



**T.C.
RECEP TAYYİP ERDOĞAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TÜRK DİLİ ve EDEBİYATI ANA BİLİM DALI**

**YÖRESEL KÜLTÜR EKONOMİLERİ BAĞLAMINDA
RİZE HALK KÜLTÜR UNSURLARININ
İNCELENMESİ
(Yüksek Lisans Tezi)**

Hapa BABACAN

**Dr. Öğr. Üyesi Elif Şebnem DEMİRCİ
Danışman**

**RİZE
2021**

KABUL VE ONAY

Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türk Dili ve Edebiyatı Ana Bilim Dalında, Hapa BABACAN tarafından hazırlanan *Yöresel Kültür Ekonomileri Bağlamında Rize Halk Kültür Unsurlarının İncelenmesi* başlıklı bu çalışma (07/01/2021) tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oy birliği/oy çokluğu ile başarılı bulunarak jürimiz tarafından Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan: Doç. Dr. Mehmet Sait ÇALKA (Kabul/Red)

Üye: Dr. Öğr. Üyesi Zehra KIMIŞOĞLU (Kabul/Red)

Üye: Dr. Öğr. Üyesi Elif Şebnem DEMİRCİ (Kabul/Red)

(..../..../....)

Doç. Dr. Ahmet YANIK

Enstitü Müdürü

ETİK BEYAN

Tezli Yüksek Lisans Programından mezun olmak üzere teslim ettiğim “Yöresel Kültür Ekonomileri Bağlamında Halk Kültür Unsurlarının İncelenmesi” konulu tezimi, bilim ve araştırma etiği prensiplerine riayet edilerek tarafımdan yazılmıştır.

Eserimde, başka kaynaklardan aktarılan bütün bilgi ve alıntılar, Enstitünüz Tez Yazım Kılavuzuna uygun olarak açıkça gösterilmiştir. Kaynağı gösterilenler dışında kalan bütün bilgiler uygun araştırma yöntemi kullanılarak tarafımdan edinilmiş ve esere bu şekilde yansıtılmıştır. Şahsıma ait olmayan hiçbir bilgi, kasıt veya kusurlar, şahsıma aitmiş gibi gösterilmemiştir. İnternet kaynakları dâhil, sahibine/kaynağına atıf yapılmaksızın hiçbir bilgi kullanılmamıştır.

Aksinin ortaya çıkması halinde doğacak bütün hukuki, idari, akademik ve etik sorumluluk tarafıma ait olacaktır. Eserin tesliminden sonra herhangi bir zamanda, bilim etiğine aykırılık tespit edilmesi ve/veya eserimle ilgili intihal veya intihal şeklinde anlaşılabilecek bir durumun ortaya çıkması halinde; Üniversiteniz ve eğitim kadronuzun hiçbir şekilde sorumlu tutulmayacağını hür irademle kabul, beyan ve taahhüt ederim. (22/01/2021)

— Hapa BABACAN

ÖN SÖZ

Rize kültür varlıkları açısından oldukça zengin bir bölgedir. Rize halkı kültürel bellek zenginliğinin farkında olup gelecek nesillere aktarma noktasında oldukça önemli bir işleve sahiptir. Küreselleşmenin giderek arttığı bu zamanda Rize halkı kültürüne sadık kalmayı ve geleneği sürdürmeyi başarmıştır.

Bu çalışmada Rize halk kültürü unsurlarından pazarda ön plana çıkmış kültürel motifli ürünler kültür ekonomisi bağlamında değerlendirilmeye çalışılmıştır. Çalışmanın giriş bölümünde Rize sahası tanıtılmaya ve anlaşılmasına çalışılmıştır. Birinci bölümünde ise çalışmanın asıl bölümünü çözümleme aşamasında ihtiyaç duyulacak teorik terimler dokuz başlık altında anlatılmıştır. Çalışmanın ikinci bölümünde ise Rize yöresinde dinamikliğini koruyan kültür varlıkları tespit edilmiştir. Tespit edilen kültür varlıkları analiz edilerek dört başlık altında toplanmıştır. Kültür varlıkları tespitinden sonra en fazla yayılım gösterdiği alanlar belirlenmeye çalışılmış çalışma sahasında yer alan satıcı, üretici, pazarlayıcı, aracı kimselerle iletişime geçilmiş kültür varlıklarının pazardaki ekonomik boyutu hakkında görüşmeler yapılmıştır ve bilgi edinilmiştir. Yapılan görüşmeler esnasında kültür varlıklarının fotoğraf çekimleri yapılmış bu şekilde kültür varlıkları görsel olarak da sergilenerek tanıtılmak istenmiştir. Bu bağlamda kültür varlıkları üretim, tanıtım, tüketim, pazarlama ve alıcı kitlesi alanlarıyla ilişkilendirerek çok boyutlu açıdan disiplinler arası ilişki modeliyle incelenmeye çalışılmıştır. Bu yönüyle kültür varlıkları kalıplaşmış tanımlamalarla ve aktarım yönleriyle değil pazardaki değeriyle, işleviyle, reklam etkisiyle, sosyal medya tanıtımlarıyla, alıcı kitlesiyle ve sağladığı kazanç boyutlarıyla da işlenmeye çalışılmıştır.

Bu çalışmanın temel amacı Rize halk kültürü unsurlarını Frankfurt üyeleri tarafından ortaya atılarak geliştirilen kültür ekonomisi bağlamında inceleyerek yorumlamak olmuştur. Çalışma konusunun devamında daha fazla halk kültürü ürünlerine yer vermeye çalışılacaktır. Bu bağlamda çalışmanın kavramsal çerçevesini kültür ekonomisi oluştururken merkezini ise Rize halk

kültürü unsurları oluşturmaktadır. Son yıllarda doğal ve kültürel alanlarının devlet eliyle düzenlenmeye koyulması yöre işletmecilerinin hizmet anlayışlarını geliştirmesi her insana hitap edecek konaklama ve eğlence hizmetlerinin oluşturulması kültür varlıklarının ekonomik boyut kazanmasında böylelikle şehrin kalkınmasında ve değer bulmasında en önemli faktör olmuştur.

Rize bölgesinde yer alan halk kültürü unsurlarının daha fazla araştırılması ve kayıt altına alınması gerekliliğinin aşikâr olduğunun düşüncesindeyiz. Çalışmamızda eğer var ise var olan bu eksikliklerin bize hatırlatılması en büyük temennimiz olacaktır.

Bu çalışmayı hazırlamamda bana yardımlarını eksik etmeyen bilgisinden ve tecrübelerinden yararlandığım, çalışmam sırasında değerli vaktini bana ayıran kıymetli hocam Dr. Öğr. Üyesi Elif Şebnem DEMİRCİ' ye, konu belirleme noktasında fikrinden yararlandığım ve beni bu alana yönelttiği için minnet duyduğum değerli hocam Dr. Öğr. Üyesi Ekrem GÜZEL 'e, diğer tüm hocalarıma, çalışma sahasında güler yüzü ve hoş sohbeti ile beni ağırlayan yöre halkına, yardımcı olan tüm dostlarıma, maddi ve manevi desteklerini üzerimden eksik etmeyen aileme teşekkürlerimi bir borç bilirim.

Hapa BABACAN

RİZE 2021

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY	2
ETİK BEYAN.....	3
ÖN SÖZ	4
İÇİNDEKİLER	6
KISALTMALAR	11
ŞEKİLLER LİSTESİ	12
GİRİŞ	15

BİRİNCİ BÖLÜM

KÜLTÜR VE KÜLTÜR EKONOMİSİ

1.1. Kültür.....	24
1.1.1. Halk Kültürü (Folk Kültür).....	26
1.1.2. Milli Kültür (Ulusal Kültür)	28
1.1.3. Kitle Kültürü	30
1.1.4. Popüler Kültür.....	31
1.1.5. Elit Kültür (Seçkin Kültür)	33
1.1.6. Kent Kültürü	33
1.1.7. Maddi / Somut Kültür	35
1.1.8. Kültür Turizmi	37

İKİNCİ BÖLÜM

YÖRESEL KÜLTÜR EKONOMİLERİ BAĞLAMINDA RİZE HALK KÜLTÜR UNSURLARININ İNCELENMESİ

2.1. Yöresel Kültür Ekonomileri Bağlamında Rize ‘de Yiyecek ve İçecek Kültürü.....	49
---	----

2.1.1. Çay.....	49
2.1.2.Hamsi	63
2.1.3. Koloti Peyniri	69
2.1.4. Muhlama	71
2.1.5. Mısır Unu	73
2.1.6. Mısır Ekmeği.....	75
2.1.7. Lahana Sarması	76
2.1.8. Et Kavurması.....	78
2.1.9. Kuru Fasulye	80
2.1.10. Rize Simidi.....	82
2.1.11. Laz Böreği.....	85
2.1.12.Pepeçura.....	86
2.1.13. Eni Lokumu/ Kaynana Lokumu	88
2.1.14. Sütlaç	89
2.1.15. Mandalina/ Portakal.....	92
2.1.16. Kivi	94
2.2. Yöresel Kültür Ekonomileri Bağlamında Rize Bezleri, Örtüleri ve Rize’de Çeşitli El Sanatları.....	96
2.2.1. Kendir	96
2.2.2. Peştamal	100
2.2.3. Puşi/ Şal.....	105
2.2.4. Örme Sepet.....	108
2.2.5. Ahşap İşlemeciliği.....	112
2.2.6. Örme Çorap.....	117
2.2.7. Çağatara Oyuncağı	119
2.2.8. Kuzine/ Soba	122

2.2.9. Bakır Ürünler.....	124
2.3. Yöresel Kültür Ekonomileri Bağlamında Rize’de Mimari Yapılar	126
2.3.1. Ahşap Evler	126
2.3.2. Konak Tarzı Yapılar	133
2.3.3. Serender Yapılar	136
2.3.4. Rize Kalesi	143
2.4. Yöresel Kültür Ekonomileri Bağlamında Rize’de Eğlence ve Spor Kültürü.....	145
2.4.1.Kemençe	145
2.4.2. Tulum.....	147
2.4.3. Yayla Turları	150
2.4.4. Salıncak – Zipline.....	152
2.4.5. Rafting Sporu	155
2.4.6. Laz Ralli Yarışmaları.....	158
SONUÇ	161
KAYNAKLAR.....	168
EKLER.....	175
Ek-1 Kaynak Kişi Listesi	175
Ek-2 Derleme Yapılan İşletmelerin Yıllık Kazanç Bilgileri	177
ÖZ GEÇMİŞ.....	180

Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Ana Bilim Dalı: Türk Dili ve Edebiyatı

Tez Türü: Yüksek Lisans Tezi

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Elif Şebnem DEMİRCİ

Hazırlayan: Hapa BABACAN

Yıl: 2021

Sayfa Sayısı: 180

ÖZET

YÖRESEL KÜLTÜR EKONOMİLERİ BAĞLAMINDA RİZE HALK KÜLTÜRÜ UNSURLARININ İNCELENMESİ

Kültür ekonomisi sanayi devrimiyle birlikte küresel ölçekte kentlerin gelişiminde ve dönüşümünde aktif rol oynamıştır. Yerel ölçekte ise kentlerin kültür varlıklarının yaşam iksiri haline gelmiştir. Bu çalışmada Rize yöresinde geniş yayılıma sahip kültür varlıkları ile kültür ekonomisi kavramı ilişkilendirilerek çözümlenmeye çalışılmıştır. Çalışma giriş, birinci bölüm, ikinci bölüm ve sonuç sıralamasıyla düzene konulmuştur. Çalışmanın inceleme bölümünde Rize yöresinde varlığını dinamik yapısıyla koruyan kültür varlıkları tespit edilmiş ve bu kültür varlıkları incelenerek dört başlık altında toplanmış ve değerlendirilmiştir.

Çalışmada varılan sonuç ise kültür varlıkları ekonomik boyutuyla Frankurt Okulu mensuplarının tanımladığı etkide zarar görmemiş aksine yenileşme ve gelişme etkisiyle popüleritesini arttırmış böylelikle değerlendirilmiş ve bölge, ülke fark etmeksizin bölgeyi ziyaret eden her ziyaretçi tarafından ilgi ve değer görmüş aidiyetlik duygusunun insanlara verdiği güçle alınıp taşınmıştır. Son yıllarda doğal ve kültürel alanların devlet eliyle düzenlenmeye koyulması, yöre işletmecilerinin hizmet anlayışlarını geliştirmesi her insana hitap edecek konaklama ve eğlence hizmetlerinin oluşturulması kültür varlıklarının ekonomik boyut kazanmasında böylelikle de şehrin kalkınmasında ve değer bulmasında en önemli faktör olmuştur.

Anahtar Kelimeler: Rize halk kültürü, kültür ekonomisi, bellek kültür, kitle kültürü, kültür turizmi.

Recep Tayyip Erdogan University Graduate School of Social Sciences

Department: Turkish Language and Literature

Thesis Type: Master Thesis

Supervisor: Dr. Öğr. Üyesi Elif Şebnem DEMİRCİ

Author: Hapa BABACAN

Year: 2021

Pages: 180

ABSTRACT

THE EXAMINATION OF RİZE FOLKLORE CULTURE ELEMENTS IN TERMS OF LOCAL CULTURAL ECONOMİES

With the industrial revolution, the cultural economy on a global scale has played an active role in the development and renewal of cities. On the other hand, it has become the elixir of the cultural assets of cities on a local scale. In the study, the cultural assets in the local memory with a wide distribution in Rize were tried to be analyzed by associating them with the concept of cultural economy. The study consists of introduction, first chapter, second chapter and conclusion. In the examination part of the study, cultural assets preserving their dynamism in Rize were identified, and these cultural assets were analyzed, grouped under four titles and evaluated.

The conclusion reached in the study is that the cultural assets with their economic dimension were not damaged by the effect defined by the members of Frankfurt School. On the contrary, it increased their popularity with the effect of innovation and development and thus the region was valued by every visitor from any countries, and they were taken and moved with the power that the sense of belonging gave people. In recent years, the regulation of natural and cultural areas by the state, the development of the service understanding of the local business managers, and the establishment of accommodation and entertainment services that will appeal to every person has been the most important factor in cultural assets' acquiring an economic dimension and thus in the development of the city and its increasing in value.

Key Words: Rize public culture, cultural economy, cultural memory, mass culture, cultural tourism.

KISALTMALAR

Çev.	: Çeviri
Doç.	: Doçent
Dr.	: Doktor
kg.	: Kilogram
Öğr.	: Öğretim
Prof.	: Profesör
vb.	: Ve benzeri
yay.	: Yayınları
yy.	: Yüzyıl

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Rize ilinin konumu.	17
Şekil 2. Şehir merkezinde yer alan çay demliği büstü.	53
Şekil 3. Siyah çay dolu bardak.	54
Şekil 4. Kuru çay satış reyonu.	55
Şekil 5. Özel paket çayların bulunduğu hediyelik çay kutusu.....	56
Şekil 6. Elek altı çayların bulunduğu özel sandık.....	57
Şekil 7. Yeşil çay pudrası satış reyonu.	58
Şekil 8. Beyaz çay satış reyonu.	59
Şekil 9. Bakır çaydanlık seti.	60
Şekil 10. Çeçeva köyünde turizme açık ünlü çaylık alanı.....	61
Şekil 11. Çay bardağı görünümündeki magnet.	62
Şekil 12. Yeşil çay kolonyası.	63
Şekil 13. Balık tezgâhındaki hamsi balığı.	66
Şekil 14. Tavada kızartılmış hamsi.	67
Şekil 15. Hamsili ekmek ve turşu kavurması.	68
Şekil 16. Hamsi anahtarlık.	68
Şekil 17. Satış reyonundaki hamsi kolonyası.	69
Şekil 18. Satış reyonlarındaki koleti peyniri.	70
Şekil 19. Müşteri servisindeki muhlama yemeği.....	72
Şekil 20. Satış reyonundaki mısır unu.	74
Şekil 21. Taş değirmende çekilen mısır unu.	74
Şekil 22. Mısır ekmeği.	76
Şekil 23. Lokantada mutfağındaki bir kazan lahana sarması.	78
Şekil 24. Müşteri sunumundaki et kavurması.	79
Şekil 25. Müşteri sunumundaki kuru fasulye yemeği.....	82
Şekil 26. Rize simidi.	84
Şekil 27. Seyyar simit satış arabası.....	84
Şekil 28. Müşteri servisindeki Laz böreği.....	86
Şekil 29. Pepeçura tatlısı.	87

Şekil 30. Enişte lokumu.	89
Şekil 31. Sütlaç tatlısı.	91
Şekil 32. Kadayıflı/turbo sütlaç.	91
Şekil 33. Tezgahlarda yerini alan portakal ve mandalina meyveleri.	93
Şekil 34. Mandalina pazarı.	93
Şekil 35. Kivi bahçesi.	95
Şekil 36. Kivi meyvesi.	95
Şekil 37. Bobine sarılı kendir ipleri.	98
Şekil 38. Feteriko olarak da adlandırılan dokuma kumaş.	98
Şekil 39. Kendir çeyizlik salon takımları.	99
Şekil 40. Kendir ipinden üretilmiş yüz maskesi.	99
Şekil 41. Bel peştamali.	102
Şekil 42. Baş peştamali.	102
Şekil 43. Üçgen peştamaller.	103
Şekil 44. Peştamal bezlerinden üretilen bebek kıyafetleri.	104
Şekil 45. Peştamal bezinden üretilmiş kapı süsü.	104
Şekil 46. Peştamal bezinden üretilmiş saç tokası.	105
Şekil 47. Renkli puşi bezleri.	107
Şekil 48. Puşi örtüsünün başta bağlanmış hali.	107
Şekil 49. Taşımacılık işleviyle işletmelerde satışa sunulan sepetler.	109
Şekil 50. Dekor örme sepetler.	109
Şekil 51. Meyve sepetleri.	110
Şekil 52. Örme sepet görünümünde avize.	111
Şekil 53. Magnet çay sepeti.	112
Şekil 54. Ahşap mutfak gereçleri.	114
Şekil 55. Ahşap sandalye.	115
Şekil 56. Ahşap dekor.	115
Şekil 57. Ahşap telefon.	116
Şekil 58. Ahşap tepsi.	117
Şekil 59. El işçiliği örme çorap.	118
Şekil 60. Renkli ve işlemeli modeliyle Rize yün çorap.	119
Şekil 61. Çağatara oyuncacı.	121

Şekil 62. Turizm pazarındaki çağatara oyuncacı.	121
Şekil 63. Kuzine ve soba çeşitleri.	123
Şekil 64. Kuzine/soba üretimi ve satışı yapan bir işletme.	124
Şekil 65. Satışı yapılan bakır ürünler.	125
Şekil 66. Satışı yapılan bakır tencereler.	126
Şekil 67. Tarihi Rize evi.	128
Şekil 68 . Tarihi Rize evinin iç kısmı.	129
Şekil 69. Bakır kaplarda servis edilen yöresel yemekler.	129
Şekil 70. Konaklama tesislerinde yer alan bungalov evler.	131
Şekil 71. Bungalov evin iç kısmı.	132
Şekil 72. Bungalov ev minyatürü.	132
Şekil 73. Fındıklı’da yer alan Babalık Doğal Yaşam Konağı.	135
Şekil 74. Minyatür konaklar.	136
Şekil 75. Serender görünümlü cafe.	138
Şekil 76. 250 yıllık tarihi bir serender yapı.	140
Şekil 77. Serender yapının birinci katının iç kısmı.	141
Şekil 78. Serender yapının üst katının iç kısmı.	142
Şekil 79. Serender minyatür.	142
Şekil 80. Kuş bakışıyla Rize kalesi.	144
Şekil 81. B kalite bir kemeçe.	147
Şekil 82. Süsleme desenli tulum çalgısı.	149
Şekil 83. Yayla turu acentasından müşterilerin yer aldığı bir fotoğraf. ...	151
Şekil 84. Huser Yaylası salıncak manzarası.	153
Şekil 85. Fırtına Deresi üzerinde salıncaklı eğlence.	154
Şekil 86. Fırtına Deresi’nde zipline turu yapan bir tatilci.	155
Şekil 87. Fırtına deresinde rafting sporu yapan bir grup.	157
Şekil 88. Rafting hatırası.	157
Şekil 89. Laz Ralli arabaları ve şenlik alanı.	159
Şekil 90. Eski ve tarihi bir Laz Ralli arabası.	160

GİRİŞ

1. ARAŞTIRMANIN KONUSU

Genel itibariyle Rize genelinde yer alan halk kültürü unsurlarını kültür ekonomisi bağlamında inceleyip, tanımlamak ve farklı açılardan yorumlamak çalışmanın konusunu oluşturacaktır. Çalışmanın birinci bölümünde literatür taraması yapılarak tanımlara yer verilecektir. Bu konu üzerinden Rize halk kültürü unsurlarının bulunduğu sahada yer alan motifler, bulgular, kültürel malzemeler, araç ve gereçler, yapılar, dokular incelenecektir. Kültür ekonomisi bağlamında incelenecek olan bu halk kültür unsurları sahada yapılan doğal gözlemler ve derlemeler sonucunda ortaya çıkan görüşlerin yorumlanmasıyla oluşturulacaktır.

2. ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu çalışmanın amacı yöre kültüründe yer alan kültür varlıklarının çalışılan sahanın pazarında ve çarşısında tüketiciye sunulma ve alıcılık yaratma noktasında süregelen olduğu aşamaları çarşı ve pazar bağlamında değerlendirerek disiplinler arası yorumlar geliştirmektir. Halkın varoluş kaynağından ortaya çıkan halk kültür unsurları günümüzde ekonomi bağlamında pek çok değişime ve gelişime uğramıştır. Var olan bu süreci incelemek, gözlemlemek ve disiplinler arası yaklaşımla yorumlayarak kaynak kişi görüşlerini almak ve sunmak çalışmanın birincil amacı olacaktır.

3. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Yaşanılan çağda internetin hızla yaygınlaşması ile birlikte kültür varlıkları neredeyse kendi benliğinden sıyrılmaya yüz tutmuştur. Bugün dünya üzerinde birçok halk kültürü aynı durumdan etkilenmektedir. Halk kültürü

unsurları her yönü ile üç boyutlu olarak değişim, gelişim ve dönüşüm sürecine girmiştir. Âdeta ‘küreselleşen köy’ tabirine uygun şekilde internet ve hızlı ulaşım ağ yolları ile hızla gelişen, değişen ve dönüşen kültürel olgular ve bulgular önemini biz farkında olmadan hızla dönüşmektedir. Bu bağlamda yapılan ve yapılacak olan bilimsel araştırmalar, çalışmalar ve yorumlar gelecek kuşaklara aktarılması bakımından önem arz etmektedir. Değişim sürecinde dönüşüm yaşayan bu değerlerin araştırılması ve aktarılması bilim insanlarının uğraş ve çabalarının sonucu olarak gelecek nesillere aktarılacaktır.

4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu çalışmada Rize genelinde yer alan halk kültürü unsurlarının değişim, gelişim ve dönüşüm süreçleri gözlem, inceleme, derleme teknikleriyle incelenmiştir. Bunun yanında kitap, dergi, tez ve makalelerden de yararlanılarak çalışma donanım açısından geliştirilmeye çalışılmıştır.

Çalışma genel olarak saha üzerinde yer alan halk kültürü unsurlarını ve bulgularını inceleyerek gözlemleyerek ve derleme yaparak birincil kişilerden edinilen anlatılarla kaynak açısından zengin tutulmaya çalışılmıştır. Elde edilen verilerden yola çıkarak çıkarımlarda bulunulmuş, Prof. Dr. Nebi Özdemir’in ‘kültür ekonomisi’ ile ilgili eserleri dikkate alınarak objektif ve bilimsel değerlendirmeler yapılmaya çalışılmıştır.

5. ARAŞTIRMANIN KAYNAKLARI

Çalışmanın kaynakları içerisinde saha üzerinde yapılmış olan doğal gözlem tekniği ve derleme yöntemi büyük önem arz etmektedir. Derlemelerde edinilen bilgiler çalışmada kaynak bilgi oluşturmaktadır. Saha çalışması esnasında çekilmiş olan görsel veriler de çalışmanın temelini oluşturmaktadır. Bunun yanı sıra çalışma sahası ile ilgili hazırlanmış olan yazılı kaynaklar çalışma için önem arz etmektedir. Çalışma konusu olan “kültür ekonomisi” üzerine daha önce yayımlanmış makale, kitap vb. yazılı kaynaklardan yararlanılmıştır. Çalışmanın inceleme bölümünde kültür varlıklarının çözümlenme aşamasında kullanılan

‘kültür ekonomisi’ konusu üzerine yazılmış Prof. Dr. Nebi Özdemir’in kaynaklarından sıkça faydalanılmıştır.

6. ARAŞTIRMA BÖLGESİ

Araştırma bölgesi Rize İlinin genelini kapsamaktadır. İlde genel kabul görmüş ve öne çıkmış olan halk kültür unsurları ele alınacaktır.

6. 1. Rize İlinin Konumu



Şekil 1. Rize ilinin konumu.¹

6. 2. Genel Hatlarıyla Rize Coğrafyası

Rize ili batıda Trabzon, güneyde Erzurum ve Bayburt, doğuda Artvin illeri ile kuzeyde Karadeniz’le çevrilidir. Rize İlinin yüzölçümü 3920 km²’dir. Çok engebeli ve dağlık bir arazi yapısına sahip olan Rize’nin kıyı şeridinin uzunluğu 80 km, genişliği ise 20-150 m arasında değişmektedir. Kıyı şeridinde akarsuların taşıdığı alüvyonlarla oluşan düzlükler yer almaktadır. Yüksek kıyılardan oluşan Rize kıyıları genellikle sade bir görünüme sahiptir. Kıyı

¹<http://www.rizekulturturizm.gov.tr/TR,55288/cografi-konumu.html>. Erişim 24. 01. 2019.

şeridinde yer yer falezlere ve taraçalara rastlanır. Kıyı şeridinin hemen arkasında 150-200 m'yi bulan tepeler yükselir. Bu alandan itibaren Karadeniz'e dökülen akarsular dar ve derin vadiler oluşturur.² Rize sınırları içerisinde uzunluğu 5 km'den fazla olan 23 akarsu olup, bunlardan 16 tanesi doğrudan Karadeniz'e ulaşmaktadır. Diğerleri ise bu akarsuların dallarıdır.³

6. 3. Rize İlinin İklim Özellikleri

Dağlarla çevrili Rize ve çevresi dört mevsim ılıman ve yağışlı bir iklime sahiptir. Yıllık ortalama sıcaklık 15 derecedir. Ülkemizin en çok yağış alan bölgesi burasıdır. Metrekareye yılda 2510 kg. yağış düşmektedir. İklimden dolayı şehir ve çevresinde zengin bir bitki örtüsü bulunmaktadır. Çeşitli ağaç türlerinden oluşan ormanlar arasında ve yaylalarda Orman Gülü (Rhododendron)'un ve yayla çiçeklerinin doyumsuz kokusu ve güzellikleri bulunmaktadır.⁴

Bölge tanıtımı için medyanın aktif olarak bölge tanıtımlarında bulunması etkili olmuştur. Bahar ayında çok fazla yağış alan bu il yağmurlar ve ılık hava sayesinde gür bir yeşil bitki örtüsüne bürünerek eşsiz doğasına zenginlik katmaktadır.

6. 4. Rize Tarihi

Rize'nin tarih öncesi hakkında bilgilerimiz sınırlıdır. Yöreye hâkim olan orman dokusu nedeniyle, Rize'nin tarih çağları ile ilgili bilgilere ıssız tutacak arkeolojik bulgular da bu güne kadar ortaya çıkarılamamıştır. Rize'nin tarihi ancak komşu illerin ve bölgelerin tarihleri ile bağlantılı olarak ele alınabilmektedir.⁵

Rize ili ve çevresinin bilinen ilk hâkim ahalisi, bitişken dilli ve Asya kökenli kavimlerdir. Bunlar Rize ve çevresinde tarım ve hayvancılıkla geçinen yerleşik topluluklardır. Bu topluluklardan "Kulku-Kulkha"ların adına,Çıldırğölünün güneyinde Taşköprü köyünün üstündeki kayalıklara kazındığı çivi yazılı kitabede rastlanmıştır. Cumhuriyet dönemine kadar sancak

²Muzaffer Arıcı, *Her Yönüyle Rize*(Ankara: Odak Ofset Matbaacılık, 1993), 81.

³ Milli Eğitim Bakanlığı, *Cumhuriyetin 75. Yılında Rize İli* (Trabzon: Erhan Ofset Matbaacılık, 1998), 20.

⁴ Haşim Karpuz, *Rize* (Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları, 1992), 5.

⁵ Erdal Ata, *Cumhuriyetimizin 75. Yılında Rize* (Ankara: Başbakanlık Basımevi, 1998), 2.

merkezi olan Rize, 20 Nisan 1924 tarihinde vilayet olmuştur. 2 Ocak 1936 tarihinde yürürlüğe giren 2885 sayılı Kanunla Erzurum'un Yusufeli İlçesi, Rize'nin Pazar ilçesinden sonraki arazi parseli, ilçeler ve bucaklar alınmak sureti ile bugünkü Artvin ili Çoruh adı ile vilayet haline getirilmiş ve Rize ili de tek ilçesi olan Pazar'la kalmıştır. Bugün ise Pazar ile birlikte 12 ilçesi bulunmaktadır.⁶

Son olarak Rize isminin ait olduğu belirtilmektedir. Rize yöresi tarih boyunca Rhisos, Rhizion, Rhizus, Rhition, Rhitum, Risso, RizaRisumvr Rhizaion olarak adlandırılmıştır.⁷

6. 5. Rize Yöre Kültürü

Rize yerleşim kültürü bütün Karadeniz'de olduğu gibi dağınıktır. Maksat; arazide gidiş geliş zor olduğundan, mümkün olduğunca mesafeyi azaltmak yani araziye yakın olmaktır. Bu nedenle evler arazinin üst kısmında kurulmuştur. Ev yapımında taş ve ağaç kullanılmaktadır. Aile imkânlarına göre değişmekle birlikte evler genellikle iki katlıdır. Evin yanında hemen göze çarpan yapı serenderlerdir. Bunlar neredeyse Karadeniz evinin simgesi olmuştur. Halk arasında “nayla” da denen serenderler, yiyeceklerin doğal şartlardan etkilenmeden korunmasını sağlayan ve direkler üzerine yapılmış, kolay yerleştirilip çekilen bir merdiveni olan ahşap yapılardır.⁸ Genellikle evin bahçesinde yer alan serenderler yiyeceklerin daha sağlıklı bir ortamda korunabilmesi için yerden yüksekte yapılır. Bu şekilde fare, böcek vb. türlere karşı yiyecekler korunmuş olur.

Mutfak kültürüne bakıldığında yöre halkının elinde var olan yiyecek malzemesini çeşitlendirerek farklı tatlar ve sunumlar geliştirerek tüketildiği görülmektedir.

Rize mutfak kültüründe yiyecekler genellikle evin girişinde bulunan mutfakta hazırlanır. Mutfak genellikle evin yamaca bakan kısmında olduğundan giriş kapısı ve ocak ateşi sayesinde aydınlanır. Mutfakın bir cephesini ocak kaplamakla birlikte diğer cephelerde de raf dolapları vb. vardır. Bütün kaplar ve

⁶ Ata, *Cumhuriyetimizin 75. Yılında Rize*, 7.

⁷ İhsan Topaloğlu, *Bölge Tarihinde Rize* (Trabzon: Top-Kar Matbaacılık, 1998), 7.

⁸ Ata, *Cumhuriyetimizin 75. Yılında Rize*, 172-173.

yiyecekler buradadır.⁹ Sofra bu alanda kurulur. Aile bireyleri ocak başında toplanarak yemeklerini yer.

Kullanılan araç-gerecin büyük bölümü tahtadandır. Kaşıklar, siniler, saklama kapları (ki; bunlara kadi denir). Bunun yanında metal (özellikle bakır) da kullanılmaktadır.¹⁰ Teknolojinin çok fazla gelişmediği ev araç-gereçlerinde kullanılan bakır ve tahta yapılar zamanla teknolojinin kurbanı olup onların yerini daha güncel ve nanoteknolojik yapıyla geliştirilen yapılar yerini almıştır.

Yörede mısır, lahana ve hamsinin özel bir yeri vardır. Çünkü bütün yemek çeşitleri bunlar etrafında yoğunlaşmıştır. Ayrıca birkaç istisna dışında Rize’de kurutma söz konusu değildir. Bu nedenle turşu da ön plana çıkmaktadır. Bu yiyecekler süt ürünleriyle desteklendiğinde beslenme dengelenmektedir.¹¹ İklim koşullarından dolayı güneşin çok fazla uğramadığı bu memlekette diğer bölgelerde olduğu gibi kışa hazırlık olarak kurutma usulüyle yapılan tüketim ürünleri çok bulunmamaktadır. Bu nedenle insanlar yiyeceklerini turşu yoluyla muhafaza etmeye çalışmışlardır. Öyle ki bu bölgede çokça yapılan fasulye turşusu, hamsi turşusu, menemenler bu duruma örnek gösterilebilir. Mevsiminde toplanan bu ürünler diğer mevsimlerde tüketmek amacıyla turşulama yöntemiyle muhafaza edilirler. Çoğunlukla da kış aylarında tüketilirler.

Rize kültüründe var olan yemek adlarını şu şekilde sıralayabiliriz; mısır ekmeği, muhlama, lahana sarması, vurma lahana, hamsikoli, hamsili pilav, laz böreğidir.

Giyim açısından Rize halk kültürüne baktığımızda hammaddesi kendir ve yün olan kıyafetlerin ön plana çıktığı görülmektedir.

Erkek kıyafetlerinde ceket ve zıpka denilen üstü bol, dizinden aşağısı dar pantolon giyilir. Gömlek üzerine yelek de giyilebilir. Ayağa çapula veya çarık giyilir. Kudi ve kukula denilen başlıları vardır. Bu başlıklarda uzunca bir bağ da olabilir. Kemerinde süslü fişekliği, barut kabı, tütün ve para kesesi ile silahlığında karakulak bıçağı bulunur. Omuzunda tüfeği asılıdır. Kadınlar ise içten “foga” denen elbise veya etek giyilir. Alta uzun çorap ve lastik ayakkabı (eskiden çarık)

⁹ Ata, *Cumhuriyetimizin 75. Yılında Rize*, 173.

¹⁰ Ata, *Cumhuriyetimizin 75. Yılında Rize*, 176.

¹¹ Ata, *Cumhuriyetimizin 75. Yılında Rize*, 176.

üstte ise bele peştamal dolandır. Başa çeşan örtülür. Ancak iç kesimlerde şifon üstüne puşi bağlandığı görülür ve binbir çeşit dokunmuş çorapları, “kokneç” denen önlükleri vardır.¹²

El sanatlarına baktığımızda ise geçmişte Rize’de en yaygın el sanatı dokumacılıktı. Kenevir ipliğinden dokunan bu bezler, iç çamaşırı yapımında kullanılırdı. Dokunan Rize bezleri birçok dış ülkede alıcı bulurdu. Ancak Cumhuriyet Dönemi’nde kenevir üretiminin giderek çay üretimine bırakması ve dokumalarda pamuk ipliğinin kullanılmasıyla dokumaların nitelikleri de değişmiş, ilde kenevir üretimine dayanan dokumacılık giderek azalmıştır. Son yıllarda dokumacılık diğer illerden getirilen hammaddeyi Rize’de bulunan birkaç atölyede işleyerek günümüz modasına uygun devam ettirmeye çalışmaktadır.

Bunun yanında bir diğer el sanatı olan sepetçilik ve hasır örme de halk kültüründe çok yaygın olan bir sanattır. Rize’de arazi yapısı yüzünden taşımacılığın büyük bir bölümü sırtla, sepetle olmaktadır. Sepetin çeşitli şekilleri olmakla birlikte genellikle iki ayaklıdır ve sırtta alınması için iki bağı vardır. Kestaneden yapılanları daha dayanıklı olsa da büyük çoğunluğu findıktan yapılmaktadır.¹³

Çorap, özellikle de Hemşin çorabı aranan el sanatlarından. Temelde iki ve tek telli diye ayrılır. Tek telli olanlar yani renksiz olanlar genelde erkek içindir ve boyları fazla uzun olmaz. Bayan çorapları ise genelde uzundur. Bu çoraplar eskiden yünden yapılır ve renkleri boyanarak elde edilirdi. Şimdi orlon iplerle aynı desenler örülmektedir.

Rize halk müziği enstrümanlarından kemençe büyük önem arz etmektedir. Kemençe üç tellidir. Kemençe dut, erik ve gül ağacından yapılır. Yayın telleri ise hayvan kılındandır.¹⁴ Yörenin eğlence kültüründe önemli bir yere sahip olan kemençe ve eşliğinde oynanan horon oyunu yöre halkının düğün, bayram, açılış, nişan, söz gibi toplu eğlencelerinin olmazsa olmazıdır.

Bir diğer önemli Rize halk enstrümanı tulumdur. Tulum genelde oğlak derisinden yapılır. Derinin tüyleri temizlendikten sonra ters çevrilir. Ön

¹² Ata, *Cumhuriyetimizin 75. Yılında Rize*, 178.

¹³ Ata, *Cumhuriyetimizin 75. Yılında Rize*, 181.

¹⁴ Ata, *Cumhuriyetimizin 75. Yılında Rize*, 187.

ayaklarından birine tahta boru arka ayaklarından birine de nav bağlanır. Tarihi konusunda kesin bir bilgi olmasa da tulum yörenin en eski nefesli çalgısıdır.¹⁵Tulumun popülaritesi şimdilerde yöreye turizm amaçlı gelen yerli ve yabancı turistlerin yoğun ilgisiyle yükselmiştir. Tulum sadece bu yöre halkı için değil Türkiye'nin diğer bölgeleri için de önemlidir.

Bunların yanında yörenin sözlü halk kültür unsurları da büyük önem arz etmektedir. Karadeniz insanının kendini ifade etme amacı doğrultusunda geliştirdiği fıkralar, ninniler, atma türküler hala gelenekte yaşamaya devam etmektedir.

Rize halk kültüründe yaylacılık önce yaşam için ve aile geçimi için bir gereksinim olmuş, zamanla insanların eğlenme ihtiyacından sebep yapılan yayla şenlikleriyle yaylalar geniş mecralara kendini tanıtmış ve popülarliğini artırarak pek çok ziyaretçiye kendini açmıştır.

Rize çayının öneminden bahsetmek gerekirse sosyo- kültürel ve ekonomik açıdan bölge için ciddi boyutta önem taşımaktadır ki, bölgede çok fazla göç durumu söz konusuysa çay üretiminin başlangıcı sayesinde iş amacıyla bölge dışına yapılan göçler son bulmaya başlamış üretimle birlikte halk gelir elde etmiştir. Elde edilen gelir sayesinde insanlar memleketlerinde belirli bir refah düzeyiyle yaşamaya başlamıştır. Günümüzde çay üreticileri çay satışlarında ekonomik açıdan sıkıntı yaşasalar da çayın bölge için var olan önemi yadsınamaz derecededir.

Çay tarımı ve ticareti Doğu Karadeniz Bölgesi ekonomisinde çok önemli yer tutar. Çay sektöründe yaklaşık 40 bin kişi maaşlı olarak çalışıyor ve 200 bin üretici aile bütçesine katkı sağlıyor. Ülke ekonomisine kaynak temin etmekte olan çay, yaklaşık 1 milyon insanın geçim kaynağını teşkil ediyor.¹⁶

Bu bölümde adı geçen halk kültür unsurları ve yöre için önem taşıyan kültür varlıkları çalışmanın devamında yer alacak olan II. bölümde de ayrıntılı olacak şekilde işlenecek ve yorumlanacaktır.

¹⁵ Ata, *Cumhuriyetimizin 75. Yılında Rize*, 187.

¹⁶ Alikılıç Dündar, “Çay'ın Karadeniz Bölgesi İçin Önemi ve Tarihi Seyri”, *Karadeniz İncelemeleri Dergisi* 21 (2016): 278.

6. 6. Rize Sosyo-Ekonomik Yapı

Çayın Rize tarımına girmedığı dönemlerde; Rize bezi, portakal, mandalina, hayvancılık, balıkçılık, mısır, fındık ve sebze üretimi halkın önemli geçim kaynağını oluşturmaktaydı. Yüksek kesimlerde ise halkın birincil geçim kaynağı hayvancılıktı. Bugün halkın büyük kısmı çay tarımı yaparak geçimini sağlamaktadır. Çaycılığın yanında balıkçılık da önemli yer tutmaktadır. Rize’de organize sanayi bölgesi kurulma çalışmaları sürdürülmektedir. İl genelinde küçük sanayi sitesi 3 tanedir. Rize’de çay fabrikaları ve Asilsan silah fabrikasından başka iki adet makine imalatı, bir adet çivi fabrikası, bir adet balık unu ve yağı fabrikası, bir adet şekerleme fabrikası, bir adet teneke ve karton kutu fabrikası, bir adet ağaç doğrama fabrikası, bir adet çelik para kasa imalathanesi ile bir adet kereste ve parke fabrikası mevcuttur. Çayeli Bakır İşletmeleri A.Ş. tarafından bakır ve çimento madenleri çıkartılarak yurt dışına ihraç edilmekte ve bölge halkına iş olanağı sağlamaktadır.¹⁷

6.7. Rize Turizmi

Rize kuşkusuz ki Türkiye’nin doğası eşsiz güzelliklerle dolu olan, insana bu güzellikler ile huzur veren bir ildir. Doğa güzelliklerinin yanında tarihi yapı kalıntıları da bu ile çekicilik katmaktadır.

Son yıllarda yaz aylarında yolları ulaşımına açılan yayla yolları sayesinde, doğası eşsiz yaylaların misafir sayısı artmış, sosyal medya araçlarıyla da tanıtılan yaylaların popülaritesi arttırılarak pek çok yerli ve yabancı turistin uğrak yeri haline gelmiştir.

Bu ziyaretler bölge halkının kalkınması açısından faydalı olsa da olumsuz tutumlar da ne yazık ki gözlemlenmektedir. Özellikle bu konu açısından değerlendirmeye çok müsait bir yer olan Rize’nin hem yaz hem de kış turizmi açısından işlekliliğini kaybetmeyen Ayder Yaylası’nda görülen çarpık yapılar, düzensiz yerleşimler, kuralsız eğlence ortamları sosyolojik açıdan hem insanları olumsuz etkilemekte hem de doğa tahribatını her geçen gün artırmaktadır. Bu nedenle ilerleyen süreçlerde yaylanın görüntüsünü bozan yapıların iyileştirilmesi ve doğayı korumaya yönelik önlemler mutlaka sağlanacaktır.

¹⁷ Milli Eğitim Bakanlığı, *Cumhuriyetin 75. Yılında Rize İli*, 21.

BİRİNCİ BÖLÜM

KÜLTÜR VE KÜLTÜR EKONOMİSİ

1.1. Kültür

Kültür Latince 'de "toprağı işleme" manasına gelmektedir. Batı Avrupa dillerinde kazandığı "yüksek umumi bilgi" manası ile Türkçe 'ye girmiştir. Kültür sözü biraz daha hususileştirilerek şu tabirlerde de kullanılmaktadır: İptidai kültür, ileri kültür, beşeri kültür, teknik kültür, yerleşik kültür, aşiret kültürü, kültür kavimleri-tabiat kavimleri olarak kullanılabilir.¹⁸ Bu yönüyle kültürün çok fazla tanımlaması yapılmıştır.

Ziya Gökalp kültürü şu şekilde tanımlamıştır: "Kültür (hars), bir milletin dini, ahlaki, hukuki, muakalevi (intellectuel), bedii (estétique), lisani, iktisadi, fenni (thecnique) hayatlarının ahenkli mecmuasıdır."¹⁹ Yani kültür bir milletin yaşayışındaki işleyişlerini belli sınırlar çerçevesinde icra etme ve yaşamı bu çerçevede yorumlayıp kurallaştırma da denilebilir.

Kültür, değişim ve dönüşümleri yaratan etkileşimler bütünü ve ürünüdür. Bu kapsamda ürünler, aktörler, gelenekler dolayısıyla kültürler arası etkileşimden bahsedilebilir. İç ve dış dinamikler kültürün oluşumunu, gelişmesini ve yayılmasını belirlemektedir. Bu nedenle kültür araştırmaları ürün, aktör, bağlam, işlev ve yapı merkezli gerçekleştirilse de süreç odaklı yaklaşımlar esastır. Bu yaklaşımla geçmiş ve bugün, hatta gelecek birlikte değerlendirilir.

Kültürün yaratım, aktarım, gösterim, deneyimlenme, özümseme, benimsenme, geliştirilme, değiştirilme gibi farklı süreçleriyle ilgili dinamikler sürekli değişen ve dönüşen disiplinler arası yaklaşımlarla yetkin bir şekilde çözümlenebilir ve inceleme alınabilir.²⁰ Bu noktada ele alınan bu çalışma disiplinler arası yaklaşımla halk kültürünü açıklamayı yeğlemektedir.

Kültürün temel işlevi yaratıcılıktır. Kültür, yaratıcı birey ve toplumlar için gerekli olan kaynak ve bağlam işlevini görür. Kültürel yaratıcılık yaşamın genişletilebilmesi, zenginleştirebilmesi, anlamlandırılması ve çekici hale

¹⁸ İbrahim Kafesoğlu, *Türk Milli Kültürü*(İstanbul: Ötüken Neşriyat A.Ş Yayınları, 2014), 15.

¹⁹ Ziya Gökalp, *Türkçülüğün Esasları* (İstanbul: Ankara Kitabevi Yayını, 1923), 86.

²⁰ Nebi Özdemir, *Kültür Bilimi ve Yönetimi* (Ankara:Grafikler Yayınları, 2017), 7.

getirilmesinin özünü meydana getirir.²¹ Bu öz sayesinde bireylerin yaşama karşı bağlılıkları artacak bu bağlamda gelişen birey huzuru toplulukları etkileyecek ve toplulukların yaşam standardı artacak, iyileşecektir. Kültür adına bir bakıma insanın her açıdan yetişmesi ve bu olgunluğunu ilerleterek, yaymasıdır²² da denilebilir. Bu kelime üzerine pek çok açıklamalar, tanımlamalar yapılmış olsa da en genel tanım önceki sayfada yer aldığı gibi Ziya Gökalp'ın açıklamasıdır.

“Kültür” sosyolojinin en önde gelen kavramlarından bir tanesidir. Kültürü oluşturan unsurlarda elbette sosyolojik temelli oluşup gelişme gösterecektir. Kişinin genel olarak yaşadığı toplumun kültürel özellikleri değer yargıları, davranışları, normları ve olayları değerlendirme biçimlerini etkilemektedir. Bu bağlamda, değişik kültürlerden olan insanların farklı inanç, değer ve davranış kalıplarına sahip olmaları kadar doğal bir şey yoktur.²³ Sonuçta her toplumun benlik unsurları farklı şekillerde temellendirilip gelişmektedir.

Kültürün, insan davranışları, mimikler ve konuşma şekilleri üzerine bile büyük etkisi vardır. Farklı kültürlerden olan insanlar bunları anlayıp yorumlamakta zorlanacak, hatta bunun neticesi olarak yanlış anlaşılmalara meydana çıkacaktır.²⁴ Bu durum kültür bilimciler tarafından gözlemlenip doğal karşılanacaktır.

Parker kültürü bir okyanusta buzdağına benzetmiş²⁵ ve nasıl ki buz dağının bir kısmı suyun yüzeyinde bir kısmı da suyun altında bulunmakta ise kültürün de bu şekilde iki boyutu olduğunu belirtmiştir. Nasıl ki buzdağının suyun üzerinde görünen kısmı varsa kültürün de davranış, normlar, adetler, dil ve sembolleri vardır. Bunlar kültürün görünen kısımlarıdır. Kültür hakkında gördüğümüz ya da bildiğimiz şeyler kültürün daha çok görünen yüzündedir. Aynı kültürün insanları, aynı işaretlerden, kelimelerden, işittiklerinden ya da gördüklerinden aynı manaları çıkarmaktadırlar. Bunun niçin böyle olduğunun sorusunun cevabı ise kültürün görünmeyen, gizli yüzündedir. Kültürün bir de

²¹ Özdemir, *Kültür Bilimi ve Yönetimi*, 8..

²² Sadettin Gömeç, *Türk Kültürünün Ana Hatları* (Ankara: Berikan Yayınevi, 2012), 7.

²³ Salih Yeşil, “Kültür ve Kültürel Farklılıklar: Liderlik Açısından Teorik Bir Değerlendirme”, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi* 44 (2013): 55.

²⁴ Yeşil, “Kültür ve Kültürel Farklılıklar: Liderlik Açısından Teorik Bir Değerlendirme”, 57.

²⁵ Yeşil, “Kültür ve Kültürel Farklılıklar: Liderlik Açısından Teorik Bir Değerlendirme”, 56.

görünmeyen kısmı vardır ki bu kısım da buz dağının asıl büyük bir kısmının su altında olması gibi, kültürün de asıl köklerinin değerler, inançlar ve varsayımlardan oluştuğudur. Bu değerler, inançlar ve varsayımlar ise; davranışları, normları ve sembolleri açıklamaktadır. Yani insanlar sahip oldukları görünmeyen kültürel değerler sonucunda farklı şekillerde davranmaktadırlar.²⁶ Yaşanılan sosyal ortamda doğup gelişen kültürün toplum temelli oluşu, farklı toplumların farklı kültürlere sahip olup kültürel çeşitlikler oluşturması ile gözlemlenebilmektedir.

Kültür; yaşamda var olan her unsur ile birlikte öncelikli olarak insanı işlemek, bunları ulaşabilecekleri en yüksek, en güzel konuma kadar ulaştırmayı sağlamaktır. Böylece sosyal ortamda yaşayan birey kendini daha iyi tanıyacak ve kendini tanıyan her bir birey toplumun kültür yapı taşlarını oluşturacaktır. Bu bağlamda kültür sosyal bilimlerde tek bir alanda değil insanı, yaşamı ele alan her konunun temel konusu olacaktır ve kültürün muhtevası tarih, sosyal antropoloji, sosyal psikoloji ve etnoloji bilimlerinin temel konusu olmayı başaracaktır.

Medya yeni kültürel biçimlerin oluşturulmasına zemin hazırlamaktadır. Medya kültürden etkilenirken aynı zamanda onu da etkilemektedir. Dolayısıyla medya ister millî kültür, kitle kültürü, halk kültürü, isterse popüler kültür formlarında olsun bütün bu oluşumlarda etkin bir rol oynamaktadır.²⁷ Böylelikle çalışmanın devamında “kültür” unsurunun alt başlıkları incelenecektir.

1.1.1. Halk Kültürü (Folk Kültür)

Halk kavramına sosyolojik bir anlam vererek toplumu halk ve aristokrasi olarak ikiye ayıran Gökalp’ a göre halk, toplumun az okumuşla hiç okumamış kesimidir. Ancak bu bağlamda bir halk sınıfından, halk şiirinden, halk edebiyatından, halk zevkinden ve halk kültüründen bahsedilebilir.²⁸ Halkla birlikte oluşa gelen her bir unsur, yaratım, olgu halk kültürü konusuna dâhil olur. İnsan topluluklarının yaşam anlayışının sonucu olarak ortaya çıkan halk kültürü

²⁶ Yeşil, “Kültür ve Kültürel Farklılıklar: Liderlik Açısından Teorik Bir Değerlendirme”, 56.

²⁷Enderhan Karakoç, “Medya Aracılığıyla Popüler Kültürün Aktarılmasında Toplumsal Değişkenlerin Rolü”, *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi* 3 (2014): 146.

²⁸Orhan Türkdoğan, *Milli Kimliğin Yükselişi, Niçin Milletleşme* (İstanbul: Alfa Yayınevi,1999), 41.

de bu çalışmanın önemli bir parçası olacaktır. Bu bağlamda halk kültür unsurlarının inceleneceği bu çalışmada halk kültürünü ve halk kültür unsurlarını iyi anlayıp yorumlamak çalışmaya esas nitelik kazandıracaktır.

Halk kültürü, yüzyılların deneyimlerinden süzülerek biçimlenmiş, kuşaktan kuşağa aktarılan bir değerler bütünüdür. Halk kültürü ürünleriyle yaşadıkları yöre arasında bir bağ vardır. Bu ürünlerin şekillenmesinde Türkiye'nin tarihi ve kültürel mirasının önemli bir rolü vardır? Yeni kültürleşme ve toprağa bağlı ekonominin yaşama biçimi bocalama yaratmıştır. Köy kültür çevresiyle şehir kültür çevresi iç içe yaşamağa başlamıştır. Farklı geleneklerin bir arada yaşaması halk kültürüne yeni bir boyut kazandırmıştır.²⁹ Kazandırılan bu yeni boyut ile halk kültür unsurları sadece şekil değiştirmiştir. Özde aynı kalıp zamana bağlı olarak şekil değiştiren halk kültür unsurları bağlama da ayak uydurmaya çalışmıştır.

Halk kültürü alanında “Folklor” kelimesine de değinmek gerekirse bu kelime İngilizce ’den alınmıştır. Folk halk, millet; lore de bilgi, tetkik manalarını ifade eder. Şu halde folklor, halkı tetkik etmeyi mevzu edinen bilgi demektir. Folklor kelimesi sadece tarihi olan araştırmalara değil, bilavasita araştırmalara da ait bulunabilir.³⁰ Yani toplumun, bireyin yaşamıyla ilgili yer aldığı her türlü olay, kavram, durum folklorenin konu kapsamına dâhil olmaktadır. Bir diğer deyişle de folklor menşei ferdi de olsa, halkın malı olmuş eserlerin tetkikini yapan ilimdir.³¹ Halkın dâhilinde yer alan her olay, olgu folklorun da bir parçasıdır. Ahmet Oktay ise halk kültürünün özelliklerini şu şekilde sıralar: A. Biçimi basittir. B. Her türlü duyu ya da gelenek aracılığıyla doğrudan aktarılabilen bir yapıdadır. C. Anonimdir. D. İçinden çıktığı grubun değer yargılarını içerir ve iletir. E. Ürün tüketiciye dönüktür. F. Genellikle herkes için parasızdır.³²

Bu sıralanan özelliklerden yola çıkarak değinecek olursak folklorun var olan geniş kapsamını tahmin etmek mümkün olacaktır. Halk kültürü ürünleri bir toplumun belleğinde oluşan nesneler olması sebebiyle çalışmanın incelenecek

²⁹ Erman Artun, “ Soruşturma Sorularına Yanıtlar” *Folklor Araştırmaları Dergisi* 3 (1999): 20.

³⁰ Pertev Naili Boratav, *Halk Edebiyatı Dersleri* (İstanbul: Tarih Vakfı Yayınları, 2013), 151.

³¹ Boratav, *Halk Edebiyatı Dersleri*, 29.

³² Ahmet Oktay, *Türkiye’de Popüler Kültür* (İstanbul: Everest Yayınları, 2002), 16.

temel konusunu oluşturmaktadır. Geçmişten geleceğe halkın ürünü olan halk kültür unsurları dinamik yapısını koruyarak zamanla kendini değiştirmiş ve geliştirmiştir.

Folklor sadece eski müesseselerin bakiyelerini, yani hurafeleri ve peşinde vakıaları tetkik etmez, fakat aynı zamanda günlük vakıaları, benim “ doğan vakıalar” diye adlandırılmasını teklif ettiğim şeyleri de tetkik sahasına alır. Bunun neticesinde ilmimiz kolektif ve ferdi, psikolojiye de temas eder.³³

Üretim ve tüketimin çok sık bir şekilde birbirine yenilediği günümüz toplumunda halk kültürünün de sade yapısını koruması çok güç bir durum olacaktır. Halk kültürü de zamana ayak uydurarak geleceğe aktarımını sağlayabilmektedir. Yoksa günümüz dünyasında tozlu raflarda yer alması kaçınılmaz olacaktır.

Bu çalışmanın temelinde yer alan halk kültür unsurları kaynağını tamamen yöre halkından alarak oluşmuştur. Oluşan bu halk kültür unsurları ihalkın gündelik hayat kullanımlarında, eğlencelerinde, düğünlerinde en kapsamlı tanımla ile halkın gelenek ve göreneklerini sürdürüp günümüze kadar taşımasında önemli bir rol üstlenmiştir. Halkın yaşatması ile günümüze kadar gelen halk kültür unsurları yediden yetmişe herkes tarafından kullanılmış, kimi zaman da var olan bir toplumun simgesi haline gelmiştir. Örnek olarak Rize yöresinin bir simgesi haline gelen “çay” bu yöre için kültür, gelenek ve görenek anlamında farklı işlevleriyle bu şehri anlamlı bir şekilde simgelemektedir.

1.1.2. Milli Kültür (Ulusal Kültür)

Çalışmanın temel konusunu oluşturan konu başlıklarından milli kültürün tanımlamasını yapmak gerekirse milli kültür, bir topluluğa ait olan kültür gelenek ve manevi değerler bütünüdür. “Her millet maddi imkânları ve manevi değerleri ile bir kültür ürünüdür. Bir millet yaşamakta ise, onun bir kültürü olacaktır. İbrahim Kafesoğlu’nun da söylemiş olduğu gibi milli kültürün tanımlamasını yapmak bir milletin yaşam değerlerini bilmek ve tarif etmekten geçmektedir.

Ulusal kültür ile eş anlamlı olarak kullanılan milli kültür kavramı, kapitalizmin gelişmesiyle oluşan ulus kavramının bir ürünü olarak ortaya çıkmış

³³Boratav, *Halk Edebiyatı Dersleri*, 162.

olup bir milleti diğer milletlerden ayıran özellikleri belirlemek amacıyla kullanılmıştır.³⁴

Her milletin inanış, eğilim, düşünce, kullanım ve davranış tarzları milletin kültür unsurlarını teşkil eder. O halde her topluluk bir kültür sahibidir, diğer bir deyişle, her kültür ayrı bir topluluğu temsil etmektedir. Türk milleti de dili, töresi, dini, hukuku, düşüncesi ve hadiseler karşısındaki hususi davranışları ile asırlardan beri yaşamakta olduğuna göre bir milli Türk kültürü de mevcut demektir.³⁵

Milli Türk kültürünün oluşmasında temel etmen olan halk, oluşturmuş olduğu kültür unsurlarını milli Türk kültürüne servis eder. Servis edilen halk kültür unsurları topluluk tarafından gündelik yaşama uygulanır, kurgulanır ve bu şekilde milli kültürün kaynak olarak kullanacağı milli ürünler ortaya çıkmış olur.

Milli kültürün özelliklerini şu şekilde sıralamak da mümkündür;

1. Milli kültür, devletin mevcut bütünlüğünü bozmayacak ve hatta bu bütünlüğü koruyacak nitelikte olmalıdır. Bunun için dernekler, sendikalar, barolar gibi örgütlenmelere ihtiyaç duyabilir.

2. Milli kültür, devlet bünyesinde görülen bütünleşmeyi bozabilecek örgütlenmelerin oluşmasını engelleyici özelliğe sahip olup bütünleşmenin sürekliliğini sağlayan örgütlenme biçimini de kendi içinde barındırmaktadır.

3. Milli kültür, kültürel değişimin varlığında ortaya çıkar. Yani, toplumun genel kültürü ve alt kültürleri değişirken milli kültür daha statiktir ve bu değişimi devletin bekasına zarar gelmeyecek ölçülerde kabullenir.

4. Milli kültür, bir devletin diğer devletlerden farklılıklarını ortaya koyarak devlete kendine özgü ulusal ve kültürel bir kimlik kazandırmaktadır.

5. Milli kültür, devlet oluşturmuş bir toplumun yaşayış biçiminin, toplumsal örgütlenmesinin bir yansımasıdır.³⁶

Bu bilgilerden yola çıkarak milli kültürün genel çerçevesi çizilmiş olup bu bağlamda milli kültürü bir topluluğa özgü değerler bütünü olarak belirtmek mümkün olacaktır.

³⁴ Emre Kongar, *Kültür Üzerine* (İstanbul: Remzi Kitabevi, 2005), 32.

³⁵ İbrahim Kafesoğlu, *Türk Milli Kültürü* (İstanbul: Boğaziçi Yayınları, 1989), 16.

³⁶ Ömer Say, *Mili Devlet Kültürü: Türkiye Yansımaları* (İstanbul: Kaknüs Yayınları, 1998), 70-72.

1.1.3. Kitle Kültürü

Kitle kültürünün Türkçe sözlüğündeki karşılığı insan topluluğudur. Kitle kültürü ve kitle toplumu kuramının kökeni ise, Batı Avrupa kapitalizmi içinde 19. yüzyılın ikinci yarısından itibaren oluşan siyasal, sosyal ve ekonomik olarak önemli değişimlerin yaşandığı toplumlara ve bu toplumların yaygın kültürüne uzanır.

Kitle toplumu, kapitalist iş bölümünün geliştiği, büyük çaplı fabrikaların örgütlendiği, geniş ölçekte metaların üretildiği, nüfusun kentlerde yoğunlaştığı, kırsaldan kente göçün yaşandığı, kentlerin ölçüsüzce büyüdüğü, karar alma süreçlerinin merkezi hale geldiği, karmaşık ve evrensel iletişim sistemlerinin geliştiği, oy hakkının işçilere de tanındığı kitlesel siyasal hareketlerin yayıldığı ve benzeri süreçleri yaşayan toplumları açıklar.³⁷Günümüz yaşam koşullarına bakıldığı zaman bahsedilen kitle kültürü yapısına çok da uzak yaşanılmadığını fark etmek mümkün olacaktır. Kitle kültürü ürünlerine de değinmek gerekirse “kitle iletişim araçlarıyla üretilen ve yayılan, sadece kitlesel pazar için imal edilen standardize kültürel ürünlerdir.”³⁸ şeklinde bir tanımlama doğru olacaktır.

Kitle kültürü birçok farklı şekilde değerlendirilmiştir. Liberal görüş kitle kültürünü demokratikleşme olarak değerlendirmektedir. Bu görüşe göre, kapitalizm bir yandan eğitim seviyesini arttırmış, diğer yandan da daha önce yalnızca yüksek kültüre ait olan ürünleri ucuza piyasaya sunarak daha fazla kesimin bu ürünlere ulaşmasını sağlamıştır, bunun sonucu olarak toplumda demokratikleşme gerçekleşmiştir.

Marksist ve eleştirel yaklaşım ise kitle kültürünü, metalaşma, şeyleşme ve ideolojik egemenlik kavramları çerçevesinde açıklamaktadır. Marksist açıdan kitle kültürü eleştirisi, Frankfurt Okulu tarafından ‘kültür endüstrisi’ kavramsallaştırması çerçevesinde yapılmıştır. Frankfurt Okulu düşünürlere, sanayi sonrasında, ‘pasif, ilgisiz insanları atomize bir şekilde çoğaldığı, geleneksel

³⁷ Mukadder Çakır, *Görsel Kültür ve Küresel Kitle Kültürü* (Ankara: Ütopya Yayınevi, 2014), 36.

³⁸ Ümit Sarı, *Kitle Kültürü Ve Popüler Kültür Bağlamında, Kitle İletişim Araçlarının Kitle Kültürüne Etkileri: Örnek Olarak Popstar Türkiye Yarışması* (İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2006), 42.

değerlerin çözüldüğü, insanların kitlesel bir şekilde üretilen tüketiciler haline geldiği' bir toplum tanımlamıştır.

Toplum kitle iletişim araçları vasıtasıyla herhangi bir tepki vermeden bilgi ve becerilerini egemen sisteme sunmaktadır.³⁹Bu şekilde insani anlamda duygusal özelliklerini kaybeden ve her şeye sorgulayıcı tavırla yaklaşan insanoğlu devrimsel bir değişimle artık kendini egemen gücün ellerine bırakmıştır. Kendini bu şekilde teslim eden insanoğlunun artık hassas insanlık duyguları kaybolacak, yaşadığı toplumun kültür ve geleneğinden izler taşımayacak ve bu şekilde yeni nesillere aktarımlar da yapamayacaktır. Bu yüzden de insanlar bu kültür nedeniyle toplumun katılımcıları yerine, başkalarının ürettiklerinin edilgin tüketicileri haline gelmişlerdir.⁴⁰

1.1.4. Popüler Kültür

Popüler kültürün ne olduğunu anlamak için kültür ve popüler kavramlarının anlamını bilmek gerekir. Bu kavramları anlamak için de popüleri ve kültürü yaratan insana bakmak gerekir. Bu da kaçınılmaz olarak insanın yarattığı tarihe gitmeyi ve bu tarihte belli yer ve zamanlarda kültürü ve popüleri aramayı ve anlamayı gerektirir. Bu gerekli fakat uzun bir yoldur. Popüler kültür, çağdaş toplum ve insan faaliyeti ile ilişkilendirilerek en özlü bir şekilde açıklanmaya çalışılacaktır. Kitle kültürü içinde ticari amaçların gerçekleşmesiyle ilgili olarak üretilen ve popülerleştirilen ve dinamik bir görünüm verilen popüler kültür yaratıldı. Popülerin en klasik anlamı halka ait olandır. Nasıl ki fabrikada çalışan işçinin “bizim fabrika” dediği yer onun değilse, fakat onun varoluş biçiminin belirlendiği yer ise, popüler kültür ürünlerini satın alıp kullandığı ve “benim” dediği için, popüler kültür o sınıfa ait olmaz. Popüler kültür geniş iş bölümü etrafında kurulan kapitalist mal üretimi, pazarlaması, dağıtımı ve tüketimi biçimlerine dayanan bir kültürdür.⁴¹

³⁹ Sarı, *Kitle Kültürü Ve Popüler Kültür Bağlamında, Kitle İletişim Araçlarının Kitle Kültürüne Etkileri*, 44.

⁴⁰ Sarı, *Kitle Kültürü Ve Popüler Kültür Bağlamında, Kitle İletişim Araçlarının Kitle Kültürüne Etkileri: Örnek Olarak Popstar Türkiye Yarışması*, 46.

⁴¹ İrfan Erdoğan, “Popüler Kültürün Ne Olduğu Üzerine”, *Eğitim Dergisi* 57 (2004): 59.

Popüler kültür aynı zamanda alınıp satılan mal ve malı içeren ve malla gelen, mal hakkındaki ilişkidir.⁴² Malı edinip ve kendini mutlu hisseden mal sahibi böylelikle sosyal hayattan zevk alacak ve çevresini de etkileyerek herkesin o malı edinme isteğine sebep olacaktır. Bu şekilde popüler kültürün yayılımı gözlemlenecektir.

Kaynağını insan sevgisinden ve insana değerden alan popüler kültür, sınıf toplumlu yaşamdan gündelik yaşama doğru geçtikçe, değişen kültürel ivmelerin yansıması olarak kendini gösterirken, ortaya çıkan kültür pratiklerindeki hareketlilik kendini hissettirmiş ve popülerliğin farklı yanları ile karşılaşmıştır. Üzerinde farklı görüşlerin sergilendiği popüler kültür, tartışma boyutunda akademik bir yapılanma ortamının içerisinde var olmuşken, başlı başına bir alan yaratımı, kültür kavramının durağan olmadığını en net şekilde hissettirmiştir. Çeşitli yapılanmalar içeren popüler kültür ‘popularis’ kelimesinin evrelerden geçerek ve değişerek, başlı başına ek kelimelerle bir kavram halini alıp şekillenmesiyle başlamıştır.⁴³

Popüler kültürde sabitlik söz konusu değildir. Sürekli değişim vardır. Müzikte, sanatta, basın-yayında, eğlencede, ürünlerde ve haftalık “top ten”lerdeki değişim, pop kültürün değişimi içinde ele alınabilir⁴⁴. Sürekli var olan bu değişim aynı zamanda gelişim sürecini de yapılandırdığı için var olan pop kültür ürünü bir sonraki oluşumda daha gelişmiş olarak tüketicinin karşısına çıkmaktadır. Türkiye’de popüler kültür ilk zamanlarda tümüyle batılı motifler taşımıştır. Modernleşmeyi batılılaşma ile “aynı” olarak değerlendirilmesinin uzantısı olarak aslında bu durum “olması gereken”dir. Son dönemlerde Türk dizi sektöründeki büyüme ve gelişme Türkiye’ye ait yapıların yurt dışında da gösterilmeye başlanması bahsedilen değişime de örnek olarak gösterilebilir.⁴⁵

Popüler kültürde zevkler ve uğraşlar sıradan ve basit bir görüntü arz ederken bu kültürün etkisinde kalanların hayata bakış açıları, bir genelleme

⁴² Erdoğan, “Popüler Kültürün Ne Olduğu Üzerine”,60.

⁴³ Deniz Aydar, “Popüler Kültür Müzik Üzerine”, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi* 33 (2014): 801.

⁴⁴ Ekmel Geçer, *Medya ve Popüler Kültür* (İstanbul: Metamorfoz Yayıncılık, 2015), 33.

⁴⁵ Geçer, *Medya ve Popüler Kültür*, 228.

yapmak yanlış olsa da, genellikle entelektüel birikimden yoksun ve yüzeysel olmaktadır. Hayat artık daha az üretim ve daha çok tüketim üzerine kurgulanmakta “tüketim var olmanın nedeni” olarak anlaşılmaktadır.⁴⁶ Bu şekilde oluşan var oluş hissi insanları sürekli alışveriş yapmaya iteklemekte ve böylelikle toplumda yer alan kitleler tektipleşerek yeniden oluşum sürecine girmektedir.

1.1.5. Elit Kültür (Seçkin Kültür)

Elit kültür ile ilgili literatüre bakıldığında zaman zaman seçkin kültür, yüksek kültür, üst kültür, sosyete vb. gibi adlandırmalar yapıldığını görülmektedir. Bu şekilde adlandırılmaların yapılmasının sebebi bu kültüre mensup, bu kültürün üreticisi veya tüketicisi olan kimselerin halktan değil de üst sosyal sınıfa mensup kimselerin bu sosyal sınıfın içerisinde yer almasıdır.

Elit kültür, 19. yüzyılın ikinci yarısından sonra, kitlesel işçi hareketlerinin artmasıyla işçi sınıfının birtakım demokratik haklar elde etmesi sonucu ortaya çıkmış ve modernizenin değerlerinin yansımından oluşmuştur.⁴⁷

Yüksek kültürün ürünleri resim, heykel, şiir vb. sanat eserleri olup; karmaşık, yaratıcı, estetik bir bağlamda, kurallara uygun ve bilinen bir sanatçı tarafından, seçkin insanlar için üretilmektedirler.⁴⁸ Seçkin kültür adına üretilen ürünler sadece seçkin kültür topluluğuna mensup insanların alabileceği ücrette piyasa sürülmektedir. Bu şekilde markalar maddi boyutta iyi kazanç sağlayarak yayılımını genişletmektedir.

1.1.6. Kent Kültürü

Öncelikli olarak bir yapılaşma dâhilinde meydana gelen kentlerin ortaya çıkışlarına kısaca değinmek gerekmektedir. Kentlerin ortaya çıkışları insanların tarımsal üretime ve yerleşik hayata geçişleri ile kendini göstermiştir. Zaman içerisinde tarımsal üretim yaparak beslenen ve geçimini bu yolla sağlayan insanlar bu alanların yakınlarına kurdukları köylerde yerleşik hayata geçmişlerdir.

⁴⁶ Geçer, *Medya ve Popüler Kültür*, 233.

⁴⁷ Uğur Aydın, *Kültür Kitası Atlası: Kültür, İletişim, Demokrasi* (İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2003), 150.

⁴⁸ Levent Yaylagül, *Frankfurt Okulu'nda Kültür Endüstrileri ve Kitle Kültürü Yaklaşımı Medya, Popüler Kültür ve İdeoloji* (Ankara: Dipnot Yayınları, 2008), 131.

Yerleşik hayatın bu ilk evreleri kentlerin kuruluş ve ortaya çıkışına neden olmuştur. Kentleşme sürecinin başlangıcı ise genellikle uygarlığın başlangıcı ile kabul edilmektedir.⁴⁹

Kent kültürü başlığı adı altında ise bugün var olan kentlerin sosyal yapısı genel hatlarıyla bu alanda incelenmeye çalışılacaktır. Günümüzde kent modern, çağdaş, görsel olarak daha güzel, temiz, güvenli her alanda daha fazla olanaklara sahip ve daha fazla çeşitliliği bünyesinde barındırabilen bir yerleşim alanı olarak düşünülmektedir. İnsanlara göre kent küçük yerleşim yerlerine göre üstün ve farklı olanaklar sunan yerleşim alanı olarak algı yaratmıştır. Bu doğrultuda kentte toplumsal ilişkiler iyi, kültür seviyesi oldukça yüksek ve yaşayan insanlar orta sınıftan ve üstün yaşam standartlarına sahip kişiler olarak görülebilmektedir. Aynı zamanda kentte verilen hizmet kalitesinin üstünlüğü de diğer yerleşim alanlarına göre çok daha yüksektir. Bu perspektif açısından bakıldığında zaman kentler insanlar için aynı zamanda üstünlüğü tartışılmaz bir kültür merkezidir. Basın yayın kuruluşlarının faaliyetlerinin de kent merkezine odaklaşması ve her türlü sosyal ve eğlence faaliyetlerinin zenginliği birlikte ele alındığında kent yaşamının kurumsal, yapısal ve kültürel yönlerden farklılıklarına ve üstünlüğüne dikkat çekilmiş olmaktadır.⁵⁰ Bu şekilde insan yaşamında pek çok kolaylıklar sağlayan kentte yaşayan insanlar “şehirli, kentli” diye tanımlanacaktır. Kentte yaşayan insanların da içine dâhil olduğu kent kültürü kentte yaşayan insanlar etrafında oluşup şekillenecek ve kimlik kazanacaktır.

Kentlere kimlik ve ruh kazandıran ayırt edici unsurların başında kenti hatırlatan imgeler ve öğeler gelir. Meydanlar, doğal varlıklar, parklar, bahçeler, insani hareketlilik, coğrafi koşullar vb. öğeler de kentsel kimliğin oluşumunda önemli etkenlerdir. Tarihin ve coğrafyanın yanında şehrin kültürel ve sosyal aktiviteler bakımından ne noktada olduğu kent kimliğini belirleyen önemli bir

⁴⁹ Elvan Çelikutuş, *İzmir Özelinde Kent Kültürü Açısından Yerel Yönetimler ve Sanat* (İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2004), 6.

⁵⁰ Zekeriya Nas, *Üniversitelerin Kent Kültürüne Etkileri ve Bir Uygulama: Yüzüncü Yıl Üniversitesi - Van Örneği* (İstanbul: Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2000), 24-25.

faktör olarak karşımıza çıkar. Doğal ve kültürel öğelerin bir araya gelmesi ile biçimlenen kentler onu oluşturan parçalardan farklı nitelik taşıyan bütünlerdir.⁵¹

Bu çalışma bünyesinde incelenecek olan Rize şehrinin gerek coğrafi konumu ve önemi, insanların geçmişten bugüne değin gelirken beraberinde getirmiş oldukları somut ve soyut kültür unsurları kent kültürü oluşumunda önemli bir yere sahiptir. Yöre halkının yaşam biçimleri, hayata karşı olan duruşları, bakış açıları ve pek çok daha kendilerine özgü olgular geniş kapsamda bu şehrin kent kültürü oluşumunda önemli etken özellik olarak yer almaktadır.

1.1.7. Maddi / Somut Kültür

Maddi kültür esasen taşınabilen ve dokunularak algılanabilen bir şeydir ve dolayısıyla beşeri kültürel pratiğin bir bileşeni olan fiziki, maddi bir varoluşa sahiptir. Ayrıca medya ve reklamcılık yoluyla harekete geçilen tüketim arzusunun zihinsel ya da kavramsal boyutlarını vurgulayan çağdaş tüketim çalışmalarıyla uyumlu şekilde, maddi kültür terimi görülerek algılanan şeyleri de kapsar. Maddi kültürün zihinde bu şekilde canlandırılabilmesi fantezi ve arzuların hayali dünyasına girme imkânı tanır. Böylece zihinsel düzlemde nesnelerle oynanabilir ve tüketim nesneleri için canlı tutulan arzusun temelinde bulunan hayaller ve hoşagiden dramalara dönüştürülebilirler. Maddi kültürün nesneleri kültürel açıdan güçlüdür. Çünkü fiziki ve zihinsel manipülasyonu pratikte birbirine bağlıdır.⁵² Zihnin altında yer alan kültür var olan bir nesnenin biçimlenmesinde önemli rol oynar yani zihinsel yönetmeler nesneyi oluşturur ve biçimlendirir. Bu şekilde fiziksel ve zihinsel manipülasyonun pratikte var olan bağlılığını gözlemlemek mümkün olacaktır.

Objeler vasıtasıyla bir toplumun sosyo-ekonomik ve kültürel yapılarını anlamaya ve yorumlamaya çalışan maddi kültür, tarih, antropoloji, sosyoloji, sanat tarihi, arkeoloji ve müze bilimi gibi pek çok bilim dalıyla yakından ilgili olan disiplinler arası bir araştırma alanıdır. Kültürün somut kanıtlarına odaklanan maddi kültür ile ilgili araştırmalarının geçmişi 19.yüzyıla kadar

⁵¹ Nevzat Şimşek, *Kent Kültürü ve Kamusal Alanda Heykel* (Erzurum: Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2014), 46.

⁵² Lan Woodward, *Maddi Kültürü Anlamak*, çev. Ferik Burak Ayder (İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları, 2016), 23.

*dayanmaktadır. Bu alandaki araştırmalar, önceleri daha çok etnografik araştırmalar içerisinde örtülü olarak ele alınmıştır. Bugün halkbilimi disiplinde de önemli araştırma alanlarından biri olan maddi kültür, özellikle 1990'lı yılların sonlarından itibaren dünya halkbilimcilerinin araştırmalarında geniş bir yer tutmaya devam etmiştir. El sanatları, zanaat, giyim-kuşam, mimari, yemek ve mutfak kültürü gibi daha pek çok alanı içeren maddi kültür, çoğunlukla bu alanlardaki objeler aracılığıyla bir kültür içindeki sosyal ve entelektüel ilişkileri kapsamaktadır. Bir obje -halı, keçe, çorap, çini, ev,- aynı zamanda üretildikleri toplumların yaşam biçimlerini, inançlarını ve dünya görüşlerini de yansıtır.*⁵³

Maddi kültür araştırmalarındaki maddi kelimesi kendi ortamları içinde insan eliyle manipüle edilmiş doğal ya da üretilmiş objeleri tarif eder. Araştırmacılar maddi kültür üzerinde çalışırken bir objenin ustası, tarihi, sosyal ve coğrafi yapısı gibi çok çeşitli bağlamlar üzerinde dururlar. Aynı zamanda onlar objenin sözel verilerini de çalışmalarına dâhil ederler.⁵⁴ Yani maddi kültür tek bir disiplin dâhilinde değerdendirilemez sosyal alanlardan pek çok alanla ilişkilendirilip yorumlanması gerekir. Pratikte zihinsel kültürle ortaya çıkan ve şekillenen maddi kültür bu şekilde pek çok disiplini bünyesinde taşıyarak geçmişten geleceğe de ışık tutan bir meta halini alır.

Maddi kültür ürünleri insanların günlük yaşamlarında dolaylı/dolaysız olarak kullandıkları veya karşılaştıkları ürünlerdir. Bu ürünler birer kültürel değer olarak “konuşabilme” özelliğine sahiptirler. Bu nedenle maddi kültür, insanoğlunun doğal çevresi içinde, onun davranışlarını ve düşüncelerini yansıtan sosyo-ekonomik ve kültürel yönleri ve işlevleri bulunan bir kavramdır.⁵⁵ Maddi kültür konusu bu çalışmanın temelini oluşturan önemli bir konu başlığıdır. Bu yüzden ilk önce maddi kültürün ne olduğunu anlamak bu çalışma için önemli bir gerekliliktir. Çalışmanın ikinci bölümüne konu olacak olan halk kültür unsurlarını anlayıp yorumlamak temel olarak maddi kültürün varlığının bilincinde olup onu anlamaktan geçmektedir.

⁵³ Süheyla Sarıtaş, “ Halk Biliminde Maddi Kültüre Teorik ve Metodolojik Yaklaşımlar”, *Milli Folklor Dergisi* 122 (2019): 29.

⁵⁴ Sarıtaş, “ Halk Biliminde Maddi Kültüre Teorik ve Metodolojik Yaklaşımlar”, 32.

⁵⁵ Sarıtaş, “ Halk Biliminde Maddi Kültüre Teorik ve Metodolojik Yaklaşımlar”, 33.

1.1.8. Kùltür Turizmi

Turizm günümüzde dünyanın en hızlı gelişen ve sürekli güncellenen sektörlerinden birisidir. Tarihin çok eski dönemlerinden itibaren insan farklı amaçlar doğrultusunda bulunduğu yerden başka yerlere gitme gereği duymuş dolayısıyla da temelinde yer değıştirme olan turizm faaliyetlerinin ilk örneklerini oluşturmuştur. Eski çağlarda insan hayatını devam ettirebilme dürtüsü nedeniyle yiyecekler bulma, barınaklar yapma, savaş vb. etkinlikler nedeniyle seyahat etmiştir. Günümüzde turizm etkinliklerinin içerikleri incelendiğinde yukarıda sıralanan gerekçeler turizm faaliyetlerinin çok azının nedenini oluşturmaktadır. Teknoloji alanında özellikle de ulaşım sektöründeki gelişmeler işçi sınıfının yaşam şartlarında meydana gelen iyileşmeler turizm faaliyetlerinin daha geniş bir alana yayılmasında önemli bir rol oynamıştır.⁵⁶

Her yıl bir milyardan fazla insanın yaşadıkları ülkelerden dışarıya çıkarak turizm faaliyetlerine katıldıkları ve böylelikle turizm hareketinin var olduğu alanlarda büyük bir sosyo - ekonomik gelişme yaşandığı bilinmektedir. Bu gelişme farklı ülkelerde farklı turizm çeşitleriyle gerçekleşmektedir. Kùltür turizmi bu turizm çeşitlerinden birisidir. Kùltür turizmi insanların eğitim seviyelerinin ve kùltürel bilinçlerinin artmasıyla gelişim göstermiştir. Kùltür turizminin gelişim göstermesiyle birlikte kırsal göç azalmış ve turizme yapılan yatırımlar sürdürülebilir kılınmıştır.⁵⁷ Böylelikle de halk bünyesinin oluşturmuş olduğu kùltür unsurları dinamikliğini korumuş ve geleceğe aktarımını sağlamıştır.

Kùltür turizmi günümüzde yükselen bir değerdir. Herhangi bir ülkenin turizm aracılığıyla genel anlamda ekonomide kalıcı güç elde etmesinde, özellikle bölgesel ve yerel kalkınma sağlamasında ayrıca somut ve somut olmayan kùltürel değerlerini koruyarak gelecek nesillere aktarmasında kùltür turizmin çok önemli işlevlerinin varlığından bahsetmek mümkündür. Yine kùltür turizmi sayesinde kùltürlerarası diyalog gelişecek ve kùltürel değerlerin çok yönlü sürdürülebilir kalkınmada söz konusu oldukları yörelere ekonomik getirileri olacak böylelikle

⁵⁶ Koray Altınok, *Ağlasun Kùltür Turizmi* (Ankara: Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2016), 11-12.

⁵⁷ Altınok, “*Ağlasun Kùltür Turizmi*”, 14.

toplumlarda kültürel değerlerin korunup gelecek nesillere aktarılması noktasında bilinçlenme artacaktır.⁵⁸

Öncelikle şu belirtilmelidir ki kültür yalnızca müzeleri, galerileri, gösteri ve sahne sanatlarını, ören yerlerini, somut kültürel mirası değil, somut olmayan kültürel mirası da daha doğrusu yaşam biçimini de kapsar. İkinci olarak kültür yalnızca kentleri değil, kırsal kesimi, köyleri de kapsar. Bunları belirtmek gerekir ki bazı araştırmacılar kültür turizmi kavramını kasaba turizmi, kent turizmi ya da yaratıcı turizm kavramları ile bir tutma eğilimidir. Kültür turizminin iki yönü vardır. 1. Kültür mirası (geçmişe ait olan her şey) 2. Yaşayan kültür (a. Gelenekler, görenekler, folklor, dinsel inançlar, mutfak vb. yaşam kültürü, b. Çağdaş kültür ürünleri, gösteri ve sahne sanatları, yaratıcı, kültür endüstrilerinin tüm sonuçları....)⁵⁹

Turizmin kültür gezilerinin pratiğinden gelen bir yaklaşımla şöyle bir tanım yapabiliriz: Kültür turizmi, doğal ve tarihsel kültür varlıklarını, kültürel etkinlikleri ve güncel sanat eserlerini, kültür sanayilerinin sonuçlarını, bazı sosyo-ekonomik olguları turistik bir ortam biçiminde gezginlerin hizmetine sunan bir turizm anlayışıdır. Yalnızca tarihsel olan değil, günceli de kapsayan bir terimdir.⁶⁰ Tarihten aldığı dokusunu güncel yaşamla birlikte gezginlere sunar.

Turizmde tanıtma gerek yurt içinde ve gerekse yurt dışında insanların ilgilerini bir ülkenin bölgenin veya turistik bir istasyonun mal ve hizmetleri üzerine çekmek için belge vermek, eğitmek, telkinde bulunmak, bellekte bir imaj yaratmak ve bir inanç meydana getirmek suretiyle turistik mal ve hizmetlerin satın alınmasını kolaylaştıran sosyal, psikolojik, sosyal, kültürel ve ekonomik bir çıkara yönelik etkinlik araç ve teknikleri içeren bir iletişim olayıdır.⁶¹

Yörenin geleneksel yemekleri de kültür turizminde etkin rol oynamaktadır. Bu çalışmanın sahasını kapsayan yöresel yemeklere bakıldığında yemek faktörünün önemi anlaşılmaktadır. Halk kültür unsuru olarak ele alınacak olan yöresel yemekler bölge turizmi açısından oldukça önemlidir. Gezginlerin

⁵⁸ Altınok, “*Ağlasun Kültür Turizmi*”, 14.

⁵⁹ Faruk Pekin, *Çözüm: Kültür Turizmi* (İstanbul: İletişim Yayınları, 2011), 150.

⁶⁰ Pekin, *Çözüm: Kültür Turizmi*, 150.

⁶¹ Bahattin Rızaoğlu, *Turizmde Tanıtma* (Ankara: Detay Yayıncılık, 2004), 73.

sadece yöresel gıdalar için bile çıktığı yolculuk serüveninde bu gıdalar gezginlerin doyum hazzına eşlik etmektedir. Çalışma sahasının içinde yöresel gıdalarla yapılan “mıhlama, muhlama” yemeği bölgeye dışarıdan gelen gezginlerin ilgi odağı olduğu lezzetler arasında yer almayı başarmıştır.

Sadece kültür anlamında değil doğa aktiviteleri anlamında da çok önemli bir merkez olan Rize sadece Türkiye’nin değil Avrupa’nın da bir dağ yürüyüşü merkezi olma potansiyeline sahiptir. Çünkü dünya üzerinde ve Türkiye genelinde en önemli patikalar hala köyden göç olması, hayvancılığın azalmasına rağmen hala yaşayan patikaların çoğu Rize sınırlarında yer almaktadır.⁶²

Tarihi geçmişe oldukça eskilere giden Rize yaylaları bölgede yaşayan insanların yılın belli dönemlerinde yaşamsal alanı olarak kullanılan yerlerdi. Son yıllarda yaylacılıkla uğraşanların hayvancılığı bırakıp şehir hayatını tercih etmesiyle beraber yaylalar dönüşüm sürecine girmiştir. Önceki yaşam şekline farklı olarak buranın turizm mekânları oluşmuştur. Yaylalar yeni halleriyle bölgenin, ülkenin hatta dünyanın hizmetine sunulmuştur. Bölgeye mahsus olan turizm potansiyelini daha çok artırma adına yapılması gerekenler şunlardır: yaylalara gelen yerli ve yabancı turistleri arttırmak için yaylalar özgün halleriyle bırakılmalıdır. Bunun için yollar yaylaların içine kadar değil yakınlarına kadar götürmelidir. Yayla turizmi aktivitelerinde hizmet sunmak üzere yeteri kadar otel, pansiyon ve kamp alanları yapılmalı fakat yeni inşa edilecek yapılar mevcut yayla evlerinin, yaylaya yürüyüş mesafesinde olacak şekilde yaylanın dışında bir yere kurulmalıdır. Yayla evleri turizme açılarak yerel halkın iştiraki sağlanmalı, yayla içindeki evlerde ticari faaliyetler canlandırılmalıdır.⁶³ Günümüzde bungolav evler konaklama tesislerinin artmasına neden olmuştur.

Kültür ekonomisi, girdisi yaratıcı ve kültürel emek olan, çıktısı ise fikri mülkiyet hakları ile korunan ürünler, eserler, etkinlikler ve ürünlerin tüketici ile buluşmasını sağlayan endüstriler toplamıdır. Kültürün ekonomik bir faaliyet alanı olarak görülmesi onun değerini düşürmemekte tam tersine kültürün ekonomik değeri onların iletişim değerlerini ve etki alanlarını artırmaktadır. Kültür

⁶² Ali Sait Albayrak, *II. Rize Sempozyumu: Turizm* (Ankara: Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Yayınları, 2017), 48.

⁶³ Albayrak, *II. Rize Sempozyumu: Turizm*, 451-452.

ekonomisi öz değerleri ve yerli kazanımların dünyaya açılmasını sağlamaktadır.⁶⁴ Bu şekilde evrensel kültür tanımlamaları da zamanla gelişecektir.

Ekonomi biliminin bir alt dalı olarak nitelendirilen kültür ekonomisi kavramı, “Journal of Cultural Economics” tarafından; iktisadi analiz uygulamalarının özel ya da kamusal olarak sahip olunan kültür sektörleri, kültür mirası ve sanatsal uygulamaların tümüne uygulanması olarak tanımlanmaktadır. Buna göre kültür ekonomisi faaliyetlerinin temelini, kültür sektörünün iktisadi organizasyonu ve sektörde yer alan tüketicilerin, üreticilerin ve devletin davranışları ile ilgili olduğu belirtilmektedir. Birleşmiş Milletler, kültür ekonomisini; kamu veya özel sektör tarafından kültürel mirasa, yaratıcı sanatlara ve kültürel endüstrilere yönelik olarak gerçekleştirilen tüm ekonomik faaliyetler olarak tanımlamaktadır.⁶⁵

Kültür bir toplumun maddi ve manevi mirasıdır. Son dönemde gelişen üretim-dağıtım ve satış ağıyla bir piyasa haline gelmiş ve “kültür ekonomisi” olarak anılmaya başlamıştır. Kültürün ekonomik etkilerinin keşfedilmesiyle bu piyasa giderek büyümüş ve bu kapsamda değerlendirilebilecek çok fazla alt sektör olduğu için uluslararası anlamda çeşitli sınıflandırmalara gidilmiştir.⁶⁶

Kültür ekonomisi, ilk olarak TÜİK raporlarında “Kültür İstatistikleri” başlığı altında kitap sayısı, gazete ve dergi sayısı, halk kütüphanelerindeki kitap sayısı ve halk kütüphanelerinden yararlananların sayısı, opera-bale ve tiyatro faaliyetleri, müze ve ören yerleri ziyaretçi sayısı, gösterime giren film sayısı ve film seyirci sayısı şeklinde yayınlanmıştır. Bu veriler 1960-70’li yıllardan günümüze kadar olan süreci kapsamaktadır.⁶⁷

Kültür ekonomisinin alt sektörleri anlamında kabul edilmiş tek bir sınıflandırma bulunmamaktadır. Bazı kaynaklarda kültür ekonomisi/endüstrisi olarak geçerken bazı kaynaklarda yaratıcı ekonomi/endüstri olarak geçmektedir.

⁶⁴ Doğan Uysal, Volkan Alptekin, Filiz Erataş, “ Türkiye’de Kültür Ekonomisinin Gelişimine Yerel Bir Bakış”, *Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*1/2 (2013): 25.

⁶⁵ Adnan Pamukçu, *Geleneğin Kültürel Ekonomik Değere Dönüşümünde Cumalıkızık Örneği* (Ankara: Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2015), 24.

⁶⁶ Hikmet Yorulmaz, *Kültür Ekonomisi ile Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki: Türkiye Örneği* (Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2018), 126.

⁶⁷ Yorulmaz, *Kültür Ekonomisi ile Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki: Türkiye Örneği*, 61.

Burada konuyu ne şekilde ele alacağımız önemlidir.⁶⁸Bu çalışmada kültürün ekonomik değerinin tartışması yapılacaktır.

UNESCO (Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü) kültür ürünlerini esas almakta ve kültürel ürünlerin öz değerleriyle ilgili sınıflandırmalar yapmaktadır. UNESCO'ya göre kültür ekonomisi; kültürel alanlar ve ilgili alanlar olmak üzere ikiye ayrılmıştır. Kültürel alanların kapsamına kültür döngüsü (kültürün üretilmesi ve yayılması) içinde bulunan bütün kültürel faaliyetler ve mal hizmetler girmektedir. İlgili alanlar ise kültür tanımının rekreasyona ve sosyal faaliyetlerle genişletilmesi yoluyla oluşmaktadır.⁶⁹

Genel olarak incelendiğinde kültürel alanlar; kültürün direkt olarak üretildiği ve pazarlandığı yerdir. İlgili alanlara bakıldığında ise turizm, spor ve eğlendiren alanlar yer almaktadır. Bu alanlar kültür üretimini doğrudan yapmayıp daha çok kültürün üretimine katkıda bulunan ve kültürle sürekli olarak ilişki içinde olan alanlardır.⁷⁰

Kültürel ekonomi veya kültür ekonomisi gibi ifadeler özellikle son çeyrek asırda ortaya çıkmaya başlamaktadır. Kayıt dijital teknoloji, görsel-işitsel, medya, bilişim, turizm gibi yaşamı dönüştüren çeşitli kültür endüstrisi ve sektörün yaşamı dönüştüren hızlı ve köklü değişikliklerde etkisi büyük olmaktadır. Toplumların hızla elektronik, sanal ve dijital kültür bağlamlarına geçişi, belirtilen dinamiklerin ve hizmetlerle aktörleri de yanında getirmektedir. Mevcut kültürel bellek; hızla elektronik, sanal ve dijital ortama aktarılmaya başlanmaktadır. Kültürel yaratım, aktarım ve tüketim, farklılaştırılmaktadır.⁷¹

Kültür ekonomisi ve endüstrisi, bir taraftan kültürel yayılcılığın ve tek türleşmenin, diğer taraftan da yerli, ulusal, bölgesel ve milli zenginliğin, hazinenin, belleğin dünya çapında aktarılmasını sağladığı bir gerçek olmaktadır.⁷²Yani yerli kültürden beslenen ve ortaya çıkan ürün endüstrileşerek

⁶⁸ Yorulmaz, *Kültür Ekonomisi ile Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki: Türkiye Örneği*, 46.

⁶⁹ Yorulmaz, *Kültür Ekonomisi ile Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki: Türkiye Örneği*, 47.

⁷⁰ Yorulmaz, “Kültür Ekonomisi ile Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki: Türkiye Örneği”, 49.

⁷¹ Nebi Özdemir, *Kültür Ekonomisi ve Yönetimi* (Ankara: Hacettepe Yayınları, 2012), 12.

⁷² Özdemir, *Kültür Ekonomisi ve Yönetimi*, 34.

çoğalmıştır ve ekonomik kaide amaçlı piyasada kendine yer edinmiştir. Bu şekilde pazarda kendine yer bulan kültürel ürün tüketilerek yaygınlaşmayı sağlayacaktır.

Son yıllarda turizmde gerçekleştirilen tüm aktiviteler kültürün ve dolayısıyla kültür ekonomisinin bir parçası hâline gelmiştir. Özellikle dünyada son 20 yıl içerisinde kültürel miraslar ve bu mirasların sektör olarak algılanmaya başlaması “kültür ekonomisi” gibi yeni bir kavramın ve çalışma alanının açığa çıkmasına sebep olmuştur.⁷³

Çalışmada işlenecek olan kültür unsurları Rize’nin yerel turizminde de etkili olan kültürel unsurlardır. Çalışmanın devamında ayrıntılı olarak işlenecek Rize kültür unsurlarına turizm aktivitelerinde bolca yer verilerek şehre gelen turistlere yerel bir şölen yaşatılacaktır. Şehre gelen turistler şehrin kültürel yapısından etkilenecek şehirden ayrılacak bu şekilde şehrin kültür yapısı turistlerde etki bırakarak yayılmacı özelliğini ortaya koyacaktır. Şehre gelen her turistinin şehirdeki kültür varlıklarını almasıyla da kültür ekonomisi devreye girecek ve kültür ürünlerinin yayılım alanını genişleyecektir.

Son dönemlerde dünyada anakent özelliğe sahip pek çok kent, kültürel değerlerini ön plana çıkararak pazarlamaya başlamıştır. Kültürel değerlerin başında bahsi geçen kentlerin yöresel gıdaları gelmektedir.⁷⁴ Çalışmanın ikinci kısmında işlenecek olan “mıhlama, muhlama” yemeği de Rize yöresi adına önemli bir yöresel gıda olarak yer alacaktır.

Kültür ekonomisi içerisinde yer alan tüm kültürel faaliyetler, birbiriyle etkileşim halinde olan bir değer zincirinin parçaları olarak tarif edilmektedir. Yaratıcı süreçlerin nihai ürünü olan kültürel yaratım tek olma özelliği taşımaktadır. Üretilen bu özel kültürel ürünün tüketiciye ulaşma süresinde tüm ekonomik yapılanmalarında olduğu gibi toptan ya da parkende otomatik süreçler devreye girmektedir. Ürünün tüketiciye ulaştıktan sonra geçirdiği katılım ile de bu alandaki yaratıcılık yeniden beslenerek kültürel bir değişim meydana gelmekte ve

⁷³ Kübra Kaya Terme, *Çikolatanın Tarihinde İsviçre ve İsviçre Kültür Ekonomisinde Çikolata* (Ankara: Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2019), 77.

⁷⁴ Kaya Terme, *Çikolatanın Tarihinde İsviçre ve İsviçre Kültür Ekonomisinde Çikolata*, 150.

bu durum değer zincirinde kültürel bir döngünün oluşmasına da neden olmaktadır.⁷⁵

Kültürel sektörlerin ekonomik önemi son yıllarda Türkiye’de de anlaşılmış olmakla birlikte, bu sektörlerin ülke ekonomisine katkısına ilişkin çalışmaların sayısı oldukça azdır. *Türkiye’deki kültürel sektörlerin ülke ekonomisine katkısına dair analiz içeren başlıca çalışmalar şu şekilde sıralanabilir: İstanbul Kültür Ekonomisi Envanteri I ve II, Ankara Kültür Ekonomisi Sektörel Büyüklüklerin Değerlendirilmesi, İzmir Kültür Ekonomisi ve Kültür Altyapısı Envanteri ve İzmir Kültür Ekonomisi Gelişme Strajedisi Projesi, İstanbul Kültür Sanat Vakfı Ekonomik Etki Araştırması ve Study on the Economic Contribution of Copyright Industries in Turkey. (Türkiye’de Telif Hakkı Endüstrilerinin Ekonomik Etkisi Üzerine Çalışma).* Bu çalışmalardan ilk üçü Türkiye’ye dair verileri de içermekle birlikte kent odaklı analizlere ağırlık vermektedirler. İstanbul Kültür Sanat Vakfı’nın çalışması ise yalnızca vakfın kendi etkinliklerinin yarattığı ekonomik etkiye dair bir değerlendirmeyi ortaya koymaktadır. Türkiye’de, ülke ekonomisine etki analizini en kapsamlı şekilde gerçekleştirmiş olan çalışma T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı ve Dünya Telif Hakları Örgütü’nün (WIPO) işbirliği ile hazırlanan “Türkiye’de Telif Hakkı Endüstrilerinin Ekonomik Etkisi Üzerine Çalışma” başlıklıdır. Türkiye’de bu sektörlere yönelik ilk ulusal düzeyli araştırma olması bakımından büyük değer taşımaktadır. Ancak çalışma sanatsal yaratıcılık içeren mücevher, mobilya, tekstil, oyuncak vb. gibi üretim alanlarını da kapsadığından, dünyanın birçok ülkesinde kültür ekonomisi olarak tanımlanan faaliyetler alanından daha geniş bir ve dolayısıyla kültür ekonomisinin ülke ekonomisine katkısıyla ilgili net bir değerlendirme yapmaya olanak vermemektedir.⁷⁶

Kültür ekonomisinin potansiyelinden daha verimli şekilde yararlanılabilmesi ve ülke ekonomisine katkısının artırılabilmesi için bu alanın

⁷⁵Deniz Coşkun Satırcı, *Mekânsal Kümelenme Açısından Kültür Ekonomisinin Kentsel Gelişim Üzerindeki Dönüştürücü Etkisi: İzmir ’de Tasarım Sektörü* (İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2014), 167.

⁷⁶ Funda Lena, *Türkiye’de Kültürel Sektörlerin Ülke Ekonomisine Katkısı* (İstanbul: İstanbul Bilge Üniversitesi Yayınları, 2016), 7-9.

hem arz hem de talep yönünden desteklenmesi gerekmektedir. Destekten kasıt sadece belli miktarlarda finansmanın bu alana aktarılıp sonra sektörlerin kendi hallerine bırakılması değildir. Üretim tarafında, kültürel sektörlerin sürdürülebilir büyümeyi kendi içlerinde gerçekleştirmelerine olanak verecek altyapı ve mekanizmalar oluşturulmalıdır. Tüketim tarafında ise kültür ürünlerinin alıcıları ve potansiyel alıcılarının talep eğilimlerini ortaya koyacak araştırmalar yürütülmeli, yeni talep yaratacak izleyici geliştirme çalışmaları yapılmalıdır. Tüm bunların gerçekleşmesi, üretim tarafında kültürel sektörlerle ayrı ayrı odaklanan, tüketim tarafında ise temelini yerel talep araştırmalarından alan bir kültür politikasının benimsenmesi ve uygulanmasına bağlıdır.⁷⁷

İnanma, gelenek, dönüşüm, endüstri ve usta kavramlarının iç içeliği ve bunların bütüncül bir yapı olan kültürü oluşturması açısından bakıldığında kültürün en alt katmanında ve en üst katmanında usta kavramının bulunduğu görülür. İnanmayı nesneyle, nesneyi gelenekle buluşturan, geleneği kültür endüstrisi alanından gelen taleple dönüştüren ustanın bizzat kendisidir.⁷⁸ Gelenek taşıyıcısı olarak adlandırabileceğimiz ustalara da bu durumda pek çok iş düşmektedir. Geleneği sürdürülebilir kılmak ve aynı zamanda tüketimi noktasında pazarda ilgi çekmek onların birincil görevi olacaktır.

Gelenekselin bilgi belleğinin asırlık gözlem ve deneyimlerin sonucunda üretilmesine ve kontrol edilerek bugünlere taşınmasına karşılık genellikle bilim dışı olarak nitelendiği görülür. Aşağıda örnekleneceği üzere, bilimsel olarak tanımlanan yaşam alanlarında geleneksel bilgi ve deneyim belleğinden etkin bir şekilde yararlanılması, bu açıdan dikkat çekici bir çelişkidir. Bu çelişkinin kökeninde geleneğin, dolayısıyla geleneksel bilgi ve deneyim belleğinin durağan ve kontrol edilmeden korunduğu yanılgısı yatmaktadır. Gelenek, sanıldığı kadar aksine sürekli değişim ve dönüşümlerle var olan canlı ve dinamik bir yapıyı temsil etmektedir. Gelenek geçmişten beslenmekle birlikte gözü bugünde, aklı ise gelecektedir. Diğer bir ifadeyle gelenek, geçmişin özüm senerek bugünün çözümlemesini ve geleceğin tasarlanarak yönetilmesini amaçlar. Ayrıca gelenek

⁷⁷ Lena, *Türkiye’de Kültürel Sektörlerin Ülke Ekonomisine Katkısı*, 61.

⁷⁸ Metin Ekici, “Gelenek, Aktarma, Dönüşüm ve Kültür Endüstrisi Bağlamında Nazar ve Nazar Boncuğu”, *Milli Folklor Dergisi* 101 (2014) : 49.

yeni ürünler, aktörler ve gelenekler yaratarak var olur/gelenekleşir ve kültürün özünü oluşturan ana geleneğe dönüşür. Yaratıcılık ürünü olan gelenek, genel anlamda bireysel ve toplumsal yaratıcılığın da temel kaynağını ve bağlamını meydana getirir.⁷⁹ Bu gelenek kültürü bağlamında ortaya çıkan metalar halk bilimcilerin inceleme konusunu oluşturur. Bu çalışmanın devamında işlenecek olan kültür unsurları özünü geleneksel bilgidен almaktadır.

Bu çalışmaların yanında halk kültür unsurlarının kültür ekonomisi bağlamında incelenip ortaya çıkabilmesi için kaynak desteği alması gerekir. Kültür ekonomisine katkı sağlayacak kaynaklardan biri sponsorluk ve reklam uygulamalarıdır. Kitle iletişim araçlarıyla da ön plana çıkacak olan kültür unsurları daha fazla kitleye ulaşarak yayılacaktır. Günümüzde medya öyle bir konuma gelmiştir ki, etkisi altındaki insanların neyi, nasıl tartışması gerektiğinin yanında, yaşama olaylara sorunlara nasıl yaklaşılması gerektiğini de belirler duruma gelmiştir. Bu bağlamda, medyayı "haber verme, eğitme, eğlendirme, mal/hizmet tanıtma" işlevlerine sahip olarak değerlendirmek yetersiz kalmaktadır. Hatta bu konudaki bazı aşırı olarak nitelenen değerlendirmelerde (Örneğin Güçlü İletişim Araçları Yaklaşımı) iletişim araçlarının, kanı ve inançları biçimlendirecek, yaşam alışkanlıklarını değiştirecek ve bu araçları elinde bulunduranların veya denetleyenlerin istekleri doğrultusunda toplumsal davranışları yöğurabilecek güce sahip oldukları vurgulanmıştır. Medya, yasama-yargı-yürütme erk üçlemesinin dışında, bazen de bunların işlevlerini üstlenen diğer bir güç olarak ortaya çıkmış durumdadır.⁸⁰ Sadece ürün tanıtımı için değil yaşam şekillenmesinde de aktif rol oynayan kitle iletişim araçları halk kültür unsurlarının sadece oluştuğı bölgede tanınmasının dışında çok daha geniş coğrafyalara bilgi aktarımı yaparak kültür unsurunun tüketimini sağlamış olacaktır.

19.asırdan itibaren sosyo-kültürel değişmelerin ivmesini artıran teknolojik gelişmeler daha çok haberleşme ve kitle iletişim alanında meydana

⁷⁹ Nebi Özdemir, "Geleneksel Bilgi ve Kültür Ekonomisi", *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi* 18/1 (2018): 8.

⁸⁰ Nebi Özdemir, "Türkiye'de Halkbilimi/ Kültürbilimi- Medya İlişkisi", *Türkbilig Dergisi* 2 (2001): 113.

gelmiştir. Kitle iletişimi alanındaki teknolojik gelimeler, diğer teknolojik yeniliklerin de tanıtılmasını ve benimsenmesini sağlayarak toplumları daha hızlı ve çok boyutlu olarak etkilemeye ve değiştirmeye başlamıştır. 1860'lı yıllardan sonra gazete ve dergiler, 1930-40'lı yıllardan itibaren radyo ve 1970'li yıllardan itibaren de televizyon Türk toplumsal yaşamını dönüştüren temel dinamikler olarak ortaya çıkmıştır. Sosyo-kültürel değişimde ve yeniliklerin benimsenmesinde kitle iletişim araçlarının etkisi ilk dönemde yazılı medya, birincil sözlü kültüre karşı, toplumun yazılı kültür temelinde yeniden kurgulanması ve iletilmesi amacına sahiptir. 20. asrın ikinci yarısından sonra yazılı medya, bulvar basını kapsamındaki yayınlarıyla içten içe toplumun sözlü ve de görsel kültürde yaşamasında ısrar etmiştir. Yazılı kültürden- sözlü kültüre dönüşüm projesinde medya, daha çok görsel ve işitsel araçlarıyla, ilk dönemdeki ilkesinden farklı bir tavır sergilemiştir.⁸¹

Çok sayıda yerli ve yabancı turistleri ağırlayan çalışma sahası bünyesinde barındırdığı kültürü yayma ve insanların dikkatini çekme noktasında başarılı olmuştur. Bu bağlamda etkin bir pazarlama araştırması yapıldıktan sonra tüketiciye sunulabilecek alternatifler belirlenmeli, belirlenen alternatifler üzerinde örnek çalışmalar yapılmalı, örnek çalışmaların turist beklentilerine cevap verip vermediği gözlemlendikten sonra eksiklikleri giderilerek ürün, turistik ürün olarak pazara sunulmalıdır. Ancak ülkemizde çoğu ürünün herhangi bir ürün geliştirme süreci dikkate alınmadan, daha çok tüketicinin talebi doğrultusunda şekillendiği gözlemlenmektedir.⁸²

Sosyal medyanın bu konudaki dönüştürücü etkisi çok fazladır. Teknolojik alanda ortaya çıkan ve toplumsal hayata giren bir ürün, dil başta olmak üzere yer edindiği toplumda çoğu kültürel alanı doğrudan ve dolaylı dönüştürmeye başlamaktadır. Bu dönüşümde medyanın yaklaşık yüz elli yıllık rolü yadsınamaz.⁸³ İletişim araçlarının çoğalması ile birlikte karşılıklı iletişimin yok

⁸¹ Nebi Özdemir, "Türk Hediyeleşme Geleneği ve Medya", *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*1/4 (2008): 469.

⁸² Ali Türker & İsa Çelik, "Somut Olmayan Kültürel Miras Unsurlarının Turistik Ürün Olarak Geliştirilmesine Yönelik Alternatif Öneriler", *YeniFikir Dergisi* 9 (2012): 94.

⁸³ Süleyman Fidan, *Âşıklık Geleneği ve Medya Endüstrisi -Geleneksel Müziğin Medyadaki Serüveni*(Ankara: Grafiker Yayınları, 2017), 23.

olması, bireylerin sosyal medya iletişimi adı verilen bir alanın oluşturma süreci ve bu süreç içerisinde sosyoloji, psikoloji, siyaset bilimi gibi alanların ilişkilendirilmesi dikkat çekiyor. Geleneksel iletişim teknolojileri ile yeni iletişim ortamları arasındaki ayrımı ve yeni iletişim ortamlarının hitap ettiği alanın toplum/ulus eksenli olmaktan çıkıp nasıl birey odaklı hale dönüştüğünü ve bu dönüşümün üretim ve ekonomi alanında yarattığı yeni sektörün tüm ayrıntıları hakkında fikir sahibi olabiliyoruz. Yeni medyanın yarattığı etkileşim sayesinde edilgen bir izleyici olmaktan çıkan ve içeriğe etki ederek yönetmeye başlayan kullanıcıların iletiden etkilenecek karşı bir etki üretebilen anlık, gerçek zamanlı, eşitlikçi ve demokratik bir ortama sahip olma süreçlerini sosyal bilimlere nasıl adapte edildiğini görüyoruz.⁸⁴

Kültür ve ekonomi, bir bütünün iki parçası gibidir. Farklı endüstrilerin ve taratıcı sektörler gibi alanların özerkleşerek etkinleşmesiyle kültürün yönetilebilir bir ekonomik alan olduğu anlaşılmıştır. Her türlü ideolojik ve duygusal engele rağmen bu sürecin başlaması, öncelikle kültürel araştırmaların farklılaşmasına neden olmaktadır. Yeni kültür bağlamları, yeni sistemleri, araçları, ürün ve hizmetlerle aktörleri de beraberinde getirmiştir. Var olan kültürel bellek hızla elektronik, sanal ve dijital ortama aktarılmaya başlamıştır. Kültürel yaratım, aktarım ve tüketim farklılaşmıştır. Dünyada ve dolayısıyla Türkiye’de kültür ekonomisi kapsamına pek çok ürün, hizmet, faaliyet, kurum, aktör ve sistem dâhil edilmekte ve değerlendirilmektedir.⁸⁵

Kitle iletişim araçlarının gelişmesi ve yaygınlaşmasıyla kültür üretilen ve pazarlanan bir meta haline gelmiştir. Kitle iletişim araçlarını üreten gelişmiş ülkeler, bunları üretmekten yoksun az gelişmiş, üçüncü dünya ülkelerine “medyatik ürünlerle” beraber kültürü de ihraç etmeye başlamışlardır. Dünyada kapitalizmin gelişimi “pazar için üretimi” ortaya çıkarmıştır. Bu ise, üretimi büyüklük olarak artırıp teknolojik gelişmenin önünü açarken, kültürel üretimin ve kitle toplumunun ortaya çıkmasına neden olmuştur. Kitle toplumunun doğması ve gelişmesi beraberinde bu kitlelerin kültürü olan kitle kültürünü doğurmuştur.

⁸⁴ Tolga Kara, *Sosyal Medya Endüstrisi* (İstanbul: Beta Basım Yayım, 2013), 28.

⁸⁵ Kadircan Keskinbora, “Kültür Ekonomisi İçin Bir Model: Dünden Bugüne Mardin”, *Çerçeve Dergisi* 54 (2010): 39.

Ortaya çıkışıyla birlikte bazı seçkin ve seçkinci yaklaşıma sahip olan insanlar, kitle kültürünü yüksek ve ciddi kültüre karşı bir tehdit olarak görmüşlerdir. Kitle iletişim araçları tarafından topluma yayılan içerikler kitle kültürü olmakta ve kitle kültürünü oluşturmaktadır. Oluşumuyla birlikte “Kitle Kültürü” kavram olarak, pazarda, kitlesel olarak tüketilmek için kitlesel olarak üretilen kültürel ürünleri tanımlar duruma gelmiştir.⁸⁶ Tanımlanan bu ürünler tüketiciyle buluşmuş üreticide ve tüketicide ticari bir kaygıyla kendine yer bulmuştur.

Çalışmanın inceleme bölümü olan II. bölümde saha çalışmasının sonucunda edinilen bilgiler ve örnekler daha detaylı bir şekilde işlenecektir.



⁸⁶ Nilüfer Canöz, “Kültür Endüstrisi Ürünü Olarak 14 Şubat Sevgililer Günü “, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 34 (2015): 137.

İKİNCİ BÖLÜM

YÖRESEL KÜLTÜR EKONOMİLERİ BAĞLAMINDA RİZE HALK KÜLTÜR UNSURLARININ İNCELENMESİ

2.1. Yöresel Kültür Ekonomileri Bağlamında Rize ‘de Yiyecek ve İçecek Kültürü

2.1.1. Çay

Ülkemizin başlıca tarım ürünleri sıralamasında tüketim olarak birinci sırada bulunan çay, bölge ekonomisindeki yerini her geçen gün biraz daha vazgeçilmez kılmaktadır. Dünyanın büyük bir kesiminde olduğu gibi ülkemizde de çay vazgeçilmez bir besin kaynağıdır.⁸⁷

Çay bitkisinin Doğu Karadeniz’de, özellikle Rize ili çevresinde yetiştirilebileceği fikri ilk kez Halkalı Ziraat Mektebi Alisi’nin hocalarından Prof. Dr. Ali Rıza Erten tarafından önerilmiştir. Ali Rıza Erten, 1917 yılında Doğu Karadeniz bölgesi ile Batum ve civarında yaptığı araştırma ve inceleme gezisinde, bambu ve narenciye yettiğini görmüştür. İklim şartlarının benzerliğini dikkate alan Erten, Rize ve çevresinde çay yetiştirilebileceğini savunmuş ve ülkemizde çay üretiminin öncülüğünü yaparak adını tarihe yazdırmıştır. 02 Şubat 1924 yılında çıkarılan 407 sayılı kanun ile Rize ili ve Borçka kazasında çay tarımının yapılması konusunda hükümete yetki vermiştir. Verilen bu yetkiyle birlikte ülkemizde çay tarımı resmen başlamış ve çalışmalar bu tarihten sonra büyük bir hız kazanmıştır.⁸⁸ Boş araziler çay bitkisiyle yeşertilmiştir.

Çay tarımının Doğu Karadeniz’de yarattığı gelir artışı başka ürünlerle başaramayacak boyutta olmuş ve halkın hayat standardı üzerinde müthiş iyileşmeler sağlamıştır. Hayat şartları, ekonomik durum ve ortalama insan ömrü bakımından ülke çapında en son sırada olan bir yöre çay sayesinde ön sıralara

⁸⁷ Recep Koyuncu & Yunus Emre Koyuncu, *Çay Bibliyografyası* (Rize: Çınar, Eğitim ve Kültür Yardımlaşma Derneği, 2011), 12.

⁸⁸ Koyuncu & Koyuncu, *Çay Bibliyografyası*, 13.

geçmiştir.⁸⁹ Bu şehrin her alanda kendini geliştirmesi için çay bitkisi kaynak olmuştur.

Dünyanın en büyük çay pazarlarından olan Türkiye’de siyah çay tüketimi Türk yaşam tarzı ve kültürünün ayrılmaz bir parçasıdır. Çay, kahveye nazaran daha ucuz, hazırlanması daha kolay olması nedeniyle kısa sürede yaygınlaşmış ve halkın en sevdiği içecek olmuştur.⁹⁰ Her besinle içilebilecek bir tat zevkinin olması çayı vakitsiz kılmıştır ve günün her saati ve her öğününde tüketilebilecek bir içecek olmuştur.

Türkiye’de çayın özellikle sabah kahvaltılarında yoğun olarak tüketilmesi, çayı gelenekselleşmiş bir içecek maddesi haline getirmiştir. Bu durum, Türkiye’deki çay üreticisi firmalar arasında rekabetin artmasına yol açmaktadır. Dolayısıyla üretim ve pazarlama stratejilerine yön vermek amacıyla ailelerin çay tüketim tercihlerini belirleyen araştırmalara ihtiyaç vardır. Araştırma kapsamında incelenen ailelerde en fazla siyah çay tüketilmektedir. Siyah çay dışında, alternatif içecekler arasında en fazla bitki çayları tercih edilmektedir.⁹¹ Bitki çayları sadece belli kitleye yaşa ve kişiye hitap edebilirken siyah çayı bir ailede yediden yetmişe herkes tüketebilir.

Demlenmesinde, sunumunda, ambalajlanmasında, karıştırılmasında, kısacası çayın tüketimi arttıkça yanında yer alan aksesuarlar da gelişmiştir ve dünyadaki büyük-küçük firmalar, tasarımcılar ve kullanıcıların dikkatlerini çekmektedir. Çay ve etrafında oluşan endüstri çok büyüktür. Toplanmasından paketlenmesine, firmaların özel tanıtım faaliyetlerine, demlendiği demlik veya demleme aparatlarına, yanında kullanılan şekere, yanında yenilen yiyeceklere, demlikte kalan artık çayın bile yeniden kullanılabilir olmasına kadar çay hayatımızda çok önemli bir yere sahiptir.⁹² Rize ekonomisi çay hasadı üzerine

⁸⁹ Ali Rıza Saklı, *Türk Çayının Dünü ve Bugünü* (İstanbul: Kaknüs Yayınları, 2008), 166.

⁹⁰ Serkan Güneş, “Türk Çay Kültürü ve Ürünleri”, *Milli Folklor Dergisi* 93 (2012): 235.

⁹¹ Osman Kılıç & Orhan Gündüz & Gamze Aydın Eryılmaz & Murat Emir, “Çay Tüketiminde Tüketici Davranışlarının Belirlenmesi: Samsun İli Örneği”, *HR. Ü.Z.F. Dergisi* 16/4 (2012): 25.

⁹² Nihan Lafçı, *Çay Kültüründe Değişen Alışkanlıkların Türkiye Örneğinde Ürün Tasarımına Etkileri* (İstanbul: Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2013), 22.

temellendirilirken çayın kullanım alanının gelişmesiyle birlikte pazarda getirisi de artmıştır.

1950'lerden itibaren çay sektörünün gelişmesiyle Rize insanının refah seviyesini yükseltmiş; ekonomik açıdan rahatlayan bölge insanı, eğlenceye ve yeme-içmeye daha çok maddi imkân bulmuştur.⁹³Böylelikle bölgede farklı sektör dalları da gelişme göstermiştir. Pazar tüketimi ve üretimi artmak durumunda kalmıştır.

Rize ekonomisi, çay tarımına ve çay işleme sanayisine dayanmaktadır. İlin ekonomisine ve ticaretine, makinesiz yapılan çay tarımı damgasını vurmaktadır. Türkiye çay sektörünün en büyük ve lider kuruluşu olan Çay İşletmeleri Genel Müdürlüğü de Rize il merkezindedir. Türkiye'nin yaş çay üretiminin üçte ikisine yakını Rize'de yapılmaktadır. İlin sahip olduğu iklim, çay bitkisinde üç sürgün hasadının yapılmasına elverişlidir.⁹⁴ Bazen dört sürgün hasat yapılabilmektedir. Çayın hasatlarının dört sürgün olması bölge ekonomisinde ki hareketliliği arttırmıştır.

Kültür ekonomisi bağlamında yapılan gözlemler doğrultusunda Rize' de çay bitkisinin yöreye sağladığı pek çok ekonomik imkân bulunmaktadır. Bahçede yer alan çay bitkisinin tohumları özel olarak toplanıp satışa sunulmaktadır. Bunun yanında çay çiçeği de özel olarak toplanıp tüketim amaçlı kurutulmaktadır. Son yapılan çalışmalarda çay yaprağından elde edilen un elde edilmiş ve bu un besinlerde yapı malzemesi olarak kullanılmıştır.

Çay sadece tüketilecek bir besin olarak kabul görmemiştir. Çay bu bölgede birçok sektörde kullanılabilir. Örnek olarak çay bahçeleri turizm açısından yöreye önemli derecede gelir sağlamıştır. Yerli ve yabancı turistler çay bahçelerinde fotoğraf- video çekilebilmek için bu bölgeye gelmişlerdir. Bu şekilde dijital platformlarda kendine yer bulan çay bahçeleri ününü geniş coğrafyalara duyurmuş ve beraberinde yöre kültürünü de geniş coğrafyalara yayarak insanlar

⁹³ İhsan Safi & Gülhan Atnur & Damlanur Küçükyıldız, "Dışarıda Yeme Kültürü ve Lokantalar: Rize Örneği", *Mukaddime Dergisi* 11/1 (2020): 131.

⁹⁴ Sibel Sü Eröz & Düriye Bozok, " Çay Turizmi ve Rize İli Potansiyeli", *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*53/3 (2018): 1171.

tarafından tüketilebilir bir meta haline dönüştürmüştür. Bölgenin bahçelerinden çıkarak sofralara gelen çay bir içecek olarak da yörenin reklamını sağlayan başlıca kültür ve tüketim unsurudur.

Bu konuyla alakalı Senseç Müzik Dükkânı İşletmecisi Muhammet Sinoğlu ile görüşme yapılmıştır. Rize çarşısında yapılan saha çalışmasında da çayın bu yöre için olan öneminin mümkün olacağını söyler. Yöre esnafı çay tüketimi ile birlikte kullanılan araç ve gereçlerin de geniş bir pazar oluşturduğunu bu pazarın gelir kaynağı sağladığını ifade eder. Bunun yanında çay bitkisinden esinlenerek ve halkın çay sevgisine dayanılarak üretilen çay kolonyasının da alıcı kitlesinin turistler olduğunu belirtir. Aynı zamanda çay paketlerini koymak amaçlı üretilen çay kutularının da daha da çok bölgeye gelen ziyaretçiler tarafından alındığını, en fazla da yaz aylarında satıldığını belirtir. Bölge de kış aylarında ise üniversite öğrencilerinin bu hediyelik ürünlerden alıp evlerine götürdüğünü bu şekilde tüketim piyasasında hareketlilik sağlandığını söyler. Çay bitkisinden esinlenilerek örnek bir motif olarak üretilen hediyelik ürünlerin ve hediyelik paketlerin öğrenciler tarafından çok sevilip beğenildiğini ve satın alındığını ifade eder. Hediyelik çay paketlerinin üzerinde yazan ‘turist çayı’, ‘hemşin çayı’ gibi adlandırmaların sadece tüketicinin dikkatini çekmek için yazıldığı aynı fabrikanın ürünü olduğu için tat olarak çok fark etmediği söyler. Sadece çayın yetişme ortamında hava farklılığının olabileceği bunun da çayın doğasına ve yapısına lezzet ve hijyenik anlamda olumlu yansıyabileceği söylenmektedir. Dışarıdan gelen tüketicilerin bu farkı çok anlamadığı çay alırken özel fabrikaların çay mayalanma süresini kısa tuttuğu için çok tercih edilmemesi gerektiği bu yüzden ÇAYKUR çaylarının tercih edilerek alınması gerektiğini belirtir.⁹⁵

Bu konuyla alakalı çay içiminin ve çay sevgisinin yöre üzerindeki etkisini göstermek için yörenin sözlü kültür unsurlarından mani örneği vermek mümkündür.

“Odun kesup yapmaktan
Kalmadı bana meşe
Gelen giden çay içer

⁹⁵ Muhammed Sinaloğlu, Kişisel görüşme, 24.02.2020.

Demluk durur ateşe”,⁹⁶

Temel sıvı tüketim ürünü çayın etrafında gelişen pek çok ürün pazarda kendine yer bulmuş ve ekonomik faaliyetlerde aktif rol almıştır. Özellikle bölgeye dışarıdan gelen yerli ve yabancı turistler çayın her çeşidini satın alarak tüketmişlerdir.



Şekil 2. Şehir merkezinde yer alan çay demliği büstü.

Şekil 2’ de Rize’nin merkezi konumlu bir alanında çay demliği simge niteliğinde sembolize edilmiştir. Çayın Rize şehri için olan önemi şehir merkezinde yer alan demlik ve fincan sembolleriyle üç boyutlu olarak halka ve şehre gelen ziyaretçilere sunulmaya çalışılmıştır. Bu şekilde çay besininin önemini vurgulayan bu iki sembol kültür ekonomisi bazında Rize’de çay üretiminin ve tüketiminin önemini halka ve ziyaretçilere vurgular. Şehrin simgesi olarak da şehir merkezinde kendine yer bulur.

⁹⁶ Hülya Civelek, *Karadeniz’de Lezzet Yolculuğu* (İstanbul: İnkılap Kitabevi, 2006), 175.



Şekil 3. Siyah çay dolu bardak.

Şekil 3’te taze demlenmiş çay dolu çay bardağı resmi yer almaktadır. Çay içmek başlı başına bir kültürdür. Çay içme esnasında kullanılan araç gereçler de bu kültürün bir parçası olmuştur. Özellikle kullanılan demlik ve bardakların üretimi ve piyasaya sunumu tüketici taleplerine göre şekillenmiştir. Bu doğrultuda pazarda pazarlanan kültür unsurları tüketici tarafından tüketilmiştir. Sosyal medya kullanıcılarının da keyif pozu olarak paylaştığı dumanı üstünde çay pozları çayı içme eylemiyle birlikte aynı zamanda ‘keyif pozu’ olarak da insanlar tüketmeye başlamıştır. Böylelikle çay içme eylemi geniş kitlelere yayılarak tüketim pazarında kendine yer bulmuştur. Rize kültüründen doğup yetişen ve sofralara gelen çay her birey için temel bir tüketim içeceği olarak işletmelerde yer alır.



Şekil 5. Özel paket çayların bulunduğu hediyelik çay kutusu.

Şekil 5’te peştamal desenli özel yapım kutularda çeşitli çay ürünleri özenle yerleştirilmiştir. Paket içeriğine göre fiyat değişmektedir. Resimdeki kutunun fiyatı 132 TL’dir. Harun Bey’ e özel kutuları daha çok kimler tercih ediyor diye sordüğümüzda bu özel kutuları daha çok iyileşen hastaların doktorlara hediye olarak alıp hediye ettiğini söyler.⁹⁸ Yerli halk tarafından ilgi gören bu özel kutular, tasarımı şık, geleneksel ve sağlıklı ürünler içerdiği için yerli ve yabancı turistler tercih etmektedir.

⁹⁸ Harun Topuz, Kişisel görüşme, 06.09.2020.



Şekil 6. Elek altı çayların bulunduğu özel sandık.

Şekil 6’ da ÇAYKUR Satış Mağazası’ndaki elek altı çay sandığı bulunmaktadır. Elek altı çayın ÇAYKUR Fabrikası’nın ürettiği en kaliteli çay olduğunu Rize dışındaki şehirlerde bu çayın satışının yapılmadığını sadece bu mağazada yapıldığı için tüketici talebinin oldukça fazla olduğunu ifade eder.⁹⁹

⁹⁹ Harun Topuz, Kişisel görüşme, 06.09.2020.



Şekil 7. Yeşil çay pudrası satış reyonu.

Yeşil çayın yapraklarının öğütülmesiyle oluşan ‘yeşil çay pudrasının’ kullanım alanı geniştir. Harun Bey bu çayın Japonların Maça çayıyla aynı özellikte ve tatta olduğu bilgisini aktarır. Bu çayın ÇAYKUR Fabrikası’nda üretildiğini, kullanımının çok geniş olduğunu ve bu çayın suyla karıştırılıp, köpürtülüp içilebildiğini ve pastalarda, keklerde yapı malzemesi, aroma olarak kullanılabildiğini söyler. Aynı zamanda bu çayın dondurma ve makarna yapımında da kullanıldığını belirtir. Bu çayın bir paketinin 150 gr olduğunu 36 TL ye satıldığını ifade eder. Bu çayı zayıflamak isteyen ve sağlığına dikkat etmek isteyen bayanların gelip aldığını yerli yabancı turistlerin bu çayı aldığını ve kargo yoluyla İstanbul, Ankara, Bursa gibi büyük şehirlere gönderildiğini söyler. Mevsim olarak Mayıs ve Ağustos aylarında çok fazla satışı yapıldığını, Rize’yi kalkındıran çayın kültür ekonomisine de katkısı olduğunu belirtir.¹⁰⁰

¹⁰⁰ Harun Topuz, Kişisel görüşme, 06.09.2020.



Şekil 8. Beyaz çay satış reyonu.

Harun Bey beyaz çayın en özel çay olduğunu, çay yaprağının açmamış filizlerinin tek tek elle toplandığını geniş arazilerden az miktarda toplanabildiğini toplama işleminin de zor ve zahmetli olduğunu söyler. Bu şekilde zahmetli olmasının çayın fiyat değerinin arttırmaya neden olduğunu ifade eder. Bu çayın pek çok hastalıktan kanser hastalığına kadar faydası olduğunu tüketim şekli olarak ise sıcak suyla dolu olan demliğe bir iki tomurcuk atıp bekletildikten sonra tüketilebileceğini söyler. Tansiyon, kolesterol, cilt, diş hastalıkları vb. pek çok hastalığa iyi geldiğini bu nedenle sağlığına dikkat eden bayanların bu ürünü tercih ettiğini söyler. Bu çayı dışarıda bulmanın zor olduğunu bu yüzden gelip buradan temin ettiklerini belirtir.¹⁰¹ Yöre adı beyaz iksir olan bu çayın kutu fiyatı 80 TL'dir ve diğer çaylara göre pahalıdır.

¹⁰¹ Harun Topuz, Kişisel görüşme, 06.09.2020.



Şekil 9. Bakır çaydanlık seti.

Çayı pişirme ve çayı içme esnasında kullanılan araç gereçler de yöre piyasasında geniş bir pazar oluşturmaktadır. Çayla birlikte satılan demliklerin, kaşıkların, bardakların yanında ağır döküm metal olan bakır semaverlerin çokluğunu piyasada gözlemlemek mümkündür. Geniş kitlelerce alınıp satılan bu bakır semaverler tüketicinin yoğun talebi üzerine pazarda kendine yer bulmuştur. Aynı zamanda yöre işletmelerinde de semaver çaydanlık sıklıkla kullanılmaktadır. İşletmelerde semaverin büyüklüğüne göre fiyatlandırma yapılmaktadır. Küçük, orta, büyük olarak üç şekilde sınıflandırılan semaverlerin küçükten büyüğe doğru fiyatları artmaktadır. Özellikle işletmelerin kahvaltı servislerinde kullanılan semaver çaydanlıklar müşterilere görsel olarak da lezzet olarak da mutluluk veren keyif ürünleridir.



Şekil 10. Çeçeva köyünde turizme açık ünlü çaylık alanı.

Çay bahçeleri bölge kültürü için önem arz etmektedir. Son zamanlarda dijital platformlarda özellikle de sosyal medya paylaşımlarında çok fazla fotoğraflara konu olan bir yerdir. Böylece zamanla yolu düşen misafirler tarafından sıklıkla ziyaret edilen alanlar haline gelmiştir. Rize-Çayeli ilçesinde yer alan Çeçeva köyünde bulunan bu çaylık dünyanın her tarafından ziyaretçilerin uğrak yeri haline gelmiştir. Çaylık içerisinde çekilen manzara resimleri sosyal platformlarda büyük ilgi görmüştür. Bu çaylıkta çekilen manzara resimleri geniş kitlelerin tüketim unsuru olmuştur. Bu bağlamda bölge ekonomisine katkı sağlayan bu çaylıklar hem yöre kültürünü ve coğrafyasını tanıtmış hem de bölgenin turizm tanıtımlarına katkı sağlayarak müşteri çekmiştir.



Şekil 11. Çay bardağı görünümündeki magnet.

Şekil 11’ de yer alan çay bardağı resimli buzdolabı hediyeliği bölgenin en birincil hediyelik eşyaları arasında yer alır. Kültür ekonomisine en fazla katkı sağlayan ürünler arasında bulunan bu magnetler yediden yetmişe herkese hitap eder ve geniş bir alıcı kitlesi vardır. Yörede bu ürüne benzer çok fazla hediyelik eşya bulunmaktadır. Çay bardağı şeklinde tasarlanan duvar saatleri de buna en güzel örnek olacaktır. Saat, magnet, ev süsü, anahtarlık formatında çok fazla şeklini görebileceğimiz çay dolu bardak resimleri kültür ekonomisi konusunda örnek gösterilebilecek en iyi somut örnekler arasında yer alır.



Şekil 12. Yeşil çay kolonyası.

Kültür endüstrisi bağlamında gelişen teknoloji etkisi ile seri üretime geçmiş ve tüketiciye sunulmak üzere ticaret alanında Rize’de kendine önemli yer tutmuş çay kolonyaları satış reyonlarında yer almaktadır. Çay kolonyası bölgenin en önemli bitkisini konu alarak üretilmiştir. Laboratuvar ortamlarında yapılan çalışmalar sonucunda üretilen bu kolonyalar şehir dışından gelen ziyaretçilere farklı bir deneyim yaşatır. Müşterinin daha önce hiç görmediği kokuyu bir ilk olarak Rize’de görmeleri bu şehri özel kılar. Böylelikle yeşil çay bitkisinin Rize’de ne kadar geniş bir endüstri alanını kapsadığı kanıtlanmış olur.

2.1.2.Hamsi

Hamsi Karadeniz mutfak kültürüyle bütünleşmiş lezzetlerin başında yer alan bir üründür. Halk tabiriyle “denizin kuru fasulyesi” olarak adlandırılan hamsi Rize mutfağında her mevsim sofrada yerini alan bir yiyecektir. Doğu Karadeniz kültürünün birçok ögesinde yani üretim, mutfak, şifa ve uğur inançları, halk edebiyatı, halk oyunlarında hamsinin tuttuğu önemli yer, Doğu Karadeniz’in, Türkiye’nin toplam balık ve hamsi üretiminde tuttuğu yerin önemi dolayısıyla ve hamsinin bütün ülke mutfağında gittikçe büyüyen bir paya sahip olmasıyla daha

da dikkat çekici olmaya başlamıştır.¹⁰² Bu bağlamda hamsi balığının ülke sınırlarını da çoktan aştığı görüşünü geliştirebiliriz.

Karadeniz halkının lakaplarına varana kadar bir yaşam biçimi haline gelmiş hamsi balığı, Türk kültüründeki önemi onu balık çeşidinden çıkarıp neredeyse mitolojisi olacak kadar önemli bir noktaya getirmiş durumdadır.¹⁰³ Böylelikle hamsi sadece besin kaynağı olarak değil edebiyat ve kültür alanlarında da çokça tüketilen yani metinlere konu olan şiirlerde adı geçen romanlarda yüzen bir meta olmuştur.

Türk Edebiyatı'nın Divan şairlerinden olan Hamamizade İhsan'ın Hamsiname eserinde de hamsinin Karadeniz insanı için olan öneminden bahsedilmiştir. Hamamizade'nin en meşhur eseri olan bu eser, edebiyat çevreleri dışında da büyük ilgi görmüş, hakkında birçok yazı yazılmıştır. Eserde Karadeniz halkının simgesi kabul edilen hamsi çeşitli yönleriyle ele alınarak incelenmiş, "Hamsinin Edebiyattaki Yeri" bölümünde birçok manzum-mensur ve mizahi örneğe yer verilmiştir.¹⁰⁴

Hamsi üretim ve tüketimiyle, gerek balıkçılık sektöründe gerekse mutfağımızda, geçmişte olduğu gibi günümüzde de birincil deniz ürünü olma özelliğini sürdürmektedir. Karadeniz'in simgesel besini hamsi, kendi coğrafyasında balıktan farklı bir tür gibi algılanır. Karadeniz'in lezzetli ürünleri mezgit, istavrit, sargan, palamut, barbun, kalkan gibi balıklar "balık"tır ancak hamsi "hamsi" dir¹⁰⁵. Yani hamsi türü diğer balık türlerinden ayrı tutulur. Yöre kültüründe de hamsi hiçbir zaman bir balık karşılığını almaz.

Hamsi yemeklerinin çoğu taze hamsiden yapılmaktadır. Hamsi avının yapıldığı kış aylarında taze olarak tüketilen hamsi av mevsimi dışında yani bahar ve yaz aylarında da hamsi sofralarda farklı çeşitleriyle sofralarda yer alır. Bunun yolu salamura hamsiden geçmektedir. Karadeniz Bölgesinde hamsi bol çıktığı ve

¹⁰² Kudret Emiroğlu & A. Cemal Saydam & Nihal Kadioğlu, *Hamsi Kurban O Göze Deniz Tarih ve Mutfak Kültürü* (İstanbul: Heyamola Yayınları, 2008), 7.

¹⁰³ Fatih Yıldırım, *Balık Lokantalarında Müşteri Tercihinde Hamsinin Yeri ve Önemi* (Ankara: Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2019), 33.

¹⁰⁴ Mehmet Sait Çalka, "Nüktedan Şair Hamamizade İhsan ve Divanındaki Mizahi Manzumeleri", *Karadeniz Araştırmaları Dergisi* 53 (2017): 192.

¹⁰⁵ Emiroğlu & Saydam & Kadioğlu, *Hamsi Kurban O Göze Deniz Tarih ve Mutfak Kültürü*, 129.

ucuz olduğu dönemde bolca alınıp tuzlanarak saklanır.¹⁰⁶ Saklanan bu hamsilerle pilavlar ve hamur işleri yapılır.

Hamsi kültür ekonomisi bağlamında ele alındığında piyasa genelinde yadsınamaz bir yayılma ve etki göstermektedir. Yörenin kültürüne derinlemesine işleyen bu kültür unsuru sadece yemek olarak tüketilen bir unsur değildir. Hamsi yöre kültüründe her anlamda tüketilen bir meta haline gelmiştir. Bunu çalışma sahasının pazarında gözlemlemek mümkün olacaktır.

Rize’ de yapılan derlemede Et ve Balık Dünyası İşletmesi balık aşçısı Kerim Bey ile görüşme yapılmıştır. Doğu Karadeniz hamsisinin onuncu ayın ortalarında tezgâhlarda kendine yer bulmaya başladığını söylemektedir. Hamsi döneminde çalışmakta olduğu işletmede günlük ortalama bir ton hamsinin satıldığını ifade etmektedir. Kerim Bey hamsi fiyatının ise günlük olarak değiştiğini söylemektedir. Hamsinin sabit bir fiyatı olmadığını az çıkarsa hamsinin fiyatı pahalı olduğunu çok çıkarsa ucuz olduğunu, hamsiyi her yaştaki insanın tüketebileceğini, hamsinin şoklama işlemi görerek şehir dışına satıldığını söyler. Hamsinin yaz aylarında tuzlaması yapıldığını ve bu şekilde yaz aylarında buğulaması ve ekmeğinin tüketildiğini, hamsinin akıllara gelen ilk yapım şeklinin ise ‘hamsi tava’ sonrasında ise ‘hamsi ızgara’ olduğunu, hamsinin buğulaması, fırında yemeği, kiremitte yemeği vb. gibi çok fazla yapım şekillerinin olduğunu söyler. Hamsinin yanında ‘fasulye kavruntusu’ olarak da bilinen turşu kavurması tüketildiğini ve ‘balık mezesi’ olarak da bilinen turşu kavurması lahanası ve havuç kavurması gibi karışık sebzelerden de yapılabildiğini bilgisini aktarır.¹⁰⁷

¹⁰⁶ Erdal Üstündağ, “İçinden Hamsi Çıkan Kitaplar”, *Yunus Araştırma Bülteni* 10/2 (2010): 24.

¹⁰⁷ Kerim Köroğlu, Kişisel görüşme, 04.09.2020.



Şekil 13. Balık tezgâhındaki hamsi balığı.

Şekil 13’ te pazarda satış bekleyen hamsi dolu kasalar görülmektedir. Rize çarşısında havaların soğumasıyla birlikte balık pazarlarında kendine yer bulan hamsinin önemi ve değeri yöre halkı için yadsınamaz derecededir. Bereketli bir tüketim ürünü olduğu için halk ağzında ‘denizin kuru fasulyesi’ olarak adlandırılan bu ürün Rize halkının temel besinleri arasında yer alır. Sözlü kültür ürünlerine de bolca konu olan hamsi adına şarkılar, türküler, maniler yazılan bu ürün halkın üretim ve tüketim faaliyetlerinde en fazla kullandığı ürünler arasındadır.



Şekil 14. Tavada kızartılmış hamsi.

Hamsinin başlıca tüketim türü ve şekli hamsi tavaıdır. Tavada kızartılan hamsi yörenin mısır unuyla harman olup tavaya dizilir ve balık restoranlarında kendine geniş yer bulur. Yöre esnafının önemli geçim kaynağı haline gelen hamsinin tava kızartması yanında pek çok çeşit yemeğı bulunmaktadır. Hamsi buğulaması, hamsi kolisi, hamsi pilavı, hamsi kuşu, hamsi ekmeğı, hamsi böreğı bu ürünün çeşitleri arasında yer alır. Bahsedilen hamsi yemeğı çeşitleri yörenin yemek restoranlarının mutfağında bolca yapılır ve müşterilere sunulur. Öyleki bölgede sadece hamsi yemekleri hizmeti veren işletmeler bulunmaktadır. Bu bağlamda restoran işletmelerinde alınıp satılan ve önemli gelir kaynağı olan hamsi yöre halkı için önemli bir geçim kaynağıdır.



Şekil 15. Hamsili ekmek ve turşu kavurması.

Balık lokantalarında hamsi siparişlerinin yanında balık mezesi olarak turşu kavurması verilmektedir. Eğer varsa farklı mezeler de sunulabilir. Bu resimde hamsi ekmeği de tüketiciye sunulmuştur ama hamsinin yanında turşu kavurması karışık turşu veya fasulye turşusunun kavrulmasıyla yapılan meze her zaman tüketiciye sunulan kültürel bir tüketim metasıdır.



Şekil 16. Hamsi anahtarlık.

Rize’de hediye dükkânlarında yöresel motifli eşyalar çok fazla yer almaktadır. Özellikle çay ve hamsi imgeleriyle alakalı hediye çeşitliliği çok fazladır. Dışarıdan şehri ziyarete gelen insanlar bu kültürel imgeli hediyelikleri çokça tercih etmektedirler. Bölge işletmelerine gelir kaynaklığı sağlayan bu ürünler bellek kültürün şehir dışına yayılmasında da aktif rol oynar.



Şekil 17. Satış reyonundaki hamsi kolonyası.

Hamsi kolonyası ilk başta hamsiden yapılan bir kolonya algısını insanlarda oluşturur. Aslen hamsiden yapılan bir kolonya değildir. Hamsi tüketimi sonrasında hamsinin bırakmış olduğu yoğun kokuyu gidermek amacıyla özel bir esansı içeriğinde barındırdığı için adına ‘hamsi kolonyası’denilmiştir. Bölgede özellikle restoran kasalarında müşteriye satılmak üzere bulundurulanan kolonya şişeleri de mevcuttur.

2.1.3. Koloti Peyniri

Koloti peyniri Rize de kültüründe varlığı olan bir peynirdir. Koleti peyniri kaşar peynirine benzer. Fakat kaşar peynirinden daha sert, yoğun ve daha esnek bir yapıya sahiptir. Karadeniz yemeklerinde hammadde olarak kullanılan koloti peyniri muhlama, pide ve böreklerde kullanılır. Kahvaltıda sade bir kahvaltılık şeklinde de tüketilebilir.

Özellikle Karadeniz'in doğu kıyılarında Artvin, Trabzon ve Rize kentlerinde tam yağlı inek sütünden hazırlanan kolot peyniri kaymağı alınmış olan birkaç günlük sütün içine mayalanma suretiyle oluşturulur. Daha sonra bu lor kesilir ve peynir kıvamı alana kadar pişirilmesi sağlanır. İsmi almış olduğu küçük pide şeklinde olan bez torbalara konarak süzülmesi sağlanır. Her peynirin içerisine tuz ilave edilir ve üç ay boyunca olgunlaşması için bekletmeye alınır. Kolot peynirinin bu bekleme süresinden sonra sofraya tek olarak sunulmaz genelde Karadeniz yöresinde önemli lezzetler olarak arasında olan muhlama ile

beraber sofrada yer alır.¹⁰⁸ Yediden yetmişe her yaş grubunun tüketebileceği bir besin ürünüdür.

Bu konuyla alakalı Rize’de Bizum Deremen Şarküteri İşletmesi sahibi Ahmet Kaya ile görüşme yapılmıştır. Eski zamanlarda Rize’de üretilen bir peynir olsa da şimdilerde koloti peyniri şehir dışından genellikle Trabzon’dan Rize’ye gelir satış reyonlarında yer alır. Koloti peyniri muhlama yapımında çokça kullanılır. Koloti peyniri yapımında peynire renk vermesi daha çok alıcı çekebilmek için havuç suyu veya gıda boyası kullanılmaktadır. Koleti peyniri yapımından ve mayalanışından ötürü sünen bir yapıya sahiptir¹⁰⁹ Yoğun kıvamlı bu peynir bölgede çok sevilip tüketilmektedir.



Şekil 18. Satış reyonlarındaki koleti peyniri.

Koleti peyniri Rize’ nin yemek kültüründen doğup sofralarda yer alan bir tüketim ürünüdür. Bölgede çok fazla şarküteri işletmesi bulunmaktadır. İşletmelerin satış ürünlerine bakıldığı zaman koleti peynirleri hemen göze çarpmaktadır. Çünkü şarküteri işletmelerinin en fazla elinde bulundurduğu ürün koloti peyniridir. Bölgenin şarküteri işletmelerinin temel geçim kaynağı olarak

¹⁰⁸ Erişim 04.09.2020. <https://www.karadenizyoresel.com/yoresel-kolot-peyniri>

¹⁰⁹ Ahmet Kaya, Kişisel görüşme, 29.02.2020.

raflarda yer alır. Alınıp satılan ve tüketilen bir ürün olan koloti peyniri bölge için önemli tüketim malzemesidir. Hem üreticisine hem de satıcısına gelir temin eder.

2.1.4. Muhlama

Muhlama Karadeniz mutfağının en tanınmış yemekleri arasında yer alır. Az malzemeye hızlı bir şekilde hazırlanabilen muhlaman yapım olarak yöreden yöreye farklılık gösterebilir. Fakat genel görünümü bir tavanın içerisinde peynir eritmesi şeklindedir. Karadeniz insanı zor şartlarda hızlı bir hayat yaşadığı için yöre yemeklerine bakıldığı zaman daha çok az malzemeye ve hızlı bir şekilde hazırlanan yemekler göze çarpar. Bu yemeklerden birisi de “kuymak” veya diğer bir adıyla muhlama’dır.¹¹⁰

Kuymak, 2 yemek kaşığı tereyağı, 2 yemek kaşığı mısır unu, 1 su bardağı sıcak su ve 80 gram Trabzon peyniri (tuzsuz tel veya çeçil peyniri) kullanılarak yapılan Karadeniz’e özgü bir yemektir.¹¹¹

Muhlamanın ekonomik boyutu ve genel yapısı hakkında bilgi almak için Rize’de Azderoğlu Cafe/Restaurant işletmesinin sahibi Cengiz Bey’le görüşme yapılmıştır. Cengiz Bey’le yapılan görüşmede muhlama ile ilgili bilgiler aktarır. Cengiz Bey’e göre mısırın ana vatanı Rize’dir. Taş değirmende öğütülmeli, tereyağının kaymaklı olmalı hatta su bile Rize’den olmalıdır. Suyun ph derecesi çok önemlidir. El lezzeti de muhlama yapımında önemlidir. Koleti peyniri de birinci elden olmalıdır. Makinalardan geçmiş koleti peyniri olmaması lazımdır. Muhlamanın ekonomiye katkısı vardır ama çok değildir. Muhlamayı daha çok gençler ve turistler tercih etmektedir. Şehir dışından daha çok talep görmektedir. Muhlama daha çok yaz aylarında satılmaktadır. Pandemi de satışlarda olumsuzluk yaratmıştır. Muhlama fazla tercih edilmemeye başlamıştır. Muhlama daha çok kahvaltı servislerinde tercih edilmektedir. Geçmiş zamanda elinde az var olan malzemelerin karışımıyla ortaya çıkan muhlamanın mucidi bir yaşlı teyzedir. Dışarıdan gelen turist ve ziyaretçilerin merak ettiği yemeklerdendir. Muhlamayı

¹¹⁰ Turgay Kabak, “Yerel Mutfaktan Ulusal Mutfağa Kuymak’ın Seyrinin Kültür Endüstrisi Açısından İncelenmesi”, *Karadeniz Araştırmaları Dergisi*, sayı 6 (2018): 349.

¹¹¹ Kabak, “Yerel Mutfaktan Ulusal Mutfağa Kuymak’ın Seyrinin Kültür Endüstrisi Açısından İncelenmesi”, 349.

video/fotoraf çekimini yapıp sosyal medya da paylaşmak gençler için önemli bir eylemdir.¹¹²



Şekil 19. Müşteri servisindeki muhlama yemeği.

Yörede yer alan ham malzemelerden yapılan muhlama sağlıklı ve doyurucu bir besindir. Muhlama yöre bölgesinde günün her saatlerinde tüketilebilecek bir yemektir. Bu yüzden çok yaygın bir şekilde yörede yer alan her restorandın menülerinde bulunmaktadır. Daha çok yöre restoranlarının kahvaltı servislerinde yer alan muhlama her kesim ve her yaş için sevilerek tüketilen bir besindir. Yöre ekonomisine katkısı da büyük olan muhlamayı dışarıdan gelen insanlar ve turistler için tüketilecek ilk besin kaynağıdır. İlk besin kaynağı olmasının sebebi ise muhlamanın sünerek uzayan yapısını fotoğraf çekmek veya videoya almak ve bunu sosyal platformlarda paylaşmak bir keyf unsuru olmasından kaynaklanır. Böylece yöre malzemeleriyle yoğrularak meydana gelen muhlamayı sadece yöre insanları değil geniş insan toplulukları tanıyacak ve tüketecektir. Bu şekilde çekicilik kazanacak bölge de alıp satılan bir meta olacaktır. Muhlamanın ekonomiye katkısı oluşacak hatta yöre insanların geçim kaynağı haline gelecektir. Belli bir kimsenin geçim kaynağı olan muhlama yemeği yapımının kolay/tez olması sebebiyle de hızlı bir şekilde yapılır tüketici hizmetine sunulur.

¹¹² Cengiz Azderoğlu, Kişisel görüşme, 27.08.2020.

2.1.5. Mısır Unu

Mısır unu Türkiye'nin her bölgesi için öneme sahiptir. Fakat Doğu Karadeniz bölgesi için diğer bölgelere göre daha büyük öneme sahiptir. Çünkü bu bölgede buğday üretimi iklim ve yeryüzü şekillerinden dolayı yapılmamaktadır. Bu nedenle geçmişte temel besin kaynağı mısır unu olmuştur. Bu temelde yemekler yapılmış sofralara servis edilmiştir. Zamanla buğday ununa ulaşım kolaylaşmış olsa da insanlar alışkanlıklarından vazgeçmemişler mısır ununa mutfaklarında geniş bir şekilde yer vermişlerdir. Mısır unundan ekmek yapılmış tüketilmiştir. Balığa bocalanmış tüketilmiştir.

Rize mutfağında yayılımı olan mısır ununun üretim şekli de eskilerde taş değirmenlerde yapılmaktaydı. Sanayi devrimiyle birlikte taş değirmenlerinin yerini makineler aldı. Eski geleneği taşıyıp gelecek nesillere aktarmak ve sunmak isteyen işletmeciler sayesinde taş değirmenler güncelliğini korumaya çalışmaktadır.

Rizeli Bizum Deremen Şarküteri sahibi Ahmet Bey ile yapılan görüşmede mısır ununun üretimi, tüketimi ve önemi üzerinde durulmuştur. Ahmet Bey'e göre Türkiye'de mısır unu çok fazla tüketilmektedir. Eskiden beyaz ekmek tüketmek bir lükstü sadece mısır ekmeği tüketilmekteydi. Şimdilerde tüketiciler mısır ununu muhlama yapmak için, lahana sarması için, çorba ve ekmek yapmak için almaktadır. İşletmede yer alan taş değirmen mısır ununu öğütmektedir. Müşteriye taş değirmen çekimiyle sunulan mısır ununa rağbet oldukça fazladır. Rize' de taş değirmende mısır unu üretimi sayılıdır. Mısıra lezzetini veren taş değirmende çekilmiş olmasıdır. Taze çekildiği için müşteriye cazip gelmektedir. Özellikle dışarıdan turistler geldiği zaman sadece mısır unu almak yerine değirmen önünde fotoğraf çekimi de yapmaktadır. Aynı zamanda yerli bir kimse mısırını getirip bu değirmen de çekebilmektedir. Müşteriye hizmet konusunda yardımcı olunmaktadır.¹¹³

¹¹³ Ahmet Kaya, Kişisel görüşme, 29.02.2020.



Şekil 20. Satış reyonundaki mısır unu.

Müşteriye sunulan mısır ununu Rize bölgesinde her şarküteri işletmesinde görmek mümkündür. Müşterisini bekleyen mısır unu alıcı talebi oldukça çok olan temel besin kaynakları arasındadır.



Şekil 21. Taş değirmende çekilen mısır unu.

Yukarıda yer alan görüşmede bahsi geçen mini taş değirmen tüketici ve satıcı arasında sağlam bir arz-talep ilişkisi oluşturmaktadır. Taş değirmen çekimi sebebiyle mısır unu satışı normalinden daha fazla alıcısıyla buluşmaktadır. Görsellik olarak da ilgi çeken taş değirmenin önünde fotoğraf çekmek isteyip sosyal mecralarda paylaşmak isteyen çok fazla alıcı müşteri bulunmaktadır.

2.1.6. Mısır Ekmeği

Mısır ekmeği bölgenin yemek kültüründe yer alan en temel tüketim ürünüdür. Bölgede eski zamanlarda beyaz ekmek yok iken mısır ekmeği tüketilmekteydi. Şimdiki nesillerde ise mısır ekmeğine olan yabancılık gözlemse de anne ve babalar bu tüketimi devam ettirip gelecek nesillere aktarmaktadır. Bölgede özellikle lahana yemeğinin yanında tüketilen mısır ekmeği balık yemeklerinin, turşu kavurmasının ve yoğurdun yanında tüketilmektedir.

Bölgede mısır ekmeğinin fazla tüketilme nedenine değinirsek iklim ve arazinin niteliği mısır ekimini gerektiriyordu. Bunun dışında maddi şartlar, gelir kaynakları buğday ununu ya da ekmeğini satın almaya elverişli değildi. Ayrıca buğday ekmeğinin aşırı ölçüde tüketilmesine karşılık mısır ekmeği az yenildiği için tasarrufa imkân sağlıyordu.¹¹⁴Bu anlamda mısır ekmeğinin doyuruculuk özelliği de mısır ekmeğini tüketme nedeninin başında gelmekteydi.

Rize Rimeks Unlu Gıda Mamülleri İşletmeleri sahibi Havva Hanım ile yapılan görüşmede Havva Hanım mısır ekmeğinin pak maya, su, tuz, yumurta, şeker, zeytinyağı ile 1 saat karıştırarak yapıldığını, yapılan karışımın kaplara döküldüğünü ve fırında pişmeye bırakıldığını söyler. Mısır ekmeğinin günün her saatinde arz- talep durumuna göre üretildiğini ifade eder. Mısır ekmeğinin kış aylarında daha fazla tüketildiğini, pandemi nedeniyle satışların iyice düştüğünü anlatır. Normal zamanda turistlerin ve dışarı illerden gelen ziyaretçilerin de talep edip toplu alım yaptığını ve bulundukları şehre göturdüklerini belirtir.¹¹⁵

¹¹⁴Süleyman Kazmaz, *Rize Yemekleri ve Yemek Kültürü* (Ankara: Odak Ofset Matbaacılık, 1992), 190.

¹¹⁵ Havva Kaşıkçı, Kişisel görüşme, 29.08.2020.



Şekil 22. Mısır ekmeği.

Raflarda tüketiciyle buluşan mısır ekmeği halen talep görerek satılan bir yiyecektir. Geçmişle günümüz arasında yenilenen şekliyle raflarda yer alan mısır ekmeği aynı zamanda kültür yayılımına da hizmet etmektedir. Raflarda alıp satılan bir ürün artık kültür yayılımını destekleyerek kültüre de hizmet etmiştir. Kültürün ekonomiye dönüşümüne somut bir örnek olarak gösterilebilecek temel besin ürünleri arasında yer almıştır.

2.1.7. Lahana Sarması

Lahana sarması yörenin en karakteristik yemekleri arasında yer alır. Genel yapılış formatı lahananın içi et kıymasıyla doldurularak sarılmasıdır fakat bölgenin kendi içinde köyden köye yapılışı ve sarmanın içeriği değişebilir. Biz bu farklılığı kültür zenginliği olarak tanımlayabilmekteyiz. Lahana sarması etli, iç yağlı veya zeytinyağlı olarak farklı yapım şekilleriyle tüketilebilen bir yemektir. Her ailenin damak zevkine göre yorumlanan bu yemeğin bölge kültüründe yer alan en yaygın hali kıymalı ve iç yağlı olanıdır. Lahana sarması tencere tabanına yerleştirilen dana kemiğinin suyunda pişirilir. Kültür belleğinde yer alan bu yemek kısa zamanda restoran menülerinde kendine yer bulmuştur. Ev yemeği formatını güncelleyerek restoran menülerine giren lahana sarması tüketimi oldukça fazladır. Esnaf lokantalarında bolca talep gören lahana sarmasını il

dışından gelerek yöre kültürünü yemekleriyle tadarak tanımak isteyen yerli yabancı turistlerde alıp tüketmektedir.

Rize'ye gelen turistlerin pek çoğu bu yemekleri tüketmektedir. Gerek yöre halkı gerekse turistlerin yoğun ilgisinden dolayı pek çok lokantanın menü kartında bu yemeğe yer verilmiştir. Tıpkı çorbalarda olduğu gibi Rize'nin sahip olduğu coğrafi özellikler ve iklim sebze yemeklerinin oluşumunu etkilemiştir.¹¹⁶ Karalahana bitkisi bu yörenin bitki örtüsünde her mevsim yeşil kalabilen bir bitki çeşididir.

Durak Lokantası işletmecisi Mehmet Bey'le yapılan görüşmede lahana sarmasının Rize'ye özgü bir yemek olduğunu lokantada günde bir kazan lahana sarmasının tüketildiğini, sabah 09.00'da çıkan lahana sarmasının akşama kadar servis edildiğini ifade eder. Lahananın her mevsim yöre bitki örtüsünde yetişen bir sebze olduğunu yaz aylarında ihtiyaçlarını yaylalardan temin ettiklerini, bu yüzden dört mevsim lahana yemeğinin işletmede bulunduğunu söyler. Lahana sarmasının yerli halk evlerinde pişirebildiği için daha az tercih ettiğini dışarıdan gelen yerli ve yabancı turistlerin daha fazla tercih ettiğini söyler. Özellikle Arapların tercih ettiğini fakat pandemi sebebiyle onlarında bir senedir olmadığını ve lahana sarmasının uçakla şehir dışına da gönderildiğini ve satışı yapıldığını belirtir. Pandeminin satışlarında baya bir azalma yarattığını çoğu işletmeci arkadaşı kapatsa da kendilerinin direnmeye çalıştıklarını ekler.¹¹⁷

¹¹⁶ Burhan Başaran, "Gastronomi Turizmi Kapsamında Rize Yöresel Lezzetlerinin Değerlendirilmesi", *Journal Of Tourism and Gastronomy Studies Dergisi* 5/3 (2017): 140.

¹¹⁷ Mehmet Kaba, Kişisel görüşme, 29.08.2020.



Şekil 23. Lokantada mutfağındaki bir kazan lahana sarması.

Rize bölgesine has etli ve dolgulu sarılan lahana sarması tezgâhlarda yer almaktadır. Etli veya zeytinyağlı yapılabilen sarma lokantalarda etli olarak yapılır ve müşteri servisine sunulur. Genellikle il dışından misafirlerin talep ettiği sarma yalnızca bir yemek olarak kendini tanıtmamıştır. Aynı zamanda kültüründe yayılmasında aktif rol oynayan sarmanın satışı yapılarak daha geniş coğrafyalara yayılımı gerçekleşmiş olur. Ekonomik açıdan yöre kültürüne de getiri sağlayan lahana sarmasının diğer ürünler gibi yöre halkının geçimine katkısı olmuştur.

2.1.8. Et Kavurması

Et kavurması yörede dana etinden yapılmaktadır. Kara doğram dana etleri yörenin orijinal tereyağıyla birlikte pişmektedir. Yörede sabah kahvaltısında bile tüketilebilen kavurma halk için besin kaynağı açısından büyük bir öneme sahiptir. Çarşıda yer alan köklü lokantaların hepsinin menüsünde et kavurma bulunur. Rize'nin köklü lokantalarından olan Liman Lokantası'nda bu konuyla alakalı görüşme yapılmıştır.

Liman Lokantası'nın kavurma aşçısı Mustafa Bey 1982'den bu yana çalıştığı lokantanın et kavurması konusunda meşhur olduğunu söyler. Meşhur olmasının sebebini yapılan kavurma yemeğinin yörede yapılan orijinal tereyağıyla pişirilmesine bağlar. Kavurma yemeğini ocakta pişirdikten sonra fırında da

kızartmak gerektiğini belirtir. Bu şekilde yemeğin lezzeti artmış olacaktır. Lokantaya karşı yazın gelen turistlerin çok fazla ilgi gösterdiğini söylemektedir.¹¹⁸



Şekil 24. Müşteri sunumundaki et kavurması.

Et kavurması tercihe bağlı olsa da genellikle ayran ve pilav ile servis edilmektedir. Lokantada yoğun talepli tüketilen kavurma yediden yetmişe herkesin tercih ettiği bir yemektir. Yabancı turistlerin de çok hoşuna giden kavurmayı hem tat olarak hem de görsel olarak çok beğenmişlerdir. Lokantada kavurmasını yedikten sonra yapılışını ve kazanını merak eden yabancı turistlerin mutfağa gidip kazanlara bakıp incelediği gözlemlenmiştir. Böylece bölge kültürünün yemek anlayışından ve talebinden beslenerek yapılan bu yemeğin bölge ekonomisine olan katkısı yadsınamaz ölçüde büyüktür ki bahsi geçen işletme kavurma yemeği üzerine hizmet vermektedir ve bu bağlamda gelir sağlamaktadır. Aynı zamanda kültür de bu ürün bazında yayılım göstermiştir.

¹¹⁸ Mustafa Delibalta, Kişisel görüşme, 27.08.2020.

2.1.9. Kuru Fasulye

Kuru fasulye yemeği bölgede en fazla tüketilen sulu yemek çeşididir. Yapım yöntemi sebebiyle çok lezzetli olan bu yemek günün her saatinde herkes tarafından tüketilebilir. Türk toplumunun genelinde olduğu gibi Rize bölgesinde yaşayan halk için de hakiki tereyağı ile pişmiş kuru fasulye en birincil sulu yemektir. Yörede yer alan her lokantanın menüsünde kuru fasulye yemeğinin adı bulunmaktadır. Rize bölgesinde iki lokanta sadece kuru ‘fasulyecilik’ üzerine kurulmuş zamanla menüsünü genişletmiştir. Çayeli İlçesi’nde kuru fasulye yemeği üzerine iki lokantanın köklü geçmişı bulunmaktadır. İki nesil işletilen bu lokantalardan Fahri Hüsrev’in açmış olduğu Hüsrev Lokantası kuru fasulye yemeği üzerine coğrafi yemek tescili almıştır. Bahsedilen diğer lokantanın adı ise Lale Lokantası’dır. Lale Lokantası’nı açan usta ise Fahri Hüsrev’in çırağıdır. Hüsrev lokantasının kuru fasulyecilik üzerine geçmişı daha fazladır. Usta-çırak ilişkisi olan bu iki lokanta kuru fasulye yemeği ile dünyaya adlarını duyurmayı başarmış köklü lokantalardandır.

Lale Lokantası İşletme sahibi Ömer Bey kuru fasulyenin mahsul olarak Erzurum, İspir, Hınıs ve Hasankale civarlarında yetişen kuru fasulye tarlalarından satın alındığını, Rize bölgesinin eti ve tereyağı ile meşhur olduğunu ifade eder. Bu üçü karışınca ortaya güzel bir yemeğin çıktığını, bu yemeğe bakliyat olarak değil yemek olarak bakmak gerektiğini söyler. Bölge de meşhur olan şeyin kuru fasulye değil kuru fasulye yemeği olduğunu vurgular. Çayeli İlçesi’nde kurufasulyeciliğin kurucusunun 1958 yılından bu yana faaliyette olan Fahri Hüsrev olduğunu Hüsrev Lokantası olduğunu, boynuz kulağa geçer misali babasının iki sene orada çalıştıktan sonra gelip Lale Lokantası’nı kurduğunu söyler. Ne kadar rakip firma olsa da asıl onların kurucu olduğunu söyler. Kuru fasulye yemeğine olan talebi ‘Geçen sene bu zamanlar gelseydiniz kapıda sırada beklerdiniz.’ diye ifade eder. Pandemiden işletmelerin etkilendiğini yine de çarkı döndürdüklerini söyler. İnsanlarda Rize’ye gelip kuru fasulye yemeden gidilmeyeceği konusunda bir algı olduğunu, kuru fasulyenin porsiyon fiyatının 23 TL olduğunu söyler. Yaz

sezonunda günlük 80-100 kilo kuru fasulyenin satıldığını kış sezonunda ise 20-40 kilo kuru fasulye arasında değiştiğini, bölgenin sezonluk bir turizm bölgesi olması sebebiyle yazın çok fazla müşteri talebi olduğunu söyler. Ticaretin yoğunluk durumuna göre tüketimin değiştiğini, buraya gelip kuru fasulye yemeği yiyenlerin genel yaş aralığının ise 30 yaş üzeri olduğunu, daha genç kesime hitap edebilmek için menüye kebab, lahmacun, köfte hamburger tarzı yemekleri de eklediklerini fakat kendisinin bu durumu çok yapmak istemediğini müşteri odaklı oldukları için mecbur yaptıklarını söyler. Şehir dışından ise en fazla İstanbul'dan talep gördüklerini, bu işletmede üç nesil müşterilerinin olduğunu her insanın burada bir anısı olduğunu, manevi açıdan kendilerini bu konuda çok şanslı hissettiklerini söyler. Kışın ara dönemlerde uçak bileti fiyatlarının düştüğü zamanlarda sırf kuru fasulye yemek için uçağa atlayıp gelen misafirlerinin olduğunu ekler. Firmasının bu açıdan alt yapısının sağlam olduğunu bu durumda kendilerine güven verdiğini söyler. Pandemi olumsuz etkilemiş olsa da insanların temizlik ve hijyen açısından da kendilerine olan güveni firmayı ayakta tuttuğunu belirtir. Ömer Bey Limanköy tarafından beş dönümlük arazi aldıklarını kısmet olursa oraya butik otel- restoran açacaklarını sadece yöresel yemeklerin bulunacağı bir restoran olacağını, açılacak olan yeni işletmede bu yörenin 50 yıllık tarihini göz önünde bulundurularak kültürel ve özel bir menüye yer vereceklerini, bu konuda devlet büyüklerinden bölgenin kalkınması ve daha ses getirmesi için yardım beklediğini kültürel ürünlerle birlikte bu tarz işletmelere sahip çıkılması gerektiğini bu konuda kendilerini çok yalnız hissettiklerini ifade eder. Devlet eliyle kültür hizmeti verilen işletmelere sahip çıkılırsa kendisinin de var gücüyle her şeyi yapacağını, yemek kültürüyle birlikte sahip çıkılmayan hiçbir kültürün, evladın ayakta duramayacağını üzerinde durur.¹¹⁹

¹¹⁹ Ömer Temurçi, Kişisel görüşme, 06.09.2020.



Şekil 25. Müşteri sunumundaki kuru fasulye yemeği.

Kültür ekonomisi bazında baktığımız zaman kuru fasulyenin büyük bir endüstri oluşturduğunu öyle ki bir ilçeyi dünyaya tanıttığını söylemek mümkün olacaktır. Türk kültürünün genelinde var olan ve tüketilen bir yemek en iyi kalitedeki malzemelerle yapılıncı herkes tarafından sevilip tüketilebilmektedir. Tüketimi oldukça fazla olan kuru fasulye bu bölgede daha da özel bir lezzet kazanınca her bölgeden müşteri çekerek sadece yapıldığı işletmeyi değil şehri hem ün hem ekonomik açıdan kalkındırmayı başarmıştır.

2.1.10. Rize Simidi

Rize simidi Rize'nin en geleneksel yiyecekleri arasındadır. Normal simide göre daha küçük, sert bir yapıya sahip olan bu simit susamsız olması sebebiyle 'susamsız simit' veya 'kel simit' olarak da adlandırılmaktadır.

Bir habere göre Rusya'da 'Bubrik' adıyla kahvaltı sofralarını süsleyen simit, yaklaşık 150 yıl önce gurbetçiler tarafından Rize'ye getirildikten sonra kentin adını aldı. Susamsız olduğu için, 'kel simit' adıyla da anılan Rize simidi, kentteki 10 fırında günde yaklaşık 60 bin adet üretiliyor ve 50 kuruştan satılıyor. Simidin yapımı için un, su, tuz ve çok az miktarda maya ile hazırlanan hamur, 20 dakika dinlendirildikten sonra sıcak suya batırılıp 1 dakika bekletiliyor. Daha sonra renk ve tat alması için kaynar haldeki siyah üzüm pekmezine bandırılan simit, 60'ar gramlık parçalar halinde fırına veriliyor. Yaklaşık 30 dakika odun ateşi ile pişirilen simit hazır hale geliyor. Rize simit fırını işletmecisi

Şefik Öztürk, babadan kalma mesleği 40 yıldır yaptığını belirterek, "Günde göre 5-10 bin adet simit satışı yapıyoruz. Yazları yerli turistlerin gelmesi ile bu miktar kış aylarına oranla daha yüksek olabiliyor. Simidimizin lezzeti, doğal olmasından gelmektedir. Hiçbir katkı maddesi yok."¹²⁰

Belediye bünyesinde seyyar arabayla simit satışı yapan Hayrettin Bey' de Rize simidine kel simit denildiğini söylemektedir. Kendisinin toptan ve parkende simit satışı yaptığını söyler. Simidin daha fazla yerli insanlar tarafından tüketildiğini söylemektedir. Bu simidin asla bayatlamadığını söyler. Bu yüzden yurt dışından Almanya'dan, Fransa'dan gelen misafirlerin toplu olarak simidi alıp götördüklerini söyler. Alınan bu simitler bu dolabına konulup kahvaltılarda veya ihtiyaç halinde çıkartılıp ısıtılıp tüketildiğini, pekmez un, su, tuz, maya karışımıyla yapıldığı belirtir. Pekmez suyuna batırılıp taş fırınlarda pişirildiğini söyler. Bu simit hiçbir şekilde mideye dokunmayan bir yiyecektir. İnsana tokluk hissi verdiği için sabah kahvaltılarında da çok tüketilmektedir. Mideye dokunmadığı için insanlar lokantalarda yemeklerini yiyip gelirler üstüne çayla simit yediklerini söylerler. Bu şekilde insanların midesi rahatsızlık çekmeyecektir. Rize simidinin sabah kahvaltılarında kaşar peyniri fındık ve çayla daha keyifli tüketildiğini söyler. Simidi çaya batırıp yemenin de bir gelenek olduğunu söyler. Rize simidinin patentinin alındığını bu yüzden belediyelerin sokaklardaki seyyar simit satış arabalarını düzenlediğini ve güzelleştirdiğini söyler. Rize simidinin yazın çok satıldığını daha çok da yetişkinler tarafından tercih edildiğini söyler. Simidin tanesi 75 kuruştur. Toptan alındığı zaman daha aşağı fiyattan satılabildiğini söyler. Kış mevsiminde 100-150 sayı aralığında simit satılabiliyorken yazın 350-400 sayı aralığında simidin satıldığını söyler. Normalde bu satıştan geçim olmayacağını kendisi emekli olduğu için ek gelir amaçlı bu işi yaptığını söyler. Simit tezgâhı araba içinde sabah kadar açık olduğunu Rize halkına güvendiğini Rize'de işsizlik olduğu fakat hırsızlık olmadığını söyler. Alırsa da helal olsun diye ekler.¹²¹

¹²⁰ Erişim Tarihi 06.09.2020. <https://www.hurriyet.com.tr/rize-simidi-150-yil-sonra-tescil-edilecek-40721221>

¹²¹ Hayrettin Yaş, Kişisel görüşme, 28.02.2020.



Şekil 26. Rize simidi.



Şekil 27. Seyyar simit satış arabası.

Rize simidi kültür ekonomisi bazında değerlendirildiğinde bölgenin sertifikasını almış ve tescillenmiş bir ürün olması sebebiyle çarşı da geniş bir yayılım göstermiştir. Çay ocakları yakınlarında cadde ve sokak ortalarında belediyenin belirlediği noktalarda seyyar simit satış noktaları bulunmaktadır. Taş fırınlarda da simit üretimi yapıp satılmaktadır. Hem kültürel hem de ekonomik açıdan yöre halkını besleyen Rize simidi geçmişten geleceğe itibarını korumaktadır.

2.1.11. Laz Böreği

Laz böreği yöreye has bir tatlıdır. Tatlı isminde “börek” ifadesi geçtiği için dışarıdan gelen insanlar bir ironik tatlıyla karşılaşır. Börek ifadesi insanlarda tuzlu bir yiyecek algısı oluştururken tatlı bir yiyeceklerle karşılaşır. Bu tezatlık algısıyla yapılan tatlı bu özelliğiyle pek çok turistin ilgisini çekmiştir ve tüketim noktasında Rize’nin meşhur lezzetleri arasına girmiştir.

Laz böreği içerisinde süt, un, nişasta, yumurta, karabiber, su, tuz, Ayçiçek yağı, fındık içi, tereyağı ve şeker bulunmaktadır. Hazırlanan börek kare şeklinde kesilir ve fırında pişirilir. Su ve şekerden şerbet hazırlanır. Fırından çıkan tatlının üzerine dökülür.¹²²

Rize’ de yöresel ev yemekleriyle ünlenen Binnaz’ın Mutfağı İşletme sahibi Binnaz Hanım’la yapılan görüşmede Laz böreğinin tam laz işi olduğunu, dışarıdan gelen müşterilerinin börek diyerek yemek istediği ürünün tatlı çıkması müşterileri şaşkına uğrattığını bu yüzden tatlıyı servis etmeden önce müşteriye bu ürünün bir tatlı olduğu açıklaması yaptıklarını belirtir. Laz böreği yapımının aşamalı olduğunu yaparken açmaya, yağlamaya, fırınlamaya ve şerbete dikkat etmek gerektiğini bunlardan birinin sıkıntıya girmesi halinde tatlının kötü olacağını söyler. Laz böreği tatlısının yapılış ve lezzet açısından Rize’de bölgeden bölgeye farklılık göstermekte olan bir tatlı olduğunu söyler. İşletme sahibi damak zevki olarak kendi yapmış oldukları tatlıların daha lezzetli olduğunu söyler. Bu tatlının genelde yaz aylarında daha fazla tercih edildiğini söyler. Özellikle dışarıdan gelen yabancı misafirlerin tatlıya ilgisinin güzel olduğunu söyler. İşletmede günlük bir tepsi çıkarılmakta olduğunu az az taze çıkarıp müşteriye bu şekilde sunduklarını bu yüzden de fazla tercih edildiklerini söyler. Yemek Sepeti firmasıyla birlikte çalıştıkları için satış konusunda daha hızlı müşteri bulduklarını ve satış yaptıklarını söyler. Fakat pandemi sebebiyle sorun yaşadıklarını tatlı porsiyonunun sayı olarak 50’ yi kesinlikle geçmediğini vurgular.¹²³

¹²² Yılmaz Seçim & Dilek Coşan, “Doğu Karadeniz Bölgesinde Yaşayan Laz Topluluklarının Dili, Gelenekleri ve Mutfak Kültürü Üzerine Bir Araştırma”, *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergisi* 45 (2020):136.

¹²³ Binnaz Şerifoğlu, Kişisel görüşme, 30.08.2020.



Şekil 28. Müşteri servisindeki Laz böreği.

Rize lokanta menülerinde her zaman kendine yer bulan Laz böreği yöreyi her zaman müşteri talebi görmüş ve tüketilmiş bir tatlıdır. Yöre halkının da genel olarak tercih ettiği bu tatlı yediden yetmişe her insanın tüketebileceği bir lezzete sahiptir. Şehir dışından da yoğun ilgi gören tatlı maddi anlamda işletmelerde gelir sağlamaktadır.

2.1.12. Pepeçura

Pepeçura tatlısı bu yörenin bitki örtüsüne has kokulu üzümün suyundan yapılan bir tatlıdır. Pepeçura tatlısı lezzet olarak hafif bir tatlıdır. Kara üzümünden yapıldığı için mor renkli bir tatlıdır. Muhallebi kıvamındadır.

Pepeçura'nın hammaddesi yörede yetiştirilen kokulu (isabella) üzümdür. Bu nedenle pepeçura mayhoş bir tada sahiptir. Yaz mevsimiyle beraber hasat edilen kokulu üzümler ezilir, sıra haline getirilir. Tekniğine uygun şekilde işlenen şıralardan pepeçura elde edilir ve soğuk servis edilir.¹²⁴

Rize'de yöresel tatlı satışlarıyla bilinen eski adı Dergâh yeni adı Arzen Pastahanesi olan işletmede tezgâhtarlık yapan Hilal Hanım'ın anlatımına göre pepeçura tatlısı siyah üzümün kaynatılmasıyla yapılır. Siyah üzümün suyu çıkarılır ve sırası yapılır. Şırasına şeker, un ilave edilir, karışım muhallebi kıvamına gelince servise alınır. Pepeçura tatlısının günlük 5-6 kâse adetinde satıldığını söyler. Bu tatlıyı Rizelilerin evde yapma imkânı olduğu için satın

¹²⁴ Başaran, Gastronomi Turizmi Kapsamında Rize Yöresel Lezzetlerinin Değerlendirilmesi", 143.

almak konusunda fazla tercih etmediğini söyler. Bu tatlıyı dışarıdan gelen yerli turistlerin ve yabancı turistlerin merak ederek sorduğunu ve tatmak istediğini söyler. Tadını çok sevip sırf bu tatlıyı yemek için Bursa'dan bir müşterisinin uçağa binip geldiğini söyler. Bu tatlının yaz aylarında daha fazla satışı olduğunu bu sezon ise pandemi nedeniyle satışların düştüğünü söyler. Pepeçura tatlısının ekonomiye katkısının olduğunu işletmenin bu tatlı üzerinden maddi kazanç elde ettiğini söyler.¹²⁵



Şekil 29. Pepeçura tatlısı.

Pepeçura tatlısı Rize'de özel bir tatlıdır. Özel olmasının nedeni bölgenin bitki örtüsüne has yetişen kokulu ve mayhoşu tada sahip üzüm türüdür. Her restoran ve lokantada her mevsimde bulunmamaktadır. Ancak üzüm şirasını elinde bulunduran işletmeler her mevsim bu tatlıyı satışa sunabilmektedir. Yaz sonunda kokulu üzümler olgunlaştığı zaman işletmelerin genelinde satışı bulunmaktadır. Diğer yöre tatlılarına kıyasla daha az satışı olan pepeçura tatlısı aşırı ilgi görmemiş olsa da kültürden beslenerek yapılan, satışlara sunulan ve bölge ekonomisine gelir katkısı olan bir tatlıdır.

¹²⁵ Hilal Artan, Kişisel görüşme, 01.09.2020.

2.1.13. Enište Lokumu/ Kaynana Lokumu

Enište lokumu ‘lokum’ olarak adlandırılrsa da lokum yumuşaklığına sahip bir tatlı türü değildir. Hikâyesi olan bu tatlı sert bir yapıya sahip kurabiye kıvamında ve görünümünde bir tatlıdır. Yöre pastahanelerinin tezgâhlarında genellikle bulunan bu tatlı eskilerde özel günlerde tüketilse de şimdilerde herhangi özel bir zaman diliminde değil ne zaman tüketilmek istenirse o zaman yapıp ardından tüketiliyor.

Bahsi geçen hikâyesine değinecek olursak enište lokumu, nişan töreninden sonra kız tarafının damada hazırlayacağı bohçanın içine konan bir lezzet ürünüdür. Bazı yerlerde kaynana lokumu olarak da bilinmektedir. Damat evine gönderilen enište lokumları kırmızı kurdele ile bağlanır. Her ne kadar yöre halkı ürüne lokum dese de bilinen lokumla benzerliği yoktur. Yaklaşık olarak bir karış büyüklüğünde, dikdörtgen şekilli ve oldukça sert bir kuru pasta türüdür. Ticari olarak satışı pek yaygın değildir. Yöredeki çay ocaklarında bu lezzete rastlamak mümkündür.¹²⁶

Arzen pastahanesinde çalışan Hilal Hanım enište lokumunu evlenecek çiftlerin nişanlılık döneminde gelinin annesinin damadına yaptığını söyler. Eskiden özel günlerde yapıp tüketilen bu tatlının şimdilerde tadı beğenildiği için her zaman evlerde yapıp tüketilebildiğini veya pastane ve çay ocaklarından alıp tüketebildiklerini söyler. Günlük satış sayısı değişse de 5-6 tane satıldığını söyler. Bu tatlının yapımı için ayın ve zamanın bir önemi yoktur çünkü eskiden evliliğin de bir zamanı olmazdı ve malzemeleri de her zaman herkesin evinde bulunabilecek malzemelerdir.¹²⁷

¹²⁶ Başaran, “Gastronomi Turizmi Kapsamında Rize Yöresel Lezzetlerinin Değerlendirilmesi”, 144.

¹²⁷ Hilal Artan, Kişisel görüşme, 01.09.2020.



Şekil 30. Enište lokumu.

Enište lokumu evlenecek çiftlerin nişanlılık döneminde yapılan özel bir tatlıdır. Günümüzde bu geleneği sürdüren kimseler bulunsa da bu sayı azalmıştır. Bu tatlı sadece özel gün ve zamanlar için değil canı çeken herkes için tüketilebilecek bir tüketim metası olmuştur. Her pastahane işletmesinin satış reyonlarında yer alıp satışa sunulan bir tatlı olmasa da bölgede kültür ağırlıklı çalışan işletmelerin tezgâhlarında yer almış ve ekonomik açıdan işletmelerde gelir sağlamıştır.

2.1.14. Sütlaç

Sütlaç Rize Bölgesi'nde en fazla tercih edilen, yediden yetmişe herkesin beğenerek yediği ve tükettiği sütlü tatlı türüdür. Bölge çarşısında var olan her lokanta, kafe, restoranın menü kartlarında yer alır. Türkiye'nin her bölgesinde yapıp tüketilen bu tatlıyı bu bölgeye has kılan özelliği ise sütlacın üzerine konulan dövülmüş fındıklardır. Aynı zamanda yağlı sığır sütü de bu tatlıya yörede özel bir tat katmaktadır. Yediden yetmişe herkesin de tüketmiş olduğu bu tatlıya yöre de farklılık olsun ve tam doyum olsun diye kızarmış kadayıf eklenmiştir, Kadayıfın üzerine de yoğun fındık kırması konulur. Bu sütlacı “turbo sütlaç” veya “bomba sütlaç” diye adlandırırlar.

Bölge'nin meşhur lokantası Hüsrev Lokantası'nda bu konuyla alakalı bir görüşme yapılmıştır. İşletme sahibi Selahattin Hüsrev konuşmanın başında lokantasının kuru fasulye yemeği üzerine coğrafi yemek işareti aldığını söyler.

Sütlacın porsiyon fiyatının 10 TL olduğunu söyler. Lokanta menüsündeki yemek fiyatlarının ortalama olduğunu ve diğer lokantalarla aynı olduğunu ekler. Satış olarak işin yoğunluk durumuna göre değiştiğini yaz aylarında özellikle temmuz, ağustos, eylül aylarında 50 porsiyondan fazla satış yapıldığını söyler. Yaz aylarının çok hareketli geçtiğini yerli yabancı çok fazla turistin geldiğini söyler. Pandemi nedeniyle Gürcistan sınır kapısının kapalı olduğunu ve bu yüzden telaşlı olduklarını söyler. Gürcü çok fazla müşterilerinin olduğunu ekler. Üniversiteden gelen öğrencilerin de olduğunu, lokantaya hemen hemen her devlet büyüğünün geldiğini yemek yediğini, sosyal meydanında tanınırlık açısından fayda sağladığını Çayeli İlçesi'ni de çevre illere Hüsrev Lokantası'nın tanıttığını söyler. Lokantanın bu kadar tanınırlık sağlamasının sebebini temizliğe çok fazla önem vermelerine ve en kaliteli malzemeleri mutfaklarında kullanmalarına bağlar. Sütlacın yapılışında pastörize süt, şeker, pirinç kullanıldığını söyler. Sütlacın üzerindeki yumurtanın yörede yetişen organik yumurta olduğunu söyler. Fındığı ise Giresun'dan getirttiklerini ve sütlac yapımında önemli olan şeyin kıvamını çok iyi ayarlamak olduğunu söyler. Sütlac bazında baktığımız zaman kültür ekonomisine katkısı olduğunu bu tatlı üzerinden gelir sağlandığını söyler.¹²⁸

¹²⁸ Selahattin Hüsrev, Kişisel Görüşme, 06.09.2020.



Şekil 31. Sütlaç tatlısı.

Kültür ekonomisi bazında değerlendirildiği zaman çok geniş satış potansiyeli olan sütlacın önemi yadsınamaz büyüklüktedir. Bu kadar geniş yayılım göstermesine sebep olarak Türk yemek kültüründe insanların lezzet olarak alıştığı bir damak lezzeti olmasını gösterebiliriz. Yöre halkı tarafından en fazla tercih edilen tatlılar arasında yer alan tatlının ekonomik açıdan yöre lokantalarına katkı payı oldukça büyüktür.



Şekil 32. Kadayıflı/turbo sütlaç.

Kültür dinamik bir yapıya sahiptir, yerinde saymaz sürekli değişir ve gelişir yemek üzerinde bu durumu inceleyecek olursak görselde gördüğümüz gibi ‘sütlaç’ tatlısında da bu durumu gözlemlemek mümkün olacaktır. Sütlaçın yeni modeli de diyebileceğimiz ‘kadayıflı sütlaç tatlısı’ adeta kültür ve lezzet harmanı sonucu ortaya çıkmıştır. Yöre lokantalarının genelinde satışa sunulan kadayıflı sütlaç tatlısı satış reyonlarında oldukça ilgi görüp ekonomiye katkı sağlamaktadır.

2.1.15. Mandalina/ Portakal

Rize’de 1920’li yıllardan itibaren ekonomiye katkı sağlayabilecek alternatif ürünlerin üretilmesi amacı ile hareket edilmiştir. Bu ürünlerin başında, çay, portakal ve mandalina gelmektedir.1922 yılında ise Ziraat Genel Müdür Zihni Derin burada yetiştirdiği fidanları halka dağıtmıştır. Böylece portakal ve mandalina ziraatı yaygınlaşmıştır.¹²⁹O dönemde geniş bir yayılımla bahçelerde yer alan fidanlar günümüzde de hasat yapmaktadır.

Çalışma sahasının Der pazarı ilçesinde mandalina pazarlar tezgâhlarının fazlaca oluşu dikkat çekmiştir. Mandalina üreticiliği ve pazarcılık yapan Ramazan Bey mandalina üretiminde Der pazarı ilçesinin önemli bir konuma sahip olduğunu söyler. Bunun nedeni olarak da bu bölgenin fazla güneş alması, toprak verimliliğinin iyi olması ve daha ılıman denize yakın olmasını belirtir. Mandalina ve portakal ağaçlarının il dışına satışlarının yapıldığını fakat satışı yapılan bölgelerin benzer iklim özelliklerine sahip olmadığı için Rize’de yetişen portakal ve mandalinalar gibi lezzetli olmadığını belirtir. Özellikle kışın yağın karın mandalina ve portakal ağaçlarının veriminde çok önemli bir konuma sahip olduğunu belirtir. Kar suyunu alan meyvelerin daha büyük ve daha lezzetli olacağını söyler. Bir mandalina ağacından 150-200 kilo meyve alındığını, meyvelerin bahçede toptan kilo fiyatının 2 TL olduğunu belirtir. Der pazarı ilçesinin pidesiyle meşhur olduğunu şimdilerde mandalina pazarıyla birlikte mandalina üretimi ve satışında da ünlendiklerini Rize’de Der pazarı mandalinasının önem açısından ayrı bir konumda olduğunu belirtir.¹³⁰

¹²⁹ Songül Alşan, “Rize’de Ziraat, Balıkçılık ve Hayvancılık”, *Karadeniz İncelemeleri Dergisi* 27 (2019): 187.

¹³⁰ Ramazan Keleş, Kişisel görüşme, 08.01.2021.



Şekil 33. Tezgâhlarda yerini alan portakal ve mandalina meyveleri.

Portakal ve mandalina satışının yapıldığı tezgâhlarda alıcı talebi oldukça fazladır. Kilosu 3 TL’den satılan mandalinalar kültür ekonomisi bağlamında önemli bir işleve sahip olduğunu yöredeki pazarcı esnafının fazlalığıyla göstermiştir.



Şekil 34. Mandalina pazarı.

Derepazarı ilçesinin sahil yolu kenarında sıralanan mandalina pazarı tezgâhları düzenli yerleşimleri ve ışıklandırmalarıyla müşterisine görsel zevk yaşatmaktadır.

2.1.16. Kivi

Rize ilinde 1989 yılında ÇAYKUR Araştırma Enstitüsü bahçesine ilk kivi fidanları dikilmiş, Merkez ilçe ve Ardeşen’de kivi bahçesi oluşturma çalışmaları başlatılmıştır. 1990’lı yılların başında tarım ilçe müdürlükleri tarafından çiftçilere ücretsiz fide dağıtılmıştır. 2000 yılından sonra devletin farklı kurumları aracılığıyla kivi bahçesi kurma çalışmaları desteklenmiştir.¹³¹ Halk kivi üretimine teşvik edilmiş alternatif tarım ürünleri desteklenmiştir. Bu meyveler arasında kivi fidanının yetiştirme ortamı Rize’nin coğrafi şartlarına ve iklim özelliklerine uyum sağlamıştır.

Bu konuyla alakalı Rize Ziraat Odası Başkanlığı’nda Ziraat mühendisi olan Paşaali Bey ile görüşme yapılmıştır. Paşaali Bey Rize ilk kivi ağaçlarının Yeni Zelanda’dan geldiğini söyler. Kivi meyvesinin Rize sahasına çok iyi uyum sağladığını ve bu doğrultuda kaliteli, verimli meyve hasadının yapıldığını söyler. Bu hasatların 2014 yılına kadar verimli bir şekilde sürdürüldüğünü yıllık meyve miktarının 15 bin tonlara yaklaştığını bu şekilde güzel gelirler elde edildiğinin bilgisini aktarır. Son yıllarda ise kivi bakımında üreticilerin bilinçsiz olması ve bu bağlamda ağaç bakımının zor olmasıyla ağaç verimliliğinin düşmesi, üreticisine çay gibi kar kazancı sağlamaması, zamanla arazilerin küçülmesi, sistemli meyve pazarı ve saklama koşullarının olmayışı kivi üretimini bitirme noktasına getirmiştir.¹³² Günümüzde kivi ağaçlarının yer aldığı tarım arazisi sınırlıdır. Ardeşen-Pazar ilçelerinde bulunan bahçeler kivi bakımı hakkında bilgi sahibi kimseler tarafından bakılmaktadır. Diğer türlü çay bahçesine aşına bir halkı kivi bitkisiyle özümsemek zor olmuştur. Rize halkı için çay bitkisi bir yaşam alanıdır. Çay haricindeki diğer tarım ürünleriyle kendi besin ihtiyaçlarını karşılayacak kadar yetiştirip tüketmişlerdir. Bu durumu evlerin bahçesinde, yolların kenarında yer alan üç/beş kivi fidanını gözlemeyerek belirtmek doğru olacaktır.

¹³¹ Ahmet Çavuş, “Rize İlinde Kivi Üretiminin Coğrafi Esasları”, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 20/1 (2016): 233.

¹³² Paşaali Horoz, Kişisel görüşme, 08.01.2021.



Şekil 35. Kivi bahçesi.

Rize/ Ardeşen bölgesinde yer alan kivi bahçesi ve kivi fidanları. Kivilerin tek sezonda hasat yapması sebebiyle bölge halkını ticaret anlamında çok fazla tatmin etmemiştir. Ancak üretim ve pazarlama koşullarına sahip üreticiler bu bitkiyi yetiştirip bölge ekonomisine katkı sağlamaya devam etmektedir.



Şekil 36. Kivi meyvesi.

2.2. Yöresel Kültür Ekonomileri Bağlamında Rize Bezleri, Örtüleri ve Rize’de Çeşitli El Sanatları

2.2.1. Kendir

Rize bezleri geniş üne sahip tekstil ürünleridir. Bu bezler Rize tezgâhlarında geniş yayılıma sahip ürünlerdir. Kenevir bitkisinden üretilen ipe pamuk karıştırılıp tekstil sanayinde kullanılmak üzere hazırlanır işlemeye hazır olan bu ürünle “Feretiko” dokuması elde edilmiş olur.

Rize yöresinin geleneksel dokumalarından olan Feretiko; sağlam, doğal yapısı, şık görünümü ile yöreye özgü sanat anlayışını bünyesinde barındırır. Kökü 15 yy kadar uzanmakta olan günümüze kadar icra edilen ve yaşatılan geleneksel el sanatıdır.¹³³Endüstriyel alanda kullanım için oldukça elverişli olan bu dokuma kumaş tekstil sanayinin her alanında kullanıla bilinecek yayılıma sahiptir.

Dokumacılık, Rize yöresinde eski ve yaygın bir el sanatıdır. Evlerde kurulan tezgâhlarda dokunan bezlerle hem halkın ihtiyacı karşılanmakta hem de ihracat yapılmaktadır. Rize bölgesinde dokumacılığın temel maddesi kendirdir. Geçmiş dönemlerde yörede geniş ölçüde kendir tarımı yapılarak, bu suretle elde edilen kendirden çeşitli dokumalar üretilmekteydi.¹³⁴ Şimdilerde ise üretim kısıtlaması sebebiyle kendir üretimi Türkiye’de yapılmamaktadır. Bu yüzden tekstil sanayinde olduğu gibi kendir temininde de dışa bağımlılık söz konusudur.

Bu konu hakkında Fırat Rize Bezleri İşletme sahibi Orhan Bey’le görüşme yapılmıştır. Kendir ipinin Osmanlı İmparatorluğu’ndan bu yana üretildiğini söyler. O zamanlarda kendirciliğin çok yaygın olduğunu kendir bitkisinden kendir ipinin üretildiğini söyler. Üretilen bu iplerden kumaş yapıldığı ve bu kumaşın tekstil alanında geniş bir kullanım alanına sahip olduğunu, eski dönemlerde asker kıyafetlerin bile kendir kumaşından üretildiğini, bu kumaşın yazın serin kışın soğuk tutma gibi bir özelliğinin olduğunu söyler. Aynı zamanda bu kumaşların çok sağlam kumaşlar olduğunu yıpranmasının güç olduğunu söyler. Devlet başkanımız Recep Tayyip Erdoğan’ında kendirciliği önemsedğini söyler. Bugün bor madeni Türkiye için neyse kenevir de aynıdır. Kendir sadece tekstil

¹³³Erişim 09.09.2020. <https://rize.ktb.gov.tr/TR-113015/rize-bezi-feretiko.html>

¹³⁴Yılmaz, Sezin & Kaya, Leyla, “Feretiko’nun Giysi Tasarımlarıyla Canlanması”, *Akdeniz Sanat Dergisi* 6/12 (2013):186.

değil arıcılık, ilaç ve pek çok sanayi dalında kullanılabilecek hammadde ürünü olduğunu söyler. Kendir seri üretime geçerse Türkiye’de bacasız sanayi etkisi yaratacağını söyler. Kendirin yöresel ismi olmadığını ama Feretiko olarak kullanılan genel bir isminin olduğunu söyler. Rize topraklarının kendir üretimine çok müsait olduğunu fakat bu üretimin önünün bir türlü açılmadığı konusunda yakınır. Rize insanının çok çalışkan olduğunu kendircilik üzerine bir çalışma sahası oluşturulsa kısa zamanda büyüyeceğini söyler. Samsun’da özel bir şirketin kendir fabrikası kurduğunu duyduklarını bu habere çok sevindiklerini söyler ve inşallah devamı gelir diye ekler. Şimdilerde kendir teminini yurt dışından Hindistan ve Çin’den yaptıklarını söyler. Yurt dışından geldiği için dolar bazında geldiğini dolarla geldiği için de pazara pahalı sunmak zorunda kaldıklarını, insanların sömürdüklerini ifade eder. Ürünün fiyatları ise doların çıkışına göre değiştiğini söyler. Kendir ipliğinden dokunan kumaşların bir metrelik fiyatının 70 TL olduğunu 45 cm olan kumaşların ise 45 TL olduğunu söyler. Bu sene pandemi sebebiyle kendir kumaşından maske üretimi yaptıklarını tanesini 5 TL’ye sattıklarını söyler. İnce ve sık dokunan kendir kumaşının maske tasarımı için en sağlıklı kumaş olabileceğini söyler. Normal bir yıl genelinde yıllık cirolarının ortalama 1.500.000 TL olduğunu söyler. Sosyal ağların satışlarda iyi etki yarattığını bugün pek çok online mağazadan satış yaptıklarını söyler. Satış olarak tezgâhlarında kendir ipliği, kendir ham kumaşı bunların yanında kendir ipliğinden üretilmiş pek çok çeyiz ürünlerinin bulunduğunu söyler. Alıcı profilinin en fazla çeyizlik ürün alıcısı olduğunu söyler.¹³⁵

¹³⁵ Orhan Fırat, Kişisel görüşme, 08.09.2020.



Şekil 37. Bobine sarılı kendir ipleri.



Şekil 38. Feteriko olarak da adlandırılan dokuma kumaş.



Şekil 39. Kendir çeyizlik salon takımları.

Kendir kumaşlarının işleniş yapısı alıcı talebine göre şekil almaktadır. Pahalı bir kumaş olması nedeniyle giysi üretiminde seri üretimi yoktur. Sipariş üzerine yapılabilir. Çeyiz ürünleri bakımından pek çok alternatifi olan kendir kumaşı satışının yapıldığı işletmeleri neredeyse kalkındırmıştır denilecek kadar ekonomik katkısı bulunmaktadır.



Şekil 40. Kendir ipinden üretilmiş yüz maskesi.

Pandemi piyasalarda maske endüstrisinin gelişmesine büyümesine neden olmuştur. Sık dokunan yapısı, dayanıklılığı ve nefes alma özelliklerinden yola

çıkılarak kendir kumaşından maske üretilmiş ve piyasaya sürülmüştür. Ekonomik açıdan işletmeye gelir sağlayan kendir maskelerinin alıcı talebi de oldukça fazladır.

2.2.2. Peştamal

Peştamal bezi Rize bölgesinde kadınların vazgeçilmez bir aksesuar ürünüdür. En eski kullanım şekli ayak peştamalıdır. Eski dönemde kadınlar etik değerler gereği vücutlarında bel ve topuk arasını kapatmak durumundaydılar. Bu yüzden kadınlar peştamal bezleriyle vücutlarını örtmektedir. Sağlık anlamında soğuk hava koşullarından kendilerini korumak için peştamal kullanmaktadırlar. Bunların yanında evde, tarlada, bahçede günlük işlerini yaparken kıyafetlerinin kirlenmemesi için peştamal kullanmaktadırlar. Baş peştameli de başörtünün üzerine örtülen geniş bir örtüdür. Kadınların boyun ve baş bölgesini saran bu bez etik değerler açısından dönem şartları gereği kullanılması gerekli olan bir üründür. Yöre kadınlarının vazgeçilmez bir giyim parçası haline gelen peştamal bezi temel kullanım alanları dışında da günümüzde kullanılmaya devam etmektedir.

Yöresel dokumalar içerisinde yer alan peştamal sadece örtünme amaçlı değil, zaman içerisinde sosyal hayatın her alanında yer alan bir simge olmuştur. Günümüzde bilinen ve yaygın olarak kullanılan hamam peştamalinin dışında kadınların örtünme amacıyla kullandığı; rengi deseni ve büyüklüğü bölgeden bölgeye hatta ilçeden ilçeye değişen peştamaller bulunmaktadır. Giyim kuşam tarzının zamanla değişmesi peştamallerin öncelikli amacına yönelik kullanımını azaltmışsa da gerek geçmişe duyulan özlem ve kültürel birikimler peştamallerin bir dekorasyon ürünü olarak, gerekse konfeksiyon ürünü olarak kullanılmaya başlanmış olmaları güncel kalmalarına yardımcı olmakta ve kullanım alanı bulmasını sağlamaktadır. Peştamaller hala bir kısım yöre halkı tarafından kullanılmaktadır.¹³⁶Peştamali günümüzde kullanan kitle daha çok köyde yaşayan yaşlı hanımlardır.

¹³⁶ Nurgül Begiç & Ceren Öz, “Trabzon ve Çevresinde Kullanılan Peştamal Dokumaları ve Günümüz Tasarımlarında Uygulamaları”, *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi* 11/21 (2019): 447.

Rize arşısında yer alan Alemdaroğlu Hediyelik Eşya ve Yöresel Dokumalar işletmesi sahibi Sefa Alemdaroğlu ile peştamal bezi üzerine görüşme yapılmıştır. Sefa Bey peştamal bezinin pamuklu bir bez olduğunu söyler. Başka bir ad olarak yörede ‘bel peştamalı’ olarak da geçtiğini söyler. Tasarım olarak peştemalin kendi çizgileri olduğunu bu sene ise süslemeli olarak simli peştemalin üretildiğini, peştemalin genellikle yaz aylarında kullanıldığını, kadınların çay toplarken bellerine taktıklarını ve etek olarak kullandıklarını belirtir. Şimdilerde ise genel kullanımının dışında insanların masalara dekor amaçlı örttüğünü söyler. Peştamalin asıl yöre renginin siyah-eflatun çizgilerden oluştuğunu söyler. Peştamal bezlerinin Trabzon Çarşıbaşı İlçesi’nde yarı otomatik makinalarda üretildiğini eskilerde dokuma tezgâhlarda el işçiliği yapılarak üretildiğini söyler. Şimdilerde el işçiliği ürünlerinin yaptırmanın da bulmanın da zor olduğunu belirtir. Peştamal bezi fiyatlarında yükselişin veya inişin dolara, iplik fiyatlarına, çalışan yevmiye işçisi fiyatlarına göre değişkenlik gösterdiğini belirtir. Peştamal bezinin kış sezonunda satılmadığını çok nadir alıcı bulduğunu söyler. Yazın ise turizm amaçlı şehre gelen insanların bu bezleri aldıklarını fular şeklinde kullandıklarını söyler. Peştemalin metre fiyatının 30 TL olduğunu simli peştamal fiyatlarının ise 35 TL olduğunu söyler. Yazın peştamal bezi üzerinden günlük kazançlarının 100-150 TL arasında olduğunu söyler. Sosyal medya fenomenlerinin bölgeye gelip peştamal takıp gezmelerinin satışlara olan ilgiyi arttırdığını söyler. Yerli olarak ise genel olarak orta yaşlı ve ihyiyar yaşlı insanların tercih ettiğini söyler. Yerli insanlar da yazın yaylalarda yapılan festivallerde bu ürünü satın alıp kullanmakta olduğunu söyler. Talep durumuna göre şehir dışına satış yaptıklarını belirtir. Pandemi nedeniyle eskisi gibi dışarıdan insanların gelmediğini, festivallerin yapılmadığını bu yüzden de satışlarının düştüğünü söyler. Normal süreçte peştamal bezinin ekonomiye katkısının daha fazla olduğunu iplikçisinden dokumacısına satıcısına kadar her birimin dokuma bezler üzerinden ekmek yediğini geçim sağladığını ifade eder.¹³⁷

¹³⁷ Sefa Alemdaroğlu, Kişisel görüşme, 08.09.2020.



Şekil 41. Bel peştamali.

Görselde yer alan peştamal Rize'nin yöresel kültür belleğinde yer alan renklerde tasarlanmıştır ve ayak peştamali olarak kullanılır. Kırmızı renkli peştemaller daha sonra yaygınlaşmıştır. Eskilerde halk kültüründe bir gereklilik olan peştamal şimdilerde tercihe bağlı kullanım şeklinde insanların hayatlarında yer almaktadır. Özel gün olarak yayla, şenlik, festival ve düğünlerde ise peştamal eteği kullanımını devam ettiren yani gelenek kültüre sadık kalan topluluklar az da olsa bulunmaktadır.



Şekil 42. Baş peştamali.

Yöre halkında baş peştemali kırmızı renklidir ve resimdeki gibi örtülür. Turizm pazarında çok fazla tezgâhlarda satışa sunulan kırmızı peştemale yoğun ilgi vardır.



Şekil 43. Üçgen peştamaller.

Görseldeki üçgen kesim pul ve nazar boncuğu süslemeli peştamal bezleri diğer görseldeki peştamal bezine göre şimdilerde daha fazla alıcı kitlesine sahiptir. Şehir dışı şehir içi çocuktan büyüğe herkesin aldığı bu bez örtüler saç bandı ve bandana işlevi görmektedir. Hediye olarak da alınıp satılan bu bezler hem işletmeye gelir kazancı sağlamıştır hem de kültür yayılımında büyük katkısı olmuştur.



Şekil 44. Peştamal bezlerinden üretilen bebek kıyafetleri.

Yöre işletmelerinde hediyelik eşyalara da konu olan peştamal bezleri bebek giyimi olarak da piyasaya sunulmuştur. Özellikle şehir dışından gelen insanların ilgisini çeken bu kıyafetler il dışından yoğun talep görmektedir. Hediyelik olarak da şehir dışına taşınan bu ürünler sosyal platformlarda paylaşım aracı olarak da kullanılmıştır.



Şekil 45. Peştamal bezinden üretilmiş kapı süsü.

Peştamal bezleri zamanla daha farklı endüstrilerde kendini göstermiştir. Özellikle hediye sektöründe kendini göstermiştir. Görselde kapı süsü olarak işlenen peştamal bezi halk belleğindeki geleneksel yapının ekonomik boyutta alınıp satılan bir meta unsuru oluşunu göstermiş olur.



şekil 46. Peştamal bezinden üretilmiş saç tokası.

Kız çocukları için üretilen bu saç bandını yetişkinler de kullanabilir. Yine peştamal bezinden üretilen bu ürün hediye işletmelerinde yerli/yabancı turistlerden ilgi görmektedir. Yerel belleğin kullanım alanının zenginliği ve bölgeye kattığı gelir getirisine baktığımız zaman ne kadar fazla öneme sahip ürünler olduğu anlaşılmaktadır.

Görseller dışında daha pek çok hediyelik eşyaya konu olan peştamal bezinin kullanım ve yayılım alanının bu kadar geniş olması ve geniş kitlelere hitap etmesi kültür yayılımı ve kültür kazanımı açısından büyük önem arz etmektedir.

2.2.3. Puşi / çay

Puşi örtüsü Ardeşen-Pazar bölgesinde yaşayan insan topluluklarının kültür belleğinde var olan bir örtüdür. Eski zamanlarda yöre kıyafetleriyle takım olarak kullanılan bu örtüyü şimdilerde turistler bölgede gezi yaparken satın alıp bağlamakta ve yayla fotoğraflarına konu yapmaktadır. Sosyal medya da paylaşım aracı olarak kullanılan bu örtü sınırlarını dünyaya açmıştır.

Çamlıhemşin bölgesinde "Hemşin başi" olarak bilinen, daha çok Hemşin kadınlarının tercih ettiği özel bir teknik uygulanıyor. Hemşin başında ilk sırada kenarları işlemeli veya pullu siyah ince bir tülbent ile baş tamamen örtülüyor. Bu

örtünün üzerine ise "İran şalı" olarak tabir edilen, farklı renklerde otantik bir örtü alnın üzerinde sivrilecek şekilde ilginç bir usulle bağlanıyor. Hemşin başı bölgeyi ziyaret eden turistler tarafından da oldukça ilgi görüyor. Ziyaretçiler başlarını bağlatıyor ve fotoğraflar çektirerek bir anlık da olsa, Hemşin kadını gibi giyinmeyi tecrübe ederek farklı bir turistik deneyim yaşıyorlar.¹³⁸Farklılığıyla ilgi çeken bu örtü insanların görsel zevklerine de uygun düşmektedir.

Rize çarşısında Kaçkar Rize Dokumaları işletme sahibi Hasan Kandemir ile görüşme yapılmıştır. Hasan Bey puşi kumaş cinsinin ipekle naylonun karışımından üretildiğini söyler. Görünüm olarak puşinin üzerinde baskı desenler olduğunu, genel olarak puşinin siyah şifonla takım kullanıldığını yörede şifona 'pullu ak' denildiğini, şifonların pullarla veya boncuklarla süslenebildiğini ifade eder. Eski zamanlarda puşi renkleriyle insanların hangi köylü olduğunun belli olduğunu ifade eder. Buna benzer bir anlam ifadesi olarak kadınların puşiyi bağlama şekline göre medeni hallerinin durumunun anlaşıldığını söyler. Puşinin eskiden kullanılan en yaygın rengi turuncudur şimdilerde ise alıcı kitlesine göre renk çeşitliliğinin arttığını söyler. Puşi İran üzerinden Türkiye'ye geldiği için dolar üzerinden geldiğini buna göre de dolar yükselişlerine göre fiyatların değişebileceğini söyler. Aynı zamanda puşinin Arap kültürü üzerinden bu bölgeye yerleştiğini söyler. Bölgeye gelen yerli ve yabancı turistlerin puşiyi olan merakının oldukça fazla olduğunu söyler. Kış aylarında satışların olmadığını yaz aylarında günlük 5-6 tane puşi satıldığını söyler. Puşinin boyuna göre birim fiyatı 15-30 TL arasındadır. Sosyal medya ve turizmin satışlarda çok fazla etkili olduğunu söyler. Tatile gelen turizmcilerin sosyal medya vasıtasıyla adeta tanıtım reklamı yaptıklarını buna göre de satışlarında değişimler olduğunu söyler. Puşinin mayıs-eylül ayları arasında çok fazla satışının yapıldığını 15-32 yaş aralığındaki kadınların aldığını söyler. Pandemi nedeniyle turizmcisi olmadığı için bu sene satışların %70 gerilediğini ekler.¹³⁹

¹³⁸ Ömer Akgün Tekin, "Kaçkarlardan Karadeniz'e Uzanan El: Rize", *Standard Ekonomik ve Teknik Dergi* 621 (2014): 3.

¹³⁹ Hasan Kandemir, Kişisel görüşme, 08.09.2020.



Şekil 47. Renkli puşı bezleri.

Puşî bezleri çeşit çeşit renkleriyle satış reyonlarında yer almaktadır. Doğa ve yayla turizmi için bölgeye gelen müşterilerin tercih etmiş olduğu puşiler alıcı zevkine göre renk renk üretilip satış reyonlarında kendine yer bulmaktadır. Ekonomik açıdan bölge ekonomisine katkısı bulunan puşiler siyah pullu veya boncuklu şifon örtülerle satılır ve kombine ederek kullanılır.



Şekil 48. Puşı örtüsünün başta bağlanmış hali.

2.2.4. Örme Sepet

Örme sepetler en temel zeminiyle yük taşıma geçmişten bu yana taşıma aracı olarak kullanılmıştır. Günümüzde de taşıma aracı işleviyle kullanılan sepetler yöreye özgü işlemesi ve şekilleriyle insanların beğenisini kazanmış böylelikle ve süs, dekor aracı olarak da kullanılmaya başlanmıştır.

Rize halk sanatları içinde önemli bir yeri vardır. Bu durumda Rize'nin çay kenti olmasının ve çayın yanı sıra mısır, fasulye, patates, elma, armut, fındık gibi ürünlerinin bolca yetiştirilmesinin ve bunların taşınmasında sepetlerden istifade edilmesinin önemli bir yeri vardır. Yörede “sebet” olarak telaffuz edilen sepet, ağacı bol olan yörede üretimi sınırlı olsa da devam ettirilen sanatlardandır. Bunun sebebi Rize ve çevresindeki köylerin coğrafi yapı nedeniyle dik yamaçlar üzerine kurulmuş olması, bundan dolayı da insanların yüklerini kendilerinin taşımak zorunda kalmasıdır.¹⁴⁰Yük taşıma aracı olarak asıl işlev özelliğini günümüzde de devam ettiren örme sepetler bu işleviyle bölge pazarında satılmaya devam etmektedir.

Bu konuyla alakalı olarak Levent Sepetçilik İşletmesi sahibi Kenan Levent Bey ile görüşme yapılmıştır. Levent Bey Sepet dokusunun fındık, bambu, söğüt ağaçlarından yapıldığını söyler. Yöre ağzında kuvuça ve komali adlarının da kullanıldığını söyler. İsteğe bağlı olarak sepete keşanla süsleme yapılabileceğini ve çay, atmaca motiflerinin işlenebileceğini söyler. Sepetin Rize bölgesindeki temel işlevinin çay ve meyve taşıma aracı olduğunu, şimdilerde ise temel amacından çok dekor amaçlı hediyelik eşya olarak sepetin satışının yapıldığını, sepetin her zaman orijinal ağaç rengini taşıdığını boyama yapmadıklarını sadece daha dayanıklı ve koruma sağlayabilmesi için vernik çektiklerini söyler. Ürünün tamamen el işçiliği ürünü olduğunu köyde bu işçiliği devam ettiren yaşlı kimselerden toptan alındığını söyler. Rize'nin yerlisinin bu sepetleri kullanmak için aldığını dışarıdan gelen Rizelilerin ise evlerine veya yakınlarına hediye etmek için ve evlerinde dekor amaçlı kullanmak için aldıklarını söyler. Turizmin satışlarda etkili olduğunu yaz aylarında daha fazla satış yapıldığını söyler. Yaz aylarında 40-50 adet setin satıldığını söyler. Satış fiyatlarının ise 15-150 TL

¹⁴⁰ Ela Taş, “Halk Plastik Sanatları Yönüyle Rize”, Sosyal Bilimle Dergisi 2 (2015): 181.

arasında değiştiğini söyler. Pandeminin satışlarını düşürdüğünü de ekler. Sepet satışlarının kültür ekonomisine katkısı olduğunu söyler.¹⁴¹



şekil 49. Taşımacılık işleviyle işletmelerde satışa sunulan sepetler.

şekil 49’da boyut olarak yetişkin bir insanın taşıyabileceği şekilde büyüktür. Yöre halkı tarafından da çay taşıma ve yükleme aracı olarak kullanılır.



şekil 50. Dekor rme sepetler.

¹⁴¹ Kerem Levent, Kişisel görüşme, 10. 09. 2020.

Geleneksel dokuyu bünyesinde barındıran işletmelerde dekor amaçlı kullanılmıştır. Çay satış reyonlarında içine çay paketleri konularak müşteri satışına sepet içerisinde paket çay sunumu yapılarak müşteri dikkati çekilmeye çalışılmıştır.



Şekil 51. Meyve sepetleri.

Sivri duruşuyla dikkat çeken küçük sepetler eski zamanlarda meyve toplamak amacıyla kullanılıyordu. Daha çok üzüm toplamak amacıyla üretilen ve kullanılan bu sepetler şimdilerde süs eşyası olarak kullanılmaya başlanmıştır. Bölgede ‘sepetçilik’ üzerine kurulu dükkânlar sayesinde sepetçilik kültürü hala devam etmekte bu sayede hem üretici hem de satıcı gelir sağlayarak üretim zincirini devam ettirmektedir.



Şekil 52. Örme sepet görünümünde avize.

Sepet örgü modeline olan beğeni daha farklı şekillere bürünerek de günlük hayatta kullanıma sunulmuştur. Sepetçide satışa sunulan örgü avizelerde bu durumu somut bir şekilde gözlemlemek mümkün olacaktır.



Şekil 53. Magnet çay sepeti.

Yöre belleğinde yer alan sepetler zaman içerisinde geniş endüstri sahalarına yayılarak dolap süsü olarak bilinen magnetlere bile konu olmuştur. Yöreye dışarıdan gelen ziyaretçiler gittikleri yerlere hediye olarak bu hediyelik eşyalardan alıp gitmektedir. Dolap süslerine bile konu olan minyatür sepetler sadece madde olarak değil kültürel olarak da geniş kitlelerce alıcı bulmuştur ve yayılma göstermiştir.

2.2.5. Ahşap İşlemeciliği

Rize bölgesinin ağaç varlığı açısından oldukça zengin olması yörenin kültürüne yön vermiştir. Yörenin kültür envanterinde ahşap üzerine çok çeşitli ürünler görmek ve tanımak mümkün olacaktır. Öyleki yöre insanının hayalleri bile ahşap işleme ürünlerine konu olmuş ve hayal ürünleri tasarlanarak pazarda kendine yer bulmuştur. Bu konuyla alakalı çok fazla somut örneği bünyesinde

taşıyan ‘ahşap işlemeciliği’ aynı zamanda ustalığın gerekli olduğu bir meslek haline gelmiş ve zamanla kendi bünyesinde büyük bir sektör oluşturmuştur.

Rize’de KİKSAN Ahşap Malzemeleri İşletme Sahibi Yunus Emre Kaynak ile görüşme yapılmıştır. Yunus Emre Bey ağaç işçiliğinde ceviz, kestane ve şimşir ağaçlarının kullanıldığını söyler. Genel olarak ahşap renginin dışında tasarım yapmadıklarını söyler. Ahşap süslemelerinde kılıç balığı, atmaca kuşu motiflerini sıklıkla kullandıklarını söyler. Yörenin alıcı kitlesinin daha fazla il dışından Rize’ye gezmek amaçlı gelen gurbetçilerin olduğunu söyler. Gurbetçilerin bu konuda daha fazla ilgili olduğunu genel olarak kafalarında tasarladıkları ürünleri gelip yaptırdıklarını ve evlerinde dekor amaçlı kullandıklarını söyler. Yunus Emre Bey ahşap süs ürünlerinin daha sağlıklı ve dayanıklı olması sebebiyle daha kullanışlı olduğunu çeyiz eşyası alacak kızların çeyizlerine alması gerektiğini ekler. Ağacın Rize’de çok bulunmasından dolayı kıymetinin yerli halk tarafından bilinmediği için yakınır. İşletmede satışa sunulan ahşap süs eşyalarının 30 TL ve 1000 TL arasında olduğunu söyler. Fiyatların ise işçilik değerine göre değiştiğini söyler. İşçilik arttıkça ücrette artmaktadır. 13 yaşındaki çocuktan 80 yaşındaki insana kadar ahşap işlemelerinin ilgi gördüğünü söyler. Sosyal medya yoluyla da internet satışlarının bulunduğunu bu sayede geniş kitlelerce tercih edilebildiklerini söyler.¹⁴²

¹⁴² Yunus Emre Kaynak, Kişisel görüşme, 10.09.2020.



Şekil 54. Ahşap mutfak gereçleri.

Ahşap işlemeciliği ilk başlarda insanların temel yaşam kullanım araç ve gereçleri üzerinde olmuştur. İnsanların yemek araç ve gereç yapımında hammadde olarak kullandığı tahta mutfak araç ve gereçleri günümüzde de kültür belleğinde sürekliliğini korumaktadır. Yemek yeme esnasında metal kaşık ve çatallar kullanılsa da mutfak tezgâh üstü kaşık setlerinde sadece organik bir görünüm yaratması adına ahşap gereçler alınıp satılmaktadır. Günümüzde bu yönüyle bambu ağacından yapılan kahvaltı, yemek, çerez takım setleri de çok fazla satılmaktadır. Kültür belleğinde yerini koruyan bu ürünler güncel şekilleriyle önemi korumaktadır ve gelecek nesiller için ilham kaynağı olacaktır.



Şekil 55. Ahşap sandalye.

Görselde yer alan ahşap sandalyeler yörede bulunan otantik yapılara kombine edilebilmek amacıyla imalat edilmiştir. Eski Rize evlerinden esinlenerek son beş yılda popülerliğini arttıran bungolov evler de müşterilerin kullanabilmesi amacıyla üretilen dekor sandalyeler bölge işletmeleri için önemli bir gelir kaynağı olmuştur.



Şekil 56. Ahşap dekor.

Rize'nin deniz şehri olması sebebiyle balık motifi el sanatlarında çok işlenen bir motif olmuştur. Balık motifli ahşap işlemeler satış reyonlarında halk kültür belleği motifli olması sebebiyle oldukça ilgi çekici ürünlerdir.



Şekil 57. Ahşap telefon.

Atmaca kuşu yörede en fazla yetiştirilen kuş türleri arasındadır. Yöre belleğinde ve kültüründe oldukça geniş yer tutan atmaca kuşları el sanatları dalında her yapı ürününe konu olmuştur. Resimde ahşap hammaddesiyle elektrikli ev telefonu atmaca kuşu tasarımıyla karşımızdadır. Ahşap dekor sever kitle alıcıları tarafından talep edilen bu ürünler bölge kültürüne gelir sağlamaktadır.



Şekil 58. Ahşap tepsi.

Rize'ye gelen yerli ve yabancı turistlerin gideceklere yerlere hediye amacıyla götürebilecekleri şekilde hafif ve kullanışlı ürünler ahşap süslemesiyle yapıp üzerine yazı da işlenmiştir. Böylelikle hediyelik ürünlere yazılı bir anlam da yüklenmiştir. Resimdeki tepsiye benzer pek çok ahşap süsleme hediyeliği bu işletmelerin satış reyonlarında yer alır.

2.2.6. Örme Çorap

Örme çorap yörenin özellikle yüksek kesimlerinde zorlu yaşam ve soğuk iklim koşulları nedeniyle insanların ihtiyaç duyduğu bir giyim eşyasıdır. Yöre halkında keçi ve koyunların kılından örülen çoraplar zamanla endüstriyel sanayi üretimiyle şekil ve yapı değişikliğine uğramış olsa da el yapımı üretilen çoraplar da az da olsa pazarlarda kendine yer bulur. Satışı yapılan bu ürünlerin alıcı kitlesi genelde yaşlı kesimdir. Yün çoraplarının yapısının tüylü olması sebebiyle insan tenine rahatsızlık veren yapısı genç kitle alıcısı tarafından tercih edilmemektedir. Köyde hayvancılık yaşamını sürdüren kimseler tarafından hayvan kollarından bu çoraplar el ile örülür isteğe bağlı olarak süsleme ve renklendirme yapılır ve kısa ölçekte aile bütçesine katkı sağlar.

Rize'de pazarcılık yapan Fatma Mercan Hanım ile yün çoraplar üzerine bir görüşme yapılmıştır. Yapılan görüşmede koyun ve keçi yününden kıl çorabı yapıldığını, avcılarının, askere gidecek erkeklerin, doğuya gidecek öğrencilerin ve hastalıklarla mücadele eden yaşlı insanların kıl çorabını satın aldığını söyler.

Turizmin satışlarda çok etkili olmadığını satışını yaptığı yün çoraplarını daha çok yerli halk tarafından satın alındığını, bu çoraplarının en önemli özelliğinin kışın kar suyunu ayak içine çekmeme özelliğinin olduğunu belirtir. Bu kıl çorapların diğer adının ‘av çorabı’ olduğunu, avcılar kışın soğuktan korunmak ve kar suyu ile teması önlemek için bu kıl çorapları özellikle alıp giydiğini söyler. Kıl çorabın tamamen el işçiliği olduğunu, renklerin sade koyun ipi rengi olduğunu desen ve renk tercihinde istenildiği vakit dokuma tezgâhlarında işlem yapılabileceğini özellikle yeni evlenecek kızların desenli ve süslemeli çorap ördüğünü belirtir. Fatma Hanım’ın elindeki çorapların fiyatı 25 TL ve 125 TL arasındadır. Yün çoraplarının sonbahar ve kış aylarında daha fazla satıldığını söyler. Çorap fiyatlarının senelik fiyat artışını olduğunu günlük satış miktarının ise fark edebildiğini söyler.¹⁴³



Şekil 59. El işçiliği örme çorap.

Görselde görünen kıl çorabı işlemez ve süslemesiz sadece keçi kılıyla örülmüş el işçiliği olan bir çoraptır. Çorabın boyu dize kadar uzamaktadır. Geçmiş

¹⁴³ Fatma Mercan, Kişisel görüşme, 10.09.2020.

tarihlerde köylerde yaşlı teyzeler arasında bilinip örülen çoraplar halk belleğinde şekil değiştirmiş günümüze renkli model ve işlemelerle yansımıştır.



Şekil 60. Renkli ve işlemeli modeliyle Rize yün çorap.

Günümüzde yer alan modeliyle resimde yer alan çoraplar makine ürünüdür. Sanayinin gelişmesiyle birlikte üretim sayısı artmış piyasada hızlı yayılım göstermiş popülerlik kazanmış böylelikle de öz yapısından esinlenerek günümüzde farklı şekillerde tezgâhlarda kendine alıcı bulmuştur.

2.2.7. Çağatara Oyuncağı

Çağatara oyuncağının net olmamakla birlikte en az 200 yıllık geçmişinin olduğu bilinmektedir. Eski dönem şartlarına uygun olarak elde var olan malzemelerle üretilen bir oyuncaktır. Rize insanının pratik zekâ yapısıyla yapılan bu oyuncak çok pratiktir ve oynaması zevkli bir oyuncaktır. Yokluk devrinde en fazla kullanılarak çocukların oynamış olduğu birlikte vakit geçirdiği oyuncaklardandır. Günümüz koşullarında oyuncağın görünümü çocuklara basit ve renksiz geldiği için tercih edilmez. Kültür alt yapısı sağlam bireylerin aktarımı sayesinde oyuncak günümüzde adını ve işlevini yaşatmaktadır. Yaylalarda turizm pazarlarında tezgâhlarda yer alan bu oyuncak tarihi oyunlar arasından günümüze ışık tutmuştur.

Oyuncak hakkında Sanat Sokağı Atölyesi sahibi Sedat Karslı ile görüşme yapılmıştır. Çağatara, çahra, ferfendirik yöre ağzında bu oyuncağa

verilen isimler olduğunu ifade eder. Boş cevizin içinden gelen çağğğ sesi bu oyuncığa yansımıştır çağatara olarak ad olmuştur diye ekler. Bu ürün bir oyuncaktır oyun değildir oyun olabilmesi için belli bir düzeni ve kuralları olması gerekir. Güneysu İlçesi'nde de daha çok Çağatara olarak bilinmektedir. Bu oyuncak kuru cevizden yapılır cevizin içi cevizi kırmadan çıkartılır. Bunu eskiden büyüklerimiz taşlara sürterek çivi ve bıçak yardımıyla yapıyordu şimdilerde matkaplarla yapılabiliyor diye ekler. İçinden mil veya misine geçirilir ve cevizin üst tarafına kiremitten pervane geçirilir. Bu şekilde oyuncak yapılmış olur der. Bu yöre belleğinde bu oyuncığın kullanım tarihinin çok eski olduğunu yaklaşık olarak ise 200 yıl öncesine dayandığını, bu oyuncığın kinetik enerjiyle çalıştığını oynayan kişi kendine doğru ipini çektiği zaman oyuncığın da içindeki ipi kendine çekmesiyle kuvvetli bir kinetik enerjinin oluştuğunu söyler. Bu oyuncayı daha çok günümüzde yaşlı kesimin seçtiğini ve eline alıp oynadığını, 50-60-70 yaşındaki bir insanın bu oyunu oynarken geçmişe dalıp gittiğini eskileri hatırladığını çocukluğunu gözlerinin önünde canlandırma imkânı bulduğunu ifade eder. Bu oyuncığın insanları birleştirici bir yapısı olduğunu, bir oyuncak etrafından onlarca insanın toparlanabildiğini, günümüzde kullanılıp bilinmese de günümüz çocuklarının beğenisine sahip olmasa da bu oyuncayı valilik misafirlerine hediye ettiklerini ve çok beğenildiğini, bu oyuncığın stres topuyla aslında aynı işleve sahip olduğunu belirtir. Bu oyunu tanıtırken kişisel gayesinin stres atmak ve boş zamanlarını bu oyuncayı yaparak değerlendirmektir ve kafamı rahatlatmaktır diye ekler. Bu oyunu eski tarihlerde bir kuşağın yanında taşıdığını daha sonra gittikleri yerlerde de bu oyuncayı yanında götürdüklerini ekler. Bunu da Dünya'da bazı yerlerde aynı oyuncığın aynı işlevli kullanılmasına bağlar.

Bu oyuncayı yörede 23 Nisan gösterilerinde tezgâhlarda sattıklarını, bunun yanında valiliklerde ve şenliklerde pazara sunulduğunu, fakat bu oyuncayı alan kişilerin yaş ortalamasının hep yüksek olduğunu yeni nesil çocukların bu oyuncayı seçmediğini ilgi duymadığını ceviz mi yani yiyecek bir besin mi yoksa oyuncak mı ikisi arasında kaldıklarını söyler. Yaşlılar bu oyuncakla çocukluklarında çok fazla vakit geçirdiği için onlarda bir aidiyetlik duygusunun oluştuğunu, bu oyuncığın üretim maliyetinin 5 TL olduğunu belirtir. Çağatarayı bir ticari obje olmaktan ziyade kültürel bir obje olarak gördüklerini söyler.

Pazarda bu oyuncağın 10 TL ‘ye satıldığını, çağataranın çok fazla getirisi olmadığını bununla alıcısının olmamasına bağlı olduğunu, bu bölgede insanlarda kültür alt yapılarının olmadığını bu yüzden de bu geleneğin unutulmaya yüz tutacağını düşündüğünü, sosyal medyanın tanıtımlarda etkili olduğunu söyler. Bu oyuncağın ticari olarak satışı yapılarak sürdürülebilir olması gerektiğini, yoksa geçmişte bir anı olarak kalacağından tereddüt ettiğini ifade eder.¹⁴⁴



Şekil 61. Çağatara oyuncağı.



Şekil 62. Turizm pazarındaki çağatara oyuncağı.

¹⁴⁴ Sedat Karşlı, Kişisel görüşme, 18.09.2020.

Yörede çağatara oyuncağını turizm pazarlarında görmek mümkündür. Tatilcilerin ilgisini çeken geçmişini bilen kimseler bu oyuncağı alır ve oynar. Oynamak için insanların yaşının bir önemi yoktur. Yediden yetmişe herkes bu oyuncak ile oynayabilir. Yerel bellekte var olan böyle bir ürünün gelecek nesillere aktarılması ve tanıtılması da ancak yöre pazarında satışa çıkarılmasıyla sürdürülecektir.

2.2.8. Kuzine / Soba

Kuzinelerin günlük hayatta yeri yadsınamaz ölçüde büyüktür. İnsanlar kuzinede yemeklerini, ekmeklerini ve çaylarını yaparken aynı zamanda da ısıtarak çok yönlü işleviyle bu ürünü kullanırlar. Odunun çok fazla bulunduğu bir coğrafyada yaşamak kuzinenin önemini daha da arttırmış ve yaygınlaştırmıştır. Çalışma sahasında kuzine/soba üretimi yapan Gökhan Bey ile bu konuyla alakalı görüşme yapılmıştır. Gökhan Bey kuzinelerin diğer şehirlerde üretilse de ağır döküm kuzinelerin Rize’de üretildiğini ve diğer şehirlere de Rize’den gönderildiğini belirtir. İşletmelerinin Türkiye’nin her şehrine kuzine gönderdiğini söyler. Aynı zamanda yurtdışından da talep gördüklerini bu bağlamda yurtdışına da satış yaptıklarını söyler. Rize kuzinesinin bu kadar ön plana çıkmasını ağır döküm paslanmaz metalden yapılmasına bağlar. Günümüzde göz zevkine hitap eden kuzinelerin üretiminin bu sahayı güncellediğini pandemiyle etkisiyle de köylere geri dönen insanların talebiyle kuzine/soba üretiminin oldukça arttığını belirtir.¹⁴⁵

¹⁴⁵ Gökhan Durmuş, Kişisel görüşme, 11.01.2021.



Şekil 63. Kuzine ve soba çeşitleri.

İnsanın doğası gereği temelde ısınma ihtiyacını gidermek amacıyla kullanılan soba/kuzineler zamanla ısınmanın yanında insanların pek çok ihtiyaçlarına da karşılık vermiştir. Yemek pişirmek, ekmek pişirmek, çay pişirmek vb. işlevleriyle kullanılan kuzineler her evde kendine yer bulmuştur. Kuzine/sobaların ısınmak maksadıyla insanları bir araya toplanması da yöre kültüründe bu ürünün yer etmesine katkı sağlamıştır. Doğalgazlı evlerden birbirinden ayrı odalarda yaşayan insanlar kuzine ve sobaların başında toplanarak ailevi birlikteliklerini arttırmışlar, aile bağları açısından kaliteli zaman geçirmeye başlamışlardır. Bunun farkına varan insanlar eskiye dönüş adı altında kuzine ve sobalara rağbet göstermiştir. Her açıdan insan hayatına olumlu katkıları olan soba/kuzinelerin üretimi temeli demircilik zanaatı olan çok fazla işletme tarafından yapılmaktadır. Satış kanallarında ‘Rize kuzinesi, Karadeniz kuzinesi’ olarak adlandırılan bu kuzine ve sobaların hem kültüre olan katkısı hem de ekonomik alandaki getirisi oldukça büyüktür.



Şekil 64. Kuzine/soba üretimi ve satışı yapan bir işletme.

2.2.9. Bakır Ürünler

Anadolu sanatında önemli bir yeri olan bakır, kap kacak yapımında, süs tabaklarına miğferlerden kapılarda değişik yapı unsurlarına vb. kullanılan ve süslemeye çok elverişli olan bir madendir. Anadolu insanı bakırı oya gibi, kilim gibi işleyerek doğadaki günlük olayları örnek alarak beğendiği, sevdiği, saygı duyduğu ne varsa ona işlemiştir. ¹⁴⁶Bu doğrultuda bakırcılık sanatı Karadeniz Bölgesi için de önemli bir sanat sahası olmuştur. Çalışma sahası olan Rize’de de bakırcılık önemli bir sanattır. Öyle ki şehirde ‘bakırcılar sokağı’ adıyla anılan bakır ürünlerin satıldığı bir çarşı bulunmaktadır. Bu sokakta bakırcı-kalaycı ustalarının ürünlerinin satıldığı işletmeler bulunmaktadır. Bahsi geçen ustalardan Tahsin Bey ile görüşme yapılmıştır. Tahsin Bey 16 yaşından bu yana bu mesleği icra edip aktarım yaptığını söyler. Çocukluğunun ünlü bakır ustalarının elinde yetiştiğini ifade eder. Bakırcılık icrası yapacak kişinin hem elinin, hem beyninin, hem de ruhunun bir bütünlük halinde ürünleri işleyebileceğini, bakırcılık için sanatçı bir ruhun varlığı önemlidir diye belirtir. Bakır ürünlerin işlenişi hakkında kısa bilgiler aktardıktan sonra ürünlerin hangi ustaya ait olduğunu nasıl bilebiliriz sorusuna karşılık her ustanın kendine ait bir çekicinin olduğunu bu çekik

¹⁴⁶ Asena Ertaş, “Ankara İli Bakırcılık Sanatı”, *Folklor/Edebiyat* 20/79 (2014): 162.

izlerinden ürünleri hangi ustanın işlediği bilgisine ulaşılabilirliğini belirtir. Rize’de iklim yapısının nemli olması sebebiyle bakır ürünlerin yılda en az bir defa kalaylanması gerektiğini bildirir. Müşteri profili olarak daha yaşlı kesimdeki insanların bu ürünleri tercih ettiğini genç kesimin sadece dekor amaçlı aldığını söyler. Yaşlı kesimin ise yöre yemeği olan lahana yemeğini pişirmek için bakır tencereleri tercih ettiğini söyler. Günümüzde kalaycılığın ciddi ölçüde azalmasıyla da pazarda bu ürünlerin işlev kaybına uğradığına değinir. Satış açısından bu ürünlerin Türkiye’nin her iline gönderildiği gibi yurtdışına da ürün gönderdiklerini söyler. Bu ürünlerin kültürden beslenerek şekillendiğini ekonomik açıdan da ciddi gelirler sağladığını ve büyük bir pazar oluşturduğunu ifade eder.¹⁴⁷



Şekil 65. Satışı yapılan bakır ürünler.

Sahada bulunan işletmelerde bakır ürünlerin her çeşidini görmek mümkündür. Her işleve ve zevke uygun şekilde üretilen bu ürünler yediden yetmişe her yaş grubuna göre tasarlanarak alıcı kitlesini genişletmeyi başarmıştır.

¹⁴⁷ Tahsin Çelik, Kişisel görüşme, 11.01.2021.



Şekil 66. Satışı yapılan bakır tencereler.

2.3. Yöresel Kültür Ekonomileri Bağlamında Rize’de Mimari Yapılar

2.3.1. Ahşap Evler

Ülkenin en zengin orman alanına sahip bölgesi olan Doğu Karadeniz, ahşap malzemenin yaşamın her alanında en yoğun kullanıldığı yerdir. Özellikle deniz kenarı veya denize yakın akarsu boyu yerleşimlerinde yapı ustaları daha çok ahşabı tercih etmişlerdir. Genellikle kestane, ardıç, ladin, karaağaç ve ceviz ağacı kerestesi kullanılmasına rağmen, son yıllarda azalan orman varlığı nedeniyle ladin türü dışındakilerin kullanımı oldukça azalmıştır. Ayrıca ahşap, yalnızca konstrüksiyonda değil, seki, yüklük, tavan, döşeme gibi içyapı elemanlarında da kullanılmışlardır.¹⁴⁸ Bu bağlamda Rize de yer alan tarihi eski yapılara bakıldığında ve incelendiği zaman ahşap evleri çoklukla görmek mümkün olacaktır. Geçmişten bugüne özellikle yayla evleri ahşap maddeden yapılmıştır. Bölgede orman bitki örtüsünün geniş olması ve insanlar tarafından işleme alınması ahşap yapıdan çok fazla yaşam ürünlerinin üretilmesine ve tezgâh satışına neden olmuştur.

¹⁴⁸ Seyfi Başkan, “ Geleneksel Doğu Karadeniz Evleri”, *ERDEM İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi* 52 (2008): 43.

Doğu Karadeniz evleri geleneksel Türk yapı sanatının en seçkin örneklerine sahiptir. Doğu Karadeniz evleri, hangi tür malzemeye yapılmış olursa olsun doğayla, insanla ve çağlar boyu süren deneyimlerle kazanılmış bir 'uyum' mimarlığının ürünüdür. Bir bakıma çetin bir coğrafyanın ve inatçı Karadenizlinin birbirleriyle sağladığı uyumun eseridir. ¹⁴⁹ Doğanın kendi dokusunda bulunan hammaddenin insan eliyle işlenip tekrardan doğada barınma yapısı olarak kullanılması insanların göz zevkine uygun kombin oluşturacaktır.

Günümüzde çağın gerekliliği ile birlikte çoklu katlı apartmanlar bölgede yer almaktadır. Yöre doğası ve dokusuyla uyuşmayan apartman binaları çağın gerekliliğiyle dönüşümün bir parçası olmuştur. Bölgede ender doku olarak kalan ahşap evler şehir merkezinde azınlık bir şekilde yer almaktadır. Bu evlerin çoğu boş kalmış ve çürümeye yüz tutmuş evlerdir. Bölge merkezinde işlek konumda yer alan bir Rize evi ise yeniden restore edilmiş restoran/cafe hizmetiyle halka açılmıştır. Hem dış mimarisiyle hem de hizmet şekliyle müşterilerini karşılayan bu evin iç dekoru da tamamen eski yapıdan oluştuğu için yaşayan müze konumundadır. Cafe/restorana yöre kültüründen hem tat almak hem de ilham almak isteyen müşteriler tercih etmektedir. Böylece hem yöre yemeklerini tatmışlar hem de yöre yaşamında ev sıcaklığının nasıl olduğunu izlemişlerdir. Kültür bu sayede aktarım sağlamış farklı insanlar ve kültürler tarafından tanınmış olup işletme sahipleri elde edilen ekonomik gelirle işletmenin giderlerine cevap bulmuştur. Yeni nesil önceki nesillerin yaşamından bir nebze olsa da istifade etmiştir. Geleneğin sürekliliğinde aktif rol oynayan bu işletme hem kültüre hem de ekonomiye hizmet etmeye devam etmektedir.

Rize çarşısında yer alan bir işletmeyle bu konuda görüşme yapılmıştır. Evvel Zaman işletmecisi eski meclis üyelerinden Necibe Oflu 'dur. Necibe Hanım Rize'de çok fazla tarihi evin bulunduğunu, işletmeciliğini yaptığı cafe/restoran formatındaki eski Rize evinin ise 135 yıllık bir ev olduğunu ve bu evin bir hanımdan kamulaştığını söyler. Daha sonra işletmesini kendilerinin aldıklarını zamanla bu mekânı özel müze haline getirdiklerini daha sonra cafe/restoran formatında tekrardan halk hizmetine açtıklarını söyler. Bu şekilde folklorik eserleri işlevselleştirdiklerini söyler. Bunların yanında dokuma tezgâhları

¹⁴⁹ Başkan, " Geleneksel Doğu Karadeniz Evleri", 142.

kurduklarını, yöresel yemekler yaparak bu kültürü ayakta tuttuklarını, yöre müziğini de müşterilere tanıtmak amacıyla haftanın üç günü müzik gecesi yaptıklarını söyler. Müşteri profili olarak da Alp Dağları'nın tepesinden Kızılderili insanlara kadar dünyanın her yerinden müşterilerinin olduğunu söyler. İşletmelerinin farkını şöyle ifade eder: "Topkapı müzesinde yemek yiyemiyoruz ama burada yiyebiliyoruz. Bu şekilde müze atmosferindeki bu yerde yöresel yemeklerin yenilebiliyor olmasının çok özel olduğunu ifade eder. Bakır kaplarda yemek sunumu yaptıklarını ekler. Devletin A protokolünün bu mekâna gelip yemek yediğini bunu yapmalarındaki amacın ise misafirleri geldiği zaman Rize'ye dair akıllarda bir şeylerin kalmasını istedikleri için burada ağırladıklarını söyler. Pandeminin bu süreçte çok ağır bir tahribat bıraktığını söyler. İstek dâhilinde şehir dışına da sipariş hizmeti sunduklarını, mısır ekmeği vb. yiyeceklerin çokça tercih edildiğini söyler. Kültür ekonomisi açısından ise bölgeye gelen misafirleri istekleri dâhilinde çevre esnaflara yönlendirdiklerini peynir, çay vb. satışlarda çevre esnafında buraya gelen müşteriler tarafından alışveriş yaparak ekonomilerine katkı sağladıklarını söyler.



Şekil 67. Tarihi Rize evi.

Halk kültürünün geçmişini içinde barındıran bir yapının bugün cafe/restoran olarak müşteri hizmetine sunulması daha fazla kitlelere kültürün yayılmasına neden olmuştur. İşletmede servis anlayışının bakır kaplar vasıtasıyla yapılması işletmenin iç dizaynının tarihi dokusu bozulmadan hizmete açılması, eğlence olarak sıra gecesi organizasyonlarının yapılması ve yöre kültürüne has yemeklerin menülerde yer alması ve satılması kültürün ekonomiye olan katkısını ve bu şekilde süreklilik kazanışını gösterir.



Şekil 68 . Tarihi Rize evinin iç kısmı.

Mekânın iç dizaynı geleneksel dokusunu korumaya ve yaşatmaya devam etmektedir.



Şekil 69. Bakır kaplarda servis edilen yöresel yemekler.

Yöresel yemeklerde kullanılan bakır servis gereçleri oldukça ilgi görmüştür. Eski model kaplarda kültür lezzetini tatmak müşteriler için özlem duyulan zamanların kiminin ise merak ettiği kültür atmosferinin bir karşılığı konumundadır.

Rize yaylalarında ahşap ev yapımı geçmişten bugüne hep var olmuştur. Zamanla beton yapılar yapılsa da bunlar ahşap ev mimarisinin önüne geçememiştir çünkü ahşap ev mimarisi bu doğaya ve coğrafyaya en fazla yakışan yapı tipidir. İnsanların beğenisi doğrultusunda varlığını koruyan bu yapılar zamanla şekil değiştirmiştir. Bellek kültürde yer alan eski ahşap yayla evleri zamanla daha güncel model şeklini almıştır ve bu şekilde insanların beğenisini kazanarak bölge turizminin kalkınmasında yardımcı olmuştur. Yeni ismine “bungalov” denilen bu yapılar büyük üçgen görünümlü yapısıyla yediden yetmişe herkesin ilgisini çeker. Özellikle şehir hayatından sıkılıp kafasını dinlemek için yaylaya akın eden insanların bir numaralı konaklama yerleri yeni tarzıyla “bungalov evler” olmuştur. Dere kenarında yeşil doğayla bütünleşen bu evler çoğunlukla konaklama tesislerinde yer almaktadır.

Fırtına Deresi üzerinde konaklama tesisi bulunan Viya Rafting işletmecisi Mustafa Çağatay ile görüşme yapılmıştır. Mustafa Bey eskiden ağaç evlerde yaşadıklarını zamanın getirisi sonucu ise şimdilerde ‘bungalov’ evlerin tesislerde daha iyi müşteri çekeceğini düşündüklerini, bungalov evlerin beş sene önce bölgede yer almaya başladığını, müşteri olarak Arapların bu evleri konaklamak amacıyla tercih ettiklerini söyler. Rahat ve doğa ortamına uyum sağladığı için tercih edildiğini söyler. Ahşap yapılı bu evlerin ısıya yalıtımlı olduğu için 18 derecede oda ısını tuttuğunu bu ısının da çok normal bir ısı olduğunu söyler. Konaklama fiyatlarının yaz aylarında 200 TL olduğunu kışın talep azaldığı için ise 150 TL ye kadar düştüğünü söyler. Fiyatların mevsime göre değişiklik gösterdiğini söyler. Sosyal medyanın müşteri gelişinde çok iyi bir reklam olduğunu söyler. Bu güzel doğaya beton evlerin yakışmadığını ağaç veya taş ev konseptiyle evler yapılsa bölgenin çok fazla turist çekebileceğini söyler. Hatta çay gelirinden fazla bölgeye katkı sağlayacağını söyler.¹⁵⁰

¹⁵⁰ Mustafa Çağatay, Kişisel görüşme, 11.09.2020.



Şekil 70. Konaklama tesislerinde yer alan bungalow evler.

Bungalow evler yöre mimarisinden esinlenerek yapılmıştır. Ahşap mimariyle küçük ve dik çatılı küçük evler yapılmıştır. Bu görünüm kamp çadırlarını andırmaktadır. Çadır-kulübe görünümündeki bu evler bir oda genişliğindedir. Bu evler Fırtına Deresi kenarında konaklama tesisleri içerisinde yer almaktadır. Gecelik fiyat tarifesinden müşteri hizmetine sunulmaktadır. Özellikle sosyal medyanın kullanımı sonrasında ilgi gören bu evler tatilcilerin uğrak konaklama yerleridir. Bu evler sayesinde yöre ekonomisi kalkınmış ün olarak yayılma göstermiştir. Böylelikle de hem yaz turizminde hem de kış turizminde tercih edilen bir yer olmuştur.



Şekil 71. Bungalov evin iç kısmı.

Bungalov evlerin iç görüntüsü resimdeki gibidir. Konaklama müşterilerinin ihtiyaçlarına cevap verecek düzende eşyalar içerisinde yer almaktadır. Bir oda genişliğindeki bu ev yapılarının en özel yanı da müşterilerini organik ağaç kokusuyla ağırlaması olacaktır. Bungalov ev yapıları son zamanlarda dere kenarında çok fazla yaygınlaşmıştır. Böylelikle bölgenin konaklama hizmetlerine de farklı ve yenilikçi bir düzen getirmiştir.



Şekil 72. Bungalov ev minyatürü.

Bungalov ev yapıları hediyeelik satış yapan işletmelerin satış ürünlerine de konu olmuştur. Yaşam alanı olan bu yapılar sembolleşerek insanların belleğinde

de geniş bir yayılma göstermiştir. Tanesi 5 TL 'ye satılan bu buzdolabı magnetlerinin satışı oldukça iyidir.

2.3.2. Konak Tarzı Yapılar

Tarihi konak yapısı Rize'de oldukça fazladır. Günümüzde çoğu terk edilmiş ve boş bir şekilde dururken birçoğu da müşteri hizmetine açılarak konak-otel/pansiyon şeklinde ayakta durmaya çalışmaktadır. Konak yapısı yöre kültürü için geniş bir yaşam alanıdır.

Kuşkusuz Rize'nin hafızasını ve kimliğini oluşturan konaklar, tarihi konutlar ve yayla evleri de bu özgün coğrafi koşulların eseridir. Arazi ve iklim şartları süreç içerisinde kentin mimari karakterini oluşturmuştur. Bölgenin sürekli yağış alması, vadileri dolduran sis, bu ortamın getirdiği yoğun nem, gür orman dokusu nedeniyle ahşabın kolay elde edilmesi, engebeli arazi yapısı gereği yerleşim alanlarının dağınık şekilde yamaçlara kurulması gibi özellikler, bu farklı karakter üzerinde belirleyici olan etkenler arasındadır.¹⁵¹

Konak yapılar geçmiş mimarinin zengin şeklidir. Günümüz ile kıyas edersek ev genişliği açısından bir daire geçmişteki ahşap evlere müstakil dubleks evler ise geçmişteki konak yapılarına benzemektedir. Konak evler sahibi oldukları kişinin varlığını gösteren çok odalı, büyük, gösterişli, ince işçilikli, güzel konumlandırılmış ve bahçeli yapılardır. Bu evlerde yaşayan kimselerin yaşam standartı oldukça yüksektir. Genellikle geniş aile olarak insanlar bu yapılarda yaşamışlardır. Günümüze geldiğimiz zaman ise bu evleri dekor ederek ayakta tutmaya çalışan kültüre sadık kimseler oldukça bu bölgede fazladır. Bazı aileler bunun üzerine de koyup yapının çok odalı olmasından yararlanarak otel/pansiyon seçenekleriyle yapıyı kullanmaya ve ayakta tutmaya çalışmışlardır. Ayakta durmaya çalışan bir kültür evini ekonomik ve manevi temeller kaidesiyle hizmete açan çok fazla aile bulunmaktadır. Bu ailelerden birisi de Fındıklı İlçesi'nde bulunan popülerliğini sosyal medya yardımıyla oldukça arttırmış Babalık Doğal Yaşam Konağı sahipleridir.

Konak sahibi Sevinç Babalık bu konağın 250 yıllık tarihi bir konak olduğunu bu konağın 3. Nesil sahip olduklarını kayınpederinin babasının bu konakta oturduğunu söyler. Eşi ve kendisi emekli olunca da İstanbul'dan kalkıp

¹⁵¹ Ersin Demirel, *Konaklar Kenti Rize*, (Rize: Kaçkar Turizm Birliği, 2014) , 9.

gelip burayı restore edip buraya yerleştiklerini söyler. Bu konağın içinde 600 yıllık Osmanlı zamanından kalma fırının olduğunu, bu konağın Kùltür Bakanlığı'ndan tescilli olduğunu söyler. Osmanlı zamanında bölgenin coğrafi, açıdan korunaklı olması sebebiyle düşman askerlerinden burada korunduklarını bahçede bulunan fırından Osmanlı askerlerine ekmek pişirilip dağıtıldığını, 4 yıl önce İstanbul'dan gelip konağı restore ettirip ev pansiyonuna çevirdiklerini söyler. Konağa gelen müşterilerin bu konağı anne, babaanne evi sıcaklığında hissettiklerini bu yüzden de sıcak bir ortamda bu işi yaptıklarını işletmeci olarak kendilerinin de bu işten memnun kaldıklarını, müşterilerin yerli müşteriler olduğunu yabancı turistlerin daha bu konağı keşfetmediklerini, gelse de yabancı müşteri daha azdır. Hizmet alanlarını çok genişletemedikleri için çok reklam yapma taraftarı olmadıklarını, konaklama hizmetine Ramazan ayında iftar programlarıyla başladıklarını eylül ayına kadar konaklama hizmeti verdiklerini söyler. Konaklama ücretinin bir oda için gecelik 200 TL olduğunu bu fiyata kahvaltı servislerinin de dâhil olduğunu, bir odada altı kişinin bile kalacak genişlikte olduğunu belirtir. Rezervasyon yoluyla konaklama haricinde özellikle hafta sonları için kahvaltı rezervasyonu yaptıklarını, muhlama ve balık yemeklerinin daha çok müşteriler tarafından tüketildiğini söyler.¹⁵²

¹⁵² Sevinç Babalık Kişisel Görüşme, 13.09.2020.



Şekil 73. Fındıklı’da yer alan Babalık Doğal Yaşam Konağı.

Yörede çok fazla konak yapısı bulunmaktadır. İl genelinde bu konaklardan birçoğu konak-otel olarak hizmet vermektedir. Özellikle emekli konak sahipleri bu hizmeti vermektedir. Buradaki temel amaç ise genel olarak eski yaşamışlıkları kaybetmeden gelecek nesillere aktarmaktır. Adı geçen konak ise Rize’nin en eski tarihi konaklarından biridir. Ön plana çıkmasının sebebi ise 250 yıllık tarihi geçmişinin olması ve Kültür Bakanlığı onayı bünyesinde tescilli ev-konak olmasıdır. Şimdilerde halka hizmet eden bu konak hem sahibine hem de yöre halkına ekonomik açıdan gelir kapısı olmuştur.



Şekil 74. Minyatür konaklar.

Yörede konak yapıları o kadar fazla yaygındır ki hediyelik eşyalara bile konu olmuştur. Bir bölgenin neyi meşhursa gittiği başka şehirde o şehre ait anı kalması için o şehrin önemli yapıları konu olur. Rize’de her hediyelikçi de yaygın olarak gördüğümüz konak minyatürleri ve magnetleri bu yöre için konak yapılarının önemini gösterir. Bu hediyelik ürünlerin tanesi 5 TL ve 25 TL arasında değişmektedir.

2.3.3. Serender Yapılar

Serender; serin, havadar yer anlamına gelmektedir. Fındık, mısır gibi ürünlerin saklandığı çeşitli haşerelerden korunduğu ambardır. Çeşitli yörelerde ismi değişmekte olup, nayla, paska, bagen, ayvan, serender isimleri kullanılmaktadır. Serender en yaygın kullanılan isimdir.¹⁵³ Rize’de en fazla serender adıyla bilinmektedir. Kırsal kesimlerde de yaygın olarak nayla diye adlandırılmaktadır.

Serender yapı Doğu Karadeniz bölgesi için önemli bir tahıl ambarıdır. Her evin bahçesinde bulunur. Köy yaşantısı süren insanların her zaman şehre gitme alışveriş yapma olanağı olmadığı için yiyeceklerin depolandığı bir tahıl ambarıdır.

¹⁵³ Zübeyde Yeşilyut Tunç, *Trabzon’da Serender Yapılarının İncelenmesi ve Yeniden İşlevlendirme Önerileri* (İstanbul: Maltepe Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2019), 56.

Özellikle kış ayları için büyük önem taşıyan bir yapı ürünüdür. İnsanların kış aylarında hareketli yaşantısı kısıtlanacağı için coğrafi koşulların ve iklim yiyeceklerini, temel gıda maddelerini bu serender yapılarında saklıyorlardı. Geçmişte, insanların günlük yaşamlarında serenderi kullanım biçimleri, yaşantıları ile bütünleşmiştir. Serenderin zemin katında ki ‘boşluk’ birçok aktiviteye elverişli, ‘dönüşen bir mekân haline gelmektedir. Köyde kalabalık ile yapılan imce işlerinde kadınların bir araya geldiği ve birbirlerine karşılama türkü attıkları bir mekân olarak kullanırken, yemek yeme mekânı, dinlenme mekânı, çocuklara oyun mekânı, çamaşır asma yeri olarak da kullanılan mekân kışın ise odunları veya başka yağmurdan korunması gerekenlerin depolandığı yer haline dönüşmektedir.¹⁵⁴ Serender yapımı ve kullanımı zamanla değişkenlik göstermiştir. Rize’ de yol kenarlarında ve köylerde çok fazla serender yapı kalıntısı vardır. Bunların çoğu terk edilmiş kendi haline bırakılmış serenderlerdir. Az sayıda serender de asıl işleviyle kullanılmaya devam etmektedir. Çok fazlası da artık güncel formatıyla dekor edilerek kullanılmaktadır. Yeni üretimleri ise eski işlev amacıyla üretimemektedir. Günümüzde serender yapılar turizm sektöründe kendini daha çok göstermektedir. Bu bölgenin imge yapılarından olan serender yapılar bölgeye dışarıdan gelen tatilecilerin ilgisini kazanmıştır. Cafe, restoran, pansiyon şeklindeki kullanımları son yıllarda turizmin gelişmesiyle artmıştır.

¹⁵⁴ Yeşilyurt Tunç, *Trabzon’da Serender Yapılarının İncelenmesi ve Yeniden İşlevlendirme Önerileri*, 49.



Şekil 75. Serender görünümlü cafe.

Şekilde yer alan Cafe Serender serender yapılarının güncel üretim amaçlarının somut örneğidir. Ulaşımın ve iletişimin hızlı işlediği günümüzde serenderin eski kullanım amacına gerek kalmamıştır fakat yapının görüntüsü oldukça ilgi çekici olduğu için turistik bölgelerde tatilcilerin kullanım hizmetine uygun bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır. Bu şekilde serender yapı zihinlerden silinmemiş şehir dışından gelen yerlilerin aidiyetlik duygusuna da hizmet ederek yerli ve yabancı her kesim insanından ilgi görmüştür. Böylelikle de bölge yapılarının güncel mimari şekilleri bu yapılardan esinlenerek yapılmış bölge gelir ekonomisine katkı sağlayıp geleneğin devamlılığında etkin rol oynamıştır.

Bu yapılarla ilgili Babalık Doğal Yaşam Konağı İşletmecisi Büşra Babalık ile görüşme yapılmıştır. Büşra Babalık konağın bahçesinde yer alan serender yapının 250 yıllık bir geçmişinin olduğunu, bu serenderin eskilerde tahıl deposu olarak kullanıldığını, serenderin üst kısmındaki odanın içindeki havalandırma deliklerinin gıdaları havalandırmak ve serin tutmak amacıyla bulunduğunu söyler. Bu şekilde yiyecekler buzdolabında saklanıyormuş gibi serin tutulacaktır. Serenderin ayaklarının üzerindeki yuvarlak silindirler sayesinde depoya haşerelerin çıkamayacağını, eski zamanlarda serenderin ayak sayısına göre insanların ekonomik güçlerinin belli olabileceğini ve dört ayaklı serendere sahip olan ailelerin orta halli aileler olduğunu altı ayaklı serendere sahip olan

ailelerin ise daha zengin aileler olabileceğini söyler. Çünkü zengin aileler daha fazla gıda deposu malzemesi alabilecek güce sahip olacak aileler olacaktır. Aynı zamanda varlıklı ailelerin serender yapıları sanatsal anlamda da gösterişli oyma işçiliğine sahip olduğunu belirtir. Büşra Hanım bahçelerinde bulunan tarihi serenderin şimdilerde restoran ve pansiyon şeklinde iki amaçlı kullandıklarını serenderin üst katı restore edilerek pansiyon amaçlı çift kişilik bir oda haline getirilmiştir. Serenderin alt katında ise kahvaltı ve yemek servisine açtıklarını yöresel müzik geceleri düzenleyerek eğlence amaçlı olarak da kullandıklarını serenderde genç de yaşlı da yemek yemek istediğini belirtir. Yaşlılar eski günlerini anıyor gençler ise tarihi bir doku içinde yemek yemenin farklı ve güzel olmasından dolayı burayı tercih ediyor. Kültür ekonomisine katkısının olduğunu örneğin bir festival düzenlendiği zaman buraya sanatçıyla birlikte konaklamak için çok kişinin geldiğini festival için gelen insanların çevreyi gezerek alışveriş yaptığını bu şekilde yerli halkın kazanç sağlayarak ekonomiye canlılık kattığını söyler. Tarihi geçmişi bulunan bu yapılarının toplamının yer aldığı işletmenin Fındıklı ekonomisine katkısı olduğunu bu sayede yolların düzeltildiğini elektrik alt yapısının iyileştirildiğini belirtir. Sebzecinin, meyvecinin, fırıncının, yumurtacının ve buna benzer toptan satış yapan kimselerin bu işletme sayesinde kazanç sağladığını ekonomik döngünün sağlandığını ekler.¹⁵⁵

¹⁵⁵ Büşra Babalık, Kişisel görüşme, 13.09.2020.



Şekil 76. 250 yıllık tarihi bir serender yapı.

Serender yapılar geçmişte tahıl saklamak ve depolamak amaçlı kullanılırken günümüzde restoran ve pansiyon amaçlı kullanılmaktadır. Restore edilen serender öz kimliğini koruyarak günümüz çağının kullanım amaçları doğrultusunda şekil değiştirmiştir. Sahibinin ekonomisine katkı sağlayan bu serender görsel açıdan yörenin en önemli yapı imgesidir.



Şekil 77. Serender yapının birinci katının iç kısmı.

Fotoğrafta serenderin ilk katının fotoğrafı yer almaktadır. Eskilerde insanların imece usulü işlerini yapmak ve atma türküler söylemek için toplanılan yer günümüzde de benzer işlevleriyle kullanılmaktadır. Farklı olan unsur ekonomik kaideyle serenderin yeniden kullanıma açılmış olmasıdır. Serendere ek bölüm yapılarak aşağı katı genişletilmiştir. Tarihi dokusuna uygun eşyalar ve süslemelerle içyapısı kombine edilmiştir. Giriş kısmında yemek hizmeti verilirken birinci katının iç kısmında insanları toplayıp canlı müzik geceleri yapmak amacıyla alan genişletilmiştir.



Şekil 78. Serender yapının üst katının iç kısmı.

Serenderin üst katı eskiden tahıl deposu olarak kullanılmaktaydı. Şekilde görüldüğü üzere günümüzde çift kişilik yatağın yer aldığı bir pansiyon odası halini almıştır. Genellikle balayı çiftlerinin tercih ettiği bu oda günümüzde tamamen ekonomik amaçla turizm amacıyla tatile gelen insanların hizmetine sunulmaktadır.



Şekil 79. Serender minyatür.

Fotoğrafta serenderin minyatür halinin fotoğrafı yer almaktadır. Masa üstü hatıra süsü, anahtarlık, buzdolabı süsü olarak birçok şekilde minyatüre edilebilen bu yapı görüntüsüyle hediyeelik eşyalara konu olmuştur. Hediyeelik ürünler arasında her dükkânda en önde gelen hediyeelik ürünler arasında yer almaktadır. Genel fiyatlandırması 5 TL olan bu ürünler işletmecilere de gelir kaynağı olmuştur.

2.3.4. Rize Kalesi

Kale, şehir merkezinin güneybatısında 480 m²lik bir alan üzerine kuruludur. İç ve aşağı kalelerden oluşur. İç kalenin I. Justinianus (527-565) döneminde, aşağı kalenin ise 13. yüzyılda inşa edildiği düşünülmektedir. Kale çevresi, yapılan çevre düzenlemesiyle çay bahçesi olarak işletilmektedir. Kenti seyir için kent merkezindeki ideal noktalardan biridir.¹⁵⁶ Rize Kalesi merkezi konumda yer almaktadır. Kenti sahil boyu görebilecek yüksek bir bakış manzarası bulunmaktadır. Bu yüzden bu yapı bölgeye gelen ziyaretçiler için ziyaret alanı olmuştur. Ziyaretçilerin ilgisi üzerine Rize Belediye'si buraya Sosyal Tesis kurmuştur. İlk başlarda çay bahçesi olarak açılan bu yer müşteri portfeyinin çeşitliliği ve talepleri doğrultusunda genişletilerek sosyal tesise dönüştürülmüş hizmet anlayışı genişletilmiştir.

Bu konuyla alakalı Rize Belediyesi Sosyal Tesis işletme şefi Şahin İslamoğlu ile görüşme yapılmıştır. Kalenin Konsantine zamanında karakol işlevi gördüğünü söyler. Bu kalenin günümüzde işletmesinin Rize Belediyesi'ne ait olduğunu söyler. Öncelikli amaçlarının tarihi ve kültürel dokuyu korumak olduğunu söyler. Bu yapının Anıtlar Kurulu tarafından restore edildiğini bu şekilde gelecek nesillere aktarmayı amaçladıklarını söyler. Rize belediyesinin bu tarz tesisleri insanlara daha iyi hizmet verebilmek amacıyla açtığını söyler. Burada aynı zamanda insanlara Rize şehrinin tanıtımı yapıldığını söyler. Sosyal medyanın tanıtımlarda etkili olup olmadığını sorunca Rize Kale'sinin kendini tanıtmaya ihtiyacı olmadığını aslen kaleye gelenlerin kale vasıtasıyla kendilerini insanlara tanıtmaya imkânı yakaladıklarını söyler. Yaz aylarında daha fazla müşteri geldiğini hizmet olarak ise bu işletmenin yaz/kış açık olduğunu söyler. Kale ziyaretine her profilden yerli yabancı insanların geldiğini söyler. Panoramatik

¹⁵⁶ Erişim 21.09.2020. <https://rize.ktb.gov.tr/TR-127865/kaleler.html>

açından Rize’ye sahip en güzel bakış açısının bu yerde olduğunu söyler. İşletme satışlarında en fazla tercih edilen içecek çay yiyecek ise muhlama olduğunu müşteri talebine göre ise menüde yemek çeşitliliğini daha da arttırdıklarını söyler. Tarihi dokuyu korumak belediyenin birincil amacı olduğunu ekler.¹⁵⁷



Şekil 80. Kuş bakışıyla Rize kalesi.

Şekilde Rize Kalesi’nin manzarası yer almaktadır. Özellikle yaz aylarında müşterilerin çok fazla ilgisini çeken kale bölge belleğinde yer etmiş önemli yapılarıdır. Kale ziyaretleriyle birlikte hizmete açılan sosyal tesis kültür yayılcılığında önemli rol üstlenmiştir. Çoğunlukla da Rize’ye ilk defa gelen insanlar gelme amaçları ne olursa olsun burada bir çay içmeden Rize’den ayrılmaz. Resmen kültür tanıtımında ev sahipliği yapan bu yapı ziyarete gelen insanların yemek ve içecek ihtiyacını karşılayarak işletmeye gelir sağlar.

¹⁵⁷ Şahin İslamoğlu, Kişisel görüşme, 18.09.2020.

2.4. Yöresel Kültür Ekonomileri Bağlamında Rize’de Eğlence ve Spor Kültürü

2.4.1. Kemençe

Kemençe; kökeni itibariyle “küçük keman, Kumanlara ait çalgı aleti, kopuzun bir türevi” gibi değerlendirmelerin ötesinde, bugün tüm Karadeniz Bölgesi’nin yerli müzik enstrümanı olarak dikkati çekmektedir. Kemençe, yöre halkının müziğine, oyununa, sevincine, hüznüne; kısacası hayatının her safhasına anlam ve çeşni katan işlevsel bir kültür aracı olarak kabul edilmektedir. Karadeniz yöresinde kemençe enstrümanını kullanan kimseye kemençeci denilmektedir¹⁵⁸. Bu bağlamda Rize’de eğlence denilince akla gelen ilk çalgı kemençe ilk oyun ise horon denilebilir. Özel günlerin yani düğünlerin, törenlerin, şölenlerin vs. olmazsa olmazı kemençe ve horon oyunudur. Oyunun icrası usta-çırak geleneğinden gelen kimseler tarafından yapılır ve yaşatılır. Bölgede yapılan yayla turları sayesinde kemençe daha geniş kitlelere ulaşma şansını yakalamıştır. Kitle iletişim araçları yanında günümüzde artan sosyal medya kullanımları sayesinde kemençe de bulunduğu bölgenin dışına çıkan çalgılardan olmuştur. Yediden yetmişe herkesin merak ettiği bölgeye gelince edinmek istediği kemençe insanları eğlendirerek insanlara müzik keyfi yaşatmıştır.

Horon kurulduğunda ilk akla gelen eşlik sazı kemençedir. Teknik yapısı ve ses kapasitesi ile bir kapalı mekân çalgısı hüviyetindedir. Yalnız açık alanlarda birkaç kemençeci bir araya gelerek horona eşlik edebilirler. Geniş çemberler oluşturularak bir uçtan bir uca adeta yarışarak koşturan kemençeciler coşkuyla seslerini duyururlar. Horonlarda kemençeci çoğunlukla halka içinde kalarak bulunduğu yerde ayak vücut hareketleri ve mimikleri ile oynayarak oyuncularını coşturur ve kontrol eder. Bazen türkü söyler veya söylenmesini teşvik eder.

¹⁵⁸Şişman, Bekir. (2005, Kasım), *Karadeniz Yöresinde Yaşayan Kemençeli Âşıklar Geleneği*. II. Türk Tarihi ve Edebiyatı Kongresi’nde sunulan bildiri, On Dokuz Mayıs Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Samsun.

Horonlarda kemençeye ritim eşlik etmez. Bu ihtiyaç kemençecinin ayaklarını yere vurması, titremeli hareketler ve giysilerdeki takıların düzenli hareketleri ile bir şekilde giderilmiş olur. Şüphesiz ki kemençe bu yöre insanının. her eğlencesinde, her şenliğinde ve hüznünde istisnasız yer alan ve en çok sevdiği çalgıdır.¹⁵⁹Bu bağlamda genel olarak toplumsal törenlerde kemençeci ve kemençesi olmazsa olmaz bir eğlence tutumudur.

Bu konuyla ilgili Rize’de Dünya Kemençe Merkezi İşletme Sahibi Şeref Kâtip ile görüşme yapılmıştır. Kemençenin yörede bilinen bir ismi olmadığını söylentilere göre kemençenin eski bir Yunan çalgısı olduğunu söyler. Rize’de kemençenin Çayeli’den Of’a kadar uzanıp sahil boyunca bilindiğini söyler. Kemençenin bölgelerinin vurgu, kulak, kravat ve tellerden oluştuğunu, üç telli bir çalgı olduğunu, yayının da atkuyruğundan yapıldığını söyler. Kemençeyi başkalarından temin edip satışını yaptığını ve tamirini yaptığını, kemençe alıcılarının genellikle erkek genç öğrenciler olduğunu az da olsa kızlarında satın aldığını söyler. Şehir dışından Antalya’dan, Burdur’dan gelen müşterilerinin olduğunu, az da olsa internet satışlarını yaptığını söyler. Kemençe satışlarının eylül, ekim, kasım yani kursların başlangıç aylarında çok olduğunu pandemi nedeniyle aynı yoğunluğun bu sene yaşanmadığını belirtir. Kemençe fiyatlarının 150 TL’ den başlayıp 2000 TL’ye kadar çıkabileceğini söyler. Kemençe çalgısını özel günlerde, düğünlerde, devlet büyükleri karşılamalarında icra edildiğini söyler. Kemençenin kültür ekonomisine katkısının olduğunu İstanbul’da bir arkadaşının kemençe özel ders verdiğini saat başına Amerikalı öğrencisinden yüz dolar aldığını söyler. Rize de ise kemençecilerin özel dersler vererek ve kemençe satışları, tamiri yaparak gelir sağlayıp ev geçindirdiklerini söyler.¹⁶⁰

¹⁵⁹ Cahit Aksu & Yavuz Şen, “Halk Müziğimizde Trabzon, Horon ve Kemençe”, *Sanat Dergisi* 1 (2010): 114.

¹⁶⁰ Şeref Kâtip, Kişisel görüşme, 20.09.2020.



Şekil 81. B kalite bir kemençe.

Kemençe insanların boş zamanlarında veya özel günlerinde halk kültüründen beslenerek yetişmiş kemençeciler tarafından gelenek icrası gerçekleştirilen yaylı bir çalgıdır. Bölgede kemençe tamiri ve satışı yapan işletmeler şehir merkezinde yer alır. Bu işletmelerde kullanılan malzeme ve özelliklere göre kemençe fiyatları değişir. Şekil 70’de yer alan kemençe orta fiyatta müşteriye sunulan bir kemençedir. Genel müşteri talebine uygun satışı en fazla yapılan kemençe türüdür. Bölge ekonomisine de bu açıdan katkısı olan kemençe satışları sayesinde kemençe kültürü ve icrası geniş kitlelerce öğrenilmiş ve tüketilmiştir.

2.4.2. Tulum

Tulum çalgısı küçükbaş hayvanın derisinden üretilen bir çalgıdır. Tulum ya da tulumu benzeyen çalgılar, dünyada küçükbaş hayvancılığın yapıldığı ülkelerde, farklı şekilde isimlendirilen bir halk çalgısıdır. Organoloji içerisinde “Bagpipe” olarak kategorize edilen çalgı sınıfına aittir. Türkiye Cumhuriyeti sınırları içerisinde tulum, Hemşin ve Çamlıhemşin ilçeleri başta olmak üzere;

Çayeli, Pazar, Ardeşen, Fındıklı ve Artvin çevresinde yaygın bir biçimde görülür.

161

Zamanla bu şehirlerin dışına da yayılarak herkes tarafından bilinen bir çalgı haline gelmiştir. Yerel bellekte yer alan tulum çalgısı ve oyunu zamanla bölgeye tatil amacıyla gelen insanların da eğlence ezgisi ve oyunu olmuştur. İnsanlar horon oyununu daha önce hiç oynamamış olsa bile medya ve sosyal medya ortamında gördükleri kadarıyla oynama çalışarak ilgi göstermişlerdir.

Tulum çalgısının yaklaşık 20. yüzyılın ilk çeyreğine kadar sadece geleneksel ortamlarda icra edilen bir çalgıyken 20. yüzyılın ilk çeyreğinden sonra öncelikle radyolarda, daha sonra müzik endüstrisi yapımlarında ve televizyonda icra edilmeye başlanmasıyla geleneksel icra ortamları dışına çıktığı görülmüştür.

¹⁶² Yayla gezisi programlarıyla eğlence dozunu arttırmak amacıyla oynanan ve tercih edilen tulum çalgısı ve beraberindeki horon oyunu eğlence aracı işleviyle kullanılmaya başlanmıştır. Yerel bellek bu şekilde canlanma sağlamış popülerleşmenin etkisiyle tulum atölyeleri açılmış usta-çırak ilişkisi güçlenmiş daha fazla tulum sanatçısı yetişmiştir. Öyle ki genel olarak erkeklerin çaldığı bu çalgıyı bayan sanatçılarda icra etmeye ve yeni sanatçılarda yetiştirmeye başlamıştır.

Bu konuyla alakalı Rize Çamlıhemşin’de Hoşdere Hediyelik işletmesi sahibi Tamer Sarı ile görüşme yapılmıştır. Tamer Hanım tulumun oğlak derisini belli aşamalardan geçirerek yapıldığını, hasırla deriye zarar vermeden derinin üzerindeki kılların atıldığını, derinin yumuşak kalması kaydıyla kurutulduğunu, çalgıda yer alan ağızlık ve nav metaryellerinin ana malzeme olduğunu söyler. Nav ve ağızlığın deriye takılarak tulum çalgısının oluşturulduğunu, daha sonra tulumun giydirilip süslendiğini eskilerden daha çok düğünlerde çalındığı için gelinin kıyafetine uygun şekilde tulum çalgısının süslendiğini söyler. Bu çalgıyı Orta Asya üzerinden Garipoğlu’nun getirdiğini (Tatar Türkü), eskiden gelen turistlerin tulum sesine anlamsız ve manasız bir şekilde yaklaştıklarını hiç

¹⁶¹ Cem Yazıcı, *Tulum Çalgısının Popülerleşmesi Sürecinde Yeni İcra Teknikleri ve Ortamlarının Oluşması* (Bursa: Bursa Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2019), 23.

¹⁶² Yazıcı, *Tulum Çalgısının Popülerleşmesi Sürecinde Yeni İcra Teknikleri ve Ortamlarının Oluşması*, 81.

tanımadıkları bir ses olduğu için garipsediklerini, şimdilerde ise herkesin bu çalgıyı tanıdığını sesini Rize’den çıkardığını hatta bu ezginin pop müziklerde bile kullanıldığını belirtir. Tulum çalgısını tanıtan ilk kişinin Remzi Bekâr olduğunu bu tanıtımı o zamanın şartlarında radyoda yaptığını, Garipoğlu ile birlikte tulum tanıtımı yaptıklarını söyler. Böylelikle tulumun geniş kitlelere yayıldığını, hatta tulum sanatçılarının torunlarında da kız tulum sanatçılarının da günümüzde yetiştiğini ifade eder. Oyun olarak tulumla horon oyunu oynandığını bunun da yörelere göre farklılık gösterdiğini, tulumun kültür ekonomisine katkısı olduğunu yapım, üretim ve satış aşamasında çok insanın bu üründen ekmek yediğini belirtir. Sadece bu yöre insanının değil müziğe meraklı her insanın tulum çalgısını aldığını söyler.¹⁶³



164

Şekil 82. Süsleme desenli tulum çalgısı.

Tulum çalgısının en birincil işlevi insanları bir araya toplayarak eğlendirmektir. Eğlendirirken bu ritüeli sevdirmektir. Eskilerin şartlarına göre tulum çalgısı sadece bulunduğu yörede biliniyor ve oyunu o bölgede icra ediliyordu. İlk başlarda radyo yayınlarıyla geniş kitlelere sesini duyuran tulum çalgısı zamanla televizyonlar ve müzik kanallarıyla ülke içi ve dışından herkesin

¹⁶³ Tamer Sarı, Kişisel görüşme, 23.09.2020.

¹⁶⁴ Engin Durmuş’un özel arşivinden alınmıştır.

tanığı bir müzik aleti olmuştur. Kendine has görünümü her insanın merakını uyandırmış ve her insan bu çalgıyı bir kez olsun görmek ve tanımak istemiştir. İnsanların zamanla eğlence ve tatil imkânı yakalaması yeni yerler keşfetme isteğiyle birlikte tulum sadece yörede bilinen bir çalgı olmaktan çıkmıştır. Tulum ezgisi günün şartlarında yapılan pop müziklerle harman edilerek de harmanize melodiler oluşturulmuştur. Kültür belleğinde köklü geçmişi bulunan bu çalgı unutulmaktan kurtulmuş hatta yeni şekilleriyle gençlik belleğinde yer etmiştir. Bölgede son zamanlarda artışı olan tulum atölyeleri bunu destekler niteliktedir. Hem yapılışında hem icrasında hem de satışında eskiye göre artışı olan tulum çalgısının kültür ve ekonominin birlikte olunca kültür taşıyıcılığındaki olumlu etkisi gözlemlenebilmektedir.

2.4.3. Yayla Turları

Turizm, ülkelere ve bölgelere sağladığı ekonomik, sosyal ve kültürel faydalarıyla toplumsal kalkınma için önemli bir endüstri haline gelmiştir. Bu bağlamda bölgesel kalkınmanın en önemli sağlayıcılarından biri olan turizm sektörü her geçen gün önemini arttırmaktadır.¹⁶⁵ Turizm sektörüyle birlikte şehirler ve ülkeler arası insan aktarımı başlamış ve etkileşimler de daha fazla olmuştur.

Rize’de turizm yayla turlarıyla daha fazla ön plana çıkmıştır. Rize’nin doğa güzelliği, akan nehirleri, temiz havası, doğal yerleşim alanları, doğaya uygun yapı unsurları insanların ruh huzuruna ferahlık veren yapıdadır. Günümüz insanları ise şehir hayatının sıkıcı ve karmaşık yapısından bunaldıkları anda yaylalara çıkmaktadır. Zamanla tatilcilerin istek profiline göre yaylada işletme yapıları da şekil almıştır. Bununla birlikte yayla turları düzenleyen şirketlerin sayısı ve gezi portföyleri de gelişmiştir. Düzenlenen yayla turları sosyal medya ortamlarında paylaşıma açılmıştır. Sayfalar üzerinden tanıtımlar, reklamlar yapılmış müşteri sayısı arttırılmıştır. Çevre illerden de tur gezileri düzenlenmiş bu şekilde bölge de turizmcilere yönelik işletme sayılarında da artışlar olmuştur. Gelen turist profiline göre de işletmeler hizmet alanlarını geliştirip yenilemiştir.

¹⁶⁵ Ali Rıza Sandalcılar & Recep Ali Çakır, “Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkileri: Rize Ayder Turizm Bölgesi Örneği”, *Recep Tayyip Erdoğan Sosyal Bilimler Dergisi* 8 (2018): 345.

Bu konuyla alakalı Rize’de bulunan Ayala Tour İşletmesi ortaklarından Uygur Uçak ile bir görüşme yapılmıştır. Günübirlik yayla turlarının yapıldığını, Gito, Elevit, Huser, Avusor, Çat yaylalarına tur yapıldığını, Trabzon ve Artvin yaylalarına talep geldiği takdirde tur düzenlendiğini ifade eder. Yaylada müşterilere serbest zaman tanıdıklarını bu esnada insanların yürüyüş yaparak gezdiklerini doğa manzarası fotoğrafları çektiklerini sosyal medyada paylaşım yaparak eğlendiklerini, tur gezilerine daha çok genç insanların katıldığını Rizeli gurbetçilerin de bölgeye geldikleri zaman yoğun ilgi gösterdiklerini söyler. Araçların ise tur ücretlerine göre değişiklik gösterebildiğini, daha pahalı turlarda vıp araçlarla yayla turları yaptıklarını söyler. Yolculuk esnasında yöresel karadeniz müzikleri açarak insanları eğlendirdiklerini, 60 TL-120 TL arasında tur paketlerinin değişiklik gösterdiğini, en pahalı turun double tur olduğunu double tur içeriğinde dört yayla gezisinin yer aldığını, bu tur paketinin zamanı olmayan insanlar tarafından fazlaca tercih edildiğini, sosyal medya yoluyla işlerinin yürüdüğünü reklam yaptıklarını ve müşterilerle daha çok sosyal medyada iletişim sağladıklarını söyler. Yayla turları sırasında yayla işletmelerindeki yemek fiyatlarından dolayı müşterilerin ve kendilerinin yakındığını belirtir.¹⁶⁶



Şekil 83. Yayla turu acentasından müşterilerin yer aldığı bir fotoğraf.

¹⁶⁶ Uygur Uçak, Kişisel görüşme, 13.09.2020.

Yayla turu acentalığını yapan çok fazla tur işletmesi bölgede yer almaktadır. Hepsinin de çalışma düzeni birbirine benzerdir. Yayla turu paketleri ekonomik açıdan fiyat olarak insanlara cazip geldiği için çok fazla tercih edilmiştir. Şehir içinden ve dışından bölgeye gelen yayla meraklıları acentalara kişi başı fiyat ücretlendirmesiyle çıkabilmektedirler. Böylelikle yaylalarda geniş bir tüketim pazarı kurulmuştur. Bölgeye gelen müşteriler bölgenin kültür belleğinden esinlenerek satışa sunulan yemek, içecek, hediyelik, giyim alanlarında tüketimi arttırmıştır. Böylelikle de çoğu yerli insan yaylalarda kendi işletmesini açarak iş sahasını genişletmiştir. Ekonomik anlamda yöre kültüründe büyük bir endüstri oluşturan yayla turları bölgede her sektörlere mali kaynaklık etmiştir.

2.4.4. Salıncak – Zipline

Salıncaklar eski devirlerden bu yana gençler ve yetişkinler için eğlence ürünü, bebekler için uyku yatağı, yaşlılar için ninni söyleme ocağı olmuştur. Geçmişten bu güne insanları eğlendirme vasıtası olma işlevini hep korumuştur. Zamanla salıncaklar fiziki yapımlarında değişim geçirerek gelişmiştir. Her insan zevkine ve eğlence türüne uygun salıncaklar geliştirilmiştir.

Rize yaylalarında ise dere kenarlarında ve yüksek dağ eteklerinde çok fazla salıncak yapıları görmek mümkün olacaktır. Doğaya uygun süslemelerle yetişkinler için emniyet kemerli salıncaklar yapılmış ve insanların hizmetine sunulmuştur. Zamanla yediden yetmişe herkesin talep ettiği bir eğlence aracı haline gelmiştir. Öyleki yaylalarda salıncağa binmek için çok uzun kuyrukların oluştuğu manzaraları görmek mümkün olmuştur. Kimi zaman bir dere üstünde kimi zaman bulutların üstünde kimi zaman ise bir vadi içerisinde kurulan yüksek gerilimli salıncaklar zamanla çok fazla yaygınlaşmıştır. Yaygınlaşmasının sebebi ise yerli halkın bu salıncaklardan gelir elde etmesidir. Masrafsız ve kolay para getirisi sağlayan bu salıncakları yerli işletmecilerin bir numaralı gelir aracı olmayı kısa zamanda başarmıştır.

Bu konuyla alakalı Eveli Cafe sahibi Mustafa Çırak ile görüşme yapılmıştır. Mustafa Bey salıncağın eskiden gelen bir eğlence geleneği özelliği taşıdığını söyler. Bölgede salıncağı ilk kendilerinin kurduklarını daha sonra talep görünce diğer işletmelerin de aynı şekilde salıncak kurduklarını söyler. Salıncağın hem yazın hem de kışın her mevsim hizmete açık olduğunu belirtir. Salıncak

kollarını doğa ile bütünleşsin diye yapay yeşil bitki ve çiçeklerle süslediklerini anlatır. Bir de kalp çemberinde iki kişinin sığabileceği büyüklükteki salıncakları düğün fotoğraflarında evlenecek çiftlerin kullanabilmesi için yaptıklarını, salıncaklarda insanların güvenliği için kemer bağlayarak salladıklarını, bu salıncakları daha çok yerlilerle Arap müşterilerin tercih ettiğini söyler. Salıncakta sallanma hizmeti beş dakikada 10 TL olduğunu, salıncaklara olan talep de sosyal medya etkisinin çok fazla olduğunu belirtir.¹⁶⁷



Şekil 84. Huser Yaylası salıncak manzarası.

Rize yaylalarında her salıncağın verdiği heyecan farklıdır fakat Huser Yaylası'nda yer alan salıncakların özelliği ise Türkiye'de ilk ve tek olmasıdır. Burada salıncağa binmenin özelliği bulutların üstüne çıkma hazzını insanlara yaşatmasıdır. Bulutların üzerinde olmanın mümkün olması zor iken salıncakla bulutların üstüne çıkmanın hazzı çok güzel bir eğlencedir. İnsanların bu bölgede böyle bir eğlence metasını paraları karşılığında yaşaması hem tatilcilere mutluluk hazzını yaşatmış hem de yerel işletmeciye gelir kapısı aralamıştır.

¹⁶⁷ Mustafa Çırak, Kişisel görüşme, 13.09.2020.



Şekil 85. Fırtına Deresi üzerinde salıncaklı eğlence.

Zipline kalın halatlara kurulan sistemle insanların dere üzerinde yaptığı kısa seyahatlerdir. İnsanların kalın halatlara sarılarak bellerine takılan güvenlik kemerleri yardımıyla 100 m mesafede dere üzerinde yaptıkları seyahat son derece heyecan ve haz vericidir. Yöre belleğinde yük taşımak amacıyla kullanılan bu sistem zamanla gelişmiş eğlence aracı olmuş turizmciler tarafından tercih edilir olmuştur.

Bu konuyla ilgili Mustafa Bey zipline sisteminin on senedir turizme yönelik insanları eğlendirmek amacıyla hizmette kullandıklarını, işletmelerinde bulunan zipline sisteminin 200 m olduğunu kişi başı kullanım fiyatının ise 20 TL olduğunu belirtir. Aslen bu sistemin kullanım tarihinin Rize’de çok eski olduğunu insanlar bu sistemle yaş çay taşırken ve engebeli doğa şartları gereği ulaşım güçlüğüne aşmak amacıyla kullanırken şimdilerde turizm de eğlence sektörüne hizmet ettiğini, kullanım zamanı olarak ise her mevsim kullanılabileceğini ekler.¹⁶⁸

¹⁶⁸ Mustafa Çırak, Kişisel görüşme, 13.09.2020.



Şekil 86. Fırtına Deresi’nde zipline turu yapan bir tatilci.

Yerel bellekte taşıma aracı olarak kullanılan bu sistem zamanla modernize edilerek eğlence sektöründe de kendine yer etmiştir. Yediden yetmişe herkesin eğlence aracı olmuştur. Sistem sahiplerine de ekonomik gelir sağlamıştır. Bölge coğrafyasıyla bütünleşen ve olmazsa olmaz olan bu sistem yörede her türlü amaçla ulaşımda kullanılmıştır.

2.4.5. Rafting Sporu

Rafting; raft adı verilen botlarla, debisi yüksek nehirlerde yapılan bir akarsu(nehir) sporudur. Raftingde amaç içinde bulunduğunuz botu devirmeden, kürekle yönlendirerek kayalar ve engeller arasından geçmektir. Rafting 4 ve 6 kişilik takımlar halinde yapılır. 2 kişilik takımın binebileceği kano adı verilen botlarda bulunmaktadır. Hızlı akan nehirde kontrolü sağlamak zor olduğu için, nehrin akış hızı, kayaların çokluğu gibi etkenler rafting parkurunun zorluk derecelerini ortaya koyar. Fırtına Deresi Türkiye’nin en iyi rafting parkurları arasında yer alır. Bölgenin sürekli yağış alması nedeniyle yılın her ayında rafting yapılabilen olması bölgeyi rafting sporu için cazibe merkez haline getirmiştir. 2004 yılında Fırtına Vadisi’nde yapılan Türkiye Rafting Şampiyonasıyla beraber bölgedeki rafting kulüpleri artmış, bölgede yavaş yavaş spor turizmi canlanmaya

başlanmıştır.¹⁶⁹Eğlence amaçlı insanların bölgeye gelip aileleriyle keyifli vakit geçirebilmeleri için olanaklı bir ortam oluşturan bu sporu yediden yetmişe herkes tercih edebilir ve yapabilir. Zorluk parkuruna göre herkes Fırtına Deresi üzerinde eğlenme fırsatı yakalar. Dere kenarında zamanla hizmetini geliştiren işletmeciler müşteri odaklı şekil almışlardır. Müşterilere hem konaklama hem eğlence hem de yayla havası almak her zaman cazip ve çekici gelmiştir.

Bu konuyla alakalı Fırtına Deresi'nde Viya Rafting sahibi Mustafa Çağatay Bey ile görüşme yapılmıştır. Mustafa Bey dere üzerinde derece derece zorluk parkurları olduğunu, amatörler için 1 km uzunluğunda durgun su parkuru olduğunu diğer parkurların ise zorluğu arttıkça uzunluğunun ve su akıntısının fazla yerler olduğunu, rafting sporu yapmak isteyen müşterilerin kişi başı 70 TL vererek bu sporu yapabildiği bilgisini aktarır. İşletmeler arasında rekabet olduğu için bazen 20 TL ye kadar kişi başı fiyatların düştüğünü, raftig sporunu yerli ve Arap müşterilerin çok fazla talep ettiğini, bu sporu heyecan yaşamak isteyen herkesin yapabileceğini ekler. Bu sporun bu bölgede 50 yıllık geçmişinin bulunduğunu ilk başlarda arabaların iç lastiklerinin samyeliyle yapıldığını yabancıların Türkiye'ye bot getirmesiyle şimdiki halini aldığını, bu sene ise pandemi nedeniyle talebin azaldığını dile getirir¹⁷⁰.

¹⁶⁹ Fatih Bektaş & Gülşen Karaman & Olcay Mülazımoğlu & Vedat Ayan, “Yeni Bir Spor Disiplini Olarak Raft-Oryantiring Organizasyonunun İncelenmesi”, Selçuk Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilim Dergisi 14/2 (2012): 250.

¹⁷⁰ Mustafa Çağatay, Kişisel görüşme, 11.09.2020.



Şekil 87. Fırtına deresinde rafting sporu yapan bir grup.

Bu spor bölge pazarında çok fazla talep görmüştür. Rafting sporuyla bu bölge tanınmış diğer kültür unsurlarının da tanınmasına bölgenin konaklama tesislerinin gelişmesine çok yönlü tatil programlarının oluşmasına yarar sağlamıştır. Kısaca bölgeyi kalkındıran önemli bir eğlence seçeneğidir.



Şekil 88. Rafting hatırası.

Bölge ekonomisi her zaman kendini farklı sektörlerde göstermiştir. Sadece sahada kalmamıştır. Hatıra olarak tatilcilerin anılarını yaşatabilmeleri

adına her zaman bir ürün üretilip pazara sürülmüştür. Şekil 77’de rafting spor hatırası olarak satılan bir buz dolabı süsü yer almaktadır.

2.4.6. Laz Ralli Yarışmaları

Laz Ralli arabaları ahşapların oyulup şekil almasıyla ve aynı zamanda da tekerlek sisteminin güçlendirilmesiyle yapıp piyasaya sunulan arabalardır. Bu arabaların fren sistemi yoktur ve yarışmacıların ayaklarını sürmesiyle durabilmektedirler. Laz Ralli yarışı Rize yöresinde şenlik havasında bayram zamanlarında yapılır. Hepsi birbirinden özel tasarımıyla yarışmada yer alan arabaların model yapıları farklılık gösterir. Yarışmanın yapıldığı Çamlıhemşin Dikkaya Köyü’nde köy yollarının engebeli ve uçurum kenarlarında yer alması yarışmanın heyecanını arttırmıştır. Derneklerin sponsorluğunu yaptığı bu yarışmalarda her yaştan katılımcı yarışmacı olabilmektedir. Genel olarak erkekler bu yarışmalara katılmıştır.

Bu konuyla alakalı Laz Ralli ve Formu Laz yarışlarında birincilikleri bulunan Ercan Kurkut ile görüşme yapılmıştır. Erkan Bey Laz Ralli yarış arabalarına olan merakının çok küçükken başladığını bu yüzden araba sürmeyi çok kısa sürede sürmeyi öğrendiğini, babasının marangoz atölyesinde arabalara olan merakını tahta arabalar yaparak da giderdiğini söyler. Zamanla bu tahta arabaları geliştirerek Laz Ralli arabalarının oluştuğunu, araba kullanmanın kendisi için büyük bir zevk olduğunu, Laz Ralli arabasının ise bu bölgede ilk kez Demirci Mustafa Karaman’ın yaptığını belirtir. Laz Ralli yarışlarının ise özellikle bayramlarda gurbetçi Rizelilerin şehre dönmesiyle birlikte kaynaşma, bayramlaşma ve hasret gidermek amacıyla düzenlendiğini, zamanla bakıp gördüklerinde bu oyunun talep gördüğünü bu yüzden insanların hafife almaması ve daha ses getiren bir yarışma ortamı oluşturabilmek için yarışmayı kendi içlerinde seçtikleri bir komisyon vasıtasıyla düzenlediklerini belirtir. Ödül olarak birinciye altın madalya verildiğini bu yüzden yarışmaların heyecanlı ve eğlenceli geçtiğini, yarışmaya yaşlı genç kendine güvenen herkesin katılabileceğini söyler. Bu yarışların Çamlıhemşin Cunca Belediyesi’nde son iki yıl öncesinde ise Çamlıhemşin Dikkaya Köyü’nde düzenlendiğini, yarışları izlemeye çok fazla seyircinin katıldığını bu yüzden bayramlarda şenlik havasında herkesin eğlenmiş

olduğunu söyler. Bu yarışlara talebin zamanla arttığını ve yarışmaların sesinin şehir dışına kadar duyulduğunu bölgeye TRT muhabirlerinin ve çok fazla TV haber spikerlerinin gelip röportaj ve çekim yaptığını, bu sayede bölgeye gelen iş adamları ve devlet büyükleri tarafından bölge yollarının elektrik alt yapılarının iyileştirildiğini ekler. Laz Ralli yarışlarında üç defa Formula Laz yarışlarında ise iki defa birinciliğinin olduğunu son iki senedir komisyon dağıldığı için yarışmaların düzenlenmediğini ifade eder.¹⁷¹



¹⁷² Şekil 89. Laz Ralli arabaları ve şenlik alanı.

Laz Ralli şenliklerinde katılımcı sayısı oldukça fazladır. Şehir dışına ününü duyurmuş bu şenlik gösterilerine izleyici olarak bile şehir dışından gelen çok fazla insan olmuştur. Bu kişiler daha çok gurbette yaşayan Rizeli yerlilerdir. Derneklerin önderlik ettiği bu yarışmalarda ekonomik döngü oldukça fazladır. Yöre işletmeleri ve pazarı bu yarışmalar sayesinde müşteri kazanmıştır. Aynı zamanda bölgenin yol, su ve elektrik alt yapıları devlet büyükleri tarafından iyileştirilmiştir. Bellek kültürde oluşup gelişen bu festivaller aynı zamanda yöre ekonomisine bu şekilde katkı sağlamıştır.

¹⁷¹ Erkan Kurkut, Kişisel görüşme, 13.09.2020.

¹⁷²Erişim 24.09.20202 <https://www.aa.com.tr/tr/yasam/laz-ralli-renkli-goruntulere-sahne-oldu/849283>



Şekil 90. Eski ve tarihi bir Laz Ralli arabası.

SONUÇ

Bu çalışmada araştırma sahası olan Rize ili ve genelinde bölgeye has nitelikleriyle ön plana çıkan halk kültür unsurları incelenmiştir. Sanayi devrimiyle birlikte yeni bir çalışma sahası olan kültür ekonomileri bağlamında halkbilimi kuram ve yöntemleri kültür unsurlarının bulunduğu bağlamda analiz edilerek yorumlanmıştır. Bu çalışma disiplinler arası çalışma modellerine örnek gösterilebilecek bir çalışma niteliğindedir.

Çalışma sahasının bellek kültüründe somut ve somut olmayan çok fazla kültür varlığı bulunmaktadır. Bu bakımdan Rize Türkiye'nin en zengin bellek kültür taşıyıcılığı yapan şehirleri arasında yer almaktadır. Sözlü kültürde şiirler, şarkılar, türküler, maniler özellikle de atma türküler çok zengin içerikleriyle yöre kültüründe, yaşamında hatta hayatı anlayış ve hayata bakış açısında insanların belleğinde geniş yayılım göstermiştir. Bu ürünlerin icra ortamı düğün, bayram, şenlik vb. gibi özel günlerle sınırlandırılmamış günlük yaşam alanları da insanların bir araya gelmesiyle hoşça vakit geçirebilmeleri için icra ortamlarının oluşmasına yeterlilik sağlamıştır. Teknolojinin halka indirgenemediği dönemlerde sözlü kültür her zaman halkın ağızda dillenmiş ve oluşmuş ve kulaktan kulağa yayılmıştır. Somut olmayan kültür varlıklarıyla birlikte somut kültür varlıkları da yöre belleğinde kendine geniş yer bulmuştur. Saymakla bile bitmeyecek olan bu kültür unsurlarının en ön planda olan isimleri belirlenmiş ve analizleri yapılarak ve seçilerek bu çalışmanın ikinci bölümünde dört başlık altında disiplinler arası model yapısıyla incelenmiştir.

Rize'nin Doğu Karadeniz'de yer alması, küçük bir şehir olması bununla birlikte göç veren bir şehir olması sebebiyle yaşlı nüfus oranı fazladır. Dışarıdan göç almadığı için de homojen bir nüfus yapısına sahip olması geleneğin yeni nesillere aktarımında kolaylık sağlamıştır. Bu bölgede yaşlı nüfus ile birlikte kültür taşıyıcılığı yapan bellekler hep var olmuş yeni nesillere aktarım sağlamıştır. Usta- çırak ilişkisi dinamik yapısını korumuş böylelikle sanat ve zanaat gelenekselci yöntemle işçilik ürünlerinin üretimi yapılmıştır. Yöre belleği

geçmişle gelecek arasında hep bir köprü işlevi üstlenmiş geçmişten günümüze zamana ve ortama bağlı olarak yenilenmiş yapısıyla var olmayı başarmıştır.

Zamanın gelişen yapısına uyarak kültürel bellek teknoloji çağının gerekliliklerine ayak uydurarak sosyal mecralarda yaygınlığını sürdürmeyi devam ettirmiştir. Kültürün icrası artık kayıt çağıyla birlikte radyolara, televizyonlara, sinemalara sosyal medya hesaplarına taşınmıştır.

Kültür sahalarında meydana gelen değişimler, yeni aktarım ortamları ve yeni oluşumlar kültür üzerine yeni kavramların oluşumunu da sağlamıştır. Bu kavramlardan biri kültür ekonomisidir. Her ne kadar kültür ve ekonominin oluşturduğu sözcük kalıbı kulağa yabancı gelse de bu kavram zamanla kalıplaşacak halkların birincil tüketim eylemlerinin yönlendirilmesine neden olan insan psikolojisinin arka düşüncesinde yer alacaktır.

Frankfurt Okulu mensuplarına göre de kültür endüstrisi/ kültür ekonomisi kültür varlıklarını metalaştırılarak ve içi boşaltılarak tek bir kalıba sokarak üretilmesiyle ortaya çıkan değersizleştirmenin temel sorumlusudur. Bu görüş değişen zaman ve gelişen teknolojik çağ ile tartışmaları da beraberinde getirmiştir. 1960 ve 1970'li yıllarda kent ve sanayi folkloru araştırmaların ortaya çıktığı Almanya'da kentlerin kültür ekonomisi ayrıntılı şekilde işlenmeye başlamıştır. Bu başlangıç kültürün yer aldığı her alanda kendini hissettirmiştir ve artık halk belleğindeki kültür varlıkları yeni şekilleriyle günümüzde yer almıştır. Nitekim UNESCO'ya göre de kültür üretimi yaratım, üretim, dağıtım, tüketim ve koruma şeklinde sürdürülebilirlik sağlayacaktır. Yeni bir var olma serüvenine giren kültür varlıkları yeni icra ortamlarında teknoloji çağına ayak uydurmuştur. Yani kültür zarar görmemiş tam tersine yeniçağın gerekliliğine ayak uydurarak yeni yaratım şekliyle geniş kitlelere hitap eden bir kültür olmayı başarmıştır.

Bu çalışmanın sahasında yer alan kültür unsurlarının tüketimi kapitalist iş bölümünün gerçekleşmeye başladığı çağlarda köyden şehre göç eden kitle toplumları tarafından yapılmıştır. Yeniçağ ile birlikte yeni insan toplulukları adlandırmaları da ortaya çıkmış ardından yeni tüketim şekilleri boy göstermiştir. Rize'de bu durumu il dışına göç eden gurbetçiler ile bütünleştirebiliriz. Büyük şehirlere özellikle de İstanbul'a daha geniş iş imkânları olması sebebiyle göç eden

insan toplulukları kitle toplumu oluşumunda da etkili olmuştur. Kitle toplumlarında insanların hayatı yeniden şekillenmiştir. Kitle toplumları üretimden çok tüketim endeksli yaşam anlayışıyla sosyal hayatta yer almıştır. İnsani vasıflardan uzak her ayın belli günlerinde maaş beklentisiyle para gelmeden o parayı kredi kartlarında harcayan her ayını bir önceki ayın borcunu kapatmak için yaşayan yeni insan toplulukları oluşumları görülmüştür. İnsanlar boş vakitlerini gezerek, eğlenerek ve alışveriş yaparak değerlendirmeye başlamıştır. Şehir hayatından sıkılan insanlar için doğa ve çerçevesinde yer alan her şey ilk kaçış yerleri olmuştur. Özellikle Rizeli gurbetçiler boş vakitlerini ve tatillerini Rize'ye gelerek memleketlerinde vakit geçirerek doğa gezileri yaparak özledikleri tatları yiyerek ve içerek geçirmişlerdir. Kitle topluluğunun bu hareketi dijital ortamlarda birincil paylaşım unsuru olmuştur. Çünkü kitleler dijital ortamlarda genellikle mutlu oldukları yüzlerini göstermeyi daha çok severler. Bu paylaşımlar bölge için bir tanıtım aracı olmuş Rize'nin kendine has doğa yapısı her kitle tarafından beğeni almıştır. Özellikle kitlelerde yeni adlandırmalarla anılan sosyal medya fenomenlerinin bu bölgelere gelip gezmeleri, tatil yapmaları, anlık resim paylaşımları, fotoğraf/post ve video paylaşımları bölgenin tanıtımında ilk elden yayılım gösterdiği için insanlar kendilerini bu bölgelere gidip görmek ve sosyal mecralarda paylaşım yapma konusunda zorunlu hissetmişlerdir. Zorunluluk hissetmelerinin altında 'o gidiyor da ben niye gidemiyorum, o alıyor da ben niye alamıyorum' fikri yer almaktadır. Çünkü Rize'nin kendine has coğrafi güzelliği, saf doğası, saf insan kalıpları, saf ağız yapısı yani kendine münhasır olan her özelliği yabancı insanlar tarafından da tanınmak ve görülmek istenmiştir. Aslında bu fikir sosyal mecralarda post paylaşım yarışı olarak da adlandırılabilir. Her ne kadar halk bu görüşü kabul etmese de bu görüş insanlar arasında yarış oluşturmıştır bu oluşumun yeni adlandırması da 'kuzu psikolojisi' olmuştur. Yaz sezonunda daha fazla olmak üzere sezonluk ziyaretçi sayıları artmıştır. Ziyaretçiler sadece ülke içinden değil ülke dışından da olmuştur. İnsanların refah seviyesinin artmasıyla birlikte de her kesimden her insanın uğrak, konaklama ve gezi rotası Rize İli olmuştur.

Geniş kitlelerin şehri özellikle yaz aylarında ziyaret etmesiyle birlikte şehir yapılanmasında yenilikler olmuştur. Hizmet sektörünün gelişmesiyle turizm sektörüne yön verilmiş sektöre yönelik yeni yapılanmalar başlamıştır. Yeni yapılanmalarla kent kültüründe kültür belleğinden beslenerek yeni kültür varlıkları oluşmuştur. Yöre insanının da refah düzeyinin yükselmesi ve bu doğrultuda eğlence faaliyetleri düzenlemesi yeni kültür varlıklarının oluşumlarına hız kazandırmıştır.

Yörenin ev ortamlarında pişirilen yöresel yemekler artık çarşıda lokantalarda ve restoranlarda ücret karşılığında halka sunulmuş insanlarda dışarıda yemek yeme alışkanlığı oluşturmıştır. Bu yemeklerin görsel sunumlarıyla reklam tasarımları yapılmış bu reklamlar sosyal medya platformlarında paylaşılarak daha çok alıcı kitlesi oluşturulmaya çalışılmıştır. Örneğin yapısıyla, tadıyla, içerik ve görüntüsüyle sadece Rize bölgesine has olan muhlama/mıhlama yemeği kültür ekonomisinin etkisiyle tanınırlığını çok geniş kitlelere yaymıştır. Kent kültüründen sıkılıp doğa gezilerinde kendilerini bulan kitleler öncelikle sosyal medya ortamlarında paylaşım yapmak amacıyla daha sonra da bu yemeği tatmak amacıyla satın almışlardır. Böylelikle satın alınabilen bir kültür unsuru yok olmamış tam tersine etki alanını genişletmiş ve tüketici tarafından satın alınmıştır. Buna benzer bir diğer örnek de çay bitkisidir. Çay bitkisi bu bölgenin coğrafi koşullarına uyum sağladığı için en fazla üretimi yapılan tarım ürünüdür. Bu yöreye çayın yaprağı da tohumu da çiçeği de kökü de her türlü kullanıma sunulmuş bu bağlamda çaylık sahiplerine de ciddi gelir kaynağı olanağı sağlamıştır. Çayın etrafında gelişen çok fazla endüstri kolu vardır. Temelde sıcak bir içecek olarak tüketilen çay gelişen teknolojiyle beraberinde çay pişirme ve sunum araçlarıyla piyasalarda müthiş yayılmalar göstermiştir. Aynı şekilde kuru fasulye yemeği, et kavurması, lahana sarması, mısır unu ve mısır ekmeği, koleti peyniri, sütlaç, pepeçura, Laz böreği, enişte lokumu gibi yiyecekler yöre restoranlarında, lokantalarında ve pastahanelerinde geniş alıcı kitlesi bulmuştur.

Yöreye özgü el sanatları da insanların yaşam ihtiyaçları gereği geçmişte el işçiliğiyle üretilmiş zamanla geliştirilmiştir. Günümüze yakın zamanlarda ise

daha çok kitlelere hitap edebilmek için makine yardımıyla seri üretimleri yapılmış piyasaya sürülmüştür. El sanatları alanında ahşap işlemler, peştamal bezi, puşi, kendir dokumalar, örme sepetler Rize yöresinde en fazla bilinen ve işlenen ürünlerdir. Özellikle örme sepetin işlevselliği diğerlerine göre daha fazla önemsenir. Çünkü bu ürün tarımla geçim sağlayan toplum yapasının yediden yetmişe kullanım aracı olmuştur. Zamanla minyatür şekilleri ve farklı fonksiyon işleviyle gelişen bu ürün yöre pazarlarında alınıp satılan bir motif unsuru haline gelmiştir. Ev süslemelerinde dekor amaçlı kullanılmaya başlamıştır. Bölgeye diğer illerden gelen ziyaretçiler bu ürünleri Rize şehri adına hatıra bırakması adına satın alıp kendi evlerinde sergilemişler ve kullanmışlardır. Bu şekilde kültür etkileşimi de yaşanmıştır. Özellikle gurbetçi kitlenin aidiyetlik duygusuna karşılık bulan bu ürünler gurbetçi kesim tarafından satın alınmıştır. Sanatkârlık ve zanaatkârlık işçiliği yapan kimselerin geçim kaynağı olan bu ürünler kültür ekonomisi bakımından yöre pazarında alınıp satılan kültür varlıkları halini almıştır.

Tarih boyunca coğrafi koşullar yerleşim yapılarının oluşumlarında yönlendirici olmuştur. Rize'nin gür ağaçlarla sıralanan ormanlara sahip olması yerleşim yapılarında ahşap/ağaç maddelerinin kullanılmasında etkili olmuştur. Günümüze kadar uzanan bu yapılar zamanla deforme olmuş olsa da restore edilmiş ve konaklama hizmetlerinde kullanılmıştır. Kültür belleğinde yer alan bu yapılar zamanla değişmiş, gelişmiş ve yeni şekilleriyle günümüzde yer almıştır. Günümüzde tatilcilerin talepleri doğrultusunda da kurulumu artan 'bungolav evler' bu yapılara örnek gösterilebilecek birincil yapı unsurudur. Günlük konaklama hizmeti modeliyle kitlelere sunulan bu yapılar doğa ile bütünleşen yapısıyla sosyal medya ortamlarında reklamları yapılmış insanları cezbetmiş ve kitleler tarafından beğenilmiştir. Bu yapılar günlük ücret bedeli karşılığında insanların tatil ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik hizmete sunulmuştur ve işletme sahiplerine ciddi gelirler sağlamıştır.

Eğlence anlamında ise yörenin eğlence kültürü genelde kemençe ve tulum çalgıları üzerine kurulmuştur. Bu çalgıların icrasıyla oynanan horon oyunu her yerde zaman ve mekan fark etmeksizin oynanabilir. Bunun yanında yörenin

yayla güzellikleri her insanın zihninde görülmeye ve gidilmeye değer yerler olarak beğeni almıştır. Bu beğeniye ve talebi fark eden turizm acenteleri harekete geçmiş paket turlarla insanları yaylalarla buluşturmuştur. Yayla gezileri esnasında kemececiler ve tulumcular tarafından horon oyunu icra edilmiştir. İnsanların eğlence hazlarını arttıran bu icra ortamları insanların yöre kültürünü tanımasında da yardımcı olmuştur. Aynı zamanda yöre turizminin gelişmesine de katkı sağlayarak farklı şehirlerden ve kültürlerden insanların Rize kültürünü tanıyıp t ketmesinde aracılık etmiştir. Özellikle Çamlıhemşin İlçesi sakinleri ve işletmeleri turizm ve yayla turları sayesinde ekonomik açıdan kalkınmış ve belli bir ekonomik güce sahip olmuşlardır.

Sonuç olarak kültür varlığıyla pazarda kendine yer bulmuş kültür varlıkları Rize'nin markalaşmasında etkin rol oynamışlardır. Kültür sürekli gelişerek ve yenilenerek ekonomik temelli alınıp satılan varlıklar haline gelmiştir. Bu durum kültür varlıklarının dinamik yapısını arttırmıştır. Böylelikle kültür varlıkları geniş kitlelerde tanınma imkânı yakalamıştır. Nasıl ki tanınmış bir markanın reyon ürünleri alıcısını reyonlarda bekleyip sonrasında satılabiliyorsa ve dünyadaki her insan tarafından bu ürünler bilinebiliyorsa Rize'de bir marka şehir olma özelliğiyle ürünlerini reyonlarında alıcılarıyla buluşturmuş bu şekilde ekonomisini güçlendirmiş ve kültür varlıklarının yayılım alanı genişlemiştir. Kültür ekonomisinin şekillendirdiği kitle toplumunda tüketimin her zaman, her yerde ve her bağlamda devam edebilmesi için büyük önem kazanan gündelik yaşam alanı içinde kullanılan halk kültür varlıkları büyük önem kazanarak başlı başına bir ticaret, sanat, kültür ve eğlence aracına dönüştürülmüş ve yüceltilmiştir böylelikle kültür zarar görmemiş aksine nitelik kazanmıştır.

Rize sahasında kaynak kişilerle görüşülerek maddi kültür varlıklarının değerlendirilmesiyle yapılan çalışma sayısı oldukça azdır. Bu bağlamda maddi kültür varlıklarının tespitine ve analizine yönelik saha çalışmaları arttırılabilir. Daha fazla kaynak kişilerle iletişime geçilebilir. Rize İl'inin kültür varlıklarıyla 'kültür ekonomisi' kavramı bu çalışmada ilk defa inceleme olarak ele alınmıştır. Bu bakımdan bu çalışma bundan sonra yapılacak çalışmalara örnek niteliği taşıdığı için önemlidir. Böylelikle bu çalışmanın kapsam alanı genişlettilererek

yeni kültür varlıkları da literatüre kazandırılabilir. Disiplinler arası kavram analizleriyle değişen ve gelişen toplum yapıları çalışma sahaları bağlamında incelemeye koyulabilir. Yeni alışma sahaları oluşturulabilir.



KAYNAKLAR

- Adorno, Thedor W. *Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi*. İstanbul: İletişim Yayınları, 2011.
- Aksu, Cahit & Şen, Yavuz. “Halk Müziğimizde Trabzon, Horon ve Kemeçe”. *Sanat Dergisi* 1 (2010): 111-116.
- Albayrak, Ali Sait. *II. Rize Sempozyumu: Turizm*. Ankara: Recep Tayyip Erdoğan üniversitesi Yayınları, 2017.
- Altınok, Koray. *Ağlasun Kültür Turizmi*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2016.
- Alşan, Songül. “Rize’de Ziraat, Balıkçılık ve Hayvancılık”. *Karadeniz İncelemeleri Dergisi* 27 (2019): 185-204.
- Anadolu Ajansı. “Laz Ralli Renkli Görüntülere Sahne Oldu”. Erişim Tarihi 24.09.2020 <https://www.aa.com.tr/tr/yasam/laz-ralli-renkli-goruntulere-sahne-oldu/849283>.
- Arıcı, Muzaffer. *Her Yönüyle Rize*. Ankara: Odak Ofset Matbaacılık, 1993.
- Artun, Erman. “Soruşturma Sorularına Yanıtlar.” *Folklor Araştırmaları Dergisi* 3 (1999): 18-25.
- Ata, Erdal. *Cumhuriyetimizin 75. Yılında Rize*. Ankara: Akademi Yayıncılık, 1998.
- Aydar, Deniz. “Popüler Kültür Müzik Üzerine”. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi* 33 (2014): 800-807.
- Aydın, Uğur. *Kültür Kitası Atlası: Kültür, İletişim, Demokrasi*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2003.
- Başaran, Burhan. “Gastronomi Turizmi Kapsamında Rize Yöresel Lezzetlerinin Değerlendirilmesi”. *Journal Of Tourism and Gastronomy Studies Dergisi* 5/3 (2017): 135-149.
- Başkan, Seyfi. “Geleneksel Doğu Karadeniz Evleri”. *ERDEM İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi* 52 (2008): 41-90.
- Bektaş, Fatih & Karaman, Gülşen & Mülazımoğlu, Olcay & Ayan, Vedat. “Yeni Bir Spor Disiplini Olarak Raft-Oryantiring Organizasyonunun

- İncelenmesi”. *Selçuk Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilim Dergisi* 14/2 (2012): 249-252.
- Begic, Nurgül & Öz, Ceren. “Trabzon ve Çevresinde Kullanılan Peştamal Dokumaları ve Günümüz Tasarımlarında Uygulamaları”. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi* 11/21 (2019): 475-492.
- Boratav, Pertev Naili. *Halk Edebiyatı Dersleri*. İstanbul: Tarih Vakfı Yayınları, 2013.
- Canöz, Nilüfer. “Kültür Endüstrisi Ürünü Olarak 14 Şubat Sevgililer Günü”. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 34 (2015): 135-143.
- Civelek, Hülya. *Karadeniz’de Lezzet Yolculuğu*. İstanbul: İnkılap Kitabevi, 2006.
- Coşkun, Satırcı, Deniz, Tuğba. *Mekansal Kümelenme Açısından Kültür Ekonomisinin Kentsel Gelişim Üzerindeki Dönüştürücü Etkisi: İzmir’de Tasarım Sektörü*. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi, 2014.
- Çalka, Mehmet Sait. “Nüktedan Şair Hamamizade İhsan ve Divanındaki Mizahi Manzumeleri”. *Karadeniz Araştırmaları Dergisi* 53 (2017): 189-204.
- Çakır, Mukadder. *Görsel Kültür ve Küresel Kitle Kültürü*. Ankara: Ütopya Yayınevi, 2014.
- Çapa, Mesut. “Rize’nin Yakın Tarihine Bir Bakış”. *Karadeniz İncelemeleri Dergisi* 20 (2016): 293-308.
- Çavuş, Ahmet. “Rize İlinde Kivi Üretiminin Coğrafi Esasları”. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 20/1 (2016): 225-241.
- Çelikutuş, Elvan. *İzmir Özelinde Kent Kültürü Açısından Yerel Yönetimler ve Sanat*. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2004.
- Çobanoğlu, Özkul. *Halkbilimi Kuramları ve Araştırma Yöntemleri Tarihine Giriş*. Ankara: Akçağ Yayıncılık, 2015.
- Demirel, Ersin. *Konaklar Kenti Rize*. Rize: Kaçkar Turizm Birliği, 2014.
- Doğan, Uysal & Alptekin, Volkan & Erataş, Filiz. “Türkiye’de Kültür Ekonomisinin Gelişimine Yerel Bir Bakış”. *Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 1/2 (2013): 25-47.

- Dündar, Ali Kılıç. “Çay’ın Karadeniz Bölgesi İçin Önemi ve Tarihi Seyri”. *Karadeniz İncelemeleri Dergisi* 21 (2016): 269-280.
- Ekici, Metin. “Gelenek, Aktarma, Dönüşüm ve Kültür Endüstrisi Bağlamında Nazar ve Nazar Boncuğu”. *Milli Folklor Dergisi* 101 (2014) : 40-50.
- Erdoğan, İrfan. “ Popüler Kültürün Ne Olduğu Üzerine”. *Eğitim Dergisi* 57 (2004): 57-19.
- Ertaş, Neşet. “Ankara İli Bakırcılık Sanatı”. *Folklor/Edebiyat* 20/79 (2014): 161-178.
- Emiroğlu, Kudret & Saydam, Cemal & Çevik, Nihal K. *Hamsi Kurban O Göze*. İstanbul: Heyamola Yayınları, 2008.
- Fidan, Süleyman. *Âşıklık Geleneği ve Medya Endüstrisi -Geleneksel Müziğin Medyadaki Serüveni*. Ankara: Grafiker Yayınları, 2017.
- Geçer, Ekmel. *Medya ve Popüler Kültür*. İstanbul: Metamorfoz Yayıncılık, 2015.
- Gökalp, Ziya. *Türkçülüğün Esasları*. İstanbul: Ankara Kitabevi Yayınları, 1923.
- Gömeç, Sadettin. *Türk Kültürünün Ana Hatları*. Ankara: Berikan Yayınevi, 2012.
- Güneş, Serkan. “ Türk Çay Kültürü ve Ürünleri”. *Milli Folklor Dergisi* 93 (2012): 234-251.
- Hürriyet Gazetesi. “Rize Haberleri: Rize Simidi 150 Yıl Sonra Tescil Edilecek”. Erişim Tarihi 06.09.2020. <https://www.hurriyet.com.tr/rize-simidi-150-yil-sonra-tescil-edilecek-40721221>
- Kabak, Turgay. “Yerel Mutfaktan Ulusal Mutfığa Kuymak’ın Seyrinin Kültür Endüstrisi Açısından İncelenmesi”. *Karadeniz Araştırmaları Dergisi* 6 (2018): 347- 352.
- Kafesoğlu, İbrahim. *Türk Milli Kültürü*. İstanbul: Boğaziçi Yayınları, 1984.
- Kafesoğlu, İbrahim. *Türk Milli Kültürü*. İstanbul: Ötüken Neşriyat A.Ş. Yayınları, 2014.
- Kara, Tolga. *Sosyal Medya Endüstrisi*. İstanbul: Beta Basım Yayım, 2013.
- Karadeniz Yöresel. “Kolot Peyniri”. Erişim Tarihi 04.09.2020. <https://www.karadenizyoresel.com/yoresel-kolot-peyniri> <https://rize.ktb.gov.tr/TR-55288/cografi-konumu.html.%20>

- Karakoç, Enderhan. “Medya Aracılığıyla Popüler Kültürün Aktarılmasında Toplumsal Değişkenlerin Rolü”. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi* 3 (2014): 246-269.
- Karpuz, Haşim. *Rize*. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları, 1992.
- Kazmaz, Süleyman. *Rize Yemekleri ve Yemek Kültürü*. Ankara: Odak Ofset Matbaacılık, 1992.
- Keskinbora, Kadircan. “Kültür Ekonomisi İçin Bir Model: Dünden Bugüne Mardin”, *Çerçeve Dergisi* 54 (2010): 32-41.
- Kılıç, Osman & Gündüz, Orhan & Aydın Eryılmaz, Gamze & Emir, Murat. “Çay Tüketiminde Tüketici Davranışlarının Belirlenmesi: Samsun İli Örneği”. *HR. Ü.Z.F. Dergisi* 16/4 (2012): 19-25.
- Kongar, Emre. *Kültür Üzerine*. İstanbul: Remzi Kitabevi. 2005.
- Koyuncu, Recep & Koyuncu, Yunus Emre. *Çay Bibliyografyası*. Rize: Çınar, Eğitim ve Kültür Yardımlaşma Derneği, 2011.
- Kübra Kaya Terme. *Çikolatanın Tarihinde İsviçre ve İsviçre Kültür Ekonomisinde Çikolata*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2019.
- Lafçı, Nihan. *Çay Kültüründe Değişen Alışkanlıkların Türkiye Örneğinde Ürün Tasarımına Etkileri*. İstanbul: Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2013.
- Lena, Funda. *Türkiye’de Kültürel Sektörlerin Ülke Ekonomisine Katkısı*. İstanbul: İstanbul Bilge Üniversitesi Yayınları, 2016.
- Milli Eğitim Bakanlığı. *Cumhuriyetin 75. Yılında Rize İli*. Trabzon: Erhan Ofset Matbaacılık, 1998
- Nas, Zekeriya. *Üniversitelerin Kent Kültürüne Etkileri ve Bir Uygulama: Yüzüncü Yıl Üniversitesi - Van Örneği*. İstanbul: Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2000.
- Oktay, Ahmet. *Türkiye’de Popüler Kültür*. İstanbul: Everest Yayınları, 2002.
- Özdemir, Nebi. “Edebiyat ve Ekonomi Kültürel Ekonomik Bir Alan Olarak Edebiyat.” *Milli Folklor Dergisi* 91 (2011): 101-114.
- Özdemir, Nebi. *Kültür Bilimi ve Yönetimi*. Ankara: Grafiker Yayınları, 2017.

- Özdemir, Nebi. *Kültür Ekonomisi ve Yönetimi*. Ankara: Hacettepe Yayınları, 2012.
- Özdemir, Nebi. “Geleneksel Bilgi ve Kültür Ekonomisi”.*Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi* 18/1 (2018): 1-18.
- Özdemir, Nebi. “Türkiye’de Halkbilimi/ Kültürbilimi- Medya İlişkisi”.*Türkbilig Dergisi*2 (2001): 110-117.
- Özdemir, Nebi. “Türk Hediyeleşme Geleneği ve Medya”.*Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi* 1/4 (2008): 465-480.
- Pamukçu, Adnan. *Geleneğin Kültürel Ekonomik Değere Dönüşümünde Cumalıkızık Örneği*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2015.
- Pekin, Faruk. *Çözüm: Kültür Turizmi*. İstanbul: İletişim Yayınları, 2011.
- Rızaoğlu, Bahattin. *Turizmde Tanıtma*. Ankara: Detay Yayıncılık, 2004.
- Rize İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü.”Rize Bezi (Feteriko)”. Erişim Tarihi 09.09.2020. <https://rize.ktb.gov.tr/TR-113015/rize-bezi-feretiko.html>.
- Rize İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. “Kaleler”. Erişim Tarihi 21. 09.2020 <https://rize.ktb.gov.tr/TR-127865/kaleler.html>
- Sandalcılar, Ali Rıza & Çakır, Recep Ali. “Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkileri: Rize Ayder Turizm Bölgesi Örneği”. *Recep Tayyip Erdoğan Sosyal Bilimler Dergisi* 8 (2018): 342-360.
- Safı, İhsan & Atnur, Gülhan & Küçük yıldız, Damlanur. “Dışarıda Yeme Kültürü ve Lokantalar: Rize Örneği”. *Mukaddime Dergisi* 11/1 (2020): 124-153.
- Sarıtaş, Süheyla. “ Halk Biliminde Maddi Kültüre Teorik ve Metodolojik Yaklaşımlar”. *Milli Folklor Dergisi*122 (2019): 29-40.
- Sarı, Ümit. *Kitle Kültürü Ve Popüler Kültür Bağlamında, Kitle İletişim Araçlarının Kitle Kültürüne Etkileri: Örnek Olarak Popstar Türkiye Yarışması*.İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2006.
- Saklı, Ali Rıza. *Türk Çayının Dünyü ve Bugünü*. İstanbul: Kaknüs Yayınları, 2008.
- Say, Ömer. *Mili Devlet Kültürü: Türkiye Yansımaları*. İstanbul: Kaknüs Yayınları,1998.

- Seçim, Yılmaz & Coşan, Dilek. “Doğu Karadeniz Bölgesinde Yaşayan Laz Topluluklarının Dili, Gelenekleri ve Mutfak Kültürü Üzerine Bir Araştırma”. *Karadeniz Uluslar Arası Bilimsel Dergisi*, 45 (2020): 129-142.
- Sü Eröz, Sibel & Bozok, Dürüye. “Çay Turizmi ve Rize İli Potansiyeli”. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi* 53/3 (2018): 1159-1176.
- Şimşek, Nevzat. *Kent Kültürü ve Kamusal Alanda Heykel*. Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2014.
- Şişman, Bekir. (2005, Kasım), *Karadeniz Yöresinde Yaşayan Kemençeli Aşıklar Geleneği*. II. Türk Tarihi ve Edebiyatı Kongresi’nde sunulan bildiri, On Dokuz Mayıs Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Samsun.
- Taş, Ela. “Halk Plastik Sanatları Yönüyle Rize”. *Sosyal Bilimler Dergisi* 2 (2015): 172- 202.
- Tekin, Ömer Akgün. “Kaçkarlardan Karadeniz’e Uzanan El: Rize”. *Standart Ekonomik ve Teknik Dergi* 621 (2014): 103-110.
- Topaloğlu, İhsan. *Bölge Tarihinde Rize*. Trabzon: Top- Kar Matbaacılık, 1998.
- Türker, Ali & Çelik, İsa. “Somut Olmayan Kültürel Miras Unsurlarının Turistik Ürün Olarak Geliştirilmesine Yönelik Alternatif Öneriler”, *Yenifikir Dergisi* 9 (2012): 86-98.
- Türkdoğan, Orhan. *Milli Kimliğin Yükselişi, Niçin Milletleşme*. İstanbul: Alfa Yayınevi, 1999.
- Üstündağ, Erdal. “İçinden Hamsi Çıkan Kitaplar”. *Yunus Araştırma Bülteni* 10/2 (2010): 18-24.
- Yaylagül, Levent. *Frankfurt Okulu’nda Kültür Endüstrileri ve Kitle Kültürü Yaklaşımı Medya, Popüler Kültür ve İdeoloji*. Ankara: Dipnot Yayınları, 2008.
- Yazıcı, Cem. *Tulum Çalgısının Popülerleşmesi Sürecinde Yeni İcra Teknikleri ve Ortamlarının Oluşması*. Bursa: Bursa Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2019.
- Yeşil, Salih. “Kültür ve Kültürel Farklılıklar: Liderlik Açısından Teorik Bir Değerlendirme”. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi* 44 (2013): 52-81.

- Yeşilyurt Tunç, Zübeyde. *Trabzon'da Serender Yapılarının İncelenmesi ve Yeniden İşlevlendirme Örnekleri*. İstanbul: Maltepe Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2019.
- Yıldırım, Fatih. *Balık Lokantalarında Müşteri Tercihinde Hamsinin Yeri ve Önemi*. Ankara: Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2019.
- Yılmaz, Seçim. “Doğu Karadeniz Bölgesinde Yaşayan Laz Topluluklarının Dili, Gelenekleri ve Mutfak Kültürü Üzerine Bir Araştırma”. *Karadeniz Uluslar Arası Bilimsel Dergisi* 45 (2020):129-142.
- Yılmaz, Sezin & Kaya, Leyla. “Feretiko’nun Giysi Tasarımlarıyla Canlanması”. *Akdeniz Sanat Dergisi* 6/12 (2013):185-197.
- Yorulmaz, Hikmet. *Kültür Ekonomisi ile Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki Türkiye Örneği*. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2018.
- Woodward, Lan. *Maddi Kültürü Anlamak*, çev. Ferit Burak Aydar. İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları, 2011.

EKLER

Ek-1 Kaynak Kişi Listesi

Kaynak Kişi	Adı-Soyadı	Doğum Yeri ve Tarihi	İkamet Yeri	Mesleği	Eğitim Durumu	Görüşme Tarihi
1.	Ahmet Kaya	Rize/Merkez/1984	Rize/Merkez	Esnaf	Lise Mezunu	29.02.2020
2.	Binnaz Şerifoğlu	Rize/Merkez/1964	Rize/Merkez	Esnaf	Lise Mezunu	30.08.2020
3.	Cengiz Azderoğlu	Rize/Kalkandere/1984	Rize/Merkez	Esnaf	Lise Mezunu	27.08.2020
4.	Havva Beşikçi	Rize/Merkez/1960	Rize/Merkez	Esnaf	Lise Mezunu	29.08.2020
5.	Muhammet Sinoğlu	Rize/Merkez/1963	Rize/Merkez	Esnaf	Lise Mezunu	24.02.2020
6.	Mustafa Delibalta	Rize/Güneysu/1968	Rize/Merkez	Kavurma Aşçısı	İlkokul Mezunu	27.08.2020
7.	Selahattin Hüsrev	Rize/Çayeli/1973	Rize/Çayeli	Esnaf	İlkokul Mezunu	06.09.2020
8.	Mehmet Kaba	Rize/Güneyse/1958	Rize/Güneysu	Esnaf	İlkokul	29.08.2020
9.	Kerim Köroğlu	Rize/Merkez/1986	Rize/Merkez	Esnaf	Ortaokul Mezunu	04.09.2020
10.	Harun Topuz	Rize/Güneyse/1990	Rize/Güneysu	Satış Sorumlusu	Lisans Mezunu	06.09.2020
11.	Hayrettin Yaş	Siirt/Merkez/1966	Rize/Merkez	Seyyar Satıcı	İlkokul Mezunu	28.02.2020
12.	Ömer Temurçi	Rize/Çayeli/1977	Rize/Çayeli	Esnaf	Lise Mezunu	06.09.2020
13.	Orhan Fırat	Rize/Merkez/1975	Rize/Merkez	Esnaf	Lise Mezunu	08.09.2020
14.	Sefa Alemdaroğlu	Rize/Merkez/1990	Rize/Merkez	Esnaf	Lisans mezunu	08.09.2020
15.	Hasan Kandemir	Rize/Merkez/1998	Rize/Merkez	Esnaf	Yüksekokul Mezunu	08.09.2020
16.	Hilal Artan	Rize/Merkez/1998	Rize/Merkez	Tezgâhtar	Lisans Mezunu	01.09.2020
17.	Yunus Emre Kaynak	Rize/Merkez/1987	Rize/Merkez	Mali Müşavir	Lisans Mezunu	10.09.2020
18.	Fatma Mercan	Rize / Güneysu/1945	Rize/Güneysu	Pazarcı	Ümmi	10.09.2020

19.	Kerem Levent	Rize/Merkez/1971	Rize/Merkez	Esnaf	Lise	10.09.2020
20.	Mustafa Çağatay	Rize/Çamlıhemşin / 1967	Rize/Çamlıhemşin	Rafting İşletmecisi	Ortaokul	11.09.2020
21.	Necibe Ofllu	Rize/Merkez/1963	Rize/Merkez	Emekli Memur	Lise Mezunu	14.09.2020
22.	Sevinç Babalık	Artvin/Arhavi/1958	İstanbul	Konak İşletmecisi	Ortaokul	13.09.2020
23.	Büşra Babalık	İstanbul/ 1992	Rize/Fındıklı	Konak İşletmecisi	Lisans	13.09.2020
24.	Şahin İslamoğlu	Rize/Merkez/1974	Rize/Merkez	Turizmcisi	Lisans	18.09.2020
25.	Tamer Sarı	Ankara/Merkez/1963	Rize/Çamlıhemşin	İşletmecisi	İlkokul	23.09.2020
26.	Şeref Katip	Rize/Köprülü Köyü/1967	Rize/Merkez	Emekli İşçi	Lise	20.09.2020
27.	Uygur Uçak	Rize/Merkez/1985	Rize/Merkez	Turizmcisi	Lise	13.09.2020
28.	Mustafa Çırak	Rize/Merkez/2001	Rize/Ardeşen	İşletme çalışanı	Ortaokul	13.09.2020
29.	Erkan Kurkut	Rize/Çamlıhemşin/1982	Rize/Çamlıhemşin	Marangoz	İlkokul	13.09.2020
30.	Sedat Kars	Rize/Güneysu/1976	Rize/Merkez	Sanat Sokağı Tasarım Atölyesi İşletmecisi	Yüksekokul	21.09.2020
31.	Ramazan Keleş	Rize/Merkez/1982	Rize/Merkez	Pazarcısı	Lise	08.01.2021
32.	Paşaalı Horoz	Rize/Merkez/1976	Rize/Merkez	Ziraat Mühendisi	Lisans	08.01.2021
33.	Tahsin Çelik	Rize/Merkez/1955	Rize/Merkez	Bakırcısı/ Esnaf	Lise	11.01.2021
34.	Gökhan Durmuş	Rize/Merkez/1992	Rize/Merkez	Kuzine/Soba Üreticisi	Yüksekokul	11.01.2021

Ek-2 Derleme Yapılan İşletmelerin Yıllık Kazanç Bilgileri

Görüşme Yapılan Kişinin Adı	İşletmenin Adı	Kültür Varlığının Adı	2020 Yılı Birim Fiyatı	2020 Yıllık Ciro Kazancı
Harun Topuz	ÇAYKUR Çay Satış Mağazası	Paket Siyah Çay Çeşitleri	30-45 TL	400.000 TL
Kerim Köroğlu	Et ve Balık Dünyası İşletmesi	Hamsi	5- 25 TL	250.000 TL
Cengiz Azderoğlu	Azderoğlu Cafe/Restaurant	Muhlama	15 TL	12.000 TL
Ahmet Kaya	Bizum Deremen İşletmesi	Mısır Unu, Koleti peyniri	4 TL, 30 TL	20.000 TL 6.000 TL
Havva Kaşıkçı	Rize Rimeks Unlu Gıda Mamülleri İşletmesi	Mısır Ekmeği	5 TL	10.000 TL
Mehmet Kaba	Durak Lokantası	Lahana Sarması	22 TL	25.000 TL
Mustafa Delibalta	Liman Lokantası	Et Kavurması	33 TL	500.000 TL
Ömer Temurçi	Lale Lokantası	Kuru Fasulye	23 TL	5.250.000
Hayrettin Yaş	Belediye Seyyar Simit Satış Noktası	Rize Simidi	75 Kuruş	55.000 TL
Binnaz Şerifoğlu	Binnaz'ın Mutfağı İşletmesi	Laz Böreği	18 TL	250.000 TL
Hilal Artan	Arzen Pastahanesi	Pepeçura, Enişte Lokumu	15- 6 TL	11.000 TL 4.500 TL
Selahattin Hüsrev	Hüsrev Lokantası	Sütlaç	10 TL	183.000 TL
Orhan Fırat	Fırat Rize Bezleri İşletmesi	Kendir	70 TL	1.500.00 TL
Sefa Alemdaroğlu	Alemdaroğlu Hediyelik Eşya ve Yöresel Dokumalar İşletmesi	Peştamal	30 TL	40.000 TL

Ek-2(Devam) Derleme Yapılan İşletmelerin Yıllık Kazanç Bilgileri

Hasan Kandemir	Kaçkar Rize Dokumaları İşletmesi	Puşı	15-30 TL	30.000 TL
Kenan Levent	Levent Sepetçilik İşletmesi	Örme Sepet	15-150 TL	100.000 TL
Yunus Emre Kaynak	KİKSAN Ahşap Malzemeleri İşletmesi	Ahşap İşleme Ürünleri	30-1000 TL	50.000 TL
Fatma Mercan	Pazar Yeri	Örme Çorap	25-125 TL	10.000 TL
Şeref Kâtip	Dünya Kemeñçe Merkezi İşletmesi	Kemeñçe	150-2000 TL	90.000 TL
Tamer Sarı	Hoşdere Hediyelik İşletmesi	Tulum	900-3000 TL	80.000 TL
Uygar Uçak	Ayala Tour İşletmesi	Yayla Turları	60 TL	420.000 TL
Mustafa Çırak	Eveli Cafe	Zipline, Salıncak	20 - 10 TL	96.000 TL, 48.000 TL
Mustafa Çağatay	Viya Rafting İşletmesi	Rafting Sporu	15-20 TL	40.000 TL
Sedat Karşlı	Sanat Sokağı Atölyesi	Çağatara Oyuncakı	10 TL	28.000 TL
Ramazan Keleş	Pazarcı Tezgahı	Mandalina/Portakal	3-5 TL	—
Paşaaali Horoz	Rize Ziraat Odası Mühendisi	Kivi	6-10 TL	—
Gökhan Durmuş	Topaloğlu AVM Kuzine/Soba Üretim Yeri	Soba / Kuzine	400-5.000 TL	—
Tahsin Çelik	Çelik Kardeşler	Bakır Ürünler	65 TL	—

Ek-2 (Devam) Derleme Yapılan İşletmelerin Yıllık Kazanç Bilgileri

Görüşme Yapılan Kişinin Adı	İşletmenin Adı	Kültür Varlığının Adı	2020 Yıllık Ciro Kazancı
Necibe Oflu	Evvel Zaman Cafe/Restourant	Ahşap Evler	800.000 TL
Mustafa Çağatay	Viya Rafting İşletmesi	Bungolov Evler	100.000 TL
Sevinç Babalık	Babalık Konağı İşletmesi	Konak yapı	700.000 TL
Büşra Babalık	Babalık Konağı İşletmesi	Serender yapı	180.000 TL
Şahin İslamoğlu	Rize Belediyesi Sosyal Tesisleri	Kale yapı	929.000 TL

