



**T. C.  
BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
ÇALIŞMA EKONOMİSİ VE ENDÜSTRİ İLİŞKİLERİ ANABİLİM DALI  
YÖNETİM VE ÇALIŞMA SOSYOLOJİSİ BİLİM DALI**

**KÜRESELLEŞME SÜRECİNDE KIRSALIN DÖNÜŞÜMÜ VE TÜKETİM:  
BURSA CUMALIKIZIK ÖRNEĞİ**

**(YÜKSEK LİSANS TEZİ)**

**MEDET ALİ ÖZEN**

**BURSA – 2019**





**T. C.  
BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
ÇALIŞMA EKONOMİSİ VE ENDÜSTRİ İLİŞKİLERİ ANABİLİM DALI  
YÖNETİM VE ÇALIŞMA SOSYOLOJİSİ BİLİM DALI**

**KÜRESELLEŞME SÜRECİNDE KIRSALIN DÖNÜŞÜMÜ VE TÜKETİM:  
BURSA CUMALIKIZIK ÖRNEĞİ**

**(YÜKSEK LİSANS TEZİ)**

**DANIŞMAN  
DR. ÖĞR. ÜYESİ MEMET ZENCİRKIRAN**

**MEDET ALİ ÖZEN**

**BURSA – 2019**

T. C.  
BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

**TEZ ONAY SAYFASI**

Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı, Yönetim ve Çalışma Sosyolojisi Bilim Dalı'nda 701613002 numaralı Medet Ali Özen'in hazırladığı "Küreselleşme Sürecinde Kırsalın Dönüşümü ve Tüketim: Bursa Cumalıkızık Örneği" konulu Yüksek Lisans ile ilgili tez savunma sınavı, 06.08./2019 günü 11.00... - 12.00.. saatleri arasında yapılmış, sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin/çalışmasının ... **Başarılı** ..... (başarılı / ~~başarısız~~) olduğuna ... **oybirliği** ..... (oybirliği / ~~oy çokluğu~~) ile karar verilmiştir.



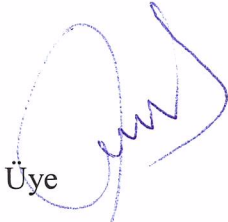
Üye

Dr. Öğr. Üyesi Memet ZENCİRKİRAN  
Bursa Uludağ Üniversitesi



Üye

Prof. Dr. Birgül ÇİFTÇİ  
Muğla Sıtkı Koçman  
Üniversitesi



Üye

Doç. Dr. Selver YILDIZ BAĞDOĞAN  
Bursa Uludağ Üniversitesi



**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**YÜKSEK LİSANS/DOKTORA İNTİHAL YAZILIM RAPORU**

**BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**ÇALIŞMA EKONOMİSİ VE ENDÜSTRİ İLİŞKİLERİ ANABİLİM DALI BAŞKANLIĞI'NA**

Tarih: 18/07/2019

Tez Başlığı / Konusu: Küreselleşme Sürecinde Kırsalın Dönüşümü ve Tüketim: Cumalıkızık Örneği

Yukarıda başlığı gösterilen tez çalışmamın a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 95 sayfalık kısmına ilişkin, 18/07/2019 tarihinde şahsım tarafından *Turnitin* adlı intihal tespit programından (*Turnitin*)\* aşağıda belirtilen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan özgünlük raporuna göre, tezimin benzerlik oranı % 1 'dir.

Uygulanan filtrelemeler:

- 1- Kaynakça hariç
- 2- Alıntılar hariç/dahil
- 3- 5 kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

Bursa Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Özgünlük Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları'nı inceledim ve bu Uygulama Esasları'nda belirtilen azami benzerlik oranlarına göre tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Gereğini saygılarımla arz ederim.

Tarih ve İmza

18.07.2019

**Adı Soyadı:** Medet Ali Özen  
**Öğrenci No:** 701613002  
**Anabilim Dalı:** Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri  
**Programı:** Çalışma Ekonomisi  
**Statüsü:**  Y.Lisans  Doktora

**Danışman**  
**(Adı, Soyad, Tarih)**

Dr. Öğr. Üyesi Memet Zencirkıran

18.07 - 2019

24.07/2019

### Yemin Metni

Yüksek Lisans / Doktora tezi olarak sunduğum " Küreselleşme Sürecinde Kırsalın Dönüşümü ve Tüketim: Bursa Cumalıkızık Örneği" başlıklı çalışmanın bilimsel araştırma, yazma ve etik kurallarına uygun olarak tarafımdan yazıldığına ve tezde yapılan bütün alıntıların kaynaklarının usulüne uygun olarak gösterildiğine, tezimde intihal ürünü cümle veya paragraflar bulunmadığına şerefim üzerine yemin ederim.

Tarih ve İmza

24.07.2019



Adı Soyadı: Medet Ali ÖZEN

Öğrenci No: 701613002

Anabilim Dalı: Yazın ve Çalışma Sosyolojisi

Programı: \_\_\_\_\_

Statüsü:  Yüksek Lisans  Doktora

## ÖZET

Yazar Adı ve Soyadı	: Medet Ali Özen
Üniversite	: Bursa Uludağ Üniversitesi
Enstitü	: Sosyal Bilimler Enstitüsü
Anabilim Dalı	: Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri
Bilim Dalı	: Yönetim ve Çalışma Sosyolojisi
Tezin Niteliği	: Yüksek Lisans Tezi
Sayfa Sayısı	: V + 87
Mezuniyet Tarihi	: .... / .... / 20.....
Tez Danışman(lar)ı	: Dr. Öğr. Üyesi Memet Zencirkıran

Belirli bir tarihselliğe ve kültürel yapıya sahip olan kırsal alanlar küreselleşme sürecinde tüketimin değişen anlamı ile beraber birer tüketim nesnesi haline gelmiştir. Bu çalışmanın amacı, kırsal alanların tüketim ekonomisine eklenmesi sonucunda kırsal alanlarda meydana gelen fiziksel, ekonomik ve sosyo kültürel değişiklikleri ortaya koymaktır. Kırsal alanlarda meydana gelen değişim sürecinde tüketim, doğa ile iç içe olma ve yerellik doğrudan etkili olmaktadır. Günümüzde bireylerin kendini tüketim üzerinden ifade ettiği ve tüketimin statüsel boyutunun ön plana çıktığı alanlar haline gelen kentler önemli değişimler geçirmektedir. 1980'li yıllarla beraber kentlerde meydana gelen fiziki, sosyal ve kültürel değişikliği tanımlamak için kullanılan soylulaştırma hareketi, süreç içerisinde kırsal alanlarda da etkili olmuştur. Kırsal soylulaştırma hareketleri ile beraber kırsal alanlarda tüketim temelinde önemli değişimler meydana gelmiştir. Kırsal alanların mimari yapısı, yeşilliği ve tarihselliği turistlere pazarlanmakta ve kırsal alanlar birer tüketim nesnesi haline dönüşmektedir. Bu süreçte kırsal alanların kendine özgü değerleri, toplumsal ilişkileri ve mimari yapıları turistlerin beklentilerine göre yeniden dizayn edilmiştir. Gelişen süreçte kırsal alanlardaki fiziksel, ekonomik ve sosyo kültürel değerler değişmiş ve özgünlüğünü yitirmiştir.

Bu çalışmada kırsal alanları etkileyen tüketim kavramı ve kırsal soylulaştırma kavramı ele alınmıştır. Çalışmanın üçüncü bölümünde ise Cumalıkızık'ta işletme sahibi olan yirmi üç kişi ile nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi ile görüşmeler yapılmıştır. Araştırma bulgularından elde edilen sonuçlara göre; Cumalıkızık'ın kırsal yapısı aşınmaya uğramış ve Cumalıkızık bir tüketim alanı haline gelmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Tüketim, Tüketim Toplumu, Kırsal Soylulaştırma, Cumalıkızık

## **ABSTRACT**

Author Name and Surname	: Medet Ali Özen
University	: Bursa Uludağ Üniversitesi
Institute	: Sosyal Bilimler Enstitüsü
Department	: Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri
Discipline	: Yönetim ve Çalışma Sosyolojisi
Quality of Thesis	: Master Degree
Number of pages	: V + 87
Date of graduation	: .... / .... / 20.....
Thesis Advisor (s)	: Dr. Öğr. Üyesi Memet Zencirkıran

**Rural areas which have a certain historical and cultural structure have become objects of consumption with the changing meaning of consumption in the process of globalization. The aim of this study is to reveal the physical, economic and socio-cultural changes occurring in rural areas as a result of the integration of rural areas to the consumption economy. Consumption, intertwined with nature and locality are directly influential in the process of change in rural areas. Today, cities are undergoing significant changes as areas where individuals express themselves through consumption and where the statusal dimension of consumption comes to the forefront. The gentrification movement, which was used to describe the physical, social and cultural change that took place in the cities in the 1980s, was also effective in rural areas. Along with the rural gentrification movements, significant changes in consumption have occurred in rural areas. The architectural structure, greenery and historicity of rural areas are marketed to tourists and rural areas become objects of consumption. In this process, the unique values, social relations and architectural structures of rural areas have been redesigned according to the expectations of tourists. In the developing process, physical, economic and socio-cultural values in rural areas have changed and lost their originality.**

**In this study, the concept of consumption affecting rural areas and the concept of rural gentrification are discussed. In the third part of the study, interviews were conducted with twenty-three business owners in Cumalıkızık with semi-structured interview method which is one of qualitative research methods. According to the results obtained from the research findings; Cumalıkızık's rural structure has been eroded and Cumalıkızık has become a consumption area.**

**Keywords: Consumption, Consumption Society, Rural Gentrification, Cumalıkızık**



# İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	i
ABSTRACT .....	ii
İÇİNDEKİLER .....	iii
KISALTMALAR .....	v
GİRİŞ.....	1
BİRİNCİ BÖLÜM TARİHSEL SÜREÇTE TÜKETİMİN GELİŞİMİ .....	3
1.1. TARIM TOPLUMLARINDA TÜKETİM .....	3
1.2 SANAYİ TOPLUMUNDA TÜKETİM.....	6
1.3 KÜRESELLEŞME SÜRECİ VE TÜKETİMİN MERKEZİ ÖNEM KAZANMASI .....	10
1.3.1 KÜRESELLEŞME KAVRAMI .....	10
1.3.2 KÜRESELLEŞMEYİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER ve KÜRESELLEŞMENİN SONUÇLARI .....	14
1.4. TÜKETİM TOPLUMU TARTIŞMALARI .....	16
İKİNCİ BÖLÜM KÜRESELLEŞME SÜRECİNDE KENTLERİN VE KIRSALIN DÖNÜŞÜMÜ .....	25
2.1 KENTLERİN DÖNÜŞÜMÜ .....	25
2.2 KIRSALIN DÖNÜŞÜMÜ .....	37
2.2.1 SOYLULAŞTIRMA KAVRAMININ GELİŞİMİ ve YAKLAŞIMLARI.....	38
2.2.2 SOYLULAŞTIRMA SÜRECİNİN NEDEN VE SONUÇLARI .....	43
2.2.3 Kırsal Soylulaştırma Kavramının Gelişimi.....	45
2.2.4 Kırsal Soylulaştırma Neden ve Sonuçları.....	49
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM KIRSALIN DÖNÜŞÜMÜ ÜZERİNE BİR UYGULAMA: BURSA CUMALIKIZIK ÖRNEĞİ .....	54
3.1 ARAŞTIRMANIN AMACI VE YÖNTEMİ .....	54
3.2. ARAŞTIRMANIN ÖRNEKLEM GRUBU.....	56
3.3. ARAŞTIRMANIN VARSAYIMLARI.....	59

3.4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI VE DEĞERLENDİRİLMESİ.....	60
3.4.1. Mekânsal Dönüşüm .....	60
3.4.2. Ekonomik Yapı ve Çalışma İlişkileri .....	62
3.4.3 Uluslararası Kuruluşların ve Medyanın Etkisi.....	67
3.4.4 Kırsal Soylulaştırma Sürecinde Geleneklerin Değişimi.....	71
3.4.4.1 Muhafazâkar Yapı .....	71
3.4.4.2 Komşuluk İlişkileri .....	72
3.4.4.3 Kadın Erken İlişkileri.....	72
3.4.5 Cumalıkızık'ta Yeni Sorunlar .....	73
SONUÇ .....	76
KAYNAKÇA .....	80
EKLER .....	86
Ek.1: Araştırmada Kullanılan Sorular.....	86

## KISALTMALAR

Kısaltma	Bibliyografik Bilgi
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
a.g.e.	Adı Geçen Eser
AVM	Alışveriş Merkezi
Bkz.	Bakınız
C.	Cilt
çev.	Çeviren
Edt.	Editör
IMF	Uluslararası Para Fonu
S.	Sayı
s.	Sayfa
TV	Televizyon
UNESCO	Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü
vd.	Ve diğerleri
vb.	Ve benzeri

## GİRİŞ

Küreselleşme süreci ile beraber belirli bir tarihselliği ve kültürel alt yapısı olan kırsal alanlar tüketim ekonomisine dâhil edilmektedir. Bu süreçte kırsal alanlar fiziksel, sosyal, ekonomik ve kültürel bir değişim geçirmektedir. Bu çalışmanın temel amacı, kırsal alanlarda meydana gelen bu değişimi ortaya koymaktır.

Çalışmanın birinci ve ikinci bölümlerinde literatür incelemesine yer verilmektedir. Birinci bölümde tüketimin dönemselsel değişimleri ele alınmaktadır. Tarım toplumunda kendi ihtiyacına yetecek kadar üretim yapan bireyler bu ölçüde de tüketim gerçekleştirmektedir. Bu üretim ve tüketim tarzında kırsal alanlardaki toprak yapısı ve merkezîyetçi yapı doğrudan etkili olmaktadır. Sanayi toplumunda ise üretim ve tüketim ilişkileri fabrikaların etkisi ile değişime uğramıştır. Sanayi devrimi sonrası dönemde küreselleşme süreci ile beraber tüketimin yapısında ve anlamında önemli değişiklikler meydana gelmiştir. Küreselleşme süreci ile beraber kitle iletişim araçları yoğun olarak kullanılmış ve tüketim üzerindeki zaman ve mekân baskısı ortadan kalkmıştır. Tüketimin öne çıkması, beraberinde tüketim toplumu tartışmalarını gündeme getirmiştir. Bu süreçte özellikle kentsel alanlarda tüketimin merkezi konumunda bulunan ve tüketim için özel olarak dizayn edilmiş alışveriş merkezleri (AVM), tüketim toplumunun önemli yansımalarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Çalışmanın ikinci bölümünde ise, kentsel ve kırsal alanlarda tüketim üzerinden meydana gelen değişim süreci incelenmektedir. Sanayi döneminde kentler bir üretim merkezi olarak tasarlanmıştır. İkinci dünya savaşından sonra, savaşın yarattığı olumsuz etkileri azaltmak için kentsel alanlarda fiziksel değişimler meydana gelmiştir. 1980'li yıllarda etkisi yoğun olarak hissedilen küreselleşme süreci ile beraber kentlerin işlevlerinde de değişimler meydana gelmiştir. Bu süreçte kentler ve kentsel alanlar tüketim temelinde yeniden dizayn edilmiştir. Kentsel alanlarda meydana gelen fiziksel yıpranma ve bozulmalar, kent merkezlerinde “soylulaştırma” temelinde bir yeniden yapılanma sürecini beraberinde getirmiştir. Kent merkezlerine üst gelir gruplarının gelme sürecini ve meydana gelen değişimi açıklamak için kullanılan soylulaştırma hareketleri, süreç içerisinde kent merkezlerinden çevreye yayılmıştır. Kentsel alanlarda meydana gelen soylulaştırma hareketleri, belirli bir tarihselliği ve kültürel alt yapısı olan kırsal alanlarda da etkili olmaktadır. Kırsal alanlarda meydana gelen fiziksel, ekonomik, sosyal

ve kültürel değişimi açıklamak için kullanılan “kırsal soylulaştırma” terimi, kırsal alanlardaki yapıların yenilenmesini, kırsal alanların turistler için bir uğrak yeri olmasını ve bu süreçte kırsal alandaki toplumsal ilişkilerin değişimini açıklamak için kullanılmaktadır.

Çalışmanın üçüncü bölümünde ise Cumalıkızık’ta nitel bir araştırma yapılmıştır. Bu araştırmada Cumalıkızık’ta bulunan işletme sahipleri ile görüşülmüştür. Görüşmeler yarı yapılandırılmış mülakat tekniği ile gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerde elde edilen bulgular; mekânsal dönüşüm, ekonomik yapı ve çalışma ilişkileri, uluslararası kuruluşların ve medya etkisi, geleneklerin değişimi ve Cumalıkızık’ta yeni sorunlar başlıkları altında değerlendirilmektedir.

# BİRİNCİ BÖLÜM

## TARİHSEL SÜREÇTE TÜKETİMİN GELİŞİMİ

### 1.1. TARIM TOPLUMLARINDA TÜKETİM

Tarihsel süreç içerisinde toplumlar, farklı argümanlarla çeşitli şekilde sınıflandırılır. Tarihsel süreçte üretim sistemleri göz önüne alındığında toplumlar; tarım, sanayi ve sanayi sonrası toplumlar olmak üzere sınıflandırılır.<sup>1</sup> Bunun yanında son 30 yılda yaşanan gelişmeler küreselleşme süreci tartışmalarını da öne çıkarmıştır.

Tüketim, üretime bağlı bir unsur olarak gerçekleşir. Bu açıdan tarım toplumunda tüketim, üretim alanlarının sınırlı ve çok fazla bölünmesinden dolayı dar bir çerçevede gerçekleşmektedir. Özellikle üretim alanlarındaki bölünmeler ve üretilen ürünün bir kısmının vergi olarak feodal beylerine ve devlete verilmesinden dolayı, genel tüketim mecburen dar bir kapsamda gerçekleşmektedir. Ayrıca üretim yapılan alanlar feodal beylerine ve devlete ait olduğu için üretim miktarında merkezi yapılar etkili olmaktadır. Üretim alanlarında merkezi yapıların etkili olması, bölünmüş yapıları bir toprak sisteminden dolayı tarım toplumunda üretim mecburen sınırlı bir kapsamda kalmıştır. Bireyler daha fazla üretim yapmak istese bile, bölünmüş üretim alanları ve merkezi yönetimlerin kısıtlamalarından dolayı bunu gerçekleştirememektedir.<sup>2</sup> Tarım toplumunda temel üretim yeri topraktır. Toprağın işlenmesiyle elde edilen ürünler veya küçük atölyelerde yapılan dar kapsamlı üretimle elde edilen ürünler takas yoluyla tüketilmektedir. Üretim bir ihtiyacı karşılamaya yönelik olarak yapılır. Bu durum neticesinde tüketim, bir ihtiyacı giderdiği ölçüde gerekli olan ekonomik bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır.<sup>3</sup>

Toprak dışında tarım toplumundaki diğer bir üretim mekânı ise “ev” dir. Ev, tarım toplumunda hem üretim hem de tüketim unsuru olarak karşımıza çıkmaktadır. Basit

---

<sup>1</sup> Ünal Şentürk, Güncele Dipnotlar, Ankara: Siyasal Kitabevi, 2016, s.89.

<sup>2</sup> Leo Huberman, Feodal Toplumdan Yirminci Yüzyıla, çev. Murat Belge, 18.b. , İstanbul: İletişim Yayınları, 2017, s.58.

<sup>3</sup> İpek Ağcadağ, Kentleşme Sürecinde Tüketim: Antalya Semt Pazarları Örneği (Yüksek Lisans Tezi), Antalya: Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2011, s.15.

düzeyde üretimin yapıldığı bir mekân olarak ev, tarım toplumunda aynı zamanda bireylerin tüketim yaptığı temel alanlardan biridir.

Tarım toplumunda tüketim, üretim araçları ve üretimin sınırlı olmasına bağlı olarak sınırlı ve basit düzeyde gerçekleşmektedir. Teknoloji kullanımının sınırlı olduğu, mobilizasyonun dar kapsamlı olduğu ve de hiyerarşik sınıflamaların fazla olduğu tarım toplumunda dönemin toprak sistemi ve iktidar ilişkilerinden dolayı bireyler yakın ve orta dönem ihtiyaçları kadar üretmekte ve tüketim gerçekleştirmektedir. Toprakların mülkiyeti devlete ve feodallere ait olduğu ve bireylerin toprakları üzerinde bir hâkimiyeti söz konusu olmadığı için ve ayrıca topraklarda bölünmüşlüğü aşırı düzeyde olması üretimin sınırlı miktarlarda olmasına neden olmaktadır. Ayrıca üretimde kullanılan araçlar basit düzeyde ve de insan gücüne bağlı olarak çalışmaktadır. Bu durum üretime bağlı olarak gerçekleşen tüketimi de sınırlandırmaktadır.<sup>4</sup>

Tarım toplumunda yapılan tüketim biyolojik ihtiyacı gidermeye yöneliktir. Toplumda oluşan bu durumla beraber bireyler ağırlıklı olarak kendi ihtiyaçları kadar üretmiş ve tüketmiştir. Toprağın işlenmesiyle elde edilen ürünler temel düzeyde, yani geçimlik olarak üretilmektedir. Tarım toplumunda yapılan ticaret; mobilizasyon ve ulaşım sorunlarından dolayı dar kapsamlı ve de takas usulüne göre yapılmaktaydı.<sup>5</sup> Toprakta ve küçük atölyelerden elde edilen sınırlı miktardaki ürünler yakın pazarlarda satılmaktaydı. Yakın pazarlarda gerçekleşen satış; yol güvenliği, ulaşım sorunu ve artı ürün miktarının az olmasından dolayı coğrafi açıdan dar bir alanı kapsamaktadır. Yani tarım toplumunda bireyler kendi ihtiyaçlarını doğal yollardan karşılamışlar, fazladan bir üretim yap(a)mamışlar ve de geçinebilecek kadar üretip, tüketmişlerdir.

Tarım toplumunda tüketimin dar kapsamlı olmasının bir diğer nedeni ise üretilen eşyalarla ilgilidir. Üretilen eşyalar günümüz ile kıyaslandığında daha dayanıklıdır. Bu dayanıklılık günümüz ile kıyaslandığında kullanılan nesnelerin daha uzun ömürlü olmasına neden olmaktadır. Tarım toplumunda üretilen nesnelere ihtiyacı gidermeye yönelik birer araç olarak görülmekteydi. Yani üretilen ürünleri birer işlevi vardı ve bu işlevsellik bir ürünün tüketilip tüketilmemesinde önemli rol olmaktadır. Üretilen ürünler,

---

<sup>4</sup> Huberman, a.g.e. , s.60-65

<sup>5</sup> Muharrem Tunç, "Diyarbakır'da Gösterişçi Tüketim Davranış Kalıpları ve Eğilimleri", Diyarbakır, e-Şarkiyat İlmî Araştırmalar Dergisi, Cilt:9, S.1(2017), s.412-432.

birincil üretim sektörüne tekabül eden temel mallar dizisinden (temel gıda ürünleri) oluşmaktaydı. Üretilen temel mallar bireylerin kendi temel ihtiyacını karşılamaya yetecek düzeydeydi. Başka bir deyişle bir bireyin hayatta kalması için gerekli olan asgari ürünler üretilmekteydi.<sup>6</sup>

Tarım toplumunda toprağı işlemek, üretim yapmak büyük öneme sahiptir. Toprağı işleyip ürün elde etmek sadece kendi fizyolojik ihtiyacını gidermek anlamına gelmemektedir. Aynı zamanda maddi, manevi ve de dini ihtiyaçları giderme aracı olan bir kültürün özünü oluşturmaktadır.<sup>7</sup> Bu yüzden üretim yapmak çok değerli bir erdem olarak görülmektedir. Buna karşın gereğinden fazla tüketim yapmak ise olumsuz karşılanmaktadır. Toplumda tutumluluk ve tasarruf temel değerler olarak öne çıkmaktadır.<sup>8</sup> Tarım toplumunda benimsenen bu değerler, tarım toplumunda tüketimin sınırlı bir şekilde olmasına neden olmaktadır. Tasarruf erdeminin benimsenmesinin yanı sıra dar kapsamlı olan tüketimin en temel mekânı aynı zamanda üretimine temel mekânlarından biri olan evdir. Bireyler için ev, temel tüketim mekânıdır.

Toprakten elde edilen ürünler veya atölyelerde basit düzeyde yapılan üretim sonucunda elde edilen ürünler ev içerisinde tüketilmektedir. Ev, aynı zamanda tarım toplumunda bir güven ve konfor alanı olarak görülmüştür. Buna bağlı olarak yerleşik düzendeki toplumda ev, hem bir üretim alanı hem bir tüketim alanı hem de bir güvenli alan olarak görülmekteydi.<sup>9</sup>

Tarım toplumunda yapılan üretim, basit düzeyde ve belli mevsim koşullarına bağlı olarak gerçekleşmektedir. Toprağına bağlı olarak mevsimsel koşulların uygun olması üretim miktarını etkilemektedir. Üretim miktarındaki bu durum tüketim üzerindeki doğrudan etkili olmaktadır. Ayrıca üretim yapmak değerli bir erdem olarak görülse de düzensiz zaman aralıklarını kapsayan bir üretim süreci bulunmaktadır. Düzensiz,

---

<sup>6</sup> Jean Baudrillard, Tüketim Toplumu, çev: Hazal Deliçaylı-Ferda Keskin, 10. b. , İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1970, s.16.

<sup>7</sup> Mümtaz Turhan, Kültür Değişmeleri, 2. b. , Ankara: Altınordu, 2016, s.68.

<sup>8</sup> Ayşe Şahin, "Postmodern Pazarlama Tüketim ve Tüketici", Isparta, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Cilt:12, Sayı:12(2007), s.359-366.

<sup>9</sup> Theorstein Veblen, Aylak Sınıf, çev: İnci User, Ankara: Tutku Yayınevi, 2014, s.80.



mevsimsel şartlara bağlı olarak yapılan üretim, tüketimin sınırlı bir düzeyde olmasına neden olan diğer bir nedendir.<sup>10</sup>

## 1.2 SANAYİ TOPLUMUNDA TÜKETİM

Sanayi devrimi, kendinden önceki bütün toplumsal yapıları değiştiren, makine üretim araçlarının ortaya çıktığı ve de üretim düzeyinde o döneme kadar görülmemiş bir artış yaratan olgudur.<sup>11</sup>Tarihsel olarak sanayi devrimin başlangıcına yönelik kesin bir tarih bulunmamaktadır. Ancak genel kabul gören bir görüşe göre sanayi devrimi; James Watt'ın buhar gücünü hareket enerjisine çeviren bir buhar dolabı icat etmesiyle başlar.<sup>12</sup> 18.yy sonu 19.yy başında ortaya çıkan sanayi devrimi öncelikle küçük çaplı birkaç ülkede meydana gelmiştir. İskoçya, orta İngiltere, doğu Fransa'nın Ren Bölgesi'nde yani kısacası Avrupa'nın kömür ve maden bölgelerinde başlamıştır. Sadece birkaç ülkenin belli yerlerinde başlayan bu olgu, kısa bir sürede tüm dünyaya yayılmış ve tüm dünyayı etkisi altına almıştır. Sanayi devrimiyle beraber birçok alanda yenilikler meydana gelmiştir. Başlangıçta ulaşım, üretim ve iletişimde meydana gelen yenilikler silsilesi zamanla birçok alanı etkilemiştir. Sanayi devrimine ivme kazandıran birçok unsur bulunmaktadır. Bu unsurların her birini Freyer birer dalga, yani endüstri dalgası olarak tanımlamaktadır. Bu endüstri dalgalarının tarihsel olarak birbirini takip ettiği söylenebilir. Ancak yine de başlangıç ve bitişlerinin birbirini ardı sıra takip ettiği söylenemez. Birbiri içine geçmiş endüstri dalgaları şu şekildedir:<sup>13</sup>

- ✦ Dokuma sanayisi dalgası(1765-1800'li yıllar)
- ✦ Demir-Çelik dalgası(1800-1825'li yıllar)
- ✦ Ulaştırma dalgası(1825-1830'lu yıllar)
- ✦ Kimya dalgası(1830-1850'li yıllar)
- ✦ Elektrik sanayisi dalgası(1830-1850'li yıllar)

---

<sup>10</sup> Memet Zencirkıran(a), Sosyoloji, 7. b.(2018) , Bursa: Dora, 24-25.

<sup>11</sup> Hans Freyer, Sanayi Çağı, çev: Bedia Akarsu-Hüseyin Batuhan, 2.b. , Ankara: Doğu Batı Yayınları, 2018, s.29.

<sup>12</sup> Tahir Baştaymaz, Yeni Toplum İyi Toplum, Bursa: Dora, 2016, s.164.

<sup>13</sup> Freyer, a.g.e. , s.30-45.

★ Benzin motorin dalgasıdır(1890'lı yıllar)

Meydana gelen bu değişimler tarım toplumlarındaki gelişmelerle kıyaslandığında çok daha hızlı bir şekilde gerçekleşmiştir ve hızlı gelişen teknik süreçler, beraberinde hızlı bir toplumsal değişim sürecini de getirmiştir. Teknik alandaki bu hızlı ilerleme özellikle üretim ve tüketim süreci üzerinde etkili olmuştur.

Bu ilerlemeler ışığında sanayi döneminde yeni üretim modelleri ortaya çıkmıştır. Toprak, ev ve küçük ölçekli atölyeler tarım toplumunun üretim mekânları iken, dev fabrikalar ise sanayi toplumunun üretim mekânlarıdır. <sup>14</sup> Sanayi döneminin ilk dönemlerinde işçiler sadece üretimin bir parçası olarak görülmekteydi. Zaman içerisinde işçilerin aslında birer tüketici potansiyelinin olduğu fark edilmiştir. Yani sanayinin ilk döneminde sadece üreten-işçi var iken zamanla tüketici-işçi yaklaşımı öne çıkmıştır. <sup>15</sup>

İlerleyen süreçte, 1900'lü yılların başlarında bir kitle üretim modeli olan Fordizm öne çıkmıştır. Fordizm ile beraber seri ve kitlesel bir üretim yaygınlık kazanmıştır. Bu seri üretimin yapılabilmesi için kullanılan teknik, hareketli montaj hattıdır. Hareketli montaj hattında işin çok küçük yapılara ayrılarak yapılması, buna uygun özel makine ve işçilerin seçilmesi, işçilerin yoğun bir şekilde çalışırken kontrol edilmesi fordizmin temelini oluşturmaktadır. Üretimde uygulanan hareketli bant sistemi modeli, seri bir üretim yapısı ortaya çıkarmıştır.

Bu durum nihayetinde üretim fazlalığını ortaya çıkarmıştır. Ayrıca uygulanan model maliyetleri oldukça düşürmüştür. Bu durumda üretilen ürünlerin tüketilmesi için bir süreklilik sağlanması gerekmektedir. Bu noktada Fordizmin diğer bir temel amacı olan benzer mallardan oluşan bir toplu pazar tüketicisi yaratmak hedefi öne çıkmaktadır. <sup>16</sup> Henry Ford'un 'siyah olmak kaydıyla istediğiniz otomobili seçebilirsiniz'<sup>17</sup> sözü yaratılmak istenen kitlesel tüketim olgusunu açıklamaktadır. Henry Ford kendi otomobil fabrikasında işçilerin verimini arttırmak amacıyla hareketli montaj

---

<sup>14</sup> Şentürk, a.g.e. , s.90.

<sup>15</sup> Olkan Senemoğlu, "Tüketim, Tüketim Toplumu ve Tüketim Kültürü: Karşılaştırmalı Bir Analiz" Çanakkale, İnsan&İnsan, Sayı:12(2017), s.66-67.

<sup>16</sup> Robertson Bocoock, Tüketim, çev: İrem Kutluk, Ankara: Dost Kitabevi, 1992, s.29.

<sup>17</sup> Necip Murat, Pazarlamanın Evrimi ve Henry Ford Etkisi, 2016, <http://www.pazarlamasyon.com/pazarlama/pazarlamanin-evrimi-ve-henry-ford-etkisi/>, (03.11.2018)

hattı kullanmış ve nesnelerin üretim hızı büyük oranda artmıştır. Hareketli montaj hattına dayalı üretim modeli ile beraber yapılan seri üretimin sonucunda ortaya çıkan ürün fazlalığı, kitlesel bir tüketim ortaya çıkmaktadır. Sanayileşme ile beraber kitle üretimi önce İngiltere’de ortaya çıkmış ve zamanla Avrupa’ya yayılmıştır. Fordist üretim tarzı ile beraber kitlesel üretim, Avrupa’dan Amerika’ya doğru bir genişleme göstermiştir.<sup>18</sup>

Sanayileşme sürecinde kullanılan üretim tekniklerinin farklı ve daha etkin olması ile beraber, tarım toplumuna göre sanayi toplumunda daha çok nesne daha kısa sürede üretilmiştir.<sup>19</sup> Üretilen nesnelerin hem sayısında hem de çeşidinde meydana gelen artış, tüketimde de artış yaşanmasına neden olmuştur.

Üretim yapısında meydana gelen değişiklikler tüketim artışına neden olmuştur. Ancak sanayileşme sürecinde üretim ve tüketime algısal bakış değişmiştir. Sanayileşme ile birlikte zamanla tüketim bir gereklilik olarak görülmeye başlanmıştır. Tüketime yönelik bakış açısının değişmesinin yanında özellikle çalışma, boş zaman ve biriktirmeye yönelik zihniyet de değişmiştir.

Weber’in deşindiği ‘asketik protestanlık’ anlayışına göre; zevke düşkünlük, boş vakit geçirmek hoş görülmeyen davranışlar iken; para kazanmak, kâr için çalışma, biriktirme ve tasarruf önemli değerler olarak görülyordu. Aскетik Protestanlık anlayışına göre, zenginlik şüphe ile bakılması gereken bir kavramdır. Çünkü zenginlik, bireylerde rehavet yaratan, bireylerin zamanını boş geçirmesine neden olan bir durumdur. Zamanını boşa geçirmek, dönemin dini değerleri açısından değerlendirildiğinde, en büyük günahlar arasında sayılmaktaydı. Ayrıca zengin olma durumu lüks tüketimin olması anlamına gelmektedir. Aскетik anlayışa göre, lüks tüketim, ihtiyacı olmayan irrasyonel harcamalardır. Bu açıdan bireylerin zamanını boşa geçirmemesi yani maksimum seviyede çalışması, tasarruf etmesi ve rasyonel harcama yapması önemli değerler arasında gösterilmekteydi.<sup>20</sup> Bireyler bu önemli değerlere erişebilmek için daha yoğun çalışmak zorundaydılar. Rasyonel tüketime yönlendirme, insanların boşa vakit geçirmesinin yadrganması, tasarrufun teşvik edilmesi gibi unsurlar aslında sanayi toplumunun birer üretici toplumu olduğunu göstermektedir. Yapılan

---

<sup>18</sup> Bocoock, a.g.e. , s.29-32.

<sup>19</sup> Freyer, a.g.e. , s.36-37.

<sup>20</sup> Max Weber, Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu, çev. Mehmet Ökten, Ankara: Tutku Yayınevi, 2014, s.215-230.

tüketim ise keyfi bir tüketim değildir. Burada temel amaç bireyleri rasyonel bir tüketime yönlendirmek ve rasyonel tüketiciler yaratmaktır. Gerekli olan mallar tüketilmekte, bu gereklilik ise rasyonalite içerisinde vücut bulmaktadır. Yani tüketimin amacı rasyonel bir ihtiyacı gidermeye yöneliktir. Sanayi döneminde tüketilen nesnelere süreç içerisinde farklılık göstermiştir. Sanayi döneminin başlangıcında tüketilen mallar sınırlı sayıda tekstil ve de gıda ürünleri gibi temel ihtiyaçlardır. İlerleyen süreçlerde ev dekorasyonu ve dayanıklı tüketim mallarında artış olmuştur. Sanayi devrinde yapılan tüketim tarım toplumu ile kıyaslandığında ciddi derecede artmıştır.<sup>21</sup>

Sanayi Devrimi ile beraber tarım toplumunda var olmayan, kendine özgü nitelikler taşıyan yeni bir üretici ama aynı zamanda potansiyel tüketici olan bir işçi sınıfı ortaya çıkmıştır. Sanayi devrimi ile beraber tarım toplumunda çalışan insanlardan farklı olarak sanayi işçi sınıfı; belirli bir saat aralığında makinelerin başında durarak üretim gerçekleştiren, kendi ihtiyacı için değil başkası için üreten, fabrikalarda çalışan, fabrika çevrelerinde kümelenen bölgelerde yaşayan, bu bölgelerdeki tüketim aktörlerinden birini de oluşturan bir sınıftır.<sup>22</sup> İşçi sınıfı, temelde üretimde başrol oynasa da aslında potansiyel birer tüketici konumundadırlar. Sanayi devrimiyle beraber ortaya çıkan işçi sınıfı kitlesel üretimle beraber kitlesel tüketime doğrudan etki etmiştir.

Sanayi devrimiyle beraber makineler üretimde önem kazanmış, üretim ölçeği büyümüştür. İnsan gücünden makine gücüne geçilmesi ve üretim ölçeklerinin büyümesi ile beraber oluşan ürün fazlalığı, tüketim üzerindeki baskıyı arttırmıştır.<sup>23</sup> Tarım toplumuna göre ciddi anlamda tüketim artışına rağmen üretilen ürünlerin fazlalığı tüketim üzerindeki baskıyı giderek arttırmıştır. Tüketim üzerindeki baskı sonucunda üretilen ürünlerin farklı coğrafik bölgelere satışı ortaya çıkmıştır. Bu uluslararası ticareti ve pazar arayışlarını gündeme getirmiştir. Sanayileşme sürecinde uluslararası ticaret gelişmiştir.

---

<sup>21</sup> Tunç, a.g.e. , s.88-93, 416.

<sup>22</sup> Nevriye Altuntuğ, “Geleneksel Tüketim Olgusunun Kırılma Noktası: Yeni Bir Tüketim Paradigmasına ve Tüketici Kimliğine Doğru” Isparta, Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, C.2, S.2 (2010), s.50-59.

<sup>23</sup> Veysel Bozkurt, Endüstriyel&Post-Endüstriyel Dönüşüm, Bursa: Ekin Kitabevi, 2006, s.41-47.

1980’li yıllardan itibaren teknolojide yaşanan gelişmeler, siyasal alanda ve ekonomide öne çıkan yeni liberal paradigmlar, toplumsal alanda yaşanan gelişmeler, bölgesel ve ulusal sınırların aşınmasını beraberinde getirmiş, belirli alanlarda küresel bir dünyanın oluşmasına etkide bulunmuştur. Küreselleşme sürecinde ise hem mekân yapısında hem de tüketim tarzlarında önemli değişimler yaşanmıştır.

## **1.3 KÜRESELLEŞME SÜRECİ VE TÜKETİMİN MERKEZİ ÖNEM KAZANMASI**

### **1.3.1 KÜRESELLEŞME KAVRAMI**

Küreselleşme kavramı içerisinde barındırdığı ekonomik, sosyal ve siyasi unsurlardan dolayı pek çok farklı tanımlamalarla ifade edilmektedir. Bu durum kavramın içerisinde barındırdığı dinamiklerin sonucudur. Kavram 1960’lı yıllarda ortaya atılmasına rağmen özellikle 1980’li yıllarda popüler hale gelmeye başlamış ve de günümüzde ekonomik, siyasi, kültürel ve de toplumsal tüm süreçlerle birlikte anılan sihirli bir sözcük olarak kullanılmaya başlanmıştır.<sup>24</sup>

Küreselleşme kavramı birçok kesim tarafından farklı şekilde tanımlanmaktadır. En genel tanımlama ile küreselleşme; bilginin, haberleşmenin, iletişimin, kültürel etkileşimin, sermayenin ulusal sınırları aşır uluslar üstü nitelik kazandığı; ekonomi, kültür, siyaset, yönetim vb. birçok düzeyde ülkeler arasındaki bağımlılığın arttığı bir süreçtir.<sup>25</sup> Küreselleşme sürecinin gelişiminde ekonomik faktörler önemli bir rol oynamaktadır. Küreselleşme, ulusal ekonomilerin dünya ekonomisine bağlanma ve de ekonomilerin birbirilerine bağımlı hale geldiği bir ekonomik süreci ifade etmektedir.

Küreselleşme kavramını zaman ve mekân üzerinden değerlendiren Giddens küreselleşmeyi; uzak yerleşimleri birbirlerine, yerel oluşumların millerce ötedeki olaylarla biçimlendirdiği ya da bunun tam tersinin söz konusu olduğu yollarla bağlayan dünya çapındaki toplumsal ilişkilerin yoğunlaşması olarak tanımlamaktadır.<sup>26</sup>

---

<sup>24</sup> Zygmunt Bauman, Küreselleşme, çev: Abdullah Yılmaz, 2.b. , İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2006, s.7.

<sup>25</sup> Memet Zencirkıran(b), “Küreselleşme, Küresel Sosyal Sorunlar ve Çözüm Arayışları”, Türkiye’nin Toplumsal Yapısı, Edt: Memet Zencirkıran, 6.b.(2017), Bursa: Dora, s.407.

<sup>26</sup> Antony Giddens(a), Modernliğin Sonuçları, çev: Ersin Kuşdil, 5.b.(2012), İstanbul: Ayrıntı Yayınları, s.60.

Giddens'in ortaya koyduğu küreselleşme kavramında zaman ve mekân ilişkisi önemli bir yer teşkil etmektedir.

Bireyler herhangi bir şeyi elde etmek için bir mekân değişikliğine gerek kalmadan, iletişim teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte çok hızlı bir şekilde istediği mal ve hizmeti elde etmektedir. Zaman ve mekândan koparılan mal ve hizmet üretimi ve tüketimi küreselleşmenin kaynağını oluşturmaktadır. Bu kaynağın vücut bulmuş hali ise çok uluslu şirketlerdir. Bu şirketler uluslararası üretim ve tüketimin merkezinde yer almaktadır. Çok uluslu şirketler küreselleşme sürecini hızlandıran temel faktörlerinden biridir. (2009 yılında sayıları 82.000'e ulaşmış olan çok uluslu şirketler, 2010 yılında dünya ihracatının 1/3 ünü, yani 6 trilyon dolarını oluşturmaktadır.)<sup>27</sup>

Küreselleşmeyi zaman ve mekân sınırlamalarının kalkması üzerinden değerlendiren Giddens'a göre ortaya çıkan bu süreç homojen bir kültür yaratmaktadır. Küreselleşme sürecinde benzer film, yeme-içme, müzik gibi unsurları içerisinde barındıran kültürel homojenleşme artmaktadır.<sup>28</sup> Homojen bir kültürün oluştuğu iddiasına karşı çıkan sosyal bilimlerdeki diğer taraf ise, kültürler arası etkileşim sonucunda yeni bir kültürün doğduğunu kabul etmekle beraber, tüm dünyada homojen bir kültürün oluştuğu iddiasına karşı çıkmaktadırlar. Dünya çapında ortaya çıkan yeni kültür, birçok farklılığı içerisinde barındırdığı için homojen değil heterojen bir kültürdür.<sup>29</sup>

Küreselleşme süreci ile beraber birçok alanda önemli değişiklikler meydana gelmiştir. Bu süreçte özellikle son 30 yılda meydana gelen teknolojik ve siyasi gelişmeler üretim ve tüketim biçimlerinin değişimde etkili olmuştur. Siyasal anlamda, Doğu Bloğu'nun çöküşü ve Doğu Bloğu ülkelerinin Liberal ekonomiye geçişleri teknolojik anlamda da kitle iletişim araçlarındaki gelişim küreselleşmenin yaygınlaşmasında etkili olmuştur. Bu değişim sürecinde teknoloji yoğun ve dış pazara yönelik üretim artmıştır. Üretimde meydana gelen bu değişimler tüketim kalıplarında da değişiklikleri beraberinde getirmiştir. Tüketim olgusunun değişim sürecinde, kitle iletişim araçları ile yapılan

---

<sup>27</sup> Aysen Tokol, Endüstri İlişkileri ve Yeni Gelişmeler, 5.b.(2014), Bursa: Dora, s.145-146.

<sup>28</sup> Zencirkıran, a.g.e. , s.83.

<sup>29</sup> Gönül İçli, "Küreselleşme ve Kültür", Sivas, C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi, C.25, Sayı 2(2001), s.163-172.

reklamlar ve tüketimi kolaylaştıran araçların( bilgisayar, internet, kredi kart vb.) artması ve yayılması doğrudan etkili olmuştur. Küresel düzeyde ortaya çıkan tüketim kültüründe yeni olan durum, aynı ürünlerin farklı biçimleri ile teknoloji ve liberal piyasa aracılığı ile tüm dünya uluslarına aynı anda sunulmasıdır. Bu bağlamda küresel düzeydeki tüketim, küresel düzeyde benzer yemek kültürleri olan, aynı film ve müzikleri dinleyen bir yeni toplum yaratmıştır.<sup>30</sup> Bu süreçte genel tabloya bakıldığında tüketimin ve daha genel anlamda tüketim kültürünün dönüşümünde yaşanan teknolojik gelişmelerin etkili olduğu görülmektedir. Küresel düzeyde kültürel değişimin, özellikle de tüketim kültürünün, zaman ve mekândan ayrıştığı, bu süreçte küresel şirketler aracılığı ile oluşturulan markaların, sembollerinin ön planda olduğu görülmektedir.<sup>31</sup>

Küreselleşme kavramı kendi içerisinde çok boyutlu olması itibariyle başlangıcı, etkileri, faydaları ve zararları açısından farklı görüşlerle açıklanmaya çalışılmıştır. Değişik gruplandırılmalar olmasına karşın, en çok kabul gören ayırım David Held ve arkadaşlarının yaptığı sınıflandırmadır.<sup>32</sup> Yapılan bu sınıflandırma küreselleşme üzerindeki üç temel farklı eğilimi ortaya koymaktadır.

Küreselleşme sürecini açıklamaya çalışan ilk yaklaşım kuşkucu yaklaşımdır. Bu yaklaşıma göre küreselleşme, kendi içinde barındırdığı dinamikler yüzünden eşitsizlik yaratan bir yapıdır. Kuşkucu yaklaşıma göre, küreselleşme içerisinde birçok eşitsizliği barındıran ekonomik bir süreçtir. Yaklaşıma göre, küreselleşme sürecinde ortaya çıkan zenginlikler, belli başlı devletler ve bu devletlerde de küçük kesimler tarafında paylaşılmaktadır. Kuşkucu yaklaşıma göre, küreselleşme sürecinde ulus devletlerin egemenlik gücü sınırlı kalmakla birlikte, tamamen yok olmamaktadır. Çok uluslu şirketler, uluslararası siyasi ve ekonomik kuruluşlar ulus devletin hâkimiyet alanını sınırlandırmaktadır. Ancak özellikle meşru askeri güç ve toprak sahipliği ile ulus devletin tamamen aşınması mümkün değildir.<sup>33</sup>

---

<sup>30</sup> Nejla Çelik, Küreselleşmenin Türk Toplumunun Tüketim Alışkanlıkları Üzerindeki Etkisi, (Yüksek Lisans Tezi), Afyonkarahisar: Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2013, s.46-49.

<sup>31</sup> Şenol Baştürk, “Bir Olgu Olarak Küreselleşme”, Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, C.3, S.2(2001)

<sup>32</sup> Anthony Giddens(c), Sosyoloji, çev: Hüseyin Özel, İstanbul: Kırmızı Yayınları, 2013, s.93.

<sup>33</sup> Giddens(a), a.g.e. , s.82.

Küreselleşme sürecini açıklamaya çalışan diğer bir yaklaşım ise, aşırı küreselleşmeci yaklaşımdır. Aşırı küreselleşmeci yaklaşımına göre, küreselleşme kavramı karmaşık süreçlerin bir araya geldiği karmaşık bir olgular kümesidir. Aşırı küreselleşmecilere göre, süreç bireylerin refahını artırıcı bir etki yaratmaktadır. Küreselleşme sürecinde artan çok uluslu şirketler, dünya mali piyasalarının bütüncül bir ekonomi yaratması, popüler kültürün yayılması, küresel çevre sorunlarının yayılması gibi birçok alan küreselleşmenin etki alanına girdiği için küreselleşme sadece ekonomik bir olgu olarak görülemez.<sup>34</sup> Küreselleşme ekonomik olduğu kadar siyasal, teknolojik ve kültürel öğeleri içinde barındırmaktadır. Bu görüşe göre, geçmişle kıyaslandığında ticaret hızı ve yoğunluğu artmıştır. Bu yoğunluk beraberinde özellikle ulus devletin rolünde değişikliklere neden olmuştur. Çok uluslu şirketler, uluslararası siyasal kuruluşlar(Birleşmiş Milletler, Avrupa Birliği) ve de uluslararası ekonomik kuruluşların(IMF, Dünya Bankası, Dünya Ticaret Örgütü) artan etkisiyle beraber gücün kaynağının örgütlenmesi ve de dağıtılması ulus devletin gücünü aşındırmış ve ulus devletinin kontrolünün dışına çıkmaya başlamıştır.<sup>35</sup>

Küreselleşme sürecini açıklamaya çalışan dönüşümcüler yaklaşımı ise, yukarıda bahsedilen iki yaklaşımın sentezidir. Dönüşümcülere göre küreselleşme; toplumları değiştiren ekonomik, sosyal ve siyasal değişime sebep olan temel unsurdur.<sup>36</sup> Küreselleşme süreci ile birlikte ulus devlette dönüşüm geçirmektedir. Bu dönüşüm sürecinde ulus devlet eski güç ve otoritesini yitirmiştir. Ancak ulus devletin tamamen aşınması, yok olması söz konusu değildir. Dönüşümcü yaklaşıma göre, küreselleşme belli alanlarda refah artırıcı etkiler yaparken belli alanlarda da eşitsizlik yaratmaktadır. Bilginin, haberleşmenin, medyanın ve iletişimin gelişimine katkı yapar iken; gelir adaletsizliğine, yerel kültürlerin aşınmasına, baskın devletlerin küresel örgütler aracılığı ile diğer devletlere baskı uygulamasına neden olmaktadır.<sup>37</sup>

---

<sup>34</sup> David Held, McGrew Anthony, "Büyük Küreselleşme Tartışması", Küresel Dönüşümler, Edt:David Held, Anthony McGrew, çev: Ali Rıza Güngen vd., Ankara, Phoenix Yayınevi, 2008, s.13.

<sup>35</sup> Held, McGrew, a.g.e. s.38.

<sup>36</sup> İrfan Yurdabakan, "Küreselleşme Konusundaki Yaklaşımlar Ve Eğilimler" İzmir: Eurasian Journal Of Educational Research, Sayı6(2002), s.62.

<sup>37</sup> Giddens(c), a.g.e. , s.95-96



### 1.3.2 KÜRESELLEŞMEYİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER ve KÜRESELLEŞMENİN SONUÇLARI

Küreselleşme süreci başlangıcından beri içerisinde birçok dinamiği barındırmaktadır. Küreselleşmenin oluşumuna, hızlanmasına neden olan faktörler aynı zamanda küreselleşmenin sonuçları olarak da karşımıza çıkmaktadır. Bu yüzden bu iki faktör bu başlık altında birlikte incelenecektir. Küreselleşmeyi beş evrede ele alan Robertson, küreselleşme sürecini etkileyen faktörleri şu şekilde sıralamaktadır:<sup>38</sup>

- Enformasyon Devrimi
- Televizyon, Bilgisayar ve İnternetin Yaygınlaşması
- Sermayenin Uluslararasılaşması
- Çok Uluslu Şirketlerin Yaygınlaşması

Robertson'un ortaya koyduğu bu faktörler küreselleşme sürecine doğrudan katkıda bulunmuştur. Enformasyon devrimi küreselleşme sürecinin temel itici gücü olarak karşımıza çıkmaktadır. Enformasyon teknolojisindeki ilerlemeler ile beraber mal ve hizmet üretim ve tüketiminde zamansal ve mekânsal sınırlar ortadan kalkmıştır.

İletişim sürecinde meydana gelen değişimler küresel bir iletişime imkân sağlamaktadır. Bu durum bilgi ve haberleşmenin mekânsal sınırları aşmasına neden olmaktadır. Küreselleşme sürecinde iletişim maliyetleri düşmüştür.<sup>39</sup> Bu durum küresel düzeyde iletişimi tetiklemiştir. Meydana gelen bu değişimler çok hızlı bir şekilde olmuştur. ABD'nin radyoda 50 milyon izleyiciye ulaşması 40 yıl, kişisel bilgisayarların aynı sayıya ulaşması 15 yıl, aynı sayının internet kullanmaya başlaması ise 4 yıl sürmüştür.<sup>40</sup> Ortaya çıkan bu hızlı gelişmeler sonucunda bilgi ve haberleşme küresel düzeye hızlı bir şekilde yayılmıştır.

Küreselleşme sürecine etki eden diğer bir unsur ise ekonomik etkendir. Ekonomik üretim süreçlerinin sanayiden, bilgi ve iletişim teknolojisine kayması ile ortaya çıkan

---

<sup>38</sup> Saliha Coşkun, Küreselleşme Sürecinde Tüketim Toplumu ve Tüketim Kültürü(Yüksek Lisans Tezi), Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2011, s.10.

<sup>39</sup> Joseph E. Stiglitz, Eşitsizliğin Bedeli, çev. Ozan İşler, 3. b. , İstanbul: İletişim Yayınları, 2015, s.14.

<sup>40</sup> Anthony Giddens(b), Elimizden Kaçıp Giden Dünya, çev. Osman Akınhay, İstanbul: Alfa Yayınları, 2000, s.24.

ürünler daha soyut ve teknolojiye dayalı ürünler olmuştur. Ekonomik üretim dayanıklı sanayi mallarından, taşınması kolay, somut olmayan ürünlere doğru kaymıştır. Bilgisayar yazılımı, medya, eğlence için kullanılan ürünler küreselleşmenin hem yaygınlaşmasına etki etmiştir hem de bir sonuç olarak ortaya çıkmıştır.<sup>41</sup>

Küreselleşme sürecini doğrudan hızlandıran bir diğer etken ise yaşanan politik gelişmelerdir. Doğu Bloğu'nun çöküşü ile beraber alternatif sistemlerin ortadan kalkması ve de küresel ekonomik pazara yeni ülke ve bölgelerin eklenmesi süreci hızlandıran bir faktördür.<sup>42</sup>

Küreselleşme sürecine etki eden ve de hızlandıran diğer faktörler ise şu şekilde sıralanabilir:<sup>43</sup>

- 1970'li yıllarda yaşanan krizle beraber takip edilen Neo-Liberal politikalar,
- Uluslararası mal ticaretini sınırlandıran uygulamaların ortadan kalkması,
- Siyasal Liberalleşme ve demokratikleşme eğilimlerinin artışı,
- Çok uluslu sermayenin, çok uluslu şirketler aracılığıyla küresel düzeyde hareketinin hızlanmasıdır.

Küreselleşme süreci uzaktaki olayların yereldeki olayları veya tersi şekilde yereldeki olayların uzaktaki yerlerin geleceğini etkileyen bir süreçtir. Bu bağlamda küreselleşme, küresel düzeyde yeni bir kültür yaratmıştır.<sup>44</sup> Küreselleşme süreci ile beraber artan enformasyon kültürler arası etkileşimi arttırmış ve küresel düzeyde bir yeni kültürün oluşumuna katkıda bulunmuştur. Küresel bir kültürün oluşumunun öncülüğünü çok uluslu şirketler yapmaktadır. Çok uluslu şirketlerin kurulduğu ülke dışında yaptığı üretim ve pazarlama hareketi sonucunda dünyayı dört bir yanında bulunan birçok insan

---

<sup>41</sup> Giddens(c), a.g.e. , s.84-85.

<sup>42</sup> Zencirkıran, a.g.e. , s.408

<sup>43</sup> Yusuf Alper, "Küreselleşme ve Küreselleşmenin Sosyal Sorunları", Sosyal Politika, Edt: Aysen Tokol-Yusuf Alper, 4.b.(2013), Bursa: Dora, s.39. ; Memet Zencirkıran(b), a.g.e. s.408.

<sup>44</sup> Richard J. Barnett, John Cavanagh, Küresel Düşler, çev. Gülten Şen, İstanbul: Gençlik Yayınları, 1995, s.10.

aynı mal ve hizmeti satın almaktadır. Küresel düzeydeki bu mal ve hizmetlerin pazarlanması sürecinde televizyon ve radyonun yanında özellikle bilgisayar ve internet teknolojisi de etkili olmaktadır.<sup>45</sup> Küresel bir kültürün oluşumu, farklı kültürler arasındaki sınırlamaların aşılması medya, reklamcılık ve Coca Cola, Benetton ve McDonalds gibi küresel şirketlerin dünyanın her yerine yayılması ile ilgilidir.<sup>46</sup>

Her sistemin kendi üretim ve tüketim biçimleri bulunmaktadır. Bu bağlamda değerlendirildiğinde de küreselleşme süreci ile beraber değişen siyasi, ekonomik ve sosyo-kültürel süreçler üretim ve tüketim olgularını da değiştirmiştir. Televizyon ve bilgisayar aracılığı ile yapılan ticari reklamlarla birlikte çok uluslu şirketler küresel düzeyde bir üretim ve tüketim ilişkisi yaratmıştır. Küreselleşmenin yarattığı üretim ve tüketim ilişkisinde, çok uluslu şirketler başat bir rol oynamaktadır. Ancak bu süreçte çok uluslu şirketlerle birlikte, iletişim teknolojisindeki gelişmeler, küresel sermaye hareketleri, telefon ve internet üzerinde sanal kartlarla ödeme yapılabilmesi gibi kolaylıklarla beraber tüketim hem ulusal hem de küresel düzeyde büyük artış göstermiştir. Tüketimin yapısında meydana gelen değişimlerle birlikte, bu değişimleri farklı boyutlarıyla ele alan tüketim toplumu tartışmaları önem ve yaygınlık kazanmıştır.

#### **1.4. TÜKETİM TOPLUMU TARTIŞMALARI**

Tüketim kavramı, en basit anlamı ile ‘bir ihtiyacı gidermek’ anlamına gelmektedir. Ancak tarihsel süreç içerisinde bu anlam ciddi şekilde farklılıklar göstermektedir. Özellikle küreselleşme süreci ile beraber tüketim kavramı bir ihtiyaç gidermenin ötesinde bir anlam kazanmıştır. Anlamından ve bağlamından koparılan tüketimin, fizyolojik ihtiyaçların giderilmesinden ziyade bir statü göstergesi olma boyutu ön plana çıkmaya başlamıştır. Değişen tüketim kavramı kendine özgü bir toplum yaratmıştır. Bu yeni toplum ‘Tüketim Toplumu’dur.

---

<sup>45</sup> David Held, Anthony McGrew, “Büyük Küreselleşme Tartışması”, a.g.e. s.27

<sup>46</sup> Kevin Robins, “Küreselleşmeyi Karşılama”, Küresel Dönüşümler, Edt:David Held, Anthony McGrew, çev: Ali Rıza Güngen vd., Ankara, Phoenix Yayınevi ,2008 , s.291.

Tüketim, ilk insanın var oluşundan beri süregelen bir olgudur. Ancak tarihsel süreç içerisinde tüketimin anlamı farklılaşmıştır. Tarım toplumunda sadece ihtiyacı gidermeye yönelik yapılan tüketim, sanayi toplumunda ihtiyaca ek olarak eğlence ile bütünleşmeye başlayarak farklı bir yapıya bürünmüştür. Sanayi sonrası dönemde ise tüketimin statüsü belirleme boyutu ön plana çıkmaktadır. Sanayi sonrası dönemde özellikle 1980'li yılların ortalarından itibaren tüketim kavramı ilk anlamından tamamen uzaklaşmış ve de yeni bir şekle bürünmüştür.

Tüketim toplumu, tüketim kültürü üzerinden özellikle 1980'li yıllardan itibaren tartışılmaya başlanmıştır. Bu tartışmaların temelinde 'hızlı teknolojik ilerlemeler' yatmaktadır. Her alanda ortaya çıkan yeni teknolojiler, üretim ve tüketim şekillerinde büyük bir dönüşüm yaratmaktadır. Özellikle 1980'li yıllardan itibaren kitle iletişim araçlarındaki ilerlemelerle birlikte tüketim, zaman ve mekândan soyutlanmıştır. Belli bir saat diliminde ve de belli mekânlarda yapılan tüketim günümüzde her an her yerde gerçekleştirilebilen tüketime evrilmiştir. 1980'li yıllardan itibaren bilgisayar ve de internet teknolojisindeki ilerlemeler öncelikle tüketimin mekândan soyutlanmasına neden olmuştur. Daha sonrasında ise 7/24 hizmet anlayışının tüm dünya da yaygınlaşmasıyla tüketim zaman kavramından da kopmuştur. Bu çerçevede tüketim zaman ve mekân ile bağı kopmuş ve 'her an her yerde tüketim' durumu meydana gelmiştir.

Tüketimi 'yemek, giymek, nesnelere kullanmak ve ayrıca gereksinimlerin ya da arzuların herhangi bir biçimde tatmin edilmesi'<sup>47</sup> olarak tanımlayan Bauman, değişen tüketim kavramını istekler, arzular ve metalaşma üzerinden değerlendirmektedir. Bauman'a göre tüketme eyleminin oluşabilmesi ve de sürekliliğin sağlanabilmesi için öncelikle tüketicinin metalaşması gerekmektedir. Metalaşan tüketici tüketimi piyasanın kendine verdiği ya da dayattığı tüketim araçları yoluyla gerçekleştirmektedir. Bu yolla gerçekleşen tüketimde tüketici tatmin sağlayamadığı yani bir nevi tüketimi içselleştiremediği için tüketilen mal ve de hizmetin ardından hemen yeni bir tüketim

---

<sup>47</sup> Erkan Dikici, 'Tüketim Algısındaki Değişim: Kitle İletişim Araçları ve Tüketim İlişkisi', Gümüşhane, Journal of Social Sciences and Humanities, C.1, S.1, 2017, s.60

ihtiyacı gelir ve bu döngü kendi içerisinde tekrarlanır. Bu süreç içerisinde tüketim sürekliliği sağlanır.<sup>48</sup>

Bauman ile aynı çizgide tüketimi tasvir eden Bocoock ise, tüketimi arzulara dayanan bir süreç olarak tanımlamaktadır. Bocoock tüketimin istek ve arzularına dayanan kısmının, tüketilen mal ve hizmetlerin sembolik anlamlarında etkili olduğunu ifade etmektedir. Bir mal ya da hizmet satın alınırken bulunulan toplum içerisinde bu mal ve hizmetin temsil ettiği anlam mal ya da hizmetin tüketilmesinde etkilidir.<sup>49</sup>

Baudrillard tüketim toplumunda tüketimin bir statü göstergesi olarak algılandığını ifade etmektedir. Baudrillard'a göre bir ürün ya da hizmet bir üst statüye yaklaşmayı temsil ediyorsa o ürünün veya hizmetin bireysel ve de kitlesel olarak tüketilmesi daha fazla olur. Satın alınan ürünler ya da hizmetler bir statü göstergesi olarak toplumların ekonomik ve sosyal boyutlarına göre farklılık göstermektedir.<sup>50</sup>

Tüketimi itibar kazanmak için yapılan bir eylem olarak tanımlayan Featherstone, tüketimi kendi içerisinde sınıflandırmaktadır:<sup>51</sup>

1. Birincil üretim sektörüne tekabül eden temel mallar dizisi
2. İkincil üretim sektörüne tekabül eden teknoloji dizisi
3. Üçüncü üretim sektörüne tekabül eden enformasyon dizisi( kültürel meşgaleler, boş zaman meşgaleleri v.b) Featherstone'nun yaptığı tüketim sınıflandırmasında tüketim toplumun özünü, üçüncül üretim sektörüne tekabül eden enformasyon ürünleri oluşturur.

Tüketim toplumunda bireyler, tüketimle kontrol edilmektedir. Bu kontrol mekanizması boş zamanın düzenlenmesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Boş zaman değerlendirilmesi kapsamında bireylerin günlük zaman dilimi piyasa tarafından kontrol edilmektedir. Bir gün içerisinde zamanın belli bölümünü iş yerinde geçiren bireyler, iş

---

<sup>48</sup> Neval Karanfil, Tüketim Kültürü ve Davranışı Üzerine Etkisi (Doktora Tezi) , Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2015, s.85-86.

<sup>49</sup> Bocoock, a.g.e. , s.59.

<sup>50</sup> Baudrillard, a.g.e. , s.45.

<sup>51</sup> Mike Featherstone, Postmodernizm ve Tüketim Kültürü, çev: Mehmet Küçük, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1996, s. 44.

yerinden çıktıkları anda bir işçi kimliğinden çıkıp potansiyel bir tüketici haline gelmektedir.

Tüketim toplumunda boş zaman geçirme ve tüketim anlamında AVM'ler ön plana çıkmıştır. AVM'lerin ilk örneklerini Paris ve Londra'da bulunan "pasajlar" oluşturmaktadır. AVM'ler günümüz toplumunda tüketimin merkezi haline gelmiş bulunmaktadır. AVM'lerin yapısı, mekânsal düzenleme ile bireyleri tüketmeye yönlentmektedir. Bu bağlamda AVM'ler insanları gösterişçi bir parıltı içerisinde karşılar. AVM'lerde dışardaki havadan bağımsız olarak ayrı bir iklim yaratılmıştır. Dışarda bulunan sıcak veya soğuk hava AVM'den içeri girer girmez değişir ve de insanı AVM'deki daha uygun koşullar karşılar. Ayrıca AVM'ler bireyleri zaman bağlamından da koparmaktadır. AVM'ler bireylerin zaman kavramı olmadan AVM içerisinde vakit geçirmelerini ister. Ayrıca AVM'lerde çıkışlar genelde az ve de en kuytu yerdedir. İnsanların ya da daha doğrusu potansiyel tüketicilerin çıkışa gidilebilmesi için neredeyse AVM'de bulunan birçok mağazayı gezmesi gerekmektedir. Bu koşullar altında AVM'ler, bireyleri devamlı olarak tüketime yönlendirmek için tasarlanmış tüketim merkezleridir.<sup>52</sup>

Tüketim toplumunda tüketim, bir ihtiyaçtan ziyade bir sosyal gösterge olarak da karşımıza çıkmaktadır. Descartes in "*düşünüyorum öyleyse varım*" sözündeki kendini ifade etme biçimi "*tüketiyorum öyleyse varım*" mottosu ile ikame edilmektedir.<sup>53</sup> Tüketim bireyler için artık bir ihtiyaç olmaktan çıkıp bir kendini ifade etme meselesi haline gelmiştir. Birey tüketimi gerçekleştirdiği oranda toplumda saygınlık kazandığına inanır.

Bireylerin tüketim üzerinden kendini ifade etmesi, tüketim ve tüketim toplumu üzerinde farklı yaklaşımları ortaya çıkarmıştır. Bu açıdan tüketim toplumu kavramı üzerinde farklı görüşler bulunmaktadır. Pozitivist yaklaşıma göre bireyler rasyonel davranan birer tüketicidir. Bu rasyonellik doğrultusunda bireyler tüketim yaparken ihtiyaçları doğrultusunda tüketim yapmaktadır. Bireyler tüketimi ihtiyacını karşılamak

---

<sup>52</sup> Şentürk, a.g.e. , s. 145-147.

<sup>53</sup> Vehbi Bayhan, Tüketim Toplumunda Bireyin Ontolojik Mottosu: Tüketiyorum Öyleyse Varım, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Konferansları Dergisi, s.221-248.

ve de faydasını maksimize etmek için gerçekleştirir. Bu bakış açısına göre aşırı tüketim, gösterişçi tüketim, saygınlık için tüketim yoktur. Rasyonel davranan bireyler ihtiyaçları dışında bir tüketim gerçekleştirmezler. Pozitivist yaklaşımın tersini iddia eden çatışmacı-eleştirel yaklaşıma göre, tüketilen nesnelere sosyal anlamda bir sınır çizilmektedir. Bu çizilen sosyal sınırlar bireylerin öncelikle tükettiği nesnelere içselleştirmeden bir sosyal statü göstergesi olarak tüketmesidir. Bu duruma bağlı olarak yapılan tüketim içselleştirilmeden yapıldığı için, tüketilen nesneye bir yabancılaşma durumu ortaya çıkmaktadır. Yabancılaşma sonucunda, birey istediği, arzu ettiği tüketimi gerçekleştirdiğinde tam bir tatmin olma durumu gerçekleşmemektedir.

Bu durumda yapılan tüketim sonrasında farklı mal ve hizmeti tüketme içgüdüğü ortaya çıkmaktadır ve bu döngü kendi içerisinde tekrarlanmaktadır. Bu yaklaşıma göre, tüketilen nesnelere belli sosyal sınırlar çizildiği için tüketilen nesnelere bağlı olarak toplumda tüketime bağlı sosyal sınıflar ortaya çıkmaktadır. Yaklaşımın diğer bir yönü ise yapılan tüketim ile ilgilidir.

Yaklaşıma göre yapılan tüketim bireysel olmaktan ziyade toplumsaldır. Toplumsal tüketim bireylerin toplumda buldukları sosyal statüye bağlı olarak değişmektedir. Bu durum toplum içinde sınıfsal bölünmelere yol açmaktadır. Tüketime farklı bir perspektif ile yaklaşan yorumlayıcı yaklaşıma göre ise tüketim, arzulara, hayallere yönelik biçimleri ele almaktadır. Bu yaklaşımda temel vurgu bedensel heyecan ve estetik zevklerdir. Bedensel zevkler ve heyecanlar bireyleri doğrudan tüketime yönlendirmekte ve de tüketimin sürekliliğini sağlamaktadır.<sup>54</sup>

Tüketimin geçirdiği süreci tanımlayan Baudrillard<sup>55</sup> tüketimin basit işlevsel pratiklerle veya bireysel ya da kitlesel bir saygınlık olarak tanımlanmayacağını ifade etmektedir. Baudrillard tüketimi, iletişim ve de değişim yoluyla durmadan verilip alınan ve yeniden yaratılan göstergeler kodu olarak ifade etmektedir.

Tüketim eylemini hayatımızı idame ettirmemiz gereken zorunlu ihtiyaçlar ve de isteklerimiz doğrultusunda gerçekleştiririz.<sup>56</sup> Ya da en azından böyle olduğunu

---

<sup>54</sup> Coşkun, a.g.e. , s.38

<sup>55</sup> Baudrillard, a.g.e. , s.105

<sup>56</sup> George Ritzer, Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek, çev. Funda Payzın, 3.b. , İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2016, s.21-22

düşünürüz. Tüketim eylemi son 30 yılda şekil ve de anlam değiştirerek yeni bir yapıya bürünmektedir. Bu süreçte tüketim merkezli yeni mekânlar yaygınlaşmaktadır. Günümüzde birçok mal ve hizmeti tüketmeye olanak tanıyan ve de bu mal ve hizmeti tüketmeye zorlayan mekânlar bulunmaktadır. Bu ortamlara ‘Tüketim Katedralleri’ adını veren Ritzer, tüketim katedralleri ile beraber tüketimin mekânsal örgütlenmesi üzerinde durmaktadır. Tüketim katedralleri 1980’li yılların sonlarına doğru hızla artmıştır. Tüketim katedrallerinin büyümesi, kutsal ve de dinsel bir büyüye olduğuna dikkat çeken Ritzer, 1980’li yılların sonuna doğru tüketim katedrallerinin özellikle eğlence sektörü ile birlikte geliştiği üzerinde durmaktadır. Ritzer eğlence ve tüketim katedralleri arasındaki ilişkiyi Disneyland üzerinden açıklamaktadır. Disneyland ın adeta bir tüketim şehri olduğunu vurgulayan Ritzer, bu mekânın oraya gelen misafirlerin ya da daha doğru bir ifade ile tüketicilerin tüketime yönlendirmek için özel olarak tasarlandığını belirtmektedir. Ritzer, Disneyland’ın özel olarak tasarlanan yollar, eğlence alanları, yemek bölümleri ve de teknolojik alanları fazlasıyla barındırdığı üzerinde vurgu yapar. Bu yapılan düzenlemelerin kasten yapıldığını belirterek tüketim mekân ilişkisinin üzerinde durmaktadır. Ritzer’in tüketim katedralleri olarak adlandırdığı mekânlar şunlardır<sup>57</sup>:

- Zincir Mağazalar
- Alışveriş Merkezleri
- Elektronik Alışveriş Merkezleri
- Süper Mağazalar
- Yolcu Gemileri
- Kumarhane-Otelleri
- Yetişkinliklere Yönelik Eğlence mekânlarıdır.

---

<sup>57</sup> Ritzer, a.g.e. , s.53-58



Yukarıdaki tüketim katedrallerinin yanında son yıllarda ortaya çıkan golf ve tenis kulüpleri, fitness merkezleri, profesyonel spor stadyumları ve müzelerde birer tüketim katedralidir.

Tüketim katedrallerinin işlevsellik kazanması ve de sürekliliğinin sağlanması bazı birtakım yeni araçların kullanılması gerekmektedir. Bu yeni araçlara yeni tüketim araçları adını veren Ritzer, tüketim katedralleri ve de yeni tüketim araçları arasında karşılıklı bir ilişki olduğunu belirtmektedir. Yeni tüketim araçları ile beraber tüketim katedralleri kendini her zaman yenileyerek kendi varlığını ve de popülaritesini ve buna bağlı olarak sürekliliğini de sürdürmektedir. Ayrıca tüketim katedralleri tüketimi sürekli hale getirmek için yeni tüketim araçları yaratmak zorundadır.<sup>58</sup>

Günümüzdeki yeni tüketim araçlarından bahsetmek konunun daha somut ve de anlaşılır olması açısından önemlidir. Yeni tüketim araçları arasında özellikle 1980'li yıllardan sonra karşımıza çıkan ilk unsur televizyondur. Televizyon üzerinden yapılan reklamlar aracılığı ile bireyler evlerinden çıkmadan telefon ile istedikleri herhangi bir ürüne sahip olabilmektedir. Diğer bir tüketim aracı olan bilgisayar ile birlikte internetin tüm dünyada kullanılmasıyla beraber ortaya çıkan e-alışveriş sayesinde tüketim yaygınlaşmakta ve de sürekli hale gelmektedir. Tüketimi yaygınlaşmasını sağlayan diğer bir unsur ise kredi kartlarıdır. Kredi kartları ile beraber online alışveriş artmış ve de bireyler evlerinden çıkmadan istediği mal veya hizmeti satın alabilmektedir. Bilgisayar-internet-kredi kartı ile beraber tüketim önceki dönemlerle kıyaslanmayacak kadar artış göstermektedir.

Tüketimin merkezi önem kazandığı tüketim toplumunda bireyler nesnelere tarafından kuşatılmış durumdadır. Bu kuşatma altında bireyler, etrafında bulunan tüm nesnelere bir tüketim nesnesi olarak görmekte ya da çeşitli araçlarla böyle bir algı yaratılmaktadır. Tüm nesnelere bir tüketim nesnesi olarak görülmesi ile beraber tüketim hızında da değişiklik meydana gelmektedir. Daha önceki dönemlerde dayanıklı nesnelere uzun yıllar boyu kullanan insanlar bu dönemde nesnelere daha hızlı bir şekilde tüketmektedir. Nesnelere ömrü geçmiş döneme kıyasla daha kısa olmaktadır. Kullanılan yeni teknolojiler ile üretimde hız, yenilik ve de süreklilik kavramları önem kazanmış ve

---

<sup>58</sup> Ritzer, a.g.e. , s.31.

de bir nesnelere bolluğu ortaya çıkmıştır. Yaratılan bu üretim bolluğunun bir sonucu olarak bireyler nesnelere tarafından kuşatılmış durumdadır. Bu durum sonucunda hem bireysel tüketimde hem de kitlesel tüketimde hızlı bir şekilde artış meydana gelmektedir.<sup>59</sup>

Nesnelerin tüketiminde geçmiş dönemlerdeki gibi işlevsel özelliklerin değeri azalmış bunun yerine nesnelere zihinlerde meydana getirdiği algı önem kazanmıştır. Zihinlerde yaratılan bu algı ile beraber nesnelere tüketimi artma ya da azalma eğilimi göstermektedir. O nedendir ki tüketim toplumunda “semboller”, tüketim açısından büyük önem taşımaktadır. Bu durum toplumda kullanılan ya da tüketilen nesnelere dâhilinde bir ayırım yaratmaktadır. Bireyler kullandıkları ya da tükettikleri nesnelere dâhilinde toplumsal düzeyde bir statüde konumlandırılmaktadır. Kullanılan veya tüketilen ürünün sosyal statüdeki belirleyiciliği tüketim toplumunun temel unsurlarından biridir.

Belirli bir tema etrafında yaratılan Disneyland Eğlence Parkları, 2000’li yılların başında eğlence anlayışlarının ticarileşmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Dış dünyadan bağımsız, yapay bir gerçeklikle ve her an kontrol altında tutulan Disneyland Eğlence Parkları günümüzde önemli bir tüketim aracı olarak karşımıza çıkmaktadır. Tarihsel mekânların tüketim nesnesi haline gelmesi ile beraber, tarihsel mekânlara ait olmayan nesnelere ve ek alanlar tarihsel mekânlarda önceden varmış gibi ortaya çıkmıştır. Bu süreçte, tarihsel mekânların yeniden dizaynı ve tüketim nesnesi haline getirilmesi tarihsel mekânların özgünlüğünden koparılmasına ve yapay bir doğallığa neden olmaktadır. Burada ki amaç, tüketim toplumundaki bireylere, tarihsel ve kırsal alanların pazarlanmasıdır. Bu bağlamda tarihi kırsal mekânlar günümüzde yeni tüketim katedralleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu yeni tüketim katedrallerinde, dışardan gelecek insanları bu alanlara çekebilmek amacıyla, kırsal imaj yaratma ve bu imajı pazarlama önemli bir unsurdur. Nostalji yaratmak ve bunu bir pazarlama taktiği olarak kullanmak, tarihi kırsal mekânların tüketim alanlarına dönüşmesinde önemli bir rolü bulunmaktadır. Tarihi kırsal mekânlarda, kentli bireyleri bu alana çekebilmek için, kırsal alanlarda bulunan diğer mekânlar(han, hamam, cami, tarihi evler...) kentli bireyler için

---

<sup>59</sup> Baudrillard, a.g.e. , s.15-30.

özellikle tasarlanır ve onların tüketimi için hazır hale getirilir. Daha fazla turisti kırsal alana çekmek için, kırsal alanlara özgü nesnelerin ve mekânların bir pazarlama taktiği olarak kullanılması, kırsal alanlarda bir tüketim ekonomisi yaratmakla birlikte, kırsal alanların özgünlüğüne zarar verebilmektedir.<sup>60</sup>

Küreselleşme süreci ile beraber tüketim araçları ve mekânları arasındaki sınır daha bulanık hale gelmeye başlamıştır. 1990'lı yıllarda ayrı ayrı dükkânlarda manav, kasap fırın, berber bulunurken günümüzde, bu dükkânların hepsini içinde barındıran alışveriş merkezleri daha fazla ön plana çıkmaktadır. Tüketim aracı ve mekânları arasındaki sınırların 2000'li yıllarla beraber turizm sektöründe önemli değişimler meydana gelmiştir. Bu süreçte kırsal alanlar, tüketim toplumundaki turistler için yeniden tasarlanmış ve tüketim alanları haline getirilmiştir. Kırsal alanların tüketim alanları haline gelmeden önceki sürecinde turistlerin, bu alanlardan hediyelik eşya alması beklenirken günümüzde turistlerin, kırsal alanlarda daha fazla vakit geçirmesi ve daha fazla mal tüketimi gerçekleştirmesi beklenmektedir. Bu amaca uygun olarak kırsal alanlar tüketim toplumundaki bireyler için özel olarak tasarlanmaktadır. Kırsal alanlarda kırsal turizmin önem kazanmaya başlaması ile beraber, kırsal alana dışarıdan gelen bireylerin, ihtiyaç, istek ve hazları doğrultusunda kırsal mekânlar tasarlanmaktadır. Bu süreçte kırsal alanda yaşayan bireyler için normalde ihtiyaç duyulmayan nesnelere ve mekânlar, tüketim toplumundaki bireyleri daha fazla kırsal alanlara çekebilmek ve bu alanları daha fazla popüler haline getirmek için kullanılmaktadır. Kırsal alanda daha fazla tüketiciyi çekmek için yapılan bu düzenlemeler, Disneyland Eğlence Parkları gibi yapaylıklar yaratmakta ve kırsal alanlarının özgünlüğünü bozmaktadır.<sup>61</sup>

---

<sup>60</sup> Ritzer, a.g.e. , s.191-194.

<sup>61</sup> Ritzer, a.g.e. , s.202-204, 265.

## İKİNCİ BÖLÜM

### KÜRESELLEŞME SÜRECİNDE KENTLERİN VE KIRSALIN DÖNÜŞÜMÜ

#### 2.1 KENTLERİN DÖNÜŞÜMÜ

1980’li yıllardan sonra kırsal alanlarda meydana gelen ekonomik, sosyal ve politik değişimler kırsal alanlardan her ne kadar fiziksel anlamda uzak olsalar da (ki bu uzaklık küreselleşme sürecindeki teknolojik gelişmeler sonucunda kırılmıştır) kentlerin değişiminden ayrı olarak düşünülemez. Bu bağlamda kentlerde meydana gelen değişim süreci, kırsal alanlardaki değişimi anlamak adına önemlidir.<sup>62</sup>

1980’li yıllarda kentler birçok değişkene bağlı olarak adeta bir evrim geçirmekteydi. Neoliberal politikaların önem kazanması sonucu sosyal refah devleti anlayışının aşınması, kentsel mekânların üretim ve tüketim ekseninde dönüşümü, kentlerde ortaya çıkan yeni bir toplumun, tüketim toplumunun mevcudiyeti ve teknolojik gelişmeler gibi değişkenler gelişen süreç içerisinde kentlerin evriminde önemli bir rol oynamaktadır.<sup>63</sup> Kentlerdeki değişimde özellikle neoliberal politikaların uygulanmaya başlanması önemli rol oynamaktadır. Çünkü neoliberal politikalar beraberinde yeni bir toplumu, kültürü meydana getirmiştir.<sup>64</sup>

1973 de meydana gelen Petrol Krizi’nden sonra öne çıkan neoliberal politikalar, devletin özellikle piyasa içerisindeki rolünü tamamen değiştirmiştir. Neoliberal politikalara göre devlet, piyasadaki rolünü azaltmalı ve özel sektöre öncelik vermelidir. Neoliberal politikaların uygulanması, diğer yandan sosyal refah devleti uygulamalarından bir vazgeçişini ifade etmektedir. Neoliberal politikaların temelinde; serbest girişim, devlet kurumlarının özelleştirilmesi, devletin piyasadaki müdahalesinin sınırlandırılması, finans piyasalarının küreselleşmesi, uluslararası serbest ticaret ve çok uluslu şirketlerin dünyaya yayılması yatmaktadır.<sup>65</sup>

---

<sup>62</sup> John Urry, *Mekânları Tüketmek*, çev. Rahmi G. Ögdül, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1999, s.308.

<sup>63</sup> Sevinç Güçlü, “Mekân Sosyolojisi ve Kentsel Mekân”, *Sosyo-Kültürel Farklılık ve Alaşım Mekânları*, Edt: Neslihan Sam, Rıza Sam, Bursa: Ezgi Kitabevi, 2.b. , 2014, s.276.

<sup>64</sup> Mehmet Meder, Zuhâl Çiçek, “Çağdaş Toplumda Kent ve Kentsel Mekânların Tüketimi”, *Sosyo Kültürel Farklılık ve Alaşım Mekânları*, Edt: Neslihan Sam, Rıza Sam, Bursa: Ezgi Kitabevi, 2.b, 2014, s.289.

<sup>65</sup> Baştaymaz, a.g.e. , s.262-274.

Neoliberal politikalarla beraber 1980'li yıllardan sonra devletin birçok alandaki rolü değişime uğramıştır. Özellikle sosyal refah devleti anlayışı çerçevesinde devletin üstlendiği, eğitim, sağlık, istihdam vb. hizmetlerde yeni dönemde devletin etkisi azalmıştır. Yeni dönemde bu ve benzeri hizmetlerde özel sektörün rolü artmış ve özel sektör güçlenmiştir.<sup>66</sup>

Neoliberal politikalara geçiş özellikle kentler ve kentsel alanlarda doğrudan etkisini göstermiştir. Kentler ve kentsel mekânlar, piyasa ekonomisi temelinde sermaye odaklı bir dönüşüm geçirmiştir.<sup>67</sup> Yeni ekonomik sistemin öngördüğü kitlesel üretim ve tüketim anlayışıyla birlikte yeniden inşa edilen kentsel mekânlar imgelere, göstergelere, kültürel çeşitliliğe, farklı yaşam tarzlarının sosyalleşme biçimlerini barındıracak şekilde düzenlenmektedir.<sup>68</sup> Geçmiş dönem ile kıyaslandığında işlevsellikten ziyade, bireylerin haz ve zevklerini ön plana çıkaran, bireysel istek ve arzulara vurgu yapan kentsel mekânlar beraberinde fiziksel yapılanmanın ötesinde bir değişim ortaya çıkarmaktadır. Kentlerde meydana gelen bu değişim bireylerin kente bakış açısını da değiştirmektedir. Kent, yaşanan bir alan olmaktan ziyade bir tüketim alanı haline gelmiştir. Bu bağlamda kent, tüketimin merkezi konumunda bulunmaktadır. Özellikle kentlerde günümüzde sıkça rastlanan alışveriş merkezleri, kafeler, spor sahaları vb. mekânlar tüketimin merkezi rol oynamasında etkili olmaktadır. Tüketim ekseninde meydana gelen dönüşüm sürecinde mimari yapının bireysel haz ve isteklere göre yeniden inşa edilmesi, beraberinde aynı mal ve hizmeti aynı kalitede satın almak isteyen tüketim gruplarını ortaya çıkarmaktadır. Birbirine yakın statüdeki bireylerin tüketim ekseninde bir araya toplanması, hem mekânsal anlamda hem de tüketim ekseninde toplumsal bir ayrışma yaratmaktadır. Bu durum kentsel mekânlarda bir ayrışmaya neden olmaktadır.<sup>69</sup>

Urry, çağdaş toplumlarda yerel oluşumların, mekânsal bağlamda ekonomik kâr güdüsü sonucunda dönüştürüldüğüne vurgu yapmaktadır. Bu süreçte yerel unsurlar (kıyafet, yemek, mimari yapı vb.), tüketim ekonomisinde, bireyler üzerinde nostalji etkisi yaratmak ve daha genel anlamda tüketim toplumunun istek ve arzuların belirli bir ücret

---

<sup>66</sup> Ruşen Keleş, Kentleşme Politikası, 12.b. , Ankara: İmge Kitabevi, 2012, s.57.

<sup>67</sup> Şentürk, a.g.e. , s.60.

<sup>68</sup> Meder, Çiçek, a.g.e. , s.297.

<sup>69</sup> Meder, Çiçek, a.g.e. , s. 291-311.

karşılığında tatmin etmek, tüketilebilir olmak amacıyla dönüştürülmektedir. Kırsal alanlarda meydana gelen değişim sürecini “kentsel ilişkilerin kırsallaşması” olarak ifade eden Urry, kırsal alanlarda meydana gelen fiziksel ve sosyo kültürel değişimde kentsel ilişkilerin etkili olduğunu vurgulamaktadır. Kırsal alanların dönüşüm sürecinde, kentli bireyler tarafından kırsal alanların bir uğrak yeri olması ve kırsal alanlarda yaşayan bireylerin kentli bireyleri çekebilmek için kırsal mekânları dizayn etmesi etkili olmaktadır.<sup>70</sup>

Kentlerde meydana gelen değişim sürecini ele alan Harvey, kentsel alanların; günümüz iletişim teknolojilerinin “alışılmış zaman ve mekân” sınırlarını çökertmiş olması, yeni teknolojilerle beraber kitlesel üretimdeki standartlaşmanın kalkması ve farklılıklara öncelik verilmesi çevresinde açıklamaktadır. Harvey kentleri, toplumsal farkların statü sembolleri elde edilerek yaratılan mekânlar olarak görmektedir. Yaratılan mekânları, 1970’lerden sonra İngiltere’de ticaret alanları olan müzeler ve evler üzerinden değerlendiren Harvey, yeniden yapılan sürecinde kentsel mekânların bir ticaret unsuru haline getirildiğini ifade etmektedir. Kentlere doğru yaşanan yoğun göç ile beraber farklılaşmış zevk kültürlerinin yansıtıldığı mimari alanlar olarak kentler, imgesel anlamların üretildiği ve bu anlamda kültürel tüketimin öne çıktığı alanlar haline gelmiştir. Sembol tüketim üzerinden değerlendirilen kentler, finans, tüketim ve eğlence temelinde birbiri ile yarışmaktadır. Özellikle 1980’li yıllardan sonra kentlerde sembol üretimi ve kente yeni bir imaj kazandırma hız kazanmıştır.<sup>71</sup>

Kentlerde meydana gelen değişim sürecinde amaç kentsel mekânların sanayi merkezinden arındırılıp bir tüketim merkezi haline dönüştürülmesi, kentsel mimarinin yeniden dizayn edilmesi ve bireyleri tüketime yöneltecek bir mimari yapı yaratmadır.<sup>72</sup> Bu dönüşüm sürecinde kentler tüketim toplumunun gerekliliklerine göre yeniden tasarlanma dönemine girmiştir. Ritzer kentlerde gerçekleşen tüketimin esasında zenginliği, statüsel farklılığı ve lüks tüketimi yansıttığını ifade etmektedir. Bu bağlamda kentler Baudrillard’ın önemle üzerinde durduğu sembolik, gösterişçi tüketimin vücut bulduğu alanlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Tüketilen nesnelerin işlevinden ziyade

---

<sup>70</sup> Urry, a.g.e. , s.103-112.

<sup>71</sup> Urry a.g.e. , s.120-122.

<sup>72</sup> Featherstone, a.g.e. , s.171.

temsil ettiği sosyal statüye atıfta bulunan Baudrillard kentsel alanları, gösterişçi, sembol tüketimin yaşandığı temel alanlar olarak görmektedir.<sup>73</sup>

Kentlerde yaşanan dönüşümü postmodernist bir çerçevede ele alan Gottdiener, posmodernist hareketin kent dokusunda farklılıklar yaratarak yeni göstergeler ve yeni anlamlar üretme çabasıyla kentlerin bir dönüşüm geçirdiğini ifade etmektedir.<sup>74</sup> Kentlerde yaşanan dönüşümü postmodernizm ile açıklayan diğer bir yazar ise Featherstone'dur. Featherstone yaşanan değişimi şu şekilde ifade etmektedir<sup>75</sup>:

*“Postmodern kent: Modern kente göre daha fazla imaj ve kültürel öz bilince sahiptir; hem kültürel tüketim hem de genel tüketim merkezidir...genel tüketim kültürel göstergelerden ve imgelemden ayrı tutulamaz; öyle ki, kentli hayat tarzları, gündelik hayat ve boş zaman faaliyetleri postmodern simülasyon eğilimlerinden farklı derecelerde etkilenirler.”*

Featherstone'nun üzerinde durduğu postmodern kentler; tüketim temelinde dönüşen, genel ve kültürel tüketimin var olduğu alanlardır. Postmodern kentler olarak adlandırılan günümüz kentlerinde postmodernist mimarinin etkileri görülmektedir. Postmodernizmin temelinde yer alan; parçalanma, kişiliğe yönelme ve gerçekliğin yerini imajların alması kentsel mekânlarda öne çıkmış, kentlerin çehresi değişmiş ve sembolik tüketim önem kazanmıştır.<sup>76</sup>

Kentlerde küreselleşme süreci ile beraber mekânsal yapılanma, bireylerin istek, arzu ve hazlarına yönelmesi sonucunda “tüketim” etrafında yeniden şekillenmektedir. Tüketim ekseninde meydana gelen mekânsal dönüşümler, tüketim toplumundaki bireylere her an her yerde hizmet/tüketim sağlayabilmek için tasarlanmıştır. Bu süreçte kırsal alanlara özgü olan yerel unsurlar kentsel alanlarda birer tüketim nesnesine dönüşmüştür. Kırsal alanlara ait mekânsal yapılanma ve nesnelere kentteki bireylere nostalji üzerinden tüketim nesnesi olarak sunulmakta ve burada bir tüketim ekonomisi şekillenmektedir. Kırsal alanlara ait mimari yapılar, kentsel alanlarda tüketim

---

<sup>73</sup> Meder, Çiçek, a.g.e. s.301-303.

<sup>74</sup> Gottdiener, a.g.e. , s.203.

<sup>75</sup> Featherstone, a.g.e. , s.166.

<sup>76</sup> Yasemin Hayta, “Kent Kültürü ve Değişen Kent Kavramı”, Bitlis, Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, C.5, S.2(2016), s.179.

toplumundaki bireylerde, nostalji duyguları uyandırmak için kullanılmaktadır. Bu süreçte kırsal alanlara özgü mimari yapılar kentsel alanlarda bir görsel tüketim unsuruna dönüşmektedir. Urry bu süreci “yerel ekonomik pazar” olarak adlandırmaktadır. Yerelde yaşam biçimi olan çiftçilik gibi birçok ritüelin (organik tarım ürünlerinin satışı, kentsel alanlardaki lüks restoranlarda gözleme yapan kadınlar vb.) kentsel alanlarda bir iş olarak yapılması ve kırsal alanlara özgü unsurların kentsel alanlarda ‘ürünleri pazarlamanın bir yolu’ olarak kullanılması, kentsel alanlarda yerel unsurlara dayalı bir tüketim pazarı yaratmaktadır. Bu pazarın tüketicileri ise, tüketim toplumunun bireyleridir.<sup>77</sup>

Küreselleşme süreci ile beraber kentlerde meydana gelen değişim süreci bir tüketim pazarı oluşturmaktadır. Tüketim toplumunun bireylerini bu tüketim pazarına yönlendirmek ve devamlı olarak bu pazarda kalmasını sağlamak için kitle iletişim teknolojileri yoğun olarak kullanılmaktadır. Radyo, TV, bilgisayar, internet ve kredi kartları gibi tüketime yönlendirici ve tüketimi kolaylaştırıcı araçların ortaya çıkıp yaygınlaşması, tüketim pazarının oluşmasında ve devamlılığının sağlanmasında doğrudan etkili olmaktadır. Kentlerde ortaya çıkan tüketim pazarının oluşmasında etkili olan diğer bir unsur ise, nesnelerin ve mimarinin gerçekleri yerine “simülasyonlarının” kullanılmasıdır. Kentlerde oluşan tüketim pazarında, tüketim toplumunun bireyelerine gerçekleri yerine simülasyonları pazarlanmaktadır. Tüketimin sürekliliğini sağlamak için oluşturulan bu simülasyonların amacı, nesnelerin veya mimari yapıların gerçeklerinden daha fazla doğalmış gibi bir algı yaratmaktır. Yani kentlerde meydana gelen tüketim, gerçekliklerden kopuk, yapay gerçeklikler içeren bir yapıda oluşturulmaktadır. Yapay gerçekliklerle kuşatılan tüketim toplumunun bireyelerine, sunulan ürünler, tarihi ve kültürel anlamları olan mimari yapılar nostalji ve yerellik üzerinden tüketim pazarına sokulmaktadır. Bu süreçte en önemli durum ise, yapaylığın sembollerle gerçeğinin yerini almasıdır. Dünyanın birçok yerinde yapay alanlar ve ürünler gerçeklerinin yerini almaktadır. Kentlerin tüketim ekseninde geçirdiği dönüşüm sürecinde, semboller üzerinden oluşturulan tüketim kültürü, tüketim toplumunun bir gereği olan zamanın kontrol edilmesini de beraberinde getirmektedir. Küreselleşme süreci ile beraber kentsel alanlarda ve kentte yaşayan bireyelerde değişen en önemli kavramlardan biri “Zaman”dır.

---

<sup>77</sup> Urry, a.g.e. , s.120-122.



Zaman kavramı sadece çalışma/boş zaman olarak çalışanları ilgilendiren bir kavram olmanın ötesinde tüm bireyler üzerinden yeniden bir değer kazanmaktadır. Küreselleşme süreci ile beraber artan teknolojik gelişmeler bu süreçte iki türlü etki yaratmaktadır. Birincisi, teknolojik gelişmelerle beraber günlük olarak yapılan işlerin daha az vakit almasıdır. İkinci durum ise birinci duruma bağlı olarak, bireylerin artan zamanını, yani “boş zaman” olarak ifade edilen zamanın kontrol edilmesidir. Boş zamanın kullanılması sürecinde de farklılaşmış etkinlikler üzerinden ( sosyal medyanın tüketimle birleşmesi, kültür gezileri, AVM’de vakit geçirmenin öne çıkarılması, açık kahvaltı, köy kahvaltısının tüketim unsuru haline getirilmesi vb.) bireyler, boş zamanlarında farklı tüketim faaliyetlerine yöneltilmektedir. Küreselleşme sürecinde kentler, insanların boş zamanlarının büyük bir bölümünü geçirdiği mekânların çeşitliliği ile öne çıkmaktadır.<sup>78</sup>

Küreselleşme süreci ile beraber boş zaman kavramı, işten arta kalan bir zaman olmanın ötesinde, ticarileşen ve tüketime ayrılmış bir zaman olarak karşımıza çıkmaktadır. Boş zaman olarak adlandırılan anlar, günümüzde meta tüketimi şeklinde geçmektedir. Bu süreçte, bireylerin bu boş zamanlarını yönlendirebilmek ve de tüketimde harcamasını sağlayabilmek için kültürel etkinlikler öne çıkmaktadır. Kültür endüstrisi olarak adlandırılan bu etkinlikler ( Sinema, tiyatro, konserler, geziler, müze ziyaretleri vb.) kültürel bir meta olarak tüketim toplumundaki tüm bireylere sunulmaktadır. Kültür endüstrisi ile beraber kültür etkinlikleri de metalaşmaktadır.<sup>79</sup> Kentsel tüketim alanlarında özellikle alışveriş merkezleri ayrı bir önem teşkil etmektedir. Geçmişte şehirde, kasaba meydanında veya pazarında sağlanan toplumsallaşma günümüzde alışveriş merkezlerinde gerçekleşmektedir. Kentsel alanların birçok unsurundan izole edilmiş bir şekilde tasarlanan ve bu şekilde bir güven, aidiyet, huzur alanı sağlayan alışveriş merkezleri, günümüzde en etkin tüketim alanları olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda değişen mimari yapıda alışveriş mekânları boş zamanların değerlendirileceği alanlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Günümüz mimari yapısı, çalışma ve boş zamanların yapılacağı yerlere ilişkin göstergeler yaratmaktadır. Ofis, iş

---

<sup>78</sup> Baudrillard, a.g.e. , s.23-25.

<sup>79</sup> Ömer Aytaç, “Boş Zaman Üzerine Kuramsal Yaklaşımlar”, Elazığ, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, C.12, S.1(2002), S.233-246.

hanı, fabrika gibi alanlar çalışmaya yönelik göstergeler taşıırken, alışveriş merkezleri ise kentsel alanlarda tüketim göstergeleri olarak öne çıkmaktadır.<sup>80</sup>

Son 30 yılda kentlerde meydana gelen değişim süreci ile beraber, kentlerde bir kimlik değişimi meydana gelmektedir. Bu süreçte kentlerin ve kentsel mekânların, mimarisinde, algılanışında ve işlevlerinde önemli anlamda değişiklikler meydana gelmiştir. Küreselleşme süreci ile birlikte, kentler arasında kültürel ve fiziksel anlamda bir yakınlık olduğu, hatta küresel benzeşme olduğu yönünde tartışmalar bulunmaktadır. Küreselleşme süreci ile beraber kentsel alanlarda parçalanma ve farklılıklara vurgu da öne çıkmaktadır. Kentsel alanlarda bu farklılaşma yerel unsurlar üzerinden sağlanmaktadır. Yerel unsurlar ile yaratılan farklılaşma, tüketim ürünleri ve mimari yapılar üzerinden somut hale gelmektedir. Kentlerde ve kentsel alanlarda meydana gelen bu farklılaşma kentlerin kimliklerini de değiştirmektedir.<sup>81</sup>

Küreselleşme süreci ile beraber kentlerin imajlarında, çehrelerinde ve de kimliklerinde önemli değişiklikler meydana gelmiştir. Küreselleşme sürecinden önce, üretimin merkezi olarak görülen kentler, günümüzde kültürel endüstrisindeki faaliyetlerin, eğlencenin ve daha genel anlamda tüketimin merkezi konumundadır. Kentsel mekânlarda meydana gelen değişim sürecinde, özellikle yerel yönetimlerin ulusal ve uluslararası sermaye akışını kente çekebilmek adına uyguladığı stratejiler etkili olmaktadır. “Girişimci Kent Yönetimi” olarak adlandırılan ve günümüzde özellikle büyük kentlerde öne çıkan kent yönetimleri, kentsel mekânları üst gelir gruplarına ve seçkin turistlere pazarlamak için kentsel mekânlarda imaj ve sembol üreten yenilikler yapmaktadırlar. Bu bağlamda dünyanın birçok farklı kentinde de kentte bulunan tarihi ve kültürel mekânların yenilenmesi ve aslına uygun olarak (yapay gerçeklikler ve semboller içerecek şekilde) yapılması öne çıkmaktadır. Bu süreçte uygulanan yenileme çalışmalarında iki ayrı sonuç ortaya çıkmaktadır. Bu sonuçlardan ilki, tarihsel ve kültürel mekânların korunması, diğeri ise bu yeni mekânlar üzerinden ortaya çıkan gelirdir. Küreselleşme süreci ile beraber kentlerde yapılan bu yenileme çalışmaları, mekânların tarihsel ve kültürel yönünü korumaktan ziyade, mekânsal yenileme sürecinden sonra elde edilecek gelirlere odaklanmaktadır. Küreselleşme süreci ile beraber kentlerde meydana

---

<sup>80</sup> Mark Gottdiener, Post Modern Göstergeler, çev: Erdal Cengiz vd. , Ankara: İmge Kitabevi, 2005, s.124-193.

<sup>81</sup> Rana Aslanoğlu, Kent Kimlik Küreselleşme, 2.b. , Bursa: Ezgi Kitabevi, 2000

gelen restorasyon süreçleri, kentsel alanlardaki tarihi ve kültürel değerlere dayalı bir tüketim pazarı yaratmaktadır. Kentlerde meydana gelen kimlik değişim süreci ise kendi içerisinde bir paradoksu da barındırmaktadır. Kentsel kimliğin değişim sürecinde, kentsel alanlardaki kültürel ve tarihi mekânların yenilenmesi sırasında yerel ve kültürel unsurlar öne çıkmaktadır. Ancak izlenen bu strateji ulusal ve uluslararası birçok kent tarafından uygulandığı için (uygulama süreçlerinde belirli semboller üzerinden hareket edilmekte) kentsel alanlarda ve mekânlarda bir benzeşme ortaya çıkmaktadır. Yani yerel unsurlara dayalı farklılaşma hareketleri, tüketimin farklılaşan alanları ve ürünleri üzerinden bir benzeşme yaratmaktadır.<sup>82</sup>

Küreselleşme sürecinde kentlerde meydana gelen değişimler, sadece kentleri ve kentsel alanları değil aynı zamanda kırsal alanları ve kırsal mekânları da etkilemektedir. Kırsal alanların dönüşüm sürecinde tüketim toplumunun, kırsal mekânlara ve kırsal alanlara özgü faaliyetlere ( doğa yürüyüşleri, tarihi geziler, köy kahvaltıları vb.) yönelik tercihleri etkili olmaktadır. Kentsel alanlarda, kültürel ve yerel mimarinin ve de yerel kültürün tüketim ekonomisine eklenmesi, kentte yaşayan bireyler için yerel unsurları ön plana çıkarmıştır. Tüketim toplumunda bireylere yerel unsurlar, nostalji imajı ile ücretini ödeyip tüketilebilecek bir unsur olarak sunulmaktadır. Kentsel alanlarda yaşanan bu süreç kırsal alanlarda “kırsal turizm” olarak karşılık bulmaktadır. Kırsal turizm, kırsal alanlarda bulunan tarihi ve kültürel mirası yansıtan mekânları gezmeyi, doğaya yönelik faaliyetleri ve kırsal alanlarda huzur bulmak için yapılan kısa ( günü birlik) ve uzun süreli ( kırsal alanlardaki pansiyonlarda veya kiralanan evlerde belli bir süre kalmak) gezileri kapsayan bir turizm çeşididir.<sup>83</sup> Kırsal turizmin giderek yaygınlaşması ve ticarileşmesi küreselleşme süreci ile beraber olmuştur. Küreselleşme süreci ile beraber kırsal turizm, yerel unsurların yansıtılması ve tüketilmesi açısından önemli hale gelmiştir. Kırsal turizmde kırsal alanlara ait yerel unsurlar (kırsal alanlar, tarihi miras içeren alanlar veya yapılar ve kırsal etkinlikler) kentli bireylere pazarlanmaktadır. Bu süreçte kırsal alanların bir uğrak yeri haline gelmesi hem bireysel olarak hem de kolektif olarak gerçekleşmektedir. Kırsal alanlara yönelik birçok tur düzenlenmektedir ve bu turlara

---

<sup>82</sup> Şerife Güneş, “Küreselleşme, Kent ve Kültür”, İdeal Kent, S.3(2011), s.51-55.

<sup>83</sup> Okan Çolak, Turistik Ürün Çeşitlendirme Kapsamında Kırsal Turizm ve Kırsal Turizm İşletmeciliği: Şirince Örneği( Yüksek Lisans), Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2009, s. 31

katılarak kırsal alanları gezen, orada bir süre kalan ve de en önemlisi tüketim gerçekleştiren yerli ve yabancı birçok turist bulunmaktadır. Kırsal turizmde tarihi ve kültürel mirasın pazarlanması ve kırsal turizm içerisinde tüketim ekonomisine dâhil edilmesi dışında kırsal alanlara özgü yemekler de tüketim pazarında önemli bir yer tutmaktadır. Özellikle “köy kahvaltısı” miti, doğal ürünler vurgusuyla (doğallığı tartışmaya açıktır) pazarlanan bir kahvaltı olarak tüketim toplumunda öne çıkarılmaktadır.<sup>84</sup>

Küreselleşme süreci ile beraber kentlerde meydana değişim sürecinin temelinde “sembol” kavramı önemli bir yer tutmaktadır. Kentler, küreselleşme sürecinde mekânsal yeniden yapılanmada sembolik anlamların öne çıktığı, tüketim toplumundaki bireylerin istek ve arzularına göre şekillenen mekânlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Cassirer’in mekânın soyut boyutuna vurgu yaptığı “sembolik mekân” kentlerin dönüşümünde önemli bir etkiye sahiptir. Sembolik mekân, mekânın fiziksel olmayan, herhangi bir maddeye indirgenmeyen ve bireylerde bıraktığı izlenime vurgu yapar. Küreselleşme süreci ile beraber artış gösteren tüketim, kentlerde sembolik mekânların oluşmasında ve artmasında doğrudan etkili olmaktadır. Tüketim toplumunda tüketim ile kendini ifade etmeye başlayan bireyler için, kentsel alanlardaki mekânların değeri, mekânların oluşturduğu saygınlık etkisi ile ilgilidir. Yani tüketim toplumundaki bireyler için, sembolik kentsel mekânlar, parası verilip satın alınan bir statüyü temsil etmektedir. Bu durum tüketim toplumunda kentsel mekânları, gösterişçi ve sembol tüketimin yapıldığı alanlar olarak öne çıkarmaktadır.<sup>85</sup>

Küreselleşme süreci ile beraber artan sembolik mekânsal dönüşüm sürecinde, kent merkezindeki tarihi ve kültürel mekânlar (Bursa Kozahan, Eskişehir Odun Pazarı vb.) birer tüketim nesnesi olarak tüketim toplumunun beğenisine sunulmaktadır.<sup>86</sup>

Küreselleşme süreci ile beraber çalışma ve boş zaman arasındaki denge, boş zaman lehine bir artış göstermiştir. Bu süreçte boş zamanın nerede ve nasıl

---

<sup>84</sup> Hüseyin Çeken vd. , “Kırsal Kalkınmada Yeni Bir Yaklaşım Kırsal Turizm ve Türkiye’ye Yönelik Teorik Bir Çalışma, Artvin, Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, S.8(2007), s.6-7.

<sup>85</sup> Şentürk, a.g.e. , s.77.

<sup>86</sup> F. Ayşın K. Turhanoglu, “ Kentsel Mekânın Üretim Sürecinde Tarihsel ve Kültürel Miras” , Eskişehir, Folklor/Edebiyat, C.20, S.20(2014/2), s.71.

değerlendirileceği durumu öne çıkmaktadır. Küreselleşme süreci ile beraber kentler, boş zamanların değerlendirilebileceği alışveriş merkezleri ile kuşatılmış durumdadır. Küreselleşme sürecinde alışveriş merkezleri, tüketim toplumundaki bireyler için özel olarak tasarlanmıştır (dışardan bağımsız iklim koşulları, ışıklandırma, içerik düzenlemesi vb.). Kentlerde bulunan alışveriş merkezlerinin tüketim boyutu ön plana çıkmaktadır. Ancak bu süreçte ortaya çıkan diğer bir tüketim unsuru ise kısa ve uzun süreli (hafta sonu, yıllık izin, bayram tatili vb.) tatillerdir. Ulaşım teknolojilerindeki gelişmeler ve boş zamanın artışı ile beraber tatil ve/veya gezinti süreçleri bir tüketim pazarı olarak ortaya çıkmaktadır. Çalışan ve/veya çalışmayan bireyler, yılın belirli bölümlerinde tatil ve/veya gezintiye çıkmak istemektedirler. Tatil ve/veya gezinti yeri olarak gidilen yerler arasında kentlerde bulunan alışveriş merkezleri, tarihsel ve kültürel semboller içeren kırsal alanlar ön plana çıkmaktadır. Tarihi ve kültürel semboller içeren kırsal alanlar, tüketim toplumundaki bireyler için, yeniden dizayn edilmektedir. Kırsal alanlar tüketim toplumundaki bireyleri daha fazla çekebilmek için mekânsal düzenlemeler yapmaktadır. Bu durum kırsal alanların tüketim temelinde mekânsal olarak dönüşmesini neden olmaktadır.<sup>87</sup>

Ulaşım teknolojilerindeki gelişmeler, ulusal ve uluslararası turizmdeki kısıtlamaların azalması ile beraber, dünyanın birçok yerinde kültürel değer taşıyan mekânlar, turist çeken alanlar olarak tüketim ekonomisine eklenmektedir. Kültür turizmi ile beraber kültürel farklılıklar tüketim toplumundaki bireylere birer tüketim nesnesi/alanı olarak sunulmaktadır. Boş zamanın değerlendirilmesi, kentin yoğunluğu ve kalabalığından bir kaçış olarak kültür turizmi, tarihi ve kültürel bir imajı olan mekânları ziyaret etmek, orada vakit geçirmek ve oradan hediyelik eşya satın almayı kapsamaktadır.<sup>121</sup> Kentsel ve kırsal alanların tarihsel ve kültürel özellikleri ile bir tüketim nesnesi haline gelme sürecinde özellikle UNESCO tarafından uygulanan koruma kararları, tarihi ve kültürel mirasın öğeleri olan mekânları, sadece ulusal değil aynı zamanda uluslararası alanda da turistlerin uğrak yerleri haline getirmektedir.<sup>88</sup>

---

<sup>87</sup> Urry, a.g.e. , s.179.

<sup>88</sup> Turhanoğlu, a.g.e. , s.76.

Kentlerde meydana gelen değişim sürecini ele alan Harvey, kentsel alanların; günümüz iletişim teknolojilerinin “alışılmış zaman ve mekân” sınırlarını çökertmiş olması, yeni teknolojilerle beraber kitlesel üretimdeki standartlaşmanın kalkması ve farklılıklara öncelik verilmesi çevresinde açıklamaktadır. Harvey kentleri, toplumsal farkların statü sembolleri elde edilerek yaratılan mekânlar olarak görmektedir. Yaratılan mekânları, 1970’lerden sonra İngiltere’de ticaret alanları olan müzeler ve evler üzerinden değerlendiren Harvey, yeniden yapılan süreçinde kentsel mekânların bir ticaret unsuru haline getirildiğini ifade etmektedir. Kentlere doğru yaşanan yoğun göç ile beraber farklılaşmış zevk kültürlerinin yansıtıldığı mimari alanlar olarak kentler, imgesel anlamların üretildiği ve bu anlamda kültürel tüketimin öne çıktığı alanlar haline gelmiştir. Sembol tüketim üzerinden değerlendirilen kentler, finans, tüketim ve eğlence temelinde birbiri ile yarışmaktadır. Özellikle 1980’li yıllardan sonra kentlerde sembol üretimi ve kente yeni bir imaj kazandırma hız kazanmıştır.<sup>89</sup>

Küreselleşme süreci ile beraber zaman ve mekân arasındaki ilişki dönüşmektedir. Küreselleşme sürecinde kitle iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler sonucunda küresel düzeyde bir yakınlık ortaya çıkmıştır. Küresel düzeyde meydana gelen bu yaklaşma süreci, küresel düzeyde homojen kültür tartışmaları çerçevesinde değerlendirilmektedir. Küresel düzeydeki homojen kültür tartışmalarında, kitle iletişim araçları ile beraber küresel bir kültürün olduğu, benzer film, yemek vb. öğelerle bunun sağlandığı ifade edilmektedir.<sup>90</sup>

Küreselleşme sürecinde kitle iletişim araçları yolu ile küresel düzeyde bir yaklaşma, tüketim olgusu üzerinden tartışılmaktadır. Küresel düzeyde tüketim kültürünün oluştuğu tartışması, dünyanın birçok kentindeki tüketim kalıplarındaki benzerlikler üzerinden değerlendirilmektedir. Küreselleşme süreci ile beraber birçok farklı şehir ( İstanbul, Tokyo, New York vb.) farklı kültürleri, tüketim kalıpları üzerinden bir potada eritmektedir. Farklı din, dil, gelenek ve kültürden birçok insanı içerisinde barındıran küresel şehirler, benzer yemek restoranlarında benzer yemekleri yemekte, benzer marka elbiseleri giymekte, benzer TV dizilerini ve sinema filmlerini izlemektedir.

---

<sup>89</sup> David Harvey, Postmodernliğin Durumu, çev: Sungur Savran, 3.b. , İstanbul: Metis Yayınları, 2003, s.94-116.

<sup>90</sup> John Tomlinson, Küreselleşme ve Kültür, çev. Arzu Eker, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2004, s.16-18.

Bu açıdan bakıldığında tüketim üzerinden tam anlamı ile küresel düzeyde homojen bir kültürden bahsetmek zor olsa da, küresel düzeyde kültürel bir yaklaşmanın tüketim üzerinden gerçekleştiği de göz arda edilmemelidir. Tomlinson, kültürel homojenleşme konusuna eleştirel yaklaşan görüşlerde bulunmaktadır. Buna göre, küreselleşme süreci ile beraber bireyler ve mekânlar arasındaki mesafeler azalmakla birlikte, kültürel anlamda hala birçok farklılık bulunmaktadır. Tomlinson, kültürel bir homojenleşmenin küresel düzeyde oluşmadığını vurgulamaktadır. Küresel düzeyde bir homojenleşme olması durumunu Tomlinson, kültürel zenginliğin sıkıştırılması olarak tanımladığı bir “Distopya” olarak ifade etmektedir. Küresel düzeyde bir kültürün oluştuğu iddiasında bulunan kişilerin verdiği örneklerin (Mc Donald’s, Levi’s, IBM, Coca Cola vb.) kültürün basitleştirilerek maddi ürünlere indirgendiğini ancak kültürün sadece maddi ürünlerden ibaret olmadığını, sembol ve deneyimlerin de kültürün önemli bir parçası olduğunu vurgulamaktadır.<sup>91</sup>

Küreselleşme süreci ile beraber artan kent nüfusu ve aynı zamanda meydana gelen mimari dönüşümün tüketim ekseninde kentlerde yaygınlaşmaya başlaması ile beraber kentlere ve kentsel yaşama alternatif hareketler ortaya çıkmaktadır. Kentlerde meydana gelen hızlı yaşam ve tüketim odaklı dönüşüm sürecine tepki olarak Sakin Şehir (Cittaslow) hareketi ortaya çıkmıştır. 1986 yılında Roma’da (İtalya) McDonald’s ın açılmasına karşı yapılan bir protesto ile filizlenen hareket, sonrasında sakin şehirlerin dünya çapında belli kriterlere<sup>92</sup> uyularak seçilmesi ve dünya çapında sakin şehirlerin yaygınlaşması, kentsel yaşamda bir alternatif olarak karşımıza çıkmaktadır. Yavaş yemek ile sakin şehirlerin oluşumu, gelişen süreçte “yavaş yaşam” felsefesine evrilmiş ve yerel bir kalkınma modeli olarak uygulanmaya başlanmıştır. Bu hareketin temel felsefelerinden biri, tüketime ve hızlı yaşama dayalı kentlerin yerine, yerel değerlerin ve yavaş bir yaşamın ön planda olduğu şehirler yaratmaktır. Küreselleşme süreci ile beraber gelişen mimari yapıların benzer unsurlar içermesi yani bir örnek yapıların dünyanın her

---

<sup>91</sup> Tomlinson, a.g.e. , s.19, 103, 119.

<sup>92</sup> Sakin Şehir(Cittaslow) kriterlerinin detayları için bkz;  
<https://cittaslowturkiye.org/uyelik-sureci-vekriterler/> (27.04.2019)

yerinde oluşmaya başlamasına karşı olarak sakin şehirlerde, yerel mimari yapılar ve yerel kültür ön planda tutulmaktadır.<sup>93</sup>

Tüketim odaklı kentleşmeye bir tepki olarak doğan sakin şehir hareketi, gelişen süreçte yerelde bulunan kültürel unsurların öne çıktığı ve bu unsurların tüketim ekonomisine eklenildiği bir yapı haline gelmiştir. Dünya üzerinde toplamda 30 ülkede 252, Türkiye’de ise 17 olan sakin şehirler (Seferihisar, Köyceğiz, Ahlat, Vize, Halfeti vb.) yerel ekonomilerin kalkınması için kullanılan bir model olarak uygulanmaktadır.<sup>94</sup> Küreselleşme sürecinde kentlerde meydana gelen hızlı yaşama ve tüketim odaklı mekânsal dönüşüme tepki olarak doğan sakin şehirler günümüzde, dünya üzerinde yerel unsurların ön plana çıktığı, yavaş yaşam felsefesinin uygulandığı şehirler olarak tüketim toplumdaki bireylere alternatif bir yaşam olarak sunulmakta/pazarlanmaktadır. Sakin şehirler, günümüzde küreselleşmenin yarattığı yerel unsurların tüketim üzerinden pazarlanması sürecine eklenmiştir. Küreselleşme sürecinde yavaş yaşam felsefesine dönen sakin şehir hareketi, küreselleşme sürecinde tüketim kalıplarının farklılaşmasında ve tüketimin hızlanmasında önemli etkiler yaratmaktadır. Bu süreçte yavaş şehir hareketi kırsal öğelerin ulusal ve uluslararası alanlarda pazarlandığı, yerel unsurların tüketim üzerinden ön plana çıktığı bir yapıya bürünmüştür.<sup>95</sup>

## 2.2 KIRSALIN DÖNÜŞÜMÜ

Kentlerde yaşanan dönüşümü açıklamak için kullanılan soylulaştırma kavramı, kırsal alanlarda da yaşanan benzer süreçleri açıklamak ve anlamlandırmak için kullanılmaktadır. Kırsal alanlarda meydana gelen değişimler kentlerden bağımsız olarak düşünülmemelidir. Kentlerde meydana gelen değişim hareketleri dalgalar halinde kırsal alanlarda etkili olmaktadır. Kent merkezlerinde başlayan soylulaştırma hareketleri süreç içerisinde çevreye yayılmaktadır. Bu süreçte kentsel alanlara yakın kırsal alanlar da bu soylulaştırma sürecinden etkilenmektedir. Kentlerde ve kırsal alanlarda meydana gelen

---

<sup>93</sup> Veli Sırım, “Çevreyle Bütünleşmiş Bir Yerel Yönetim Örneği Olarak “Sakin Şehir” Hareketi ve Türkiye’nin Potansiyeli”, Tarih Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi, C.1, S.4(2012) s.121.

<sup>94</sup> Dünya ve Türkiye’de bulunan sakin şehirlerin tamamı için bkz; <https://cittaslowturkiye.org/#slayt>(27.04.2019)

<sup>95</sup> Sırım, a.g.e. , s.127.



soylulaştırma hareketleri bazı ortak süreçleri içerisinde barındırsa da kentsel ve kırsal alanların kendine özgü dinamiklerinden dolayı soylulaştırma sürecinin kentsel ve kırsal alanlara etkisi farklı olmaktadır. Kentsel alanlarda ortaya çıkan soylulaştırma hareketlerinde kent merkezlerinde mülkiyet değişimi yoğun olarak gözükürken kırsal soylulaştırma sürecinde ise mülkiyetin el değiştirme oranı daha düşüktür. Ayrıca kentlerdeki soylulaştırma süreçleri kentlerin hacimlerinden dolayı uzun bir zamana yayılırken, kırsal alanda bu süreç daha hızlı bir seyir göstermektedir. Kırsal soylulaştırma hareketlerinin dinamiklerini anlamlandırabilmek ve de sürecin gelişimini anlayabilmek için ilk olarak kent merkezlerinde ve ardından kent çevrelerine yayılan “Soylulaştırma” hareketlerinin incelenmesi faydalı olacaktır.<sup>96</sup>

### **2.2.1 SOYLULAŞTIRMA KAVRAMININ GELİŞİMİ ve YAKLAŞIMLARI**

İngilizcede “Gentrification” olarak adlandırılan ve Türkçeye, “Soylulaştırma, mutenalaştırma, nezihleştirme ve seçkinleştirme olarak çevrilen kavram, sosyal ve ekonomik bir dönüşümü ifade etmektedir. Bu çalışma bağlamında “Soylulaştırma” çevirisi kullanılacaktır. Kavram, kent merkezlerindeki fiziksel ve sosyal çöküntülerin yaşandığı alanların yenilenmesi olarak tanımlanmaktadır. Fiziksel yenilenme sürecinde sadece mekânların fiziksel görünümünde değil aynı zamanda mekânların bulunduğu bölgelerdeki sosyo-kültürel değerlerde de dönüşüm meydana gelmektedir.<sup>97</sup>

Soylulaştırma kavramı Ruth Glass tarafından 1960’lı yılların ikinci yarısından sonra İngiltere’de işçi mahallelerindeki konutların üst gelir grupları tarafından satın alınması ve o bölgelerde bulunan işçilerin kent merkezinin dışına çıkmaya başlamasıyla ortaya çıkan akımı açıklama sürecinde kullanılmıştır. Bu süreçte işçi mahalleleri el değiştirerek fiziksel, ekonomik ve sosyal açıdan bir dönüşüme uğramıştır. Değişen kent merkezindeki bölgelere ekonomik anlamda görece daha varlıklı kesimlerin geleceği ve süreç içerisinde bu bölgelerin cazip hale gelmesi öngörülmektedir. Bu süreç ile beraber

---

<sup>96</sup> Arzu Başaran Uysal, İpek Sakarya, “Kırsal Soylulaştırma ve Turizmin Kırsal Yerleşimlere Etkileri: Adatepe ve Yeşilyurt Köyleri”, 8 Kasım Dünya Şehircilik Günü 36.Kollokyum, Çanakkale:18 Mart Üniversitesi, s.2.

<sup>97</sup> Mehmet Akalın, “Kentsel Dönüşümün Karanlık Yüzü: Soylulaştırma, Yerinden Edilme ve Mekânsal Dışlanma”, Bartın, Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, C.7, S.14(2016), s.298.

cazibesi artan kentsel mekânlar, orta ve üst gelir grupları için bir uğrak yeri olmaktadır. Fiziksel, ekonomik ve sosyal açıdan yenilenen bu bölgeler ekonomik anlamda yerel yönetimler açısından önemli bir gelir kaynağı olarak görülmektedir. Fiziksel yenilenme beraberinde artan konut ve arsa fiyatını getirmekte ve ilerleyen süreçte bölgede bulunan konut, dükkân vb. mekânların vergi gelirlerinde bir artış ortaya çıkmaktadır.<sup>98</sup>

Soylulaştırma süreci her ne kadar görünürde bir fiziksel yenilenme sürecinden dolayı ekonomik bir olgu olarak adlandırılrsa da aslında sürecin sosyo-kültürel boyutları da bulunmaktadır. Özellikle fiziksel yenilenmenin yanında süreç sonuçları itibari ile bir sosyal değişim yaratmaktadır.<sup>99</sup> Soylulaştırma kentsel yeniden yapılanmanın bir yolu olmanın ötesinde kent merkezinin dönüşümünde önemli bir süreçtir. Özellikle kent merkezinin sanayiden arındırılması ve kent merkezinin çehresinin değişmesine olanak tanıyan bir süreçtir.<sup>100</sup>

Soylulaştırma süreci ile ilgili farklı yazarlar tarafından farklı görüşler bulunmaktadır. Soylulaştırma sürecini açıklamaya çalışan Smith süreci şu şekilde ifade etmektedir<sup>101</sup>:

- Banliyöleşme ve konut fiyatları üzerinden oluşan değer artışı,
- Gelişmiş ülkelerdeki sanayinin görece önemini yitirmesi ve mavi yakalı istihdamdan ziyade beyaz yakalı istihdamın büyümesi,
- Sermaye ve mekânın merkezileşmesi,
- Kar oranlarındaki görece düşüş ve sermayenin belirli bir döngüdeki hareketi,
- Tüketim şekillerinde meydana gelen değişme ile nüfusun nitelik açısından değişimidir.

Smith'in ortaya koyduğu süreç, soylulaştırmanın nedenleri ve sonuçlarını anlama açısından önemlidir. Soylulaştırma sürecini açıklamaya çalışan Knox ve McCarty ise

---

<sup>98</sup> Neslihan Sam, Kent Toplum Kültür, Bursa: Ezgi Kitabevi, 2017, s.105-106.

<sup>99</sup> Doğan Bıçkı, Kent(te) Yoksulluk Ayrışma ve Yaşam Kalitesi, Bursa: Dora, 2015, s.122.

<sup>100</sup> Ülke Evrim Uysal, "Soylulaştırma Kuramlarının İstanbul'da Uygulanabilirliği: Cihangir Örneği", Planlama Dergisi, S.2(2006), s.80.

<sup>101</sup> Besime Şen, "Kentsel Mekânda Üçlü İttifak: Sanayisizleşme, Soylulaştırma, Yeni Orta Sınıf", İstanbul, İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, S.44(2010), s.5.

süreci kentteki çöküntü alanlarındaki bireylerin yenileme hareketleri sonucunda bu alanları terk etme süreci üzerinden tartışmaktadır.<sup>102</sup>

Soylulaştırma sürecini açıklamaya çalışan Hackworth ve Smith ise süreci üç dalgada açıklamaktadır.<sup>103</sup> Kuzey Amerika, Batı Avrupa ve Avustralya gibi ülkelerde kent merkezindeki yeniden yapılanmanın riskli olarak görüldüğü ancak devlet tarafından yatırımcıların desteklendiği ve cesaretlendirildiği 1950-1970'li yıllar arasında gerçekleşen seyrek soylulaştırma birinci dalga olarak adlandırılır. 1970'li yılların ikinci yarısından 1990'lı yıllara kadar devam eden süreç ise soylulaştırmanın demir atma aşaması olarak görülür ve ikinci dalga olarak ifade edilir. Bu aşamada soylulaştırma süreci küresel düzeyde etkisini hissettirmeye başlamıştır. Soylulaştırmanın ikinci dalgası özellikle yerel yönetimlerin sermayeyi kendine çekme çabalarının yaşandığı bir süreçtir. Soylulaştırmanın üçüncü ve son dalgası ise, soylulaştırmanın kent merkezinden çevreye doğru yayıldığı aşamadır. Bu aşamada küçük yatırımcılar süreç dışına çıkar ve soylulaştırma süreci kamu- özel sektör aracılığıyla yürütülen süreçler sonucunda ortaya çıkar.

Soylulaştırma sürecini açıklamaya çalışan Less ve Davidson günümüzde yaşanan soylulaştırma sürecinin temel özelliklerini şu şekilde özetlemektedir<sup>104</sup>:

- Sermayenin yeniden yatırımı,
- Daha yüksek gelirli kesimlerin göçü aracılığıyla bölgede toplumsal statünün yükselmesi,
- Kent merkezinin görünümünün değişimi,
- Düşük gelirli grupların doğrudan veya dolaylı olarak yerinden edilmesidir.

---

<sup>102</sup> Ali Çeker, Rauf Belge, "İstanbul'da Kentsel Dönüşüm Kapsamında Gerçekleşen Bir Olgu: Soylulaştırma", İstanbul, Türk Coğrafya Dergisi, S.65(2015), s.79.

<sup>103</sup> Jason Hacworth, Neil Smith, "The Changing State Of Gentrification", Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie, C.92, S.4(2001), s.465-468. ; Beril Sönmez, "Soylulaştırmanın Yeni Biçimleriyle Yerinden Edilmeyi Yeniden Düşünmek", Planlama Dergisi, C.24, S.1(2014), s.44.

<sup>104</sup> Mark Davidson, Loretta Lees, "New-Build 'Gentrification' and London's Riverside Renaissance", Environment and Planning A, C.37, Y.2005, s.1170.

Less ve Davidson, günümüzde soylulaştırmanın birçok farklı türü olduğunu ifade etmiştir. Less ve Davidson, geleneksel, devlet eliyle, ticari, tekrar, yeniden inşa yoluyla soylulaştırma olmak üzere beş ayrı soylulaştırma türünden bahsetmektedirler.<sup>105</sup>

Soylulaştırma süreci bazı yazarlar tarafından konut yetersizliği, vergi düzenlemesi, suç oranlarının artması ve yoksul kesime yönelik yapılan yardımların düzenlenmesi gibi sorunlarla başa çıkmak için bir avantaj olarak görülür. Süreçte bazı yazarlar ise madalyonun diğer yüzüne değinerek, soylulaştırmanın kent merkezinde yarattığı konut ve arsa fiyatlarının artışı sebebi ile buldukları bölgeden doğrudan veya dolaylı olarak ayrılan alt gelir gruplarının yaşadığı olumsuzluklara vurgu yapmaktadır.<sup>106</sup> Süreç geleneksel ve eleştirel yaklaşımlar olarak adlandırılan görüşler çerçevesinde değerlendirilmektedir. Geleneksel yaklaşım soylulaştırma sürecinin sosyal boyutunu ön planda tutmaktadır. Yaklaşım göre soylulaştırma, demografik ve kültürel bir süreçtir. Geleneksel yaklaşım soylulaştırma sürecinin nedenlerinden ziyade sonuçları ile ilgilenmektedir. Günümüzde bu yaklaşımı temel olarak yapılan çalışmalarda, tüketim tercihlerini ön plana çıkararak ve kentsel gelişim sürecinde soylulaştırmanın doğal bir süreç olduğuna vurgu yapılmaktadır. Bu yaklaşım kişisel tercihlere, kültüre, tüketime ve talep kavramlarının önemi üzerinde durmaktadır.<sup>107</sup>

Soylulaştırma sürecini başka bir perspektiften değerlendiren eleştirel yaklaşım ise sürecin özellikle konut ve arsa fiyatlarındaki artışı üzerinden değerlendirerek ekonomik boyuta vurgu yapmaktadır. Bu yaklaşıma göre soylulaştırma süreci bir eşitsizlik kaynağıdır. Kent merkezindeki çöküntü bölgelerinde yapılan “ıslah” hareketleri, beraberinde konut ve arsa fiyatlarında bir artışa neden olmaktadır. Artan fiyatlar sebebi ile bölgenin yerli halkı o bölgede oturacak düzeyde bir gelire sahip olmadığından mecburen bölgeden çıkmak zorunda kalmaktadır. Bu durumda ortaya çıkan süreçte konut ve arsa fiyatları üzerinden bir “rant” yaratılmış olur. Bu yaklaşımın temelinde Neil Smith’in “Rant Farkı Kuramı” önemli bir yer teşkil etmektedir. Teoriye göre

---

<sup>105</sup> Beril Sönmez, “Soylulaştırmanın Yeni Biçimleriyle Yerinden Edilmeyi Yeniden Düşünmek”, Planlama Dergisi, C.24, S.1(2014), s.45-46.

<sup>106</sup> Bıçkı, a.g.e. , s. 125. ; Ali Koç, “İstanbul’da Yaşanan Mekânsal Dönüşümler Bağlamında Soylulaştırmanın Yeniden Konumlandırılması”, Kırıkkale, Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, C.1, S.1(2015) , s.92.

<sup>107</sup> Sam, a.g.e. , s.107. ; Bıçkı, a.g.e. , s.126.

soylulaştırma süreci kent merkezine sermayenin dönüşü olarak değerlendirilir. Kent merkezlerinde fiziksel anlamda harabe olan konutlar bir yenilenme sürecine girer. Yenilenen konutlar daha üst gelir grubuna mensup bireylerce gelecekte değerlendirilecek bir yatırım veya kent merkezine yakın olma gibi nedenlerden ötürü satın alınır. Gelişen süreçte zamanla satın alınan konutların sayısı arttıkça ve bölgede bulunan nüfusun nitelikleri değiştikçe bölgede konutlar ve arsalar değerinden yüksek bir fiyata çıkar. Bu durum kent merkezinde sermaye odaklı bir rant farkının ortaya çıkması demektir. Eleştirel yaklaşım soylulaştırma sürecinde sermaye birikimi, sınıfsal üretim ve arz yönüne vurgu yapmaktadır. Yaklaşım sadece arz yönüne odaklanarak sürecin tüketim boyutunu göz arda ettiği için eleştirilir.<sup>108</sup>

Soylulaştırma sürecinin aktörleri sürecin sosyo-kültürel boyutunun öne çıkmasında etkili olmaktadır. Soylulaştırma sürecinde el değiştiren konut ve arsaların yeni sahipleri buldukları bölgenin sosyo-kültürel açıdan çehresini değiştirmektedir. Süreç içerisinde soylulaştırıcıların genel özellikleri şu şekilde özetlenebilir<sup>109</sup>:

- Yüksek gelir grubunda yer alma,
- Bulunduğu bölgeye göre eğitim seviyesinin yüksek olması,
- Toplumsal statüde üst seviyede olan doktor, avukat, akademisyen gibi mesleklere sahip olması,
- Yabancı dil bilme,
- Kendini ifade ederken geleneksel değerlerin dışına çıkan, genelde genç diye adlandırılan yaş grubunda yer alması.

“Genç Orta Sınıf” ya da “Yeni Orta Sınıf” olarak adlandırılan bu grup soylulaştırma sürecinde kültür taşıyıcısı olarak görülür. Bu grubun talepleri doğrultusunda kent merkezlerinde otopark, alışveriş mekânları, müze gibi alanlar inşa edilir. Bu durum ıslah edilen bölgede yeni bir kültürün oluşmasına sebebiyet verir.<sup>110</sup> Soylulaştırma sürecinin diğer bir aktörü ise yerel yönetimlerdir. Süreç içerisinde ortaya

---

<sup>108</sup> Ali Koç, “ İstanbul’da Yaşanan Mekansal Dönüşümler Bağlamında Soylulaştırmanın Yeniden Konumlandırılması, Kırıkkale, Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, C.1, S.1(2015), s.93.

<sup>109</sup> Akalın, a.g.e. , s.300. ; Sam, a.g.e. , s.107-108. ; Bıçkı, a.g.e. , s. 123.

<sup>110</sup> Neil Smith, “Toward a Theory of Gentrification A Back to the City Movement by Capital, not People”, Journal of the American Planning Association, C.45, S.4(2014), s.538-539.

çıkan konut ve arsa fiyatlarındaki artış ve ayrıca soylulaştırıcıların taleplerine göre açılan yeni mekânlar yerel yönetimler açısından vergi gelirinin artışı olarak görülür. Bu bağlamda yerel yönetimler devlet mekanizmasından aldığı güç ile kent merkezindeki ıslah hareketlerini desteklemektedir.<sup>111</sup>

### 2.2.2 SOYLULAŞTIRMA SÜRECİNİN NEDEN VE SONUÇLARI

Kent merkezlerindeki fiziksel mekânların ıslah süreci olarak tanımlanan soylulaştırma sürecinin birçok farklı nedeni bulunmaktadır. Bu nedenleri araştıran Hammett ve Williams, elde ettiği sonuçları şu şekilde sıralamaktadır<sup>112</sup>:

- Kentlerin giderek büyümesi ve değişimi ile mekânsal erişilebilirlik temelindeki tercihlerin değişimi,
- Nüfusun demografik ve hane halkı yapısındaki değişim,
- Yaşam biçimlerde ve tercihlerdeki değişim,
- Enflasyon ve yatırımlara bağlı olarak konut fiyatlarındaki görece değişim,
- Büyük kentlerdeki istihdam ve mesleki yapının değişimidir.

Soylulaştırma sürecinin yukarıda da belirtildiği gibi birçok nedeni bulunmaktadır. Ancak özellikle ekonomik nedenler bu süreci tetikleyen nedenlerin başında gelmektedir. Soylulaştırıcıların talepleri doğrultusunda ortaya çıkan yeni mekânlar (otopark, müze, alışveriş alanları vb.) sermayeyi çekebilmek adına bir cazibe yaratmaktadır. Bu durum sermaye odaklı bir değişimin merkezini oluşturmaktadır. Sürecin ekonomik boyutuna inşaat firmaları, arazi ve mülk sahipleri, müteahhitler ve emlak sektörü doğrudan etki ederler. Ekonomik kazanç sağlamak amacıyla kent merkezlerindeki ıslah çalışmalarına doğrudan dâhil olurlar. Ekonomik nedenlerin yanında banliyölerin şehrin merkezine çok uzak olması ve buralarda olan nüfusun şehir merkezine erişimde sorunlar çıkması şehir merkezinin ıslah edilmesine neden olmaktadır. Bu nedenlerin yanında sürece tek aileli banliyölere rağbetin azalması, çocuk sayısındaki azalma, evlilik yaşının artması, artan boşanma, genç kiracı ve ev sahiplerinin artması etki etmektedir.<sup>113</sup>

---

<sup>111</sup> Evrim Uysal, a.g.e. , s.82.

<sup>112</sup> Christopher Hammett, Peter R. Williams, "Social Change In London A Study of Gentrification", Urban Affairs Quarterly, C.15, S.4(1980), s.472-473.

<sup>113</sup> Çeker, Belge, a.g.e. , s. 80.

Soylulaştırma sürecinin olumlu ve olumsuz olarak değerlendirilebilecek sonuçları bulunmaktadır. Süreç içerisinde soylulaştırıcıların taleplerine göre düzenlenen bölgede yeni alanların yaratılması yerel yönetimler açısından vergi gelirinde bir artışa neden olmaktadır. Ayrıca yapılan ıslah çalışmaları sonucunda sembolik değerlerin üretilmesi, bölge dışından insanların yaratılan mekânları ziyaret etmesi, ekonomik anlamda bölgede bir kalkınma yaratmaktadır. Bu durumun sonucunda bölge, yaratılan sembolik değerlerin etkisine bağlı olarak bir cazibe merkezi haline gelebilir.<sup>114</sup>

Belli bir alanla kısıtlı gibi görünse de soylulaştırma süreci doğrudan veya dolaylı olarak tüm kenti etkilemektedir. Soylulaştırma süreci özellikle kent merkezlerinde köhne yapıların fiziksel anlamda yenilenmesi hususunda olumlu bir süreç olarak görülmektedir. Soylulaştırmanın yarattığı sonuçları değerlendiren Ergün, bu süreci üç aşamada incelemektedir. İlk aşamada soylulaştırma sürecinde yeni gelenler, yani soylulaştırıcılar yeni bir yer alır ve bu yeri ıslah eder. İkinci aşamada ise bu ıslah çalışmaları konutlar ve arsaların fiyatları üzerinde baskı yapar ve konut ve arsa fiyatları yükselir. Son aşamada ise artan konut ve arsa fiyatları yerinden edilme sonucunu doğurur. Bu süreç bir anda gerçekleşmediği için bölgeye yeni gelenler ve bölgenin yerli sakinleri arasında çatışmalar/gerilimler gözlenebilir. Yerinden edilme süreci beraberinde bölgenin kültürünün de aşınmasına/değişmesine neden olmaktadır. Buldukları bölgeden ayrılan yerli sakinler beraberinde o bölgenin kültürünü de götürmektedir. Yeni gelenlere yani soylulaştırıcılara kalan ise yapay bir nostalji ve üretilmiş sembolik değerlerdir.<sup>115</sup>

Soylulaştırma süreci kent merkezinde meydana gelen fiziki yapılardaki köhneliğin ve bozulan sosyo- kültürel yapının onarılması için oluşturulan bir politikadır. Fiziksel yapıların yenilenmesi (ki kültürden, tarihi değerlerden yoksun bir yenilenme) açısından görece iyi bir politika gibi görünmekle beraber, yarattığı yeni sorunlarla (konut ve arsalarındaki fiyata bağlı rant, yerli sakinlerin yerinden edilmesi vb.) başlı başına ayrı bir sorunlar kümesi olarak kentlerde durmaktadır.<sup>116</sup>

---

<sup>114</sup> David Ley, "Alternative Explanations For Inner-City Gentrification: A Canadian Assessment" *Annals of the Association of American Geographers*, C.76, S.4(1986) s. 524-525.

<sup>115</sup> Nilgün Ergün, "Gentrification In İstanbul", *Cities*, C.21, S.5(2004), s.391.392.

<sup>116</sup> Sam, a.g.e. ; Koç, a.g.e. ; Evrim Uysal, a.g.e.

Soylulaştırma süreci günümüzde kent merkezlerinden kent çevrelerine yayılmakta ve sonuçları çeşitlenip artmaktadır. Bu bağlamda soylulaştırma kırsal alanların yenilenme sürecini açıklamakta da kullanılan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Kendine özgü biçimleri olan kırsal alanlar, değişim sürecinde de kendine özgü nedenler ve sonuçlar içermektedir.

### **2.2.3 Kırsal Soylulaştırma Kavramının Gelişimi**

Kırsal alanlar olarak tanımlanan bölgelerdeki sosyo kültürel ve ekonomik yapılar ülkeden ülkeye, hatta bölgeden bölgeye değişiklik göstermektedir. Ancak bir genelleme yapmak gerekirse kırsal alanlar; nüfus yoğunluğunun az, ekonomik geçim kaynağının temelinde tarımsal faaliyetlerin yattığı, geleneksel yaşam formlarının yaşatıldığı, geniş aile tipinin daha yaygın olduğu, çalışma hayatında erkeklerin ön plana çıktığı, kadınların ise ev içi düzen ile ilgilendiği alanlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Genel anlamda kırsal alanlar yukarıda bahsedilen özellikleri içermek ile beraber kent merkezlerinden çevreye doğru yayılan bir nüfus akışının günlük ve/veya haftalık tatillerle kırsal alanlara doğru yönelmesi ve bu sürecin süreklilik ve de yoğunluk göstermesi, kırsal alanlarda ekonomik, sosyal ve kültürel yapıyı dönüştürmektedir.

Kırsal yapıda meydana gelen değişimler konusundaki tartışmalar her ne kadar günümüzde yeni yeni yaygınlık kazanmaya başlasa da, sürece yönelik tartışmalar belirli bir tarihsellik içermektedir. Tarihsel bağlamda, kentli bireylerin kırsal alandaki boş arazileri zevkleri için (golf, avlanma vb.) kullanmalarından dolayı kırsal soylulaştırma süreci bazı yazarlar tarafından 19.yüzyıla kadar götürülmektedir. Ancak kırsal soylulaştırma sürecindeki tartışmalar özellikle küreselleşme sürecinin hız kazanması, kitle iletişim teknolojilerindeki ilerlemeler, ulaşım teknolojisindeki pozitif değişimler ve tüketim yapısındaki değişikliklerle beraber 1990'lı yıllardan itibaren yaygınlık kazanmaya başlanmıştır. Kırsal soylulaştırma süreci, kentsel alanlardan kırsal alanlara doğru gerçekleşen kısa ve uzun süreli tatillerde kırsal alanların bir uğrak yeri olması sonucunda kırsal alanları değişik iletişim araçları aracılığı ile kentli bireylere pazarlanma sürecini kapsamaktadır. Kırsal alanlarda meydana gelen değişim sürecinde; göç ve kırsal alanların tüketim temelinde kentsel bireylere pazarlanması, kırsal alanları ziyaret eden ve/veya kırsal alanlara yerleşen nüfus ve yerli nüfus arasındaki etkileşim kırsal alanlarda



bir dönüşüm yaratmaktadır. Kırsal alanlarda ekonomik yapıdaki dönüşüm, kırsal yaşamdaki aile yapısı ve ailedeki cinsiyet rollerindeki değişim ve ayrıca mimari yapıların istek ve ihtiyaçlar doğrultusunda yeniden revize edilmesi süreci “Kırsal Soylulaştırma” kavramı adı altında değerlendirilmektedir.<sup>117</sup>

Kırsal soylulaştırma sürecini tanımlayan Philips, bu süreci “kentli yeni orta sınıfın kırsalı sömürgeleştirilmesi” olarak tanımlamaktadır. Süreci kentten kıra doğru gerçekleşen göç ve kırsal alanların uğrak bir alan olması üzerinden ele alan Philips, kırsalda meydana gelen dönüşümün aslında bir sömürü düzenini ortaya çıkardığı üzerinde durmaktadır. Kırsal soylulaştırma sürecinin klasik soylulaştırma süreci ile birçok ortak ve farklı yönü bulunmaktadır. Her iki süreçte de, sermayenin akışı, mülkiyetin el değiştirmesi gibi ortak yönler bulunmaktadır. Ancak kırsal alanda yaşanan dönüşümler, kırsal alanın nüfus yoğunluğunun az olması ve ekonomik yapısının daha zayıf olması gibi sebeplerden ötürü bu dönüşümlerin etkilerinin kırsal alanlarda daha hızlı ve daha etkin olmasına yol açmaktadır.<sup>118</sup> Kırsal soylulaştırma sürecinin farklılıkları ise kırsal alanların kendine özgü mimari ve geleneklerinden kaynaklanmaktadır. Kırsal soylulaştırma sürecinde; yerel zanaat üretimi, binicilik, golf ve avlanma gibi eğlence anlayışları, tarihi ve kültürel miras merkezleri ve tarihi pazar kasabaları bu sürecin ayırt edici unsurlarından bazılarıdır. Soylulaştırma kavramı kentte, işçi sınıfının yerine yeni kentli orta sınıfın gelmesi sonucunda bir yer değişikliğini ifade etmektedir. Ancak bu durum kırsal soylulaştırma sürecinde temelde bir yerinden edilme sürecinden ziyade, kırsal alanın kentli bireylere; “sağlıklı, huzurlu ve doğal bir yaşam tarzının pastoral sunumu” olarak değerlendirilmektedir. Yani kırsal soylulaştırma sürecinde yerinden edilme, yer değiştirme çok fazla ön plana gelmemektedir. Ancak burada kırsal alanın pazarlanması, kırsal alanların mimari anlamda değişimine ve de kırsal gelenek ve göreneklerin tüketim ekseninde değişmesine neden olmaktadır. Kentte yaşanan soylulaştırma sürecinde bir yerinden edilme durumu var iken kırsal soylulaştırma sürecinde ise bir yabancılaşma sorunundan söz etmek mümkün olabilir. Kırsal alanda

---

<sup>117</sup> Sakarya, Başaran Uysal, a.g.e. , s.2.

<sup>118</sup> Sakarya, Başaran Uysal, a.g.e. , s.2-3.

yaşayan yerel halk değişen ve dönüşen kırsal alanlara ve geleneklere süreç içerisinde yabancı hale gelebilir.<sup>119</sup>

Kırsal soylulaştırma sürecini düzensiz bir kırsal gelişim süreci olarak değerlendiren Terry Marsden, bu süreçte devletlerin kırsal alanlar için oluşturulan politikalarındaki yetersizliğin kırsal alanlarda belirsizlik ve düzensizlik içinde bir dönüşüm gerçekleştirdiğini ifade etmektedir. Marsden, özellikle küreselleşme sonrası ortaya çıkan süreçte kırsal alanlarda ve tarımsal politikadaki yetersizliklerin değişim sürecinin kontrol edilebilmesini çok zorlaştırdığını vurgulamaktadır. Kırsal alanlarda meydana gelen değişimleri Marsden şu şekilde özetlemektedir<sup>120</sup>:

- Tarım sektöründe ve gıda zincirindeki yapısal değişiklikler sonucunda tarımsal istihdamın düşüşü ve gıda sektörünün görece önemini yitirmesi,
- Çevreciliğin önem kazanması,
- Kırsal alanların yeni kullanımların ortaya çıkışı, kırsal arazi ve alanlar için ortaya çıkan yeni toplumsal talepler ( Kırsal alanlara dışarıdan gelen turist yoğunluğu için otopark isteği gibi), hayvanların ve doğanın tehdit edilmesi,
- Devletin kırsal alanlardaki desteğinin azalması ve kırsal alanlarda ticaretin teşvik edilmesidir.

Marsden'in bahsettiği süreçte özellikle iki boyut, kırsal alanlardaki değişim süreci için çok önemlidir. Kırsal alanların yeni kullanımlarının ortaya çıkışı kırsal mimari ile beraber vücut bulmaktadır. Kırsal mimaride meydana gelen değişimler sadece fiziki bir değişim olarak görülmemelidir. Zira meydana gelen değişimler yerel halkın gelenek ve göreneklerinin bazılarının yok olmasına, bazılarının dönüşmesine ve ayrıca bazı yeni alışkanlıkların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Önemli olan diğer bir unsur ise devlet eli ile kırsal alanlarda ticarete yönelik teşviklerin artmasıdır. Özellikle yerel yönetimler kırsal alanları daha popüler hale getirmek amacı ile bu alanlarda ticaret yapılabilmesi için gerekli maddi desteği sağlamaktadır. Bu durum özellikle 2000'li yıllardan sonra kırsal

---

<sup>119</sup> Martin Philips, "Rural Gentrification and Class Colonisation", Journal of Rural Studies, C.9, S.2(1993), s.126-127.

<sup>120</sup> Terry Marsden, "Rural Futures: The Consumption Countryside and its Regulation", Sociologia Ruralis, C.39, S.4(199), s.502-506.

alanların bir tüketim unsuru olarak küresel piyasaya eklemlenmesine neden olmaktadır.<sup>121</sup>

Küreselleşme süreci ile beraber bazı kırsal alanlar birer meta haline dönüşmeye başlamıştır. Bu metalaşma sürecinde kullanılan temel argümanlar ise; kentteki yaşam kalitesinden farklı bir yaşam kalitesi ve kente göre daha sağlıklı ve huzurlu bir yaşamdır. Bu bağlamda kırsal alanlar, kentteki bireyler için; kentin karmaşıklığından, yoğunluğundan kısa bir süre de olsa kurtulup kendini doğal yaşama bıraktığı alternatif bir yaşam biçimini oluşturmaktadır. Yani kırsal alanlar kentli bireyler için alternatif bir yaşam biçimi olarak sunulmakta, metalaştırılmaktadır. Ancak gelişen süreç içerisinde bu romantik söylemler yerini ekonomik metalaşmaya, tüketim üzerinden kırsal alanların dönüşümüne, yapay doğallıkların oluşmasına neden olmaktadır.<sup>122</sup>

Kırsal alanlarda meydana gelen bu metalaşma sürecinde özellikle ülkelerdeki yerel yönetimler eliyle yaratılan kırsal imaj imgesi önemli bir yer tutmaktadır. Kentte yaşayan bireyler için kırsal alanlar daha cazip hale gelmektedir. Bu cazip hale gelme sürecinde birçok faktör bulunmaktadır. Ancak burada devletin kırsal alanları ekonomik bir unsur olarak görmesi ve bu alanların kar güdüsü ile tüketim ekseninde dönüşümüne destek vermesi temel faktörlerden biridir. Kırsal soylulaştırma sürecinde kırsal alanların yöresel değerleri küresel düzeyde pazarlanmaktadır. Bu pazarlama sürecinde kırsal değerler önemli dönüşümler geçirmektedir. Bu dönüşümlerde birçok dışsal faktör rol oynamaktadır. Toprak artık kırsal alanın temel ekonomisini tek başına belirlememektedir. Bu durum kırsal alanlar üzerinde oluşan tüketim baskısı sonucunda ortaya çıkan talepler doğrultusunda kırsal alanların tüketim nesnesine dönüşmesine neden olmaktadır. Tarım arazileri geçmiş döneme kıyasla ürün elde etme açısından daha az önemlidir. Özellikle kentli bireyler üzerinde kırsal imaj yaratmak amacı ile hizmet sektöründe kullanılan tarımsal araziler ve konutlar önemli bir yer tutmaktadır. Yani tarımsal araziler tüketim toplumunda yer alan bireylere “nostalji tüketimi” fırsatı verdiğinden, tüketim alanı ve nesnesi açısından önemlidir.<sup>123</sup> Tarımsal arazi ve konutlarda meydana gelen bu temel değişim kırsal alana özgü geleneklerinde

---

<sup>121</sup> Marsden, a.g.e. , s.502-506.

<sup>122</sup> Arild Blekesaune vd. , “Dreaming of Smallholding”, Sociologia Ruralis, C.50, S.3(2010), s.225.

<sup>123</sup> Marsden, a.g.e. , s.507-510.

değişmesine neden olmaktadır. Bu açıdan kırsal soylulaştırma süreci hem ekonomik hem de sosyo kültürel açıdan kırsal yaşamı derinden etkilemektedir.

Kırsal arazi ve konutların pazarlanma sürecinde kırsal alanların kentsel alanlara göre daha güvenli, daha sessiz ve doğal çevre unsurlarının bozulmamış olması gibi nedenler de etkili olmaktadır. Bu unsurlar kentli bireylere nostalji tüketimi için sunulan temel argümanların başında yer almaktadır.<sup>124</sup>

#### **2.2.4 Kırsal Soylulaştırma Neden ve Sonuçları**

Kırsal soylulaştırma süreci, kırsal alanlarda birçok olumlu ve olumsuz etki bırakmaktadır. Kırsal soylulaştırma süreci ile beraber kırsal alanda bulunan köhne yapıların yıkılmaktan kurtarılarak onarılması ve yaşanabilirliğinin tekrar kazandırılması bu sürecin olumlu yanlarından sayılabilir. Ancak yine bu süreçte meydana gelen onarılma/rehabilitasyon sürecinde kırsal alanda meydana gelen mimari değişimde kırsal alana özgü değerler yitirilmekte, kırsal mimari özgünlüğünü kaybetmektedir. Bu durum kırsal alandaki mimarinin bozulmasına neden olmaktadır. Mimari alanda meydana gelen bu değişimler sadece fiziksel yapıyı değil aynı zamanda kırsal sosyal yaşamı ve dolayısı ile kırsal alanlardaki sosyo-kültürel yapıyı değiştirmektedir. Özellikle bu süreçte bireylerin geleneksel tarımla uğraşmaktan ziyade daha çok hizmet sektörüne yönelmeleri, tarım ürünlerini ticari gaye ile satışa sunmaları, kırsal alandaki arazilerin ve konutların amaçları dışındaki kullanımına neden olmaktadır. Hizmet sektörünün gerektirdiği düzenlemeyi, kırsal nostalji yaratarak bir müşteri potansiyeli oluşturmaya çalışmak, kırsal alanların kentine özgü sosyo-kültürel yapılarının tüketici tercihleri doğrultusunda şekillenmesine, kırsal mimarinin özgünlüğünün kaybolmasına neden olmaktadır.<sup>125</sup>

Kırsal soylulaştırma sürecinde kırsal alanların tüketim ekonomisine dahil edilmesi süreci, kırsal alandaki tüm yapıları (aile, çalışma ilişkileri, kadın-erkek ilişkileri vb.) doğrudan etkilemektedir. Bu yapıların dönüşümünde etkili olan ekonomik yapı ise kırsal alan özgü olan tarım sektörü değil hizmet sektörüdür. Kentten kırsal alana göç eden bireyler ve/veya buradaki potansiyelin farkına varan yerel halk eliyle yaratılmaya

---

<sup>124</sup> Blekesaune, a.g.e. , s.228.

<sup>125</sup> Arzu Başaran Uysal, “Kırsalda Koruma ve Soylulaştırma İkilemi”, Ege Mimarlık, 2017, s.36.

çalışılan sistemde, önceden atıl olarak bulunan kırsal yapılar bu süreçte revize edilerek hizmet sektörü için kullanıma sokulmaktadır. Bu süreçte kırsal alandaki arazilerin tarımsal değeri azalmış, bu araziler hizmet sektöründe kullanılabilir bir şekle büründürülmüştür. Kırsal soylulaştırma süreci ile beraber kırsal araziler ve konutlar birer tüketim metasına dönüştürülmekte, tüketicilerine birer nostalji satan yapılar haline getirilmektedir. Yani kırsal araziler ve konutlar tüketim nesnesi olarak küresel tüketim piyasasına eklenmektedir.<sup>126</sup>

Kırsal soylulaştırma sürecini etkileyen unsurlardan birisi de kırsal alanların tarihsel ve kültürel miras öğeleri olarak, UNESCO tarafından koruma altına alınmasıdır. Koruma kararı ile birlikte, kırsal alanlarda yapılan mekânsal düzenlemeler, kırsal alanlara özgü mitleri ortaya çıkarmaktadır. UNESCO tarafından koruma altına alınan kırsal alanlar, UNESCO'nun kendi internet sitesinde yer almaktadır. Bu durum ulusal ve uluslararası alanda, kırsal alanlar için bir turist havuzu oluşturmaktadır. Kırsal alanların tarihi ve kültürel değerleri ve de UNESCO'nun koruma kararları ile beraber kırsal alanlar, ulusal ve uluslararası turların yapıldığı yerler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu süreçte kırsal alanlara gelen turistler, kırsal alanlarda bir tüketim ekonomisi yaratmaktadır. Dışarıdan gelen turistlere yönelik yapılan mekânsal düzenlemeler kırsal alanların mimari yapısında değişikliklere neden olmaktadır.<sup>127</sup>

Kırsal soylulaştırmaya etkide bulunan bir başka etken ise kentli bireyler tarafından kırsal alanların kentlere göre daha ucuz bir alan olarak görülmesidir. Kentlerden kırsal alana göç eden bireyler ve/veya kırsal alanın özgün bir özelliğinden dolayı (kültürel, tarihi vb.) orayı ziyaret eden kişiler bu süreçte kırsal alanı bir “dekor” haline getirmiş ve kırsal alanlar hizmet sektöründe bir tüketim metası haline dönüşmüştür. Kırsal soylulaştırma sürecinde kırsal alanlarda belirli dönemlerde ortaya çıkan nüfus (tüketici) artışı, kırsal alanlarda bir toprak rantına, kırsal mimarinin dönüşümüne ve kırsal toplumsal ilişkileri etkilemektedir.<sup>128</sup>

---

<sup>126</sup> Başaran Uysal, a.g.e. , s. 37-38.

<sup>127</sup> Turhanoğlu, a.g.e. , s.76.

<sup>128</sup> Sakarya, Başaran Uysal, a.g.e. , s.2-10.

Kırsal soylulaştırma sürecinin nedenlerini açıklamaya çalışan Yenigül, bu nedenleri şu şekilde ifade etmektedir<sup>129</sup>;

- Ekonomik anlamda yeniden yapılanma hareketlerinin ortaya çıkışı,
- Neoliberal ekonomik yapı sonucunda çalışma hayatında ortaya çıkan esnek çalışma biçimleri,
- Kırsal alanlardaki haki sektörlerdeki istihdamın azalması,
- Kent merkezleri dışında(banliyölerde) yaşamının yarattığı hoşnutsuzluk ve görece yaşam kalitesinin düşüklüğü sürece etki eden unsurlardır.

Küreselleşme süreci ile beraber kırsal alanlar küresel ekonomik yapıya eklenmektedir. Kırsal alanlar turizm, el sanatları ve yerel ürünlerle, hem ulusal pazara hem de dünyaya satılan ürün ve hizmetlerle öne çıkmaktadır veya çıkmayı amaçlamaktadır.<sup>130</sup>

Kırsal soylulaştırma sürecinde kentli bireylerin kırsal alanlara yerleşmeden, kırsal alanda ikinci bir konut alıp bu konutlara tatillerde gelip gitme isteği sürece etki eden diğer bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Kırsal alanda ikinci bir ev satın almanın amacı kentin kalabalığından kurtulmak ve kırsal alanların sessizliğinde huzur bulabilmektir. Yani kırsal alanda ikinci konut satın alma ihtiyacı kırsal alanların verdiği veya vereceği düşünülen “huzurdan” kaynaklanmaktadır. Doğal yaşama yakın olma ve bu hayatı yaşayabilme arzusu bu süreçte etkili olmaktadır. Kırsal alana taşınma nedenleri arasında kırsal alanların yeşil, sessiz, geniş, düzenli ve güvenli bir alan olması, ikinci bir konuta sahip olma, tarımsal alanlarda iş yapma ve kırsal alanlardaki nostaljide yaşama isteği ön plana çıkmaktadır. Kırsal alanda yaşam eskisi gibi kentin sağladığı imkânlardan da bir yoksunluk sağlamamaktadır. Özellikle kitle iletişim araçlarındaki ve ulaşımdaki gelişmeler, kırsal alanlarda da kent hayatının imkânlarından faydalanmayı sağlayabilmektedir.<sup>131</sup>

---

<sup>129</sup> Sevinç Bahar Yenigül, “Kırsal Soylulaştırma: Soylulaştırma Sürecinin Kırsaldaki Yansımaları”, Mimarlık, 391(2016), s.2.

<sup>130</sup> Miguel Solona-Solona, “Rural Gentrification in Catolínai, Spain: A Case Study Of Migration, Social Change and Conflicts in the Empordanet Area”, Geoforum, S.41(2010), s.512.

<sup>131</sup> Blekesaun, a.g.e. , s.226-229.

Kırsal soylulaştırmayı “ kırsal geleneklerin tüketici kültürü ile harmanlaması” olarak ifade eden Philips, bu süreçte kırsal alanlara özgü geleneklerin, tarihi ve kültürel turizm aracılığıyla tüketiciye sunulmasına dikkat çekmektedir.<sup>132</sup>

Kırsal soylulaştırma sürecinde kırsal çalışma hayatında yaşanan en çarpıcı değişimlerden biri ise kadının çalışma hayatına daha fazla dâhil olmasıdır. Önceki süreçlerde ev içi organizasyonda bir rol alan kadınlar bu süreçte yarı zamanlı çalışma ile kırsal alandaki yeni çalışma hayatına dâhil olmaktadır. Bu süreç, kırsal alanda kadın erkek ilişkilerini de etkilemektedir.

Kırsal soylulaştırma sürecinde kırsal alanlardaki mimari yapıların dönüşümü oldukça öne çıkmaktadır. Kırsal soylulaştırma sürecinde mimari değişimde hem profesyoneller belirleyici olmakta hem de yerel unsurlar bu değişime adapte olmaktadır. Kırsal alanda yapılan mimari değişimin aslında gerçeği yansıtmadığı ve zihinlerde yaratılan yeni kırsal mottoya göre düzenleme yapıldığı iddiaları da söz konusudur. Daha öncesinde tarım ve hayvancılık için kullanılan alanların kırsal soylulaştırma sürecinde çiçek ekilen alanlar, yemek alanları, havuz alanları gibi amaçlarla kullanıldığı yani tüketimi arttırmak amacıyla yeniden düzenlendiği örnekler söz konusudur.<sup>133</sup> Yine kırsal soylulaştırma sürecinde, kırsal konutların kentli bireyler tarafından satın alınarak restore edildiği ve hizmet sektörüne konulduğu örnekler yaygındır. Bu satın almalar sonucunda yerel halk ise yerinden edilmektedir.<sup>134</sup>

Kırsal alanlarda meydana gelen değişim sürecinde kırsal mekânlar kentte yaşayan bireyler için cazip alanlar haline gelmektedir. Bu süreçte özellikle kitle iletişim araçları ile yapılan reklamlar kırsal alan ve yaşama yönelik bir “huzurlu yaşam” algısı yaratmaktadır. Kırsala yönelik bu ilgi artışında popüler dizilerdeki, gazete ve dergilerdeki vurguların önemli etkileri bulunmaktadır.<sup>135</sup>

---

<sup>132</sup> Philips, a.g.e. , s.127-128.

<sup>133</sup> Solona, a.g.e. , s.512-513.

<sup>134</sup> Yüksel Dinçer, İclal Dinçer, “Historical Heritage-Censervation- Restoration in Small Towns and Question of Rural Gentrification in Turkey”, 15th ICOMOS General Assembly and International Symposium: ‘Monuments and sites in their setting - conserving cultural heritage in changing townscapes and landscapes’, Xian, 2005, s.3.

<sup>135</sup> Blekesaune, a.g.e. , s.226.

Kırsal soylulaştırma sürecinde tüketim toplumundaki bireylerin kırsal alanlara gelerek, tüketim gerçekleştirilmesi kırsal alandaki mimari yapıyı, çalışma hayatını ve sosyokültürel yapıyı doğrudan etkilemektedir. Kırsal alanda huzur bulabilmek için gelen bireyler kırsal alanda derinden bir dönüşüme neden olmaktadır. Özellikle kırsal alanlar tüketim toplumunun isteklerine göre düzenlenerek küresel ekonomiye eklenmesi kırsal alandaki sakinliği aşındırmaktadır. Bu açıdan değerlendirildiğinde kırsal soylulaştırma süreci; kırsal ekonomiyi hareketlendirmek adına bir araç olarak kullanılsa da bu süreçte kırsal alanlar ve kırsal yaşama özgü birçok yapı değişmekte ve yok olmaktadır.



## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### KIRSALIN DÖNÜŞÜMÜ ÜZERİNE BİR UYGULAMA: BURSA CUMALIKIZIK ÖRNEĞİ

#### 3.1 ARAŞTIRMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

Çalışmanın amacı, küreselleşme sürecinde bir tüketim nesnesi haline gelen kırsal alanlardaki dönüşümü açıklamaktır. Küreselleşme sürecinde tüketim sürecinin bir parçası olarak karşımıza çıkan kırsal alanlarda, ekonomik yapı, çalışma ilişkileri, fiziksel yapılar ve toplumsal ilişkiler dönüşmektedir. Bu bakış açısı ile Cumalıkızık'ta bir nitel araştırma gerçekleştirilmiştir.

Çalışmada nitel araştırma yöntemleri kullanılmıştır. Birçok çeşidi olan nitel araştırma yöntemlerinden temelde “yarı yapılandırılmış mülakat tekniği” kullanılarak Cumalıkızık'ta meydana gelen dönüşüm sürecine yönelik bilgiler elde edilmiştir. Nitel araştırma yöntemi, araştırmaya katılan kişilerin görüşlerini ve bakış açılarını, derinlemesine analiz edebilmek amacıyla kullanılmaktadır. Bu araştırma yönteminde asıl amaç, araştırma yapılan konuya ilişkin bilgileri, doğal bir süreç içerisinde elde etmektir.<sup>136</sup>

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinin kullanılmasının birkaç nedeni bulunmaktadır. Bu nedenler, nitel araştırmanında temelinde yatan özelliklere dayanmaktadır. Öncelikle bu çalışmada nitel araştırmanın kullanılmasının temel nedeni, araştırmaya katılan kişilerin sorulara verdiği cevaplar ışığında daha derinlemesine soruların sorulabilmesine imkân sağlamasıdır. Bu süreçte katılımcıların verdiği cevaplar görüşmelerinde seyrini belirleyebilmektedir. Bu yönetimin seçilmesinin diğer bir nedeni ise, araştırmaya katılan kişilerin doğal ortamında görüşmelerin gerçekleşmesini sağlamak

---

<sup>136</sup> Ali Yıldırım, Hasan Şimşek, Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, 11. b. , Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2018, s.49.

ve bunun sayesinde katılımcıların verdiği cevapları gözlemlerle doğrulama ve/veya yanlışlama imkânı bulmaktadır. Nitel araştırmanın kullanılmasının diğer bir nedeni ise, katılımcılarla yapılan görüşmelerde Cumalıkızık ile ilgili bilgileri farklı kişilerle yapılan görüşmeler ve gözlemler sayesinde verilen cevapları teyit edilebilmektir. Yapılan görüşmelerde, araştırmacının katılımcıların doğal yaşam çevrelerinde bulunması, empati kurabilmesi ve araştırma yapılan alana doğrudan dahil olabilmesi nitel araştırma yöntemlerinin tercih edilmesinin nedenleridir.<sup>137</sup>

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden örnek olay analizi (durum çalışması) kullanılmıştır. Örnek olay analizinin temelinde, belirli bir sınıf, mahalle ve köy gibi doğal ortamlarda gerçekleştirilen araştırmanın bütüncül bir yaklaşımla ve doğal çevre içerisinde değerlendirilmesi yatmaktadır. Örnek olay analizinde, araştırmaya konu edinilen nesnelere, doğal ortamları içerisinde incelenmesi ve araştırma yapılırken birden fazla kaynaktan veri elde edilmesi öne çıkmaktadır. Cumalıkızık'ta yaşanan değişim doğal alanı içerisinde incelenmiş ve çeşitli kaynaklardan veriler elde edilmiştir.<sup>138</sup>

Bu bakımdan Cumalıkızık'ta meydana gelen dönüşüm sürecine ilişkin alan araştırmasında, bir nitel araştırma türü olan “yarı yapılandırılmış mülakat tekniği” kullanılarak veriler elde edilmiştir. Görüşme yapılan kişilerin konu bütünlüğünden sapmasını önlemek ve sürece ilişkin bir bütünlük sağlamak amacıyla önceden hazırlanmış sorular, görüşmecilere sorulmuştur ve verilen cevaplara göre farklı sorular da görüşme esnasında katılımcılara yöneltilmiştir. Çalışmada elde edilen veriler betimsel analiz yöntemi kullanılarak değerlendirilmiştir. Betimsel analiz sürecinde önceden belirlenen tema çerçevesinde sorulan sorulara verilen cevaplar irdelenmiş ve doğrudan alıntılardan birçok kez faydalanılmıştır. Alan araştırması sürecinde görüşmeler yapıp veriler elde edilirken bu sürece paralel olarak görüşmeler de deşifre edilmiştir. Görüşmeler yoğun olarak 2019 Haziran ayında gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler esnasında önceden izin alınarak hem ses kaydı alınmış hem de kişilerin verdiği cevaplar not edilmiştir. Görüşmeler ortalama 25-45 dakika arası sürmüştür.

---

<sup>137</sup> Yıldırım, Şimşek, a.g.e. , s.50-63.

<sup>138</sup> Yıldırım, Şimşek, a.g.e. , s.288-290.

Çalışma sürecinde görüşülen kişilerin kişisel bilgileri, “ gizlilik ilkesi” dâhilinde araştırma bulgularında ve değerlendirilmelerinde saklı tutulmuştur. Uygulama sürecine yönelik olarak, Bursa Uludağ Üniversitesi Araştırma ve Yayın Etik Kurulları’nın 16 nolu kararı ile gerekli izinler alınmış ve bu çerçevede Cumalıkızık’ta satış yeri bulunan kişilerle görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler 2019 Mayıs ve Temmuz ayları arasında gerçekleştirilmiştir.

### **3.2. ARAŞTIRMANIN ÖRNEKLEM GRUBU**

Araştırmanın örneklem grubunu Cumalıkızık’ta satış yeri bulunan ve Cumalıkızık’ın dönüşümünde etkili olan ‘Kahvaltı/Gözleme’ gibi satış yerlerinin yanında Cumalıkızık’ta bulunan pansiyonların ve satış tezgâhlarının kurucuları ve işletmecileri oluşturmaktadır. Bu kişilerin seçilme nedeni, Cumalıkızık’ta yaşanan dönüşüme hem şahit olmaları hem de doğrudan bu dönüşüme katkıda bulunmalarıdır. Görüşme yapılanlar, Cumalıkızık’ta satış yapabilmek için doğrudan mekânsal düzenleme yapanlar ve bunun sonucunda Cumalıkızık’ta yaşanan dönüşümde doğrudan etkili olduğu düşünülen kişilerden seçilmişlerdir. Cumalıkızık’ta bu profilde bulunan yaklaşık 50 kişi bulunmaktadır. Ancak araştırma sürecinde bazı kişiler araştırmaya katılmak istememişlerdir. Bu nedenle 22 kişi ile görüşme gerçekleştirilmiştir.

Görüşme yapılan kişilerden 7’i erkek, 15’i ise kadındır. Görüşme yapılan kişiler arasında 20-40 yaş arasında 6 kişi, 40-60 yaş arasında 12 kişi, 60 üzeri yaş aralığında ise 4 kişi bulunmaktadır. Araştırmaya katılan kişiler arasında 3 kişi Cumalıkızık’ta oturmamakta, sadece satış işi için Cumalıkızık’a gelmektedir. Ayrıca araştırmaya katılan kişilerin satış yaptığı yerlerden 5’i kira, 15’inin mülkiyeti kendilerine ait, 2 sinin ise kendi akrabalarına ait olduğu belirlenmiştir. Görüşme gerçekleştirilen bu 22 kişinin dışında, Cumalıkızık’ta herhangi bir satış yeri bulunmayan ancak yaşı itibari ile Cumalıkızık’ta yaşanan değişim sürecinde Cumalıkızık’ta yaşayan 1 kişi ile de görüşülmüştür. Araştırmaya katılan kişilere ait detaylı bilgiler aşağıdaki tabloda yer almaktadır. Araştırmada kişilerin kişisel bilgileri saklı tutulmakla birlikte, bulguların

değerlendirilmesinin anlaşılmasını kolaylaştırmak için, bulgular kısmında araştırmaya katılan kişiler K1,K2,K3 gibi numaralarla kodlanmıştır.

	YAŞ	CİNSİYET	CUMALIKIZIK'TA OTURMA SÜRESİ	CUMALIKIZIK'TA KAÇ YILDIR SATIŞ YAPIYOR
K1	40	ERKEK	26	16
K2	46	KADIN	25	18
K3	55	KADIN	55	20
K4	65	ERKEK	65	18
K5	60	KADIN	60	7
K6	50	KADIN	32	20
K7	30	ERKEK	0	12
K8	23	KADIN	22	1
K9	28	KADIN	20	19
K10	38	ERKEK	20	1
K11	46	ERKEK	46	1
K12	68	KADIN	5	5
K13	65	KADIN	45	18
K14	26	ERKEK	0	3
K15	64	ERKEK	64	17
K16	60	KADIN	30	1
K17	60	KADIN	7	7
K18	54	KADIN	54	20
K19	51	KADIN	51	10
K20	41	KADIN	0	3 AY
K21	72	ERKEK	72	0
K22	53	KADIN	53	20
K23	53	KADIN	38	10

Tablo1: Örnekleme Grubunun Özellikleri

### 3.3. ARAŞTIRMANIN VARSAYIMLARI

Kırsal alanlarda tüketim ekseninde meydana gelen dönüşüm sürecinde, ekonomik yapılar, çalışma ilişkileri ve toplumsal ilişkiler dönüşüm geçirmektedir. Araştırmada, aşağıda belirtilen varsayımlar analiz edilecektir. Araştırmanın varsayımları:

1. Küreselleşme süreci ile beraber belirli bir tarihselliği olan kırsal alanlarda yaşanan kırsal soylulaşma süreci, kırsal alanları bir tüketim nesnesi haline getirmiş, kırsal mekân tüketim nesnesi olarak yeniden düzenlenmiş ve kırsal alanlara özgü olan birçok alışkanlık ( köy kahvaltısı, yerel ürünler, doğa vb.) tüketim kültürüne eklenerek ticarileşmiştir.

2. Kırsalın soylulaştırılması sürecinde kırsal alanlardaki ekonomik yapı tarım sektöründen hizmet sektörüne doğru bir değişim geçirmiştir. Kırsal alanlarda ticaret ve hizmet sektörü yaygınlaşmıştır. Buna bağlı olarak kırsal alanlardaki bireylerin gelirleri turistlere bağımlı hale gelmiştir. Ayrıca bu süreçte bireylerin gelirleri daha kırılgan bir hale gelmiştir.

3. Tarım sektörünün daha yoğun olduğu kırsal alanlarda (belirli bir saat aralığı olmadan ortaya çıkan düzensiz, kadın ve erkek arasındaki iş bölümünün keskin sınırlarla belirlendiği ve doğa şartlarına bağlı olan) çalışma ilişkileri değişmiştir. Küreselleşme sürecinde tüketim boyutu ile ön plana çıkan kırsal alanlarda çalışma ilişkilerinde belirli saat aralıklarına dayalı düzenli bir çalışma, kadınların daha fazla ön planda olduğu ve turistlere bağlı bir çalışma düzeni öne çıkmaktadır.

4. Küreselleşme sürecinde kırsal soylulaştırma boyutuyla öne çıkan yerlerde turizm önem kazanmıştır. Uluslararası kuruluşlar tarafından koruma altına alınan kırsal alanlarda yabancı turistlerin yoğunluğu öne çıkmaktadır. Bu süreçte kırsalda bulunan girişimciler artmakta ve bu girişimciler yazılı ve görsel medyayı reklam aracı olarak etkin bir şekilde kullanmaktadır. Ayrıca bu girişimcilerin profilinde profesyonelleşme öne çıkmaya başlamıştır.

5. Kırsal alanlarda yaşayan bireylerin, dışarıdan gelen insanlara yönelik algısı değişmiştir. Öteki olarak görülen, genelde güvensizlik duyulan ilişki tamamen farklılaşmıştır. Kırsalın soylulaştırılması dışarıdan gelenlerin müşteri olarak görülmesine, ilişkilerin ticaret üzerinden şekillenmesine neden olmuştur. Bu süreçte

kırsal alanlara gelen turistlerin artış göstermesi, Cumalıkızık'ın geleneklerinde aşınma meydana getirmiştir.

6. Yerli ve yabancı birçok turistin uğrak yeri olan kırsal alanlarda, kırsal alanlara özgü olmayan ( Nüfus yoğunluğu, gürültü, trafik vb.) birçok yeni yapısal problemler meydana gelmiştir.

### **3.4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI VE DEĞERLENDİRİLMESİ**

Araştırma kapsamında gerçekleştirilen görüşmelerde elde edilen verilere göre bulgular, mekânsal dönüşüm, ekonomik yapı ve çalışma ilişkileri, uluslararası kuruluşların ve medyanın etkisi, geleneklerin değişimi ve cumalıkızık'ta yeni sorunlar olmak üzere 5 ayrı başlıkta incelenecektir.

#### **3.4.1. Mekânsal Dönüşüm**

Osmanlı Devleti'nden bu yana özgünlüğünü koruyan bir yer olarak karşımıza çıkan Cumalıkızık'ta geçmişte evlerin yapısı muhafazakâr bir yapı içermekteydi. Cumalıkızık'taki evlerin mimari yapısında, dış cephedeki duvarların sokaktan geçen insanların evlerin içini görmesini engellemek amacıyla yüksek olması ve bu duvarların mahremiyeti korumak için yapılması, önemli bir mimari özellik olarak karşımıza çıkmaktadır.<sup>139</sup>

Cumalıkızık'ta günümüzde toplam 350 ev bulunmakta ve bu evlerden yaklaşık 190 tanesi aktif olarak kullanılmaktadır. Cumalıkızık'a gelen turist sayısı arttıkça ve bu turistler Cumalıkızık'ta vakit geçirmeye başlayıp tüketim gerçekleştirdikçe Cumalıkızık'ta ki evlerin yapısı yeniden dizayn edilmiş ve bambaşka bir çehreye bürünmüştür. Bu süreçte önceden evlerin giriş kısmı olan ve "Hayat" olarak adlandırılan alanlar günümüzde Cumalıkızık'taki ev sahiplerinin turistlere hediyelik eşya, kahvaltı ve yemek sattığı yerler haline gelmiştir.

---

<sup>139</sup> Melda Medine Güleç, "700 Yıllık Tarihi Geçmişe Sahip Bursa Cumalıkızık Köyü Alan Araştırmasının Sosyolojik Analizi", Bursa, U.Ü. Fen-Edebiyat Fakültesi S.B.D. , 12, 20(2011), s.42.

Cumalıkızık'taki evlerde bulunan hayat kısmı, genelde hayvanların bulunduğu ahırlar ve samanlıklar, evde bulunan insanların yiyeceği kadar yetiştirilen sebze ve meyve alanları ve de klasik köy evlerinde bulunan köy fırınlarını içermektedir. Köye gelen turist sayısına bağlı olarak köyde tüketim ürünlerinin ve alanlarının artması ile beraber evlerdeki hayat kısımları önemli bir değişim göstermiştir. Gelen müşterileri ağırlamak için kullanılan evler, günümüzde bir tüketim alanı haline gelmiştir. Yapılan görüşmelerde K2 bu durumu şöyle açıklamaktadır: “ Önceden burada (hayatta) ahududu ağaçları, samanlık, sebze ve meyve alanları vardı. İlk başlarda evin kapısının önünde gözleme yapıyordum, sonra gelen insanlar bahçeyi görmek isteyince bahçeye 3 masa attım, şimdi ise 30 masa var.” K22 ise “ Burası eskiden ahırdı, hayvanlar vardı. Burada evin önünde önce gözleme yapıyordum sonra kahvaltı vermeye başladık ardından yemek (manti) vermeye başladık.” diye ifade etmektedir. Cumalıkızık'ta yaşanan mekânsal değişim sürecinde çarpıcı olan Cumalıkızık'ta yaşayan insanların bu dönüşümü ifade ederken kullandığı kelimelerde görmek mümkündür. K13 “ Burası eskiden bahçe idi, ekmek fırını vardı, sonrasında mutfığa ve servis alanına dönüştü.” diyerek yaşanan dönüşümü ortaya koymaktadır. Kendi evinin bir bölümü olarak kullandığı alanın şu anda bir restoranın ‘servis alanına’ dönüştüğünü söylemektedir.

Literatürde kırsal soylulaştırma sürecinde yaşanan mekânsal dönüşümde, öncesinden kullanılmayan ve/veya farklı amaçlarla kullanılan yapıların restore edilip tüketim alanına çevrildiği belirtilmektedir. Cumalıkızık'ta yaşanan mekânsal dönüşüm sürecinde öncesinde boş arazi ve çöplerin döküldüğü alanlar olan yerler günümüzde bir işletme olarak faaliyet göstermektedir. K10 “ Burası eskiden boş bir arsa idi, kiralayıp üzerine bu tesisi ( tesis 2 katlı ve geniş bir araziye yayılmaktadır.) kurduk” diye ifade etmektedir. K9 ise “Burası atıl, çöplerin döküldüğü bir alan olarak duruyordu ve arka kısmında da ahır vardı” diye ifade etmektedir.

Kırsal soylulaştırma sürecinde eski, kullanılmayan yapılar, restore edilip kullanılmaktadır. K15 bu değişim sürecini “ Burası göçük bir yerdi, burayı satın alıp bu hale getirdik” diye ifade ederken, K20 ise bu durumu “Burası bu hale gelene kadar birçok işlem geçirdi. Burası terkedilmişti, önceden buraya girmeye kalkışsanız korkardınız” diyerek açıklamaktadır. Tüketim temelinde gerçekleşen kırsal mimari yapının dönüşümünde bireyler hem kendisi doğrudan fiziksel değişiklik yapmış hem de profesyonellerden yardım almışlardır. K1 yaşanan dönüşüm sürecini “ Burası eskiden



*göçük bir yerdi, belediye burayı satın alıp restore edip restoran yapıyor” diye ifade etmektedir. K11 ise bu değişim sürecini şu şekilde ifade etmektedir: “ Burası eskiden bahçe idi. Burayı satın aldım. 3 yılda boş vakitlerde kendi imkânlarımla bu hale ( yeşil alanda bulunan birçok kamelyanın altında kahvaltı masaları var ve de bahçede yapay bir şelale bulunmakta) getirdim. Karşıda bulunan yer için ise ( Restoranlarda bulunan mutfak kısmı gibi olan alanı işaret ederek) bir mimar arkadaş ile anlaştım. O gelip ölçü alıp yaptı.”*

Tüketim temelinde kırsal alanda meydana mekânsal dönüşüm sürecinde, gelen turistlere hediyelik eşya, kahvaltı ve yemek satmak doğrudan etkili olmaktadır. Cumalıkızık'ta yapılan gözlemler sonucunda, turistlerin yürüyüş yapıp çevreyi gezdiği alanlarda bulunan evlerin önünde hediyelik eşya tezgâhları ve meyve satış yerleri bulunmaktadır. Gelişen süreçte tezgâhların sayısı oldukça fazlalaşmıştır. Günümüzde hala mezarlık olarak kullanılan alanın köşelerinde bile satış tezgâhları olduğu görülmüştür. Ayrıca bu süreçte kırsal alanlara özgü yerelliği yansıtmak, nostalji yaratmak amacıyla bir çok satış evinin içinde eski radyolar, gramofonlar, eski lambalar bulunduğu gözlemlenmiştir.

Çalışmanın temel varsayımlarından biri olan, mekânsal dönüşüm sürecinde kırsal alanların ticari bir yapıya bürünerek tüketim kültürüne eklenmesi varsayımı yukarıda verilen örneklerle ve yapılan gözlemler sonucunda doğrulanmıştır. Ayrıca kırsal alanların tüketim kültürüne eklenmesi sürecinde sadece evlerin önünde ve içinde yapılan satışlarda değil aynı zamanda kırsal alanların “eski mimarisi” ve “yeşil alanlarının” da etkili olduğu gözlemlenmiştir.

### **3.4.2. Ekonomik Yapı ve Çalışma İlişkileri**

Kırsal alanların ekonomik geçim kaynağının temelinde tarımsal faaliyetler bulunmaktadır. Cumalıkızık'ın da kırsal yapısına uygun olarak ekonomik yapısının temelini bahçe tarımı oluşturmaktadır. 1960'lara kadar Cumalıkızık'ta etkin ekonomik geçim kaynağı kestanedir. Ancak sonrasında kestane ağaçlarının mürekkep hastalığına yakalanması sonucunda Cumalıkızık'ta kestane ekonomik anlamda önemini yitirmiştir. Günümüzde ise Cumalıkızık'ta yer alan tarım arazilerinde yetiştirilen ahududu ve kiraz

önemli tarımsal geçim kaynağı olarak karşımıza çıkmaktadır.<sup>140</sup> Ancak Cumalıkızık'ta yaşayan bireylerin temel geçim kaynağını tarımsal faaliyetlerden ziyade Cumalıkızık'ta yer alan satış yerleri oluşturmaktadır.

Cumalıkızık'ta meydana gelen değişim sürecinde tarımsal faaliyetlerin yerini hizmet sektörü almıştır. Bunun yanında tarımsal faaliyetler çok yaygın olmasa da devam etmektedir. Tarımsal faaliyetlerin ölçeği azalmış, elde edilen ürünler işletmelere gelen müşterilere satılmak için kullanılmaktadır. Tarımsal faaliyetlerin başında bahçelerden elde edilen meyveler yer almaktadır. Bu meyveler satış yerlerinde müşterilere sunulan reçelleri yapmak için Cumalıkızık'ta yaşayan kadınlar tarafından işlenmekte ve müşterilere hem kahvaltıda sunulmakta hem de reçel olarak şişelere koyularak sokaklardaki tezgâhlarda satış için yer almaktadır.

Cumalıkızık'taki ekonomik yapının en önemli temeli ise işletmelerde satışa sunulan gözleme ve kahvaltılardır. K17 bu durumu “ *Burada en çok gözleme, reçel, ahududu*” satılıyor diye ifade etmektedir.

Cumalıkızık'ta meydana gelen değişim sürecinde ekonomik yapıda kırılğan bir yapı meydana gelmiştir. Geçmiş dönemlerde, tarımsal faaliyetlerle geçinen bireyler, doğa şartlarına bağlı olarak bir gelir elde etmekteydi. Ancak gelişen süreç içerisinde Cumalıkızık'ta yaşayan bireyler yerli ve yabancı turistlere bağımlı hale gelmiştir. Bu durum bireylerin gelir yapılarında kırılğan bir yapının oluşmasına neden olmaktadır. Normal şartlarda tarım ve/veya hayvancılık yapan bireyler, tarım ve hayvancılıktan elde ettiği gelirlerle geçimini sağlayabiliyordu. Ancak hizmet sektörüne girip, tarım ve hayvancılıkla bağı zayıflayan bireyler satış yerlerinin artması ve gelir pastasının çok fazla bölünmesi ile satış yerlerinden yeterli düzeyde bir gelir elde edememektedirler. Nitekim yapılan görüşmelerde katılımcılara sorulan “ Bu satışlar sizin için yeterli bir gelir sağlıyor mu?” sorusuna birçok katılımcı hayır yanıtını vermiştir. Görüşme yapılan kişilerin neredeyse tamamına yakınının ek bir geliri bulunmaktadır. K2 “ *Buradaki satışlar tek başına yetmiyor, Allah'tan emekliyim*” diye ifade ederken, K11 ise bu durumu “ *İşlerin yoğun olmadığı dönemlerde dolmuş şoförlüğü yapıyorum*” diye ifade ediyor. Ayrıca bu süreçte bahçe işleri ile ilgilenen birçok insan da bulunmakta. K13 “ *Yılın her*

---

<sup>140</sup> “Bursa Yerel Gündem 21 Cumalıkızık Koruma Yaşatma 98” Projesi, Bir Osmanlı Başkentinden Dünya Kentine Bursa, 1999, <http://www.bursaunesco.org/uploads/dokuman/15294029706474.pdf>, s.7 (19.06.2019)

*zamanında burada yoğunluk olmuyor. Yoğun olmadığı zamanlarda armut ve kiraz bahçesi ile ilgileniyorum. Kirazları kahvaltıda müşterilere veriyorum, armutlar ise toptan şekilde satılıyor*". Ayrıca işletmelerde hafta içi kadınların çalıştığı, erkeklerin ise Bursa'da başka bir işte çalıştığı bir yapı da bulunmaktadır. K16 bu durumu şöyle ifade etmektedir: *"Biz burayı gelinle hafta ortalarında işletiyoruz, cumartesi pazarda beyim ve oğlum yardımcı oluyor. Beyim ve oğlum Bursa'da başka işlerde çalışıyor."*

Yılın her döneminde yoğun olmayan işletmelerde genelde hafta içi daha az yoğunluk olmaktadır. Yoğunluğun az olduğu dönemlerde kadınlar ve erkekler arasında bir iş bölümü olduğu gözlemlenmiştir. Kadınlar işlerin yoğun olduğu dönemlere, yani hafta sonuna hazırlık yaparken, erkekler eğer var ise bahçe işleri ile ilgileniyor bunun yanında şehir merkezinde başka iş yerlerinde işçi olarak çalışmakta veya işletmelerin dışardan alınacak ürünlerin alımı ile ilgilenmektedir. K23 *"Hafta içi çok iş olmuyor, bende evde oturup hafta sonu için hazırlık yapıyorum"* derken, K20 ise bu durumu *"Boş olduğum dönemlerde reçel, yaprak sarması, erişte, tarhana yapıyorum"* diye ifade etmektedir.

Cumalıkızık'ın ekonomik yapısında mekânsal alanların tüketime eklenmesi önemli bir yer tutmaktadır. Cumalıkızık'ta bulunan evlerin birçoğunda hemen dış kapının önünde hediyelik eşya veya yerel ürünlerin (çoğu kitlesel olarak hazır alınıyor) yer aldığı tezgâhlar bulunmaktadır. Cumalıkızık'ta ki kişilerle yapılan görüşmelerde bu durumu *"Evinin önünü kiraya verenler insanlar var, dondurmacıların hepsi kira, hepsi ev sahibine kira veriyor"* diye ifade etmektedir. Cumalıkızık'ta bulunan (yaklaşık10 tane) dondurmacılarla yapılan görüşmelerde dondurma tezgâhları için yıllık kiralama parasını ev sahiplerine ödedikleri anlaşılmıştır.

Cumalıkızık'taki ekonomik yapı kendi içerisinde alt ekonomiler yaratmıştır. Cumalıkızık'ta bulunan kişilerin evleri eğer turistlerin uğrak yeri üzerinde değilse bu kişiler yaptıkları ürünleri (tarhana, erişte, mantı) ve bahçelerinden topladıkları meyveleri Cumalıkızık'ta bulunan büyük işletmelere satmakta ve buradan bir gelir elde etmektedir. Yapılan görüşmeler sırasında birçok köylünün bahçeden topladıkları meyveleri ve ellerinde yaptıkları ürünleri işletmelere sattığına bizzat tanıklık edilmiştir. Bunun dışında Cumalıkızık'ta bulunan işletmelerde yapılan gözlemler ve verilen yemeklerin (mantı, ızgara köfte, ızgara et) yanında kullanılması için kullanılan ekmeğin çeşitlerine Cumalıkızık'taki işletme sahipleri yetişemedikleri için, ekmeğin ihtiyacının bir bölümü

önceden Cumalıkızık'ın iç kısmında olan ama şimdi dış tarafına taşınmış, kentsel alanlarda hizmet veren büyük bir fırından karşılanmaktadır. Yani Cumalıkızık'ta ortaya çıkan ekonomik yapı kendi içerisinde alt ekonomiler oluşturmakta ve bu durum Cumalıkızık'ın ekonomisinin kırsal ekonomiden çıkıp daha büyük bir hacme sahip olmasında etkili olmaktadır. Cumalıkızık'taki ekonomik yapının çeşitlenmesi ve de hacminin artması Cumalıkızık'ta yaşayan insanlar için önemli bir gelir kaynağı olmaktadır. K6 bu durumu “ *Bu pazar ( Cumalıkızık'ın girişinde bulunan boş alanda kurulan satış tezgâhlarını kastediyor) ve bu iş yeri ( 2 katlı kahvaltı ve gözleme satış yerini kastediyor) olmasa ben kızımı okutamazdım*” diye ifade ediyor.

Cumalıkızık'taki ekonomik yapının bir diğer boyutu ise Cumalıkızık' a yapılan ulusal ve uluslararası turlardır. Cumalıkızık'ta bulunun büyük işletmeler birçok ulusal ve uluslararası tur ile çalışmaktadır. K1 bu durumu “ *Şu anda oturmuş 20 tane tur şirketi ile çalışıyorum, ayrıca bunun dışında bir ayda 40-50 tur da harici olarak buraya geliyor*” diye ifade etmektedir. Yapılan gözlemler sonucunda da Cumalıkızık'a gelen birçok turun olduğu tespit edilmiştir.

Bu bağlamda değerlendirildiğinde Kırsalın soylulaştırması sürecinde kırsal alanlardaki ekonomik yapı tarım sektöründen hizmet sektörüne doğru bir değişim geçirmiştir ve kırsal alanlarda ticaret ve hizmet sektörü yaygınlaşmıştır varsayımı doğrulanmıştır. Ancak yine bu varsayımının devamında yer alan ‘bireylerin gelir yapısı daha kırılğan bir hal almıştır’ varsayımı ise reddedilmiştir. Çünkü yapılan görüşmelerde elde edilen bilgilere göre, Cumalıkızık'ta bulunan işletme sahipleri önceden olduğu kadar tarımsal faaliyet gerçekleştirmemektedir. Ancak bunun yanında tek başına ticaret ve hizmet sektörü ile de ilgilenmemektedir. Ticaret ve hizmet sektörü ile ilgilenen kişilerin bir kısmı emekli, geri kalan kısmı ise hala aktif olarak başka işlerde de çalışmaktadır. Yani bireylerin gelirleri tek başına Cumalıkızık'ta olan işletmelerine dayanmamaktadır.

Kırsal alanlardaki ekonomik yapı temelde tarımsal faaliyetlere dayandığı için çalışma ilişkilerinde tarımsal faaliyetler doğrudan etkili olmaktadır. Cumalıkızık'ta 2008 yılında nüfusun yaklaşık %80 ini tarım ve hayvancılık ile uğraşmaktaydı. Ayrıca Cumalıkızık Bursa'nın kent merkezine yakın olduğu için Cumalıkızık'ta birçok insan kent merkezine gidip çalışmaktaydı. Yani çalışma bağlamında dışarıya göç veren bir

yerdi.<sup>141</sup> Cumalıkızık'ta tarımsal faaliyetlerin ve hayvancılığın yerini ticaret ve hizmet sektörüne bırakması ile beraber çalışma ilişkileri önemli değişimler göstermektedir. Kırsal alanlara özgü olan, kadınların bahçede çalıştığı veya ev içi düzende rol aldığı, erkeklerin ise evin ekonomik sorumluluğunu aldığı yapı Cumalıkızık'ta da bulunmaktaydı. Ancak gelişen süreç içerisinde kadınlar evlerinden dışarı çıkararak birer işletmeciyeye dönüşmüştür. Yapılan görüşmelerde işletme sahiplerinden 15'inin kadın olduğu ve bu ticaret ve hizmet sektörünün doğuşunda kadınların doğrudan etkili olduğu ortaya çıkmıştır. K6 yaşanan süreci şöyle açıklamaktadır:

*“Burada belediye tarafından kurulan büyük bir çadır vardı. Biz 32 kadın bu çadırdaki dönüşümlü olarak tezgâh açıyorduk. 1 yıl sonra baktım böyle olmuyor, 5-6 ay evde oturuyoruz, yaptığımız eriştelere, tarhanalara falan bozulacak. Bende köyün meydanının oradaki ağacın orada tarhana için durdum ama baktım kimse gelmiyor. Sonradan tezgâh ( eski, kullanılmayan bir kapının alt tarafına ayak yaptırıp üstüne örtü örtmüş) yaptırdım. Ardından benimle beraber 2 kadın daha geldi. Biz 3 kişi her cumartesi Pazar tezgâh açıyorduk. O zamanlarda belediye yetkilileri gelip ‘ evlerinizi açın öyle satış yapın’ diyordu biz de ‘bizim evler eski, hem kimse gelmez hem de ayıp’ diyorduk. Ardından belediye yetkilileri bir gün gelip satış yapılan büyük çadırı kaldırdı ve bizlere ‘artık çadır olayı bitti evlerinizde satış yapın’ dedi ve biz de evlerimizi açtık. Öncesinde sadece gözleme satıyorduk, sonrasında kahvaltı, mantı derken bu hale geldi işte.”* Cumalıkızık'ta yaşanan dönüşümde kadınların ve belediye yetkililerinin çok etkili olduğu açıkça görülmektedir. Cumalıkızık'ta gelişen süreç hem dışardan hem de Cumalıkızık'ta bulunan insanlar için istihdam yaratan bir yapıya bürünmüştür. K1 “*Hafta sonu 20, hafta içi 10 kişi çalışıyor*” derken K10 ise “*Hafta içi 23-24, hafta sonu 30-35 kişi burada çalışıyor*” demektedir. İstihdam yaratan bir yer haline gelen Cumalıkızık'ta yaklaşık 10 tane de Suriyeli çalışanın olduğu gözlemlenmiştir. Görüşmeler sırasında Suriyeli çalıştırma nedeni sorusu yöneltildiğinde, bunun gelen turistlerin profilinden dolayı olduğu belirtilmiştir. Çok fazla Arap turist geldiğini ve bu durumda Arapçanın Cumalıkızık'ta çok önemli olduğunu söyleyen işletme sahipleri, Araplarla dil açısından daha rahat anlaşabildiği için Suriyeli vatandaşları çalıştırdıklarını

---

<sup>141</sup> Medine Güleç, a.g.e. , s.40-41

belirtmişlerdir. K1 bu durumu “ *Bir tane Suriyeli çalışanımız var, Arap turistler için aldık. Arap turistler burada çok alışveriş yapıyor...burada Arapça İngilizcenin yerini aldı desek yeridir*” diyerek ifade etmektedir.

Çalışma ilişkilerinde meydana gelen değişim sürecini anlamak için işletme sahiplerine sorulan “ Önceki işinizle şimdiki işinizi kıyaslar mısınız?” sorusuna verilen cevaplar süreci ortaya koymaktadır. Bu soruya K18 “*Bağ bahçe işleri ile ilgileniyorduk, bahçe işi çok ağır, hangi durumda olursanız olun bahçe işi beklemiyor, bahçe işine gitmek zorundasın, ama şimdi en azından daha iyi, evdeyiz*” diye cevap verirken, Bağkur emeklisi olan K12 ise “ *Bu iş zor. Hizmet sektörü azıcık ihmal yaptın mı müşteri gelmiyor, müşteriye her zaman iyi davranmak zorundasın, kötü davranabilirsin ama o zaman da iş bekleme*” diye ifade ederken, K2 “ *Bu iş bayanlara göre, bahçe işleri zor oluyordu, şimdiki işler daha rahat oluyor, burası sabah sekizde açılıyor akşam da yoğunluğa göre kapatıyoruz*” diyerek yaşanan değişimi ifade etmektedir. Geçmiş işleri ile kıyaslandığında kadınların geleneksel anlamdaki ev içi rollerine daha yatkın olduğu ve sosyal hayatta daha fazla buldukları için bu yeni süreçteki çalışmayı daha iyi buldukları görülmektedir. Kırsal alanlara özgü olan, doğa şartlarına göre hareket etme, daha dağınık ve düzensiz saat aralıklarıyla çalışma düzeni, Cumalıkızık'ta ticaret ve hizmet sektörünün öne çıkması ile değişmiştir. K17” *Burası sabah sekiz akşam 6 açıktır*” demekte. Yine K2 de “ *Burası sabah sekizde açılıyor, akşam yoğunluğa göre kapatıyoruz*” diyor. Kırsal alanlarda ticaret ve hizmet sektörünün ön plana çıkması ile beraber çalışma ilişkilerinde belirli saat ve düzen oluşmaya başlamıştır.

Yukarıda verilen örneklerle beraber, araştırmanın kırsal alanda çalışma ilişkileri değişmiş, kadın ve erkek arasındaki iş bölümü kadınların ön planda olduğu bir yapıya bürünmüş ve çalışma hayatında belirli bir saat düzeni ortaya çıkmıştır varsayımı doğrulanmıştır.

### **3.4.3 Uluslararası Kuruluşların ve Medyanın Etkisi**

Kırsal alanların yerel ürünleri, tarihi ve doğal alanları ile tüketim ekonomisine eklemlenmesi sonucunda kırsal alanların popülerliği artmaktadır. Kırsal alanların tüketim ekonomisine eklemlenmesi, yerli ve yabancı birçok turist için uğrak yeri haline gelmesi sürecinde ulusal ve uluslararası kuruluşların etkisi bulunmaktadır. Ayrıca bu

süreçte günümüzde birçok insan tarafından yoğun olarak kullanılan kitle iletişim araçları ile yapılan reklamların etkisi de oldukça yükündür.

Cumalıkızık'ın tüketim üzerinden şekillenmesi ve pazarlanması sürecinde 2000'li yılların başlarında Cumalıkızık'ta çekilen Kınalı Kar dizisinin doğrudan etkisi bulunmaktadır. Cumalıkızık'a turistlerin neden geldiğine yönelik işletme sahiplerine ve Cumalıkızık'ta bulunan yerel halka sorulduğunda gelen cevapların çoğunda Kınalı Kar dizisinin etkisi olduğu görülmüştür. K21 bunu “*Kınalı Kar dizisinden sonra millet burayı görmeye, buraya akın etmeye başladı.*” diye ifade ederken, K7 “*Burayı ünlendiren Kınalı Kar dizisi oldu, dizi için buraya geliyorlar, ondan önce kimse burayı bilmiyordu*” diye ifade etmektedir. Burada öne çıkan diğer bir durum ise Cumalıkızık' a gelen turistlerin profilidir. Cumalıkızık'ta 2002-2005 yılları arasında çekilen ‘Kınalı Kar’ dizisi Cumalıkızık' gelen turist profilinde önemli bir etki yaratmıştır. Bu diziden önce Cumalıkızık'a yabancı turist daha fazla geldiği katılımcılar tarafından belirtilmiştir. K4 “*30 sene evvel yabancı turist geliyordu, çekilen diziden sonra yerli turist gelmeye başladı*” diyerek bu durumu ifade etmektedir. Yani Cumalıkızık'a gelen turist profilinde kınalı kar dizisi önemli bir rol oynamıştır. Ayrıca bu dizinin yanında Cumalıkızık'ta “Ateşten Gömlek, Uzakta Bir Köy Var, Oscancık, Yeniden Doğmak ve Nasreddin Hoca” gibi filmler de çekilmiştir. Kırsal soylulaştırma sürecinde medya ve popülerliğin etkisinin ne denli önemli ve etkili olduğu Cumalıkızık örneğinde de açıkça görülmüştür.

Cumalıkızık, içerisinde barındırdığı tarihi yapılar ve Osmanlı Devleti'nin erken mimari yapısını barındırdığı için 2014 yılında UNESCO'nun Dünya Kültür Mirası listesine girmiştir.<sup>142</sup> Cumalıkızık'a gelen turist profilindeki değişimin önemli bir boyutunu ise Cumalıkızık'ın UNESCO' tarihi ve kültürel mirasına girmesi oluşturmuştur. UNESCO'nun kararından sonra ise Cumalıkızık birçok yabancı turist uğrak yeri haline gelmiştir. K7 bu durumu şöyle ifade ediyor “*... Unesco'nun yerli turist üzerinde bir etkisi olmadı ama yabancı turist sayısı iki katına çıktı. En çok Araplar, Japonlar ve Koreli yabancı turistler geliyor.*” diye ifade etmektedir. K17 bu durumu “*Önceden de Kınalı Kar dizisi olduğu zamanlarda kalabalıktı ama koruma kararından sonra turist sayısı iki katına çıktı. Birçok farklı ilden geliyorlar.*” diye ifade ederken K23

---

<sup>142</sup> Bursa and Cumalıkızık: The Birth Of The Ottoman Empire,  
<http://whc.unesco.org/en/list/1452>(22.06.2019)

“ *Koruma kararından sonra daha çok insan geliyor*” diye ifade etmektedir. Unesco’nun koruma kararından sonra Cumalıkızık’ta turist profilinde önemli bir değişim meydana gelmiştir. Koruma kararı ile beraber Cumalıkızık’ın Osmanlı Devleti zamanındaki yapıları tescillenmiş ve Unesco’nun internet sitesinde yer almıştır. Bu durum özellikle Osmanlı Devleti ile kültürel ve tarihi yakınlığı olan Arap turistlerin Cumalıkızık’a yoğun ilgi göstermelerine neden olmaktadır. Görüşmelerin yapıldığı dönemlerde birçok Arap turist kafilesine rastlanmıştır. Koruma kararından önce Avrupa’dan gelen turist sayısının fazla olduğu, ancak koruma kararı ile beraber Arap turist sayısının arttığı bilgisine ulaşılmıştır. K18 “ *Avrupa’dan çok turist gelmiyor, şu anda Araplar daha çok geliyor.*” diyerek bu durumu ifade etmektedir. K20 ise bu durumu “ *Buraya en çok Araplar geliyor. Osmanlı’nın tarihi için geliyorlar. Burası bir Osmanlı köyü.*” diyerek ifade etmektedir.

Kırsal alanların pazarlanması ve tüketim ekonomisine eklenmesi sürecinde günümüzde çok yoğun olarak kullanılan internet ve daha da özelden sosyal medya reklamlarının etkisi oldukça yüksektir. Cumalıkızık’ta bulunan işletmelerin, reklam verip vermediğine yönelik “ *Yazılı, görsel veya sosyal medyaya reklam veriyor musunuz?*” sorusuna verilen cevaplar ışığında Cumalıkızık’ta bulunan birçok işletmenin reklam verdiği anlaşılmıştır. K1 “ *İşletmenin kendi adına internet sitesi var, bunun yanında google, facebook ve instagrama reklam veriyoruz. Ayrıca gezi ve kahvaltı sitelerine reklam veriyoruz. Reklam maliyeti ortalama bir ayda 3500-4000 lira.*” derken, K10 ise “ *Google, facebook, instagram ve metroya ( Bursa’da şehir içinde kullanılan) reklam veriyoruz*” diyerek verdiği reklamları ifade etmektedir. K8 ise verdiği reklamları “ *Facebook ve panorama üzerinde reklam veriyoruz. Ayda ortalama 500 lira reklam veriyoruz*” diyerek ifade ederken, K11 ise “ *7 aydır, facebook, instagram ve radyoya reklam veriyoruz*” diyerek ifade etmektedir.

Kırsal soylulaştırma sürecinde kırsal alanların yerli ve yabancı turistler tarafından bir uğrak yeri hale gelmesinin sebepleri arasında kırsal alanları ‘doğa ile iç içe olma ve yeşil alanları’ içerisinde barındırması öne çıkmaktadır. K14 bu durumu “ *Turistler buraya tarihi görmeye geliyorlar, yeşilliği ve havası için geliyor*” diye ifade ederken K15 “ *Tarihi yerleri, evlerin daşlarını görmeye geliyor turistler*” diye ifade etmekte iken, K10 ise “ *Doğa ile iç içe, turistler bu yüzden geliyor*” diye açıklamaktadır.



Görüşmelerde elde edilen bilgilere ve yapılan gözlemlere göre kırsal alanlarda artan turizm faaliyetlerinde uluslararası kuruluşların ve medyanın doğrudan etkisi olduğu görülmüştür. Ayrıca kırsal soylulaştırma sürecinde kırsal alanların pazarlanmasında öne çıkan ‘ doğaya yakın olma, yeşilliğin içinde olma ve tarihe yakın olma’ gibi isteklerin Cumalıkızık’ta da etkili olduğu görülmüştür.

Cumalıkızık’ta meydana gelen değişim sürecinde işletme profillerinde de önemli bir değişim gözükmemektedir. Cumalıkızık’ta açılmış olan işletmelerin birçoğu önceki süreçte profesyonel işletmeci hatta işletmeci kimliğinden bile uzakta durmaktadır. Cumalıkızık’ta yaşayan yerel insanların oluşturduğu basit Pazar geleneğinin oluşturulduğu bir ticaret hayatı bulunmaktadır. Ancak gelişen süreç içerisinde Cumalıkızık’taki işletmelerin daha profesyonel hale getirildiği ve Cumalıkızık’ın profesyonel işletmeciler açısından bir cazibe merkezi haline geldiği gözlemlenmiştir.

Bu süreçte 3 ayrı işletmeci profilinden bahsetmek mümkün. Birincisi herhangi bir eğitim almadan işletmecilik yapanlar. Satış yapabilmek için herhangi bir eğitim aldınız mı? sorusuna K11 “*Herhangi bir eğitim almadım, yabancı dilim yok ama turistler için İngilizce menümüz var*” diye cevap verirken, K12 “*Eğitim almadık, en büyük sorunda o zaten. Köylü bir insanın gidip te onu öğrenmesi kolay değil, gelen turistlerle oğlanlar ve tur rehberleri sayesinde anlaşıyoruz*” diye cevap vermektedir. İkinci işletmeci profilini ise, Cumalıkızık’ın UNESCO’ya adaylık sürecinde belediye tarafından Cumalıkızık’a gelen kurslara giden kişiler oluşturmaktadır. Sorulan eğitim sorusuna K5 “*Hijyen, Pansiyonculuk ve Arapça kurslarına gittim, yabancı turistlerle ise ‘Google Translate’ üzerinden anlaşıyoruz.*” diye cevap verirken, K22 “*Otelcilik ve hijyen kurslarına gittim*” diye cevaplamaktadır. Aynı soruya K2 “*İngilizce, Arapça, bilgisayar, ahşap ve hijyen kurslarına gittim*” diye yanıt verirken K18 “*İngilizce ve arapça kursuna gittim*” diye yanıtlamaktadır. Üçüncü işletmeci profilini ise Cumalıkızık’ta bulunan diğer işletmelere göre işletmeciliği daha profesyonel olarak yapanlar oluşturmaktadır. Bu işi yapabilmek için herhangi bir eğitim aldınız mı sorusuna K9 “*Ben iletişim fakültesi mezunuyum. Ayrıca pansiyonculuk kurslarına gittim üniversiteden kalan İngilizcem de bulunmakta*” diye cevaplarırken K20 “*Uludağ Üniversitesi işletme mezunuyum. İngilizce, Arapça ve Japonca biliyorum*” diye yanıtlamaktadır. Aynı soruya K1 “*Anadolu Üniversitesi muhasebe mezunuyum. Üniversitede turizm dersleri gördüm, ayrıca yabancı dilim de*

orta” diye cevaplandırmakta iken K14 “ *Üniversitede muhasebeden mezun oldum. Üniversiteden aldığım yabancı dilimde var.*” diye yanıtlamaktadır.

Cumalıkızık'ta yapılan görüşmeler ve gözlemler sonucunda işletme profilinde profesyonelleşmenin başladığı görülmüştür. Bu süreçte işletmelerini daha profesyonel şekilde yönetenlerin daha fazla müşteri çektiği gözlemlenmiştir. Cumalıkızık'ta ki işletmelerde bulunan ve kırsal alanların tanımlamalarında genelde kullanılan “samimiyet” yerini “profesyonelleşmeye” bırakmıştır.

#### **3.4.4 Kırsal Soylulaştırma Sürecinde Geleneklerin Değişimi**

Kırsal alanların tüketim ekonomisine dâhil edilmesi ve pazarlanması sürecinde kırsal alanların gelenek ve göreneklerinde önemli değişimler olmaktadır. Kırsal alanlara dışarıdan/yabancı insanın gelip gitmesi kırsal alanlardaki geleneksel değerlerde değişikliklere neden olmuştur. Bu durumu K6 “ *Biz eskiden kapının ipini sağ tarafa bıraktığımızda evde olduğumuzu, sol tarafına bağladığımızda evde olmadığımızı, eğer kapının önünde sopa var ise ‘bahçedeyim akşama anca gelirim’ diyerek komşularımızla anlaşırđık. Ama şimdi kapılarımızı kilitliyoruz çünkü dışardan çok fazla yabancı geliyor.*” diyerek ifade etmektedir. Yabancıların Cumalıkızık'a gelip gitmesi ile ilgili değişimi K4 “*Önceden yabancı yoktu, o yüzden evlerin kapılarının falan açıldı ama şimdi çok fazla yabancı gelip gidiyor. Bu yüzden kapılarımızı kilitliyoruz.*” diyerek ifade etmektedir.

##### **3.4.4.1 Muhafazâkar Yapı**

Cumalıkızık eski bir Osmanlı köyü olması itibari ile Osmanlı devletinin geleneklerini yansıtan bir yapıya sahiptir. K2 “*Dışarıdan gelen misafir eğer erkek ise kapıda bulunan büyük tokmağı vururdu ve kapıyı erkek açardı, gelen misafir eğer kadın ise küçük tokmağı vururdu ve kapıyı evde bulunan kadın açardı.*” diyerek Osmanlı adetlerinin yakın geçmişe kadar devam ettiğini belirtmektedir. Ancak özellikle hizmet ve ticaret faaliyetlerinin yaygınlaşmasıyla bu gelenekler anlamını yitirmiştir.

Kırsal alanların kendi içerisinde ayrı bir yapıya sahip olması, dış dünya ile bağlantısının çok olmaması ve kapalı bir durumda olması durumu Cumalıkızık'ta da geçerli bir durumdur. Ancak gelişen süreçte bu gelenekte önemini yitirmiştir. K9 bu durumu “*Önceden burası çok kapalı bir köydü. Turistik olmaya başladıkça muhafazakâr*

yapı ortadan kalktı.” diyerek ifade ederken, K12 ise “Burada bu işler ilk yapılmaya başlandığında millet isyan etti, erkekler geliyor kadınlarla konuşuyor diye...ticaretle beraber muhafazakarlık bitti” diyerek ifade etmektedir. K1 ise bu durumu şu şekilde açıklamaktadır “Bu köy aşırı kapalı idi. Buraya ilk geldiğimiz yıllarda burada yaşayan insanlar buraya gelen insanlara ‘ niye geldiniz, ne işiniz var, gelmeyin istemiyoruz’ diyordu. Bu durum köydeki diğer insanlarda hizmet sektörüne geçince ortadan kalktı, ama bu sefer de köydeki rekabetten dolayı komşuluk ilişkileri bozuldu.”

#### **3.4.4.2 Komşuluk İlişkileri**

Cumalıkızık'ta meydana gelen değişim süreci ile beraber insan ve komşuluk ilişkilerinde önemli değişimler meydana gelmiştir. Cumalıkızık'ta ticaretle beraber değişen durumu K5 “İnsanlar birbirinden uzaklaştı, önceden bir kilo ahududun var ise komşunla paylaşım vardı şimdi ise o bir kılunun hepsini satmak için tezgâha koyuyor” diyerek açıklamaktadır. K15 ise bu durumu “ Komşulukta, insanlıkta değişti, her şey para oldu. Önceden komşular birbirine gider gelirdi, yoğurdun, yumurtan varsa verir paylaşırdın. Şimdi her şey para oldu.” diyerek ifade etmektedir. Komşuluk ilişkilerinin değişimini K7 “ Kahvaltı yerleri açıldıktan sonra herkes kendi işine yöneldi. Samimiyet koptu, öncesinden akrabalarla ve dostlarla samimiyet vardı, şu anda komşuluk ilişkilerinde çekememezlik var o yüzden komşuluk ilişkileri pek kalmadı” diyerek açıklamaktadır. Ticaret ile uğraşılmaya başlanması ve insanların birbiriyle ticari rekabete başlaması sonucunda Cumalıkızık'ta komşuluk ilişkilerinin zedelendiği açıkça görülmektedir. Bu süreçte işletmelerde oluşan iş yoğunluğunun da bu durumda etkili olduğu gözlemlenmiştir. Ayrıca yoğun çalışmanın yarattığı etkiye değinen K2 bu durumu “Ne bayram ne seyran her zaman çalışıyoruz” diyerek ifade ederken K19 ise “Bayramda bile çalışıyoruz, çoğu şeyi kaçırıyoruz” diyerek açıklamaktadır. Cumalıkızık'ta bulunan bazı kadınlar komşuluk ilişkilerini yaşatmak ve canlandırmak için küçük gruplar halinde ‘gün’ düzenlemektedir.

#### **3.4.4.3 Kadın Erken İlişkileri**

Cumalıkızık'ta açılan kahvaltı işletmelerinin çoğunu kadınlar çalıştırmaktadır. Kadınların ev içinde kapalı bir yapıdan çıkıp iş hayatına girmesinin de bazı sonuçları olmuştur. K21 bu durumu “ Eskiden erkekler çalışırdı kadınlar evde otururdu, şimdi kadınlar çalışıyor para kazanıyor. Paralar kadının cebine giriyor. Çoğu kadın kocasına

*harçlık veriyor.”* diyerek açıklarken K14 ise “ *Daha önceden erkeklerin sözü geçiyordu, şimdi erkekler kahvede oturuyor kadınlar çalışıyor*” diye ifade etmektedir.

### 3.4.5 Cumalıkızık'ta Yeni Sorunlar

Cumalıkızık'ta meydana gelen değişim süreci ile beraber ortaya çıkan önemli sorunlardan biri ‘yerellik sorunsalıdır’. Kırsal alanların birçok ögesinin kentlerde oturan bireylere pazarlanması sürecinde öne çıkan en önemli unsur ‘köy kahvaltısıdır’. Kırsal alanda bulunan arazilerde kişilerin kendisinin yetiştirdiği ve doğallığı ile öne çıkan klasik bir köy kahvaltısı, kentlerde oturan bireyleri kırsal alanlara çekmek için kullanılan en önemli araçtır. Cumalıkızık'ta oluşan ticari yapı ile beraber kahvaltıda kullanılan birçok ürünün Cumalıkızık'ta yaşayan kişiler tarafından yapılmadığı, Bursa merkezde bulunan toptancılardan satın alındığı bilgisine ulaşılmıştır. Artan yoğunluğu yetişemeyen Cumalıkızık işletmelerinden birinin sahibi olan K15 bu durumu “ *Kendi malın yetişmeyince mecburen alıyon*” diyerek ifade etmektedir. Cumalıkızık'ta yapılan görüşmelerde elde bilgilere göre, kahvaltıda kullanılan süt, süt ürünleri ve zeytin gibi ürünler dışarıdan toptan olarak temin edilmektedir. Bunun yanında kahvaltıda verilen reçellerin çoğu kadınlar tarafından yapılmaktadır. Ayrıca kahvaltıda müşterilere sunulan meyveler de Cumalıkızık'ta yaşayan kişiler tarafından yetiştirilmektedir. K3 bu durumu “ *Süt ve süt ürünlerini falan dışardan, geriye kalan tarhana, mantı, erişte ve reçelleri kendimiz yapıyoruz*” diyerek açıklarken, K18 “*Peynirleri marketten alıyoruz, reçeller ve hamur işlerini kendimiz yapıyoruz*” diyerek ifade etmektedir. Kahvaltı ürünlerinin yanında turistik alanda satılan hediyelik eşyalar da Cumalıkızık'ta birçok işletmede ve ayrıca Cumalıkızık'ın girişinde bulunan satış tezgâhlarında satılmaktadır. Ancak bu ürünlerin neredeyse tamamı, farklı toptancılardan satın alınıp satış için tezgâhlara konulmaktadır. K23 bu durumu “ *Magnetleri kendim yapıyorum, geriye kalan ürünlerin (hediyelik eşyaları göstererek) Bursa'dan toptancıdan alıyoruz*” diyerek açıklamakta iken K2 “ *Hediyelik eşyaların hepsi toptan. Önceden ahşap kursuna gittiğim için boyama falan yapıyordum ama işler artınca yetiştiremiyorum, hangi birine yetişeyim*” diyerek açıklamaktadır.

Kırsal alanlara özgü birçok unsurun kentli bireylere “yerel/doğal” miti üzerinden pazarlanması sürecinde Cumalıkızık'ta bulunan işletmelerin ürünleri yoğunluğa bağlı

olarak toptan bir şekilde temin ettiği ve yerelliğin/doğallığın sadece müşteri çekmek için bir vurgu olarak kullanıldığı görülmektedir.

Ticaretin öne çıkması ile beraber Cumalıkızık'a birçok yerli ve yabancı turistin gelmesi Cumalıkızık'ta bir güvenlik problemini ortaya çıkarmıştır. Cumalıkızık'a dışarıdan birçok yabancı insanın gelişi ile beraber artan hırsızlık olayları ile beraber kentsel alanlara ait güvenlik kameraları Cumalıkızık'ın birçok sokağında ve işletmelerde bulunmaktadır. K14 bu durumu "*Köyde hırsızlık olayları son 4-5 yılda çok arttı*" diyerek ifade ederken K1 "*Burada her yerde güvenlik kamerası var*" diyerek açıklamaktadır. K5 ise yapılan görüşme sırasında işletmeye güvenlik kamerası taktırmayı düşündüğünü belirtmektedir. Yapılan gözlemler sonucunda Cumalıkızık'ın belirli alanlarında güvenlik kameralarının olduğu görülmüştür.

Cumalıkızık'ta önceden olmayan ancak açılan işletme sayısının artması ve turistlerin Cumalıkızık'a yoğun ilgi göstermesi ile beraber gürültü kirliliği problemi ortaya çıkmıştır. Cumalıkızık'ta artan turist sayısı ile beraber önceden 3 olan otopark sayısı şu anda 7 ye çıkmış durumda. Pazar günleri 7, cumartesi 3, hafta içi de 2 otopark tam kapasite ile çalışmaktadır. Özellikle hafta sonları yaşanan bu aşırı yoğunluk beraberinde ciddi anlamda bir gürültü problemini de beraberinde getirmektedir. K2 bu durumu "*Eski sessizliği kalmadı, aşırı kalabalık*" diyerek ifade ederken K18 ise "*Bazen hastalarımız olduğunda dinlenemiyorlar gürültüden, hafta sonu çok gürültü oluyor*" diyerek açıklamaktadır. K5 ise Cumalıkızık'ta yaşanan yoğunluğu "*Biz bazen rahatsız oluyoruz. Hafta sonu köyün içine araba girmiyor çok kalabalık oluyor diye, ben de mecburen yürümek zorunda kalıyorum. ( Ev ile indiği yer arasında yaklaşık 1 kilometre bulunmaktadır.)*" diyerek açıklamaktadır.

Cumalıkızık mimari yapısı ile evlerin birbirine yakın olarak konumlandığı ve sokakların dar olduğu bir yerleşim yeridir. Bu durum özellikle araçların sokaklardan geçişini zorlaştırıcı bir etkidir. İşletmelerin önlerinde tezgâhların açılması ile beraber sokaklar, daha dar hale gelmiş ve özellikle büyük araç geçişinin zor olduğu bir yapıya bürünmüştür. Bunun yanı sıra Cumalıkızık'ın alt girişinde bulunan geniş alanın tamamen tezgâhlarla dolu olması büyük araçlar için ciddi problemler oluşturmaktadır. Cumalıkızık'ın evlerinde ve işletmelerinde kullanılan malzemelerin yapısı yangın

durumunda çok hızlı bir yayılma riskini taşımaktadır.<sup>143</sup> Cumalıkızık'taki yangın durumunu K18 “*Biz iki defa yangın olayı atlattık, bu sıkışık sokaklardan doğru düzgün itfaiye bile geçemez, tezgâh cehennemi oldu gitti. Her yerde buzdolabı var, aşırı yüklenmeden dolayı elektrikten yangın çıktı geçen sene*” diyerek ifade etmektedir. Cumalıkızık'ta bu önemli sorunun çözümüne yönelik olarak birçok işletmede yangın tüpünün bulunduğu ve ayrıca Cumalıkızık'ın dar sokaklarından geçebilecek 2 tane itfaiye römorkunun olduğu gözlemlenmiştir.

---

<sup>143</sup> Detaylı bilgi için: Nilüfer Akıncıtürk, 700 Yıllık Cumalıkızık Köyü Yapısal Sorunlarının Fiziksel Boyutu, U.Ü. Mühendislik-Mimarlık Fakültesi Dergisi, C.7, s.1(2002).

## SONUÇ

Bu çalışmada küreselleşme sürecinde kırsal alanlarda meydana gelen değişim süreci ele alınmıştır. Bu çalışmanın temelinde küreselleşme sürecinde kırsal alanların tüketim ekonomisine eklenmesi sonucunda kırsal alanlarda meydana gelen fiziki ve sosyo kültürel yapılarda meydana gelen değişim sürecini açıklamak yatmaktadır. Bu kapsamda çalışmada öncelikle konuya yönelik olarak literatür taraması yapılmıştır.

Birinci bölümde tüketimin tarihsel süreçteki anlamları üzerinde durulmuştur. Tarım toplumunda bireyler, tarım arazilerindeki bölünme ve merkezîyetçi yapının etkisi ile ihtiyacı kadar üretmekte ve sınırlı bir tüketim gerçekleştirmektedir. Ancak sanayi devrimi ile üretimde makinelerin kullanılmaya başlanması, üretim mekânlarının fabrikalar olmaya başlaması, önceki dönemlerle kıyaslandığında tüketimde bir artış meydana getirmiştir. Sanayi döneminde uygulanan üretim modelleri üretimde verimlilik artışı yaratmış ve bunun sonucunda tüketimde de artış meydana gelmiştir. 1980'li yıllardan itibaren etkisi yoğun olarak hissedilen küreselleşme ise, üretim ve tüketim kavramlarının yeniden değerlendirilmesine neden olmuştur. Küreselleşme süreci ile beraber üretim ve tüketimde önemli değişimler meydana gelmiştir. Bu süreçte kitle iletişim teknolojilerinde meydana gelen değişimler tüketimin boyutunu değiştirmiştir. Tüketimin giderek ön plana çıkması beraberinde tüketim toplumu tartışmalarını getirmiştir. Tüketim toplumunda bireyler kendilerini tüketim üzerinden ifade etmektedir. Bu süreçte tüketilen ürünler bireylerin bir ihtiyacını gidermenin ötesinde, bir statü göstergesi haline gelmiştir. Bireylerin kendini tüketim üzerinden ifade ettiği ve tüketimin ön planda olduğu süreçte kentler tüketimin merkezi haline gelmiştir.

İkinci bölümde küreselleşme süreci ile beraber tüketimin merkezi haline gelen kentler ve gelişen süreçte tüketim ile öne çıkmaya başlayan kırsal alanların değişimi incelenmiştir. Sanayi döneminde fabrikaların ve fabrika çevrelerinde bulunan işçi mahallelerini içeren kentler, ikinci dünya savaşı ile beraber önemli fiziki değişimler geçirmeye başlamıştır. Bu süreçte ikinci dünya savaşının yarattığı etkiler (yoksulluk, işsizlik, üretim ve tüketim dengesinin bozulması vb.) kentlerden silinmeye çalışılmış ve

kentler bu amaç doğrultusunda dizayn edilmiştir. 1980’li yıllarda ise etkisi yoğun olarak hissedilen küreselleşme, kentlerdeki fiziksel değişimi daha kapsamlı hale getirmiş ve kentlerin çehresi değişmiştir. Küreselleşme süreci ile beraber kentsel alanlar tüketim ekonomisinin merkezi haline gelmiştir. Küreselleşme süreci ile beraber ilk önce tüketim üzerindeki zaman ve mekân baskısı ortadan kalkmıştır. Tüketim gerçekleştirmek için belirli bir zaman diliminde belirli bir mekânda olma durumu, kitle iletişim araçlarındaki gelişmeler ve tüketimi kolaylaştırıcı araçların yoğun olarak kullanılması ile birlikte ortadan kalkmıştır. Tüketim üzerinde zaman ve mekan baskısının kalkması ile beraber kent merkezlerinde tüketim ekseninde önemli değişimler gerçekleşmiştir. Kent merkezlerinde Alışveriş Merkezleri ve boş zaman kavramları öne çıkmaya başlamıştır. Kent merkezlerinde özel olarak tasarlanmış alışveriş merkezleri, bireylerin tüketim gerçekleştirdiği alanlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Tüketim ile kendini ifade eden bireylerin, ön planda olduğu bir yapıda bireyler alışveriş merkezlerinde sadece tüketim gerçekleştirmemektedir. Bireyler alışveriş merkezlerinde iş dışında olduğu zamanını yani boş zamanını geçirmektedir. Bu süreçte alışveriş merkezleri bireylerin tüm zamanının geçirebilmesi için özel olarak tasarlanmış ve bireylerin birçok ihtiyacına cevap veren bir yapıya bürünmüştür. Küreselleşme süreçleri ile beraber kentsel alanlar tüketimin merkezi haline gelmiştir. Tüketimin kentsel mekânlarda ön plana çıkma sürecinde günümüzde özellikle yerel ürünler de öne çıkmaya başlamıştır. Yerel ürünler, kentte yaşayan bireylere nostalji üzerinden pazarlanmakta ve tüketim ekonomisine dahil edilmektedir. Yerel ürünlerin tüketim ekonomisine dâhil edilmesi gelişen süreçte kırsal alanların birçok unsurunun tüketim ekonomisine dâhil edilmesine neden olmuştur. Bu süreçte öncelikle kentsel alanlarda meydana gelen fiziksel ve sosyo kültürel değişimi açıklamak için kullanılan soylulaştırma hareketleri, gelişen süreçte kırsal alanlarda toplumsal değişimleri de açıklamak için kullanılmaya başlanmıştır. Kent merkezlerinde meydana gelen fiziksel bozulmalar, kent merkezinde yenileme sürecinde demografik yapının değişmesini ve sosyo kültürel yapıların değişime uğramasını açıklamak için kullanılan soylulaştırma kavramı, kırsal alanların kendine özgü yapısında farklı etkiler yaratmaktadır. Kırsal alanlarda meydana gelen mimari ve sosyal yapıların değişimini açıklamak için kırsal soylulaştırma kavramı kullanılmaktadır. Kırsal soylulaştırma sürecinde kırsal alanlar tüketim üzerinden şekillenmektedir. Kırsal alanlara gelen turistlerin yoğunluğuna bağlı olarak kırsal mimari yapı özgünlüğünü yitirmektedir. Bu



süreçte mimari yapıların yanında özellikle kırsal çalışma ilişkilerinde ve insan ilişkilerinde önemli değişimler meydana gelmektedir.

Çalışmanın Üçüncü bölümünde kırsal soylulaştırma sürecinde kırsal alanlarda meydana gelen değişim sürecini açıklayabilmek adına Cumalıkızık'ta (Bursa) nitel bir alan araştırması gerçekleştirilmiştir. Kırsal alanların tüketim ekonomisine dâhil edilmesi sonucunda kırsal alanlarda; mimari yapı, çalışma ilişkileri, yabancı algısı, kadın erkek ilişkileri ve komşuluk ilişkilerinin değiştiği varsayımları ile Cumalıkızık'ta bulunan işletme sahipleri ile derinlemesine mülakat tekniği ile yarı yapılandırılmış sorularla yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Yapılan görüşmelerde özetle şu sonuçlara ulaşılmıştır:

Cumalıkızık'ta nüfus yoğunluğuna bağlı olarak mimari yapıda önemli değişimler meydana gelmiştir. Önceden ahır, samanlık, sebze ve meyve yetiştirilmek için kullanılan alanlar günümüzde, turistlere satış yapmak için kullanılan alanlar haline gelmiştir. Kapalı bir yapıda tasarlanan ve dışarıdan geçen insanların evin önünü görmesini engellemek için yapılan yüksek duvarların hâkim olduğu mimari yapı önemini yitirmiş, evlerin kapıları ev sahipleri (işletme sahipleri) tarafından sonuna kadar açılmıştır. Kırsal mimarinin dönüşüm sürecinde kentli bireylerde nostalji yaratmak için birçok evde eski tip radyolar, gramofonlar ve süs eşyaları, gelen turistlerin görebilceği yerlere yerleştirilmiştir.

Cumalıkızık'ta tarımsal faaliyetler ve hayvancılık ekonomik yapıyı belirlemekteydi. Ancak Cumalıkızık'ın popüler bir yer haline gelmesi ve turistler için bir uğrak yeri olması, hayvancılığı yok olma durumuna getirmiş, tarımsal faaliyetlerin ise önemini yitirmesine neden olmuştur. Cumalıkızık'ta ki ekonomik yapıda hizmet sektörü ön plana çıkmıştır.

Kırsal alanlarda, nüfus yoğunluğunun az olması ve yakın ilişkilerin olması sebebi ile komşuluk ilişkileri gelişmiştir. Ancak Cumalıkızık'ta gelişen süreç komşuluk ilişkilerini olumsuz etkilemiştir. Rekabetin yoğun olması ve satış için ara sıra çıkan tartışmalar komşuluk ilişkilerini aşındırmıştır. Birçok komşunun birbiri ile kavgalı olduğu, satış için çıkan tartışmalarda bazen jandarmanın müdahale ettiği, komşuluk ilişkilerinde “komşudan fazla satış yapabilmek” ve “daha fazla para kazanmak” önemli hale gelmeye başladığı görülmektedir.

Çalışma ilişkilerinde esnek saatlerin olduğu ve doğa şartlarına bağlılığın ön plana çıktığı kırsal alanlarda, ticaretin ön plana çıkması ile çalışma ilişkileri değişmiştir. Cumalıkızık'ta evler, sabahın belirli saatlerinde açıldığı, günün belirli saat aralığında yoğunluğun olduğu ve akşam belirli saatlerde kapatıldığı bir işletmeye dönüşmüştür. Bu işletmelerde önceden ev içindeki düzende rol oynayan kadınlar ön plana çıkmaktadır. Cumalıkızık'ta bulunan işletmelerin birçoğunun işletmecisi kadınlardır. Kadınlar, evlerin bir işletmeye dönüşmesi ile beraber çalışma hayatına doğrudan "patron" olarak girmiştir. Küreselleşme sürecinde kırsal soylulaştırma süreci ile birlikte Cumalıkızık'ta farklı alanlarda önemli değişimler yaşanmıştır.

## KAYNAKÇA

AGCADAĞ, İpek, Kentleşme Sürecinde Tüketim: Antalya Semt Pazarları Örneği, (Yüksek Lisans Tezi), Antalya: Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2011

AKALIN, Mehmet, “Kentsel Dönüşümün Karanlık Yüzü: Soylulaştırma, Yerinden Edilme ve Mekânsal Dışlanma”, Bartın, Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, C.7, S.14(2016), s.298.

AKINCITÜRK, Nilüfer, 700 Yıllık Cumalıkızık Köyü Yapısal Sorunlarının Fiziksel Boyutu, U.Ü. Mühendislik-Mimarlık Fakültesi Dergisi, C.7, s.1(2002).

ALPER, Yusuf, “Küreselleşme ve Küreselleşmenin Sosyal Sorunları”, *Sosyal Politika*, Edt: Aysen Tokol-Yusuf Alper, 4.b. , Bursa: Dora, 2013

ALTUNTUĞ, Nevriye, “Geleneksel Tüketim Olgusunun Kırılma Noktası: Yeni Bir Tüketim Paradigmasına ve Tüketici Kimliğine Doğru”, Isparta, Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, C.2, S.2(2010), s.113-114.

ASLANOĞLU, Rana, *Kent Kimlik Küreselleşme*, 2.b. , Bursa: Ezgi Kitabevi, 2000

AYTAÇ, Ömer, “Boş Zaman Üzerine Kuramsal Yaklaşımlar”, Elazığ, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, C.12, S.1(2002), S.233-246.

BAŞTAYMAZ, *Tahir Yeni Toplum İyi Toplum*, Bursa: Dora, 2016

BAŞTÜRK, Şenol, “Bir Olgu Olarak Küreselleşme”, Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, C.3, S.2(2001)

BAUDRİLLARD, Jean, *Tüketim Toplumu*, çev: Hazal Deliçaylı-Ferda Keskin, 10. b. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1970

BAUMAN, Zygmunt, *Küreselleşme*, çev: Abdullah Yılmaz, 2.b. , İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2006

BAYHAN, Vehbi, Tüketim Toplumunda Bireyin Ontolojik Mottosu: Tüketiyorum Öyleyse Varım, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Konferansları Dergisi, s.221248.

BIÇKI, Doğan, *Kent(te) Yoksulluk Ayrışma ve Yaşam Kalitesi*, Bursa: Dora, 2015

BLEKESAUNE, Arild vd. , “Dreaming of Smallholding”, *Sociologia Ruralis*, C.50, S.3(2010), s.225.

BOCOCK, Robertson, *Tüketim*, çev: İrem Kutluk, Ankara: Dost Kitabevi, 1992

BOZKURT, Veysel, *Endüstriyel&Post-Endüstriyel Dönüşüm*, Bursa: Ekin Kitabevi, 2006

COŞKUN, Saliha, *Küreselleşme Sürecinde Tüketim Toplumu ve Tüketim Kültürü*(Yüksek Lisans Tezi), Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2011

ÇEKEN, Hüseyin vd. , “Kırsal Kalkınmada Yeni Bir Yaklaşım Kırsal Turizm ve Türkiye’ye Yönelik Teorik Bir Çalışma, Artvin, Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, S.8(2007), s.6-7.

ÇEKER, Ali, BELGE, Rauf, “İstanbul’da Kentsel Dönüşüm Kapsamında Gerçekleşen Bir Olgu: Soylulaştırma”, İstanbul, Türk Coğrafya Dergisi, S.65(2015), s.79.

ÇELİK, Nejla, *Küreselleşmenin Türk Toplumunun Tüketim Alışkanlıkları Üzerindeki Etkisi*, (Yüksek Lisans Tezi), Afyonkarahisar: Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2013,

ÇOLAK, Okan, *Turistik Ürün Çeşitlendirme Kapsamında kırsal Turizm ve Kırsal Turizm İşletmeciliği: Şirince Örneği*( Yüksek Lisans), Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2009

DAVIDSON, Mark, LEES Loretta, “New-Build ‘Gentrification’ and London’s Riverside Renaissance”, *Environment and Planning A*, C.37, Y.2005, s.1170.

DİKİCİ, Erkan, ‘‘Tüketim Algısındaki Değişim: Kitle İletişim Araçları ve Tüketim İlişkisi’’, *Gümüşhane, Journal of Social Sciences and Humanities*, C.1, S.1, 2017, s.60

DİNÇER Yüksel, DİNÇER İclal, “Historical Hertage-Censervation- Restoration in Small Towns and Question of Rural Gentrification in Turkey”, 15th ICOMOS General Assembly and International Symposium: ‘Monuments and sites in their setting - conserving cultural heritage in changing townscapes and landscapes’, Xian, 2005, s.3.

ERGÜN Nilgün, “Gentrification İn İstanbul”, *Cities*, C.21, S.5(2004), s.391.392.

FEATHERSTONE, Mike, *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*, çev: Mehmet Küçük, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1996

FREYER, Hans, *Sanayi Çağı*, çev: Bedia Akarsu-Hüseyin Batuhan, 2.b. , Ankara: Doğu Batı Yayınları, 2018

GIDDENS, Antony (a), *Modernliğin Sonuçları*, çev: Ersin Kuşdil, 5.b. , İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2012

- GIDDENS, Anthony (b), *Elimizden Kaçıp Giden Dünya*, çev.Osman Akınhay, İstanbul: Alfa Yayınları, 2000
- GIDDENS, Anthony (c), *Sosyoloji*, çev: Hüseyin Özel, İstanbul: Kırmızı Yayınları, 2013
- GOTTDINER, Mark, *Post Modern Göstergeler*, çev: Erdal Cengiz vd. , Ankara: İmge Kitabevi, 2005
- GÜÇLÜ Sevinç, “Mekân Sosyolojisi ve Kentsel Mekân”, *Sosyo-Kültürel Farklılık ve Alaşım Mekânları*, Edt: Neslihan Sam, Rıza Sam, Bursa: Ezgi Kitabevi, 2.b. , 2014
- GÜLEÇ, Melda Medine, “700 Yıllık Tarihi Geçmişe Sahip Bursa Cumalıkızık Köyü Alan Araştırmasının Sosyolojik Analizi”, Bursa, U.Ü. Fen-Edebiyat Fakültesi S.B.D., 12, 20(2011), s.42.
- GÜNEŞ, Şerife, “Küreselleşme, Kent ve Kültür”, *İdeal Kent*, S.3(2011), s.51-55.
- HACWORTH Jason, SMITH, Neil, “The Changing State Of Gentrification”, *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, C.92, S.4(2001), s.465-468.
- HAMNETT,Christopher, WILLIAMS Peter R. , “Social Change İn London A Study of Gentrification”, *Urban Affairs Quarterly*, C.15, S.4(1980), s.472-473.
- HARVEY, David, *Postmodernliğin Durumu*, çev: Sungur Savran, 3.b, İstanbul: Metis Yayınları, 2003
- HAYTA, Yasemin, “Kent Kültürü ve Değişen Kent Kavramı”, Bitlis, Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, C.5, S.2(2016), s.179.
- HELD, David, ANTHONY McGrew, “Büyük Küreselleşme Tartışması”, *Küresel Dönüşümler*, Edt:David Held, Anthony Mcgrew, çev: Ali Rıza Güngen vd. , Ankara, Phoenix Yayınevi ,2008
- HUBERMAN, Leo, *Feodal Toplumdan Yirminci Yüzyıla*, çev. MuratBelge,18.b. ,İstanbul: İletişim Yayınları, 2017
- İÇLİ, Gönül, “Küreselleşme ve Kültür”, Sivas, C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi, C.25, Sayı 2(2001), s.163-172.
- KARANFİL, Neval, *Tüketim Kültürü ve Davranışı Üzerine Etkisi (Doktora Tezi)* , Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2015
- KELEŞ, Ruşen, *Kentleşme Politikası*, 12.b. , Ankara: İmge Kitabevi, 2012

KOÇ, ALİ “İstanbul’da Yaşanan Mekansal Dönüşümler Bağlamında Soylulaştırmanın Yeniden Konumlandırılması”, Kırıkkale, Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, C.1, S.1(2015) , s.92.

LEY, David, “Alternative Explanations For Inner-City Gentrification: A Canadian Assessment” Annals of the Association of American Geographers, C.76, S.4(1986) s. 524-525.

MARSDEN, Terry, “Rural Futures: The Consumption Countryside and its Regulation”, Sociologia Ruralis, C.39, S.4(199), s.502-506.

MEDER, Mehmet, ÇİÇEK Zuhâl, “Çağdaş Toplumda Kent ve Kentsel Mekânların Tüketimi”, *Sosyo-Kültürel Farklılık ve Alaşım Mekânları*, Edt: Neslihan Sam, Rıza Sam, Bursa: Ezgi Kitabevi, 2.b, 2014

MURAT, Necip, Pazarlamanın Evrimi ve Henry Ford Etkisi, 2016,  
<http://www.pazarlamasyon.com/pazarlama/pazarlamanin-evrimi-ve-henry-ford-etkisi/>,  
(03.11.2018)

PHILIPS, Martin, “Rural Gentrification and Class Colonisation”, Journal of Rural Studies, C.9, S.2(1993), s.126-127.

RITZER George, *Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek*, Çev. Funda Payzın, 3.Baskı, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2016

ROBINS, Kevin, “Küreselleşmeyi Karşılama”, Küresel Dönüşümler, Edt:David Held, Anthony McGrew, çev: Ali Rıza Güngen vd. , Ankara, Phoenix Yayınevi ,2008

SAM, Neslihan, *Kent Toplum Kültür*, Bursa: Ezgi Kitabevi, 2017,

SEMEMOĞLU, Olkan, “Tüketim, Tüketim Toplumu ve Tüketim Kültürü: Karşılaştırmalı Bir Analiz” Çanakkale, İnsan&İnsan, Sayı:12(2017), s.66-67

SIRIM, Veli, “Çevreyle Bütünleşmiş Bir Yerel Yönetim Örneği Olarak “Sakin Şehir” Hareketi ve Türkiye’nin Potansiyeli”, Tarih Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi, C.1, S.4(2012) s.121.

SMITH, Neil, “Toward a Theory of Gentrification A Back to the City Movement by Capital, not People”, Journal of the American Planning Association, C.45, S.4(2014), s.538-539.

Solona-Solona, Miguel, “Rural Gentrification in Catolinal, Spain: A Case Study Of Migration, Social Change and Conflicts in the Empordanet Area”, Geoforum, S.41(2010), s.512.

SÖNMEZ Beril, “Soylulaştırmanın Yeni Biçimleriyle Yerinden Edilmeyi Yeniden Düşünmek”, Planlama Dergisi, C.24, S.1(2014), s.45-46.

STIGLITZ Joseph E. , *Eşitsizliğin Bedeli*, çev.Ozan İşler, 3. b. , İstanbul: İletişim Yayınları, 2015

ŞAHİN, Ayşe, “Postmodern Pazarlama Tüketim ve Tüketici”, Isparta, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Cilt:12, Sayı:12(2007), s.359-366.

ŞEN, Besime, “Kentsel Mekânda Üçlü İttifak: Sanayisizleşme, Soylulaştırma, Yeni Orta Sınıf”, İstanbul, İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, S.44(2010), s.5.

ŞENTÜRK, Ünal, *Güncele Dipnotlar*, Ankara: Siyasal Kitabevi, 2016

TOKOL, Aysen, *Endüstri İlişkileri ve Yeni Gelişmeler*, 5.b. , Bursa: Dora, 2014

TOMLİNSON, John, *Küreselleşme ve Kültür*, Çev. Arzu Eker, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2004

TUNÇ, Muharrem, “Diyarbakır’da Gösterişçi Tüketim Davranış Kalıpları ve Eğilimleri”, Diyarbakır, e-Şarkiyat İlmî Araştırmalar Dergisi, Cilt:9, S.1(17)(2017), s.412-432.

TURHAN, Mümtaz, *Kültür Değişmeleri*, 2. b. , Ankara: Altınordu, 2016

TURHANOĞLU, F. Ayşın K. , “Kentsel Mekânın Üretim Sürecinde Tarihsel ve Kültürel Miras” , Eskişehir, Folklor/Edebiyat, C.20, S,20(2014/2), S.71.

URRY, John, *Mekânları Tüketmek*, çev. Rahmi G. Ögdül, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1999

UYSAL, Arzu Başaran, “Kırsalda Koruma ve Soylulaştırma İkilemi”, Ege Mimarlık, 2017, s.36.

UYSAL, Arzu Başaran, SAKARYA, İpek, “Kırsal Soylulaştırma ve Turizmin Kırsal Yerleşimlere Etkileri: Adatepe ve Yeşilyurt Köyleri”, 8 Kasım Dünya Şehircilik Günü 36.Kollokum, Çanakkale:18 Mart Üniversitesi, s.2.

UYSAL, Ülke Evrim, “Soylulaştırma Kuramlarının İstanbul’da Uygulanabilirliği: Cihangir Örneği”, Planlama Dergisi, S.2(2006), s.80.

VEBLEN, Theorstein, *Aylak Sınıf*, çev: İnci User, Ankara: Tutku Yayınevi,2014

YENİGÜL, Sevinç Bahar, “Kırsal Soylulaştırma: Soylulaştırma Sürecinin Kırsaldaki Yansımaları”, *Mimarlık*, 391(2016), s.2.

YILDIRIM, Ali, ŞİMŞEK, Hasan, *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, 11. b., Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2018

YURDABAKAN, İrfan, “Küreselleşme Konusundaki Yaklaşımlar Ve Eğilimler” İzmir: *Eurasian Journal Of Educational Research*, Sayı6(2002), s.62.

ZENCİRKIRAN, Memet (a), *Sosyoloji*, 7. b. , Bursa: Dora, 2018

ZENCİRKIRAN, Memet (b), “Küreselleşme, Küresel Sosyal Sorunlar ve Çözüm Arayışları”, *Türkiye'nin Toplumsal Yapısı*, Edt: Memet Zencirkıran, 6.b. , Bursa: Dora, 2017



## EKLER

### Ek.1: Araştırmada Kullanılan Sorular

#### Bursa Uludağ Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi Görüşme Soruları



Elinizde bulunan nitel araştırma formu, bilimsel bir çalışmaya veri toplamak amacıyla hazırlanmıştır. Bu nedenle araştırmadan elde edilecek sonuçların bilimsel bir nitelik taşıması ve güvenilir olması, soruları objektif bir şekilde cevaplamanıza bağlıdır. Cevaplarınız kesinlikle gizli tutulacak ve sadece bu araştırma için kullanılacaktır. Katkılarınız için teşekkür ederim. Bireysel bir değerlendirme yapılmayacağı için isim verilmesine gerek yoktur. Katkılarınız için teşekkür ederim.

#### Bursa Uludağ Üniversitesi Yüksek Lisans Öğrencisi

Medet Ali Özen

1. Yaşınız, aslen Cumalıkızık'lı mısınız? Kaç yıldır Cumalıkızık'ta yaşıyorsunuz?
2. Kaç yıldır satış işini yapıyorsunuz? Satış yaptığınız yerin mülkiyeti sizde mi yoksa kiracı mısınız?
3. Mekânınızı satış yapılabilir bir hale getirmek için herhangi bir değişiklik yaptınız mı? Yaptıysanız bunlardan bahseder misiniz?
4. UNESCO'nun koruma kararından sonra Cumalıkızık'a gelen turist profilinde ( yerli/yabancı, yaş aralığı, cinsiyet vb.) ne gibi değişiklikler meydana gelmiştir.
5. Cumalıkızık'ın yerli ve yabancı turistler açısından cazibe merkezi haline gelmesinin sebepleri olarak neleri görmektesiniz?
6. İş yerinizde kimler çalışıyor? Çalışan tercihinizi Cumalıkızık'tan yana mı kullanıyorsunuz? Dış mahallelerde ve bölgelerden gelen çalışanlar var mı, oranları ne durumda?
7. İşyerinizde yaptığınız satışlar yılın her döneminde aynı ölçüde midir? Hangi dönemlerde daha yoğun satış olmaktadır? Bu satışlar sizin için yeterli bir gelir sağlıyor mu? Burası dışında ek bir geliriniz var mıdır?
8. İşlerin yoğun olmadığı dönemler söz konusu mu? Bu dönemde neler yapıyorsunuz?
9. En çok hangi yemekler/ürünler/hediyelik eşyalar talep görüyor? Neden?

10. Satış işi yapmadan önce ne iş yapıyordunuz? Önceki işinizle şimdiki işinizi kıyaslar mısınız?
11. Satış yapabilmek için herhangi bir eğitim aldınız mı? Yabancı dil biliyor musunuz?
12. Buradaki ürünleri nasıl temin ediyorsunuz? Ürünleri satmak/müşteri çekmek için neler yapıyorsunuz? Yazılı, görsel veya sosyal medyaya reklam veriyor musunuz?
13. Son 20 yılda Cumalıkızık'ta meydana gelen değişim sürecinde Cumalıkızık'a özgü gelenek ve göreneklerde ne gibi değişiklikler meydana geldi?
14. Sizce Cumalıkızık'a gelen turist sayısı arttıkça Cumalıkızık'ta ne gibi değişiklikler meydana gelmiştir?

BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ

TEZ ÇOĞALTMA VE ELEKTRONİK YAYIMLAMA İZİN FORMU

Yazar Adı Soyadı	Medet Ali Özen
Tez Adı	Küreselleşme Sürecinde Kırsalın Dönüşümü ve Tüketim: Bursa Cumalıkızık Örneği
Enstitü	Sosyal Bilimler Enstitüsü
Anabilim Dalı	Çalışma Ekonomisi Ve Endüstri İlişkileri
Tez Türü	Yüksek Lisans
Tez Danışman(lar)ı	Dr. Öğr. Üyesi Memet Zencirkıran
Çoğaltma (Fotokopi Çekim) İzni Kısıtlama	<input type="checkbox"/> Patent Kısıt (2 yıl) <input type="checkbox"/> Genel Kısıt (6 ay) <input checked="" type="checkbox"/> Tezimin elektronik ortamda yayımlanmasına izin veriyorum.

Hazırlamış olduğum tezimin belirttiğim hususlar dikkate alınarak, fikri mülkiyet haklarım saklı kalmak üzere Bursa Uludağ Üniversitesi Kütüphane ve Dokümantasyon Daire Başkanlığı tarafından hizmete sunulmasına izin verdiğimi beyan ederim.

Tarih : 24.07.2019

İmza : 