlık göze çarparıyordu.” (Cumhuriyet, 1937, 30 Ağustos: 5).

Basma fabrikasının ürün kumaşlarının sağlamlık, şıklık, kalite ve desen yönünden beğenilmesi, bölgesel ve ulusal alanda tercih edilmesinin öncelikli sebepleri arasındadır. Köylerde el dokuma tezgâhları ile üretilen alaca kumaşların yerini, uzun yıllar boyunca zevke hitap ettiği için “Nazilli Basması” adıyla



anılan kumaş ve modeller almıştır. Fabrika bünyesinde çalışan modelistlerin doğadan ve Anadolu halkının günlük yaşamından esinlenerek çizdikleri Türk süsleme sanatına ve millî renklere ait desenler,<sup>5</sup> dönemin giyim tercihlerine uygunluk ve daha da önemlisi özgünlük bakımından fabrikanın faydalı sonuçlar elde edilmesini sağlamıştır (Bigat, 2017: 183-184; Eren, 2019: 82; Köseoğlu, 2017: 130). Çünkü kültürel bellek, farklılık ve özgünlüğün kaynağıdır (Özdemir, 2012: 116). Geleneksel bilgi ile donatılmış olan kültürel belleğin belli sektörler etrafında markalaştırılması, sürdürülebilir ekonomik kalkınma bağlamında, akılcı bir kullanımdır.

Kültür Döngüsü kuramının tüketim unsuru dikkate alındığında Sümerbank'ın kısa vadede yerel-bölgesel, orta ve uzun vadede ise ulusal ekonominin güçlendirilmesi amacıyla oluşturulan Yerli Mallar Pazarı geniş bir alım-satım ağı oluşturmuştur (Çetiner, 2007: 12). Sümerbank'ın üretilen malları bu pazarda satılmaktaydı. Bununla birlikte sadece Nazilli Basma Fabrikasında üretilenlerin değil Sümerbank'ın giyim başta olmak üzere tüm mallarına ilişkin ürünlerinin Yerli Mallar Pazarında satıldığı ve reklamlarında ortak reklam dili kullanımı bağlamında millî, yerli, ucuz ve kaliteli üretim vurgusu olduğu görülmektedir. Ürün reklamlarına uygun biçimde özellikle basma fabrikasının üretmiş olduğu ürünlerinin sağlamlığının yanında akmaması ve solmaması (örneğin, basma desenlerindeki çiçek motiflerinin gerçekmiş gibi canlı durması ve üzerinden yıllar geçmesine rağmen renginde değişiklik olmaması) gibi kalite nitelikleri, halk arasındaki tercih sebepleri arasında yer almıştır (Bigat, 2017: 255; Dilek, 2021: 16; Köseoğlu, 2017: 5). Dolayısıyla Sümerbank'ın reklam afişlerinde kullanılan slogan benzeri söylemlerin gerçek yaşamda da karşılık bulduğunu, bu bakımdan Sümerbank kültürünün yaratılmasının ve yaşatılmasının sağlanmasında etkili olduğunu söylemek mümkündür.<sup>6</sup>

Kültür Döngüsü kuramına göre anlam oluşturma devam eden bir süreçtir (du Gay vd., 1997: 5). Örneğin, İzmir Ekonomi Üniversitesi tarafından 2014 yılında “Dijital Tekstil Desen Arşivi ve Sanal Müze Projesi” kapsamında oluşturulan ve Sümerbank Halkapınar Basma Sanayii Müessesesince üretilen kumaşlardan hazırlanan dijital kumaş arşivi; “Bir Ulusu Giydirmek: 1956-2000 yılları arası Sümerbank Desenleri” başlıklı sergide Sümerbank tarafından üretilen takvim ve porselen gibi tasarım nesnelere yer verilmesinin yanı sıra sergi için orijinal kumaş desenlerini yeniden üreten araştırmacıların bunları dönemin moda dergilerinde yer alan elbise kalıplarının üzerine uygulamaları (Bigat, 2017: 17-18); Gaffur pijamasının veya Nazilli basmalarının günümüz giyim ve kuşamında motif veya dokuma şeklinde kullanılıyor olması gibi örnekler anlam yaratma ve kültürel imge oluşturma sürecinin bir parçasını oluşturmaktadır.

Özellikle giyim sektöründe tasarımın işlevi oldukça önemlidir. Tasarımcılar, kültürel döngüdeki üretim ve tüketimde rol üstlenirler (du Gay vd., 1997: 4-5). Bu bağlamda 1937 tarihli haberdeki şu ifadeler dikkate değerdir:

“Bugün piyasadaki basmalar, dört renk üzerindedir. Halbuki, Nazilli kombinası 10 renk üzerine hazırlanmıştır. Fakat yeni Türk san'atının yaratacağı bedîî iş ve moda, ilk etüdlerin ve tecrübelerin sonuna kalıyor. Renk ve bunun üzerinde şekil yaratmak, çok ince bir iştir. Bu kısım için de Rusya'da ihtisas yapan 13 gencimiz vardır” (Gökçe, 1937, 20 Temmuz: 2).

Basma fabrikasında düzenlenen defileler ve fabrikada kullanılan özel modeller, fabrikanın kültür üretme sürecinde etkin olan faaliyetleri arasındadır. *Cumhuriyet* gazetesinin 10 Mart 1935 tarihli haberinde bu konu şu cümleler ile ifade edilmiştir: “Basma ve pazenlerde desenlerin fevkalâde ehemmiyetli olduğunu nazarı itibara alarak Sümer Bank hem Avrupa'dan mütehasşis ressamlar celbedecek, hem de Türk gençleri arasında mütehasşis yetiştirmek için ayrıca tedbirler alacaktır.” (Cumhuriyet, 1935, 10 Mart: 4).

Kültürün üretilme sürecinde yer alması gereken temel kısımlardan biri “kültürel bellek” oluşturmaktır. Diğer bir deyişle, üretilen kültürün ortak kabuller (veya kodlar) biçiminde paylaşılmasına ihtiyaç vardır. Kültürel belleğin oluşturulmasından sonra imgelerin yaratılması ve geliştirilmesi gelmektedir. İmgelerin belirlenmesi, tasarlanması, yaratılması, tanıtılması ve gösterilmesi kültür döngüsü bağlamında temsil ile gerçekleştirilmektedir (Özdemir, 2012: 114-121).

Kültür Döngüsü ile ilgili son olarak düzenlemeden bahsetmek gerekmektedir. Bu unsur, kültürün veya herhangi bir kültürel eser üretilme sürecindeki yasa, sistem, kaide, yönetmelik gibi birtakım kuralları içine almaktadır. Sümerbank Nazilli Basma Fabrikasının faaliyetleri ve hizmetleri noktasında *Birinci Beş*

*Yıllık Sanayi Planı (1933-1937)* hedefleri ve uygulamaları açısından dikkate değerdir. İlgili planda tekstil alanında sanayileşmenin hedeflenmesi ve hammaddesi ülkemizde olan ürünlerin üretilip ihraç edilmesi düşüncesi, fabrikanın kuruluş ve işleyiş amacıyla birlikte ilerletilmiştir.

Sümerbank, Türk ekonomi ve tekstil tarihi bakımından sembol haline gelmiş bir kuruluştur. Özellikle giyim sektöründe kendine özgün desen ve modellerini ortaya çıkararak “Anadolu giyim kültüründe” önemli yeri bulunan bu kuruluşun Nazilli Basma Fabrikası, renk ve çeşit yönünden ilhamını aldığı Anadolu çiçeklerini desenleri ile kumaşlarında canlandırmayı başarabilmiştir (Er, 2011: 7; Köseoğlu, 2017: 1). Bu bağlamda fabrika, dokuma özelliği ve kumaş tasarımı ile özgün bir üretim kültürü yaratmıştır.

### Sonuç

Türkiye'nin kültürel miras yönetimi alanında iyi uygulama örnekleri sunmak ve yeni yaklaşımlar geliştirmek amacıyla ele alınan bu çalışmada Sümerbank Nazilli Basma Fabrikasının kültürel miras temelindeki faaliyetleri Kültür Döngüsü yaklaşımı bağlamında bütüncül bir bakış açısı ile incelenmiştir. Çalışmanın temel varsayımı fabrikanın, üretim kültürü çerçevesindeki hizmetleri ve katkıları bağlamında, Türkiye'deki kültürel miras yönetiminde iyi uygulama örneklerinden biri olarak değerlendirilebileceği düşüncesidir.

Kültürel miras yönetimi ve kültür ekonomisi temelinde yapılan bu çalışmada kültürel-yaratıcı endüstri modeli örneği olarak sunulan Sümerbank Nazilli Basma Fabrikası üzerinde durulmuştur. Fabrikanın işleyişi, ürün çıktısı ve yaygın etkisi bakımından kendi bağlamında kültür yarattığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu inceleme, Kültür Döngüsü yaklaşımı perspektifinde yapılmıştır.

Kültür Döngüsü yaklaşımında bir sektörün temsili, simgeleme olarak kendini göstermektedir. Sümerbank Nazilli Basma Fabrikası, Sümer ve Nazilli isim tercihleriyle kültürel ve yerel tarihe vurgu yapmaktadır. Sümerlerin tarihte yoğun bir şekilde tarımla uğraştıkları bilinmektedir. Sümerlerin özellikle dokumacı, kunduracı, kamış örücü gibi birçok meslek grubunun ortaya çıkmasında öncü olmaları işletmede Sümer isim tercihinin bilinçli olduğunu desteklemektedir. Kültür Döngüsünde dil de temsil araçlarından biridir. Fabrika etrafında oluşturulan sözlü ve yazılı kültür geleneği, işçileri taşıyan Gıdı Gıdı treninden adını alan *Gıdı Gıdı* gazetesi, fabrikada üretilen kumaşların Nazilli Basması adıyla bilinmesi dikkate değerdir. Kültürde temsil, kimlik ile kendini benimsetmekte ve kültürel bellek oluşturmaktadır. Özellikle gazetelerde yer alan demeçlerde Nazilli Basmalarının renklerinden tasarımlarına kadar her aşamasında yerlilik ve millilik vurgusunun yer alması, fabrika etrafında yaratılan üretim kültürünü ve kimliğini göstermektedir (Temsil-Kimlik).

Kültür Döngüsünde üretim ve tüketim, anlam yaratımının dağıtımını ve paylaşılmasını sağlamaktadır. Fabrikanın ürünleri diğer üretimlerin aksine sağlık, şıklık, kalitelik ve desen yönünden tercih sebebi olmuştur. Fabrikanın üretim politikasını meydana getiren bu durum, tüketim ile kendi içinde süreklilik yaratmaktadır. Bu bağlamda Sümerbank ürünlerinin satıldığı Yerli Mallar Pazarı geniş bir alım-satım ağı oluşturmuştur (Üretim-Tüketim).

Kültür Döngüsü son olarak düzenleme ile devinimini tamamlamaktadır. Bu unsur, bir eserin üretilme sürecindeki yasa, sistem, kaide, yönetmelik gibi birtakım kuralları içine almakta ve üretimde sürekliliği temin etmektedir. Fabrikanın kuruluşundan üretimine kadar olan hemen her aşamasının sanayi ve kalkınma planları çerçevesinde düzenlenmesi, üretimin yönetmelikle garanti altına alınmasını sağlamıştır (Düzenleme).

Kültür Döngüsünün beş unsuru (temsil, kimlik, üretim, tüketim, düzenleme) aracılığıyla yapılan değerlendirmede “anlam yaratma” ve “kültür üretme” düşüncesinden yola çıkarak şunu söylemek mümkündür, “geleneksel bilgi bellekli kültürel-yaratıcı sektörler, sadece tüketici/müşteri odaklı çalışarak ürün imal etmezler, bundan öte, kültürel mirasın aktarılmasına katkı sağlarlar. Sektörleşme ve markalaşma sayesinde de yaşatılarak korunan bir kültürel miras belleği meydana getirilmiş olur.” Yaratılan belleğin sürekliliği ise kültürel imgelerin yaşatılmasıyla mümkündür. Bu bağlamda Aydın ili, basma fabrikasıyla daha önce yaratmış olduğu kent kimliğini yeniden canlandırmalı ve kültür temelli çalışmalarına “yerel imge” boyutunu eklemelidir. Böyle bir bakış açısı, sadece yerelde değil bölgesel ve küreselde de olumlu sonuçları getirecektir.

Nazilli Basma Fabrikası, doğal ve kültürel mirastan yararlanmanın ilk ve uygulanabilir örneğini sunmaktadır. 1935'te kurulup 1937'de faaliyetlerine başlayan fabrika, dolayısıyla Türkiye'nin kalkınma

politikalarının gerçekleştirilmesinde resmî uygulama planı çerçevesinde hareket etmiştir. Cumhuriyet döneminde hedeflenmiş olan “yerel-doğal mirastan yararlanma” düşüncesinin ilk uygulayıcılarından biri bu fabrika olmuştur. Tüm bunlar dikkate alındığında fabrika etrafında gelişen üretim kültürünün aynı zamanda dönemin yönetim politikası olduğu anlaşılmaktadır. Bu hedefler bugünkü *On Birinci Kalkınma Planı (2019-2023)* ve Türkiye’nin 2023 kalkınma vizyonuna da uygundur.

Sonuç olarak Sümerbank Nazilli Basma Fabrikasının, Kültür Döngüsü bağlamında değerlendirildiğinde, ekonomik çıktılarının yanı sıra kültür merkezi olarak işlevinin olduğu ve yerel-özgün değerleri koruyarak üretim kültürü yarattığı görülmektedir. Fabrika, kullandığı öz kaynak ve oluşturduğu üretim perspektifi bakımından, Türkiye’nin 2023 kalkınma vizyonundaki sürdürülebilir kalkınma ve daha özeldi geleneksel bilgi belleğine dayalı kültürel miras temelli hedeflerini gerçekleştirmek için yaratıcı-kültürel-ekonomik model veya kültürel-yaratıcı endüstri modeli örneği sunmaktadır.

## Sonnotlar

<sup>1</sup> Örneğin, Türkiye’nin 1923 yılından beri kalkınma politikaları içinde olan ve Millî İktisat ve Tasarruf Cemiyeti’nin de kuruluş gerekçeleri içinde yer alan yerli üretim temelinde belirlenen ulusal amaçlar, Birleşmiş Milletlerin 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları (SKA) içinde “12. Madde: Sorumlu Üretim ve Tüketim” başlığıyla yer almaktadır. Buna göre ülkelerin sürdürülebilir kalkınmalarının itici güçlerinden bir kısmını kendi öz kaynakları oluşturmaktadır. Öz kaynakların akıllı ve bilinçli kullanımı, sadece bölgesel ve ulusal kalkınmaya yardım etmemekte, aynı zamanda dünya kaynaklarının verimli üretilmesini ve tüketilmesini garanti etmektedir.

<sup>2</sup> “Fikri Mülkiyet Hakları” başlığı altında ilgili maddeler şu şekildedir: “461. Geleneksel, bölgesel ve yerel ürünlerimizin ulusal ve uluslararası ölçekte rekabet gücünün artırılmasına yönelik coğrafi işaret tescil ve kullanımı desteklenecektir.” “462. Genetik kaynaklara dayalı geleneksel bilgi ve folklorun oluştuğu folklorun geleneksel bilgi ve folklor ile ilgili kapasitesinin geliştirilmesi amacıyla envanter çalışması yapılacaktır.” (Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2019: 113).

<sup>3</sup> “Kırsal Kalkınma, Politika ve Tedbirler” başlığı altında ilgili maddeler şu şekildedir: “710.1. Köylerdeki üretim ve yaşam biçimleri ile tabiat ve kültür varlıklarının korunmasını teminen; köylere özgü geleneksel zanaat ve el sanatları, agro-turizm, coğrafi işaretli ürünler, süs bitkileri, bağcılık, arıcılık, balıkçılık, kümes hayvancılığı, alternatif tarım ürünleri yetiştiriciliği, tarım ve gıda ürünlerindeki geleneksel üretim ve saklama bilgisini gelecek kuşaklara taşıyacak girişimler ve iş birlikleri gibi alanların desteklenmesine devam edilecektir.” (Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2019: 182).

<sup>4</sup> Atatürk döneminde her alanda başlayan millilik ve yerli üretim vurgusu ve buna uygun geliştirilen politikaların 1950’li yıllara gelindiğinde bazı değişikliklere maruz kaldığı anlaşılmaktadır. Sümerbank’ın davetlisi olarak Nazilli Basma Fabrikasını ziyaret eden B. Rahmi Eyüboğlu’nun tespit ve değerlendirmeleri oldukça önemlidir: “Nazilli Basma Fabrikasında bizi düşündüren biricik nokta, nakışların seçilmesi olmuştur. Basma nakışlarının hemen hemen hepsi beşinci sınıf yabancı ressamın fırçasından çıkmış tatsız tuzsuz şeylerdi. İnsan, bu soyu soppu belirsiz, köksüz, yüreksiz nakışları görünce – Bu kadar emek, bu kadar insan, bu kadar makine gücü; böyle bir sonuca varmak için mi? ... diyor”; “Madem ki o fabrika hepimizin, yerli nakışlar da şunun bunun değil; milletimizin, şu hâlde: Yerli beze yerli nakış!” (Eyüboğlu, 1955: 2).

<sup>5</sup> Hem gelenekselliği hem de özgünlüğü ile Anadolu kültürünün parçası olan Türk süsleme sanatının izleri Uygurlar arasında takip edilebilmekte, Selçuklu ve Osmanlı dönemi kumaş ve halılarında görülebilmektedir. Desen ilhamını Türk süsleme sanatından alan Nazilli Basmalarında bu izler dikkat çekmektedir. Bu bağlamda Sümerbank Nazilli Basmalarının teknik desen özelliklerini incelediği tez çalışmasında Çetiner (2007: 60-61), Nazilli Basmalarının geleneksel Türk süsleme sanatı ile bağlantılarının somut göstergelerini tespit etmiştir. Buna göre “basmalarda Türk süslemelerindeki gibi zeminin dolu olup motifler arası boşlukların oluşturduğu kompozisyon; kumaş ve desenlerde kullanılan Türk kırmızısı ve tonları (parlak kırmızı ve bundan oluşturulan tonlar, millî renkler içinde yer almaktadır); Türk sanatında uzun bir dönem etkisini gösteren İslam inanişi kaynaklı figür yasağı sebebiyle figürlü kompozisyonun olmayışı; XV. yüzyıl Osmanlı kumaşlarında görülen geometrik ve bitkisel motifler ile baklava şemasının kullanımı; Uygur süsleme sanatından miras kalan koyu mavi ve canlı kırmızının sıklıkla kullanılması; Osmanlı döneminde görülen doğaya çok yakın çiçek ve yaprak motiflerin yanı sıra desenli ve hareketli motiflerin yer alması; Türk kilimlerinde görülen koyu ve açık renklerin yer değiştirmesi ile ortaya çıkan renk canlılığının uygulanması; Selçuklu halılarında görülen baklava şemasına uygun bitki motiflerinin sıklığı” gibi tercihler dikkate çekmektedir.

<sup>6</sup> Reklam ile ilgili olarak bu çalışmanın Ekler kısmında yer alan Görsellere bakılabilir

### Kaynaklar

- ASILİSKENDER, B. (2002). *Cumhuriyet'in İlk Yıllarında Mimaride 'Modern' Kimlik Arayışı; Sümerbank Kayseri Bez Fabrikası Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- AYTEN, A. M. (2017). “Kent İçinde Sürdürülebilir Kentsel Yaşam Pratikleri Üzerine: Sümerbank Kayseri Bez Dokuma Fabrikası”. *Journal of Current Researches on Social Sciences*, C.7, S. 2, 251-270.
- BAŞAK, O. (2008). “Taş Çağı'ndan Tunç Çağı'na Anadolu'da Maden Sanatın Gelişimi ve Kullanımı”. *Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi*, S. 21, 15-33.
- BEZİRCİ, İ. (2001). *Nazilli'de Tekstil Sanayi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- BİGAT, B. (2017). *Kuruluşu ve İlk Yıllarında Nazilli Sümerbank Basma Fabrikası*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- BORATAV, K. (2005). *Türkiye İktisat Tarihi 1908-2002*. İstanbul: İmge Kitabevi.
- Cumhuriyet* (1933, 223 Ocak). “Bayramlıklarınızı Bayram Hediyelerinizi Yerli Mallar Pazarından Alınız!”. S. 3132, 1-8.
- Cumhuriyet* (1933, 29 Mart 8). “Bayram hediyelerinizi ve eşyanızı Yerli Mallar Pazarından almız”. S. 3195, 1-8.
- Cumhuriyet* (1934, 15 Ocak). “Yerli Mallar Pazarı”. S. 3884, 1-8.
- Cumhuriyet* (1935, 10 Mart). “Nazilli fabrikası basma yapacak”. S. 3886, 1-8.
- Cumhuriyet* (1935, 25 Ağustos). “İlk fabrikamız Nazilli fabrikasının yapısına hemen başlandı”. S. 4051, 1-12.
- Cumhuriyet* (1935, 28 Ağustos). “Ege bölgesinde geziler-Nazilli fabrikası millî tip basma yapacak”. S. 4054, 1-12.
- Cumhuriyet* (1937, 10 Birinciteşrin). “Atatürk, Nazilli fabrikasını dün altın anahtarla açtı”. S. 4817, 1-12.
- Cumhuriyet* (1937, 30 Ağustos). “İktisadî hareketler-Nazilli fabrikası büyük bir ihtiyacı karşılıyor”. S. 4776, 1-12.
- Cumhuriyet* (1940, 4 Haziran). “Sümerbank Yerli Mallar Pazarı”. S. 5770, 1-6.
- ÇETİNER, L. (2007). *Türk Tekstil Sanayiinde Sümerbank Nazilli Basmalarının Teknik Desen Özellikleri*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- DİLEK, D. (2021). *Sosyal Fabrikanın Çalışanları Üzerindeki Etkisi: Nazilli Sümerbank Basma Fabrikası*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- DOĞAN, H. (2007). “Sanayinin Musikisi Nasıl Başladı, Nasıl Bitti? Sümerbank Nazilli Basma Fabrikası'na Tarihsel Bir Bakış”. *Ege Akademik Bakış*, C. 7, S. 2, 661-689.
- DOĞAN, H. vd. (2011). “Çağdaş İşletmelerin Sosyal Sorumluluk Anlayışı Ekseninde Sümerbank Nazilli Basma Fabrikası Örneği ve Cumhuriyet Kültürünün Yerleşmesindeki Rolü”. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, C. 3, S. 1, 183-200.
- du GAY, vd., (1997). *Doing Cultural Studies: The Story of the Sony Walkman*. London: Sage Publications.
- DURMUŞ, İ. (2018). “Sumerlilerin Kökeni ve Kültürü”. *Akademik Tarih ve Düşünce Dergisi*, S. 5 (17 Ek), 177-200.
- EDWARDS, L. and HODGES, C. E. M. (2011). “Introduction: Implications of a (Radical) Socio-Cultural ‘Turn’ in Public Relations Scholarship”. *Public Relations, Society & Culture: Theoretical and Empirical Explorations*. (Ed. Lee Edwards and Caroline E. M. Hodges), 1-14, New York: Routledge.
- ER, F. D. (2011). *Sümerbank İzmir Halkapınar Basma Sanayii Müessesesi'ne Ait Desen Albümlerinin İncelenmesi, Arşivlenmesi ve Korunması*. Yayınlanmamış Sanatta Yeterlik Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.

- EREN, A. A. (2019). *Birinci Sanayi Planı Kapsamında Kurulan Sümerbank Dokuma Fabrikalarında Sosyal ve Kültürel Uygulamalar (1935-1950)*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi Enstitüsü.
- EYÜBOĞLU, B. R. (1955, 18 Nisan). “Pazartesi Konuşmaları-Yerli beze yerli nakış”. *Cumhuriyet*, S. 11036, 1-8.
- GÖKÇE, O. R. (1937, 20 Temmuz). “Celâl Bayar bugün geliyor-İktisad Vekili tedkiklerinden çok memnun”. *Cumhuriyet*, S. 4736, 1-10.
- GÜNEŞ, G. (2007). “Nazilli Sümerbank Basma Fabrikası”. *Fama Aktüel*, S. 18, 4-7.
- HALL, S. (2003a). “Introduction”. *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. (Ed. Stuart Hall), 1-11, London: SAGE Publications Ltd.
- HALL, S. (2003b). “The Work of Representation”. *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. (Ed. Stuart Hall), 13-74, London: SAGE Publications Ltd.
- KOCATÜRK, U. (1987). “Atatürk’ün Tarih Tezi: Bir Uygarlık Beşiği Olarak Ortaasya”. *Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi*, C. 3, S. 9, 503-507.
- KÖSEOĞLU, K. (2017). *Nazilli Belediyesi Etnografya Müzesi ve “Sümerbank Basma Odası”nda Tespit Edilen Kumaşlar*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.
- LEVE, A. M. (2012). “The Circuit of Culture as a Generative Tool of Contemporary Analysis: Examining the Construction of an Education Commodity”. *AARE 2012 Conference Proceedings & Program*, (Ed. Jan Wright), 1-12, Sydney: Australian Association for Research in Education.
- ÖZDEMİR, N. (2012). *Kültür Ekonomisi ve Yönetimi (Seçki)*. Ankara: Hacettepe Yayıncılık.
- ÖZDEMİR, N. (2018). “Geleneksel Bilgi ve Kültür Ekonomisi”. *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi*, C. 18, S. 1, 1-28.
- ÖZDEMİR, N. (2019). “Kültür Ekonomisi ve Endüstrileri ile Kültürel Miras Yönetimi İlişkisi”. *Kültürel Miras Yönetimi*, 9-30, (Ed. Nebi Özdemir, Adem Öger), Ankara: Grafiker Yayınları.
- ÖZYURT, H. (1981). “Atatürk Dönemi Birinci ve İkinci Beş Yıllık Sanayileşme Planları ve Türk Ekonomisindeki Yapı Değişikliğine Etkileri (1933-1938)”. *Sosyoloji Konferansları*, S. 19, 119-148.
- POLATOĞLU, M. G. (2021). “Türkiye’nin Kalkınmasında Sümerbank ve Etkinliği (1933-1987)”. *Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi*, S. 104, 261-306.
- SEMİZ, Y. ve TOPLU, G. (2019). “Cumhuriyet Döneminde Devlet Tarafından Kurulan İlk Sanayi Kuruluşu Kayseri Sümerbank Bez Fabrikası”. *SUTAD*, S. 45, 29-59.
- TÜRK, S. (2017). *Cumhuriyet Döneminde Sümerbank’ın Ülke Sanayileşmesindeki Rolü (1930-1960)*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- URAL, S. (2014). *Nazilli’de Sosyo-Ekonomik ve Kültürel Hayat (1923-1950)*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

### İnternet Kaynakları

- Marka Olarak “Türkiye” İbaresinin Kullanımı. (2021, 4 Aralık). Resmî Gazete, S. 31679, <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2021/12/20211204-5.pdf>, (Erişim: 06.03.2022).
- STRATEJİ VE BÜTÇE BAŞKANLIĞI (2019). On Birinci Kalkınma Planı (2019-2023). <https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2019/07/OnbirinciKalkinmaPlani.pdf> (Erişim: 22.02.2022).
- URL-1: “Birinci Beş Yıllık Sanayi Planı”. <https://ataturkansiklopedisi.gov.tr/bilgi/birinci-bes-yillik-sanayi-plani/?pdf=3749> (Erişim: 27.02.2022)
- URL-2: “Nazilli Basma Fabrikası”. <https://ataturkansiklopedisi.gov.tr/bilgi/nazilli-basma-fabrikasi/?pdf=3438> (Erişim: 28.02.2022)

Ekler



Görsel 1 (Cumhuriyet, 1933, 23 Ocak: 8)



Görsel 2 (Cumhuriyet, 1933, 29 Mart: 8)



Görsel 3 (Cumhuriyet, 1934, 15 Ocak: 8)

CUMHURİYET

**Nazarı dikkate :**

Son piyasa yükselişlerine rağmen eski hadlerini muhafaza eden bilümüm pamuklu mamulâtımızdan bir kısmının satış fiyatları aşağıda muhterem müşterilerimizin nazarı istifadelerine arz olunmuştur.

Nazilli basması	Metresi 33 Kır.	Malatya yollu Metresi 84 Kır.
Nazilli çiçekli krep	44 ..	yatak yüzlük
Nazilli pijamalık ve gömleklik ..	44 ..	Kayseri kazalması .. 30 ..
Ereğli 160 genişlikte pat ska ..	75 ..	Bakırköy kaput bezi .. 30 ..

**SÜMER BANK YERLİ MALLAR PAZARLARI**

Müessesesi şubeleri : İstanbul, Beyoğlu, Galata, Karlıköy,  
Ankara, İzmir, Adana, Mersin

Görsel 4 (Cumhuriyet, 1940, 4 Haziran: 6)