

T.C.
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI

METALAŞAN YEREL ÜRÜNLERİN
AİLE İÇİ VE AKRABA İLİŞKİLERİNDE YARATTIĞI ETKİLER:
KAPIKIRI ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

BAHAR ÖKSÜZ

DANIŞMAN
PROF. DR. MUAMMER TUNA

NİSAN, 2017
MUĞLA



Edited with **Infix PDF Editor**
- free for non-commercial use.

To remove this notice, visit:
www.iceni.com/unlock.htm

T.C.
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI

METALAŞAN YEREL ÜRÜNLERİN
AİLE İÇİ VE AKRABA İLİŞKİLERİNDE YARATTIĞI ETKİLER:
KAPIKIRI ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

BAHAR ÖKSÜZ

DANIŞMAN
PROF. DR. MUAMMER TUNA

NİSAN, 2017
MUĞLA

MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SOSYOLOJİ ANA BİLİM DALI

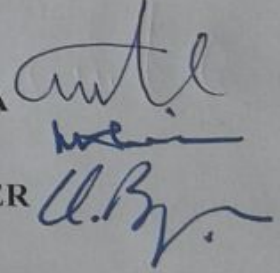
METALAŞAN YEREL ÜRÜNLERİN
AİLE İÇİ VE AKRABA İLİŞKİLERİNDE YARATTIĞI ETKİLER:
KAPIKIRI ÖRNEĞİ

HAZIRLAYAN
BAHAR ÖKSÜZ

Sosyal Bilimler Enstitüsünce
“Yüksek Lisans”
Diploması Verilmesi İçin Kabul Edilen Tezdir.

Tezin Enstitüye Verildiği Tarih : 26.05.2017
Tezin Sözlü Savunma Tarihi : 21.04.2017

Tez Danışmanı : Prof. Dr. Muammer TUNA
Jüri Üyesi : Prof. Dr. Metin KOZAK
Jüri Üyesi : Yrd. Doç. Dr. Ünal BOZYER

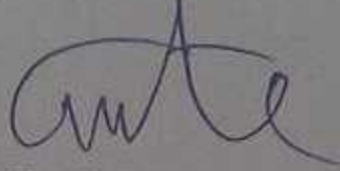


Enstitü Müdürü: Prof. Dr. Mehmet MARANGOZ

NİSAN, 2017
MUĞLA

TUTANAK

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nün 22.03.2017 tarih ve 7.7.6/2 sayılı toplantısında oluşturulan jüri, Lisansüstü Eğitim-Öğretim Yönetmeliği'nin 2.6. maddesine göre, Sosyoloji Anabilim Dalı Yüksek lisans öğrencisi Bahar ÖKSÜZ'ün "Metalaşan Yerel Ürünlerin Aile İçi ve Akraba İlişkilerinde Yarattığı Etkiler: Kapıkırı Örneği" adlı tezini incelemiş ve aday 21.04.2017 tarihinde saat 11.00'da jüri önünde tez savunmasına alınmıştır. Adayın kişisel çalışmaya dayanan tezini savunmasından sonra 60... dakikalık süre içinde gerek tez konusu, gerekse tezin dayanağı olan anabilim dallarından sorulan sorulara verdiği cevaplar değerlendirilerek tezin ...kayıt... olduğu ...yazılı... ile karar verildi.



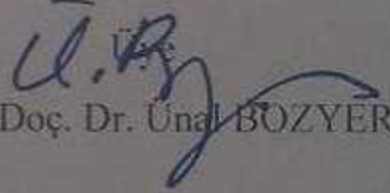
Tez Danışmanı

Prof. Dr. Muammer TUNA



Üye

Prof. Dr. Metin KOZAK



Yrd. Doç. Dr. Ünal BOZYER

YEMİN

Yükseklisans tezi olarak sunduğum "*Metalaşan Yerel Ürünlerin Aile İçi ve Akraba İlişkilerinde Yarattığı Etkiler: Kapıkırı Örneği*" adlı çalışmamın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurulmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Kaynakça'da gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanmış olduğumu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

21/04/2017
BAHAR ÖKSÜZ

YÜKSEKÖĞRETİM	KURULU	DOKÜMANTASYON	MERKEZİ
TEZ VERİ GİRİŞ FORMU			
YAZARIN	MERKEZİMİZCE DOLDURULACAKTIR.		
Soyadı: Öksüz			
Adı : Bahar	Kayıt No:		
TEZİN ADI			
Türkçe :Metalaşan Yerel Ürünlerin Aile İçi ve Akraba İlişkilerinde Yarattığı Etkiler: Kapıkırı Örneği			
Y. Dil :TheEffects of Commodified Local Products Upon Family and Kinship Relations: A Case Study of Kapıkırı Village			
TEZİN TÜRÜ: Yüksek Lisans			
Doktora			
Sanatta Yeterlilik			
x			
O			
O			
TEZİN KABUL EDİLDİĞİ			
Üniversite	: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi		
Fakülte	: Edebiyat Fakültesi		
Enstitü	: Sosyal Bilimler Enstitüsü		
Diğer Kuruluşlar	:		
Tarih	:		
TEZ YAYINLANMIŞSA			
Yayımlayan	:		
Basım Yeri	:		
Basım Tarihi	:		
ISBN	:		
TEZ YÖNETİCİSİNİN			
Soyadı, Adı	: TUNA, Muammer		
Ünvanı	: Prof. Dr.		

TEZİN KONUSU (KONULARI) :

1. Kırsal Turizm
2. Aile İçi İlişkiler ve Akrabalık
3. Yerel Ürün

TÜRKÇE ANAHTAR KELİMELER :

1. Kırsal Turizm
2. Yerel Ürün
3. Aile İçi İlişkiler
4. Akrabalık
5. Metalaşma

Başka vereceğiniz anahtar kelimeler varsa lütfen yazınız.

İNGİLİZCE ANAHTAR KELİMELER: Konunuzla ilgili yabancı indeks, abstract ve thesaurus'u kullanınız.

1. Rural Tourism
2. Local Products
3. Family Relations
4. Kinship
5. Commodification

Başka vereceğiniz anahtar kelimeler varsa lütfen yazınız.

- | | |
|-----------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|
| 1- Tezinden fotokopi yapılmasına izin vermiyorum | <input type="radio"/> |
| 2- Tezinden dipnot gösterilmek şartıyla bir bölümünün fotokopisi alınabilir | <input checked="" type="radio"/> |
| 3- Kaynak gösterilmek şartıyla tezimin tamamının fotokopisi alınabilir | <input type="radio"/> |

Yazarın İmzası :

Tarih : 21 / 05 / 2017

ÖZET

METALAŞAN YEREL ÜRÜNLERİN AİLE İÇİ VE AKRABA İLİŞKİLERİNDE YARATTIĞI ETKİLER: KAPIKIRI ÖRNEĞİ

Bahar ÖKSÜZ

Yüksek Lisans Tezi

Danışman: Prof. Dr. Muammer TUNA

MART, 2017

Kırsal alanlar geleneksel olarak tarımın egemen olduğu üretim alanıyken tarım uygulamalarındaki değişimler, makineleşme ve küreselleşmenin etkileri kırsal toplumu derinden etkilemiştir. Bu yapısal değişiklikler kırsal alan ekonomisinde yeni arayışlarla sebep olmuştur ve kırsal alanlarda turizm gibi farklı ekonomik alanlara yönelimi artırmıştır. Kırsal turizm çözüm politikası olarak birçok bölgede uygulanır hale gelmiştir. Kırsal turizm sadece ekonomik bir aktivite olmayıp aynı zamanda toplumu sosyal, kültürel, çevresel, siyasal olarak da etkisi altına alan bir harekettir. Ekonomik ve çevresel etkilerinden öte kırsal alanlarda geleneksel yaşam şekli, aile ilişkileri ve sosyo- kültürel yapıyı değiştirebilecek etkilere sahip olabilmektedir. Bu bağlamda, kırsal turizm sosyal bilimlerin konusudur ve bir toplumsal değişme dinamiği olarak gün geçtikçe daha fazla tartışılmayı gerektirmektedir.

Bu çalışma, Muğla'nın Milas İlçesi'nin Kapıkırı Mahallesi'nde kırsal turizm ile ortaya çıkan yerel ürün satışının yarattığı sosyo-kültürel değişimin en çok gözlemlenebileceği kurum olan ailede, aile içi ilişkilerde ve akrabalık ilişkilerinde ne gibi değişimler ve dönüşümler olduğu tarihsel süreç içerisinde tartışılmaktadır. Araştırmada niceliksel ve niteliksel araştırma yöntemleri kullanılmıştır. Araştırma sonucunda genel olarak, özellikle kadınların geleneksel rollerinde değişim yaşandığı ve akrabalık ilişkilerinde bağların zayıfladığı tespit edilmiştir.

Anahtar Sözcükler: *kırsal turizm, yerel ürün, akrabalık, aile içi ilişkiler, metalaşma*

ABSTRACT

THE EFFECTS OF COMMODIFIED LOCAL PRODUCTS UPON FAMILY AND KINSHIP RELATIONS: A CASE STUDY OF KAPIKIRI VILLAGE

Bahar ÖKSÜZ

M. A. Thesis

Supervisor: Prof. Dr. Muammer TUNA

MARCH, 2017

Rural areas were the production areas that is traditionally dominated by agriculture, however changes in agricultural practices, mechanization and effects of globalization had a deep impact over rural communities. These structural changes led to a new quest in rural economy and the tendency to different economic fields such as tourism has increased. Rural tourism has started to implement as a solution in many areas of rural places. Rural tourism is not an only an economic activity but also a social, cultural, environmental, political movement that effect society. Beyond its' economic and environmental effects, rural tourism has significant effects on traditional life style, family relations and socio-cultural structure. In this context, rural tourism is a subject of social sciences and rural tourism should be discussed more and more as a dynamic of social change.

This study discusses the changes and the transformation in family and kinship relations, which is the institution that socio-cultural changes can be observed, with the emergence of local product sales with rural tourism in Kapıkırı Village, Mugla province. In this research quantitative and qualitative research methods are used. The changes of the traditional roles of women and the weakening kinship ties are generally established as the consequence of the research.

Keywords: *rural tourism, local product, kinship, family relations, commodification*

ÖNSÖZ

Dünya ile henüz tanışan ve yaşama hayranlığımı varlığı ile büyüten Melodi Belis DOĞAN'a,

Her zaman yanımda hissettiğim annem ve babama,

Her türlü desteğe ihtiyaç duyduğumda yanı başımda olan, tez yazım dönemimde bana pozitif enerji veren Burçak ve Başak ablama,

Varlığı ve duruşu ile bana güzellikler bırakıp bu dünyadan giden teyzem Melek MIDİLLİ'ye,

Her koşulda yolumuzu paylaştığımız, tez sürecimde her zaman yanımda olan Veli EKİM'e,

Tez yazım sürecinde bana destek olan, sistematik çalışmamı sağlayan tez danışmanım Prof. Dr. Muammer TUNA'ya,

Her cümlesi ile bana farklı bakış açısı katan Mustafa BEKTAŞ'a,

Güney Ege Kalkınma Ajansı'na,

Ve adını sayamadığım hayatımda yer etmiş herkese sonsuz teşekkür ederim.

Bu tez çalışması, Heinrich Böll Stiftung Derneği tarafından düzenlenen burs programı ve 15/240 numaralı Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projesi ile desteklenmiştir.

Bahar Öksüz

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	I
İÇİNDEKİLER.....	II
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	V
TABLOLAR LİSTESİ.....	VI
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

TOPLUMSAL DEĞİŞME VE TURİZM

1.1. Toplumsal Değişme Dinamiği Olarak Turizm.....	4
1.2. Kırsal Alanlarda Sosyo-Ekonomik Değişim ve Kırsal Turizm İlişkisi.....	6
1.3. Turizm Gelişiminin Yerel Halk Üzerinde Yarattığı Sosyo-Kültürel Değişmeler..	9

İKİNCİ BÖLÜM

KIRSAL TURİZM KAVRAMI

2.1. Dünyada Turizmin Gelişim Tarihi	17
2.2. Küreselleşen Dünyada Turizm ve Alternatif Turizm Çeşitlerinin Ortaya Çıkışı.....	19
2.3. Kırsal Turizm Kavramı	21

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KIRSAL TURİZMİN METALAŞTIRMA ETKİSİ

3.1. Metalaşma.....	25
3.2. Turizm ve Metalaşma.....	28
3.3. Bir Meta Olarak Yerel Ürünler.....	30

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

AİLE İÇİ İLİŞKİLER, AKRABALIK VE TURİZM

4.1. Aile Tanımlamaları.....	33
4.2. Türkiye’de Aile Tipleri.....	35
4.2.1. Hane halkı kompozisyonuna ve otoriteye göre aile biçimleri.....	36

4.2.2. Yerleşim yerine göre aile biçimleri.....	40
4.3. Akrabalık.....	43
4.4. Köy Ailesinde Aile İçi İlişkiler.....	44
4.4.1. Otorite örüntüsü ve karar verme yetkisi.....	45
4.4.2. Cinsiyetçi rol dağılımı ve iş bölümü.....	46
4.4.3. Kadının statüsü ve konumu.....	46
4.4.4. Eşler arası ilişkiler.....	47
4.5. Aile Araştırmalarında Temel Yaklaşımlar.....	47
4.5.1. Yapısal-işlevselcilik.....	48
4.5.2. Sembolik etkileşimcilik.....	48
4.5.3. Çatışma teorileri.....	49
4.6. Kırsal Alanda Aile Yapısındaki Değişmeler.....	49
4.7. Turizm ve Aile Yapısı.....	50

BEŞİNCİ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN TANITIMI VE ANALİZİ

5.1. Araştırmanın Tasarımı.....	52
5.1.1. Araştırmanın kuramsal modeli.....	52
5.1.2. Araştırmanın konusu ve amacı.....	53
5.1.3. Araştırmanın yöntemi.....	54
5.1.4. Evren ve örneklemin belirlenmesi.....	55
5.1.5. Veri analiz teknikleri.....	56
5.1.6. Sınırlılıklar ve kolaylık sağlayan faktörler.....	56
5.2. Araştırma Alanı Hakkında Genel Bilgiler.....	57
5.2.1. Muğla İli ve turizm.....	57
5.2.2. Milas.....	58
5.2.3. Kapıkırı Mahallesi.....	58
5.3. Araştırma Bulguları ve Analizler.....	60
5.3.1. Kapıkırı Mahallesi demografik ve ekonomik özellikleri.....	60
5.3.2. Derinlemesine görüşme sonuçları.....	66
5.3.2.1. Yerel ürün satışı.....	70
5.3.2.2. Aile içi ilişkiler.....	74

5.3.2.2.1. Otorite örüntüsü ve karar verme yetkisi.....	74
5.3.2.2.2. Cinsiyetçi rol dağılımı ve iş bölümü.....	78
5.3.2.2.3. Kadının statüsü ve konumu.....	81
5.3.2.2.4. Eşler arası ilişkiler.....	84
5.3.2.3.Akrabalık.....	85

ALTINCI BÖLÜM

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

KAYNAKÇA.....	93
EKLER.....	103
ÖZGEÇMİŞ	

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2.1. Kırsal Turizm Kavramı (Kırsal Turizm Bileşenleri).....	23
-------------------------------------------------------------------	----

TABLULAR LİSTESİ

Tablo 1.1. Turist Tiplerine Göre Turistlerin Yerel Topluma Uyum Düzeyi.....	11
Tablo 1.2. Turizmin Sosyo-Kültürel Sonuçları.....	16
Tablo 2.1. Post-Fordist Tüketim ve Turist Yansıması.....	21
Tablo 2.2. Kırsal Alanda ve Kentsel Alanda Yapılabilecek Tatil Türleri.....	24
Tablo 5.1. Yaş.....	60
Tablo 5.2. Cinsiyet.....	61
Tablo 5.3. Eğitim Düzeyi.....	62
Tablo 5.4. Mesleksen Dağılım.....	62
Tablo 5.5. Doğum Yeri.....	63
Tablo 5.6. Yaşadığı Yer.....	63
Tablo 5.7. Gelir Düzeyi.....	64
Tablo 5.8. En Önemli Ekonomik Aktivite.....	65
Tablo 5.9. Görüşmecilerin Yaş, Cinsiyet, Meslek, Eğitim Durumu, Yerel Ürün Satma Süresi.....	68
Tablo 5.10. Ailelerin Yapısal Özelliklerine Dair Bilgiler.....	69

GİRİŞ

Günümüzde dünya nüfusunun yarısından fazlasının şehirlerde yaşadığı küreselleşen dünyada, kırsal alana, kırsal yapıya ve köylülüğe dair yapılan temel tanımlamalardaki kriterler değişim süreci içerisinde. Kırsal alanlar geleneksel olarak tarımın egemen olduğu üretim alanıyken tarım uygulamalarındaki değişimler, makineleşme ve küreselleşmenin etkileri kırsal toplumu derinden etkilemiştir.

Kırda birçok ailenin geçimi için tarım dışı istihdamın ve gelirin önemi artmıştır. Kırsal alanlar dışarıya göç sorunu ile karşı karşıya kalmış, eğitilmiş genç nüfus daha iyi iş alanları için kentlere göç etmiştir. Bu yapısal değişiklikler kırsal alan ekonomisinde yeni arayışlarla sebep olmuştur ve kırsal alanlarda turizm gibi farklı ekonomik alanlara yönelimi artırmıştır. Alternatif turizm çeşitlerinden olan ve kırsal alanlarda uygulanan kırsal turizm, çözüm politikası olarak birçok bölgede uygulanır hale gelmiştir. Uygulama alanları hızla artan kırsal turizmin doğrudan yerel halkı ekonomik ve sosyal olarak etkilemesi ve toplumsal değişim sürecine çok yönlü etkisinin olması kırsal turizmin etkileri üzerinde yeniden düşünmemizi gerektirmektedir.

Kırsal turizm sadece ekonomik bir aktivite olmayıp aynı zamanda toplumu sosyal, kültürel, çevresel, siyasal olarak da etkisi altına alan bir harekettir. Kırsal turizm, ekonomik ve çevresel etkilerinin yanında kırsal alanlarda geleneksel yaşam şekli, aile ilişkileri ve sosyo- kültürel yapıyı değiştirebilecek etkilere sahip olabilmektedir. Bu bağlamda, kırsal turizm sosyal bilimlerin konusudur ve bir toplumsal değişim dinamiği olarak ele alınmalıdır.

Kırsal turizmin olumlu ve olumsuz etkilerine dair yapılan yoğun tartışmaların yanında kırsal turizmin sosyo-kültürel etkilerine dair yapılan çalışmalar son derece önem taşımaktadır. Kırsal toplumlar, turizmin gelişimi için ana özellikler olan müzik, folklor, mimari, miras ve coğrafi alanlar üzerine kurulmaktadır. Bu farklı kültürel özellikler ve zenginlikler nesneleştirilmekte ve turistlerin ilgisini çekmesi adına seyir nesnesi haline getirilerek metalaştırılmaktadır. Kırsal turizmin metalaştırma etkisi yerel halkı ve yerel kültürü dönüştürmektedir. Kırsal deneyimler, kültürel ürünler, el sanatları, hayvanlar gibi metalaşan kırsal 'şeyler' turistlere pazarlanmaktadır.

Özellikle yerel halktan kadınlar tarafından el sanatlarının pazarlanması Türkiye’de kırsal turizm alanlarında sıkça görülen ve sadece olumlu etkileri düşünülerek desteklenmeye çalışılan bir durumdur. Fakat Greenwood’un (1977) belirtmiş olduğu gibi; yerel halk kar için avantaja sahip olurken, kültürel değişim ve etki açısından bu kara sahip olmamaktadır. Metalaşma yerel ürünlerin ve insan ilişkilerinin anlamını değiştirmektedir (Cohen, 1988: 380).

Kırsal turizmin yarattığı sosyo-kültürel değişimin en çok gözlemlenebileceği kurum ailedir. Aile içi ilişkiler ise aileyi daha iyi anlamamızı sağlayan sosyolojik detaylardır. Literatürde aile ile ilgili araştırmalarda ağırlıklı olarak endüstrileşme değişimde etken olarak ele alınırken, turizmin aile yapısı üzerinde yarattığı değişimler nispeten incelenmemiştir. Turizmin aile yapısı üzerindeki etkilerini inceleyen araştırmacıların birçoğu turizmin aile içi ilişkilerini değiştirdiği kanısındadırlar.

Türkiye’de kırsal turizm faaliyetleri ve yerel halkın kırsal turizme bakışına dair birçok araştırma yapılmış olmasına rağmen, toplum yapısının yansıması olan aile içi ilişkilerinin ve akraba ilişkilerinin kırsal turizm faaliyetlerinden nasıl etkilendiğine dair sınırlı araştırma bulunmaktadır. Bu çalışmanın konusu olan kırsal turizm alanlarında metalaşan yerel ürünlerin aile içi ve akraba ilişkilerine etkisi, kırsal turizmin yerel halk ile etkileşimine dair süregelen tartışmalar ışığında gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmanın ana amacı, kırsal turizm alanlarına kapitalist ilişkilerin girmesinin bir ayağı olan metalaşan yerel ürünlerin aile içi ilişkileri ve akrabalık ilişkilerini nasıl etkilediğini ortaya koymaktır.

Bu araştırmanın konusunu oluşturan Muğla’nın Milas İlçesi’nin Kapıkırı Mahallesi’nin yerel halkı kırsal turizmin yörede yarattığı süreci 1970’li yıllardan beri deneyimlemektedir. Turizm işletmeleri dışında ağırlıklı olarak son yirmi yıldır, Kapıkırı Mahallesi’nde turizm alternatif bir gelir kaynağı olmuştur. Yöre kadınları yoğun bir biçimde turistlere yerel ürün satarak gelir elde etmektedir. Birkaç kadının dantel satması ile başlayan yerel ürün satışı bugün çok sayıda yöre kadını tarafından farklı ürünlerle yapılmaktadır.

Araştırmada niteliksel ve niceliksel yöntem birlikte kullanılmıştır. Böylelikle anket, derinlemesine görüşme ve gözlem yöntemleri kullanılmıştır. Araştırmada iki bilgi türü dikkate alınmıştır. Bunlardan ilki Kapıkırı Mahallesi'nin demografik ve ekonomik özellikleridir. Bu bilgiyi ortaya koymak için niceliksel yöntem kullanılmıştır. Nitel araştırma tekniği araştırmanın ana amacını oluşturan ikinci tür bilgiye ulaşmak için kullanılmıştır. Bu bilgi kırsal turizm alanlarında metalaşan yerel ürünlerin aile içi ve akraba ilişkilerine etkisinin ortaya çıkarılmasıdır. Nitel araştırmada en çok kullanılan veri toplama araçlarından olan 'derinlemesine görüşme' ve 'gözlem' yöntemleri kullanılmıştır.

Bu kapsamda ortaya çıkan çalışma altı bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, turizm toplumsal değişme dinamiği olarak ele alınmakta, kırsal alanlarda yaşanan sosyo-ekonomik değişmenin kırsal turizm ile ilişkisi ve turizmin gelişiminin yerel halk üzerinde yarattığı sosyo-kültürel değişmeler tartışılmaktadır. İkinci bölümde, kırsal turizm kavramı ele alınmaktadır. Bu kapsamda dünyada turizmin gelişim tarihi, alternatif turizm çeşitlerinin ortaya nasıl çıktığı ve kırsal turizm kavramına dair tartışmalar üzerinde durulmaktadır. nc bölümde, kırsal turizmin metalaştırma etkisi tartışılırken yerel ürünlerin kırsal turizm alanlarındaki metalaşma süreci ele alınmaktadır. Dördüncü bölümde, aile yapısı ve turizm başlığı altında Türkiye'de görülen aile tipleri, akrabalık kavramı ve aile içi ilişkilerin kavramsal temeli oluşturularak aile yapısı ve turizm bağlantısı üzerinde durulmaktadır. Beşinci bölümde, araştırmanın tasarımı ortaya konularak veriler sunulmakta ve analiz edilmektedir. Son bölümde ise sonuç ve değerlendirme yapılmaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

TOPLUMSAL DEĞİŞME VE TURİZM

Turizm, özellikle geleneksel yapıda olan toplumlarda bölgenin ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel faktörleri etkilemesi açısından çok boyutlu olan bir toplumsal değişim aracıdır. Bu bölümde öncelikle turizm, toplumsal değişme dinamiği olarak tartışılmakta ve sonrasında kırsal alanlarda yaşanan sosyo-ekonomik değişimin kırsal turizm ile ilişkisi ve turizmin gelişiminin yerel halk üzerinde yarattığı sosyo-kültürel değişimler ele alınmaktadır.

1.1. Toplumsal Değişme Dinamiği Olarak Turizm

Turizm, meydana geldiği bölgenin kültürel, ekonomik, sosyal ve çevresel koşullarından ayrı olarak ele alınamaz. Turizm, sadece ekonomik bir aktivite olmayıp aynı zamanda sosyal etkileşim ve çevresel boyutları da vardır (Tuna, 2012: 3). Turizm, meydana geldiği bölgenin kültürel, ekonomik, sosyal ve çevresel koşullarından ayrı olarak ele alınamaz. Turizm, farklı sosyal ve kültürel yapılara sahip toplumların birbirleriyle ilişkiler kurmasına; farklı bilgi, görgü, gelenek ve kültür düzeyleri arasında bir etkileşim ve bunların sonucunda sosyal yapının, ahlâk anlayışının ve giderek toplumsal davranış kalıplarının değişmesine yol açan sosyal bir olaydır (Cohen, 1996: 52). Toplum durağan değildir ve her daim değişim içerisindedir. Toplumun değişimden ne kadar ve nasıl etkilendiği ise o toplumun iç yapısı ile ilgilidir. Ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel faktörleri etkilemesi açısından çok boyutlu olan turizm toplumsal değişim aracıdır. Her yıl binlerce insanın gerçekleştirdiği turizm olayı ile aile yapısında, inanç ve değer yargılarında, kültürel ve siyasal yapıda daha doğrusu sosyal yapıda çok önemli değişimler meydana gelmektedir (Akman, 2007:134).

Toplumsal değişme kavramı bugüne dek birçok düşünür tarafından ele alınarak farklı tanımları yapılmış ve farklı kuramsal yapıları ileri sürülmüştür. Toplumsal değişme, toplumdaki bireyler arasında, gruplar arasında ve toplum ve doğa ilişkilerinde meydana gelen değişimi ifade etmektedir (Kocacık, 2003: 124-130). Başka bir tanımlamada toplumsal değişme, toplumun üretim biçiminde, kurumlarda,

değerlerde, normlarda, yaşam biçiminde gerçekleşen değişimler olarak tanımlanmaktadır. Berelson ve Steiner'in toplumsal değişme tanımlaması şu şekildedir:

Her ne kadar hayatta her şey değişmekte ise de, bu terim (toplumsal değişme) yalnızca toplumun yapısındaki temel ve geniş değişimleri belirtir. Ailenin örgütlenişindeki, hayat kazanma yollarındaki, dinsel davranışlarındaki, insanlar tarafından benimsenen değerlerdeki ve kullanılan teknolojilerdeki değişimler (gibi). Terim, toplumun temel kurum ve örgütlenişindeki kaymaları belirler (Kongar, 1995: 55).

Boskoff ise 'toplumsal değişme belli toplumsal sistemlerin yapı ve fonksiyonlarında meydana gelen önemli değişimlerdir' demektedir (Kongar, 1995: 55). Bu farklı tanımlamalar doğrultusunda Kongar kavramlardaki ortak noktayı şöyle belirtir:

Toplumsal değişmeye, yapısal fonksiyonalist ya da çatışma yaklaşımı gibi yaklaşımlar açısından farklı değerlendirmeler yapılsa da, kültürlerin ve siyasal yapıların belirleyicisi olarak kabul edilen toplumsal yapı ile toplumsal değişme arasında sıkı bir iletişim olduğu, toplumsal değişme teriminin, toplumsal, kültürel ve siyasal alanları kapsayan, farklılaşmayı açıklayan kavram olduğu görüşünde birleşilmektedir (Kongar, 1995: 57).

Turizm ekonomik, sosyal, kültürel, ekolojik, teknolojik ve hukuksal çevrelerle karşılıklı etkileşim içerisindedir (Bal, 1995: 27). Özdemir'e (1990) göre turizm, farklı sosyal ve kültürel yapıya sahip toplumların ilişkiler kurmasına, farklı bilgi, görgü, gelenek ve kültür düzeyleri arasındaki etkileşime ve bunların sonucunda sosyal yapının, kültürel anlayışların ve giderek toplumsal davranış kalıplarının değişmesine yol açan sosyal bir olaydır (s. 101).

Turizm özellikle geleneksel yapıda olan toplumlarda dış dinamiktir ve ekonomik ve fiziksel çevre üzerindeki etkilerinin yanında değer sistemlerini, geleneksel yaşam tarzlarını, aile ilişkilerini, kişisel davranışları içinde barındıran sosyo-kültürel yapıda değişime yol açabilmektedir (Ratz, 1997: 1). Toplumun alt öğelerinin birinde meydana gelen değişim diğer öğeleri de etkilemektedir. Araştırma kapsamı gereği, turizmin gerçekleştirdiği farklı boyutlardaki değişimlerden sosyal ve kültürel değişimler tartışılacaktır.

1.2. Kırsal Alanlarda Sosyo-Ekonomik Değişim ve Kırsal Turizm İlişkisi

Kırsal alan kavramı, ülkeden ülkeye göre değişmekte ve birçok farklı tanımlama bulunmaktadır. Tanımlamaların farklı bilim dallarına özgü bir şekilde yapılması kırsal alan tanımlamalarının ekonomik, sosyal ve kültürel açılardan farklı olmasına neden olmaktadır. Ortak bir kırsal alan tanımlaması bulunmamaktadır.

OECD 'nin AB metinlerinde de kullanılan tanımında, nüfus yoğunluğu km² başına 150 kişiden az olan yerler kırsal alan olarak kabul edilmektedir. Türkiye'de ise kırsal politikalara dahil edilmek üzere belirlenen kırsal alan tanımlamasında, nüfusu 20 binden az olan il ve ilçe merkezleri ile beldeler ve köyler girmekte ve TÜİK tarafından kır-kent ayrımında istatistikler sunulmaktadır. Büyükşehir belediyelerinin yetki alanının il sınırı olarak belirlenmesi ile köyler ve beldeler mahalleye dönüştürülmüştür. Bu sebeple kullanılmakta olan kır-kent temelinde kırsal alan tanımının yeniden tanımlanması ihtiyacı oluşmuştur. Bu bağlamda; 2014 yılında Kalkınma Bakanlığı tarafından yayımlanan programın ilgili hükümleri çerçevesinde, TÜİK ve Kalkınma Bakanlığı işbirliği ile yeniden 'kırsal alan' tanımlaması yapılacaktır. Bu tanımlamada, temel parametreler olan uzaklık ve nüfus yoğunluğuna ek olarak idari yapı, istatistiki bölge birimleri sınıflandırması, 6360 sayılı yasa ile şekillenen yeni mahalli idari yapısı, belediye mevzuatı, köy kanunu, tarımsal arazi mevzuatı, kırsal ve kentsel alanlar arasında gelişen fonksiyonel ilişkiler, kırsal alanlara ilişkin mekansal planlama mevzuatı ile kırsal kesimdeki genel kalkınma dinamiği olacağı Ulusal Kırsal Kalkınma Stratejisi'nde (2014-2020) belirtmiştir.

Literatürde, kırsal alan tanımlamalarını kent tanımlamalarından kesin çizgilerle ayıran tanımlamalar bulunmamaktadır. Fakat ekonomik yapı, aile yapısı, ilişki yapısı ve nüfus kır-kent arasındaki temel farklılıkları yaratan alanlardır. Geray'ın (1999) bu farklılıklar üzerinden yapmış olduğu kırsal alan tanımlaması, "ekonomisi tarıma dayanan, geniş aile yapısının ve komşuluk ilişkilerinin gelişmiş olduğu, kentlerden farklı bir iş bölümüne sahip olan, toplumsal örgüt yapısı gelişmiş ve az nüfuslu

yerleşim yerleri” şeklindedir (ss. 103-104). Urry’nin (1999) tanımlamasında ise “kırsal” kavramı, tarımsal üretimin yerel ekonomiye hakim olduğu alanları veya tarımsal üretim ile toplumsal yeniden üretimin ve ilişkilerin belirlendiği bir toplumsal yapılanmayı, son olarak da nüfus yoğunluğunun çok düşük olduğu alanları ifade etmektedir. Yapılan bütün bu tanımlamalar incelendiğinde, kırsal alan tanımlamalarında nüfus yoğunluğu, üretim etkinlikleri gibi farklı kriterlerin ön planda tutulduğu görülmektedir.

Günümüzde dünya nüfusunun yarısından fazlasının şehirlerde yaşadığı küreselleşen dünyada, kırsal alana, kırsal yapıya ve köylülüğe dair yapılan bu temel tanımlamalardaki kriterler değişim süreci içerisindedir. Kırsal alanlar geleneksel olarak tarımın egemen olduğu üretim alanıyken tarım uygulamalarındaki değişimler, makineleşme ve küreselleşmenin etkileri kırsal toplumu derinden etkilemiştir. Bu etkiler, kırsal alanları üretim alanlarından tüketim alanlarına doğru kaydırmıştır. Bu geçişte turizmin de büyük bir etkisi vardır (Marsden, 1998: 107).

Kırda birçok ailenin geçimi için tarım dışı istihdam ve gelirin önemi artmıştır; piyasa ilişkileri kırsala ve tarıma daha çok ve derinden nüfuz etmiştir; toprak, su, emek ve hatta genetik özellikler gibi birçok doğal kaynak alınır/satılır mal haline gelmiştir. Kırsal alanlar dışarıya göç sorunu ile karşı karşıya kalmış, eğitilmiş genç nüfus daha iyi iş alanları için kentlere göç etmiştir. İçerisinde kırsal nüfusun yaşamı açısından çok ciddi sonuçlar barındıran bütün bu gelişmeler, son dönemlerde köy ekonomisinin ve kırsal bölgelerin önemli yapısal dönüşüm geçirdiğinin göstergesidir (Yenal ve Keyder, 2013: 20-21). Bu yapısal değişiklikler kırsal alan ekonomisinde yeni arayışlarla sebep olmuştur ve kırsal alanlarda turizm gibi farklı ekonomik alanlara yönelimi artırmıştır. Bu noktada turizm, kırsal alanlardaki bu negatif değişimlere alternatif olan yeni yerel ekonomik faaliyet ve iç göçü önlemek, bölgelerarası gelişmişlik farklarını azaltmak için bir çözüm olarak görülmektedir. Hatta dünyada birçok hükümet turizmi kırsal alanlarda bir çözüm politikası olarak uygular hale gelmiştir.

Kırsal turizm gelişiminin, doğrudan yerel halkı ekonomik ve sosyal olarak olumlu etkilediği, genç nüfusun köylerde kalmasını sağlamış olan, yerel gelenekleri ve bölgesel kimliğin korunmasına yardımcı olduğu örnekler bulunmaktadır. Fakat genellikle eksik planlama yapılan turizm faaliyetlerinin olumlu sonuçlar getirmesi

için dikkatli bir planlama, yerel halkın dahil edilmesi ve şeffaflık olması gerekmektedir. Geçmiş çalışmalar incelendiğinde birçok ülkede kırsal turizm tam olarak etkili bir strateji ve paydaşlar ile doğru bir planlama yapılmadan desteklendiği görülmektedir.

Kırsal turizm kırsal alanlarda toplumsal değişim sürecini başlatmakta, topluluğun dışı açılmasında etkisini çok yönlü olarak kısa sürede göstermektedir. Bu bakımdan turizm, tarımsal uğraşların egemen olduğu küçük kasaba topluluklarında iş-güç yerlerindeki fonksiyonel farklılaşmanın ve kalıplaşmanın ileri düzeylerde biçimlenmesine, pazar ekonomisine bağımlılığın giderek artmasına, yaşama standardının ve tüketim normlarının yükselme doğrultusunda değişmesine, dış çevre ile ilişkilerin yoğunlaşmasına, tercih ve değer yargılarının dışı kapalılığı yansıtan kalıplardan sıyrılmasına elverişli ortam ve koşullar yaratarak toplumsal değişimin sosyo-ekonomik muhtevada oluşumunu gerçekleştirir (Eralp, 1975: 6-7).

Son 25 senede, şehirde yaşayan nüfusun kırsal alanlarda dinlenmeleri ve boş zaman geçirmeleriyle kırsal turizmde gelişme görülmüştür (Dashper, 2014: 2). Dünya Turizm Örgütü'nün "2020 Turizm Vizyonu" yayımında, kırsal turizmde turiste sunulan ürünlerin göreceli olarak hala sınırlı olduğu fakat önümüzdeki beş ile on yıl içerisinde önemli derecede artmasının beklendiği belirtilmiştir. Bu dönemde kırsal turizmde kitlesel bir kayış beklenmemekteyse de önümüzdeki dönemde kırsal turizmde gelişme trendinin yüksek olacağı öngörülmektedir (Çeltek ve Ahişapoğlu, 2006: 10). Ayrıca fiziksel çevre, yerel kültür, toplum, küresel turizm yönetilmesi zor unsurlardır ve çevresel tahribata, toplumun çözülmesine, istikrarsız bir gelişmeye sebep olabilmektedir (Dashper, 2014: 3). Bu sebeple, yerel halkın ve çevrenin zarar görmemesi adına dikkatli bir planlama ve yönetime gerek duyulmaktadır.

Artan kırsal turizm talepleri karşısında, kırsal turizmde dair yapılan eksik stratejilerin, paydaşların eksikliği, doğru planlama olmaması gibi tüm eksikliklerin tamamlanarak bütüncül bir yaklaşımın benimsenmesinin önemi artmaktadır. Öte yandan, hızla gelişme gösteren ve kırsal alanlarda bir çözüm olarak öne sürülen kırsal turizm kavramı karşısında, kırsal turizm kavram tartışmaları, kırsal turizmin kırsal alanda yerel halk üzerinde yarattığı etkiler, yerel halk ve turist ilişkisi gibi birçok tartışma konusu ortaya çıkmıştır.

1.3. Turizm Gelişiminin Yerel Halk Üzerinde Yarattığı Sosyo-Kültürel Değişmeler

Turizm, sadece ekonomik bir olay olmayıp aynı zamanda toplumu sosyal, kültürel, çevresel, siyasal olarak da etkisi altına alan bir harekettir. Bu nedenle etkiler değerlendirilirken çevresel, kültürel ve sosyal gibi ekonomik olmayan etkilerin de dikkate alınması gerekmektedir. Turizm, ekonomik ve fiziksel çevre üzerindeki etkilerinden başka değer sistemlerini, geleneksel yaşam tarzlarını, aile ilişkilerini, kişisel davranışları içinde barındıran sosyo-kültürel yapıda değişime yol açabilmektedir (Ratz, 1997: 1). Söz konusu etkiler uzun vadede yerel halkın kültürel etkilerini değiştirebilecek boyutta olabilmektedir. Turizmin bir dış dinamik olarak sadece ekonomik etkileri ile değil sosyo-kültürel olarak yarattığı etkilerin de incelenmesi önem arz etmektedir.

Turizmin sosyo-kültürel etkilerinin ne olduğunu yazmak çok zordur çünkü turizm pratikte hizmet ekonomisine geçiş, sanayileşme ve kentleşme sürecinin sonucudur (Berber, 2003: 210). Turizmin etkilerini kesin çizgilerle ayırma olasılığı olmasa da bu etki sosyal sistemin bütün yapısına yayılmaktadır.

Berber, kültürel değişimin içsel ve dışsal değişimler olmak üzere iki türü olduğunu belirtmektedir. Turizm dışsal bir değişime bir kanal oluşturduğunu ve toplumun doğasını değiştirme yetisine sahiptir.

Değişmeyen veya statik olan hiçbir kültür ya da sosyal çevre yoktur. Kültürel değişim iki şekilde olur: Ya toplumun iç dinamiklerindeki farklılaşmalar sonucunda ortaya çıkan içsel değişim ya da dışarıdan gelen ekonomik, politik, çevresel ve kültürel etkilerle ortaya çıkan dışsal değişim şeklindedir. İçsel değişimler yaratıcılığı, gelişmeyi ve yeniliği içerir ve tüketim merkezli ve teknolojik olarak karmaşık toplumlarda az gelişmiş toplumlardan daha fazla görülür. Dışsal değişimler; modernizasyon, Batılılaşma ve dışsal baskılarla, turizmin bir kanal oluşturduğu kültürel evrimle ortaya çıkar. Hiçbir toplumun dış etkilere karşı bir bağımsızlık sistemi yoktur. Turizm değişimin katalizörlerinden biriyken, genelde ev sahibi toplumun doğasını anlamlı olarak değiştirme yetisine sahiptir (Berber, 2003: 211).

Turizm, gerçekte olduğu bölgenin sosyo-kültürel yapısı üzerinde olumlu ve olumsuz etkilere sebep olmaktadır. Olumlu etkiler arasında; bölgede hoşgörü ve anlayış ortamının gelişmesi, kadın hakları konusundaki ilerlemeler, boş zamanı iyi kullanma alışkanlığının gelişmesi, kültürel değerleri korumak amacıyla yeni toplumsal kurumların ortaya çıkması, toplumsal refah ve istikrarın teşvik edilmesi ve kültürün korunması yönündeki girişimler sayılabilir (Kozak, Kozak ve Kozak, 2010: 90-91). Turizmin olumsuz birtakım sosyo-kültürel etkilere yol açabileceği de tartışılan görüşler arasındadır. Yabancılara yönelik düşmanlık duygularının oluşması, dildeki yabancı sözcüklerin artması, suç oranlarındaki artışlar, ahlaki değerlerin kaybedilmesi, kültürün metalaşması ve gösteriş etkisi olarak da adlandırılabilen turistlerin yaşam biçimini taklit etmeye çalışma, turizme açılan bölgelerde rastlanabilecek olumsuz sosyo-kültürel etkilere örnek olarak gösterilebilir (Doğan, 2004: 131-136; Kozak, Kozak ve Kozak, 2010: 93-94; Tuna, 2012: 14).

Turizm, birçok farklı bileşeni olan ve her farklı koşulda farklı etkiler yaratan bir endüstridir. Bunun anlamı, turizm çeşitlerinin ayrımını ve yerel toplumlar üzerinde yaratabileceği etkilerin çeşitliliğinin ayrımını yapmak zorunluluğudur (Greenwood, 1977: 129).

Kırsal turizm alanlarında turizm faaliyetlerinin gelişmesi ile turistler yeme-içme, merak, eğlence gibi ihtiyaçlarını gidermek amacı ile yerel halk ile temasa geçmekte ve çeşitli ilişkiler kurmaktadır. Turistler ve yöre halkı arasında kültürel bir alışveriş olmaktadır. Özellikle az gelişmiş ülkelerde kültür farkından ağırlıklı olarak yöre halkı etkilenmektedir. Yöre insanı kentsel değerler ile tanışırken baskın kültür, zayıf olan kültürü asimile edebilmektedir. Turist ve yerel halk arasındaki bu etkileşim farklı boyutları ile toplumsal değişime sebep olmaktadır. Turizmin toplumsal değişime etkileri; bireysel davranış, aile etkileri, ahlaki tutumlar, değer sistemleri, örf ve adetler, geleneklerin değişimi, toplumun örgütlenmesindeki değişikliklere katkıları, sosyal etkiler yoluyla olmaktadır.

Özellikle az gelişmiş ülkelerde turizm geliştikçe sosyal yapının büyüklüğü değer yargıları ve manevi kriterlerin, örf ve adetlerin değiştiğini, sosyal davranışların değişme eğilimi göstermeye başladığına tanık olunmaktadır (Berber, 2003: 214). Turizm kitle turizmine ne kadar dönüşürse, yöresel kültüre etkilerinin o kadar derin

olacağı ve her turistin yerli topluma da uyumunun o kadar zayıf olacağı kabul edilmektedir (Bal, 1995: 33).

Tablo 1.1’de görüldüğü gibi kitlesel olarak gelen turist grupları kendi toplumlarının normlarını beklediği, çok sınırlı ya da az görünen turistlerin ise yöresel normlara uyum gösterme eğilimleri olduğu görülmektedir. Önemli olan nokta, kendi toplum normlarının beklentisinde olan turistler ile geleneksel toplumun üyeleri arasında bir kültür farkı şoku yaratmasıdır. Yerel kültür turistlerin modern toplum değerleri etkisinde kalmaktadır. Languar’a (1991) göre kültürel ve parasal üstünlüğe sahip olan turistler yerel kültüre katılım göstermek için hiçbir çaba harcamamaktadırlar (s. 66). Yerel halk ise konukseverliğini göstermek için sürekli gülümsemek, koşuşturmak ve turistlerin değerlerini davranış biçimlerine ne kadar yakın olduklarını kanıtlamak durumunda kalmaktadırlar (Bal, 1995: 34). Bu etkiler turizmin bozucu etkileri olarak kabul edilebilir.

Tablo 1.1. Turist Tiplerine Göre Turistlerin Yerel Topluma Uyum Düzeyi

Turist Tipi	Turist Sayısı	Normlara Uyumu
Kaşif	Çok Sınırlı	Tümüyle kabul ediyor
Seçkin/Elit	Az görünür	Tümüyle uyumlu
Alışılmıştın Dışında	Çok Az Görünen	Uyumu İyi
Alışılmamış	Rastlantısal	Bazen Uyumlu
Yeni Doğan Kitle	Sağlanan Akın	Batı modelini arama
Kitle	Devamlı Akın	Batı modelini bekleme
Charter	Kitlesel Varışlar	Batı modelini talep etme

Kaynak:Bal, H. (1995). *Turizmin Kırsal Toplumda Aile İçi İlişkilere Etkisi*. İstanbul:Doğa İnsan Yayınları. 33.

Soykan (1999) kırsal turizmin yaratmış olduğu etkilerin turizm ile aynı olmakla birlikte farklılıklar gösterdiğini belirterek, kırsal turizmi olumlu ve olumsuz etkileri olmak üzere iki kategoriye ayırmaktadır (s. 73). Kırsal turizmin olumlu etkileri/yönleri şunlardır:

1. Kırsal turizm, kırsal yörelerin kalkınmasına yardımcı olarak, ülke ekonomisine katkıda bulunur: Tarımsal ve turizm etkinlikleri birarada ve birbirinin tamamlayıcısı olarak yer alırsa, hem o yöre hem de ülke ekonomisine önemli olumlu etkilerde bulunur.

2. Kırsal kesimden çeşitli nedenlerle göç edilmesiyle, kırsal nüfustaki azalma; sosyal düzen ve ekonomik denge bakımından büyük eşitsizlikler yaratır. Turizm, böylece kırsal alanların canlılığı ve dinamizmi için zorunlu olan optimum nüfus miktarının sağlanması açısından önem taşır (Olalı-Timur, 1986). Diğer bir ifadeyle kırsal turizm, kırsal yöreleri kalkındırarak, iç göçü önler, nüfusu yerinde tutmada önemli rol oynar.

3. Turizm, kırsal yöre halkına, çok çeşitli kaynaklardan gelir kazanma olanakları yaratır. Bunlar:

- Tarım ürünlerine ek talep doğacağından, tarım üreticileri için ek piyasa doğması demektir.
- Turistik mal ve hizmet sektörü ile kamu hizmetlerinin çoğalması, hem kişisel, hem de kamu gelirlerini artırır.
- Kırsal yörelerde el ve ev sanatları gelişir, esnaf ve sanatkar sayısı artar, ek gelirler çoğalır.
- Konaklama, yeme-içme vb. ilgili tesislerin artması, istihdam ve ücret gelirlerini artırır.
- İnşaat sektörü geliştiğı için ona bağlı yan sektörler ve gelirler artar.

4. Turistlerin her türlü hizmette belirli bir kalite aramaları yerli halkın da yaşam standartlarının yükselmesine yol açar.

5. Turizm, altyapı, konut ve çalışma şartlarının iyileştirilmesine neden olduğundan, bu olumlu gelişmeler halkın yararına olur.

6. Turizm, kırsal alanlarda yeni ekonomik etkinlikler doğmasına yol açar ve yörenin ekonomik yapısının esnekliğe kavuşmasına yardım eder.

7. Kırsal turizm, ülkede turizmin mekânsal dağılışındaki eşitsizliği, özellikle kıyılardaki yoğun baskının ve aşırı kullanımın azalmasına katkıda bulunur.
8. Kırsal turizm; kentsel ve kırsal yerleşmeler arasındaki ilişkilerin kopukluğunu azaltır, iletişimi canlandırır (Olalı-Timur, 1986).
9. Kırsal yörelerin turizme açılmasıyla, yöre insanı, kirli ve kişiliksiz bir çevrenin pazarlanamayacağı gerçeğini öğrendikten sonra, doğal çevreyi bizzat kendisi denetim altına alarak, korumanın doğrudan uygulayıcısı olur (Demircioğlu, 1993).
10. Kent insanları kırları ziyaretleri ile kırsal kültürleri tanıma, değişik bir ortamda dinlenme olanağı bulurlar.
11. Kırsal turizm, iç turizmi canlandırır.

Kırsal turizmin olumsuz etkileri ise Soykan'a göre şöyledir;

1. Kırsal turizm, tarımdan gelir sağlayan halkın, tarım sektörü dışına kaymasına neden olur. O da tarımın gerilemesi anlamı taşıyabilir. Ayrıca, kırsal turizmin plansız gelişimi, tarımsal alanların azalışına yol açabilir. Bu iki olumsuzluk, o yörenin tamamıyla turizme bağımlı duruma gelmesi demektir ve istenilmeyen bir sonuç ortaya çıkabilir.
2. Arazi ve diğer gayrimenkul fiyatlarında spekülâtif artışlar olabilir, kiralama bedelleri aşırı yükselebilir, tarım üreticisi tarımdan gelir sağlamak yerine, arazisini boş bırakarak toprak rantı bekler duruma yönelebilir.
3. Kırsal turizmden sağlanan gelir, yerli halka bu geliri tarım dışı, hatta yöre dışında değerlendirme şansı yaratır, o da başka sektörlerle sermaye akımını kuvvetlendirir ve kırsal turizmi yöreyi kalkındırma amacından uzaklaştırır.
4. Kırsal alanların aşırı ve yoğun kullanımı, tarımsal alanları, doğal ve kültürel sit alanlarının tahribine yol açabilir, ekolojik dengeyi bozabilir. Tarımsal ürün deseni değişebilir, verim azalabilir.
5. Kırsal alanların aşırı kalabalık olması, çekiciliklerin azalmasına ve otantikliğini kaybetmesine (yozlaşmasına) neden olabilir.
6. Kırsal turizm 'kültürel kirlenmeye' yol açabilir. Yerel kültürün maddi ve manevi değerlerinin yok olması yanında 'bayağılaşması' ayrı bir sorun teşkil eder.

Soykan'ın, kırsal turizmin bölgede yaratmış olduğu ekonomik etkisi üzerinde ağırlıklı olarak durduğu görülmektedir.

Cohen'in turizmin sosyo-kültürel etkilerini yerel halk temelinde ele almaktadır. Cohen turizmin yarattığı sosyo-kültürel etkileri on kategori altında toplamıştır. Bu kategoriler; daha geniş çerçevede toplumsal katılımın olması, insanlar arası ilişkilerin doğası, sosyal örgütün temelleri, sosyal hayatın ritmi, göç, iş bölümü, tabakalaşma, gücün dağılımı, normal olandan sapma, gelenekler ve sanat başlıklarıdır. Maddeler halinde açıklamaları şu şekildedir (Cohen, 1984: 385):

1. *Daha geniş çerçevede toplumsal katılım:* Soykan'ın da farklı cümlelerle belirtmiş olduğu gibi; turizmin etkisi altındaki yerel halk, ulusal ve uluslararası sistemlerin içerisine artarak dahil olurken yerel özerkliğini kaybetmekte ve toplumun refahı kontrolü olmayan dış faktörlere bağımlı hale gelmektedir (Greenwood, 1972: 90).

2. *İnsanlar arası ilişkiler:* Turizm insanlar arası ilişkilerde toplumsal dayanışmayı azaltmakta, bireyselleşmeyi arttırmakta (Stott, 1978: 81), stres ve çatışmalar yaratmaktadır. Bu durum ise yerel hayat üzerinde baskılar yaratmaktadır (Redclift 1973:7-8; Boissevain 1977: 530; Andronicou 1979:248-249).

3. *Sosyal organizasyonun temeli:* Özellikle geleneksel toplumlarda turizmin sosyal organizasyon üzerindeki başlıca etkisi, ekonomik etki alanının genişlemesidir. Bazı bölgelerde yaşam, öncelikli olarak ekonomik kriterler ile düzenlenmezken ticarileşmekte ya da metalaşmaktadır (Greenwood, 1977). Ayrıca, ekonomik kazanç yerel halkın davranışlarında ve ilişkilerinde daha öne çıkmaktadır. Davranış ve ilişkilerdeki değişim sadece turistlerle ilişkilerde değil, yerel halkın kendi aralarındaki ilişkilerde de görülmektedir.

4. *Sosyal yaşam düzeni:* Birçok araştırmacı, turizmin sosyal hayatın düzeni üzerinde etkisi olduğunu belirtmektedir. Turizmin genelde sezon bazlı bir aktivite olması tarım toplumlarındaki geleneksel yaşam biçimini etkilemektedir (Clarke, 1981: 453-55; Greenwood, 1972).

5. *Göç:* Turizm var olduğu bölgede yeni iş imkanları yaratmaktadır.

6. *İş bölümü:* Özellikle cinsiyete dayalı iş bölümü turizmin etkileri arasında en çok bahsedilenler arasındadır. Yeni iş gücü çeşitlerinin ortaya çıkması ile otel gibi turizm servislerinde iş bulan genç kadınlar (Noronha, 1977:65), market için el sanatları ve hediyelik eşya üretimi (Boissevain, 1979: 83-84) ile yerel nüfus işgücüne dahil olmaktadır. Bu değişim sadece iş bölümünü etkilememekte, aynı zamanda kadının ailesine ve kocasına karşı statüsünü ve anne-babanın çocuklar üzerindeki kontrolünü

değiştirmektedir. Bu durum bazen yükselen bir çatışmaya ve aile içerisinde sapkınlığa sebep olmaktadır (Noronha, 1977: 65-66).

7. *Tabakalaşma*: Ekonomik alana önem veren turizm tabakalaşmanın kriteri olarak geleneksel statülere karşılık paranın değerinin önemini artırmasına sebep olmaktadır. Bu durum kuşkusuz tabakalaşma kriterlerinin değişimine katkıda bulunmaktadır.

8. *Güçün dağılımı*: Turizm geleneksel liderlere karşılık yeni tip liderleri doğmasına sebep olmaktadır. Yeni güç merkezleri ortaya çıkmakta ve yerel güç yapılarının çeşitlenmesine yol açmaktadır.

9. *Sapkınlık*: Hırsızlık, dilenme, sahtekarlık, taciz turizme bağlı sapkınlık olarak ortaya çıkabilmektedir.

10. *Gelenekler ve el sanatları*: Gelenekler ve el sanatları sıklıkla ekonomik alana yöneltilmekte ya da 'metalaştırılmaktadır'. Metalaşma durumunun ortaya çıkması ortak bir fikir olarak kabul edilirken, yaşanan değişim ve turizm ile gerçek değerini kaybetme durumu hala yoğun bir şekilde tartışılmaktadır. 'Metalaşma' gelenekleri ve el sanatlarını mutlaka değiştirmemektedir hatta bazı örneklerde turizmin ilgi alanları doğrultusunda korunmaktadır (Wilson, 1979: 230). Birçok durumda ise, gelenekler ve el sanatları, artık yerel halkın kültürel altyapısını, dilini ve geleneksel değerlerini içinde barındırmayan ve 'dış' halka hitap edecek şekilde değişikliğe maruz kalmaktadır (McKean, 1976: 242-43). Danslar ve ritüeller kısaltılmış ya da süslenmiş ve halk geleneği ya da el sanatları değiştirilmiş, uydurulmuş ve bazen turistlerin faydaları doğrultusunda yeniden uydurulmuş olduğu görülmektedir.

Doğan (2004) turizmin sosyo-kültürel sonuçlarını üç ana başlık altında incelemektedir (s: 129). Bu başlıklar; turizmin kültür üzerindeki etkileri, turizmin toplum yapısı üzerindeki etkileri, turizmin ekonomik yapı üzerindeki etkileri şeklindedir. Bu ana başlıklar ise alt başlıklar altında incelenmiştir. Tablo 1.2'de ana başlıklar ve bu ana başlıkların alt başlıklarına yer verilmiştir.

Tablo 1.2. Turizmin Sosyo-Kültürel Sonuçları

Turizmin Sosyo-Kültürel Sonuçları	
Turizmin Kültür Üzerindeki Etkileri	Dinsel İnanç ve Davranışların Değişmesi Değerlerin Değişmesi Yaşam Biçiminin Değişmesi Dilin Değişmesi Sanatın Değişmesi
Turizmin Toplum Yapısı Üzerindeki Etkileri	Kentleşme Toplumsal Katmanlar Politik Yapı Aile Yapısı
Turizmin Ekonomik Yapı Üzerindeki Etkileri	Ekonomik Gelişme

Kaynak: Doğan, H. (2004). *Turizmin Sosyo-Kültürel Temelleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Doğan (2004), turizmin yerel toplum üzerindeki etkisinin büyük ölçüde abartıldığını belirtmektedir. Turizmin insan ilişkileri ve davranışları üzerinde kuşkusuz etkileri olduğunu fakat turizmin etkisinin başka değişiklik kaynağı olan etmenlerle bir arada olduğunu ve bu etmenleri birbirlerinden ayırmanın oldukça güç olduğunu belirtmektedir (s. 129). Bunun yanında turizmin tamamen yıkıcı ya da tamamen bütün sorunları çözen büyük bir gelişme olarak da ele alınmaması gerekmektedir. Boissevain (1979) de aynı şekilde turizmin toplumsal sonuçları ile başka etmenlerin birbirlerine karıştırıldığını belirtmektedir (s. 29). Bu durum çözümü zor bir sorun yaratmaktadır. Çünkü başka etmenlerin hızla değiştiği bir ortamda, turizm de hızla değişmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM

KIRSAL TURİZM KAVRAMI

Bu bölümde kırsal turizm kavramı tartışılmaktadır. Bu tartışmada turizmin gelişim tarihi, alternatif turizm çeşitlerinin ortaya nasıl çıktığı üzerinde durulmakta ve kırsal turizm kavramına dair tartışmalar ele alınmaktadır.

2.1. Dünyada Turizmin Gelişim Tarihi

Temelinde insanların seyahat etmesi olan turizm kavramı, özellikle işçi sınıfının endüstri devriminden sonra ücretli izin hakları kazanması ve bunun sonucunda, toplumsal bir olgu haline gelmesine karşılık geçmişi çok eski tarihlere dayanmaktadır (Tuna, 2012: 23). Temelinde insanların seyahat etmesi olan turizm kavramı çok eski dönemlere dayanmaktadır. Günümüzde her seyahat, turizm hareketi sayılmasa da tarihi gelişim içinde ilk seyyahlar ilk turistler olarak kabul edilmektedir (Akman, 2007: 17). M.Ö. 4000 yıllarında tekerleğin bulunması ile insanların seyahati keşfettikleri varsayılmaktadır. Robert W. Mcintosh'a (1972) göre, parayı, yazıyı ve tekerliği ilk bulanlar olarak kabul edilen Sümerler seyahati keşfedenlerdir (s. 9). Fenikeliler ise muhtemelen modern anlamda, bir yerden diğerine tüccar olarak giden ilk gerçek seyyahlardır (Toskay, 1989: 77). M.Ö. iki binden itibaren antik dünya insanının turizm amaçlı geziler yaptığı bilinmektedir. Bu geziler için uzun yolculuklara dayanan gemilerin yapılması ve arayış arzusu, insanları binlerce kilometre ötelere seyahat etmeye iten nedenlerin başında gelmektedir (Gezgin, 2002: 183).

Modern anlamda turizm kavramına ilk kez Eski Yunan'da rastlanmaktadır. Eski Yunan ve Roma döneminde, ilk kez zevk ve kültür için seyahat edildiği, turizmin bu dönemde oldukça geliştiği ve günümüze benzer bir turizm olgusunun olduğu düşüncesi literatürde yaygındır. Dönemin sosyo-kültürel ve ekonomik durumunda gelinen düzey bu durumun başlıca sebebidir. Bu sebepleri; asillerin köle çalıştırarak üretim faaliyetlerine katılmamaları, hızlı ve güvenli bir şekilde seyahat edilmesini sağlayan düzenlenmiş karayolları, güvenli konaklama imkanları, toplumun seyahat

etme, güzel sanatlara yönelme eğiliminin arttığı bir dönem olması başlıkları altında toplanabilir.

Roma döneminde, Romalı asillerin köle çalıştırması gerekli boş zamanın oluşmasını sağlıyordu. Bu dönemin yarattığı koşullarda Romalı asiller yazları sayfiyeye gitmek, kaplıcaları ziyaret etmek, merak nedeniyle uzak mesafelere seyahat etmek, eski eserleri ve spor müsabakalarını görme imkânı elde ediyorlardı (Toskay, 1990: 16). Bu bağlamda, turizmin oluşması için gereken yüksek gelir ve boş zaman Roma İmparatorluğu döneminde mevcut bulunmaktaydı (Akman, 2007: 20). Öte yandan, Romalılar M.Ö. 200 yıllarında gelişmiş ulaştırma sistemlerine sahiptiler. Bu gelişmiş ulaştırma sistemlerinin sunduğu imkanlar ile karayolunda günde 150 km kadar yol alabiliyorlardı. Yol boyunca var olan barınaklar, hanlar konaklamayı ve at değiştirilmesini sağlıyordu. Askeri amaçlı inşa edilen bu ulaştırma sisteminin toplulukların can ve mal güvenliğini sağlaması turizm isteğini de karşılamaktaydı (Akman, 2007: 21). Ulaştırma sisteminin güvenli ve gelişmiş olması giderek daha çok sayıda Romalının seyahat etmesini sağlıyordu.

Roma İmparatorluğu'nun zayıflayarak beşinci yüzyılda parçalanması ile birlikte Avrupa'da merkezi otoritenin yerini derebeylikler almış ve ortaya çıkan savaş hali turizme uygun güvenli ortamın bozulmasına sebep olmuştur. Refah düzeyi düşmüştür. İnsanlar can ve mal güvenliklerini sağlayamaz duruma gelmişlerdir. Bu duruma karşılık, Eski Yunan ve Roma döneminde zevk, eğlence üzerine kurulu turizmin yerine din turizmi öne çıkmıştır.

Bu dönemdeki en önemli seyahat olaylarından biri Haçlı Seferleridir. Haçlı Seferleri on binlerce insanın kıtalararası devinime sebep olmuştur. Bu uzun yolculuk, gidiş ve dönüş güzergahı üzerindeki toplulukları da kapsamı bakımından toplumlar arası etkileşime yol açan bir süreç olarak değerlendirilmelidir. Haçlı Seferlerinin turizm alanındaki bir başka etkisi ise, kıtalararası dinsel amaçlı seyahatleri başlatması ve bunu yaygınlaştırmasıdır (Eralp, 1975: 4).

Öte yandan, Ortadoğu'da ve Arap dünyasında Müslümanlık yaygınlaşmış ve topraklarını genişleten Müslümanlar için kutsal olan Mekke, Medine, Kerbela'yı her yıl çok sayıda kişi ziyaret etmekteydi. Ortaçağda diğer bir önemli gelişim ise İpek Yolu üzerinde yapılan kıtalararası ticarettir. İpek yolu üzerinde yapılan ticaret ve

bundan kaynaklanan ilişkiler, Batı Avrupa'yı, Ortadoğu- Türkiye-İran üzerinden geçerek Hindistan ve Çin'e bağlamıştır. Demek oluyor ki Roma döneminde imparatorluğun sınırlarını aşamayan seyahatler, Orta Çağda kıtalararası boyutlar kazanmıştır (Eralp, 1975: 4).

Ortaçağın tutucu, teokratik yapısında bir tepki olarak ortaya çıkan Rönesans döneminde turizm farklı bir boyut kazanmıştır. Rönesans döneminde ortaya çıkan yeni fikir akımları, sanatçıların ve düşünürlerin belirli merkezlerde toplanmalarına neden olmuştur. Bilginler, sanatçılar, gençler bu merkezlere akın etmişlerdir. Bu süreçte belirtmemiz gereken başlıca nokta, seyahatlere katılan kümelerin taşıdığı başlıca özelliklerin, sanat, bilim ve siyaset alanında uğraş verenlerden oluşmasıdır (Eralp, 1975: 7). Bu dönemde aristokrasi ve üst tabakanın çocuklarının bir ile üç yıl arasında süren 'The Grand Tour' adı verilen kültürel eserlerin, müzelerin gözlemlendiği, kişisel deneyimlerin yaşandığı seyahatlere çıkması ile tam olarak turizm bir aktivite haline gelmiştir. Bu seyahat, soylu gençlerin eğitiminin esasını teşkil etmektedir.

Günümüzde anladığımız turizm ise özellikle geleneksel ve yaygın anlamı ile 19. yüzyılda endüstrileşme ile birlikte ortaya çıkan bir olgudur (Aykaç, 2005: 4). Makineleşme, endüstride seri üretim tekniklerinin başlaması hızlı bir şehirleşmeye ve nüfusun kırsal alanlardan şehirlere akmasına sebep olmuştur. Özellikle 1980'li yıllarda görülen küreselleşme turizmde dönüm noktası olmuştur.

2.2. Küreselleşen Dünyada Turizm ve Alternatif Turizm Çeşitlerinin Ortaya Çıkışı

Turizm genel olarak modern insanın boş zaman faaliyetlerinden birisi olarak değerlendirilmekle birlikte, daha geniş kapsamlı değerlendirildiğinde sağlık ve iş amaçlı, özellikle kongre ve toplantı amacıyla düzenlenen geziler de genel olarak turizm kavramının tanımlaması içinde yer almaktadır (Tuna, 2002). Kapitalist toplumlarda, turizm bir boş zaman etkinliğidir. Modern anlamda turizm, günlük yaşamın çalışma ve boş zaman olarak belirlendiği batı toplumlarında ortaya çıkmıştır. Modern anlamda turizm kavramını ve alternatif turizm çeşitlerinin ortaya çıkmasını kapitalizmin dinamikleri içerisinde ele almamız gerekmektedir.

Turizmin uluslararası düzeyde yaygınlaşması ve kitle turizminin gelişimi küreselleşme ile gerçekleşmiştir. Küreselleşme dünya ölçeğinde; ekonomik, politik ve kültürel bariyerlerin yıkılmasını ve insanların, ürünlerin, sermayenin, iletişim ve yaşam biçimlerinin serbest dolaşımını sağlamıştır (Cohen, 2012: 103). Bu bağlamda; küresel dönemde; haberleşme araçlarının gelişmesi, ulaşımın ucuzlaması, sanayileşme, politik ve ekonomik entegrasyon sağlayan küreselleşme ile ulusal sınırların öneminin azalarak insanların hareketliliğinin artması (Timothy, 1995) ve az gelişmiş ülkelerde artan yoksulluğa karşı kapitalist ülkelerde sermaye birikimi (Nicholson-Lord, 1997) turizm aktivitelerinde radikal değişimler yaşanmasına sebep olmuştur. Yaşanan bu değişimler, turizme olan talebin artmasını ve tur operatörlerinin ulaşım, konaklama ve eğlenceden oluşan standart bir ürün olarak sunulduğu paket turlarının geniş kitlelere ucuza satılabilmelerini olanaklı kılmıştır (Shaw ve Williams, 1994: 176). Turistler neredeyse dünyanın her yerine ulaşım imkanına sahip konuma gelmişlerdir. Bu bağlamda, küreselleşme ile birlikte kitle turizmi en hızlı büyüyen sektörlerden birisi olmuştur.

Küreselleşmenin getirmiş olduğu bu değişimler ulusal yapıları zayıflatıp, 'kolektif' kimliklerin çözülmesine yol açarak, yeni kimlik arayışını canlandırmıştır (McGrew, 1992: 62). Yaşanan bu değişimler turizm taleplerinde de değişimlere sebep olmuştur. Turizmin yaşadığı bu değişim ve dönüşüm, turizm sektöründe sadece turist sayısındaki artış, turizm gelirlerindeki yükseliş gibi niceliksel olarak değil, aynı zamanda turizm isteminde ve tercihlerinde ortaya çıkan değişimler olarak niteliksel olarak da kendini göstermiştir. Değişen turizm talepleri kongre turizmi, golf turizmi, spor turizmi, kırsal turizm gibi alternatif turizm çeşitlerinin ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Urry (1999), kitle turizminden alternatif turizme olan bu geçişi fordizmden post-fordizme geçişle açıklanabileceğini belirtmiştir. Fordist üretim anlayışının bir parçası olan kitlesel tüketim anlayışının bir yansıması olan kitle turizmine karşılık, tüketicilerin bireyselleşmesi ve estetik ağırlıklı malların tüketimindeki artış ile küçük ölçekli, özgün turizm işletmelerinin yer aldığı, çevreye uyumlu alternatif turizm çeşitleri ortaya çıkmıştır. Tüketicilerin bireyselleşmesi ve estetik ağırlıklı malların tüketimindeki artış, sunulan konaklama tesislerinin biçimini değiştirmiştir. Standart tatil köylerinin yerini giderek artan oranda, bireysel olarak oluşturulan, çevreyle

uyumlu, küçük ölçekli ve özgün turistik işletmeler (örneğin kır evi şeklinde düzenlenen oteller) almıştır (Urry, 1999: 151). Diğer bir ifade ile üreticilerin egemen olduğu bir yapılanma içinde (fordizm) tüketilecek turist paketini şekillendiren tur operatörleri iken; tüketici tercihlerinin belirleyici olduğu post-fordist dönemde, değişen turist profiline ve isteklerine paralel olarak, alternatif turizm çeşitleri sunulmaya başlamıştır (Roney, 2002: 13). Urry (1999) tablo 2.1’de post-fordist tüketim ve turist yansımasını açıklamıştır (s. 207).

Tablo 2.1. Post-Fordist Tüketim ve Turist Yansıması

Post-Fordist Tüketim	Turist Örnekleri
Tüketiciler giderek egemen duruma gelir ve üreticiler çok daha fazla tüketici yönelimli olmak zorundadır.	Bazı kitle turizmi biçimlerini (tatil kampları ve ucuz paket tatiller) reddedilmesi ve artan seçenek çeşitliliği.
Tüketici seçimlerinin büyük değişikliği	Alternatif görünüm ve çekiciliklerin çoğalması
Artan pazar bölünmesi	Tatil tipinin çoğalması ve yaşam biçimi araştırmasına dayalı ziyaretçi çekme
Tüketici deviniminin artışı	İletişim araçlarında alternatif tatiller ve çekiciliklere ilişkin çok daha fazla enformasyon
Her biri daha kısa ömürlü olan pek çok yeni ürünün gelişimi	Modanın hızlı değişmesi nedeniyle turist yerlerinin ve deneyimlerinin hızlı Dönüşümü
Kitlesel olmayan üretim/tüketim biçimleri lehine artan tercihler	“yeşil turizm” ve tüketicilere göre bireysel olarak oluşturulan dinlenme ve kalacak yer biçimlerinin (kır evi otelleri gibi) artışı.
Tüketimin giderek daha az işlevsel olması ve giderek daha fazla estetize edilmesi	Turizmin boş zamandan, kültürden, perakende satıştan, eğitimden, spordan, hobilerden “ayrimsızlaşması”.

Kaynak: John, U. (1999). *Mekanları Tüketmek*. İstanbul : Ayrıntı Yayınları. 207.

Yapılan araştırmalarda kitle turizminden alternatif turizm türlerine doğru eğilimin daha da artacağı öngörülmektedir. Bu bağlamda, alternatif turizm türlerinin yarattığı etkilere dair yapılan çalışmalar daha da önem kazanmaktadır.

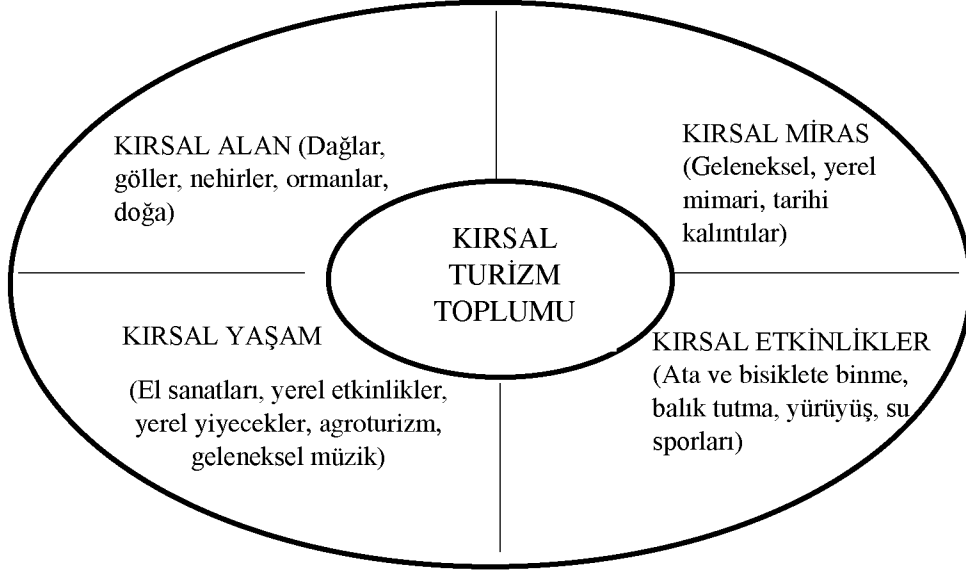
2.3. Kırsal Turizm Kavramı

Alternatif turizm çeşitlerinden en popüler olanlar kırsal bölgelerde uygulananlardır. Kırsal alanlara (dağ ve orman köylerini de kapsayan) yönelik turizm faaliyetleri ile ilgili tartışmalarda farklı kavramlar kullandığı görülmektedir. Bazı uzmanlar kırsal alanlardaki alternatif turizm aktivitelerini köy turizmi, çiftlik turizmi, tarım turizmi gibi kavramlarla ifade ederken; bazıları ise dağ turizmi, eko-turizm veya yayla turizmi olarak ele almaktadır. Bunun nedeni kırsal turizmin kapsamı hakkında ortak bir görüşe sahip olunamamasıdır (Esengün, Akça ve Sayılı, 2001: 31). Aralarında ufak farklılıklar olmasına rağmen yukarıda belirtilen aktivitelerin hepsi kırsal alanlarda gerçekleştiği için hepsi “kırsal turizm” kavramı altında toplanarak, araştırmada kırsal turizm başlığı altında ele alınacaktır.

Kırsal turizm kavramının ortak bir tanımı bulunmamaktadır. Lane (1994) kırsal turizmi, düşük nüfus yoğunluğuna sahip ve açık alan olan, genellikle 10.000 nüfustan az olan küçük ölçekli yerleşimler ve genel olarak alan kullanımı tarım, ormancılık ve doğal alanların kullanımına dayanan kırsal alanlarda gerçekleşen turizm türü olarak tanımlamaktadır (s. 14). Bu tanımda kırsal turizm gerçekleşme alanı temel alınarak tanımlanmaktadır. Bramwell ve Lane’in (1994) tanımında ise kırsal turizm bağlamında çok yönlü bir faaliyet olarak ele alınmaktadır. Bu tanımlamaya göre kırsal turizm sadece tarım odaklı bir turizm değildir. Kırsal turizm, tarım temelli tatilleri, doğa tatillerini ve ekoturizmi, yürüyüş, tırmanma, binicilik tatilleri, macera, spor ve sağlık turizmi, avcılık ve olta balıkçılığı, eğitim temelli gezi, sanat ve kültürel miras turizmi ve bazı bölgelerde etnik turizmi de içermektedir (Bramwell and Lane, 1994: 9).

Soykan’a (1999) göre, kırsal turizm kavramı merkezinde kırsal turizm toplumunun yer aldığı birden çok bileşene sahiptir (s. 73). Kırsal turizm merkezinde kırsal turizm toplumunun yer aldığı, kırsal alan, kırsal miras, kırsal yaşam ve kırsal etkinliklerin ortak noktada buluşması ile gerçekleşen bir turizm türüdür. Şekil 2.1’de kırsal turizm farklı öğeler ve bileşenler ile kavramsallaştırılmıştır.

Şekil 2.1. Kırsal Turizm Kavramı (Kırsal Turizm Bileşenleri)



Kaynak: World Tourism Organisation. (2004). Rural Tourism in Europe: Experiences, Development and Perspectives. 13.

En genel tanımla kırsal turizm 'kırsal alanlarda' var olan turizm türüdür şeklinde tanımlama yapılabilir fakat 'kırsal alan'ı oluşturan etmenler kendi içlerinde, ülkeler arasında önemli değişiklikler göstermektedir (Dashper, 2014: 4). Bu sebeple, kırsal turizmin temel bileşenlerini açıklayan bütün bu tanımlamaları incelerken unutmamız gereken, kırsal tanımının bölgesel, ülke bazında değişen bir kavram olmasıdır ve bu etmenler kırsal turizm kavramını tanımlamayı zorlaştırmaktadır.

Kırsal turizm aktivitelerini incelendiğinde hangi tür tatillerin şehir veya kırsal alanlarda yapılan tatil olduğunu ayırmak oldukça zordur. OECD daha çok kırsal alanlara özgü olan, kırsal alanda ve kentsel alanda yapılabilecek tatil türleri tablo 4'te gösterilmiştir.

Tablo 2.2. Kırsal Alanda ve Kentsel Alanda Yapılabilecek Tatil Türleri

Çoğunlukla kırsal alana özgü olan tatil türleri	Kırsal alanda ya da kentte yapılabilecek tatil türleri
Yürüyüş	Yüzme
Tırmanma	Düşük ya da orta yoğunluktaki bölgelerde deniz tatilleri
'Macera' tatilleri	Golf gibi orta düzeyde insan yapımı gerektiren alanlar
Kano	Gurme tatilleri
Rafting	Kültürel turlar
Kros kayağı	Doğal varlıkları koruma tatilleri
Karda yürüyüş turu	Eğitim amaçlı tatiller
Kuş gözlemi, fotoğraf çekimi gibi doğal ortamlarda çalışmak	Kültürel festivaller
Avcılık	Tekne tatilleri
Bisiklet/Bisiklet turları	Kamp
Atlı spor	Gezi turları
Kırsal miras çalışmaları	Küçük ve orta ölçekli konferanslar
Küçük kasaba/köy turları	Deniz balıkçılığı
Kırsal festivaller	Gemi yolculuğu
Küçük ölçekli konferanslar	
Kırsal alan gerektiren sporlar	

Kaynak: OECD. (1994). Tourism Strategies and Rural Development. Paris. 16.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KIRSAL TURİZMİN METALAŞTIRMA ETKİSİ

Rekreasyon ve turizm etkinliğinin var olduğu kırsal alanlarda sosyal ve ekonomik değişmelerin ortaya çıktığı görülmektedir. Bu değişimler farklı teorik perspektiflerle açıklanmaktadır. Politik ekonomik yaklaşımlar bu noktada önem taşımaktadır. Metalaşma ve metalaşmanın endüstrileşmiş ülkelerdeki kırsal bölgelerin ekonomik ve kültürel olarak farklılaşmasında rolü, kırsal alanların değişmesinde ve turizm literatüründe temel bir rol oynamaktadır.

3.1. Metalaşma

Marx'ın tanımıyla kapitalizm, üretim araçlarının toplumda ayrı bir sınıfı oluşturan kapitalistlerin elinde bulunduğu bir üretim tarzıdır (Dobb, 2001: 10). Kapitalizm meta üretimi sisteminin gelişmesine bağlı olan bir üretim tarzıdır. Bunun anlamı, o ana kadar meta olmayan şeylerin veya nesnelere zaman içerisinde meta formuna dönüştürülmesi, sermayenin bu dönüşüme dair bitip tükenmek bilmeyen bir çaba içerisinde olmasıdır (Kıyan, 2013: 1). Bir diğer ifade ile metalaşma daha önce alış/satış pratiğinin dışında bırakılan şeylerin piyasanın hükmettiği alana girmesini anlatan süreçtir (Keyder ve Yenal, 2013: 20-21).

Karl Marx temel çalışması olan Kapital'e meta tartışmasıyla başlamaktadır.

Kapitalist üretim tarzının egemen olduğu toplumların zenginliği, 'muazzam bir meta yığını' olarak görünür; bunun basit biçimi tek bir metadır. Bu nedenle, incelememiz, metanın analiziyle başlıyor (Marx, 2011: 49).

Marx emek ürününün meta biçimini, burjuva toplumunun 'ekonomik hücre biçimi' olarak görmektedir. Nasıl ki hücre organik varlıkların en temel en küçük birimini oluşturuyorsa; canlılığın temel işlevleri nasıl ki hücrelerde gerçekleşiyor ve canlılık kendini ilkin hücrese düzeyde gösteriyorsa, benzer biçimde meta da kapitalist üretim biçiminin en temel birimini oluşturmaktadır (Yaman, 2016: 5).

Meta, üreten tarafından doğrudan kullanılmayan, pazarda değiş-tokuş edilen mallardır (Dobb, 2001: 21). Meta mübadelesinin tarihi kapitalizmin tarihinden eskidir. İnsanlık tarihi boyunca insanlar kendi ihtiyaçlarını gidermek için üretim

faaliyetlerinde bulunmuşlardır. Temelde kendi geçim ve üretim araçlarını üretmek amacıyla yapılan bu üretim faaliyetleri zamanla, az da olsa, bir kullanım değeri ile bir başka kullanım değerinin mübadele biçimini almıştır (Evrensel, 2006: 32). Zaman içerisinde söz konusu ürünler ihtiyaç gidermekten öte mübadele ilişkisine bağlı hale gelmiş ve üretim süreci tamamen değişmiştir. Yaman üretimdeki bu değişimi şu örnekle açıklamıştır:

Feodal toplumlarda belirli bir zor ilişkisi içerisinde, doğrudan üreticiler efendiler için de üretmiş olurlar: “Papaza verilen öşür, onun kutsamalarından daha gerçektir.” (Marx, 1997: 87). Yahut kimi toplumlar, Kalahari çölünde yaşayan avcı derleyici topluluk Kunglar’da avcının yakaladığı bizonun tüm gruba paylaşılmasında olduğu gibi, ortaklaşacıdır. Demekki, ister feodal dönemdeki gibi sınıflı olsunlar ister avcı toplayıcılar gibi komünal yaşasınlar bu toplumlarda bireyler arasındaki ilişkiler insanların karşılıklı ilişkileri biçiminde kurulmuştur. Üretim, ihtiyaçlar içindir ve dolaysızca toplumsaldır. Meta üretimine dayalı toplumlarda ise üretimin toplumsallığının dolaysızlığı giderek zayıflar (Yaman, 2016: 6).

Metanın kullanım değeri ve değişim değeri olmak üzere iki yönü vardır. Metanın kullanım değeri iki öge tarafından belirlenmektedir. Birinci öge, eşya olarak yarar sağlayan bir ürünün üreticiden çıkıp başkası için bir kullanım değeri olmak durumunda olmasıdır. Üretici, emeğinin ürününü kendisi kullanırsa bu meta değildir. İkinci öge, üretici için değil başkaları için kullanım değeri olan metanın el değiştirirken alınıp satılmasıdır. Bu da metanın değişim değeridir. Kullanım değerlerinin değişimi alınıp satılma ile olmazsa meta söz konusu değildir. Öz bir ifade ile “Meta olmayanın (ürünün) üretimi ile amaç, tüketim ya da kullanım değeri elde etmektir, meta üretiminin amacı ise değişim değeri elde etmektir” (Devrim, 2011: 245). Bu bağlamda, metanın bu süreci olan metalaşmayı, üretimin tüketim için değil değişim için yapılmasıdır şeklinde bir tanımlama yapılabilir. Bir diğer ifade ile metalaşma üretilen malın kullanım değeri ve değişim değerinin üst üste ve iç içe geçmesi anlamına gelmektedir (Saylan, 2002: 130).

Metanın yaratmış olduğu bu dolaşım sürecinde toplumsal iş bölümünün de gelişmesi ile birlikte, kullanım değerlerini mübadele değeri üzerinden başkasına satması ve buradan elde ettiği değer ile de kendi ihtiyaçlarını karşılaması gibi bir sonuç kendisini dayatmıştır (Evrensel, 2006: 35). Bu süreçte daha öncesinde piyasa ilişkilerine dahil olmamış alanların ve unsurların piyasa ilişkilerine tabi kılınmaktadır

(Baggethun ve Perez, 2011: 619). Wallerstein (2012), “tarihsel kapitalizm” olarak tanımladığı bu toplumsal sistemin, kapitalizm öncesinde piyasa dışında bulunan üretim, dağıtım gibi bütün süreçleri kapitalist üretim biçimi altında metalaştırma eğiliminden bahsetmektedir (s. 16-17). Bu durum ürünün doğal halini ortadan kaldırmış ve ürün satılmak için üretilmiş yani metalaşmıştır.

Kapitalist sistem içerisinde ihtiyaçlar değişim ile giderildiğinden dolayı metaların evrensel bir değer altında birbiriyle eşleşmesi gerekmektedir. Bu evrensel değere karşılık gelen, metaların değişim esnasında değerini belirleyen özel meta ‘para’dır.

Altının [paranın] ilk esas işlevi, metalara değerlerinin ifadesi için gerekli malzemeyi sağlamak, ya da aynı ad altında, bunların değerlerini nitel olarak eşit, nicel olarak karşılaştırılabilir büyüklükler olarak temsil etmektir. Böylece altın, değerini evrensel bir ölçüsü olarak iş görür (Marx, 2011: 103) .

Paranın aracı olması yoluyla insanlar ve emeğin ürünleri arasında toplumsal bir ilişki olmaktadır; maddeleşmiş bir örtü altında gizlenen bir ilişkidir bu (Bütey, 2007: 53). Para, kendisi bir değere sahip olmayan ama bütün değerleri kendi içerisinde barındıran soyut bir varlık olduğundan; malların emek kökenli olduklarının unutulmasında ve emeğin toplumsal niteliğinin gizlenmesinde etkili olmuştur (Gürbüz, 2014: 15). Metanın değerinin emekten kaynaklandığının unutulması, kapitalizmin ekonomik işleyişinin açık bir şekilde görülmesini engelleyerek onu olduğundan farklı göstermektedir (Eagleton, 1991: 81).

...tüm metaların para- biçiminde ortak ifadesi, onların değer olarak özelliklerinin ortaya konmasına yol açmıştır. Ne var ki, metalar aleminin işte bu sonal para-biçimi, aslında, özel emeğin toplumsal niteliğini ve tek tek üreticiler arasındaki toplumsal ilişkiyi aydınlatmak ve açıklığa kavuşturmak yerine, örtbas eden öge olmuştur” (Marx, 2011: 86).

Bir ürünün değeri yüz lira ettiği için kendiliğinden değerliymiş gibi görünmekte ve emek, kullanım ise görünmeyen faktörler haline gelmektedir. Paranın bu şekilde aracı olmasıyla insanlar ve emeğin ürünleri arasında oluşan ve maddeleşmiş bir örtü altında gizlenen toplumsal ilişkiye Marx *fetiş* karakteri demektedir.

Marx, Kapital’in birinci bölümünü meta analizine ayırmakta ve kullanım değeri, değişim değeri, evrensel eşdeğer ve emek gibi terimlerin tartışmasını yaptıktan sonra

meta fetişizmini ele almaktadır. Meta fetişizmi ‘metaların üretildikleri an kendilerine yapışan şey’ olarak tanımlanmaktadır. Metalar fetiş karakterleri sayesinde, insan bilincinde bir yanılsama yaratarak, insanlara kendi emeklerinin ürünü olan şeyler olarak değil, insandan bağımsızlaşmış, varlık nedenlerini gizemleştirerek kendi değerlerini kendilerinden alan şeyler olarak görünerek, insanın yabancılaşması sürecini pekiştirmektedir (Bütev, 2007: 54).

Nesnelerin bu şekilde kendiliğinden değerli gibi algılanması insanlar arasındaki ilişkileri nesnelere arasındaki ilişki boyutuna doğru dönüşmektedir. Marx bu durumu şöyle açıklamaktadır: “İnsanların, dünyasının “değersizleşmesi”, nesnelere dünyasının “değer” kazanması ile orantılı olarak artar” (Marx, 2010: 21).

3.2. Turizm ve Metalaşma

Turizm, yerelin meta olarak sunulduğu en bariz alanlardan biridir. Literatürde turizm ve metalaşma ilişkisine bakıldığında yerel kültürün metalaşmasına dair yapılan çalışmaların ağırlıklı olduğu görülmektedir.

Kırsal toplumlar, turizmin gelişimi için ana özellikler olan müzik, folklor, mimari, miras ve coğrafi alanlar üzerine kurulmaktadır. Bu farklı kültürel özellikler ve zenginlikler nesneleştirilmekte ve turistlerin ilgisini çekmesi adına seyir nesnesi haline getirilerek metalaştırılmaktadır. Kültürün turizm bağlamında tüketiminin yoğunlaştığı bazı yerel topluluklarda birtakım temel kültürel değerlerin yıprandığı ve daha materyalist-hedonist bir toplum yapısının ortaya çıkmaya başladığı belirtilmektedir (Elliott, 1997: 261). Önceden de belirtilmiş olduğu gibi metalaşma “nesnelere ticari bakımdan ilk olarak değişim değerlerine göre paha biçildiği bu nedenle ürünler ve hizmetlere dönüştükleri; nesnelere değişim değerinin pazardaki fiyatlara göre belirlendiği değişim sistemleri geliştirdikleri bir süreçtir” (Cohen 2004: 111).

Meethan’a (2001) göre metalaşma birbiriyle bağlantılı iki kademeyle ortaya çıkmaktadır (s. 26). Birinci faktör turizm endüstrisi tarafından sunulan alanının anlatımını yapan turizm broşürleri ve internet siteleri gibi görsellerdir. İkincisi ise yerel kültür içerisinde varılan yerde gösterilen davranışlar olan turist deneyimleridir.

Bu bağlamda; metalaşma sürecinin başlaması turistlerin ve kültürlerinin alana ulaşmaları ile değil, bölgelerin pazar sistemi içerisinde tanıtılma şekliyle başlamaktadır.

Best (1989) turizm metalarının değişen formlarını ilginç bir perspektif ile açıklamaktadır. Best, meta toplumunun gösteri toplumuna ve hatta sahte bir topluma nasıl dönüştüğüne dair analizler yapmaktadır. Nesnelere değişim değerleri aldıkları zaman meta haline gelmektedirler. Meta toplumunun gösteri toplumuna dönüşmesinde metalaşma, yaşamın bir ürünü haline gelmektedir ve insanlar üretmek yerine tükettiği bir duruma doğru değişim göstermektedir. Bu noktada ‘gösteri’ en basit düzeyde kitlesel medya toplumunu ifade eden karmaşık bir kavramdır. Daha derin bir bakış açısıyla ise, devam eden yabancılaşma deneyiminin üzerini örten geç kapitalizmin muazzam kurumsal ve teknik araçlarına karşılık gelmektedir. Best’in bu yaklaşımı turizm faaliyetlerinin ve turizm alanlarının metalaşmasını yorumlamak için bir çerçeve sunmaktadır. Sadece rahatlamak için farklı yerlerde farklı şeyler gibi değişim değerleri üzerinden satış yapan ticari turizm, meta toplumunun kullanım değeri üzerinden değişim değerine evrimi benzer anlamlar içermektedir. Turizmde üretim ve tüketim aşamaları ile ilgili gösteri fikri yaygın olarak kabul edilmektedir. Bu bağlamda, turizm o bölgelerde üretilmiş olan ürünlerin görsel tüketimini içeren ve ‘estetik dolu eğlence ve zevk mekanlarına’ dönüştüğü söylenebilir (Meethan, 1996: 324).

Bu dönüşümlere karşılık en çok sorulan sorulardan biri metalaşmanın yerel halkı ve yerel kültürü nasıl dönüştürdüğüne dairdir. Turizm alanında kültürün metalaştırılması üzerine ilk çalışmaları yapan araştırmacılarından birisi Greenwood’dur (Cohen 2004: 101). Greenwood’a (1977) göre kültür; binalar, fast food ve oda servisleri gibi paket haline getirilmiş, fiyatlandırılmış ve satılmıştır (s. 136). Greenwood (1978) kimlik bağlamında turizmi incelerken, kapitalist batı gelişimine dayalı turizm gelişimini metalaşma olarak nitelendirmiş, bu metalaşmanın yerel kimliğe ve kültüre ait değerlerin yok olmasına sebebiyet verdiğini savunmuştur. Ayrıca, Greenwood (1977) metalaştırılan kültürel ürünlerin, süreç içerisinde onları yeniden üretmek için hevesini kaybeden yerel halk tarafından önemini ve gerçek anlamını yitirdiğini belirtmektedir (s. 131).

Cohen (1988) ise metalaşmanın üç etkisinden bahsetmektedir. Birincisi yerel yaşam alanlarının metalaşmasıdır (ss. 372-373). Yerel kültürde özellikle, 'rengarenk' yerel kostümler ve gelenekler, ritüeller ve şölenler, folklor ve etnik sanat ürünleri turistik tüketim için üretilen turistik servisler ya da metalar haline gelmektedir (Cohen, 1988: 372). İkincisi, metalaşmanın yerel kültür ürünlerinin otantikliğini ve insan ilişkilerini yok ettiği'dir. Aynı şekilde Lea (1988) yüksek oranda metalaşmış turizmin olduğu bölgelerde beklenmedik sosyal ve kültürel etkiler ortaya çıkarak, bu etkilerin ilişkilerde farklılaşmaya sebep olduğunu ifade etmektedir (s. 701). Bu da turistler için sahnelenmiş olan 'sahnelenmiş otantiklik' olarak adlandırılmaktadır. Üçüncüsü, 'sahnelenmiş otantikliğin' turistlerin arzuladığı otantiklik deneyimlerini engellemesidir.

3.3. Bir Meta Olarak Yerel Ürünler

Yöresel, bölgesel ya da geleneksel ürünler; coğrafi açıdan bir bölge veya yöreye özgü, ün ve kalitelerini buranın doğal koşulları ya da bölgesel özelliklerinden oluşan bilgi, deneyim ve geleneklerinden alan, o bölgedeki hammadde ve üretim girdilerini kullanmak, bu alandaki ekonomik gelişim ile istihdamı teşvik etmek suretiyle üretilen ürünler olarak tanımlanmaktadır (Dorant ve Leonhäuser, 2004: 93). Bir diğer tanımlamaya göre; ün ve kalitelerini buldukları yerin özgün doğal koşulları ya da beşeri faktörünün bilgi, beceri, deneyim ve geleneklerinden alan tipik ürünler yöresel ürün olarak adlandırılmaktadır (Tekelioğlu ve Demirer, 2008: 87; Vittori, 2010: 304). Yerel ürünler yerel kültürün önemli bir parçası olup, üretildikleri yöre ile güçlü bir bağları bulunmaktadır. Yerel ürünler gıda ve gıda dışı ürünleri içermektedir.

Kırsal alanlarda yerel ürünlerin üretim biçimleri ve bunlara dair bilgilerin aktarımı önemli süreçlerdir. Toplumun diğer üyelerine annelerden, babalardan, dedelerden kalan bilgiler toplumun kendisini yeniden üretmesi açısından son derece önemlidir. Ancak kırsal alanlarda makineleşme, küreselleşme, tarım uygulamalarındaki değişimler ile tarım dışı istihdamın ve gelirin öneminin artması yeniden üretimi olumsuz yönde etkilemektedir.

Turizmin de etken olduğu metalaşma sürecinde ortaya kırsal metanın ya da yerel ürünlerin bir formu olan 'kırsal turizm ürünleri' ortaya çıkmaktadır. Kırsal

deneyimler, kültürel ürünler, el sanatları, hayvanlar gibi metalaşan kırsal ‘şeyler’ turistlere pazarlanmaktadır. Bu kırsal turizm ürünlerine; çoğunlukla çiftlik turları, aktiviteleri ve konaklama noktalarında, doğada yapılan macera deneyimleri, doğa ve kültür mirası gözlemleri, ufak köy etkinlikleri ve festivallerinde satılan ‘butik’ yerel gıdalar ve içecekler örnek olarak verilebilir. Yerel ürünler kırsal alanlarda sadece kullanım değerine sahip ürünler iken kırsal turizmin etkisi ile birlikte mübadele değeri de kazanmaktadırlar. Üretilen ürünler doğrudan üreticisi için bir kullanım değeri olmasından çok başkaları için kullanım değeri olmaktadır. Özellikle el işlerinde yaşanan metalaşma süreci metalaşan yerel ürünleri üreten için gerçek anlamını zamanla yitirmektedir. Mathieson ve Wall (1993) ise kültürler arası etkileşimde turizmin rolüne dair yaptıkları çalışmada, turist kabul eden ülke toplumunun dini ve ulusal törenleri, görenekleri ve el sanatları gibi fiziksel ürünleri üzerindeki etkisini ele almışlardır. Etkileri şu şekilde bulmuşlardır; geleneksel sanat ürünlerine finansal katkı sağlaması bakımından olumlu etkisi vardır; ancak, bu pazar “havaalanı pazarı” diye bilinen ucuz işçilik ve üretimle ortaya çıkan imitasyonlarla geleneksel sanat ürünlerinde kalite düşmesine neden olmaktadır. Böylece geleneksel dizaynlar değerini kaybetmekte ve eski sanatlar kaybolmakta veya değişime uğramaktadır (Lea, 1988: 71). Bu bağlamda, kırsal alanlar öncelikli üretimin gerçekleştirildiği alanlardan geleneksel olmayan kırsal metaların, servislerin, deneyimlerin satıldığı bir alana da dönüşmektedir.

El sanatları ve metalaşmaya dair yapılan çalışmalar, son yıllarda devletlerin modernleşme programları, nakit ekonomisi üzerine olan bağıllık ve turizmin hızla büyümesinin yerel tüketim için üretilen geleneksel objelerin el sanatlarına dönüşümüne sebep olduğunu göstermektedir. Ayrıca, neoliberalizm ile derinleşen sosyal ve ekonomik sorunlar yaşayan yerel halkın evdeki üretimi arttırdığı görülmektedir (Nash, 1993). Nash (1993), getirdiği gelir açısından önem kazanan bu aktivitenin ev içi üretim ile kapitalist ekonomi arasındaki bağları güçlendirdiğini belirtmektedir (s. 131). Bu durum da üretim ilişkilerinin, cinsiyetler arası güç ilişkileri, aile ve akrabalık ilişkilerinin yeniden şekillendirmektedir. Bu bağlamda, yerel ürünlerin fiyatlandırılması ya da metalaşması sadece ürün dönüşüme uğramamakta toplum yapısında da değişimlere sebep olmaktadır. Greenwood’un (1977) belirtmiş olduğu gibi; yerel halk kar için avantaja sahip olurken, kültürel

değişim ve etki açısından bu kara sahip olmamaktadır (s.138). Metalaşma yerel ürünlerin ve insan ilişkilerinin anlamını değiştirmektedir (Cohen, 1988: 380).

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

AİLE İÇİ İLİŞKİLER, AKRABALIK VE TURİZM

4.1.Aile Tanımlamaları

Ailenin zaman içerisinde nasıl değiştiğine dair yapılan tartışmalarda ortak olan temel bir nokta, aile kavramının zaman içerisinde değiştiğidir. Günümüzde, anne babadan ve iki çocuktan oluşan ideal nükleer aile tipi tarihsel olarak nadir görülen bir aile tipidir. Tarih boyunca yaş, bölge, etnik köken gibi birçok kombinasyonun olması aileleri oldukça farklı ve karmaşık yapmaktadır. Bu bağlamda, aile ile ilgili çalışmalar farklı bakış açıları ve farklı yaklaşımlar ile yer almıştır. Fakat her nasıl ele alınırsa alınsın her toplum kendini oluşturan ailelere dayanmaktadır (Türkarşlan, 2012: 210).

Kişinin çevresiyle ilk teması doğumla katılmış olduğu aile grubu içinde başlar. Sosyoloji literatüründe çocukla aile üyeleri arasında başlayan bu etkileşim sürecine sosyalleşme (toplumsallaştırma) denmektedir (Gökçe, 1976: 47). Bir başka deyişle; toplumun sahip olduğu değer yargıları, normatif kurallar ve sosyalleşmenin en ciddi ve yoğun olarak yaşandığı toplumsal yapı ailedir (Sayın, 1990: 321). Aslında, hemen hemen her insan toplumunda insanlar yaşamlarını bir aile birimi çevresinde organize etmişlerdir. Bu bağlamda, aile kavramı sosyolojinin üzerinde durduğu ana konulardan biridir. Özellikle az gelişmiş ülkelerde; bu ülkelerin ekonomisi tarıma dayalı olduğundan, tarım kültürlerinin belirgin niteliği olan birincil (asli) grup ilişkileri, bir diğer deyişle 'ailesel' ilişkiler, toplumsal örgütlenmenin en önemli öğeleri arasındadırlar (Kongar, 1991: 60).

Öte yandan, toplum yapısındaki değişimler aile işleyişinde, yapısında ve aile üyelerinin rol ve statülerinde değişmelere sebep olmaktadır. Bu bağlamda, aile üzerine yapılan tartışmalar, toplumdaki ve ailedeki değişim ve dönüşümleri anlamaya, analiz etmeye ve açıklamaya önemli katkılar sağlamaktadır. Bu sebeple birçok bilim insanı aile üzerinde çalışmalar yapmıştır ve aile çalışmaları zenginleşerek disiplinler arası bir çalışma konusu haline gelmiştir. Sosyologlar, aile kavramını sosyal ilişkiler bağlamında incelemişlerdir.

Genel olarak aile kavramı, birbirleri ile evlilik, doğum ya da evlat edinme ile sosyal bağları paylaşan her türlü insan grubudur. Fakat aynı zamanda aile; doğumu, ölümü ve göçü yaşayan mikro bir nüfus ve yaşamı süresince değişen yaş yapılarını içinde barındıran küçük bir toplumdur (Weeks, 2008: 393). Öte yandan, birçok farklı teorik perspektiften çok sayıda aile tanımlaması bulunmaktadır. Literatürde aile tanımlamaları incelendiğinde, ailenin sosyal bir grup, sosyal bir birlik, sosyal bir örgüt, sosyal bir kurum ve hatta sosyal bir yapı şekli olarak ayrı kategoriler içinde değerlendirildiği görülmektedir (Gökçe, 1976: 47). Aile tanımlamalarında Gökçe ve Kıray'ın benzer bir tanımlama yaparak aileyi ele aldığı görülmektedir. Kıray (1964), aileyi en küçük ve kolay ayırt edebilen toplum birimi olarak tanımlamaktadır (s. 107). Gökçe (1990) ise aileyi sosyal bir grup olarak ele almakta ve 'aile, kuşak ilişkilerine göre ana, baba ve çocuktan meydana gelmiş ekonomik ve toplumsal bir birliktir' şeklinde bir tanımlama yapmaktadır (s. 47). Bu sade tanımlamaları Tezcan şu şekilde genişletmektedir:

Aile, biyolojik ilişkiler sonucu insan türünün sürekliliğini sağlayan, toplumsallaşma sürecinin ilk ortaya çıktığı, karşılıklı ilişkilerin belirli kurallara bağlandığı, o güne dek toplumda oluşturulmuş maddi ve manevi zenginlikleri kuşaktan kuşağa aktaran biyolojik, psikolojik, ekonomik, toplumsal, hukuksal yönleri bulunan toplumsal bir birimdir (Tezcan, 2003: 13).

Öte yandan, Maciever (1940) aileyi bir grup olarak ele almaktadır. Bütün aile tiplerinde ortaklaşa olarak beş ana özellik görüldüğünü belirtmektedir (s. 197):

- a-Eşler arasında cinsel ilişki
- b-Eşler arasındaki bu ilişkiyi kuran ve sürdüren bir evlenme biçimi ve tekniği
- c-Çocuk yetiştirme ve doğan çocukları tanıma biçimleri
- d-Ekonomik ihtiyaçların karşılanması
- e-Çatısı altında birlikte yaşanan ortak bir mesken.

Marshall (1999), ailenin tanımını yaparken "kan, cinsel ilişki ya da yasal bağlarla birbirlerine bağlı olan insanlardan oluşmuş, mahrem ilişkilerle örülü bir grubu" ifade etmektedir (s. 7). Giddens (2000) da yine aynı doğrultudan hareket ederek, "akrabalık bağlarıyla doğrudan birbirine bağlanmış olan ve yetişkin üyelerinin çocukların bakımından sorumlu olduğu bir grup insanı" kastetmektedir (s. 148).

4.2. Türkiye’de Aile Tipleri

Sosyologlar ve antropologlar tarafından çalışılan önemli sorulardan biri farklı toplumlarda aile tiplerinin nasıl oluştuğudur. Ekolojik özelliklere dayanan fiziksel özelliklerin örnek olarak; iklim, flora ve fauna, arazi koşullarının dayandığı geçim kaynağının (yiyecek elde etmek) farklı aile yapıları ile alakalı olduğu görülmüştür. Blumberg ve Winch (1972) çekirdek ailenin küçük avcı-toplayıcı toplumlara ve endüstrileşmiş toplumlara özgü iken, geniş ailenin yerleşik ve tarım toplumlarında görüldüğü görüşünü ortaya koymuşlardır ve bu görüş gittikçe yaygınlaşmaktadır. Hareketliliğin esas olduğu avcı ve toplayıcı toplumlarda geçim kaynağı için çekirdek aile fonksiyonel iken, tarım toplumlarında toprağı işlemek için gerekli işgücü bağlamında geniş aile fonksiyoneldir. İnsanlar hizmet vermek ya da endüstrilerde çalışmak için kiralandığı, apartmanlarda ya da şehirlerde yaşanan endüstriyel toplumlarda ise çekirdek aile fonksiyoneldir. Öte yandan, antropolojik araştırmalar çekirdek ailenin çok çeşitli biçimleri olabileceğini ortaya çıkardıktan sonra, çekirdek ailenin değil, çekirdek aile ‘kompleksi’nin evrensel geçerlilik taşıdığı görüşü ağırlık kazanmıştır (Türkarlan, 2012: 213). Bu noktada, önemli olan ailenin farklı dış etkenler çerçevesinde farklı aile tiplerinin oluşmasıdır.

Aile tipleri belirlenirken hane halkı sayısı (aile hacmi), otoritenin dağılımı, mülkiyetin geçişi, sınıfsal konum, yerleşim yeri, ikamet esas ve evlilik biçimi gibi ölçütler kullanılmaktadır (Bal, 1995: 40).

Araştırma kapsamında kırsal toplumlarda aile içi ilişkilerdeki değişim ve aile değişiminin göz önünde bulundurulması sebebi ile aile yerleşim yeri esasına göre köy ailesi, kent ailesi, gecekondü ailesi, kasaba ailesi olarak kavramsallaştırılacaktır. Bazı kaynaklarda kasaba ailesi ve köy ailesi ayrımına gidilmemektedir. Fakat geçiş dönemi ailesi olan kasaba ailesi hem geniş ailenin hem çekirdek ailenin özelliklerini taşıması açısından önem taşımaktadır. Öncelikle literatürde genel olarak görülen iki aile tipi olan geleneksel geniş aile, çekirdek aile ve geçici geniş aile ele alınacaktır.

4.2.1. Hane halkı kompozisyonuna ve otoriteye göre aile biçimleri

a. Geleneksel geniş aile

Geniş aile, üç neslin aynı çatı altında birlikte yaşamasından veya aynı aile içerisinde birleştirilmesinde meydana gelen bir aile düzenidir. Bu aile içerisinde evli kardeşler, onların ebeveynleri, eşleri ve çocukları bulunmaktadır (Merter, 1990: 8). Geleneksel geniş aile özellikle kırsal bölgelerde tarım toplumlarının tipik ailesidir. Geleneksel ailenin başlıca özelliği, iki ya da daha çok çekirdek aile birimlerini aynı konut içerisinde barındırması ve bunların hepsinin baba evinde yerleşmiş olmasıdır (Yasa, 1982: 35). Geniş aile baba soyuna dayanmaktadır. Bunun anlamı, çocukların anne tarafı ailesine değil baba tarafı ailesine bağlı olmasıdır. Evlilik olduğu zaman evlenen erkeğin babasının evine yerleşmesi zorunludur. Bu durum ataerkil yapıyı güçlendirmektedir. Ayrıca, meydana gelen evlilikler aile çemberinde olabilmektedir.

Üretimin tarıma dayalı ve erkeklerin yüksek statülü olduğu toplumlarda görülmektedir. Akrabalık ilişkilerinin baba soyuna dayalı olduğu geniş ailede, aile içi ilişkiler eşitlikten uzak ve erkeğin kadına hakim olduğu aile tipidir. Evlenme yaşı genç ve eş seçimi aile tarafından yapılır (Timur, 1972: 6).

Kurumların yaygınlaşmadığı tarıma dayalı toplumların aile türü olarak dabakabileceğimiz geniş ailenin, toplumun tüm yönleriyle ilgili işlevleribulunmaktadır. Bu açıdan bakıldığında geleneksel geniş ailenin işlevleri çekirdek aileye nazaran daha çoktur. Bunlar, biyolojik, psikolojik, ekonomik, prestij sağlama, eğitim–sosyalleştirme, koruma, dini, eğlence ve dinlenme işlevleridir (Taylan, 2009: 120). Ogburn geniş ailenin fonksiyonlarını daha detaylı olarak şu şekilde ele almaktadır (aktaran Kongar, 1991: 63).

1. Ekonomik Fonksiyon: Ekonomik olarak bir bütün olan geniş ailede gelir tek elde toplanıp, masraf tek elden yapılmaktadır. Gelişmiş bir ekonomik işbirliği ve iş bölümü vardır.
2. Prestij Fonksiyonu: Aile üyeleri statülerini ailelerinden alırlar. Soyluluk, rençberlik gibi kanla veya meslekle ilgili sosyal statünün kaynağı ailedir.
3. Eğitim Fonksiyonu: Aile, üyelerinin her türlü eğitiminden (mesleki, dini, vs.) sorumludur ve bu fonksiyonu yerine getirmeye çalışır.

4. Koruyucu Fonksiyonu: Aile üyelerini maddi ve manevi olarak korur. Ailenin sosyal sigorta fonksiyonu burada belirmektedir.
5. Dini fonksiyon: Aile üyelerine dini eğitim verilir ve dini birlik olarak üyelerinin ibadetlerini denetler.
6. Eğlenme ve dinlenme fonksiyonu: Aile, üyelerinin dinlenme ve eğlenmelerinin sağlandığı yerdir.
- 7.Eşler arasında sevgiyi sağlama ve çocuk yapma fonksiyonu: Bu fonksiyon ailenin en eski ve belki değişmemiş tek fonksiyonudur.

b. Çekirdek aile

Birçok ülkede şehirleşmenin ve ekonomik gelişimin bir sonucu olarak aile tiplerinde değişme görülmektedir. Birçok demografik çalışma çekirdek aile yapısında artışın olduğunu ortaya koymuşlardır.

Gelişmiş toplumlarda aile tipi olan çekirdek aile, karı koca ve evli olmayan çocuklardan meydana gelmektedir. Bazı sosyologlar, çekirdek ailenin her çeşit toplumda var olduğunu ileri sürerken, bazı sosyologlar çekirdek aileyi endüstrileşmenin bir sonucu olarak ele almaktadır. Gökçe'nin (1976) tanımlamasına göre; siyasal örgütün hakimiyet kazanması, bürokratik kuruluşlar, sanayileşme süreçlerinin doğal bir sonucu olarak çekirdek aile oluşmuştur. Bu bakımdan 'kent ailesi' ve 'modern aile' terimleri de oldukça yaygın ve geçerlidir (s.33).

Çekirdek aileyi diğer aile tiplerinden ayıran özellikler şunlardır: (Kongar, 1991: 65)

1. Aile yardım için akrabalarına güvenemez. Akrabalar da aileden yardım beklemez.
2. Aile ve ailenin akrabaları birbirleri yönünden karşılıklı haklara pek sahip değildirler. Bu nedenle karşılıklı zorunlulukları azdır.
3. Aile ve akrabaların birbirleri üzerinde değer ve ahlak kontrolü çok azdır.
4. Akrabalar ailenin konut ve yerleşme yerini seçmezler. Böylece ailenin konut yeri akrabaların oturduğu yerle bağımlı değildir. Bu ise akrabalarla sosyal etkileşimin derecesini azaltarak ailenin bağımsızlığını destekler.

5. Eşler, birbirlerini, akrabaların haklarına veya menfaatlerine bağlı olmadan sadece kendi kararlarıyla seçerler. Evliliğe uyum ise yalnızca karı koca arasında yapılır.
6. Çekirdek ailede evlenme yaşı da geleneksel aileden farklıdır. Fakat evlenme yaşının hangi yönde değiştiği henüz belli değildir.
7. Doğurganlık eşlerin ihtiyaçlarına göre kendi kararlarıyla tespit edilir.
8. Evlilik 'omnilineal'dir. Yani ana tarafının veya baba tarafının ya da erkek tarafının veya kadın tarafının özel bir ağırlığı yoktur.
9. Birey olarak eşlerin duygusal dengeleri bu küçük çekirdek birimde sağlanmak zorundadır. Çünkü duygusal dengeyi sağlamak için başvurulacak başka bir kaynak yoktur.
10. Ayrılma oranı yüksek olmakla birlikte artma ve azalma eğilimi henüz kestirilemez.
11. Eşlerin biri öldüğü veya ayrıldığı zaman yeniden evlenme eğilimi yüksektir.

Aile ilişkilerine dair yapılan çalışmalar, geniş ailenin tamamen izole olan bir çekirdek aileye evrilmediğini fakat yakın akraba ilişkilerinde olan bir geniş aileye dönüştüğüne işaret etmektedir. Çekirdek aile kavramını ele alırken bunları göz önünde bulundurulması faydalı olacaktır.

c. Geçici geniş aile

Kentleşme, sanayileşme ve kapitalistleşme süreci içinde hemen tüm toplumlarda benzer işlevleri olduğu kabul edilen ailenin önemli bir değişime uğradığı, işlevlerinin pek çoğunu yitirerek toplumun temel kurumu olma özelliğini yitirdiği görüşü yaygın bir biçimde tartışılmaktadır. Dünyada birçok ülkenin gelişme karakteristiklerinden biri kentleşme ve ekonomik gelişme sonucunda yaşanan aile tiplerindeki değişimdir. Günümüzde pek çok sosyolog, sanayileşme ve kentleşme ile birlikte geniş aileden çekirdek aileye geçildiği ve süreçlerle aile arasında evrensel bir bağlantı olduğu fikri üzerinde durmaktadır (Özen, 2002: 323).

Özellikle tarımda makineleşmeyle birlikte geniş aile tipinden çekirdek aile tipine doğru bir dönüşüm başlamıştır. Kente göçün artması ve kentsel yaşamın getirdiği Pazar ekonomisine ait zorluklar, sosyal güvenlik olanaklarının toplumda çeşitli alanlara yaygınlaşması, kitle iletişim araçlarının toplumu bireysel ve sosyal bazda kültürel açıdan etkilemesi, eğitim olanaklarında kız çocuklarının da yoğun olarak faydalanması, kadınların çalışma hayatına girişleriyle aile içi ilişkilerin farklı bir boyut kazanması, evlenme yaşının ve evlenme tarzının değişmesi, aile planlaması yöntemlerinin yaygın olarak kullanılması, ekonomik bağımsızlık anlayışının artmasıyla aile içerisinde bireyci davranışların artması ve geleneksel toplumda yaşının sahip olduğu saygınlığın eski önemini yitirmesi, ailenin toplumsal değişmeyle birlikte değişmesinde etki eden önemli faktörlerdendir (Atıla, 2006: 42-43).

Demografik çalışmalar birçok ülkede çekirdek ailelerde artış olduğunu işaret etmektedir. Fakat çalışmalar şunu da göstermektedir ki geleneksel geniş aileler tamamen izole olmuş çekirdek ailelere dönüşmemiş, geniş aileler kentsel alanlarda yakın akrabalık ilişkileri olan bir forma dönüşmüştür. Geleneksel ailelerden çekirdek aileye geçiş sürecinde ailenin fonksiyonlarında ve yapısında, işlevlerinde değişimler meydana gelmiştir. Aile içi ilişkilerinde geleneksel otorite örüntüleri ve cinsiyetçi rol dağılımına uygun biçimde modern eşitlikçi cinsiyetçi rol paylaşımına doğru değişim halindedir (Taylan, 2009: 118).

Bu bağlamda, geleneksel aileden çekirdek aileye geçiş sürecinde sadece iki aile tipinin ortaya çıktığını söylemek mümkün değildir. Türkiye’de aile yapısına bakıldığında tamamen geleneksel aileden kopmuş bir çekirdek aile olmadığı görülmektedir. Bu iki aile tipi arasında ‘geçici geniş aile’ tipinden söz etmek mümkündür. Geçici geniş aile aynı zamanda geçiş ailesi olarak da literatürde yer almaktadır.

Geçiş ailesi sadece şekil olarak ‘geleneksel geniş aile’ ile ‘çekirdek aile’ arasında bir ara şekil değildir. Çünkü geçiş ailesi, şekil olarak her iki aile tipine de benzeyebildiği halde, toplumla sürdürdüğü ilişkilerin ve kendisine yeniden ürettiği sosyal ve ekonomik ilişkilerin değişmesiyle yapı ve fonksiyonlarında değişikliklerin görüldüğü bir aile olarak tanımlanabilir (Bilgin, 1991: 44).

Çoğunlukla aile içi ilişkilerinin özellikleri bakımından geniş ailenin içinde değerlendirilse de hane halkı sayısı ve genişliği bakımından çekirdek aile özelliği

gösterir. Geçici geniş aile, yapı itibariyle modern, ilişkileri ve işlevleri itibariyle geleneksel bir özellik göstermektedir (Taylan, 2009: 121).

4.2.2. Yerleşim yerlerine göre aile biçimleri

Aile tiplerinin oluşmasında bir diğer etken yerleşim yerinin yapısıdır. Yerleşim yerlerine göre aile biçimleri köy ailesi, kasaba ailesi, kent ailesi ve gecekondü ailesi olarak sınıflandırılmaktadır.

a. Köy ailesi

Daha statik bir durumda olan, enformel ilişkiler ağı yönünden, dayanışma, sosyal denetim ve ailenin sosyal kontrol gücü açısından köy ailesinin ele alınması köyün ve ailenin sosyal yapısının göstergeleri açısından önem taşımaktadır.

Köy ailesi temelde tarım ve hayvancılık yapan, kapalı ekonominin ağırlıkta olduğu ve üretimi yüksek oranda kendi ihtiyaçlarını karşılamak için yapan bir ailedir. Tarım toplumunun tipik ailesidir. Otorite örüntüsü ve karar verme yetkisi bakımından geleneksel geniş ailedir. Fakat köy ailelerinde hane büyüklüğü açısından küçük ailelere de rastlanmaktadır. Önemli olan nokta, köy ailesinde hane halkı kompozisyonu bakımından hem büyük hem küçük aile bulunmakla birlikte, aile içi ilişkiler bakımından geleneksel geniş aile özelliği görülmesidir (Taylan, 2003: 34).

Klasik ifade ile köy ailesi, ana-baba, evlenmemiş çocuklar, torunların bir çatı altında oturmalarıyla şekillenen kendi kendine yeten küçük toprak işleyen bir ailedir (Gökçe, 1990: 15).

b. Kasaba ailesi

Kasaba ailesi, 'esas olarak küçük esnaf ve zanaatkar, küçük tüccar, toprağını kendisi işlemeyen çiftçi, küçük memur ve bir ölçüde de işçi ailelerinden oluşmaktadır (Ozankaya, 1984: 291). Türkiye'de kasaba olgusu köy ile kent arasında değerlendirilmektedir. Birçok kaynakta kasaba ailesi 'geçici geniş aile' olarak tanımlanmaktadır. Kasaba çalışmalarının başında Mübeccel Kıray'ın Zonguldak

Ereğlisi’nde yaptığı çalışma gelmektedir. Sosyolojik saha araştırmalarında önemli bir yeri olan Kıray’ın bu çalışmasına dayanarak ve sınırlılıkları da göz önünde tutarak kasaba ailesinin özelliklerini şu şekilde sıralanabilir (Ozankaya, 1984: 313-314).

1. Kasaba aileleri kendi tüketimleri için sınırlı tarımsal üretim yaparlar.
2. Kasaba aileleri çoğunlukla ana-baba ve evlenmemiş çocuklardan meydana gelen çekirdek aile biçimindedirler. Bu tip ailelerin yanında geniş aile biçiminde olan aileler de vardır.
3. Evlenmelerde genellikle evlenecek adayların birbirine denk ekonomik düzeyde olmalarına özen gösterilir.
4. Eş seçiminde anne-babaların etkisi büyüktür.
5. Karı-koca ilişkilerinde kadın erkeğe kesinlikle bağımlıdır. Kadın kocasının sözünden çıkamaz, tek başına karar veremez.
6. Kasaba ailelerinde babanın köy ailesinde olduğu gibi, karşı konulmaz üstün bir otoriteye sahip olmadığı, erkek çocukların istediklerinde evde yönetim görevleri alabilen kişiler olduğu gözlemlenmektedir.
7. Kasaba ailelerinde kız çocukları erkek çocuklara göre daha baskıcı ve disiplinli ortamda yetişirler.
8. Evlenmelerde hem dini hem medeni nikah yapılır. Ancak medeni nikahın tek başına evlenme için yeterli olmadığına inanılır.
9. Kasaba aileleri, ‘hem köy hem de kent yerleşmelerinden etkilenir. Bu nedenle kasabalar köy ile kent arasında aracı durumunda bir merkez özelliği taşırlar ve bölgesel değişimleri de gösterirler. Kasabalar, sadece çevre köyleri için birer Pazar merkezi olmayıp, onlara her türlü hizmetin sunulmasında köprü görevi de görürler. Kasabalarda geleneksellik kısmen çözülmeye başlamıştır. Babanın, geleceğin güvencesi olarak oğluna duyduğu güven azalmaktadır (Kocacık, 1986: 14-15).

c. Kent ailesi

Kentsel aile yaygın bir biçimde çekirdek aileye karşılık olduğu belirtilmektedir. Genellikle anne-baba ve çocuklardan meydana gelen kent ailesi ‘tarımdan tümden kopmuş işçi, bürokrat ya da küçük ve büyük serbest meslek sahiplerinin oluşturduğu

bir aile biçimidir (Ozankaya, 1984: 291). Batılı sosyologlar çekirdek aileyi endüstri-kent toplumlarının tipik ailesi olarak kullanmaktadırlar (Bal, 1995: 47). Fakat Türkiye’de kentte yaşayan aileleri doğrudan çekirdek aile olarak ele almak doğru değildir.

Ülkemizde genellikle hane halkı ölçütü esas alınarak, sadece ana, baba ve çocuklardan oluşan aile değerler sistemine, rol görüntüsüne bakılmaksızın çekirdek aile olarak nitelendirilmiştir. Bazı araştırmalar küçük ailenin endüstri öncesi toplumlarda da var olduğunu göstermektedir. Bu nedenle hane halkı sayısı bakımından geleneksel ya da geçiş ailesinin özelliklerini yansıtan aileyi çekirdek aile olarak kavramsallaştırmanın doğru olmayacağı düşüncesini taşıyoruz (Bal, 1995: 48).

Kıray kent ailesinin özelliklerini şu şekilde özetlemektedir (Kıray, 1984: 69):

1. Kent aileleri homojen bir kitle değildir. Köyden kente göç etmiş olanlar, esnaflar, uzmanlaşmış gruplar kentte büyük çeşitlenmeler oluşturmaktadırlar.
2. Kent ailesi, uzmanlaşmış, farklılaşmış ve örgütlenmiş kurumlarla çevrili etkin bir teknolojinin oluşturduğu sosyal çevrede yaşamaktadır.
3. Kent ailesinde çalışma düzeni değişiktir. Oturulan yer ile çalışılan iş alanları ve sanayi bölgeleri arasında ulaşım araçlarıyla sağlanabilen oldukça büyük bir mesafe uzaklığı vardır.
4. Kent ailesinde ‘günlük geçimi temin etme, önce gelirin nakit olarak elde edilmesi, sonra işçi, memur ve girişimci gibi uğraşların egemen olmasıyla belirlenir (Kıray, 1984: 74).
5. Kent ailesine yemek pişirme, ev işleri, çocuk bakım gibi ailenin temel fonksiyonları ailenin dışına çıkmış ve ticarileşmiştir (Kıray, 1984: 70).
6. Kent aileleri hane halkı oranının küçük olduğu çekirdek aile biçimindedirler.
7. Kent ailesinin eğitim görevlerinin gittikçe azalmakta olduğu söylenebilir. ‘Kent toplumunda eğitim ve öğretim çok değişik kamusal kuruluşlar ve karmaşık toplumsal çevre tarafından yapılmaktadır.
8. Kent toplumunda akrabalık ilişkileri kuvvetli değildir.
9. Kentteki evlenmelerde eş seçiminde hısım halkları ve çıkarları daha az rol oynar. Amca oğluna, dayı oğluna öncelik hakkı tanınması ya da mirasın

yabancıya gitmemesi gibi kaygılar kent ailesinin kuruluşunda çok önemli değildir.

d. Gecekondu ailesi

Türkiye’de özellikle kırsal kesimin nüfusunun, toprağın verimsizleşmesi, makineli tarıma geçilmesiyle işgücü fazlalığının doğması, nüfus yoğunluğuyla birlikte hane başına düşen toprağın azalması, sağlık, eğitim sorunları gibi itici nedenlerle, bunun yanı sıra kentin her yönden (sosyal, ekonomik, eğitim, sağlık vb.) çekici nedenleriyle büyük kentlere göç etmesiyle birlikte kentlerin çoğunlukla kenar mahallelerinde oluşan aile biçimidir (Kocacık, 1990: 271).

Köy ailesine göre gecekondu aileleri değişime çok daha açık olmasına rağmen birçok özelliği ile köy ailesine benzemektedir. Gecekondu ailesi köy ailesinin özelliklerini kente taşımakla birlikte kentin davranış biçimlerinden de etkilenmektedir (Özen, 2002: 259). Öte yandan, gecekondu ailesini kent içinde belirleyici yapan en temel özellik bu aile türünde akrabalık dayanışmasının güçlü olmasıdır (Gökçe, 1996: 164).

4.3. Akrabalık

Antropolojinin en önemli araştırma konularından biri akrabalık iken, sosyolojide akrabalık sisteminden çok aile kurumu odaklanılmıştır. Akrabalık anne, baba, çocuk, kardeş, büyük baba, büyük anne, amca, dayı, hala, teyze ve dayı ile başlayan ve çevreye doğru gittikçe genişleyen yakınlık sistemidir (Demir-Acar, 2002: 26). Toplumun temel düzenleyici ilkelerinden olan akrabalık bireyler ile gruplar arasındaki ilişkileri, anne babalar ile çocuklar arasındaki, kardeşler arasındaki ve evli eşler arasındaki biyolojik ilişkiler modeline göre kurulmaktadır. Akrabalık ve yakınlık kuralları, oturma yerini, bireyler arasındaki ilişkileri, hitap biçimlerini ve başka iktisadi ve siyasal davranışları etkileyip belirlemektedir (Marshall, 1999: 12-13). Ertendiğ akrabalığın yarattığı bu ilişkiler zincirine akrabalık tanımında vurgu yapmıştır.

Toplumda sosyal düzeni sağlamada akrabalık terimlerinin oldukça önemli bir işlevi vardır. Bu işlev, özellikle basit teknolojiye sahip göçer boylarda ve köy

topluluklarında daha belirgindir. Bu durum, nüfusumuzun yarısı kadarını oluşturan köy topluluklarımız için de geçerlidir. Bu gibi topluluklarda, sosyal ilişkilerin temelinde akrabalık ilişkisi türleri yatar. Bireyin, bir diğer kişi ile mutlaka, kan akrabalığı ya da hısımlık sonucu bir yakınlığı olması gerekir. Ayrıca, türleri ve oluş biçimleri bir topluluktan diğerine değişebilen, “tasavvufi akrabalık” kanalıyla da bireyler arası bir yakınlık oluşur. Bu üç “akraba” kategorisi dışında kalanlar “yabancı” kabul edilerek, davranışları kuşku ile izlenir (Erdentuğ, 1992: 485).

Türk toplumunda akraba terimleri farklılıklar göstermektedir. Bu karşılık akrabalık olgusunu genel olarak üç başlık altında toplanabilir (Kulak, 2008: 36).

1. Ailenin üreme etkinliği sonucu kana dayalı ortaya çıkan akrabalık bağları ki bu bağ temel olmak üzere, baba ana ya da her ikisinin yanını (soyunu) izleyerek akrabalıkları ortaya çıkarır.
2. Evlilik bağıyla kurulan akrabalık bağları, aynı ya da ayrı soydan iki cinsi birbirine bağlar. Bu bağ, yaşama biçimlerine göre artan ya da azalan evlilik yoluyla kazanılan bir küme akrabalıklar sağlar.
3. Sonradan kazanılan düzmece akrabalıklarla, Batı toplumlarında - vaftiz babalığı sağdıçlık - şekliyle varlığını gösterirken, Türkiye’de süt kardeşliği, kan kardeşliği, ahret kardeşliği, yengelik, kına analığı, ad babalığı, kirvelik adlarıyla anılmaktadır.

4.4. Köy Ailesinde Aile İçi İlişkiler

Aile içi ilişkiler aileyi daha iyi anlamamızı sağlayan sosyolojik detaylardır. Aile içi ilişkiler, aile kompozisyonu içerisinde aile bireylerinin birbirleriyle olan ilişkileridir. Barınma, dinlenme, yaşlının bakımı, kültürel olguların aktarımı köy ailesi içerisinde gerçekleşmekte ve köy ailesi bu özelliği ile fertlerin sadece bir araya gelmesi ile oluşmasından öte kendisine özgü bir iç yapısı olan sosyal bir gruptur. Aile içi ilişkiler, aile reisliği dediğimiz, ailede otorite örüntüsü ve karar verme yetkisinin kimde olduğu, ailede rol dağılımının ve iş bölümünün (görev ve sorumluluk paylaşımının) nasıl tanımlandığı, ailede kadının statüsü ve konumu(kadının statüsü ve konumunun tanımlanması ailelerdeki ilişkilerin niteliğini ortaya koymada ayırıcı bir özellik gösterir; karı-koca arasındaki ilişkilerin niteliği gibi yatay eksenli ilişkileri kapsadığı gibi, ailedeki çocuğun sosyo-ekonomik değeri ve anne ve babanın ya da aile büyüklerinin kız-erkek çocuklarıyla olan ilişkileri -aile içi dikey ilişkiler- içeren bir kavramsallaştırma (Taylan, 2009: 126).

4.4.1. Otorite örüntüsü ve karar verme yetkisi

Çoğunlukla yaşa ve cinsiyete göre belirlenen otorite genel olarak ailede birçok konuda karar verme yetkisinin kimde olduğu ile açıklanmaktadır. Wolfe aile içinde geliştirdiği otorite örüntüsü modelinde otoriteyi şöyle tanımlar: Otorite ya da kudret bir diğerrinin davranışını değiştirebilme yeteneğidir (Timur, 1972: 101). Otorite örüntüsü ve karar verme yetkisi aile tiplerine göre farklılık göstermekte aynı zamanda toplumun sosyal, kültürel, ekonomik yapısından da etkilenmektedir. Otorite örüntüsünü araştıran sosyologların bulguları dört noktada toplanmaktadır (Timur, 1972: 101-102).

1. Erkeğin geliri yükseldikçe aile içerisinde otoritesi de artmaktadır.
2. Kadının ev dışında aileye bağımsız bir katkıda bulunması otoritesini artırmaktadır.
3. Kadının eğitim düzeyi kocasından yüksekse aile içerisindeki otoritesi de artmaktadır.
4. Kadının kocasının sosyal statüsünün yükselmesindeki katkısı arttıkça, otoritesi de artmaktadır.

Geleneksel ailelerde otorite, güç ve karar verme mekanizması erkekte toplanmaktadır (Çelebi, 1993: 9). Geleneksel Türk ailesinde önemli kararların alınmasında, gelenek gereği kadınlara fazla söz düşmemektedir. Alınacak kararlar ne olursa olsun son söz erkeğindir. Ailede bir otorite hiyerarşisi vardır (Timur, 1972: 103).

Ancak günümüzde modernleşmeye paralel olarak evlenme biçimi, eş seçimi, gündelik ev içinde alınan kararlar gibi birçok konuda karar verme yetkisi daha eşitlikçi bir tavra doğru ilerlemektedir. Köylerde kapalı aile ekonomisi değiştikçe otorite örüntüsü de değişime uğramaktadır. Genç nüfus köy dışında iş bulma imkanı buldukça baba veya evin en yaşlı erkeği işveren konumundan çıkmakta ve otoritesi zayıflamaktadır. Bu şekilde yeni ekonomik sistemin bir parçası haline gelen genç nüfus yeni beceriler kazanmakta ve babanın bilgisi yetersiz kalmaktadır. Ev içi karar almada ise kadının rolü görece artmış olsa da erkeğin bu konuda egemenliği devam etmektedir (Taylan, 2009: 44).

4.4.2. Cinsiyetçi rol dağılımı ve iş bölümü

Aile üyeleri statülerine göre belirli rollere sahiplerdir ve bu rolleri yerine getirmekle yükümlüdürler. Türkiye’de bu statüler genel olarak yaş ve cinsiyete bazında belirlenmektedir. Aile içinde kadın ve erkeğin rollerine yönelik çalışmalar yapan Parsons, ailede erkeğin rolünü aileyle sosyal çevre arasında ilişki kuran araçsal rol (instrumental), kadının rolüne ise, aile içi uğraşlarından ve ev içi sorumlulukları üstlenmesinden dolayı duygusal rol (expressive) olarak tanımlamaktadır (Birgöl, 1999: 69).

Kırsal kesimde kentlere göre daha çok cinsiyetçi rol dağılımı söz konusudur. Kırsal toplumlarda sadece kan bağı ile bağlanan sosyal bir birlik olmaktan öte üretim alanı ve ekonomik bir birlik olan ailede, işler ve sorumluluklar aile içerisinde cinsiyet temel alınarak paylaşılmaktadır. Türkiye’de geleneksel ailelerde erkeğe, ailenin geçimini sağlamak üzere ev dışında çalışmak ve ailenin dışarıdaki ilişkilerini düzenleme rolü (Kıray, 1984: 72), kadına da ev içi işler ve çocuk bakımı sorumluluklarının verildiği görülmektedir (Ersöz, 1999: 17). Kadınlar ev işlerinden sorumlu iken karar verme yetkisi evin reisi olan erkektedir. Erkek ev içi görev paylaşımından yana değildirler. Köyde kadının fazla üretimine karşılık kadının köy ailesinde yeri işlevi oldukça fazladır. Köy yaşamında üretimin her safhasında kadın yer almaktadır. Çocuklara bakmak, hayvanların bakımı, ev içi temizlik, tarlada çalışmak bu üretim alanlarına örnek olarak verilebilir. Köydeki aile yapısının çekirdek aileye doğru evrilmesi ise söz konusu geleneksel rol dağılımı konusunda esnemeler olmasına sebep olmaktadır.

4.4.3. Kadının statüsü ve konumu

Kadının aile içerisinde karar verme sürecini katılımı kadının rol ve statüsü ile doğrudan ilgilidir. Geleneksel anlayışa göre kadının ailede ve toplumdaki statüsünün artmasında evlenmesi, yaşının ilerlemesi ve çocuk sahibi olması etkilidir ve bu kazanılan statüden çok verilen statü şeklindedir (Tokyürek, 1997). Ailede ve toplumda statüsü düşük olan kadın, doğurganlığı ile ilgili kendisi karar verememekte, ailesinin ve eşinin istekleri doğrultusunda hareket etmektedir (Erbil ve Pasinlioğlu, 2004).

Türkiye’de geleneksel düşünceler, ataerkil yapının egemenliğini ön plana çıkarmakta ve toplumsal faaliyetlerde cinsiyete bağlı bir işbölümüne göre kadının yeri evi olarak tanımlanmaktadır (Akbay,1998: 25). 1950’li yıllarda sanayileşmenin artması ile kırsal kesimde tarımsal faaliyetler azalmıştır. Kadınlar tarımsal alanda faaliyet gösterirken bu faaliyeti de azalmış ve düşük eğitim seviyesi sebebiyle sanayi sektörüne de dahil olamamıştır. Bu durum, kadını ev kadınlığına yöneltmektedir. Çalışan kadınların %95’i 1966 yılında tarım sektöründe faaliyet gösterirken, 1980 yılında bu oranın %85.6 yükseldiği, 1997’de %72.5 yükseldiği, 1999’de ise %66.3’çe düştüğü ve 2000 yılından bu yana ise bu oranın % 20’lere kadar gerilediği görülmektedir (Ecevit, 2008: 115).

4.4.4. Eşler arası ilişkiler

Sosyal normlarla belirlenen karı-koca ilişkisinde kadının kocasının otoritesini mutlak olarak kabul etmesi ve bu otoriteye karşı gelmemesinden dolayı karı-koca çatışması çoğunlukla olmamaktadır (Eserpek, 1979: 190). Kırsal alanlarda karı-koca ilişkisini etkileyen faktörlerden biri kadının çocuğa sahip olmasıdır. Özellikle kırsal yerleşim birimlerinde çocuk ekonomik bir varlık olarak görülmektedir. Kadının çocuk doğurması, özellikle erkek çocuğu doğurması, ailenin içinde kadının statüsünü artırabileceği gibi, kocası ile olan ilişkilerini de olumlu bir şekilde etkilemektedir (Merter, 1990: 66). Geleneksel geniş ailenin çözülüşüne bağlı olarak küçük ailede yalnız kalan eşlerin ev içi işlerde ve çocuklarının geleceği gibi birçok konuda artık birlikte karar vermeye doğru bir seyrin geliştiği görülmektedir (Taylan, 2009: 131).

4.5. Aile Araştırmalarında Temel Yaklaşımlar

Aile teorileri aile üyelerinin birbirleri ve toplum ile ilişkilerinin şekillendiği temelleri belirlemek ve nesnel gerçekliklere ulaşabilmek için önem taşımaktadır. Toplumun temel birimi olan ailenin yapısını ve ailede meydana gelen değişimleri açıklamak için farklı yaklaşımlar ortaya çıkmıştır. Araştırmacının araştırma alanına yaklaşımında yol gösterici bir görevi olan bu yaklaşımlara kısaca değinilecektir.

4.5.1. Yapısal-işlevselcilik

Yapısal- işlevselcilik toplumda parça-bütün ilişkisine odaklanmaktadır. Yapısal- işlevsel yaklaşımlar toplumun birbirleriyle uyum halinde olan öğelerden kurulduğunu ve bu öğelerin de belli görevleri yerine getirdiğini varsaymaktadır. Toplum birbiriyle ilişki içerisinde olan bir alt sistemler topluluğudur. Parsons'a göre; parçalar arasındaki uyum ile sosyal sistem kurulmaktadır (Ritzer, 1996: 100).

Aile toplumun alt sistemlerinden biridir. Yapısal-işlevselcilik yaklaşımı, belirli aile biçimlerinin belirli işlevleri yerine getirdiğini ve bu işlevlerin ailenin içinde bulunduğu toplum tipine uygun olduğunu kabul etmektedir (Kandiyoti, 1984: 17). Ayrıca, aileyi, sosyal alt sistemlerden biri, sosyal bütünü oluşturan unsurlardan biri, toplum için belli görevleri yerine getiren bir parça olarak kabul etmektedir (Meriç, 1990: 457). Toplumdaki değişmelere bağlı olarak aile yapısında da değişimler görülmektedir. Örnek olarak, Parsons (1959)'a göre endüstri öncesi toplumlarda ailenin temel üretim birimi olması ve emek yoğun üretim olması sebebi ile geniş aile tipi görülmektedir. Endüstri toplumlarında ise günümüzde daha yaygın olarak görülen çekirdek aile tipini ihtiyaç vardır.

4.5.2. Sembolik etkileşimci yaklaşım

Sembolik etkileşimci yaklaşım toplumu, üyelerinin birbirleriyle kurdukları etkileşimlerle oluşmuş bir organizasyon olarak görmektedir (Erol, 1992: 48). İnsanlar arasındaki bu etkileşimler sembol alışverişlerini içermektedir. İnsanlar başkalarıyla etkileşime girerken, karşıdakinin hangi sembolleri kullanarak etkileşime girdiğine bakmakta ve içinde yaşadığı kültürel çerçevede yorumlama yaparak iletişim içine girmektedirler (Giddens, 2000: 597).

Sembolik etkileşimci yaklaşım, ailedeki bireylerin rolleri, bireylerin ilişkilerine ve aileye verdikleri anlam ve bu anlamlar sayesinde oluşan ilişkiler ile ilgilenmektedir.

Çatışma teorileri ve yapısal işlevselciliğe göre mikro bir sistem olan sembolik etkileşimci yaklaşım bireye ve özneliği çok fazla vurgulamaktadır. Sembolik

etkileşimcilik teorisi öznel olguları topluma genellediği ve makro sosyal ilişkileri göz ardı ederek mikro ilişkilere vurgu yaptığı için eleştirilir (Benokraitis, 1993: 42).

Sembolik etkileşimci yaklaşımlarda aile içindeki iletişim süreçleri, rol alma, karar verme ve güç dağılımı gibi konular araştırılmaya çalışılmaktadır (Erol, 1992: 49).

4.5.3. Çatışma teorileri

Çatışmacı yaklaşım ve kuramlar, toplumdaki gruplar ve sınırlar arasındaki sosyal, siyasi ve maddi eşitsizlikler üzerinde vurgu yaparak mevcut sosyo-politik sistemi eleştirirler. Özellikle aile içi eşitsizliklere ve erkek egemen yapı içerisinde zayıflatılmış konumda olan kadına vurgu yapmaktadır. Aile çatışmanın ilk ortaya çıktığı birimdir. Aile üyelerinin farklı amaçlara, farklı hedeflere, farklı çıkarlara, farklı değerlere, farklı rol beklentilerine sahip olması ve kişilik farklılıkları, aile üyeleri arasında çatışma ortamını doğurur. Bu çatışmalar aile hayatının doğal bir sonucudur. Aile, toplumdaki erkek egemen ilişkiyi muhafaza muhafaza eden bir araçtır.

4.6. Kırsal Alanda Aile Yapısındaki Değişmeler

Hemen hemen tüm toplumlarda benzer işlevleri olduğu kabul edilen ailenin kentleşme, sanayileşme, kapitalistleşme süreci içerisinde uğradığı değişim ve değişen işlevleri ile ilgili birçok tartışma bulunmaktadır. Fakat kırsal kesimdeki yaşanan değişimler doğrultusunda ailedeki değişimler daha az üzerinde durulan bir konudur.

Kapitalizm öncesi toplumlarda aile, bireylerin fizyolojik, toplumsal ve psikolojik tüm gereksinimlerini karşılayan, toplum açısından üretim, üreme, ailenin ve toplumun yeniden üretilmesini sağlayan tek ve bağımsız kurumdur (Özbay, 2015: 32). Kapitalizm öncesi aile üyeleri arasında iş bölümünü düzenleyen bir aile yapısı bulunurken, üretimin ailenin tek elinden çıkarak büyük işletmelerin eline geçmeye başlaması aile yapısında temelden değişmelere sebep olmuştur. Küçük aile işletmelerinin yok olması ile emeğin aile dışında metalaşarak kullanılması, ailenin bağımsız bir ekonomik birim olma özelliğini kaybetmesine sebep olmuştur.

Türkiye’de 1950’lerde toplumsal ve ekonomik yapı değişmelerini harekete geçiren olaylar şu şekilde sıralanabilir: ÷lke çapında karayolları ağının tamamlanması, Marshall yardımı ile traktör alımı, Ziraat Bankası’nın çiftçilere ayırdığı kredi miktarının artması, TMO’nun yurdun çeşidi yörelerinde buğday siloları kurarak köylüden buğday satın alma işlemini arttırması, tarımda kullanılan arazi miktarının artması, modern tarımsal girdilerin kullanılmaya başlaması, emek bolluğu, tarım dışı işlerin açılması (Tekeli, 1978). Bu dönüşüm süreci içinde tarımsal üründe çeşitlenme ve verim artışı gözlenmiş, tarımsal ürünler daha büyük ölçeklerde pazarlanmış, ulaşım ve iletişim araçları ve bunlardan yararlananların sayısı artmış, okul eğitimi daha fazla önem kazanmış, ücretli tarım ve tarım dışı işçilerin sayısı artmış, köyden kente ve yurtdışına hızlı bir göç akımı başlamıştır (Özbay, 2015: 42).

1950’ler sonrasında ağırlıklı olarak yaşanan bu değişimler kırsal dönüşüm ailenin temel işlevlerinde hızlı dönüşüme girmesine sebep olmuştur. Kırsal topluluklardaki geleneksel geniş aile yapısı parçalanmaya başlamıştır. Bu süreç içerisinde doğurganlık hızı düşmüş ve ortalama hane halkı büyüklüğü azalmıştır. Tarımdaki girdi fiyatlarının yükselmesi, toprakların miras yoluyla küçük parçalara bölünmesi ve yeni çekirdek ailelerin işgücü yetersizliği nedeniyle tek başlarına tarımsal faaliyette bulunma zorluğu tarım dışı sektörlerde çalışma isteğini dolayısıyla kentlere olan göçü arttırmıştır (Gülçubuk, 2005). Dışa açılma beraberinde toplulukların ekonomik ve kültürel olarak yeni arayışlara girmesine sebep olmuştur. Öte yandan, aile bağımsız ekonomik birim olmaktan çıkmış, ailenin üretim işlevi azaldıkça çocuğun ekonomik değeri azalarak doğurganlıkta önemli azalmalar ortaya çıkmış (Caldwell, 1978), akraba ilişkileri zayıflamıştır.

Buna karşılık, aile yaşanan değişimler ile bazı fonksiyonları zayıflamış olsa bile aile ortadan kalkmamıştır. Ailenin manevi değerlerin taşıyıcısı olma konusunda önemi artmıştır. Aile son derece yüksek hareketlilik ve rekabet düzenine göre gelişmiş olan modern cemiyet içerisinde bir arkadaşlık ve güvenlik kaynağı olarak devam etmektedir. Öte yandan aile içi ilişkilerde daha eşitlikçi ilişkilerde kurulmaya başlanmıştır.

4.7. Turizm ve Aile Yapısı

Literatürde aile ile araştırmalarda endüstrileşme ağırlıklı olarak değişimde etken olarak ele alınırken, turizmin aile yapısı üzerinde yarattığı değişmeler nispeten incelenmemiştir.

Turizmin aile üzerindeki spesifik etkilerine dair az sayıda ampirik çalışma bulunmaktadır. Yine de, bu konu turizm sosyolojisi ile birlikte literatürde dikkat çekmiştir. Örneğin; Frey (1976) İsviçre Alplerinde dışarıdan evliliklerdeki artışı ve zayıflayan akrabalık bağları ile ilgili çalışma yapmıştır. Greenwood (1972) İspanya ve Yunan adalarındaki azalan akrabalık bağlarını incelemiştir.

Turizmin aile yapısı üzerindeki etkilerini inceleyen birçok araştırmacı turizmin aile içi ilişkilerini değiştirdiği kanısındadırlar. Turizmin aile yapısında meydana getirdiği değişmeler üzerine yapılan araştırmalar özellikle kadınların değişen rolleri üzerinde yoğunlaşmaktadır. Araştırmalar kadınların geleneksel rollerinin değiştiği ve özgürleştikleri ortaya koymaktadır.

Turizmin aile ilişkilerinde yarattığı etkiler bağlamında yapılan araştırmalarda turizmin aile bağlarını zayıflattığı, geleneksel aile yapısının zayıfladığı, katı olan tutumların değiştiği belirtilmektedir.

Salustino (1970) uluslararası turizmin İspanyol toplumu üzerindeki etkilerini incelediği çalışmasında, turizmin, aile içindeki disiplini etkilediğini, katı ve hoşgörüsüz disiplin anlayışının zayıfladığını belirtmektedir. Boissevain ve Inglott, sistematik kanıt bulunmamasına karşılık, turizmin, Malta'da aile bağlarını zayıflattığı kanısındadırlar (Doğan, 2004: 140).

Turizm endüstrisinin gelişmesi ile ortaya çıkan en önemli problemlerden birisi de insan ilişkilerindeki maddeleşme ve ticarileşme ile birlikte toplumsal değer yargılarında gözlenen aşınma olmasıdır (Berber, 2003: 215).

BEŞİNCİ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN TANITIMI VE ARAŞTIRMA ANALİZİ

Bu bölümde; araştırmanın kuramsal modeli, araştırmanın konusu ve amacı, araştırma alanı hakkında genel bilgiler, araştırma metodolojisine dair bilgiler paylaşılacaktır. Araştırma bulguları ve analizi ile bölüm sonlandırılacaktır.

5.1.Araştırmanın Tasarımı

5.1.1.Araştırmanın kuramsal modeli

Bu araştırmada kırsal turizm alanlarında metalaşan yerel ürünlerin aile içi ve akraba ilişkilerine etkisi, aile teorileri başlığında yer verilen yapısal-işlevselci yaklaşımın temel düşünceleri çerçevesinde ele alınmıştır.

Kırsal turizm alanlarında dış dinamik olan turizmin yarattığı toplumsal değişme aile işleyişinde, yapısında, akrabalık ilişkilerinde ve aile üyelerinin rol ve statülerinde değişmelere sebep olabilmektedir. Değişen rol ve statüler aile içi ilişkilerde ve akrabalık ilişkilerinde değişme olması anlamına gelmektedir.

Aile, toplum içerisinde belirli görevleri yerine getiren toplumun alt sistemlerinden biridir. Söz konusu alt sistemin işleyişini sosyal normlar sağlamaktadır. Bireylerin sosyal normlar tarafından belirlenen rollerinin gereklerini yerine getirmeleri beklenmektedir. Sosyal yapının bir yansıması olan ailenin içerisinde rollerin ve statülerin değişimlerini çözümlmek toplumsal yapıyı ve toplumsal değişmeyi anlamak için önemli bir fırsat sağlamaktadır.

Bu araştırma, kırsal turizm alanlarında metalaşan yerel ürünlerin aile içi ilişkilerde ve akraba ilişkilerinde yarattığı etkileri araştırmaktadır. Bu çerçevede ailenin yapısal analizi noktasından aile içi ilişkileri ve akrabalık ilişkilerini belirleyen öğeleri ve bu öğelerin birbirleri ile ilişkileri ele alınmıştır. Bu öğeleri, otorite örüntüsü ve karar verme yetkisi, cinsiyetçi rol dağılımı ve iş bölümü, kadının statüsü ve konumu, eşler arası ilişkiler, akrabalık ilişkileri çerçevesinde değerlendirilmiştir.

5.1.2. Araştırmanın konusu ve amacı

Günümüzde turizm birçok ülkede başlıca ekonomik faaliyetler arasında yer almaktadır. Küreselleşme ile yaşanan sosyal, politik ve ekonomik süreçler turizm talebinde değişmelere yol açmış ve dünyada kitle turizmine zamanla ilgi azalmıştır. Bu doğrultuda alternatif turizm türleri ortaya çıkmaya başlamıştır. Alternatif turizm çeşitlerinin başında kırsal turizm yer almaktadır. Kırsal turizm kırsal alanlarda alternatif ekonomik faaliyet olarak gün geçtikçe daha fazla uygulanmaktadır.

Dünyada ve Türkiye’de kırsal alanlar üretim alanı iken tarım uygulamalarındaki değişim, makineleşme ve küreselleşmenin etkileri kırsal toplumu derinden etkilemiştir. Kırsal alanlarda tarım dışı istihdamın önemi artmış ve kırsal alanlar dışarıya göç sorunu ile karşı karşıya kalmıştır. Kırsal alanlardaki bu değişimler farklı ekonomik alanlarda arayışlara sebep olmuştur. Bu noktada, kırsal alanlarda turizm bu değişimlere bir alternatif olarak ortaya çıkmıştır. Birçok hükümet kırsal turizmi kırsal alanlarda bir çözüm politikası olarak uygulamaktadır.

Kırsal turizm, kırsal alanlarda ekonomik gelişmeler sağlarken kırsal turizmin olumsuz etkilerinin de ortaya konulması elzemdir. Kırsal turizme dair süregelen olumlu ve olumsuz yönlere dair tartışmalarda ana başlıklardan biri, kırsal turizmin bölgede yaşayan yerel halk ile etkileşimine dairdir. Kırsal turizm faaliyetleri yerel halkın yaşamını ekonomik ve sosyal açıdan doğrudan etkilemektedir. Bu araştırma kırsal turizmin yerel halk ile etkileşimine dair süregelen tartışmalar ışığında gerçekleştirilmiştir.

Kırsal turizmin kırsal alanda yarattığı etkiler, yerel halk ve turist ilişkisine dair çalışmalar her gün artmaktadır. Kırsal alanda turizmin aile üzerinde yarattığı etkilere dair spesifik çalışmaların azlığı ise göze çarpmaktadır.

Bu çalışmanın ana amacı; kırsal turizm alanlarına kapitalist ilişkilerin girmesinin bir ayağı olan metalaşan yerel ürünlerin aile içi ilişkileri ve akrabalık ilişkilerini nasıl etkilediğini sosyolojik perspektiften ortaya koymaktır. Türkiye’de kırsal turizm faaliyetleri ve yerel halkın kırsal turizme bakışına dair birçok araştırma yapılmış olmasına rağmen, toplum yapısının yansıması olan aile içi ilişkilerinin ve akraba

ilişkilerinin kırsal turizm faaliyetlerinden nasıl etkilendiğine dair sınırlı araştırma bulunmaktadır. Bu nedenden dolayı Kapıkırı Mahallesi'nde metalaşan yerel ürünlerin aile içi ve akraba ilişkilerinde yarattığı etkiler bir toplumsal araştırma konusu olmalıdır.

5.1.3. Araştırmanın yöntemi

Araştırmada niteliksel ve niceliksel yöntem birlikte kullanılmıştır. Böylelikle araştırmada anket, derinlemesine görüşme ve gözlem yöntemleri kullanılmıştır. Araştırmada iki bilgi türü dikkate alınmıştır. Bunlardan ilki Kapıkırı Mahallesi'nin demografik ve ekonomik özellikleridir. Bu bilgiyi ortaya koymak için niceliksel yöntem kullanılmıştır. Araştırmanın nicel verileri standartlaştırılmış soru/görüşme formu ile yüz yüze anket tekniği kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Anket çalışması ile Kapıkırı Mahallesi'nde yaşayanların sosyal ve ekonomik durumunun tespitinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Veriler SPSS Programı ile değerlendirilmiştir.

Nitel araştırma tekniği araştırmanın ana amacını oluşturan ikinci tür bilgiye ulaşmak için kullanılmıştır. Bu bilgi kırsal turizm alanlarında metalaşan yerel ürünlerin aile içi ve akraba ilişkilerine etkisinin ortaya çıkarılmasıdır. Nitel araştırmanın gücü; dünyada olan olaylara doğrudan ulaşması yani insanlara yorum yapmaları için soru sormak yerine gerçek hayatta ne yaptıklarını ortaya koymasındır (Silverman, 2007: 110).

Nitel araştırmada en çok kullanılan veri toplama araçlarından olan 'derinlemesine görüşme' ve 'gözlem' yöntemleri kullanılmıştır. Görüşme, sosyal bilimlerde ve özellikle sosyolojide en sık kullanılan araştırma yöntemlerinden biridir (Yıldırım ve Şimşek, 2003). Derinlemesine görüşme bir veri toplama tekniği olarak, açık-uçlu soruların sorulması, dinlenmesi, cevapların kaydedilmesi ve ilişkili ilave sorularla araştırma konusunun detaylı bir şekilde incelenmesini mümkün kılmaktadır (Kümbetoğlu, 2012: 71). Bu bağlamda, görüşmeler araştırmacı tarafından yönlendirilmiş, görüşmecinin kendisini rahat hissetmesi sağlanmaya çalışılmış, gerektiği noktalarda sorular ile konuşma zenginleştirilmeye, görüşmeci ile samimi bir ilişki kurulmasına ve iyi bir dinleyici olabilmeye özen gösterilmiştir. Derinlemesine görüşme tekniklerinden 'yarı yapılandırılmış görüşme tekniği' ile

veriler toplanmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşmeler sahip olduğu belli düzeydeki standartlığı ve esnekliği nedeniyle, yazmaya ve doldurmaya dayalı testler ve anketlerdeki sınırlılığı ortadan kaldırması ve belirli bir konuda derinlemesine bilgi edinmeye yardımcı olması (Yıldırım ve Şimşek, 2003) nedeniyle tercih edilmiştir.

Derinlemesine görüşmeler görüşmeye rehberlik eden bir görüşme formu ile gerçekleştirilmiştir. Görüşme formunu kullanılmasındaki ana amaç, sınırlı olan zamanı en etkin şekilde kullanabilmek, unutulabilecek soruları hatırlama imkanı yaratmak ve sistematik bir şekilde bilgi toplayabilmektir. Görüşme; görüşülen kişinin izni ile kayıt cihazı kullanılarak kaydedilmiştir. Görüşmeler ortalama aynı sürelerde gerçekleştirilmiş ve yaklaşık bir saat sürmüştür. En uzun görüşme bir buçuk saat sürmüştür. Görüşmelerin birebir yapılmasına özen gösterilmiştir. Bu sebeple görüşmeler kadınlarla ev ortamında, erkeklerle ise köy kahvehanesi çevresinde gerçekleştirilmiştir. Kadın görüşmecilerle birbirilerini evlerinde sıklıkla ziyaret etmeleri nedeniyle tek olarak sürdürülemeyen görüşmeler olmuştur.

Görüşme yanında kullanılan bir diğer yöntem ise gözlemdir. Gözlem, “belli bir kimse, yer, olay, nesne, durum ve şartta ait bilgi toplamak için” belirli hedeflere yöneltilmiş bir bakış ve dinleyiştir (Özsoy, 1970; akt. Karasar, 2005). Gerçekleştirilen her derinlemesine görüşmeden sonra gözlemler araştırmacı tarafından not edilmiştir.

5.1.4. Evren ve örnekleminin oluşturulması

Bu araştırmanın evrenini Muğla'nın Milas İlçesinin Kapıkırı Mahallesi oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini nicel araştırma boyutunda Kapıkırı Mahaltesinde yaşayanlar olup bütün hanelere ulaşılmaya çalışılmıştır. Toplam 154 kişi ile anket gerçekleştirilmiştir. Nitel araştırma boyutunda amaçsal örnekleme tekniği ile belirlenmiştir. Amaçlı örnekleme yöntemlerinden ise maksimum çeşitlilik örnekleme kullanılmıştır. Black (2002: 61) amaçlı örnekleme tekniğini, belirli bir kriter veya özelliğe bağlı olarak seçilen birey ve gruplardan oluşan örnekleme olarak tanımlamaktadır. Bu bağlamda, araştırmanın amacına uygun olarak örnekleme, yerel ürün satışı yapan kadınlardan ve aile bireylerinden birinin doğrudan ürün satışı yaptığı ailelerdeki erkeklerden oluşmaktadır. Araştırma çerçevesinde 10 kadın, 8

erkek olmak üzere toplam 18 derinlemesine görüşme yapılmıştır. Kadınlarla gerçekleştirilen görüşmelerden bir tanesi görüşmenin kısıtlı çerçevede kalması ve yeterli verim alınamaması sebebi ile araştırma analizine dahil edilmemiştir.

5.1.5. Veri analiz teknikleri

Araştırmada nicel analiz yöntemi ile elde edilen bilgiler SPSS programı ile analiz edilmiştir. Tablolar halinde sunulmuş olan veriler yorumlanarak sunulmuştur. Nitel araştırma verileri ile tematik kodlama yöntemi ile analiz edilmiştir. Temalar kuramsal çerçeveden hareketle belirlenmiştir. Görüşme soruları da bu temalar çerçevesinde hazırlanmış ve analizde de bu temalar kullanılmıştır. Temalar, yerel ürün satışının tarihsel geçmişi, otorite örüntüsü ve karar verme yetkisi, cinsiyetçi rol dağılımı ve iş bölümü, kadının statüsü ve konumu, eşler arası ilişkiler, akrabalık ilişkileri olarak belirlenmiştir.

Görüşmecilerin kullandığı ifadeler aynı şekilde alınarak temalar altında ilgili bölümlerde yer verilmiştir. Araştırma verileri yorumlanarak sunulmuştur. Görüşmelerin yanlarında yer alan parantezlerde görüşmeciye ait kod (K1,K2, E1, E...) ve cinsiyet (Kadın: K / Erkek: K) şeklinde belirtilmiştir.

5.1.6. Sınırlılıklar ve kolaylık sağlayan faktörler

Bu araştırma öncesinde Kapıkırı Mahallesi'nde gerçekleştirilmiş olan bir proje dahilinde iki ay bölge halkı ile kalınmış olması bölge halkı ile samimiyet kurulmasını sağlamıştır. Bu sebeple cevaplarda daha samimi ve güvenli bir yaklaşım olduğu düşünülmektedir. Fakat aynı zamanda bu araştırma öncesinde farklı bir proje ile bölgede bulunmuş olması araştırmacı rolünün proje ile bağdaştırılmasına sebep olmuştur. Bu durum araştırmayı olumsuz yönde etkilemiştir.

5.2. Araştırma Alanı Hakkında Genel Bilgiler

5.2.1. Muğla İli ve turizm

Muğla, kuzeyinde Aydın, kuzey doğusunda Denizli ve Burdur, doğusunda Antalya, güneyinde Akdeniz, batısında Ege Denizi ile çevrili olup Türkiye'nin güney batısında yer almaktadır. Türkiye'nin en uzun sahil şeridinde sahip bölgede başlıca ekonomik faaliyet turizmdir. Muğla'da yaygın olan diğer ekonomik faaliyet alanı ise tarımdır. Tarımsal üretimde ise başı çeken zeytin ve zeytinyağı üretimidir. Bunun yanı sıra, seracılık, narenciye, gibi tarımsal üretimlerin yanında bal üretimi ve balıkçılık gibi hayvansal üretim de oldukça önemli bir yere sahiptir. Açık deniz balıkçılığının yanı sıra Milas ve Seydikemer İlçelerinde önemli oranda kültür balıkçılığı yapılmaktadır. Muğla, sanayi açısından pek fazla faaliyet alanına ve tesise sahip değildir. Var olan sanayi tesisleri büyük ölçüde maden ve termik elektrik santralleri üzerine çalışmaktadır. Tarımsal faaliyet açısından, kıyı ve ova kesimlerinde seracılık giderek yaygınlaşan bir tarımsal faaliyet türü iken iç ve dağlık kesimlerde tarımsal faaliyet ve ekili alanlar giderek azalmakta ve bunun sonucunda, dağ ve orman köylerinden turizmin yoğun olduğu kıyı bölgelerine doğru yoğun bir göç hareketi görülmektedir. Dolayısıyla tarım mevcut haliyle giderek azalmakta ve kan kaybetmektedir.

Muğla, 1124 km. uzunluğunda sahil şeridi, yüze yakın mavi bayraklı plajı, bölgede binlerce yıl yaşamış medeniyetlerin miras bıraktığı eserler ile sentezlenen kültürel yaşamın sürdüğü bir şehirdir. Muğla İlini yılda yaklaşık üç milyon turist misafir etmektedir. Kum-deniz-güneş ekseninde turizm faaliyetlerinin ve Mavi Yolculuk olarak tabir edilen deniz üstü tekne turlarının ağırlıklı olarak yapıldığı bir yerdir, aynı zamanda sahip olduğu orman varlığı ve kültürel değerleri ile alternatif turizm faaliyetleri için de uygun bir bölgedir. Muğla'ya gelen turistlerin en fazla ziyaret ettikleri ilçeler Bodrum, Marmaris, Datça ve Fethiye'dir. Yaz dönemlerinde bu bölgelerin nüfusları neredeyse 4-5 katına çıkmaktadır.

5.2.2. Milas

Milas İlçesi, Muğla İlinin 13 ilçesi arasında nüfusu en fazla olan üçüncü ilçesidir. Milas'ın yaş gruplarına göre nüfus dağılımına baktığımızda en büyük pay 15-64 yaş grubuna aittir. Bu yaş grubunun çalışma çağındaki olgun nüfus olması Milas İlçesinin ekonomik olarak aktif bir nüfusa sahip olduğunu göstermektedir. 65 yaş ve üzeri yaşlı nüfus ise ilçe nüfus toplamının en düşük payı olup %12,42'sini kapsamaktadır. Milas 1980'lere kadar Muğla'nın ekonomik merkezi olmuştur. Ancak, 1980'lerde Bodrum'da turizmin gelişmesi ile beraber ekonomik merkezi konumunu kaybetmeye başlamıştır. Milas'ın ekonomisinde önemli yer teşkil eden tarım sektöründe çalışanların oranı %64,35'dür. Türkiye'de en fazla zeytin ağacının bulunduğu yer olan Milas tarımsal üretimde zeytincilik ile ön plana çıkmaktadır. Ayrıca; arıcılık, kültür balıkçılığı, meyve ve sebze üretimi diğer tarımsal aktivitelerdir. Milas İlçesinin 5 adet belde belediyesi ve 114 köy muhtarlığının tüzel kişiliği sona ermiştir. Toplam 132 mahallesi bulunmaktadır.

5.2.3. Kapıkırı Mahallesi

Araştırma alanı olan Kapıkırı Mahallesi, Türkiye'nin batısında Bafa Gölünün kuzeydoğusunda bulunmaktadır. Kapıkırı Mahallesi Muğla'nın Milas İlçesi'ne bağlıdır. Mahalle Herakleia Antik Kenti üzerine kurulmuştur ve arkeolojik sit alanıdır. Kapıkırı Mahallesi, Herakleia ve Latmos antik kentleri, erken Hristiyanlık döneminden kalma Bizans Manastırı olan Yediler Manastırı ve tarihi 8000 yıl öncesine dayanan duvar resimleri ile Beşparmak Dağları'nın eteklerinde yer almaktadır. Yörede geçmişi yaklaşık 8000 yıla dayanan bir yaşam vardır ve yaşam günümüzde de halen ve neredeyse kesintisiz olarak sürmektedir.

2015 Nüfus sayımı sonuçlarına göre nüfusu 287 olan Kapıkırı köyünde 90 ile 110 arasında değişen sayıda hane vardır. Nüfusun 57'si çocuklardan oluşmaktadır. Hane sayısı konusunda kesin bir rakam verilememesinin nedeni hanelerin bir kısmında yaşayanların hem Kapıkırı'da hem de Milas, Söke, Aydın gibi kentlerde yaşıyor olmaları ve zamanlarının bir kısmını Kapıkırı'da bir kısmını da yukarıda belirtilen kentlerde geçiriyor olmalarıdır.

Kapıkırı Mahallesi turizm ile uzun yıllardır iç içe olan bir bölge olmasına rağmen geleneksel yaşam tarzını devam ettirmektedir. Kapıkırı Mahallesinde 1990'lara kadar tütün ve pamuk üretimi ana geçim kaynağını oluşturmaktaydı. Tütün üretimine kota gelmesi ve pamuğun çok düşük fiyatlara satılması sebebi ile ağırlıklı olarak hayvancılığa geçiş olmuştur. 1990'lara kadar yöre halkı mahalleye 1.5 km. uzaklıkta olan yaylaya göçmekteydiler. Yaylaya göçülmesinin temel sebebi su sıkıntısının yaşanmasıydı. Su sıkıntısının giderilmesi ve pamuk yetiştiriciliğinin bitmesi ile yaylaya göç sona ermiştir.

Öte yandan, yörenin arkeolojik ve doğal sit alanı olması yapılaşma açısından da bazı sorunlar ortaya çıkarmaktadır. Yörenin sit alanı olmasından dolayı yapılaşma konusunda kesin sınırlamalar vardır. Bu sınırlamalar arkeolojik alanların korunması için gerekli olmakla birlikte, yörede yaşayanların yaşam alanları açısından sorun oluşturmaktadır. Öncelikli sorunlardan biri, genç nüfusun evlendiği zaman konaklayacak yer bulamamasıdır. Söz konusu durum, göçe zorlayıcı bir etken olarak da ortaya çıkmaktadır.

Kapıkırı Mahallesi'nin arkeolojik, kültürel, doğal değerleri ile 1970'li yıllardan beri turizm ile iç içe geçmiş bir bölgedir. 1980'li yıllarda yabancı turistlerin talebine karşılık mahallede turizm işletmeleri kurulmaya başlamıştır. Şuanda faaliyette olan toplam yedi adet turizm işletmesi bulunmaktadır. Turizm işletmeleri yerel halktan aileler tarafından işletilmektedir. Turizm işletmeleri az yatak kapasiteli aile işletmeleri olup turistlere yürüyüş turları yaptırmaktadır. Ağırlıklı olarak son yirmi yıldır, Kapıkırı Mahallesi'nde turizm alternatif bir gelir kaynağı olmuştur. Yöre kadınlarının çok büyük bir kısmı turistlere ürün satarak gelir elde etmektedir. Ayrıca, bazı balıkçılar tekneleri ile turistleri Bafa Gölünde gezdirerek gelir elde etmektedir. Kapıkırı Mahallesi çevresinde Bodrum en önemli ünlü turistik alandır. Bodrum, turizm açısından son derece gelişmiş olup kırsal alan nüfusuna ve düşük eğitimli kişilere istihdam yaratmaktadır.

5.3. Araştırma Bulguları ve Analizler

5.3.1. Kapıkırı Mahallesi demografik ve ekonomik özellikler

Kapıkırı Mahallesi'nde metalaşan yerel ürünlerin aile içi ve akraba ilişkilerinde yarattığı etkiler Kapıkırı Mahallesi'nin mevcut sosyo-ekonomik durumundan bağımsız olarak değerlendirilemez. Yörenin nüfus yapısının, ana geçim kaynaklarının bilinmesi kırsal turizmin yerel ürün satışı bağlamında yarattığı etkileri doğru analiz edebilmek adına önem taşımaktadır. Bu sebeple, araştırma kapsamında Kapıkırı Mahallesi'nin sosyo-ekonomik analizine yer verilmiştir.

2015 Nüfus sayımı sonuçlarına göre nüfusu 287 olan Kapıkırı Mahaltesinde 90 ile 110 arasında değişen sayıda hane vardır. Nüfusun 57'si çocuklardan oluşmaktadır. Hane sayısı konusunda kesin bir rakam verilememesinin nedeni ise hanelerin bir kısmında yaşayanların hem Kapıkırı'da hem de Milas, Söke, Aydın gibi kentlerde yaşıyor olmaları ve zamanlarının bir kısmını Kapıkırı'da bir kısmını da yukarıda belirtilen kentlerde geçiriyor olmalarıdır. Araştırmada ilkesel olarak tüm hanelerde yaşayan yetişkinlerle görüşülmesi planlanmış ve sürekli olarak Kapıkırı'da yaşayanların tamamına yakını ile görüşülmüştür.

Tablo 5.1. Yaş

	Sıklık	Yüzde
18-25	7	4,5
26-35	15	9,7
36-45	28	18,2
46-55	36	23,4
56-65	31	20,1
-<65	37	24,0
Toplam	154	100,0

Kapıkırı Mahallesi halkı üzerinde yapılan araştırmaya katılan yaş dağılımı incelendiğinde, katılımcıların ağırlıklı olarak orta yaş ve üzeri yaşa sahip olduğu görülür. Katılımcıların 2/3'ü (% 67,5) 45 yaş üzeri yaşa sahip olup, 35 yaş altı nüfusun oranı ise % 15'in altındadır. Bu durum kırsal alanlarda en önemli sorun

olarak ortaya çıkan dışarıya göç ile yorumlanabilir. Tarım dışı istihdamın önem kazanması ile genç nüfus iş alanları için Milas, Söke, Muğla, Aydın ve İzmir gibi şehir merkezlerine göç etmektedirler. Öte yandan, Kapıkırı Mahallesi yakın olan ünlü turizm merkezlerinden olan Bodrum'a da turizm sektöründe çalışmak üzere genç nüfus gitmektedir. Ayrıca, Kapıkırı Mahallesi'nin birinci derece sit alanı olması ve yeni yapılaşma olanağının olmaması genç nüfusun göç etmesinin bir diğer önemli sebebidir. Evlenen genç nüfus konut yetersizliğinden dolayı erkeğin ailesinin evinde yaşamak zorunda kalmaktadır. Bu ise ağırlıklı olarak genç nüfus tarafından tercih edilmemektedir. Sit alanının yarattığı göç sorunu şöyle aktarılmaktadır:

“Üniversite imtihana gittik kazanamadık. Dolayısıyla burada evde, evlenme çağı geldiğinden, ev olmadan düğün olmuyor. Tabii ev olmayınca mecburen şehirden ev bakmak durumunda kaldık. Bir yerlere girer düşünce ile Aydın'a gittik. Ama orada iş bulamadık. 3 yıl 5 yıl çok rezil olduk oralarda. Yani bunun temel sebebi sit bölgesi olması. Sit bölgesi olmamış olsaydı bu köyde ya da yetkililer buraya ev yapabilirsin yapamazsın demiş olsalardı ben bu sıkıntıları yaşamayacaktım.” (E2)

Kapıkırı Mahallesi'nde, makineleşme ve küreselleşme ile birçok kırsal alanda görülen ekonomik yetersizliğin olduğu söylenebilir. Turizm, tarımın değer kaybetmesi ile alternatif yeni yerel bir ekonomik faaliyet olarak ortaya çıksa da turizm işletmelerinin ve yöresel ürün satışının ise ana geçim kaynağı olacak kadar yeterli olmadığı söylenebilir. Bu tespiti yaparken sit alanı unsurunun da genç nüfusun göç etmesinde önemli bir etken olduğu göz önünde bulundurulmalıdır.

Tablo 5.2. Cinsiyet Dağılımı

	Sıklık	Yüzde
Kadın	79	51,3
Erkek	74	48,1
Toplam	153	99,4
Cevap vermeyen	1	,6
Toplam	154	100,0

Araştırmaya katılanların cinsiyet dağılımı göz önüne alındığında, cinsiyet dağılımının genel dağılıma uygun olduğu ve Kapıkırı Mahallesi'nin nüfusunun yaklaşık yarı yarıya kadın ve erkeklerden oluştuğu görülmektedir.

Tablo 5.3. Eğitim Düzeyi

	Sıklık	Yüzde
Okuryazar değil	24	15,6
Okuryazar	10	6,5
İlkokul	89	57,8
Ortaokul	11	7,1
Lise	15	9,7
Yüksekokul	3	1,9
Toplam	152	98,7
Cevap vermeyen	2	1,3
Toplam	154	100,0

Araştırmaya katılanların eğitim durumu dağılımına bakıldığında, katılımcıların eğitim düzeylerinin son derece düşük olduğu görülmektedir. Katılımcıların yaklaşık % 60'ı ilkokul mezunu, % 15'ten fazlası okuryazar olmayıp, lise ve üstü öğrenim düzeyine sahip olanların oranı ise % 10'un biraz üzerindedir. Buna göre, eğitim düzeyindeki düşüklük iş meslek yaşamına da yansımakta ve iş ve meslek anlamında da katılımcıların son derece düşük statülü mesleklere sahip oldukları görülmektedir. Eğitimli genç nüfusun şehir merkezlerine göç ettiği öngörülebilir.

Tablo 5.4. Mesleksel Dağılım

	Sıklık	Yüzde
Öğrenci	2	1,3
Ev kadını	73	47,4
İşçi	19	12,3
Çiftçi	40	26,0
Memur	4	2,6
Yönetici	5	3,2
Emekli	1	,6
Toplam	144	93,5
Cevap vermeyen	10	6,5
Toplam	154	100,0

Katılımcıların mesleksel açıdan dağılımına bakıldığında, kadın katılımcıların tamamına yakınının ev kadını olduğu görülmektedir. Katılımcıların, yaklaşık ¼'ünün çiftçi, % 10'dan biraz fazlasının işçi görülmektedir. Mesleklerini işçi olarak ifade edenler yöredeki zeytinyağı fabrikalarında ve balık çiftliklerinde çalışanlar oluşturmaktadır. Buna karşın katılımcıların yarıdan fazlasını oluşturan ve tamamına

yakınının kendisini ev kadını olarak tanımlayanların aslında ücretsiz ev işçisi oldukları görülmektedir. Kırsal kesimde genellikle küçük aile işletmesi olarak yapılanmış olan çiftçi işletmelerinde kadınlar; aslında işin önemli bir kısmını yaparken, ücretli işçi olarak çalışmadıklarından, harcadıkları emek parasal olarak değerlendirilmemektedir. Ancak bununla birlikte kadınlar halen sürdürmekte oldukları, yöreye gelen ziyaretçilere sattıkları yerel ürünleri satarak kendileri adına para kazanmaktadırlar.

Tablo 5.5. Doğum Yeri

	Sıklık	Yüzde
Kapıkırı	124	80,5
Diğer	26	16,9
Toplam	150	97,4
Cevap vermeyen	4	2,6
Toplam	154	100,0

Katılımcıların büyük çoğunluğunun Kapıkırı’da doğduğu, geri kalanlarının da komşu köylerde ya da Milas’ta doğduğu ve çok azının ise evlilik yoluyla Milas dışından gelenlerden oluştuğu görülmektedir.

Tablo 5.6. Yaşadığı Yer

	Sıklık	Yüzde
Kapıkırı	149	96,8
Diğer	3	1,9
Toplam	152	98,7
Cevap Vermeyen	2	1,3
Toplam	154	100,0

Katılımcıların tamamına yakınının Kapıkırı’nda yaşadığı görülmektedir.

Tablo 5.7. Gelir Düzeyi

	Sıklık	Yüzde
500 altı	70	45,5
501-1000	46	29,9
1001-1500	20	13,0
1501-2000	5	3,2
2001-2500	5	3,2
2500 üstü	3	1,9
Toplam	149	96,8
Cevap vermeyen	5	3,2
Toplam	154	100,0

Araştırmaya katılanlar gelir düzeyi açısından değerlendirildiğinde, katılımcıların yaklaşık yarısını gelir düzeyinin 500 TL ve altında olduğu, % 30 kadarının ise 500 ile 1000 TL arasında gelire sahip olduklarını ifade ettikleri görülmektedir. Sosyal bilim araştırmalarında, gelir düzeyine ilişkin olarak elde edilen verilerin kuşkuğu olduğu genellikle kabul edilen bir durumdur. Bununla birlikte yörede yaşayanların gelir düzeyinin son derece düşük olduğunu belirtmek gerekmektedir. Bu birkaç farklı bağlamda açıklanabilir. Katılımcıların yaş, eğitim ve meslek dağılımına ilişkin veriler tartışılırken ifade edildiği gibi, katılımcıların büyük bir çoğunluğunun yaşlı buna karşın, eğitimsiz ve bir iş ve mesleğe sahip olmadıkları için emekli olamadıkları görülmektedir. Yaşlıların hemen hemen tek gelirleri ise ya çocuklarından aldıkları yardımlar ya da çok düşük yaşlılık aylıklarıdır. Mevzuat gereği çoğunun yaşlılık aylığı alması da mümkün değildir. Yaşlı nüfusun düşük gelire sahip olması, yerel ürün satışı yapmalarının nedeni olarak gösterilebilir.

Tablo 5.8. En Önemli Ekonomik Aktivite

	1. En önemli		2. En önemli		3. En önemli	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Turizm	30	19,5	4	2,6	5	3,2
Hayvancılık	36	23,4	22	14,3	7	4,5
Balıkçılık	16	10,4	20	13,0	17	11,0
Zeytincilik	33	21,4	56	36,4	19	12,3
Diğer	37	24,0	18	11,7	6	3,9
Toplam	152	98,7	120	77,9	54	35,1
Cevap vermeyen	2	1,3	34	22,1	100	64,9
Toplam	154	100,0	154	100,0	154	100,0

Yörede gerçekleştirilen ekonomik aktivitelere ve bunların toplumsal bağlamına daha yakından bakıldığında şöyle bir görünüm ortaya çıkar. Yörede üç temel ekonomik aktivite söz konusudur. Bunlar hayvancılık, zeytincilik ve turizmdir. Az sayıda aile turizm işletmesine sahip olup, önemli bir kısım yerel ürün satışı yapmakta ve bazı balıkçılar tekneleri ile turistlere geziler yapmaktadır. En önemli ekonomik aktivite nedir diye sorulduğunda, katılımcıların yaklaşık $\frac{1}{4}$ 'ü hayvancılık, yaklaşık $\frac{1}{5}$ 'i zeytincilik, diğer $\frac{1}{5}$ 'i turizm ve % 10 kadarı balıkçılığı birinci derecede önemli ekonomik aktivite olduğu ifade etmişlerdir. Katılımcıları yaklaşık $\frac{1}{4}$ 'ü diğer seçeneğini işaretlemiş ve burada emekli, memur çalışmayan gibi seçenekler işaret edilmiştir. İkinci en önemli ekonomik aktivite ise büyük bir çoğunlukla zeytincilik olup (% 36,4), diğer ikinci dereceden ekonomik aktiviteler ise yüzde 10 ile 15 arasında dağılım göstermektedir. Üçüncü en önemli ekonomik aktivite nedir diye sorulduğunda katılımcıların $\frac{2}{3}$ 'ü bu soruya yanıt vermemiştir olup, balıkçılık ve zeytincilik yüzde 10 civarında ve diğer seçenekler çok daha küçük oranlarda dağılım göstermektedir. Yöredeki ekonomik aktiviteler genel olarak değerlendirildiğinde, yörede ağırlıklı olan üç temel ekonomik aktivite vardır. Bunlar hayvancılık, zeytincilik ve turizmdir. Belirtilen üç temel ekonomik aktivite Kapıkırı'nda yaşayan ailelerin hemen hemen tamamı tarafından gerçekleştirilmektedir.

5.3.2. Derinlemesine görüşme sonuçları

Nitel araştırma tekniği araştırmanın ana amacını oluşturan ikinci tür bilgiye ulaşmak için kullanılmıştır. Bu bilgi kırsal turizm alanlarında metalaşan yerel ürünlerin aile içi ve akraba ilişkilerine etkisinin ortaya çıkarılmasıdır. Yapılan bu çalışmada temalar kuramsal çerçeve kapsamında belirlenmiştir.

Nitel veriler yerel ürün satışı, aile içi ilişkiler ve akraba ilişkileri olmak üzere üç kısımda incelenmiştir. Bu çerçevede birinci kısımda Kapıkırı Mahallesi'nde turizmin gelişimi ile yerel ürün satışının nasıl başladığı ve yerel ürün satışının yerel halk tarafından nasıl gerçekleştirildiği ele alınmıştır. İkinci kısımda aile içi ilişkiler başlığı altında otorite örüntüsü ve karar verme yetkisi, cinsiyetçi rol dağılımı ve iş bölümü, kadının statüsü ve konumu, eşler arası ilişkiler ele alınmıştır. Üçüncü kısımda ise akrabalık ilişkileri tartışılmıştır.

Birinci kısımda yerel ürün satışının tarihsel süreci odağa alınmıştır. İlk olarak satışı yapılan yerel ürünler ve bu ürünlerde bir değişim meydana gelip gelmediği, kim ya da kimler tarafından yerel ürün satışının başlatıldığı irdelenmeye çalışılmıştır. Bu başlığın içerisinde yerel ürün satışının kimler tarafından ve nasıl gerçekleştirildiği de dahil edilmiştir. Bu noktada satış biçimlerinin özellikle akrabalık ilişkilerinde rol oynadığı varsayımıyla hareket edilmiştir.

İkinci kısımda aile içi ilişkiler kuramsal çerçeve ekseninde incelenmiştir. Bu bağlamda, ailede otorite örüntüsü ve karar verme yetkisinin kimde olduğu, ailede rol dağılımının ve iş bölümünün nasıl tanımlandığı, ailede kadının statüsü ve konumu ve eşler arası ilişkiler ele alınmıştır. Otorite örüntüsü ve karar verme yetkisi irdelenirken aile içerisinde ekonomik, sosyal alanlarda kararların kim tarafından verildiğine ve yerel ürün satışı ile farklılaşma yaşanıp yaşanmadığına odaklanılmıştır. Burada, yerel ürün satışından elde edilen gelirler ve ailenin diğer gelirlerine dair kararların nasıl alındığı, giyim-kuşam gibi kararların kim tarafından verildiği, kadınların yerel ürün satışı ile ekonomik olarak ve karar verme bağlamında yaşadıkları değişime bu başlık altında yer verilmiştir. Cinsiyetçi rol dağılımı ve iş bölümünde hane içinde iş bölümünün nasıl olduğu, özellikle yoğun yerel ürün satışı yapılan dönemlerde hane içi iş bölümünün nasıl olduğu odağa alınmıştır. Kadının statüsü ve konumunda

kadınların ev dışında gelir getirici bir işte çalışmasına ilişkin düşünceler ele alınırken eşler arası ilişkilerde yardımlaşma, izin alma gibi unsurlar incelenmiştir.

Üçüncü kısım akraba ilişkileridir. Akrabaların ortak bir alanda düzensiz bir şekilde yerel ürün satışı yapmaları akraba ilişkileri incelenirken göz önünde tutulmuştur. Bu kısım incelenirken özellikle yaşanan deneyimler üzerinden cevaplar alınmaya çalışılmıştır. Ayrıca, yaşları yeterli olan görüşmecilere yerel ürün satışının olmadığı dönemleri anlatmaları sağlanarak farklılıklar ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Görüşmeciler ile ilgili yaş, cinsiyet, meslek, eğitim durumu ve kaç senedir yerel ürün satışı yapıldığına dair bilgilere aşağıdaki tabloda yer verilmiştir.

Tablo 5.9. Görüşmecilerin yaş, cinsiyet, meslek, eğitim durumu, yerel ürün satma süresi

Katılımcı	Yaş	Cinsiyet	Meslek	Eğitim Durumu	Yerel Ürün Satma Süresi
K1	46	Kadın	Ev kadını / Toptan yerel ürün satışı	İlkokul mezunu	15 sene
K2	60	Kadın	Ev kadını / Toptan ve doğrudan yerel ürün satışı	İlkokul mezunu	30 sene
K3	47	Kadın	Ev kadını / Toptan ve doğrudan yerel ürün satışı	Ortaokul mezunu	20 sene
K4	35	Kadın	Doğrudan yerel ürün satışı	Ortaokul 1'den terk	15 sene
K5	46	Kadın	Toptan ve Doğrudan yerel ürün satışı	İlkokul mezunu	25 sene
K6	51	Kadın	Ev kadını / Toptan yerel ürün satışı	İlkokul mezunu	22sene
K7	64	Kadın	Ev kadını / Toptan ve doğrudan yerel ürün satışı	İlkokul mezunu	25 sene
K8	39	Kadın	Ev kadını / Toptan ve doğrudan yerel ürün satışı	Ortaokul mezunu	13 sene
K9	41	Kadın	Ev kadını / Toptan ve doğrudan yerel ürün satışı	Ortaokul mezunu	20 sene
E1	65	Erkek	Emekli /Eşi: Toptan ve doğrudan yerel ürün satışı	İlkokul mezunu	3 sene
E2	41	Erkek	Hayvancılık / Eşi: Toptan yerel ürün satışı	Ortaokul mezunu	5 sene
E3	69	Erkek	Emekli / Eşi: Toptan ve doğrudan yerel ürün satışı	Ortaokul mezunu	28 sene
E4	45	Erkek	Hayvancılık / Eşi: Toptan yerel ürün satışı	Ortaokul mezunu	10 sene
E5	72	Erkek	Emekli / Eşi: Toptan ve doğrudan yerel ürün satışı	İlkokul mezunu	25 sene
E6	65	Erkek	Emekli / Eşi: Toptan ve doğrudan yerel ürün satışı	İlkokul mezunu	20 sene
E7	41	Erkek	Hayvancılık / Eşi: Toptan yerel ürün satışı	Ortaokul mezunu	12 sene
E8	51	Erkek	Balıkçılık / Eşi: Toptan yerel ürün satışı	Ortaokul mezunu	10 sene

Kadın görüşmecilerin hepsi doğrudan ya da toptan olarak yerel ürün satışı yapmaktadır. Erkeklerin ise hepsinin eşleri doğrudan ya da toptan yerel ürün satışı yapmaktadır. Tabloda kadınların ve erkeklerin eşlerinin kaç senedir yerel ürün satışı yaptığı belirtilmiştir. Görüşmecilerin ailelerin yapısal özellikleri evlilik biçimi, akrabalık durumları, hane halkı genişliği gibi ailenin yapısal özelliklerinin ortaya çıkarılmasına dair sorular ile belirlenmiştir. Her görüşmecinin aile yapısal özellikleri aşağıda ayrı olarak belirtilmiştir.

Tablo 5.10. Ailelerin Yapısal Özelliklerine Dair Bilgiler

Katılımcı	Çocuk sayısı	Hanede yaşayan kişi sayısı	Evlilik Biçimi	Evlilikte Akraba Durumu	Yerleşim yeri (baba evi/ ayrı ev)
K1	-	2	Bekar	-	Baba evi
K2	2	2	Kaçarak	-	Ayrı
K3	2	2	Görücü usülü	Uzaktan akraba	Ayrı
K4	-	3	Boşanmış	-	Baba evi
K5	3	3	Görücü usülü	-	Ayrı
K6	2	2	Görücü usülü	Uzaktan akraba	Ayrı
K7	3	2	Görücü usülü	Uzaktan akraba	Ayrı
K8	1	3	Görücü usülü	Uzaktan akraba	Ayrı
K9	-	2	Görücü usülü	-	Baba evi
E1	1	2	Görücü usülü	Uzaktan akraba	Ayrı
E2	2	2	Beğenerek	Uzaktan akraba	Ayrı
E3	1	2	Görücü usülü	-	Ayrı
E4	2	3	Beğenerek	-	Ayrı
E5	2	2	Görücü usülü	Uzaktan akraba	Ayrı
E6	3	2	Görücü usülü	Uzaktan akraba	Ayrı
E7	1	3	Beğenerek	-	Ayrı
E8	2	3	Görücü usülü	Uzaktan akraba	Ayrı

5.3.2.1. Yerel ürün satışı

Kırsal alanlar geleneksel olarak tarımın egemen olduğu üretim alanıyken tarım uygulamalarındaki değişimler, makineleşme ve küreselleşmenin etkileri kırsal toplumu derinden etkilemiştir. Tarım dışı istihdam ve gelirin önemi artmıştır. Yaşanan bu yapısal değişiklikler kırsal alanlarda yeni arayışlara sebep olmuştur ve turizm gibi farklı ekonomik yönelimlere ilgi artmıştır. Kapıkırı Mahallesi'nde yerel ürün satışı ve tarihsel süreci kırsal alanlarda yaşanan bu yapısal değişiklikler ile birlikte ele alınmıştır.

Kapıkırı Mahallesi'nde 1970'li yıllarda turizm gelişim göstermeye başlamıştır. Turizmin gelişimi yöre halkından olmayan bir turizmcinin yöreye yabancı turist getirmesi ile başlamıştır. Bu süreçte yörede ana geçim kaynakları pamuk ve tütündür. Yaz aylarında su sıkıntısı yaşanması sebebi ile yöre halkı 'yayla' olarak isimlendirilmiş olan göl kenarına göç etmektedir. Yabancı turistlerin yöreye gelmeye başlaması ile yöre halkından birkaç kadın yaylaya inmeyerek turistlere ürün satmaya başlamıştır. Görüşmelerde yerel ürün satışının başlama tarihine dair kesin bilgi edinilememiştir fakat yaklaşık 30 sene önce başladığı bilinmektedir.

“Çok eskiden yayladan oya satmaya gelirlerdi. 5-10 kişi. O zamanda dantel işiydi eskiden. Yemeni gibi bir şey yoktu.”(K3)

“Eskiden biz satmıyoduk. Yaylaya göçerdik. Burda üç kişi dört kişi kaldı. O zaman turist çok geldi köye. 27 sene hatta daha evveli onlar turistlere satıyorlardı. Eskiden bir dantel satıyorlardı. Bekçi vardı bizim burda. İlk onun karısı yaptı.” (K7)

Kırsal turizm alanlarında turizmin gelişimi yörenin kültürü, mimarisi, folkloru üzerine kurulmaktadır. Kültürel öğeler ve zenginlikler turistlerin ilgisini çekmektedir. Bu sebeple, Cohen'in (1988: 372) belirtmiş olduğu gibi kırsal turizmin gelişim sürecinde yerel kültürde özellikle, 'rengarenk' yerel kostümler ve gelenekler, ritüeller ve şölenler, folklor ve etnik sanat ürünleri turistik tüketim için üretilen turistik servisler ya da metalar haline gelmektedir. Kırsal turizm alanlarında yörenin özelliklerine ve çevresel etkilere göre bu turistik ürünler değişkenlik göstermektedir.

Kapıkırı Mahallesi'nde yörenin coğrafyası, mimari özellikleri, geleneksel yaşamı dışında yöre halkı tarafından doğrudan sunulan ilk yerel ürün 'dantel' olmuştur. Yörede dantel geleneksel bir el sanatı olarak kadınlar tarafından yapılmaktadır. Turizmin yörede ilk başladığı dönemlerde dantel yoğun şekilde yapılmakta ve günlük yaşamda farklı alanlarda kullanılmaktadır. Günümüzde ise bu günlük kullanım neredeyse sona ermiş olup, turistlere satılmak üzere dantel üretimi yapılmaktadır.

“Böyle dantelden yatak örtüsü yaptık. Bu dantelden masa örtüsü yaptık. Dantelden karyolaların ucunu örtüler ettik. Yastıklarını ettik, sandık örtülerini ettik. Elbise dolaplarına örtüler ettik. Dantelden doldurduk. minderler yaptık. Hep ettik dantelden. İnce ipliğine ederdik. Şimdi kalın ipliğine.”(K7)

Geleneksel bir el sanatı olan dantel, alış/satış pratiğinin dışında iken değişim değerine göre paha biçilen bir ürüne dönüşmüştür. Bir diğer ifade ile ürün zamanla doğal halini ortadan kaldırmış ve yöre kadınları tarafından satılmak için üretilmeye başlamıştır.

İlk yıllarda birkaç kadın tarafından yapılan dantel satışı zamanla diğer kadınların da ilgisini çekmiştir. Öte yandan, tütüne kota gelmesi, pamuğun çok düşük fiyatlara satılması sebebi ile tarımsal üretim azalmıştır. Bunun yerine hayvancılığa yönelim olmuştur. Tarımsal üretimin azalmasının yanında yörenin su sıkıntısının giderilmesi ile de yaylaya göç yavaş yavaş sona ermiştir. Buna karşılık yoğun tarımsal üretimin azalması ve yaylaya göçün zamanla sona ermesi ile yöre kadınları arasında yerel ürün satışı artmaya başlamıştır. Şuanda Kapıkırı Mahallesi'nde kadınların neredeyse tamamı yerel ürün satışı yapmaktadır.

“Dedim ki bunlar manastıra karı koca götürürken milyarder oldular. Satarlardı, gezdirirlerdi. Sonra biz dedik ki biz niye duruyoruz. Hep o mu yesin köyün gelirini? Biz de yapalım biz de beş on kuruş alalım. Ondan sonra biz de yapmaya başladık.” (K2)

Kırsal turizm alanlarında pazarlanan yerel ürünler yöre halkına ekonomik anlamda katkı sağlamaktadır. Öte yandan, ucuz üretimle geleneksel el sanatlarında kalite düşmesi ve değişimler görülmesi gibi etkiler görülmektedir. Cohen, bu durumu turizmin sosyo-kültürel etkisi olarak el sanatlarını turistlere hitap edecek şekilde değiştirme etkisi olarak belirtmektedir. Belirtilen bu değişim süreci Kapıkırı

Mahallesi'nde yöre halkının dantel satışından işlenmiş fular satışına geçişinde görülmektedir.

Kapıkırı Mahallesi'nde dantel satışı zamanla azalmıştır. Bafa'dan Kapıkırı Mahallesi'ne gelen bir kişinin fular yapımını yöre kadınlarına öğretmesi ile yapımı zaman alan dantelin yerini ağırlıklı olarak yörenin kültürel bir ürünü olmayan fular almıştır. Yapımı daha kolay olan ve daha uygun fiyata satılması sebebi ile turistler tarafından da daha çok tercih edilen fular yöre halkının fular satışına ağırlık vermesine sebep olmuştur. Turistlerin yörenin kültürünün bir parçası olarak aldıkları fular aslında yörenin kültürüne ait değil sadece satışa uyarlanmış bir üründür.

“Fulor aslında buraya özgü bişey değil. Dantelin yapılması biraz daha zor. Satılması da biraz okkalı. Geleni de zorladığı için bizi de zorladığı için ondan işin kolayına kaçtılar biraz. Sürümden kazanıyoz biz.” (K9)

“Bafalı bir insan geldi buraya. O fulor edermiş. Ondan bizde gördük. Biz de ettik. Uzun fulor etmezdik. Ondan göresiye ondan yapmayadurduk.” (K1)

“Burda yan komşu ev aldı. O oraya dükkan açtı market. O böyle hem marketçilik yaptı hem de böyle el işleri yaptı sattı. Bana da ordan öğretti. Ordan ufak ufak ufak alıştım ben. Hem yaptım hem ördüm hem satmaya başladım. Bu fulor kısmını o öğretti bana. Benden de hep kadınlar gördü.” (K4)

Yörede zamanla satışı yapılan yerel ürünler gelişmiştir. Şuanda en çok fular olmak üzere bilezik, kolye gibi el emeği ürünler satılmaktadır. Son iki senedir bal, tereyağı, zeytin, zeytinyağı, sabun, süt gibi yerel gıdalar da satılmaya başlamıştır. Yerel gıdalar turistler için ayrıca üretilmezken, kendileri için yapmış oldukları gıdalardan satmaktadırlar. Fular yörede ağırlıklı olarak ‘oya’ olarak adlandırılmaktadır.

Yerel Ürün Satışı Nasıl Yapılmaktadır?

Kapıkırı Mahallesi'nde yerel ürünlerin satışları sadece kadınlar tarafından gerçekleştirilmektedir. Ağırlıklı olarak fular üretilmekte ve satılmaktadır. Yöreye belli zamanlarda bez, boncuk toptancıları gelmektedir. Fuların yapımı için gerekli

malzemeler bu toptancılardan hazır olarak alınmaktadır. Fularların kenarlarına ise kendi bahçelerinde ürettikleri üzerlik denilen tohumları işlemektedirler.

“Toptancı getiriyor. Toptancıdan 2 liraya kumaş alıyoruz. İpliği var 1 lira. Onları alıyoruz. Öyle her şeyini yapıyoruz. Yanına işliyoruz, satıyoruz. Üzerlik tohumları kendimiz işliyoruz.” (K6)

“Yemeni alıyoz. Kendimiz boncuğu yetiştiriyoz. Üzerlik. Hepsini satın alıyoz. Baharın ekiyoz üzerlik. Saksıların içine ekeriz.” (K6)

Kadınlar ürünlerini ‘toptancılara satış’ ve ‘doğrudan satış’ olmak üzere iki şekilde satmaktadırlar. Toptancılar özellikle fular için talepte bulunmaktadır. Yörede kadınlar tarafından yapılan fularları toptan alarak Bodrum, Marmaris gibi turistik bölgelerde satmaktadırlar. Bu durum ‘toptancılara satış’ olarak ifade edilmektedir. Bir kısım kadınlar sadece toptancılara ürün satarken bir kısım kadınlar hem toptancıya hem de turistlere doğrudan satış yapmaktadır.

Toptancıya satılan ürünlerin üretimleri evde gerçekleşip toptancının belirlediği zamanda alış gerçekleşmektedir. Yerel ürünlerin doğrudan satışında ise daha karmaşık bir ortam söz konusudur. Özellikle doğrudan satış yapan kadınlar yoğun bir biçimde yerel ürün satışı ile ilgilenmekte ve azami geliri elde etme çabasındadırlar.

Kapıkırı Mahallesiinde yerel ürünlerin satışı için düzenli bir satış standı bulunmamaktadır. Satış yapan yöre kadınlarının her biri tepsilerin içerisine fular, dantel, boncuk, bilezik gibi ürünleri koymaktadır. Sokak kenarlarında oturarak ya da turist yoğunluğu varsa genellikle sırtlarına bağladıkları tepsileriyle mahalle içerisinde gezerek satış yapmaya çalışmaktadırlar.

“Satıyoruz. El işlerimizi satıyoruz. Sabun, yağ gibi bir şey ararlarsa onu satıyoruz. Hep el işi hep oya.” (K5) (*oya, fular anlamında kullanılmıştır)

Kadınlar sokak kenarlarına genellikle gruplar halinde oturarak bir yandan fular, bilezik gibi ürünleri yapmakta bir yandan turist beklemektedir. Bir turist ya da yabancı araç geldiğinde kadınlar kalkarak aracın yanına giderek satış yapmaya çalışmaktadır. Kadınların stantları olmaması sebebiyle her bir kadın gelen turistte ürün satmaya çalışmaktadır. Bunun sonucunda her biri satma isteğinde olan kadınlar arasında çatışma ortamı oluşmaktadır.

Bazen turiste sadece ürün satışı yapılmaktadır. Genel olarak ise yöre kadını anlaştığı turisti tiyatro gibi yakın çevredeki görülmesi gereken tarihi yerlere götürmektedir. Turisti gezdirdikten sonra kendi evine götürerek ikramda bulunmaktadır. Turistten gezi için herhangi bir ücret alınmazken gezdirmenin karşılığı niteliğinde tepsisindeki ürünleri turiste göstermektedir. Turist ürün almakta ya da istekleri dahilinde diledikleri ücreti vermektedirler. Yöre halkı turistlerin bu şekilde gezdirilmesini 'rehberlik' olarak adlandırmaktadırlar. Birçok kadın bu satış sürecinde iletişim kuracak kadar yabancı dil öğrenmiştir.

Bu süreçteki önemli nokta, turistlere rehberlik edebilmek ve satış yapabilmek için kadınlar arasında yoğun bir çatışma ortamının çıkmasıdır. Yörede satış yapan kadınların neredeyse hepsi akraba olmasına rağmen tamamen bireysel davrandıkları, dayanışmanın değil bireyselliğin önde olduğu bir ortam ortaya çıkmaktadır.

5.3.2.2.Aile içi ilişkiler

5.3.2.2.1. Otorite örüntüsü ve karar verme yetkisi

Ailenin ekonomik, sosyal ve psikolojik ihtiyaçlarını sağlayan kişi ailenin diğer üyeleri üzerinde otorite kurabilmektedir. Türkiye'de köylerde olduğu gibi kent ailelerinde de aile içerisindeki otorite farklı biçimlerde olsa da genel olarak erkeğe aittir. Kadınların kararlara katılması sınırlıdır. Günümüzde sanayileşme ve modernleşmeye paralel olarak kadınların kararlara katılma oranlarının yükseldiği söylenebilir. Köylerde aile içerisinde otorite örüntüsü ve karar verme yetkisi değişim içerisinde. Kapalı aile ekonomisinin açık duruma gelmesi, genç nüfusun eğitim seviyesinin artması gibi etkenler otorite örüntüsü ve karar verme yetkisinde değişimlere sebep olurken bir diğer etken ise kadının ev dışında çalışarak aile ekonomisine katkıda bulunmasıdır. Kırsal turizmin gelişme gösterdiği kırsal alanlarda kadınların ürün satarak gelir elde etmeleri bu duruma karşılık gelmektedir. Bu bağlamda, görüşmelerde kadınların kırsal turizmin bir sonucu olarak yerel ürün satışı ile eve gelir getirmelerinin otorite örüntüsünde ve karar verme yetkisinde bir değişikliğe sebep olup olmadığının tespitine yönelik sorular yöneltilmiştir. Yerel ürün satışının aile içi ilişkilerde otorite örüntüsü ve karar verme yetkisinde etkileri,

yerel ürün satışından elde edilen gelirin kullanımının kim tarafından karar verildiği, yerel ürün satışı yapabilmek için izin alınan kimse olup olmadığı, giyim kuşamın, hayvan ve tarla işleri ile ilgili verilmesi gereken kararların kim tarafından verildiği ve yerel ürün satışı ile karar verme süreçlerinde bir değişim yaşanıp yaşanmadığı bağlamında ele alınmıştır.

Kararlar

Ailenin içerisinde otoritenin önemli boyutlarından biri aile içerisinde kararların kim tarafından verildiğidir. Köy ailelerinde eve yeni bir eşya alınması gibi konularda kadınların görüşleri alınırken, tarla alım-satım işleri, aile gelirin nerelere harcanması gerektiği gibi konular ağırlıklı olarak erkekler tarafından karar alınmaktadır.

Yaklaşık %60'nın ilkokul mezunu olduğu Kapıkırı Mahallesi'nde eğitim seviyesi son derece düşüktür. Görüşmecilerin eğitim seviyesinin de düşük olması geleneksel normların daha baskın olmasına sebep olmaktadır. Kapıkırı Mahallesi'nde erkekler ve kadınlar, tarla-alım satım işleri gibi dış işlerin erkekler tarafından karar alındığını belirtmişlerdir. Sadece iki katılımcı ailede ortak olarak karar alındığını belirtmiştir (K1, K5).

Erkek tarafından elde edilen gelirin kullanımı ise aynı şekilde erkeğe aittir. E1 kendisi tarafından elde edilen gelirin kontrolünün kendisi tarafından olacağını bir norm olarak tanımlamıştır. Kendisinin evin reisi rolünde olduğunu ve evin reisi tarafından gelirin kontrol edileceğini onaylamıştır. Bu durum köy ailelerinde görülen genel bir durumdur. Fakat kadının yerel ürün satışından elde ettiği gelirin kullanımı sorulduğunda ise kadının yerel ürün satışından elde ettiği gelirin kullanımının her boyutuyla kadına ait olduğu görülmüştür. Doğrudan satış yapan ya da toptancıya ürün satışı yapan kadın görüşmecilerin hepsi elde ettikleri gelirin nasıl kullanılacağına dair kararın kendilerine ait olduğunu belirtmiştir. Erkekler tarafından da kadının elde ettiği gelirin kadın tarafından kullandığı belirtilmiştir.

Araştırmacı: Eşinizin ürün satarak kazandığı parayı nasıl harcayacağına kim karar verir?

E2: Kendi harcar, bana vermez.

Araştırmacı: Peki, emekli maaşın var, hayvancılıktan para geliyor. Onun harcanacağına nasıl karar veriliyor?

E2: Ben karar veririm tabi (güçlenmiş ses tonu). Evin reisi olduğum için ben karar veririm.

Kadınlar yerel ürün satışından elde ettikleri geliri erkeğe vermemektedirler. Gelirin kullanım kararı tamamen kadına aittir. Bazı kadınlar cep harçlığı olarak niteledikleri kadar para kazanırken, özellikle yoğun satış yapan kadınların ailenin gelir kaynağına ortak olduğu söylenebilir. Köy ailelerinde mutfak malzemelerinin alımı erkeğe aitken kadınlar elde ettikleri gelir ile bu masrafa ortak olmakta, şehir dışında okuyan çocuklarına para göndermekte, kıyafet gibi kendi ihtiyaçlarını karşılamakta, eşlerinin ihtiyacı olduğunda maddi destek vermekte ve para biriktirmektedirler. Kadın görüşmecilerden biri ise ailenin geçimini sadece yerel ürün satışı ile sağlamaktadır(K5). Eşi gündelik işlere giderek kısıtlı bir gelir sağlarken, kendisi şehir dışında okuyan kızına para göndermekte ve evin ana masraflarını karşılamaktadır. Bu bağlamda, köy ailelerinde ağırlıklı olarak görülen aile gelirlerinin erkek tarafından yönetilmesinin farklı bir boyut kazandığı söylenebilir. Ev içi ekonomik konularda erkeğin otoritesinin belli bir oranda kadın ile paylaşıldığı söylenebilir.

Araştırmacı: Bu işten para kazanıyorsun... Bu paranın nasıl kullanılacağına kim karar veriyor?

“Ben kendi ihtiyaçlarımı görürüm. Eşimin ihtiyaçlarını görürüm. Çocuklarımın ihtiyaçlarını görürüm. Hepimiz kullanıyoruz ama para bende duruyo. Eşim diyo ihtiyacım var veriyorum. Yemenimi sebzelemleri alıyoz.” (K3)

“Parayla mutfağa denk gelirse mutfağa alırım.” (K2)

“Para ben de kalıyo. Kendi ihtiyaçlarımı alıyom. Ondan sonra biriktiriyom. Telefon aldım. Biriktiriyom. Milas’a çarşıya gidiyosun ihtiyaçlarımı alıyom işte. Artık zamanda bir iki tane altın yaptım.” (K4)

“Kazandığım para bende kalıyo. Kız okuyo kız yiyo. Ben gene hiç alamıyorum kazandığımdan. Kız okuya ya ona gönderiyorum. Evin bişeyi tüketiyor cereyen parası su parası geliyor haftalık zerzavatçı geliyor onu alıyosun el işlerinin eşyalarını alıyoruz .” (K5)

Ortak Kararlar

Mutfak alışverişi, giyim kuşam, akraba ziyaretleri, arkadaş ziyareti gibi konulara aile içerisinde kadın ve erkek beraber karar almaktadır. Görüşmecilerin yaş ortalaması yüksektir. Yaşın artması aile içerisinde otoritenin artmasına da sebep olmaktadır. Eşlerinin baskısının çok olmadığı kadınlar tarafından belirtilmiştir.

“Beyim karışmaz öyle her şeye.” (K2)

“Şu eksik derim o alır.” (K6)

Hisler

Kadının aile içerisinde karar verme sürecine katılımı ve söz sahibi olması ev dışında gelir elde etmesi ile yakından ilgilidir. Kadınlar farklı miktarlarda kazanç sağlasa da ortak yönleri her kadının eşlerinden para istemek zorunda kalmadıklarını ve kendilerini daha güvenli hissettiklerini, istediklerini aldıklarını ifade etmeleridir. Ailenin geliri sadece yerel ürün satışına bağlı olan kadın (K5) dışındaki ailelerde erkeğin aile ekonomisinde egemenliği devam etmesine rağmen daha eşitlikçi bir tavra doğru ilerlediği ve kadının kendi kazandığı para ile kendisi ve çocukları ile ilgili belirli sınırlar içerisinde karar verme yetkisinin arttığı söylenebilir. Karar verme yetkisinin kendi ihtiyaçlarını alabilme, para biriktirebilme, daha güvenli hissetme başlıkları altında şekillendiği söylenebilir.

Araştırmacı: Kazandığın para sana ne hissettiriyor?

“Güven. Kendi ayaklarım üstünde durduğumu hissediyom. Kendi paran bi başka oluyo. Ananda olsa babanda olsa kocanda olsa en çok kendine olsun. Güven hissediyom. Kimseye hesap vermek zorunda kalmıyosun. Kendi kazandığımla kendi ihtiyacımı alıyom. Mutlu hissediyom.” (K9)

“Muhtaç olmuyorum. Çocuklara bakabiliyorum. Ben para kazanmadığım zaman zorla geçinirdik. Kadın çalışsın. Mülteci olmasın.” (K5)

“İyi hissediyosun. Kendime de birşeyler alırım. Kıyafet herşey.” (K1)

“Kendi yanında oldu mu para daha zevkli oluyo harcaması hani. İstedığimi alıyom. Mutlu oluyom.” (K8)

5.3.2.2.2. Cinsiyetçi rol dağılımı ve iş bölümü

Kırsal toplumlarda aile sadece kan bağıyla bağlanan sosyal bir birlik olmaktan öte ekonomik bir birliktir ve bir üretim alanıdır. Geleneksel toplumlarda işler ve sorumluluklar aile içerisinde cinsiyet temel alınarak paylaşılmaktadır. Kadınlara ev içi roller ve çocuk bakımı gibi sorumluluklar verilirken, erkeğe ev dışında çalışmak, ailenin dışarıdaki ilişkilerini düzenlemek gibi sorumluluklar verilmektedir. Günümüzde endüstrileşme ve kentleşmeyle beraber ailenin üretim alanı azalmıştır. Bu durumun etkilerinden biri kadınları aile dışında çalışmaya teşvik etmesidir. Kadınların aile dışında çalışması aile rollerinde ve sorumluluklarında değişimler ortaya çıkmasına sebep olmaktadır.

Kapıkırı Mahallesi'nde tütüne kota gelmesi ve pamuğun değerinde yaşanan fiyat düşüklüğü ile tarımsal üretim faaliyetleri azalmış, bazı aileler hayvancılığa geçiş yapmıştır. Yörenin %23,4'ünün yani yaklaşık ¼'ünün ana geçim kaynağı hayvancılıktır. Öte yandan, nüfusun yaş ortalaması fazla olup genç nüfus kent merkezlerine ve turizm merkezlerine göç etmiştir. Kapıkırı Mahallesi'nde yaş ortalamasına bakıldığında nicel araştırmada katılımcıların 2/3'ünün 45 yaş ve üzeri olduğu görülmektedir. Bu durum ürün satışının kadınlar arasında hızla yayılmasına sebep olmuştur.

Kadınlar yerel ürün üretimine ve satışına yoğun bir zaman ayırmaktadırlar. Bu bağlamda, görüşmeler ile öğrenilmek istenen esas nokta, ağırlıklı olarak kadın tarafından gerçekleştirilen el işlerinin yerel ürün satışında kullanılması ile hane içi iş bölümünde değişimler yaşanıp yaşanmadığı ve yerel ürün üretiminin, satışının hane içi işlere nasıl eklendiğinin öğrenilmesidir.

Roller

Kırsal alanlarda kahvaltı hazırlamak, yemek yapmak, çamaşır yıkamak gibi ev içi görevler kadınlar tarafından gerçekleştirilmektedir. Kapıkırı Mahallesi'nde de ev içi görevlerin aynı şekilde kadına ait olduğu görülmüştür. Zeytine gitmek, hayvancılık yapılıyorsa hayvanların bakımı hem erkeğe hem de kadına aittir. Erkekler ise ayrı olarak tarla ile ilgili işler gibi dış işlerden sorumludur. Geleneksel köy ailesinde

hakim olan kadının ve erkeğin hane içi rolleri benzer şekilde görülmektedir. Cinsiyetçi rol dağılımına uygun geleneksel roller kadın ve erkek tarafından da benimsenmiştir. Ev içi sorumluluklarda görev paylaşımının neredeyse olmadığı görülmüştür.

“Babam mutfak masraflarını almakla yükümlüdür. Ondan sonra hayvanların yiyeceklerini alır. Zeytine gider. Hayvanlar bakar. Arazileri bilir. Satışı falan o bilir. Zeytinin falan gelirini giderini her şey ondan sorumludur.” (K4)

“İç işleri bakanı. Eşim ev içini yönetir. Yemek yapar. Ekmek eder. Bol bol fulor örer.” (E8)

Değişim

Geleneksel rollerin hakim olduğu görülen görüşmelerde özellikle yoğun ürün satışı olduğu dönemlerde aile içi iş bölümünün nasıl olduğu üzerinde durulmuş ve konu derinleştirilmiştir.

Kadınlar yemek pişirmek, çamaşır yıkamak, hayvanlara bakım gibi gündelik işlerini gerçekleştirdikten sonra ya da geleneksel rollerini gerçekleştirdikten sonra kalan boş zamanlarda el işlerinin üretimi yapmaktadırlar.

“Boş zamanlarımda yapıyorum fuları. Evin işini, inekleri hallettikten sonra boş zamanımda yapıyorum.” (K9)

“Kalkarız kahvaltı için ekmek ederiz. Bazlama. Yemek ederiz. Çamaşır. Öğlene kadar iş olur. Öğlenden sonra el işleri ederiz. İşi mi bitirir öyle yaparım oyay1.” (K2)

Toptan satış yapan kadınlar satış için ayrı bir zaman harcamazken turistlere doğrudan satış yapan kadınlarda durum farklılaşmaktadır. Bunun saptanması için görüşmecilere yoğun satış dönemlerinde hane içerisinde gündelik işlerini anlatmaları istenmiştir.

Ailesinin ana geçim kaynaklarından olan hayvancılık ile uğraşan K4 yoğun satış zamanlarında babasına ve annesine bu görevi devretmektedir. K9 yemek pişirme görevini yapmakta fakat ısıtılması, sofranın hazırlanması gibi görevleri eş yapmaktadır. Bu durum özellikle turistlere doğrudan yoğun satış yapan kadınlarda görülmektedir. Yoğun satış yapan kadınların dışarıda para kazanması ve eve gelir getirmesi sebebi ile erkeklerin de bu durumu kabullendiği gözlemlenmiştir.

“Çok yoğun olunca aç susuz dolanıyoruz. Yemek bile yiyemiyoruz. Kocam yemek oldu mu kendisi hazırlar kendisi yer gider. Önceki günün yemeğini yer varsa. Çok pişiriyoruz yarına kalıyo. Kendisi hazırlıyo.” (K5)

“Çok fazla turist olduğunda anne ben turiste gidicem sen işleri yap derim. Babama da derim. Babam da ineklerde yardım eder.” (K8)

Yerel Ürünlerin Üretiminde Aile İçi İş Bölümü

Genel olarak geleneksel rollerin hakim olduğu görülen görüşmelerde yerel ürün üretimindeki aile içi iş bölümünde ise bu geleneksel rollerin hakim olmadığı görülmüştür.

Satışı gerçekleştirilen yerel ürünler, gıdalar ve el işleri olarak ikiye ayrılabilir. Zeytinyağı, tereyağı, zeytin gibi gıda satışı son yıllarda ortaya çıkmıştır. Gıda satışı için fazladan üretim yapılmamaktadır. Aileler kendileri için üretmiş oldukları gıdanın satışını yapmaktadırlar. Fular, dantel, bilezik gibi el işleri ise yaklaşık 30 yıldır satılan ürünlerdir ve yoğun bir şekilde üretimi yapılmaktadır. Turistlere doğrudan satış yapan kadınlar bu ürünlerin satışı için ayrıca zaman ayırmaktadırlar.

Kadınlar tarafından satışı gerçekleştirilen yerel ürünlerin üretiminde erkekler yardımcı olmaktadır. Erkekler fular yapımında kumaş kırpma, kurdele yapma gibi işlere yardımcı olmaktadır. Özellikle hem doğrudan satış yapan hem toptancıya ürün satışı yapan ve aile ekonomisine önemli katkılarda bulunan kadınların eşlerinin düzenli bir biçimde yardım ettikleri görülmüştür. Dantel satışının olmadığı dönemlerde sadece kadınlar tarafından yapılan dantel ürünün satışı ile gelişen süreçte erkekler de hane içerisinde kadınlara ürün yapımında yardımcı olmaya başlamışlardır. Bu durum kadınlar ve erkekler tarafında da belirtilmiştir. Geleneksel cinsiyetçi rol dağılımından farklı bir durum ortaya çıkmıştır. Yardım eden erkekler arasında emekli maaşı alıp boş zamanı olanlar varken, halen çalışmakta olan erkekler de bulunmaktadır. Yardım eden erkeklerin yanında yardım etmediğini belirten erkekler de olmuştur.

“Geçen sene işi olmadığı zaman kırkardı benim şeylerimi. Gülay yengen var ya hani onun beyi kurdele dikiyo. Akşam kahveye çıkmıyor. Kurdele dikiyo. İş olmayan yardım ediyolar hanımlara.”(isim değiştirilmiştir) (K2)

“Eşim yardım eder. Benden çok yapar. El işi üzerine çok beceriklidir. Resim gibi şudur budur işleri bilir. Bir fuların üzerine renk koyacak olsam şu renk kötü şu renk iyi yapar. Hani bez kesiverme, dikiverme... Deniz boncuklarından da yaparım ben. Onlardan toplar deliverir, hazırlayıverir. Yapar.”(K8)

“Olmaz. El işine yardımcı olmaz. Bazılarının adamları yapıyo. Kurdele - bişeyler yapıyo.” (K9)

“Yarım ederim tabi. Makasla kırkıyorum. Bir de kesiyorum iğneyle düzüyorum gül oluyo. Motifler yapıyorum. Faydam oluyo.” (E3)

“Boncuklarını delerim ben. Darı boncuklarını ekeriz. Toplarız. Ben temizlerim. Delerim.” (E1)

5.3.2.2.3. Kadının statüsü ve konumu

Dünyada hızlı bir toplumsal değişme süreci yaşanmakta ve giderek cinsiyet ayrımı aşılsa da günümüzde kadının yerine dair geleneksel anlayışlar hala hüküm sürmektedir. Türkiye’de ataerkil yapının egemenliği ile iş bölümlerinde kadının yeri evi olarak görülmektedir. Tarımsal faaliyetlerdeki azalma ile birlikte tarımsal üretimden kopan kadın orada gösterdiği emeği ev kadınlığı çerçevesinde göstermektedir. Tarımsal üretimin azaldığı Kapıkırı Mahallesi’nde kadınların %47,4’ü kendini ev kadını olarak tanımlamıştır. Söz konusu kadınların büyük bir bölümü kendini ev kadını olarak tanımlarken ev dışında ürün satışı yaparak yeni bir rol edinmiştir. Ücretsiz aile işçisi konumundan aile ekonomisine katkıda bulunan aile bireyi konumuna gelen kadınlar bulunmaktadır. Yerel ürün satışı ile yaşanan bu değişimler çerçevesinde kadının aile içi statüsü ve konumunu ortaya koymak adına kadınların ev dışında gelir getirici bir işte çalışmalarına ilişkin kadınlara ve erkeklere sorular yöneltilmiştir.

Kapıkırı Mahallesi’nde tek eşlilik vardır. Kadınların, erkeklerin dışarıdaki hayatlarına katılma hakları yoktur. Fakat eşlerin paylaşımı gözlendiğinde karı-kocanın hayatları arasında keskin çizgiler bulunmadığı görülmektedir. Çift olarak akraba ve komşu ziyaretleri yapılmaktadır. Kadınların Kapıkırı içerisinde sokağa çıkmasında çok göze çarpmadığı sürece bir baskı yokken, Kapıkırı dışına gidebilmede erkeğin onayı gereklidir. Genç nüfusun Milas, Bodrum gibi şehir merkezlerine göç etmiş olmaları diğer aile üyelerinin de şehirler ile bağlantıda olmasını sağlamaktadır. Kapıkırlı kadınların ve erkeklerin çocuklarını şehir

merkezinde ziyaretleri ile belirli bir ölçüde şehir hayatı ile bağlantıları bulunmaktadır. Bu durum geleneksel kültürün kırılmasını etkileyen faktörler arasındadır. Öte yandan, yörede yaklaşık 30 yıldır modernleşmenin bir ögesi olan turizmin olması ve yoğun bir şekilde yerli ve yabancı turistlerin yöreye gelmesi yöre halkı üzerinde etkiler yaratmaktadır. Bu etkiler yöre halkının turizmden yararlanma düzeyine göre değişmektedir. Yörede turizmden yararlanma düzeyi en yüksek olanlar turizm işletmeleri ve yerel ürün satışı yapan kadınlar ya da ailelerdir. Bu bağlamda, etkilenme düzeyinin kadınlar üzerinde daha fazla olabileceği söylenebilir.

Kadının aile içerisindeki ve dışarısındaki yaşamını anlamak için boş vakitlerine bakılması gerekmektedir. Ürün satışının yörede yayılması ile kadınların geleneksel rollerinden geriye kalan boş zamanları fular, dantel üretimi ve ürün satışı ile özdeşleşmiş durumdadır. Kadınlar birbirlerini sıkça ziyaret etmektedir. Erkekler kahveye giderken kadınların buluşma alanları evlerdir. Kadın erkeğe göre daha içe dönüktür. Bu durum cinsiyet ayrımcılığının bir devamı olarak görülebilir. Ürün satışı yapan kadınlar birbirilerini ziyaret esnasında bir yandan el işlerini yaparak bir yandan sohbet etmektedirler. Erkekler boş zamanlarında ağırlıklı olarak kahveye gitseler de bazı erkekler eşlerine fular yapımında yardım etmektedir.

Kapıkırlı kadınların kıyafetleri renkli fakat sadedir. Kadınlar basma kumaşlardan şalvar giymektedir. Şalvarın üzerine basma giymekte ve üzerine de hırka giymektedirler. Özellikle yaşlı kadınlar bel bağı kullanmaktadırlar. Başlarına farklı renklerden oluşan tülbent bağlamaktadırlar. Geleneksel giyim devam etse de Ege Bölgesi yöresel kıyafet giyimi Kapıkırı Mahallesi'nde görülmemektedir. Şehir merkezlerinde görüldüğü gibi kadınlar kendilerine lüks tüketim yapmamakta ve kıyafetlerine önem vermemektedir. Bu durum kadınların sosyal hayat içerisinde yer almaması olarak yorumlanabilir. Okul çağındaki kız çocuklarına bakıldığında eşofman, t-shirt gibi kıyafetler giydikleri görülmektedir.

Kadının Çalışması

Önceden belirtilmiş olduğu gibi Kapıkırlı kadınlar toptan satış yaparak ve turistlere doğrudan ürün satışı yaparak gelir elde etmektedir. Yörede bazı kadınların sadece toptan satış yapmalarının sebebi eşlerinin sokakta satış yapmalarını istememeleridir. Bu durum erkekler tarafından da belirtilmektedir. Bunun sebebi, erkeklerin kadınların çalışmasını istememesinden öte düzensiz bir satış ortamında kadının turistlerin peşinde koşmasını istememesidir. Doğrudan ürün satışı yapan bazı kadınlara eşleri ilk zamanlarda izin vermezken gizlice satış yaparak eşlerine zamanla durumu kabul ettiren kadınlar bulunmaktadır (K5, K9). Kadınların gelir elde ederek ev ekonomisine katkıda bulunmaya başlaması ve doğrudan ürün satışı yapan kadınların sayısının zamanla artmasının erkeğin kabul etmesinde etkisinin olduğu söylenebilir. Geleneksel köy ailesinde kadın sadece aile içi görevleri yerine getiren kişi iken Kapıkırı Mahallesi'nde turizmin etkisi ile kadın mahalle sınırları içerisinde para kazanma faaliyetinde bulunabilmektedir.

“Satış yapabilmek için ilk önceleri oraya buraya gitmemi izin vermedide dinlemedim ben saklı saklı saklı ilerledik. Gittik. Şimdi şikayet edemez. Para kazanıyorum.” (K9)

Güven

Kadınlarla gerçekleştirilen görüşmelerde en dikkat çekici unsurlardan biri kadınların ürün satışı ile kendilerine duydukları güvenden bahsetmeleridir. Ücretsiz aile işçisi olan kadınlar ürün satışı yaparak kendi ihtiyaçlarını kendileri karşılamakta, eşlerinden para istemek zorunda kalmamakta ve aile ekonomisine katkıda bulunmaktadır. Kadınların çalışması gerektiği ısrarla kadınlar tarafından vurgulanmaktadır. Bu durum kadının konumuna yönelik bakıştaki değişmeyi göstermektedir. Erkeklerin görüşleri daha geleneksel kalıplar içerisindeyken ürün satışı yapan kadınların algısındaki kadınların sosyal statüsünde değişme yaşandığı söylenebilir.

“Kadınlar para kazanmalı. Destekliyorum. Çünkü kocalarına daha para demiyolar. Kocalarına para veriyolar. Kocalarından para alırken şimdi para veriyolar. Destek yapıyolar. Yapması lazım kadınların.”(K9)

5.3.2.2.4. Eşler arası ilişkiler

Çekirdek ailelerde eşler arası ilişkiler daha eşitlikçi iken geleneksel ailelerde otoriteryan bir ilişki vardır. Erkekler kontrol eden durumda iken kadınlar kontrol edilen durumundadır. Duygu ve düşünce paylaşımı geleneksel ailelerde çekirdek aileye göre daha azdır.

Kadınlara ve erkeklere eşler arası yardımlaşmaya dair, yerel ürün satışında eşler arasında ilişkinin nasıl kurulduğuna dair sorular yöneltilmiştir.

Kapıkırı Mahallesi'nde geleneksel ailelerde eşler arasında görülen kesin çizgilere göre daha eşitlikçi bir durum olduğu söylenebilir. Özellikle yoğun satış yaparak ev ekonomisine katkıda bulunan kadınların ya da eşi doğrudan satış yapan erkeklerin eşleri ile ilişkilerinde daha eşitlikçi bir tavır olduğu görülmüştür. Bu ailelerde erkek ve kadın arasında yardımlaşma yüksektir. Kadınlar yoğun satış dönemlerinde iş bölümünü erkeklerden yardım alarak yeniden düzenleyebilmektedir. Ürünlerin üretiminde kadınlara yardım eden erkekler bulunmaktadır. Öte yandan, ev ekonomisine katkıda bulunan kadınlar eşlerine ihtiyaçları olduğu zaman maddi yardım yaparken erkekler de aynı şekilde yardımda bulunmaktadırlar.

“Eşim diyo ihtiyacım var veriyorum. Yemenimi sebzelerimi alıyoz. Ama şimdi satış olmadığı için yemenilerin parasını ondan (eşinden) alırım.”(K3)

Toptan ürün satışı yapan kadınlarda erkekler ile aralarında otoriteryan bir ilişki olduğu görülmüştür. Kadının sokakta satış yapamamasının temel nedeni eşinin istememesidir. Aile ekonomisine daha az katkı bulunan toptan satış yapan kadınlarda geleneksel ailelerde görülen ‘evin reisi erkektir’ figürü söylemlerde daha çok görülmektedir. Erkek ürün üretimine yardım etmeye daha az eğilimlidir.

5.3.2.3 Akrabalık

Kırsal alanlarda akrabalık, bireyler arasındaki ve gruplar arasındaki ilişkileri belirleyerek sosyal ilişkilerin temelini oluşturmaktadır. Değişme gösteren toplumlarda aile içi ilişkilerde değişim görüldüğü gibi akrabalık ilişkilerinde de değişimler görülmektedir. Akrabalar arasında ekonomik ve sosyal olarak yardımlaşma varken bu dayanışma ortamı azalmıştır. Bu yardımlaşmanın yerini paranın aldığı ve para ile sağlanan araçlar üzerinden gerçekleştiği söylenebilir. Geleneksel yaşam tarzını büyük ölçüde sürdüren Kapıkırı Mahallesi'nde tarımsal üretimin azaldığı ve genç nüfusun şehir merkezlerine göç ettiği bir dönemde turistlere yerel ürün satışı ile gelir elde edilmesi paranın merkezi bir konumda olmasını güçlendirmiştir. Bu bağlamda, görüşmelerde yerel ürün satış sürecinde akrabalar arasında nasıl bir deneyim yaşandığı, yerel ürün satışı yapılmadığı zamanlarda bu ilişkilerin nasıl kurgulandığına odaklanılmıştır.

Kapıkırı Mahallesi'nde yörede düzensiz bir şekilde turistlere ürün satışı yapan kadınlar arasında satış esnasında çatışmalar ortaya çıkmaktadır. Birbirlerini akraba olarak tanımlayan bu kadınlar dayanışmanın ötesinde tamamen bireyselleşmiş bir şekilde birbirleri ile satış yapabilme kavgasına girmektedirler. Bu bilgiler ışığında akrabalık ilişkilerindeki sorunları K4 ve K5 şu şekilde anlatmaktadır:

“Kıskanıyolar. Atıyom, sizin inek çok sizin zeytin çok, çok yağ yapıyorsunuz, gelirsiniz şöyle, arabanız var, motorunuz var. Aslında fazlası yok herkeste olan bişey. Ama bizimki nedense göze batıyo. Onun için çekemiyolar. Akrabalarla aramız pek iyi değil. Yani merhaba merhaba.”(K4)

“Çekememezlik, odur budur. Herkesin içinde bi hesatlık. Bunu zamanla kendin iyiyen karşı tarafı iyi görüyorsun. Başta bilemiyorsun. Sonra sonra taşlar yerine oturup gidiyo. Milletın ne olduğunu biliyorsun gari.” (K5)

Toplumsal örgütlenme sürekli yüz yüze ilişki kuran fertler arasında kurulan akrabalık üzerine kurulmuştur. Kapıkırı Mahallesi'nde aynı bölgeyi paylaşan ve bir yakınlık ifadesi olan akrabalık ilişkileri kadınlar tarafından kıskançlık, çekememezlik, kırgınlık gibi kavramlar ile anlatılırken erkekler tarafından akrabalık ilişkilerinde ağırlıklı olarak bir değişme olmadığı fakat dayanışmanın tarımsal üretimin olduğu zamanlara göre azaldığı belirtilmektedir. Bunun sebebi, pamuk ve tütünün ekildiği

zamanlarda imece usulünün hakim olması ve bu tür üretimin şuanda var olmaması olarak gösterilebilir.

“Pamuk ekerdik. Tütün ekerdik. Şimdi oya yapıyolar. O zaman sen ona ben ona yardım ederdik. Şimdi oya işinde birbirlerine yardım etmezler. Ne yardım etmesi. Boğazlarını sıkırlar birbirlerinin.” (E2)

Kadınlar ve erkeklerin akrabalık ile ilgili söylemlerindeki farklılığın sebebi yerel ürün satışının kadınlar tarafından gerçekleştirilmesi ile açıklanabilir. Aynı alanda ürün satan kadınlar satış esnasında birinin satıp birinin satamaması ya da birinin fazla satıp birinin az satması gibi durumların sorun ve çatışma yaşanmasına sebep olduğunu belirtmektedir. Bu durum bireysel çıkarların akrabalığın önüne geçmesi ile açıklanabilir.

“Eskiden daha farklıydı. Şimdi ne kadarda olsa sen sattın ben satamadım diye birbirilerine kızıyorlar. Eskiden daha güzeldi. Köylücek bir gün başkasının yerine giderdik, birgün başkasının yerine giderdik. Eskiden böyle satış olmadığından pamukçuluk daha çoktu. Hepsi sattı mı iyi de bazısı iki tane sattı mı sorun oluyo.”(K3)

“Şimdi meydanda oturuluyo. Benden al ondan alma falan gibi tartışma oluyo. Eskiden herkes kendi işinden birbirini görmezdi. Ancak tarlalarda görürlerdi. Fularda yardım etmeyiz. Fularda kendi eline gayret.” (K6)

“Ürün satanlar hep akraba zaten. Birbirimize giriyoz. Neden? Bir müşteri bi tane bakmak istiyo ya benden ya karşı taraftan. Ondan bakıyosa bende üstüne varyom ya da o benim üstüme geliyo. O zaman bi karışyo ortalık. Benden de al senden de al diye. O zaman tartışma oluyo. Hiç hoş olmuyo ama sonuçta hangisini gözü tuttuysa ondan alıp gidiyo. Ama gene tartışma oluyo kırılma oluyo. Birbirimize laf söylüyo. Hoş olmuyo.”(K9)

“En yakın akrabanla bile tartışılıyo. Ne kadar yakın olursa olsun Bi sen sat bi ben sat olmuyo. Herkes kendi sattığına bakar.” (K8)

Ulaşım olanaklarının gelişmesi, dışarıya göç, üretimde yaşanan değişimler ile sosyo-kültürel değişim sürecinde akrabalık ilişkilerinde zayıflama olmuştur. Erkekler bu duruma karşılık akrabalık ilişkilerini sıcak ve canlı tutulmaya çalışmaktadır. Kadınlar için ise yerel ürün satışı yaparken akrabaları ile zaten çatışmalı ortam ortaya çıkmaktadır. Bu durum zayıflayan akrabalık ilişkilerinde daha derin kopmalar yaratmakta ve akrabalığı kadınlar için daha sembolik bir hale gelmektedir.

BEŞİNCİ BÖLÜM

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Tarım uygulamalarında yaşanan değişim, makineleşme ve küreselleşmenin etkileri kırsal toplumu derinden etkilemiştir. Bu yapısal değişiklikler kırsal alan ekonomisinde yeni arayışlara sebep olmuştur. Bu süreçte kırsal turizmin alternatif bir ekonomik faaliyet olarak ortaya çıkması bu alana yönelimi artırmıştır. Kırsal turizm, dünyada ve Türkiye’de birçok kırsal bölgede bir çözüm politikası olarak uygulanır hale gelmiştir. Öte yandan, kırsal turizmin kırsal alanlarda toplumsal değişim sürecini başlatmak ve topluluğun dışa açılmasında etkisini çok yönlü olarak kısa sürede göstermek gibi derin etkileri vardır. Bu bağlamda, uygulama alanı her geçen gün artan kırsal turizmin kırsal alanlarda yarattığı etkilerin farklı boyutları ile ele alınması önem taşımaktadır.

Turizm, sadece ekonomik bir olay olmayıp aynı zamanda toplumu sosyal, kültürel, çevresel, siyasal olarak da etkisi altına alan bir harekettir. Dış dinamik olan ve sosyo-kültürel etkileri olan turizm, aile ilişkilerinde, geleneksel yaşam tarzında, değerlerde değişime yol açabilmektedir. Söz konusu etkiler uzun vadede yerel halkın kültürünü değiştirebilecek boyutta olabilmektedir. Bu değişimler farklı teorik perspektiflerle ele alınmaktadır. Kırsal alanlarda turizm ile yaşanan ‘metalaşma’ bu perspektiflerden biridir.

Kırsal toplumlar, turizmin gelişimi için ana özellikler olan müzik, folklor, mimari, miras ve coğrafi alanlar üzerine kurulmaktadır. Bu farklı kültürel özellikler ve zenginlikler nesneleştirilmekte ve turistlerin ilgisini çekmesi adına seyir nesnesi haline getirilerek metalaştırılmaktadır. Kültürün turistik tüketiminin yoğunlaştığı bazı yerel topluluklarda birtakım temel kültürel değerlerin yıprandığı ve daha materyalist-hedonist bir toplum yapısının ortaya çıkmaya başladığı belirtilmektedir (Elliott, 1997:261). Turizmin de etken olduğu metalaşma sürecinde ortaya kırsal metanın ya da yerel ürünlerin bir formu olan ‘kırsal turizm ürünleri’ ortaya çıkmaktadır. Kırsal deneyimler, kültürel ürünler, el sanatları, hayvanlar gibi metalaşan kırsal ‘şeyler’ turistlere pazarlanmaktadır. Kırsal alanlarda turizm ile birlikte geleneksel el sanatlarının ev içi üretim ile yapılarak satışa sunulması ve gelir

elde edilmesi sıkça karşılaşılan bir durum haline gelmiştir. Bu üretim ve satışın ağırlıklı olarak kadınlar tarafından gerçekleştirilmesi de duruma farklı bir boyut katmaktadır. Bu durum karşılıklı üretim ilişkilerini, cinsiyetler arası güç ilişkilerini, aile ve akrabalık ilişkilerini yeniden şekillendirmektedir. Cohen'in (1988: 380) ifadesi ile metalaşma yerel ürünlerin ve insan ilişkilerinin anlamını değiştirmektedir. Değişen ilişkilerin görülmesindeki en bariz alan ise ailedir.

Turizmin aile yapısı üzerindeki etkilerini inceleyen birçok araştırmacı turizmin aile içi ilişkilerini değiştirdiği kanısındadırlar. Turizmin aile ilişkilerinde yarattığı etkiler bağlamında yapılan araştırmalarda turizmin aile bağlarını zayıflattığı, geleneksel aile yapısının zayıfladığı, katı olan tutumların değiştiği belirtilmektedir. Turizmin aile yapısında meydana getirdiği değişimler üzerine yapılan araştırmalar özellikle kadınların değişen rolleri üzerinde yoğunlaşmaktadır. Araştırmalar kadınların geleneksel rollerinin değiştiğini ve özgürleştiklerini ortaya koymaktadır.

Bu çalışmanın konusu olan kırsal turizm alanlarında metalaşan yerel ürünlerin aile içi ve akraba ilişkilerine etkisi, kırsal turizmin yerel halk ile etkileşimine dair süregelen tartışmalar ışığında gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmanın ana amacı, kırsal turizm alanlarına kapitalist ilişkilerin girmesinin bir ayağı olan metalaşan yerel ürünlerin aile içi ilişkileri ve akrabalık ilişkilerini nasıl etkilediğini ortaya koymaktır.

Araştırma alanı için 1970'li yıllardan beri turizm bölgesi olan Muğla İli'nin Milas İlçesi'nin Kapıkırı Mahallesi seçilmiştir. Kapıkırı Mahallesi, 1970'li yıllardan beri turizm ile iç içe olan fakat geleneksel yaşam tarzını da oldukça devam ettiren bir bölgedir. Yörede yöre halkından ailelerin ufak çaplı turizm işletmelerinin olması dışında, son 20 senedir yöre kadınlarının çok büyük bir çoğunluğu yoğun bir biçimde yerel ürün satışı yaparak gelir etmektedir. Kapıkırı Mahallesi'nin bu özellikleri ile araştırma alanı olması önem taşımaktadır.

Kırsal turizm alanı olan Kapıkırı Mahallesi'nde yerel ürün satışının aile içi ve akrabalık ilişkisine etkilerinin incelenmesinde, yerel ürün satışının nasıl başladığı ve yerel ürün satışının yerel halk tarafından nasıl gerçekleştirildiği, aile içi ilişkiler başlığı altında otorite örüntüsü ve karar verme yetkisi, cinsiyetçi rol dağılımı ve iş bölümü, kadının statüsü ve konumu, eşler arası ilişkiler ve akrabalık ilişkileri

tartışılmıştır. Bütün bu tartışmalar Kapıkırı Mahallesi'nin mevcut sosyo-ekonomik durumu ışığında değerlendirilmiştir.

Kapıkırı Mahallesi'nde 1970'li yıllarda turizm gelişme göstermeye başlamıştır. 1980'li yıllarda yöre halkı tarafından işletilen ufak çaplı turizm işletmeleri kurulmuştur. Turistlerin yöreye ilgisinin zamanla artması ile yöreden birkaç kadın turistlere dantel satışına başlamıştır. Bu dönemlerde yörenin ana geçim kaynaklarını pamuk ve tütün oluşturmaktadır. 1990'lı yıllara kadar ana geçim kaynağını oluşturan pamuk ve tütün, pamuğun çok düşük fiyatlara verilmeye başlaması ve tütün üretimine kota gelmesi ile yerini hayvancılığa bırakmıştır. Ana geçim kaynaklarında yaşanan değişimin etkisi ile de birkaç kadın tarafından yapılan dantel satışı hızla kadınlar arasında yayılmaya başlamıştır. Nash'in (1993) belirttiği gibi, neoliberalizm ile derinleşen sosyal ve ekonomik sorunlar yaşayan yerel halkın, evdeki üretimini arttırdığı görülmektedir. Dantel satışı ile başlayan yerel ürün satışı değişimler göstererek fular, kolye gibi el sanatlarına ve zeytinyağı, salça gibi yerel gıdalar olarak gelişmiştir. Mevcut durumda en çok satılan ürün ise fularlardır. Cohen'in (1988) belirttiği gibi etnik sanat ürünleri turistik tüketim için üretilen turistik servisler ya da metalar haline geldiği süreç yaşanmıştır (s. 372). Dantel satışından yörenin kültürü olmayan fular satışına geçiş kırsal turizmin el sanatlarında yarattığı sosyo-kültürel etkidir. Yöre dışından bir kişinin birkaç kadına fular yapımını öğretmesi ile dantelin yerini yörenin kültürel bir ürünü olmayan fular almıştır. Lea (1988) bu durumu geleneksel sanat ürünlerinin turistik ürün haline gelerek geleneksel değerini kaybetmesi ve turistlerin tüketimi için üretilen bu ürünlerin ucuz işçilik ve üretimle ortaya çıkarak değişime uğraması ile açıklamaktadır. Yapımı daha kolay olan ve daha uygun fiyata satılması sebebi ile turistler tarafından da daha çok tercih edilen fular yöre halkının fular satışına ağırlık vermesine sebep olmuştur. Yörenin kültürel el sanatı olan dantel yerini fulara bırakmaktadır.

Yerel ürün satışları kadınlar tarafından gerçekleştirilmektedir. Son 20 yıldır yerel ürün satışı kadınlar için bir gelir kaynağı haline gelmiştir. Ürün satışı 'toptancılara satış' ve 'doğrudan turistlere satış' olmak üzere iki şekilde yapılmaktadır. Bu durum aile içi ilişkilerde ve özellikle kadınlar arasında olmak üzere akrabalık ilişkilerinde etkiler yaratmaktadır.

Aile içi ilişkiler dört tema altında incelenmiştir. Bunlar; otorite örüntüsü ve karar verme yetkisi, rol dağılımı ve iş bölümü, kadının statüsü ve konumu, eşler arası ilişkilerdir.

Aile içi ilişkilerde otorite örüntüsü ve karar verme yetkisine bakıldığında aile içi kararlarda kadın ve erkekler geleneksel rollerini korumaktadır. Kadınlar ev içerisindeki konularda karar alıcı iken, erkekler ev dışında 'evin reisi' konumunda karar alıcıdır. Geleneksel ailelerde ekonomik gücü temsil eden erkeğe aktif ve belirleyici rol yüklenirken, kadına ise bağımlı ve düzenleyici bir yüklenmesine rağmen Kapıkırı Mahallesi'nde aile içi gelirin kullanımında durum değişmektedir. Erkek tarafından elde edilen gelirin kontrolü erkek tarafından sağlanırken, kadının yerel ürün satışından elde ettiği gelirin kontrolü tamamen kendisine aittir. Özellikle yoğun satış yapan kadınlar aile gelirine doğrudan katkıda bulunmakta, eşlerinden herhangi bir maddi katkı istememekte ve hatta ihtiyaçları olduğunda eşlerine maddi destekte bulunmaktadır. Köy ailelerinde ağırlıklı olarak görülen aile gelirlerinin erkek tarafından yönetilmesi kadınların gelir elde etmeye başlaması ile farklı bir boyut kazanmıştır. Ev içi ekonomisi konularında erkek otoritesini kadın ile paylaşmaktadır.

Cinsiyetçi rol dağılımı ve iş bölümüne bakıldığında köy ailesi tipinde görüldüğü gibi ev içi görevler kadına aittir. Geleneksel köy ailesi ile kadının ve erkeğin hane içi rolleri aynı şekilde görülmesine rağmen görüşmeler derinleştirildikçe durumun farklı olduğu görülmüştür. Ürün satışı yapan kadınlar yemek yapmak, çamaşır yapmak gibi gündelik işlerini zamanlarını sıkıştırarak gerçekleştirmektedir. Fakat yoğun satış dönemlerinde hayvan bakımı, sofranın hazırlanması gibi görevler ailenin diğer bireylerine devredilmektedir. Yoğun satış yapan kadınların dışarıda maddi kazanç sağlaması ve eve gelir getirmesi sebebi ile erkeklerin de bu durumu kabullendiği gözlemlenmiştir. Aile gelirine daha çok katkıda bulunan kadınların aile içi rollerinde değişimler daha çok görülmektedir. Yerel ürünlerin üretiminde ise rol dağılımında geleneksel roller hakim değildir. Sadece kadınlar tarafından satışı gerçekleştirilen ürünlerin üretiminde erkekler de yardımcı olmaktadır. Erkekler özellikle fular yapımında, kumaş kırpma, kurdele yapma gibi işler yapmaktadırlar. Yerel ürün satışının ailenin gelir kaynağı olması ile cinsiyetçi rol dağılımının da değişimler görülmektedir.

Kadının statüsü ve konumuna gelince, kadınların büyük bir bölümü yerel ürün satışı yaparak ücretsiz aile işçisi konumundan aile ekonomisine katkıda bulunan aile bireyi konumuna gelmiştir. Doğrudan ürün satışı yapan bazı kadınlara eşleri ilk zamanlarda izin vermezken gizlice satış yaparak eşlerine zamanla kabul ettiren kadınlar bulunmaktadır. Kadınların gelir elde ederek ev ekonomisine katkıda bulunmaya başlaması ve doğrudan ürün satışı yapan kadınların sayısının zamanla artmasının erkeğin kabul etmesinde etkisinin olduğu söylenebilir. Geleneksel köy ailesinde kadın sadece aile içi görevleri yerine getiren kişi iken Kapıkırı Mahallesi'nde turizmin etkisi ile kadınlar mahalle sınırları içerisinde maddi kazanç sağlama faaliyetinde bulunabilmektedir. Bu durum kadının geleneksel konumuna yönelik bakıştaki değişmeyi göstermektedir. Kadının konumu ve statüsüne dair, erkeklerin görüşleri daha geleneksel kalıplar içerisindeyken ürün satışı yapan kadınların algısındaki kadının sosyal statüsünde değişme yaşandığı söylenebilir. Kadının statüsü ve konumuna dair değişimler sadece kadınların yerel ürün satışı ile bağlı olan süreçler değildir. Genç nüfusun şehir merkezlerine göç etmiş olmaları aile üyelerinin şehir ile bağlantılı olmalarını sağlamaktadır. Bu durum geleneksel kültürün kırılmasını etkileyen faktörler arasındadır. Ayrıca, 30 yıldır turizmin olması ve yoğun bir şekilde yerli ve yabancı turistlerin yöreye gelmesi yöre halkı üzerinde etkiler yaratmaktadır. Turizmden etkilenme düzeyi artan ailelerde ya da kadınlarda etkilenme düzeyi artmaktadır.

Eşler arası ilişkiler çekirdek ailelerde daha eşitlikçi iken geleneksel ailelerde otoriteryan bir ilişki vardır. Kapıkırı Mahallesi'nde geleneksel ailelerde eşler arasında görülen kesin çizgilere göre daha eşitlikçi bir durum olduğu söylenebilir. Özellikle yoğun satış yaparak ev ekonomisine katkıda bulunan doğrudan satış yapan kadınların ya da eşi doğrudan satış yapan erkeklerin eşleri ile ilişkilerinde daha eşitlikçi bir tavır olduğu görülmüştür. Bu ailelerde erkek ve kadın arasında yardımlaşma yüksektir. Kadınlar yoğun satış dönemlerinde iş bölümünü erkeklerden yardım alarak yeniden düzenleyebilmektedir. Ürünlerin üretiminde kadınlara yardım eden erkekler bulunmaktadır. Öte yandan, ev ekonomisine katkıda bulunan kadınlar eşlerine ihtiyaçları olduğu zaman maddi yardım yaparken erkekler de aynı şekilde yardımda bulunmaktadırlar.

Kapıkırı Mahallesi'nde düzensiz bir şekilde turistlere ürün satışı yapan kadınlar arasında satış esnasında çatışmalar ortaya çıkmaktadır. Birbirlerini akraba olarak tanımlayan bu kadınlar dayanışmanın ötesinde tamamen bireyselleşmiş bir şekilde birbirleri ile satış yapabilme kavgasına girmektedirler. Kapıkırı Mahallesi'nde aynı bölgeyi paylaşan ve bir yakınlık ifadesi olan akrabalık ilişkileri kadınlar tarafından kıskançlık, çekememezlik, kırgınlık gibi kavramlar ile anlatılırken erkekler tarafından akrabalık ilişkilerinde ağırlıklı olarak bir değişme olmadığı fakat dayanışmanın tarımsal üretimin olduğu zamanlara göre azaldığı belirtilmektedir. Kadınlar ve erkeklerin akrabalık ile ilgili söylemlerindeki farklılığın sebebi yerel ürün satışının kadınlar tarafından gerçekleştirilmesi ile açıklanabilir. Bireysel çıkarlar akrabalık ilişkilerinin önüne çıkmaktadır.

Bu çalışmada kırsal turizm alanlarında metalaşan yerel ürünlerin aile içi ve akraba ilişkilerine nasıl etki ettiği tartışılmaya çalışılmıştır. Bu çalışma sürerken Kapıkırı Mahallesi'nde kırsal turizm faaliyetleri devam etmekte ve yörenin kültüründe, ilişkilerde değişimler yaratmaya devam etmektedir. Kırsal turizm, dönüştürücü etkisi ile Kapıkırı Mahallesi'nde etkilerini göstermektedir.

Araştırmanın sınırlılıkları göz önüne alarak kırsal turizm bağlamında metalaşan yerel ürünler konusunda çalışma yapacak olan araştırmacılara yönelik bazı önerilerde bulunulabilir. Araştırmanın bir yörede gerçekleştirilmiş olması turizmin yöredeki etkileri ile kırsal alanlarda yaşanan sosyo-ekonomik değişimin etkilerinin birbirlerinden ayrılması konusunda sınırlı kalmıştır. Sonraki çalışmalarda bu araştırmanın sonuçları dikkate alınarak farklı yöreler ile karşılaştırılmalı bir araştırma yürütülmesi ile daha geniş bir alanda kapsayıcı sonuçlar elde edilebilir.

KAYNAKÇA

- Akbay, R. (1998). Kadının Kırsal Kesimdeki Rolü. *Tarım ve Köy Dergisi*, (123), 25.
- Akman, A.D. (2007). *Turizm Gelişmesinin Yarattığı Doğal ve Kültürel Değişimler: Kaş Örneği*. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çevre Bilimleri, Ankara. Yüksek Lisans Tezi.17-21, 134.
- Andronicou, A. (1979). "Tourism in Cyprus". E. De Kadt (Ed). *In Tourism: Passport to Development* içinde. (s 248-249). New York: Oxford University.
- Aykaç, A. (2005). *Contemporary Patterns of Labor Transformation Evidence from Turkish Industry*. Binghamton University State University of New York. Doktora Tezi. 4-6.
- Atila, S. (2006). *Toplumsal Değişimin Aile ve Yaşlılar Üzerine Etkisi (İstanbul'daki Beş Huzurevinde İnceleme)*. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya. Yüksek Lisans Tezi. 42-43.
- Bal, H. (1995). *Turizmin Kırsal Toplumda Aile İçi İlişkilere Etkisi*. İstanbul: Doğa İnsan Yayınları. 27-48.
- Benokraitis, N. V. (1993). *Marriages and Families*. Prentice Hall, New Jersey. 42.
- Berber, Ş. (2003). Sosyal Değişme Katalizörü Olarak Turizm ve Etkileri. *Selçuk Üniversitesi Dergisi*. (9). 210-215.
- Best, S. (1989). The Commodification of Reality and The Reality of Commodification: Jean Baudrillard and Postmodernism. *Current Perspectives in Social Theory*. (19), 23-25.
- Bilgin, V. (1991). "Yapısal Özellikleri İtibariyle Ailelerin Görünümü". *Türkiye'de Aile Yılı-1991*. Ankara: T.C. Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu Yayınları. 44.

- Birgöl, A. K. (1999). Kitle İletişim Araçlarından Televizyonun Aile İçi İlişkiler Üzerine Etkileri. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara. Yayınlanmamış Doktora Tezi. 69.
- Blumberg, R. ve Winch. R. F. (1972). Social Complexity and Familial Complexity: Evidence for the Curvilinear Hypothesis. *American Journal of Sociology*. (77). 898-920.
- Bramwell, B. ve Lane, B. (1994). Rural Tourism and Sustainable Rural Development. *Proceedings from the Second International School of Rural Development*. London: Channel View Books. 9.
- Boissevain, J. ve Serracino-Inglott, P. (1979). Tourism in Malta. E. De Kadt (Ed). *In Tourism: Passport to Development* içinde. (s 83-84). New York: Oxford University.
- Boorstin, D. J. (1964). *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*. NY: Harper ve Row.
- Bozyer, Ü. (2001). Turizm Olgusunun Sosyal Yapı Üzerindeki Etkileri. Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla. Yüksek Lisans Tezi. 56.
- Bütev, S. (2007). İmaj Üretimi ve Kimliğin Metalaşması. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara. Yüksek Lisans Tezi. 53-54.
- Caldwell, J. C. (1978). A Theory of Fertility: From High Plateau to Desrabilization. *Population and Development Review*. 553-577.
- Clarke, A. (1981). Coastal Development in France: Tourism as a Tool for Regional Development. *Annals of Tourism Research*. (8). 453-455.
- Cohen, E. (1984). The Sociology of Tourism: Approaches, Issues, Findings. *Annual Review of Sociology*. (10). 385.
- Cohen, E. (1988). Authenticity and Commodification in Tourism. *Annals of Tourism Research*. (15). 372-386.

- Cohen, E. (1996). Introduction. Apostolopoulos Y., Leivadı S., Yiannakis A. (Ed). *The Sociology of Tourism: Theoretical and Empirical Investigations* içinde (s.52). Londra.
- Cohen, E. (2004). *Contemporary Tourism Diversity and Change*. Boston: Elsevier. 111.
- Cohen, E. (2012). Globalization, Global Crises and Tourism. *Tourism Recreation Research*. (37). 103.
- Çelebi, N. (1993). *Bağımsız İşyeri Sahibi Kadınların Aile ve İlişkileri*. Ankara: Başbakanlık Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı Yayınları. 9.
- Çeltek, E. ve Ahısapoğlu, S. (2006). *Sürdürülebilir Kırsal Turizm*. Ankara: Gazi Kitabevi. 10.
- Dashper, K. (2014). *Rural Tourism: An International Perspective*. Cambridge Scholars Publishing. 2-4, 43.
- Demir Ö. ve Acar M. (2002). *Sosyal Bilimler Sözlüğü*. Ankara: Vadi Yayınları. 26.
- Devrim, A. (2011). Marx'ın Değer ve Fiyat Teorisi. *Doğu Batı*. (55). 245.
- Dobb, M. (2001). *Kapitalizmin Dünü ve Bugünü*. Kantur F.(çev.). İstanbul: İletişim Yayınları. 10,21.
- Doğan, H. (2004). *Turizmin Sosyo-Kültürel Temelleri*. Ankara: Detay Yayıncılık. 129-140.
- Eagleton, T. (1991). *Ideology*. London: Verso Press. 81.

- Ecevit, Y. (2008). *Türkiye 'de Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliği: Sorunlar, Öncelikler ve Çözüm Önerileri*, İstanbul: TÜSİAD & KAGİDER, Yayın No: TÜSİAD-T/2008-07/468&KAGİDER-001. 115.
- Elliot, J. (1997). *Tourism: Politics and Public Sector Management*. New York: Routledge Taylor and Francis Group. 261.
- Eralp, Z. (1975). *Turizmin Toplumsal Değişimi Sosyo-Ekonomik Etkisi*. Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları. 4-6.
- Eralp, Z. (1983). *Genel Turizm*. Ankara: Ankara Basın Yayın Yüksekokulu. 4.
- Erdentuğ, A. (1992). *Günümüz Türkiye 'sinde Akrabalık Terimlerinin Kullanımı*, Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.
- Erdentuğ, A. (1992). Çeşitli İnsan Topluluklarında Aile Tipleri. B. Dikeçligil. A. Çiğdem. (der.). *Aile Yazıları* içinde. (s. 485). Ankara: T.C. Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu Başkanlığı Yayınları.
- Erol, M. (1992). Geniş Aileden Çekirdek Aileye Geçiş Sürecinde Aile İçi İlişkilerde Meydana Gelen Nitelik Değişmelerinin Aile Üyeleri Üzerindeki Etkileri: Sivas Merkez İlçe Örneği. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara. Doktora Tezi. 48-49.
- Ersöz, A. G. (1999). *Cinsiyet Rollerine İlişkin Beklenti, Tutum, Davranışlar ve Eşler Arası Sorumluluk Paylaşımı (Kamuda Çalışan Yönetici Kadınlar Örneği)*. Ankara: T.C Kültür Bakanlığı. 17.
- Eserpek, A. (1979). *Sosyal Kontrol Sapma ve Değişme: Erzurum 'un İki Köyünde Karşılaştırmalı Bir Araştırma*. Ankara Üniversitesi Eğitim Fakültesi Yayınları. 190.
- Evrensel, Ö. (2006). Meta Olarak Tohum. *SAV Katkı*. (2). 32-35.
- Esengün, K. Akça, H. Sayılı, M. (2001). Kırsal Alanların Kalkınmasında Kırsal Turizmin Rolü. *Standart Dergisi*. Şubat 2001. 31.

- Kandiyoti, D. (1984). Aile Yapısında Değişme ve Süreklilik: Karşılaştırmalı Bir Yaklaşım. *Türkiye’de Ailenin Değişimi* içinde (s. 17). Ankara: Türk Sosyal Bilimler Derneği.
- Karasar, Niyazi. (2005). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Ankara, Nobel Yayın Dağıtım.
- Keskin, B. E. (2014). Kentleşme Sürecinde Ailenin Değişimi: Bursa’da Bir Alan Araştırması. Uludağ Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa. Doktora Tezi.
- Keyder, Ç. ve Yenal, Z. (2013). *Bildiğimiz Tarımın Sonu*. İstanbul: İletişim Yayınları. 20-21.
- Kıray, M. (1964). *Ereğli Ağır Sanayiden Önce Bir Sahil Kasabası*. Ankara: İletişim Yayınları. 107.
- Kıray, M. (1984). Büyük Kent ve Değişen Aile. *Türkiye’de Ailenin Değişimi* içinde (s. 69-72). Ankara: Türk Sosyal Bilimler Derneği.
- Kıyan, Z. (2013). Kültürel Ürünleri Meta Olarak Yeniden Düşünmek. Aydoğan, A. (der.). *LaborComm 2013 Bildiriler Kitabı* içinde. 1. Ankara.
- Kocacık, F. (1986). Sivas’ta Kentsel Aile. Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. 7 Kasım-1986. 14-15.
- Kocacık, F. (1990). Sivas’ta Kentsel Aile. *Aile Yazıları*. B. Dikeçligil. A. Çiğdem. (der.). *Aile Yazıları* içinde. (s. 485). Ankara: T.C. Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu Başkanlığı Yayınları.
- Kocacık, F. (2003). *Tophumbilim Ders Notları*. Sivas: Cumhuriyet Üniversitesi Yayınları. 124-130.

- Kongar, E. (1991). Türkiye’de Aile: Yapısı, Evrimi ve Bürokratik Örgütlerle İlişkileri. Aile Yazıları II, Temel Kavramsal Yapı ve Tarihi Süreç, Bilim Serisi 5/2. Ankara: Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu Yayınları. 60-65.
- Kongar, E. (1995). *Toplumsal Değişme Kuramı ve Türkiye Gerçeği*. İstanbul: Remzi Kitabevi. 6.bsm. 55, 315.
- Kozak, N. Kozak, M. A. ve Kozak, M. (2010). Genel Turizm İlkeler ve Kavramlar. Ankara: Detay Yayıncılık. 90-94.
- Kulak, S. (2008). Diyarbakır’da Bismil Kırsalında Kadınlar Arası Komşuluk ve Akrabalık İlişkileri. Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Antropoloji Anabilim Dalı, İstanbul. Yüksek Lisans Tezi. 36.
- Kümbetoğlu, B. (2012). *Sosyoloji ve Antropolojide Niteliksel Yöntem ve Araştırma*. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.71.
- Lea, J. (1988). *Tourism and Development in The Third World*. London and New York: Routledge. 701.
- Lane, B. (1994). What is Rural Tourism? *Journal of Sustainable Tourism*. (2). 14.
- Languar, R. (1991) *Turizm-Seyahat Sosyolojisi*. (çev.). Kayır, G. Ö. Ankara: İletişim Yayınları. 66.
- Gencay, S. (2002). *Postmodernizm*. Ankara: İmge Yayınları.130.
- Geray, C. (1999). Kırsal Kalkınma Yöneltileri, İlçe Yerel Yönetimi ve İlçe Köy Birlikleri Önerisi. *Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi*. (2). 12
- Gezgin, İ. (2002). Bir Turizm Aracı Olarak Arkeolojik Miras. II. Turizm Şurası Bildirileri. Ankara: T.C. Turizm Bakanlığı.183.
- Giddens, A. (2000). *Sosyoloji*. Güzel, C. Özel, H. (Ed.), Ankara: Ayraç Yayınları. 148, 597.

- Gómez-Baggethun, E. ve Ruiz-Pérez M. (2011). Economic Valuation and the Commodification of Ecosystem Services. *Progress in Physical Geography*. 35(5). 619.
- Gökçe, B. (1976). Aile ve Aile Tipleri Üzerine Bir İnceleme. *Hacettepe Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*. (8). Sayı 1-2. 33-47.
- Gökçe, B. (1990). Aile ve Aile Tipleri Üzerine Bir İnceleme. B. Dikeçligil. A. Çiğdem. (der.). *Aile Yazıları* içinde. (s.15, 47). Ankara: T.C. Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu Başkanlığı Yayınları.
- Gökçe, B. (1996). *Türkiye'nin Toplumsal Yapısı ve Toplumsal Kuramlar*. Ankara: Savaş Yayınları. 164.
- Greenwood, D. J. (1972). Tourism as an Agent of Change: A Spanish Basque Case. *Ethnology*. 11(1). 90
- Greenwood, D. J. (1977). Culture By Pound: an Anthropological Perspective on Tourism as Cultural Commoditization. L. Valene. (der.). *Hosts and Guests: the Anthropology of Tourism* içinde. (s.129-138, 380). Blackwell Publishers.
- Gülçubuk, B. (2005). Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü, Ders Notları.
- Gürbüz, A. (2014). Üretim Sistemleri ve Meta Fetişizmi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara. Yüksek lisans tezi. 15.
- Maciever, R. M. 1940. *Society: A Text Book of Sociology*. New York: John Wiley Sons. 197.
- Mcintosh, R. W. (1972). *Tourism, Principles, Practices, Philosophies*. Columbus, Ohio: Grid. 9.
- Marsden, T. (1998). New Rural Territories: Regulated the Diffirentiated Rural Spaces. *Journal of Rural Studies*. 14(1). 107.

- Marshall, G. (1999). *Sosyoloji Sözlüğü*. Akınhay, O. Kömürcü, D. (çev.). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları. 7-13.
- Marx, K. (2010). Yabancılaşma. (Çevirilerden Derleyen: Barışta Erdost). Ankara: Sol Yayınları. 21.
- Marx, K. (2011). *Kapital*. Bilgi, A. (çev.). Ankara: Sol Yayınları. 49, 86, 103.
- Mathieson, A. ve G. Wall. (1993). *Tourism Economic, Physical and Social Impacts*. New York: Longman Scientific&Technical.
- McGrew, A. (1992). A Global Society. Hall, S. Held, D. McGrew, T. *Modernity and Its Futures* içinde. (s. 62). Cambridge, Mass: Polity Press.
- McKean, F. (1976). Tourism, Culture Change and Culture Conservation in Bali. Banks, D. J. (der.). *Changing Identities in Modern Southeast Asia* içinde. (s. 237-248). The Hague: Mouton.
- Meethan, K. (1996). Consuming (in) the Civilized City. *Annals of Tourism Research*.23(2). 324.
- Meethan, K. (2001). *Tourism in Global Society: Place, Culture, Consumption*. New York: Palgrave. 26.
- Meriç, Ü. Y. (1990). İleri Endüstri Toplumlarında Aile Kurumu Üzerine Bir Araştırma. B. Dikeçligil. A. Çiğdem. (der.). *Aile Yazıları* içinde. (s. 457). Ankara: T.C. Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu Başkanlığı Yayınları.
- Mertzer, F. (1990). *1950-1988 Yılları Arasında Köy Ailesinde Meydana Gelen Değişmeler (Malatya Örneği)*. Aile Araştırma Kurumu Başkanlığı. 8, 66.

- Nash, J. (1993). *Crafts in the World Market: The Impact of Global Exchange on Middle American Artisans*. Albany, N. Y.: State University of New York Press. 131.
- Nicholson-Lord, D. (1997). The Politics of Travel: Is Tourism Just Colonialism in Another Guise. *The Nation*. 265(10).
- Noronha, R. (1979). Paradise Reviewed: Tourism in Bali.E. De Kadt (Ed.).*In Tourism: Passport to Development* içinde. 65-66.
- OECD. (1994). *Tourism Strategies and Rural Development*. Paris, 1-16.
- Olalı, H. ve Timur, A. (1986). *Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri*.İzmir: Ofis Ticaret Matbaacılık.
- Ozankaya, Ö. (1984). *Toplumbilimine Giriş*. Ankara: Savaş Yayınları. 291, 313-314.
- Özbay, F. (2015). *Dünden Bugüne Aile, Kent, Nüfus*. 2015. Ankara: İletişim Yayınları. 32, 42.
- Özen, S. K. (2002). İş-Aile Yaşamı Dengesi ve Dengeye Yönelik Yeni Bir Yaklaşım: Sınır Teorisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi S.B.E. Dergisi*. (3). 323.
- Parsons, T. (1959). The Social Structure of The Family. Anshen, R. N. (der.). *The Family: Its Function and Destiny*. New York: Harper and Pow Publishers.
- Redclift, M. (1973). The Effects of Socio-Economic Changes in a Spanish Pueblo on Community Cohesion. *Sociologia Ruralis*. 13(1). 7-8
- Ritzer, G. (1996).*Modern Sociological Theory*. Singapore: McGraw-Hill Companies. 100.

- Roney, S. A. (2002). Fordizmden Post Fordizme Geis Sürecinin Turizme Yansımaları: Kitle Turizmi ve Alternatif Turizm. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*. 13 (1). 9-14.
- Sayın, Ö. (1990). *Aile Sosyolojisi*. İzmir: Ege Üniversitesi Basımevi. 2, 321.
- Silverman, D. (2007). *Qualitative Research*. Sage Publications. 110.
- Shaw, G. ve Williams, A. M. (1994). *Critical Issues in Tourism: A Geographical Perspective*. Malden: Blackwell Publishers. 176.
- Soykan, F. (1999). Doğal Çevre ve Kırsal Kültürle Bütünleşen Bir Turizm Türü: Kırsal Turizm. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*. (10). 73.
- Stott, M. A. (1978). Tourism in Mykonos: Some Social and Cultural Responses. *Mediterranean Studies*. 1(2). 81.
- Urry, J. (1999). *Mekanları Tüketmek*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1999. 151, 207.
- Taylan, H. H. (2009). Türkiye’de Köy Ailesinde Aile İçi İlişkiler. *Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*. (22). 120-131.
- Tekeli, İ. (1978). "Türkiye Tarımında Mekanizasyonun Yarattığı Yapısal Dönüşümler ve Kırdan Kopuş Süreci. Tekeli, İ. Erder, L. (Ed.). *Yerleşme Yapısının Uyum Süreci Olarak İç Göçler* içinde. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Yayınları.
- Tekelioğlu, Y. ve Demirer, R. (2008). Küreselleşme Sürecinde, Yöresel Ürünler ve Coğrafi İşaretlerin Geleceği. *İGEME’den Bakış Dergisi*. (36). 87.
- Tezcan, M. (2003). *Türkiye’de Töre (Namus) Cinayetleri (Sosyo-kültürel Antropolojik Yaklaşım)*. Ankara: Naturel Yayıncılık. 13.

- Timothy, D. J. (1995). Political Boundaries and Tourism: Borders as Tourist Attractions”, *Tourism Management*. 16(7).
- Timur, S. (1972). *Türkiye’de Aile Yapısı*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Yayınları. 6, 101-103.
- Toskay, T. (1989). *Turizm- Turizm Olayına Genel Yaklaşım*. Der Yayınları. 77.
- Toskay, T. (1990). Turizm Olayı ve Tarihsel Gelişimi. *İktisat Dergisi*, İstanbul. 16.
- Tuna, M. (2002) *Marmaris kentinde turizm, çevre ve toplumsal eğilimler araştırması*, MARTAV, Muğla, s.23
- Tuna, M. (2012). Turizmin Gelişmesinin Sosyo-Kültürel Etkileri. Tuna, M. (Ed.). *Turizm Sosyolojisi*. Anadolu Üniversitesi Yayını. No: 1574. 14.
- Tuna, M. (2012) Social and Environmental Impacts of Tourism Development in Turkey, Ed: M. Kozak, N. Kozak, Sustainability of Tourism. 3.
- Türkarşlan, N. (2012). Aile Sosyolojisi. Tuna, M. (Ed.). *Sosyolojiye Giriş*. Ankara: Detay Yayıncılık. 210-213.
- Yaman, M. (2016). Meta. *SAV Katkı*. (2). 5-6.
- Yasa, İ. (1982).Evlilik ve Geniş Aile Kurumlarının Yazgısı. *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilimler Fakültesi Dergisi*. 35.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2003). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayınları.
- Vittori, M. (2010). The International Debate on Geographical Indications (GIs): The Point of View of the Global Coalition of GI Producers. *The Journal of World Intellectual Property*. 13(2). 304.

Wallerstein, I. (2012). *Tarihsel Kapitalizm ve Kapitalist Uygarlık*. (çev.). Alpay, N. İstanbul: Metis, 6. Baskı.16-17

Weeks, J. R. 2008. *Population: An Introduction to Concepts and Issues*. 393.

Wilson. D. (1979). The Early Effects of Tourism on the Seychelles. (Ed.). See de Kadt, 230.

World Tourism Organisation. (2004).Rural Tourism in Europe: Experiences, Development and Perspectives. 13

EKLER

EK-A: Görüşme Soru Formu

GÖRÜŞME SORULARI

Yaş:

Cinsiyet:

Medeni durum:

Çalışma durumu:

Eğitim durumu:

Çocuk sayısı:

Hane halkı büyüklüğü:

Evlenme biçimi:

Evlilikte akraba durumu:

1. Kapıkırı'da turistlere ürün satışı ne zaman başladı?

a) Nasıl başladı?

b) Ürün satışı yapılmayan zamanlarda gelir kaynaklarınız nelerdi?

2. Turistlere ilk olarak hangi ürün satılmaya başlandı?

a) Şuan hangi ürünler satılıyor?

3. Turistlere satılan ürünleri eskiden de yapar ve kullanır mıydınız?

a) Ne için kullanıyordunuz?

b) Satılan ürünlerin geçmişten gelen manevi bir anlamı ya da değeri var mı?

4. Sattığınız ürünleri nasıl yaptığınızı anlatır mısınız? / Satılan ürünlerin nasıl yapıldığını anlatır mısınız?

a) Bu ürünleri nasıl satıyorsunuz? / Bu ürünler nasıl satılıyor?

5. Günlük rutin işleriniz nelerdir?

a) Ürün satışı yapılmadığı zamanlarda günlük işleriniz nelerdi?

6. Ürün satışından elde edilen paranın nasıl kullanılacağına kim karar veriyor?

7. Ürün satışından başka ailenizin gelir kaynakları neler?

a) Bu gelirin kullanımına kim karar veriyor?

8. Turistlere satılan ürünlerden kazanç sağlamak size ne hissettiriyor?

a) Bu kazancı harcarken ne hissediyorsunuz?

9. Akraba ziyareti, giyim kuşam, mutfak alışverişi, mutfak masrafları, çocuk yetiştirilirken verilmesi gereken kararlar, hayvan ve tarla işlerinin kararları kim tarafından veriliyor?

a) Ürün satışı yapılmadan önceki zamanları düşünün. Evinizde kararlar aynı şekilde mi veriliyordu?

10. Hane içinde nasıl bir iş bölümünüz var?

a) Sizin ve diğer aile üyelerinin öncelikli görevleri neler?

11. Ürün üretirken ve satarken hane içi iş bölümünüz nasıldır?

a) Siz ürünleri yaparken eşiniz size yardımcı oluyor mu? / Eşinize ürün yapımında yardımcı oluyor musunuz?

b) Ürünleri yaparken ya da satarken öncelikli görevlerinizi diğer aile üyelerinin yaptığı oluyor mu?

12. Kadınların ev dışında gelir getirici bir işte çalışmasına ilişkin ne düşünüyorsunuz?

a) Ürün satışı yapabilmek için aile içerisinde izin alınan kimse var mı?

b) İlk ürün satmaya başladığınızda aile bireylerinin tutumu nasıldı, şuanda tutumu nasıl?

13. Akrabalarınızla ilişkilerinizde bir sorun var mı? Görüşmediğiniz, kırgın, kavgalı olduğunuz, sorun yaşadığınız...

14. Ürünlerinizi satarken akrabalarınızla nasıl ilişkileriniz oluyor? (Sadece doğrudan satış yapan kişilere sorulacaktır.)

a) Birbirinizi destekliyor musunuz?

b) Satış yaparken akrabanızla yaşadığınız bir anınızı anlatır mısınız?

15. Turistlere hiç kimsenin ürün satmadığı zamanlarda akrabalarınızla ilişkileriniz nasıldı?

a) Farklıysa, şuanda farklı olan nedir?

b) Sizce şuan ilişkilerinizin farklı olmasının sebebi nedir?

EK-B: Anket Soru Formu

1. Yaş

- (1) 18-25 (2) 26-35 (3) 36-45 (4) 46-55 (5) 56-65 (6) 66 ve üstü

1. Cinsiyet

- (1) Kadın (2) Erkek

2. Eğitim durumu

- (1) Okur-yazar değil (2) Okur-yazar (3) İlkokul (4) Ortaokul (5) Lise (6) Yüksek öğretim

3. Doğum yeri (Köy/Mahalle:.....) (İlçe:.....) (İl:.....)

4. Yaşadığı yer (Köy/Mahalle:.....)

5. Gelir

düzeyi

- (1) 500 ve altı (2) 501-1000 (3) 1001-1500 (4) 1501-2000 (5) 2001-3000 (6) 3001-5000 (7) 5000 ve üstü

6. Medeni durum (1) Evli (2) Bekar (3) Dul, boşanmış

7. Çocuk sayısı (1)1 (2)2 (3)3 (4)4 (5)5 ve üstü

8. Meslek

- (1) Öğrenci (2) Ev kadını (3) işçi (4) Çiftçi (5) Memur (6) Profesyonel (Dr. Müh. Av.) (7) Profesyonel Yönetici

9. Halen bir işte çalışıyor musunuz?

- (1) Hayır (2) Evet

10. Halen bir işte çalışıyorsanız ne tür bir işte çalışıyorsunuz. (.....)

11. Şu anda aile olarak geçiminizi sağladığınız **en önemli** ekonomik faaliyet alanı aşağıdakilerden hangisidir.

- (1) Turizm
(2) Hayvancılık
(3) Balıkçılık
(4) Zeytincilik
(5) Diğer (.....)

12. Şu anda aile olarak geçiminizi sağladığınız **ikinci en önemli** ekonomik faaliyet aşağıdakilerden hangisidir.

- (1) Turizm
- (2) Hayvancılık
- (3) Balıkçılık
- (4) Zeytincilik
- (5) Diğer (.....)

13. Şu anda aile olarak geçiminizi sağladığınız **üçüncü en önemli** ekonomik faaliyet aşağıdakilerden hangisidir.

- (1) Turizm
- (2) Hayvancılık
- (3) Balıkçılık
- (4) Zeytincilik
- (5) Diğer (.....)

14. Şu anda aile olarak geçiminizi sağladığınız **dördüncü en önemli** ekonomik faaliyet aşağıdakilerden hangisidir.

- (1) Turizm
- (2) Hayvancılık
- (3) Balıkçılık
- (4) Zeytincilik
- (5) Diğer (.....)

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı Soyadı : Bahar Öksüz

Doğum Yeri : İstanbul

Doğum Tarihi : 14.03.1988

Medeni Hali : Bekar

EĞİTİM BİLGİLERİ

Lise 2002-2006 : Adnan Menderes Anadolu Lisesi

Lisans 2006-2011 : Bahçeşehir Üniversitesi (%100 ÖSYM Başarı Bursu)

Yabancı Dil : İngilizce

MESLEKİ BİLGİLER

2016: Muğla İlinin Kırsal Kalkınma Potansiyelinin Belirlenmesi Projesi / Proje Asistanı

2015: Bafa Gölü ve Çevresinde Toplum Destekli Ekoturizm Faaliyetlerinin Belirlenmesi Projesi / Proje Asistanı

-